

Bokförarens branschkunskap i redovisningen

En studie av branschkompetensens roll för
uppdragsgivaren

Rebecca Eklund

Examensarbete för tradenom (YH)-examen

Företagsekonomi

Jakobstad 2024

EXAMENSARBETE

Författare: Rebecca Eklund

Utbildning och ort: Företagsekonomi, Jakobstad

Inriktning: Ekonomiförvaltning

Handledare: Anna-Lena Berglund

Titel: Bokförarens branschkunskap i redovisningen – En studie av branschkompetensens roll för uppdragsgivaren

Datum: 20.11.2024 Sidantal: 44

Bilagor: 2

Abstrakt

Bokföraryrket har genomgått stora förändringar under 2000-talet. Arbetet har förändrats radikalt bland annat genom digitalisering och automatisering. Genom att det manuella arbetet har långt automatiserats har bokförarens roll även bytts mer ut till att granska, analysera och kunna tolka företagets verksamhet. För att en bokförare ska kunna tolka företagets verksamhet och fungera som konsult behöver hen även ha insyn i uppdragsgivarens bransch. En bokförare som känner till branschen kan då hantera sakfrågor till fördel för företagaren.

Detta examensarbete undersökte branschkompetensens roll inom redovisningen. Syftet med arbetet var att belysa branschkännedomens vikt vid val av redovisningsbyrå samt att belysa och lyfta fram eventuella särdrag som företagaren kunde ha nytta av att beakta vid valet av redovisningsbyrå. Arbetet granskade hur viktigt bokförarens branschkunskande är för uppdragsgivaren och på vilket sätt branschspecifik spetskompetens ger mervärde åt kunden. Undersökningen granskade även på vilket sätt redovisningsbyråerna säkerställde att deras bokförare besitter och har den kunskap som krävs för att trygga ekonomiförvaltningen.

Undersökningen var delad i en kvantitativ och kvalitativ del. Där den kvantitativa delen bestod av en elektronisk enkät som skickades till företag i olika branscher. Den kvalitativa undersökningen bestod av semistrukturerade intervjuer med två redovisningsbyråer i Österbotten.

Resultatet i undersökningen ger visst stöd åt teorin. Branschkunskandet är viktigt för en stor del av företagen, men ändå inte varit den avgörande faktorn för majoriteten vid valet av bokförare. Undersökningen visar att de företag som medvetet valt en branschkundig bokförare även i de flesta fall upplevt mervärde. För samtliga redovisningsbyråer är branschkunskande viktig och att rätt kunskap finns inom byrån, för att trygga en rätt och riktig bokföring.

Språk: svenska

Nyckelord: bokföring, branschkompetens, redovisning, kundvärde

OPINNÄYTETYÖ

Tekijä: Rebecca Eklund

Koulutus ja paikkakunta: Liiketalous, Pietarsaari

Suuntautumisvaihtoehto: Taloushallinto

Ohjaaja(t): Anna-Lena Berglund

Nimike: Kirjanpitäjän toimialaosaaminen kirjanpidossa – Tutkimus toimialaosaamisen roolista

Päivämäärä 20.11.2024 Sivumäärä 44

Liitteet 2

Tiivistelmä

Kirjanpitäjän ammatti on kokenut suuria muutoksia 2000-luvulla. Suurimpia muutoksia kirjanpitäjän työssä ovat muun muassa digitalisaatio ja automaatio, jotka ovat helpottaneet manuaalista työtä pitkälti. Muutoksien myötä kirjanpitäjän rooli on myös vaihtunut ja on nykyään enemmän tarkastelua, analysointia ja yrityksen toiminnan tulkitsemista. Jotta kirjanpitäjä pystyisi tulkitsemaan yrityksen toimintaa ja toimia konsulttina on hänen oltava perehtynyt toimeksiantajan toimialaan.

Tämä opinnäytetyö tutki toimialaosaamisen roolia kirjanpidossa. Tutkimuksen tarkoituksena oli korostaa toimialatuntemuksen merkitystä tilitoimiston valinnassa sekä tuoda esiin mahdollisia erityispiirteitä, joita yrittäjä olisi hyvä harkita ennen tilitoimiston valitsemista. Työ tarkasteli kuinka tärkeä kirjanpitäjän toimialaosaaminen on toimeksiantajalle ja millä tavalla toimialan erikoisosaaminen on hyödyksi ja luo lisäarvoa yrittäjälle. Tutkimuksessa tarkasteltiin myös millä tavalla tilitoimistot varmistavat, että heidän kirjanpitäjillä on riittävä osaaminen.

Tutkimus on jaettu kvalitatiiviseen ja kvantitatiiviseen osaan. Kvantitatiivinen osa koostuu sähköisestä kyselystä, joka lähetettiin eri alojen yrityksille. Kvalitatiivinen tutkimus koostuu puolistrukturoiduista haastatteluista kahdella Pohjanmaalla sijaitsevilla tilitoimistoilla.

Oppinäytetyön tulos antaa jonkin verran tukea teorialle. Toimialaosaaminen on tärkeää suurelle osalle yrityksistä, mutta ei kuitenkaan ole enemmistölle ratkaiseva tekijä kirjanpitäjän valinnassa. Tutkimuksen mukaan ne yritykset, jotka ovat tietoisesti valinneet alaan perehtyneen kirjanpitäjän, ovat useimmiten kokenut saavan siitä lisäarvoa. Molemmille tilitoimistolle toimialaosaaminen on tärkeää ja että oikea osaaminen löytyy tilitoimistosta, oikean taloushallinnon turvaamiseksi.

Kieli: ruotsi

Avainsanat: Kirjanpito, toimialaosaaminen, laskentatoimi, asiakasarvo

BACHELOR'S THESIS

Author: Rebecca Eklund

Degree Programme: Bachelor of Business Administration

Specialisation: Financial Administration

Supervisor(s): Anna-Lena Berglund

Title: Accountant's Industry Knowledge in Accounting — A study of the role of industry expertise for the customer

Date 20.11.2024 Number of pages 44

Appendices 2

Abstract

The accounting profession has undergone major changes in the 21st century. The work has changed radically, especially in digitalization and automation. As the manual work has been automated, the accountant's role also changed to more consist of reviewing, analyzing and to interpreting the company's operations. For an accountant to be able to interpret the company's activities and act as a consultant, the accountant needs to know and understand the customer's industry. An accountant who knows the industry can handle factual matters for the benefit of the entrepreneur.

This thesis examined the role of industry expertise in accounting. The aim of the work was to highlight the importance of industry knowledge in choosing an accounting firm and to highlight any special features that the entrepreneur could benefit from considering when choosing an accounting firm. The work examined how important the accountant's industry knowledge is for the entrepreneur and how industry-specific excellence adds value to the customer. The survey also examined how accounting firms ensured that their accountants possess and have the knowledge necessary to safeguard financial management.

The study was divided into a quantitative and qualitative part. Where the quantitative part consisted of an electronic questionnaire sent to companies in different industries. The qualitative part of the survey consisted of semi-structured interviews with two accounting firms in Ostrobothnia.

The results of the survey give some support to the theory. Industry knowledge is important for a large number of companies but has not been the determining factor when choosing an accountant. The survey shows that companies that deliberately chose an industry-savvy accountant also experienced added value in most cases. Both accounting firms who participated in the survey consider industry knowledge important and that the right knowledge is at hand within the agency, in order to ensure a correct accounting.

