

Revisorforeningens strategi:

Relevans og akseptable rammebetingelser

– **Vår aller viktigste oppgave er å jobbe for at revisjonsbransjen skal ha akseptable rammebetingelser, at bransjen oppfattes som relevant og at den leverer verdi til klientene, sier adm. direktør Per Hanstad i Revisorforeningen.**

Redaktør Alf Asklund,
Den norske Revisorforening

Revisorforeningen har vedtatt en strategi for 2013 der det fremkommer at den skal jobbe for:

1. Akseptable rammebetingelser
2. Bransjens relevans
3. Entusiastiske og fremtidsrettede revisorer og revisjonsfirmaer
4. Robust inntekt grunnlag for foreningen

Mange av rammebetingelsene som revisorene må forholde seg til, fastsettes på internasjonalt nivå. Hva kan revisorforeningen få til på den internasjonale arenaen og hva er begrensningene?

– Mesteparten av våre rammebetingelser utformes og besluttes i Brussel og delvis i forskjellige IFAC-organer. For å få gjennomslag her må vi først og fremst jobbe gjennom Nordisk Revisorforbund og de kontaktpunktene vi har i FEE og IFAC. Vi er en av veldig mange i et stort spill. Det er absolutt mulig å påvirke beslutningsprosessen, men det er en vei å gå. Dette handler mye om politikk og i første omgang handler det om å posisjonere seg. Her i Norge er vi i tillegg i en litt spesiell situasjon siden våre myndigheter ikke deltar i beslutningsprosessene i EU og vi heller ikke har noen medlemmer i EU-parlamentet, sier Per.

Hva ligger i strategien bransjens relevans?

– Dette er et signal om at vi som bransje må ha mer fokus på å synliggjøre verdien av våre tjenester og kompetanse i forhold til de som betaler regningen, det vil i hovedsak si styret og ledelsen hos klientene våre. Samtidig skal vi fortsatt være bevisste på vår rolle i forhold til allmennheten.

Foreningen kan være støttende i dette arbeidet på et overordnet nivå, men for å lykkes er vi helt avhengig av at det enkelte revisjonsselskap og den enkelte revisor bidrar til å skape gode opplevelser i sine møter med klientene, sier han.

Dette handler veldig mye om hvordan man kommuniserer med sine klienter, sier Per. – Gir du klientene en revisjonsberetning – som kanskje vedkommende ikke en gang ser poenget med – og deretter går, hvordan oppfattes du da som revisor? I hvert fall ikke som relevant, både spør og svarer Per. – Det må jo være mye bedre å komme med innspill til hvordan klienten kan forbedre sin virksomhet og avdekke hvilke behov klienten og hans virksomhet egentlig har. Vi må komme i en situasjon der klienten «gleder» seg til å møte revisor, mener Per.

Hvor går skillet mellom foreningens ansvar for kommunikasjon og det enkelte selskap og den enkelte revisors ansvar for kommunikasjon?

– Foreningen kan bidra til å formidle verdien av revisjon og den kompetansen bransjen sitter inne med, men det er jo den enkelte revisor som har den beste muligheten i sitt en-til-en forhold til sine klienter. Den beste reklamen er en fornøyd klient som forteller dette videre.

Han forteller videre at Revisorforeningen vil prioritere å kommunisere gjennom organisasjoner som for eksempel NHO, FNO, Virke mv. En god kommunikasjon med disse vil ofte få gjennomslag videre

nedover blant medlemsbedriftene i de enkelte organisasjonene.

Revisorforeningen har involvert seg i arbeidet med å få til forenklinger for næringslivet. Noen har stilt spørsmål ved hvorfor Revisorforeningen skal jobbe for forenklinger?

– Historisk sett har foreningen alltid vært opptatt av at vi har et regelverk for næringslivet som er mest mulig praktiserbart og hensiktsmessig. Når vi nå sier at vi også skal



I MØTE MED KLIENTEN: Vi må komme i en situasjon der klienten «gleder» seg til å møte revisor, mener Per Hanstad i Revisorforeningen.

arbeide for forenklinger – at det bør være enklere å drive virksomhet – er det et skritt videre. I arbeidet med strategien har det selvfølgelig vært diskutert hvordan vi finner den rette balansen mellom forenklinger på den ene siden og hva som er forsvarlig regulering på den andre siden, sier Per.

Han sier at dette også handler om å skape tillit både i forhold til bedriftene og i forhold til omverdenen. Vi må være positive bidragsytere både overfor bedriftene og overfor de andre interessentene. Også her gjelder det å ha en balanse mellom å være allmennhetens tillitsperson og det å være pådrivere for forenkling av regelverket. Foreningens kunnskap og nettverk gjør oss godt egnet til å komme med innspill i arbeidet med forenklinger. Vi vet hvor skoen trykker, sier Per.

Er det ikke bare en fordel for revisorene at regelverket er litt komplisert? Det er vel det de skal leve av?

Det er det muligens en del revisorer som har ment, og kanskje mener. Jeg tror at det er en kortsiktig tankegang. Enklere regler vil gi større aksept for den jobben revisor gjør – noe som vil tjene oss på sikt.

Foreningen skal jobbe for å ha entusiastiske og fremtidsrettede revisorer og revisjonsfirmaer. På hvilket vis?

– Jeg tror vi er avhengige av å ha en bransje som både vokser og utvikler seg og som består av et mangfold av selskaper. Dette både for å sikre valgmuligheter for markedet og god rekruttering til bransjen. Det er derfor en utfordring at en stor del av de mindre selskapene i bransjen ikke har klare målsetninger om utvikling og vekst. Jeg tror det er viktig at vi ikke ender opp med bare store revisjonsselskaper, sier Per.

– Foreningen kan bidra til å synliggjøre mulighetene i markedet og forhåpentligvis inspirere flest mulig til å vurdere disse

mulighetene for sin egen virksomhet. I et revisjonsmarked som ikke vokser, vil det ofte måtte innebære satsing innenfor beslektede tjenesteområder. Etableringen av Firmaforum – en møteplass for store og små revisjonsfirmaer, hvor muligheter og utfordringer knyttet til revisjonsvirksomheten belyses og diskuteres – er et eksempel på tiltak for å skape entusiasme og inspirasjon. Vi er også opptatt av å identifisere ulike verktøy og metodikker som kan støtte revisorenes satsing på nye tjenesteområder og gjøre disse tilgjengelige til fornuftige priser for medlemmene våre.

Den overordnede strategien for 2013 har fått tittelen: Mer relevant og høyt verdsett – allmennhetens tillitsperson og næringslivets gode hjelpere. – For å nå dette er vi helt avhengige av å ha et godt samarbeid med alle våre medlemmer, avslutter Per.

Could **YOU** represent us in Norway?

We are a global association of leading international accounting firms, and we are looking for a like-minded firm to represent us in Norway.

Ranked 9th globally, we have 92 firms in 66 countries and are well known for our highly selective recruitment process.

Our existing member firms' clients have an increasing need for advice in Norway; so if your firm is a quality focused, full service, internationally experienced accounting firm and you are interested in serving clients' international needs – contact:



Liza Robbins
CEO
Morison International
e: lrobbins@morisoninternational.com t: +44 207 638 4005
www.morisoninternational.com