Language: Swedish

Key words: accounting, industry knowledge, bookkeeping, customer value

Innehållsförteckning

| | | |
|-------|---|----|
| 1 | Inledning | 1 |
| 1.1 | Syfte och avgränsning..... | 2 |
| 1.2 | Problemformulering | 2 |
| 2 | Bokföring | 3 |
| 2.1 | Löpande bokföring..... | 4 |
| 2.2 | Bokföringens olika skeden under en räkenskapsperiod | 5 |
| 2.3 | Bokförarens roll och ansvar..... | 6 |
| 2.4 | Digitalisering, automatisering och robotik | 7 |
| 3 | Kundvärde..... | 9 |
| 3.1 | Olika typer av värde..... | 9 |
| 3.2 | Business Model Canvas | 10 |
| 3.2.1 | Kundsegment..... | 11 |
| 3.2.2 | Värdeerbjudande..... | 12 |
| 3.2.3 | Distribution | 14 |
| 3.2.4 | Kundrelationer..... | 14 |
| 3.2.5 | Intäkter | 15 |
| 3.2.6 | Nyckelresurser | 15 |
| 3.2.7 | Nyckelaktiviteter..... | 16 |
| 3.2.8 | Nyckelpartnerskap..... | 16 |
| 3.2.9 | Kostnadsstruktur | 16 |
| 4 | Redovisningsbyråns branschkännedom | 18 |
| 4.1 | Lagar och regleringar | 18 |
| 4.2 | Affärsprocesser och dataverktyg..... | 19 |
| 4.3 | Allmän branschkännedom..... | 19 |
| 4.4 | Riskhantering | 19 |
| 4.5 | Branschspecifik bokföring | 20 |
| 5 | Empirisk undersökning | 22 |
| 5.1 | Tillvägagångssätt | 22 |
| 5.1.1 | Kvalitativ forskningsmetod | 22 |
| 5.1.2 | Kvantitativ forskningsmetod | 22 |
| 5.2 | Presentation av intervjufrågorna | 23 |
| 5.3 | Presentation av enkätfrågorna..... | 23 |
| 5.4 | Reliabilitet, validitet och representativitet | 24 |
| 6 | Sammanfattning av den kvalitativa undersökningen | 26 |
| 6.1 | Intervjun med bokföringsbyrå X..... | 26 |

| | | |
|-----|---|----|
| 6.2 | Intervju med bokföringsbyrå Y | 28 |
| 7 | Sammanfattning av den kvantitativa undersökningen | 31 |
| 7.1 | Branschspecifikt kunnande..... | 35 |
| 7.2 | Växerverkan och konsultation | 36 |
| 7.3 | Värdeerbjudande..... | 36 |
| 7.4 | Kostnadsfråga | 37 |
| 7.5 | Missnöjdhet och förbättringsmöjligheter | 37 |
| 7.6 | Andra kommentarer | 38 |
| 8 | Diskussion och slutsatser..... | 39 |
| 8.1 | Analys av enkätundersökningen..... | 39 |
| 8.2 | Analys av intervju X och Y..... | 41 |
| 8.3 | Sammanfattning och avslutning..... | 42 |
| 9 | Källhänvisning..... | 44 |

Bilageförteckning

Bilaga 1 – Frågor i den elektroniska enkäten

Bilaga 2 – Intervjufrågor

1 Inledning

Digitaliseringens framfart har nått de flesta och medfört till stor del lättnader i det dagliga arbetet. Detta gäller även bokförare, som innan digitaliseringen spenderade merpart av tiden med att arbeta manuellt och hantera fysiska dokument. På så sätt har digitaliseringen eliminerat tidskrävande processer och automatiserar repetitiva uppgifter, vilket effektiviserar arbetet och ger rum för andra värdeskapande uppgifter. Bokförarens roll har således ändrat karaktär då uppgifterna och arbetsplatsen har förändrats. Detta ställer andra krav och bokförarna behöver idag inte bara känna till bokföringens manuella processer utan arbetet övergår alltmer till att granska, analysera och kunna tolka företagets verksamhet.

Förutom förändringarna som digitalisering åstadkommit växer företagarnas behov av rådgivning och konsultering. En bokförare fungerar idag alltmer som rådgivare och behöver således kunna svara på frågor som berör företagarens affärsmässiga särdrag. Bokföringen styrs och regleras av lagstiftningen och är på så vis långt standardiserat, men ett flertal branscher har särdrag som är specifika för dem. Detta kan medföra avsevärda skillnader i praktiska göromål. En bokförare som känner till företagarens bransch och bokföring kan då hantera sakfrågorna till fördel för företagaren.

I detta arbete undersöks hur viktigt redovisningsbyråns branschkunskap är för företaget. Vilken typ av mervärde ger branschspecifik spetskompetens företagaren? Hur säkerställer redovisningsbyråerna att de kan erbjuda den spetskompetens som gynnar den enskilda företagaren. Med spetskompetens avses kunnande inom bokföring, skattefrågor och branschspecifika särdrag. Arbetet kommer även att undersöka vilka faktorer som påverkar företagarens val av redovisningsbyrå och om bokförarens branschkompetens spelat en avgörande roll, samt om företagen har fått den hjälp och stöd som de önskat av sin bokförare.

Examensarbetet består av en teoretisk och empirisk del, samt en sammanfattning och analys av studiernas resultat. I teoridelen behandlas ämnet och problemformuleringen. Teoridelen tar upp bland annat bokförarens roll och arbetsuppgifter. Vad branschkunskap innebär och vilka fördelar spetskompetensen ger uppdragsgivaren. Teoridelen behandlar även kundvärde och värdeskapande som viktiga byggklossar i en

affärsverksamhet. I den empiriska delen besvaras problemformuleringen genom en kvantitativ och kvalitativ undersökning, som består av enkät och intervjuer. En kvantitativ studie i form av en enkät kommer att undersöka företag och deras val av redovisningsbyrå. Arbetet kommer även att undersöka redovisningsbyråernas branschkompetens, samt på vilket sätt redovisningsbyråerna upprätthåller och utvecklar sitt kunnande genom en kvalitativ intervju.

1.1 Syfte och avgränsning

Undersökningens syfte är att belysa branschkännedomens vikt vid val av redovisningsbyrå. Arbetet granskar hur viktigt det är att bokföraren har branschkännedom i företaget hen bokför åt och på vilket sätt branschspecifik spetskompetens ger mervärde åt kunden. Studierna är till för att belysa och lyfta fram eventuella särdrag som företagaren kan ha fördel av att beakta vid val av redovisningsbyrå.

Arbetet är begränsat till att undersöka bokförarens kunnande med betoning på branschkompetens och dess påverkan på ekonomiförvaltningen. Löneräkningen och dess bransch särdrag behandlas eller undersöks inte i detta arbete.

1.2 Problemformulering

Forskningsfrågorna som undersökningen kommer att ge svar på är:

- Hur viktigt är det att bokföraren känner till kundens bransch och behärskar branschspecifik spetskompetens?
- Ger det mervärde åt företaget om bokföraren känner till branschen och i vilka fall skulle branschspecifik kompetens spela en viktig roll?
- På vilket sätt säkerställer bokföringsbyrån bokförarens kunnande så att de gynnar företagaren?

2 Bokföring

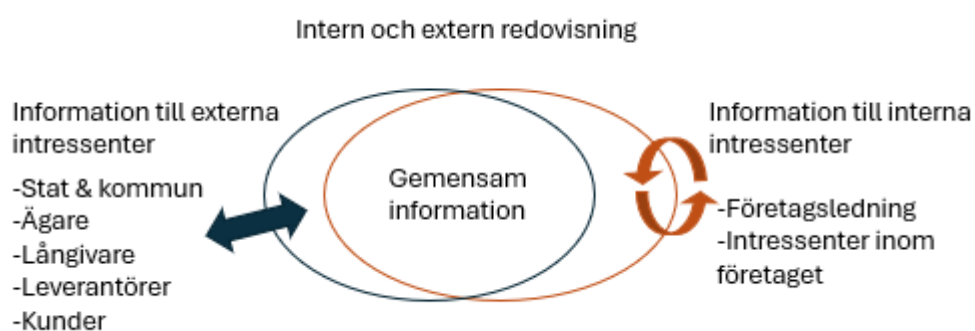
Vem som är bokföringsskyldig bestäms i bokföringslagen 1 kap 1§. Enligt bokföringslagen är alla som driver en rörelse eller utövar ett yrke bokföringsskyldiga. Med rörelse menas en utåtriktad fortgående och självständig verksamhet, som strävar efter vinst och har någon form av företagsrisk. På samma sätt är även juridiskt fristående bolag, stiftelser och föreningar bokföringsskyldiga oberoende av deras verksamhetsform.

Enligt lag är företagaren ansvarig för att bokföringen sköts på ett korrekt sätt. Huvudsyftet med bokföring är att fastställa verksamhetens resultat. Förutom ägarna är myndigheterna intresserade av den beräknade vinsten då den avgör de skatter som skall betalas. Ramverket för bokföringen hittar man i bokföringslagen och bokföringsförordningen, samt den lagstiftning som gäller den specifika företagsformen, t.ex. aktiebolagslagen. Redovisningen utgör en väsentlig del av verksamheten, då den sammanställer information om företagets verksamhetsprocesser. Syftet med redovisningen är att återspegla och ge en rättvisande bild av verksamheten, samt underlätta granskning och deklarationer. (Bokföringslag 1336/1997, 1997; Tomperi, 2020).

Processerna inom redovisningen kan delas in i registrering av information och användning av dem. Största delen av registrering av information sker inom bokföringen. Ett väl gjort registreringsarbete är avgörande för att informationen skall kunna användas effektivt. En viktig del av bokföringen är att förse den operativa redovisningen inom ett företag med information som sedan kan fungera som underlag för planering, beslut och uppföljning.

På vilket sätt redovisningens uppgifter används är beroende av om intressenterna finns inom företaget eller utanför (figur 1). Man delar in redovisningen i en intern och extern del. Där den interna delen även kallas operativ redovisning, producerar kalkyler och analyser för företagsledningen. Dessa kalkyler och analyser tillsammans med statistik, prognoser och budget fungerar som grund för beslut gällande produktion, prissättning, nedläggning av verksamheter eller nyinvesteringar i företaget. Beslut som styrs och kontrolleras utifrån redovisningen kallas ekonomistyrning. Ekonomiska informationen som är tillgänglig i den externa redovisningen är begränsad i jämförelse med den interna redovisningen. Främsta orsaken till begränsningen av ekonomiska detaljer är konkurrensvillkor och affärshemligheter. Den externa redovisning utgörs av bokföringen och regleras av lagar och

förordningar. Bokföringens uppgift är att följa affärshändelserna i en löpande ordning genom att registrera alla inköps- och försäljningshändelser, samt penningströmmar mellan ekonomienheter. Den externa redovisningens uppgift är att upprätta ett bokslut, som innehåller resultaträkning, balansräkning, finansieringsanalys och noter. Även rapporter som till exempel skattedeklarationen. Dokument som är tillgängliga för offentligheten är årsredovisning/årsbokslut med tillhörande dokument och dessa fungerar som källa för bland annat investerare och kreditgivare för analys. Vanligtvis bokförs och hanteras all ekonomisk information i samma integrerade redovisningssystem. Beroende på mottagare och ändamål hämtas data och utformas rapporter enligt målgruppens behov. (Arvidson, Carrington, Johed, & Nordlund, 2021; Tomperi, 2020).



Figur 1. Informationshantering inom redovisningen och olika områdens intressenter.

2.1 Löpande bokföring

Redovisningen har sina rötter från 1300-talet och dubbelbokföring uppkom i de italienska handelshusen. Redovisningsgrunderna och tekniken har förblivit den samma trots att samhället och näringslivet har genomgått stora revolutioner. Datorutvecklingens antågande har skapat stora förändring i sättet att arbeta. För en kort tid tillbaka förde man bok för hand i bokföringsböcker, räknade tal på en räknemaskin och flyttade manuellt siffrorna till en annan bokföringsbok osv. Fördelen med det manuella arbetet var att man enkelt kunde följa med arbetet steg för steg från att en affärshändelse bokades till dess att ett bokslut uppgjordes och resultatet blev inskickat. Idag görs långt samma saker men i stället för det manuella arbetet, så är det mjukvaror som sköter om stor del av processerna. Dessa processer gör flera arbetsmoment i följd, data lagras elektroniskt och rapporterna är uppställda annorlunda, men den grundläggande metodiken kvarstår. (Arvidson, Carrington, Johed, & Nordlund, 2021).

Dubbel bokföring innebär att varje notering bokas på två olika ställen, dvs. "dubbelt". Enligt de allmänna bokföringsprinciperna behöver bokföringen vara konsekvent, dvs. samma affärshändelser bokas alltid på samma ställe. Det betyder att man har skilda konton för t.ex. inventarier, försäljning av varor och kundfordringar. Dessa noteringar skall bokas i kronologisk ordning i den tidsföljd de inträffar och på rätt konto. I praktiken bokförs händelserna när informationen om händelsen fås t.ex. i form av en faktura eller kvitto. Utan ett bokföringsunderlag får en notering inte bokföras eftersom den saknar bevis för att affärshändelsen ägt rum. Detta gör det möjligt att kontrollera att bokföringen har blivit korrekt gjort. När bokföringen görs dubbelt minskar resursen på ett konto och ökar på ett annat. Den dubbla bokföringen svarar på frågorna: - var kom medlen ifrån? Och – vart tog medlen vägen? (Tomperi, 2020; Arvidson, Carrington, Johed, & Nordlund, 2021).

För att redovisningen skall stämma behöver alla affärshändelser bokföras. I bokföringslagen listas vad som räknas till affärshändelse. Övriga händelser som inte är uppräknade i bokföringslagen skall inte bokföras, som t.ex. miljöpåverkan eller sociala effekter. Dessa om inte är uppräknade i lagen kan ha en påverkan på annat och andra, men påverkar inte företagets ekonomiska ställning med omvärlden. Affärshändelse kan delas in i: inkomster, utgifter och finansiella transaktioner, samt överförings- och rättelseposter som hör till dem. (Bokföringslag 1336/1997, 1997; Arvidson, Carrington, Johed, & Nordlund, 2021).

2.2 Bokföringens olika skeden under en räkenskapsperiod

Räkenskapsperioden är den tid från vilken man hämtar data för att sammanställa och beräkna verksamhetens resultat på. En räkenskapsperiod är vanligtvis 12 månader långt, men behöver inte nödvändigtvis följa ett kalenderår. Den ekonomiska sammanställning som görs kallas för årsbokslut.

Vid ingången av en ny räkenskapsperiod görs en ny boköppning. Boköppning innebär att saldon från föregående räkenskapsperiods bokslut överförs som ingående balans. Alla konton som på föregående räkenskapsperiod avslutades mot balanskontot i bokslutet som utgående balans överförs som ingående balans i boköppningen.

Efter boköppningen fortsätter man registrera affärshändelser som uppstår i verksamheten i löpande ordning. Verifikaten numreras i kronologisk ordning och kan följas upp i

dagboken. Affärshändelserna registreras även i huvudboken. Huvudboken delar in registreringarna enligt konto och på så sätt kan man enkelt granska alla registreringar om ökning och minskning som gjort på ett enskilt konto under en räkenskapsperiod.

Vid räkenskapsperiodens slut sammanställs den ekonomiska informationen i ett bokslut. I praktiken innebär det att alla konton som använts under räkenskapsperioden avslutas mot bokslutskonton, dvs. antingen mot resultat- eller balanskonton. Utifrån dessa bokslutskonton upprättas rapporter som ingår i årsredovisningen. Dessa rapporter och dokument som redan tidigare nämnt är: resultat- och balansräkning, noter till bokslutet och specifikationer till balansräkningen. För medelstora och stora företag räknas till bokslutshandlingar även verksamhetsberättelse och finansieringsanalys.

Utifrån årsbokslutet kan man analysera och räkna fram nyckeltal. Dessa nyckeltal svarar på frågor om hur framgångsrikt företaget varit under den senaste räkenskapsperioden i jämförelse med tidigare räkenskapsperioder och andra aktörer på marknaden. Nyckeltalen ger också en bra bild av företagets betalningsförmåga på kort och lång sikt, dvs. företagets likviditet och soliditet. Slutsatsen av analyserna påverkar hur företaget ser på framtida utveckling av verksamheten. (Arvidson, Carrington, Johed, & Nordlund, 2021; Bokföringslag 1336/1997, 1997; Tomperi, 2020).

2.3 Bokförarens roll och ansvar

Bokföringen har en avgörande roll i att beskriva affärsverksamheten och dess ekonomiska ställning. Utifrån bokföringen åskådliggörs det svart på vitt hur företaget har lyckats med sin verksamhet. För att redovisningen skall vara trovärdig och sanningsenlig, så behöver bokföraren vara insatt i kundens affärsverksamhet, hur data hanteras och överförs till ekonomiförvaltningen och på vilket sätt de presenteras. Andra viktiga faktorer i bokförarens arbete är förståelse för kunskapsflöden som påverkar ekonomiprocesserna och hurudan övervakning som behövs. Data som uppstått i verksamheten behöver bevaras i sin ursprungliga form ända till rapportering. I små och medelstora företag är det långt bokföraren som har hand om ekonomiprocesserna och utvecklingen av dessa. Därför kan bokförarens ansvar sträcka sig i vissa fall längre än det skriftliga avtalet. I situationer där uppdragsgivaren saknar sakkunskap inom ekonomiförvaltning kan noggrannhets- och rådgivningsskyldigheten kräva att bokföraren på grund av sin expertis är skyldig att

informera kunden om eventuella påföljder som en handling kan åstadkomma. Ett sådant exempel är högsta domstolens prejudikat KKO:2001:128, där domstolen ansåg att fastän bokföringsbyrån inte hade avtalade skyldigheter att utreda skattepåföljden borde bokföraren varnat uppdragsgivaren om skatter vid överlåtelse av bolagsdel. (Finlex.fi, 2001; Lohtander, 4/2024).

En bokförare behöver säkerställa att företagets intressenter får tillgång till relevant ekonomisk information. Hur och vad en bokförare behöver löpande boka finns det lagar och bestämmelser som styr. Även hur den ekonomiska informationen sedan skall sammanställas och presenteras. Att sköta om en affärsverksamhets bokföring kräver ett brett kunnande och förståelse av mångahanda fenomen. Förutom att känna till kundens affärsverksamhet och bransch och dess påverkan på ekonomiförvaltningen, så behöver bokföraren förstå sig på automatisering och granska rapporternas tillförlitlighet ur ett riskperspektiv. En bokförare behöver även kunna hantera och styra stora mängder data, samt erbjuda rapporter enligt kundernas behov och stöda vid beslutfattande och skötsel av ekonomifrågor. För att en bokförare skall hänga med i utvecklingen och ha en bred grund att stå på ordnas fortbildningar av bland annat ekonomiförvaltningsförbundet. När de uppstår frågetecken behöver man kunna vända sig till en mer erfaren bokförare, skatteförvaltning, bokföringsnämnden eller ekonomiförvaltningsförbundet. (Lohtander, 4/2024; Ståhlberg, 5/2022; Mikkonen, 3/2024).

2.4 Digitalisering, automatisering och robotik

Den digitala utvecklingen kräver nya färdigheter av bokföraren. När automatiseringen fungerar och bokföraren är insatt och kan hantera dataprocessernas digitala verktyg effektiviserar det bokförarens dagliga arbete och ger mervärde åt kunden. Med digitalisering och automatisering kommer nya utmaningar och fallgropar som bokföraren behöver ha i åtanke. För att förhindra onödiga misstag behöver bokföraren se över vissa områden extra noggrant. Grunduppgifterna behöver vara korrekta och redovisningsprocesserna behöver vara organiserade och fungera. För att man skall få maximal nytta av automatiseringen behöver det finnas tilltro till processerna och vetskap om dess begränsningar. Bokföraren behöver tillräckligt med kunnande för att kunna bedöma när rapporter behöver granskas och vilken typ av data som automatiseringen inte klarar av att hantera. Robotiken har påverkat de flesta processerna inom ekonomiförvaltningen. Automatiseringen och

robotiken sköter till exempel hantering av masterdata, hantering av inköpsfakturor, fakturering, avstämningar och periodavslutningar.

En bokförare som har kunskaper inom automatisering har möjlighet att utveckla kunders ekonomiförvaltningsprocesser som stödjer och stärker affärsverksamheten. Fördelarna med robotiken är många, dess möjlighet att hantera mängder av data utan att tröttna och utan att åstadkomma mänskliga misstag är två faktorer som underlättar bokförarens arbete. Med digitaliseringens framfart har det blivit viktigare att djupare förstå helheter och omständigheter och kunna avgöra om den producerade ekonomiska informationen är pålitlig med betoning på riskhantering. De traditionella kontrollerna och manuella processerna har ändrats, men behovet av att kontrollera finns fortfarande kvar. (Lohtander, 4/2024; Koivuranta, 1/2023).

3 Kundvärde

Detta kapitel tar avstamp i vad kundvärde egentligen innebär. Vad är det för skillnad på kundvärde och kundnytta. Vilken roll har upplevd kundvärde i verksamheten. På vilket sätt når vi ut med ett värdeerbjudande till målgruppen.

Kundvärde är den upplevda skillnaden mellan nyttan som värdelöftet erbjuder med den uppoffring som den kräver av kunden. Samtliga företag har som målsättning att skapa värde för kunderna samtidigt som verksamheten skall få sin del av det skapade värdet i ersättning för värdeskapandet. En affärsmodell utan kunder existerar inte, därav behöver företaget känna till sitt segment för att det skall vara möjligt att producera kundvärde. För att skapa ett värde och nå ut till slutkunden består processen av mängd olika aktörer och aktiviteter sammanställt i ett nätverk. Företag skapar nya idéer och innovativa produkter och tjänster. Ett värdeförslag presenterar huruvida värdet tjänsten skapar, på vilket sätt värdet skapas och vilken betydelse värdet har för kunden. Med värdeförslaget vill man kommunicera en förändring som uppfyller ett behov som mottagaren har. För att lyckas locka mål segmentet behöver man formulera värdeförslaget så att det väcker uppmärksamhet och förmedla det via rätt kanal, detta kallas för värdekommunikation. Målet med värdekommunikationen är att väcka kundens intresse, få dem att fundera på erbjudandet och styra dem till gemensamt värdeskapande i linje med värdeförslaget. (Jääskeläinen & Töytäri, 2023; Merviö, 2020; Koutroukides, 2021)

3.1 Olika typer av värde

Hur kunden uppfattar produkten eller servicen och vilken typ av värde som tjänsten åstadkommer är beroende på kundens egna processer. Vad som motiverar kunden till att tacka ja till ett erbjudande är en rad olika faktorer som till exempel: värderingar, drömmar, kända och okända behov, samt vardagliga situationer. Kundens upplevelse av tjänsten är individuell och beroende av vad tjänsten kan användas till eller vad som kan uppnås genom den. Tjänstens bruksvärde består av tjänstens egenskaper och vad den kan åstadkomma. Bruksvärdet anger kärnsaken till att en vara eller tjänst anskaffas och bestämmer transaktionsvärdet, dvs. det pris som kunden är beredd att betala för erbjudandet. Det slutliga priset beror på flera variabler som bland annat konkurrenssituationen.

En produkt eller tjänst fyller många typer av behov. En tjänst funktionella värde är beroende av dess förmåga att svara på problem och utmaningar som en kund har och uppfylla ett funktionellt behov. Förutom att bruksvärde utgörs av funktionella målsättningar är det vanligt i konsumentsammanhang att målsättningarna är sociala, fysiologiska och estetiska. Exempel på sådana faktorer kan vara: märke, status, användarvänlighet, egenskaper, design, besparing, nyhetsvärde, riskhantering och pris. Bruksvärdet är en subjektiv storhet, där värdet baserar sig på den individuella upplevelsen av hur produkten eller tjänsten svarar på användarens behov. Det betyder att samma tjänst har olika värden beroende på användare. Ju bättre ett företag lyckas svara på en kunds behov, desto värdefullare är företagets erbjudanden för kunden. Genom att förbättra förhållandet mellan den upplevda kundnyttan och produktpriset ökar den upplevda mervärdet för erbjudandet. Detta sker genom att endera sänka priset på erbjudandet eller genom att öka den upplevda nyttan. (Jääskeläinen & Töytäri, 2023; Merviö, 2020)

3.2 Business Model Canvas

Business model canvas (BMC) är ett affärsutvecklingsverktyg (figur 2) som Alexander Osterwalder skapat. Osterwalder är författare, föreläsare och rådgivare med fokus på innovativa affärmodellering, strategisk styrning och Innovation management. En affärsmodell finns till för att beskriva grunden för hur man lönsamt skapar och levererar kundvärde. Osterwalder liknar BMC vid en teater där skenen representerar kundsegment, kundrelationer, kanaler och intäktsflöden. Allt som sker på scenen är synligt för omvärlden. Backstage på en teater är i denna affärsmodell nyckelaktiviteter, nyckelparters, nyckelresurser och kostnadsstruktur. Allt som pågår backstage påverkar direkt vad som syns på scenen. För att det som sker på scenen skall vara möjligt behöver beskrivningarna backstage vara tydliga vad gäller vad som behöver finnas och fungera. Själva showen utgör av värdeerbjudandet, som i BMC finns i mitten av modellen.

BMCs syfte är att skapa möjligheter att förbättra affärsmodellen. Modellen innehåller nio centrala byggstenar som skall finnas till hjälp för att visa logiken bakom hur man planerar att skapa lönsamhet genom ett värdeerbjudande. (Dynehäll & Ståhlberg, 2014; Osterwalder & Pigneur, Business Model Generation: En handbok för visionärer, banbrytare och utmanare, 2013).

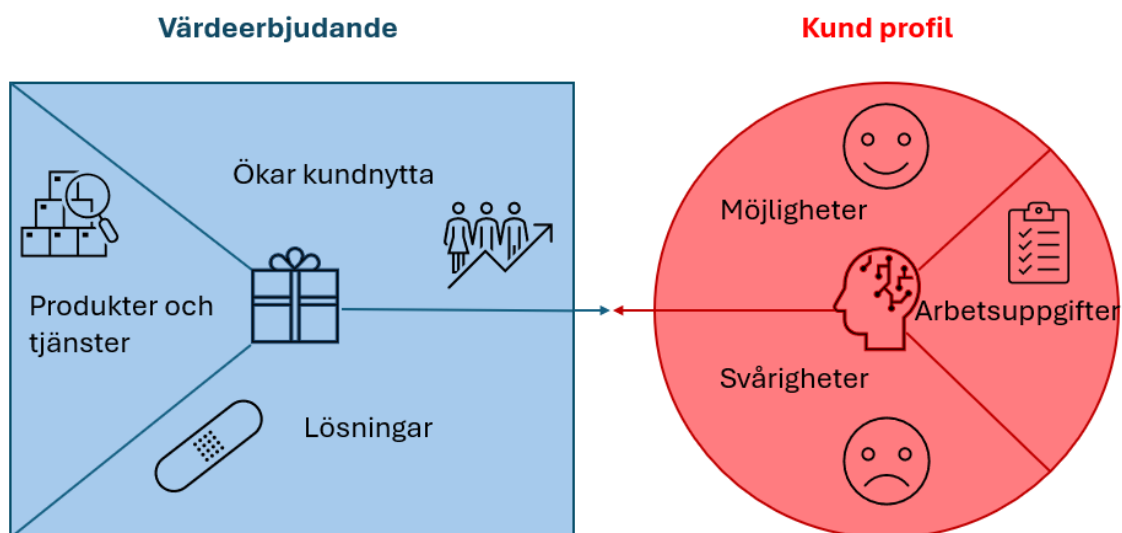


Figur 2. Affärsutvecklingsverktyg av Alexander Osterwalder. (Speedledger AB, u.d.)

3.2.1 Kundsegment

Första byggstenen i BMC utgörs av kundsegment. Frågan som denna byggsten vill få svar på är: - för vem skapar vi värde? Kunderna är och förblir verksamhetens kärna, utan lönsamma kunder överlever ingen affärsverksamhet. För att kunna etablera och upprätthålla lojala kundrelationer behöver entreprenören få en djup förståelse för sina kunder. En viktig del i att urskilja kunderna är att dela upp kunderna i olika grupper eller segment. För att tydliggöra målgruppen behöver man kunna svara på frågorna vem produkten eller tjänsten riktar sig till och varför. Målgruppen behöver vara så känd att kundernas förutsättningar, behov, utmaningar, miljö och vardag är kända. En verksamhet kan rikta sig till flera segment, men som entreprenör är det viktigt att ta strategiska beslut om vilka segment man tänker rikta sig till. det betyder inte att man vill exkludera potentiella kunder genom att välja ett visst segment, utan snarare att hitta en väg in på marknaden och ett sätt att positionera sig. Genom att välja att nischa sig in på ett visst segment undviks onödig tid- och resursslöseri, för entreprenören och såväl för potentiella kunder. När kundsegment är tydliga är det enklare att utforma affärsmodeller som anpassas efter deras specifika behov och de i sin tur ökar chansen att ett erbjudande blir efterfrågat. Val av segment handlar om att som entreprenör kunna erbjuda tjänster som får stor betydelse för en tydligt definierad kundgrupp med specifikt definierade behov. (Qualitym Ab, u.d.;

Dynehäll & Ståhlberg, 2014; Osterwalder & Pigneur, Business Model Generation: En handbok för visionärer, banbrytare och utmanare, 2013).



Figur 3. Värdeerbjudande i BMC.

3.2.2 Värdeerbjudande

Den andra byggstenen i BMC är värdeerbjudande och består av värdet som varan eller tjänsten skapar åt ett vist segment. Värdeerbjudandet ser till att lösa ett specifikt problem eller fyller ett behov som målgruppen har. Att nå ut till kunderna med ett värdeerbjudande är inte alldeles enkelt. Utmaningar kan ligga i att koppla ihop specifika behov och utmaningar med ett vist erbjudande och lösning. Fokus ligger ofta för mycket på tjänsten och dess särdrag när entreprenörer i stället borde fundera på hur de skapar ett värdeerbjudande åt sina kunder, dvs. på vilket sätt tjänsten löser problemen eller tillfredsställer behoven. Första steget till ett värdeerbjudande är att förstå på vilket sätt värde skapas. Genom att samla information om segmentet och dess behov på ett tydligt sätt blir värdeskapandeprocessen enklare och effektivare. Inom redovisningen betyder det att bland annat känna till och förstå kundens bransch och dess särdrag. Den viktiga kunskapen och förståelsen för våra kunder hittar man inte från offentliga källor, utan behöver få den av kunden själv. Detta gör man genom att visa intresse och lyssna in vad kunden har att berätta om sin verksamhet. Genom att lyssna på kunderna kan bokföraren plockat ut väsentlig information som hjälper denne att veta på vilket sätt det lönar sig att kommunicera med kunden, hantera dataöverföring, vilka aspekter i kundens verksamhet som behöver extra uppsyn, samt tjänster som kunden skulle kunna vara intresserad av nu och i framtiden. Resultatet blir lönsammare affärsmodeller som svarar på kundernas

specifika behov och utmaningar. (Suomen Talushallintoliitto ry, 2024; Osterwalder, Pigneur, Bernarda, & Smith, 2024; Dynehäll & Ståhlberg, 2014).

Värdeskapande verktyget som figur 3 hjälper att tydliggöra och säkerställa relationen mellan olika specifika utmaningar och problem med anpassade erbjudanden och lösningar. Den röda cirkeln representerar kundens behov. Vilka arbeten som kunden behöver få uträttade, värden och utmaningar. Naturligt för att kunna svara och fylla i dessa delar behöver man känna sitt segment. Vilka värden och utmaningar dom ställs inför och på vilket sätt värdeerbjudandet svarar på dem. Högersidan av verktyget är till för observation och att stämma av med segmentet i viktiga frågor. Den blåa fyrkanten presenterar produkter och tjänster, som löser problem och skapar värde. Vänstersidan utgår från informationen som kartlagts i den högra cirkeln. Erbjudanden svarar på så sätt till de behov och utmaningar eller problem som segmentet upplever. Värdeerbjudandet ger kunden ett paket av fördelar. (Osterwalder, Pigneur, Bernarda, & Smith, 2024; Dynehäll & Ståhlberg, 2014).

Inom redovisningsbranschen finns det kunder från olika segment. Kunder från alla tänkbara branscher och alla har de gemensamt att de är enligt lag skyldiga att föra bok över sin företagsverksamhet. För många företag är ekonomiförvaltning ett svårt kapitel och något de behöver lämna åt en sakkunnig, dvs. bokförare. Andra svårigheter kan vara allt från att läsa och förstå rapporter till att förstå sig på ERP (Enterprise Resource Planning) system. Redovisningsbyråns uppgift för att kunna erbjuda ett värdeerbjudande är att lära känna sin kund, sitt segment. I den röda cirkeln listas kundens alla arbetsmoment, utmaningar och möjligheter som hör till affärsverksamheten, medan i den vänstra blåa fyrkanten skall dessa besvaras på ett sätt som ger segmentet/kunden mervärde. (Osterwalder & Pigneur, Business Model Generation: En handbok för visionärer, banbrytare och utmanare, 2013).

I detta fall skulle det exempelvis kunna vara att en kund från byggbranschen har en bokförare som förstår sig på branschens särdrag som t.ex. omvänd moms och delintäktsföring, möjliggöra dataverktyg och ERP-system som stöder projektarbetens styrning och uppföljning genom integration, samt förståelse och kompetens för branschen viktiga nyckeltal och branschsnitt. En förutsättning för en högklassig bokföring är en bokföraren som känner kunden och dennes affärsverksamhet, samt har en god växelverkan och relation som är byggd på förtroende. Grundbehovet är att få bokföringen skött, men

genom att erbjuda branschspecifika lösningar och kunnande är det både mera användarvänligt och effektivt och skapar ett värdeerbjudande som gynnar företagets affärsverksamhet. (Suomen Talushallintoliitto ry, 2024).

3.2.3 Distribution

Tredje byggstenen är olika kanaler. Värdeerbjudandet omfattas av många delar och distribution är en av dem. Distribution handlar om olika sätt ett företag eller entreprenör väljer att kommunicera på för att nå ut till sitt segment med sitt värdeerbjudande. För att samspelet med kunderna skall fungera och löpa smärtfritt behövs bra kommunikations-, distributions- och försäljningskanaler. Genom kanalerna skapar och upprätthåller företaget kontakten med sina kunder. Företagets val av kanaler och sätt att kommunicera är avgörande för hur kunderna uppfattar dem. Målsättningen med kommunikationen via kanalerna är att öka kundernas vetskap om företagets tjänster, hjälpa kunderna att bedöma värdeerbjudandet, göra det enkelt för kunderna att konsumera en produkt eller tjänst, leverera ett värdeerbjudande och finnas till för kunderna i form av support efter ett köp. (Osterwalder & Pigneur, Business Model Generation: En handbok för visionärer, banbrytare och utmanare, 2013; Dynehäll & Ståhlberg, 2014).

Ett sådant exempel lyfts upp i en artikel skriven av Olli Manninen (2019) i Taloushallintoliittos webbsida "Kasvua asiakkuuden ehdoilla", där bokföringsbyråns flexibilitet och lyhördhet för företagskunden Dometal Oy styrkt samarbetet och effektiviteten tack vare god distribution och integration. Genom att företaget valde att integrera ekonomiförvaltningen i deras ERP-verksamhetsstyrningssystem, så kan företaget utnyttja information mer effektivt och transparent då data matas in i realtid och utifrån det skapa faktabaserade rapporter och framtida prognoser som stöd för beslutsfattandet i verksamheten. (Manninen, 2019).

3.2.4 Kundrelationer

Kundrelationer utgör den fjärde byggstenen. Dessa relationer är etablerade med ett specifikt segment och upprätthålls personligen eller automatiskt. På vilket sätt ett företag attraherar och behåller dem påverkar försäljningen. Man kan skilja på flera olika kundrelationer som kan finnas samtidigt. Det kan handla om personlig hjälp, där relationen bygger på en mänsklig kontakt under köpprocessen eller efter avslutat köp i form av

betjäning i fysisk butik, via en telefontjänst eller på något annat sätt. Exklusiv personlig hjälp innebär att kunden har en personlig relation med en specifik kontaktperson på företaget. Självbetjäning tillhandahåller inga direkta relationer med konsumenten utan i stället erbjuder de verktyg som kunden behöver för att kunna betjäna sig själv. Andra relations former är bland annat automatiserade tjänster, nätforum och samskapande. (Dynehäll & Ståhlberg, 2014; Osterwalder & Pigneur, Business Model Generation: En handbok för visionärer, banbrytare och utmanare, 2013).

3.2.5 Intäkter

Den femte byggstenen består av intäktsflöden. Intäktsflöden består av de likvida medel som genereras av varje kundsegment. Prissättningsmodellerna kan variera beroende på intäktsflöde, som exempel: tjänst/service avtal, prenumerationsavgifter, försäljning av produkt eller leasing. Intäktsflöden kan ha olika prissättningsmekanismer, dessa mekanismer kan delas in i två olika kategorier: fasta- och dynamiska priser. Där fasta priser är på förhand bestämda priser, som baserar sig på statistiska variabler. Dynamiska priser går att förhandla och förändras beroende på marknadsförhållanden. (Dynehäll & Ståhlberg, 2014; Osterwalder & Pigneur, Business Model Generation: En handbok för visionärer, banbrytare och utmanare, 2013).

3.2.6 Nyckelresurser

Nyckelresurser är den sjätte byggstenen och består av avgörande delar i affärsmodellen för att värdeerbjudandet skall nå ut och positionera sig på marknaden, leverera till kunder och generera intäkter. Nyckelresurser dvs. tillgångar som en verksamhet behöver för att uppfylla värdeerbjudandet och alla andra aktiviteter som stöder erbjudandet varierar, men är exempelvis: personal, lokaler, maskiner och immateriella rättigheter. Nyckelresurserna inom bokföringsbranschen utgörs av personalen och ERP-systemen. Utan personalens kompetens saknas värdeerbjudandets kärna. Resurserna kan ägas av verksamheten eller via partnerskap. (Dynehäll & Ståhlberg, 2014; Osterwalder & Pigneur, Business Model Generation: En handbok för visionärer, banbrytare och utmanare, 2013).

3.2.7 Nyckelaktiviteter

Den sjunde byggstenen består av nyckelaktiviteter. Dessa aktiviteter är avgörande för att affärsmodellen skall fungera. Det kan handla om aktiviteter som försäljning, produktion och utveckling av produkter och tjänster. Nyckelaktiviteter varierar mellan affärsmodeller och kan kategoriseras på följande sätt: produktion, problemlösning och plattform/nätverk. Produktion innehåller aktiviteter som att designa, tillverka och leverera produkter i större mängd och /eller hög kvalitet. Nyckelaktiviteter som innehåller problemlösning består av att hitta nya lösningar på enskilda kunders problem. Inom redovisningen består nyckelaktiviteterna av att erbjuda tjänster som uppfyller lagstadgade krav, men som samtidigt gynnar den enskilda företagarens verksamhet. Andra viktiga aktiviteter är att stöda och utveckla företagets digitalisering och automatisering för att skapa mervärde i form av effektivare processer, öka användarvänligheten och minska mänskliga misstag. Tack vare ERP-system har det blivit enkelt att ta fram olika rapporter och räkna nyckeltal, som stöder verksamheten. (Dynehäll & Ståhlberg, 2014; Osterwalder & Pigneur, Business Model Generation: En handbok för visionärer, banbrytare och utmanare, 2013).

3.2.8 Nyckelpartnerskap

Åttonde byggstenen i BMCs affärsmodell handlar om viktiga partnerskap som är avgörande för affärsmodellen. Nyckelpartnerskap består av ett nätverk leverantörer och partners som får affärsmodellen att fungera. Företag ingår partnerskap av många olika orsaker. Företag bildar allianser för att säkerställa resurser, optimera sina affärsmodeller och minska risker. I många företag håller partnerskap på att bli en hörnsten och utgör en avgörande roll i affärsmodellen. Partnerskap kan skiljas i fyra olika kategorier: strategiska allianser mellan icke-konkurrenter, strategiska partnerskap med konkurrenter, samriskbolag vid utveckling av nya företag och relation mellan kund och leverantör, när det gäller till exempel fortlöpande leveranser. (Dynehäll & Ståhlberg, 2014; Osterwalder & Pigneur, Business Model Generation: En handbok för visionärer, banbrytare och utmanare, 2013).

3.2.9 Kostnadsstruktur

Den sista byggstenen i affärsmodellen behandlar kostnadsstrukturen och innefattar de huvudsakliga kostnaderna som uppstår i affärsmodellen. Kostnader uppstår i alla delar av ett företag. Genom att definiera nyckelresurser, nyckelaktiviteter och nyckelpartnerskap

kan dessa kostnader kartläggas och beräknas relativt enkelt. Man kan grovt kategorisera två olika kostnadsstrukturer i samband med affärsmodeller: kostnadsdrivna och värdedrivna. Kostnadsdrivna affärsmodeller strävar till att minska på kostnaderna där det är möjligt. En kostnadsdriven affärsmodell har värdeerbjudanden som låga priser och maximal automatisering. En värdedriven affärsmodell vill erbjuda och skapa exklusiva värdeerbjudande i form av bland annat långtgående personlig service där kostnadsmässiga konsekvenser inte spelar större roll. (Dynehäll & Ståhlberg, 2014; Osterwalder & Pigneur, Business Model Generation: En handbok för visionärer, banbrytare och utmanare, 2013).

4 Redovisningsbyråns branschkännedom

Att fungera som en konsult och ge råd som gynnar företagarens arbete och ekonomiska ställning är något som allt fler företagare värdesätter. En bokförare behöver ständigt hålla sig uppdaterad om nya lagar och regelverk, vilket betyder att en bokförare behöver ibland behärska branschspecifika särdrag. En redovisningsbyrå skall kunna förstå hurdana faktorer behöver uppmärksammas i ekonomiprocesserna för att lagstiftningens krav skall uppfyllas. Det är inte självklart att lagstiftningen för en specifik bransch är känd för bokföraren eller redovisningsbyrån. Ifall branschen regleras av lagstiftning och spetskompetens som bokföraren saknar och inte har möjlighet att komplettera, så behöver företagaren ha i åtanke att detta kan medföra en risk för affärsverksamheten. (Aallon Group Oyj, 2022; Kivioja, 2024).

4.1 Lagar och regleringar

En redovisningsbyrås bransch-kännedom kan granskas från flera olika synvinklar. Grovt kan man dela in bransch-kännedomen i fyra huvudkategorier. Den första kategorin granskar hur inkommen bokföraren är i branschens lagstadgade krav och bestämmelser. Många branscher har sina branschspecifika regleringar, som bokföraren behöver vara insatt i. Företagaren behöver säkra sig om att bokföringsbyrån känner till och är uppdaterade om aktuella lagar och förordningar. Bokföraren behöver kunna förklara faktorer i ekonomiförvaltningsprocesser som är nödvändiga för att lagstiftningens krav uppfylls. En indikator på att byrån är insatt i branschen är deras övriga kunder. Genom att begära kundreferenser kan man ta reda på andras erfarenheter. Generellt sköts ekonomiförvaltningen på ett säkert sätt, dock behöver man se upp för byråer som påstår att allt fungerar likadant. Om företagaren är medveten om att branschens styrs av lagar som påverkar de ekonomiska processerna kommer det troligen även att ha en inverkan på bokföringen. Därför bör den branschspecifika lagstiftningens betydelse inte förminskas. Redovisningsbyrå som inte beaktar branschspecifika särdrag orsakar onödiga affärsrisker för företagaren. (Aallon Group Oyj, 2022; Kivioja, 2024).

4.2 Affärsprocesser och dataverktyg

Den andra viktiga delområdet gäller hur smidighet i affärsverksamheten och de ekonomiska processerna underlättas av branschkunskeden. Genom att bokföraren känner till branschen och har förståelse för dess processer kan hen skapa handlingsmodeller som behövs för att öka användarvänligheten. Bokföraren förstår även branschspecifika orsakssamband vilket effektiviserar arbetet, då tid inte går åt till att analysera och att lära sig ny kunskap. Hurdana datasystem parterna använder och hur väl dataöverföringen fungerar kommer att ha stor betydelse för smidigheten. Ju mindre manuellt arbete och krångel med ERP-systemen, desto mer tid och pengar sparas. En bokförare som är insatt i branschen kan rådgiva och hjälpa företagaren att beakta specifika särdrag i ekonomiförvaltningen. En företagare behöver förstå att det är en betydande skillnad mellan att få bokföringen skött och att sköta den på ett effektivt och smart sätt. I bästa fall kan en bokförare granska företagets processer och belysa med nytt kunnande som gynnar företagets finansiella styrning. (Aallon Group Oyj, 2022; Evelia.fi, u.d.; Ecom Oy, 2024).

4.3 Allmän branschkunskeden

Det tredje delområdet rör den allmänna branschkunskeden. Den allmänna vetskapen ändrar nödvändigtvis inte på själva ekonomiprocesserna i sig, men ger mervärde i form av att bokföraren känner till de allmänna nyckeltalen och kan jämföra dessa med företagets data, rapporter och trender. Eftersom nyckeltalen är så relativa och skiljer sig avsevärt mellan branscher, så kan den allmänna branschkunskeden berätta vad talen och procentarna är i förhållande till branschens medeltal. På det sättet får uppdragsgivaren relevanta analyser och kundrådgivning som berättar för företagaren vart verksamheten är på väg. (Aallon Group Oyj, 2022; Evelia.fi, u.d.).

4.4 Riskhantering

Den fjärde delområdet behandlar förmågan att hantera branschspecifika risker. Förmågan att förstå och hantera risker specifikt för en bransch förutsätter att bokföraren har kompetens i de andra delområden. Då har bokföraren möjlighet att hjälpa företagaren att identifiera risker genom sitt handlande. Branschernas risker varierar och riskernas påverkan på affärsverksamheten varierar. Det centrala vid valet av redovisningsbyrå är att

säkerställa att bokföraren vet sin roll och vilken möjlighet hen har att påverka företagets riskhantering genom sitt arbete. Har man branschkunskaper är det även lättare med den kundkunskaper (KYC – know your customer) som krävs för att förhindra penningtvätt. Penningtvättslagen 444/2017 är till för att ”förhindra penningtvätt och finansiering av terrorism, att främja avslöjande och utredning av sådan verksamhet och att effektivisera spårning och återtagande av brottsvinningen.”. Kap 3 1§, behandlar kundkontroll och riskbaserad bedömning, som bokförare är man skyldig att känna till sina kunder och genom att ha branschkunskaper är det en form av riskhantering då man vet vilka områden i olika branscher som kan vara kritiska. (Aallon Group Oyj, 2022; Lag om förhindrande av penningtvätt och av finansiering av terrorism 444/2017, 2017).

4.5 Branschspecifik bokföring

Både (Aallon Group Oyj, 2022) och (Kivioja, 2024) är redovisningsbyråer som talar för branschbokföring och dess fördelar. Branschkunskaper inom redovisningen innebär att bokföraren känner till lagar och regleringar, affärssystem och processer, har en allmän branschkunskaper och kan hantera branschspecifika risker, och kan utifrån dessa använda för branschen lämpliga metoder, som gynnar affärsverksamheten. Då kan det handla om till exempel projekts intäktsföring, aktiveringar eller skattefrågor. I redovisningsbyråer med branschspecifik bokföring har man skapat skilda team som arbetar med ekonomiförvaltning för en viss bransch. Dessa bokförarens kundportfölj består i huvudsak av kunder från samma bransch, vilket innebär att de har specialkompetens om branschen i fråga och kan svara på aktuella förändringar och reformer som berör branschen ur ett beskattnings och ekonomiförvaltnings perspektiv. Branschspecifikt kunnande möjliggör även skraddarsydda rapporter som fungerar som stöd för ledningen. Rapporterna kan innehålla jämförelse mellan olika verksamhetsställen, specifika uppföljning av täckningsbidrag och centrala nyckeltal, som kan jämföras med olika företag inom branschen. Denna typ av information är värdefull för kunden och hjälper denne att se sin plats på marknaden. Nyckeltalen ger bland annat information om försäljningens utveckling eller om verksamhetens utveckling skiljer sig markant från övriga branschen. (Kivioja, 2024).

En bokförare som är insatt i branschen hen bokför åt kan lyfta fram för branschen viktiga egenskaper och fungera som stöd och bollplank åt kunden när beslut skall tas. Bokföraren

förstår och behärskar branschspecifika termer i affärsverksamheten. Branschbokföraren finns även till i andra ärenden som berör verksamheten, som till exempel i budgetering, skatteplanering och kassaflödesprognos. Ett sådant praktiskt exempel är apoteksbranschen. För att få sälja mediciner behöver apotek vara enskilda näringsidkare, vilket bl.a. betyder att apotekarens arbetsinkomst ingår i rörelseresultatet och beskattningen är hårdare än för aktiebolag. Dessutom räknas likvida medel på bankkontot bort när nettoförmögenheten fastställs för en enskild näringsidkare. Eftersom kapitalinkomsten bestäms utifrån nettoförmögenheten blir skatteplaneringen extra viktig. (Kostiainen, 2020; Tuomi & Jokitie, u.d.; Kivioja, 2024).

Ett företag som väljer en bokförare som är insatt i branschen kan förlita sig på att denne vet och känner till branschrelaterade utmaningar och särdrag. Med den vetskapen kan företagaren förlita sig på att bokföringen och beskattningen tåls att granskas av utomstående. Företagaren får stöd och aktuella tips som hjälper verksamheten och på det viset kan företagaren lämna ekonomiförvaltningen i goda händer och fokusera på affärsverksamheten. (Kivioja, 2024; Aallon Group Oyj, 2022).

5 Empirisk undersökning

I detta kapitel kommer den empiriska undersökningen att presenteras. Undersökningen bestod av en kvantitativ och kvalitativ del.

5.1 Tillvägagångssätt

För att kunna besvara forskningsfrågorna och uppnå syftet med undersökningen har både en kvalitativ och en kvantitativ metod använts i den empiriska delen. Den kvalitativa delen bestod av intervjuer av två olika respondenter från olika redovisningsbyråer. Den kvantitativa delen bestod av en elektronisk enkät som skickades ut till mikro-, små och medelstora företag i Jakobstadregionen.

5.1.1 Kvalitativ forskningsmetod

Den kvalitativa metoden bestod av intervjuer. Den kvalitativa metoden valdes för att redovisningsbyråerna skall kunna mera utförligt svara på frågor som gäller bokförarnas kunnande och branschbokföring. Möjlighet till följdfrågor och förtydligande var orsaken till att valet blev intervju framom enkät. Under en intervju kan respondenten ge djupare insikter och erfarenheter. Intervjun kan både användas som huvudmetod eller som hjälpmetod. I denna undersökning har undersökningen delats mellan företagare, som svarade på enkät och redovisningsbyråer som intervjuades. (Dalen, 2007).

I teoridelen behandlades flera redovisningsbyråer med stark koppling till branschbokföring (Aallon Group Oyj och Talenom Oyj), därför blev valet att undersöka redovisningsbyråer som inte lika tydligt eller överhuvudtaget lyfte branschbokföring på sina hemsidor. Före intervjutillfället skickades frågeställningarna till respondenterna. Intervjun var semistrukturerad med intervjufrågor som grund, men följdfrågor ställdes för att klargöra ytterligare.

5.1.2 Kvantitativ forskningsmetod

I den kvantitativa forskningen användes enkät som instrument för att samla in data. Målet med enkätundersökningen var att redogöra för hurudan syn företagaren har på branschspecifik bokföring – hur viktigt är det för företagaren att bokföraren är kompetent

och besitter branschspecifikt kunnande? Detta genomfördes genom att ställa tydliga frågor kring hur företagaren har ordnat bokföringen och vilka faktorer som är viktiga för dem. Målet med enkätundersökningen var även att urvalet skulle så långt som möjligt kunna representera företagare i sin helhet.

Den elektroniska enkäten skickades ut via e-post till ca 450 företagare i Österbotten, av dem svarade 66 stycken från varierande branscher och företagsstorlekar. Undersökningen använde sig av Ab Jakobstadsregionens Utvecklingsbolag Concordias öppna företagsregister.

5.2 Presentation av intervjufrågorna

Intervjufrågorna som ställdes i den kvalitativa delen av undersökningen hade som syfte att främst svara på forskningsfrågan:

- På vilket sätt säkerställer bokföringsbyrån bokförarens kunnande så att de gynnar företagaren?

Frågorna som ställdes var:

- Hur ser bokföringen ut hos er? Hur ser arbetsfördelningen ut?
- På vilket sätt säkerställer bokföringsbyrån bokförarens kunnande så att det gynnar företagaren?
- Hur viktigt anser ni att det är med branschbokföring?

5.3 Presentation av enkätfrågorna

Enkäten började med att kartlägga i vilken bransch respondenten verkar och hur stor affärsverksamheten är. Följande del tar reda på hur företaget har valt att ordna sin bokföring och varför. Den tredje delen behandlar branschbokföringen och vilken roll den har spelat i affärsverksamheten. Den sista frågan riktar sig till samtliga respondenter och lyder "finns det något som borde förbättras eller utvecklas gällande bokföringsservicen för att den skulle bättre svara på era behov?".

5.4 Reliabilitet, validitet och representativitet

En studie kan vara giltig på flera olika sätt. I forskningssammanhang vill man uppnå både reliabilitet, validitet och representativitet. Begreppet reliabilitet beskriver tillförlitligheten i undersökningen gällande datainsamling och analys utifrån slumpmässiga variationer. En undersökning är reliabel när den ger samma resultat vid olika tillfällen när omständigheterna i övrigt är likadana. Ett mätinstrument som ibland visar lite mer och ibland mindre är inte tillförlitligt (reliabel), inte heller en konkret fråga som i en viss situation ger ett svar och i en annan något avvikande. När personer intervjuas behöver man beakta om man frågar åsikter att det finns många faktorer som spelar in och påverkar respondentens svar. När man kontrollerar frågeställningar i en intervju eller enkät är det nödvändigt att fundera och fråga sig hur tillförlitliga de är. Ger en och samma frågeställningar som används på två eller flera respondenter liknande svar, eller om två olika intervjuare som använder samma frågeställningar får liknande svar? Genom att redogöra för hur arbetet utförts kan läsaren göra sin bedömning av tillvägagångssätten. För att hitta svagheter i undersökningen, datainsamlingen och analysen kan en utomstående granskare ge värdefulla insikter. Urvalet spelar en viktig roll för reliabiliteten i kvantitativa undersökningar, dvs. att respondenterna har blivit valda slumpmässigt ur populationen. I kvantitativa undersökningar är användningen av statistiska metoder i analysen centrala. (Höst, Regnell, & Runeson, 2006; Bell, 2006).

Validitet innebär att man verkligen mäter det man avser att mäta. Validitet är ett mera komplicerat begrepp och avser giltighet. Det är ett mått på om frågeställningen verkligen mäter och beskriver det man vill ha svar på, för att kunna ge trovärdiga slutsatser och forskningsresultatet ska utgöra ett starkt stöd för de tolkningar som görs. Ifall en frågeställning inte är reliabel, saknar den också validitet, men en hög reliabilitet betyder inte nödvändigtvis hög validitet. Ett sätt att öka validiteten i en studie är att undersöka samma objekt med olika metoder. I en mindre eller kortare projekt, där det inte är för avsikt att göra en strikt undersökning, så är det oftast inte nödvändigt att fördjupa sig i de tekniska aspekterna av validitet. I stället kan man fråga sig om en annan person skulle använda sig av ens eget instrument skulle komma till samma slutsats. Man kan även berätta för andra vad man försöker ta reda på och tillsammans med dem försöka ta reda på om de frågor man utarbetat kan fungera för att ge svar på forskningsfrågorna. Dessa metoder räcker inte

för att tillfredsställa vetenskapliga krav vid utarbetande av t.ex. ett test som kommer att användas på en stor grupp människor. (Bell, 2006; Höst, Regnell, & Runeson, 2006).

Hur representativt ett resultat är beror helt på urvalet. Med begreppet representativ menas om slutsatserna är generella. En kartläggning eller ett experiment kan bara i strikt mening endast generaliseras på den population eller grupp var undersökningen gjorts. En viktig faktor som avgör hur representativt ett resultat är beror på hur stort ett bortfall är eller om deltagare är endast från en viss kategori. Med bortfall avses del av populationen som inte deltagit i undersökningen. Exempel är fallstudie som inte går att generaliseras. En noggrann och tydlig beskrivning av den undersökta kontexten kan bidra till bättre representativitet. (Höst, Regnell, & Runeson, 2006).

6 Sammanfattning av den kvalitativa undersökningen

Företagen och respondenterna förblir anonyma, men detta kapitel presenterar deras kunskande och insyn i redovisningsbranschen för att säkerställa intervjumaterialets tillförlitlighet.

Bokföringsbyrå X är en byrå i Österbotten, men som även har flera kontor runtom i landet. X har lång erfarenhet och ett brett kunskande inom ekonomiförvaltning och andra administrativa områden. Respondenten på X fungerar som servicechef på bokföringssidan. Respondenten har över 10 års erfarenhet på bokföringsbyrå och 16 års erfarenhet som ekonomiansvarig inom byggnadsbranschen.

Bokföringsbyrå Y är en byrå med runt 30 anställda. Byrån har verkat länge och har två kontor i Österbotten. Y har bokförare och löneräknare med lång arbetserfarenhet, EBR- och PHT-examen. Respondenten är redovisningschef på byrån med en akademisk bakgrund som ekonomimagister och studerat redovisning, handels- och skatterätt. Respondenten har lång erfarenhet inom redovisningen och arbetat som lekmannarevisor i tiderna. Hen har även arbetat som sakkunnig inom momsfrågor.

6.1 Intervjun med bokföringsbyrå X

Hur ser bokföringen ut hos er? Hur ser arbetsfördelningen ut?

Alla X kunder har en egen kontaktperson och kontaktpersonens uppgift är att personligen ta hand om kundföretagets bokföring, bokslut och skatterådgivning.

Arbetet sköts ofta i mikroteam. X har en mikroteam modell för att kunna säkerställa en bra kvalitets- och servicenivå för kundarbetet. Teamet består av tre till fem personer med olika grader av kunskande och erfarenhet. Varje team har sin egen teamledare som ansvarar för att leda teamet. Teamledaren har mera erfarenhet av t.ex. olika system, kunder och hur uppläggen kan vara. Teamet har en kundlista som bokförarna i teamet delar på och har så stöd och hjälp av varandra. Medlemmarna i mikroteamet vikarierar varandra när t.ex. ordinarie bokföraren för en kund är på semester eller sjukskriven. Målet i mikroteamen är att det skall finnas två bokförare som sköter om större bolag.

En bransch som jord- och skogsbruk är centrerad på en till två bokförare, medan en bokförare som sköter affärsbokföring kan ha företagskunder från olika typer av branscher och bolagsformer, beroende på bokförarens kunskande och erfarenhet. Efterhand att bokförarens kunskande växer får hen ansvara för större bolag.

Större kunder har en nyckelkundsansvarig, som oftast är en servicechef. Servicechefen ansvarar för ca 10 nyckelkunder på bokföringssidan. Kunderna kan vända sig till servicechefen med frågor som berör bokföring, löneräkning eller övrig konsultation. På bokföringsbyrå X hålls årligen ett utvecklingsmöte med alla större kunder för att gå igenom företagets processer och eventuella förändringar som är på gång inom den närmaste framtiden, som exempel: generationsväxling, vd byte, större arbetsprojekt som är på gång eller annat som kunden vill behandla. Under sådana möten läggs riktlinjer upp och man bestämmer hur arbetsfördelningen kring olika projekt skall se ut, genom att t.ex. köpa mera bokföringstjänster under en kortare tid och på det viset har bokföraren även en bättre inblick i företaget. Kommande förändringar kan då tillsammans med företagaren planeras i god tid.

På vilket sätt säkerställer bokföringsbyrån bokförarens kunskande så att de gynnar företagaren?

X ordnar regelbundna skolningar för personalen. Skolningstillfällen ordnas på hösten och våren med utomstående föreläsare, som går igenom aktuella saker inom bokföring och beskattning. De som har EBR-examen deltar även i skattedagarna och får med sig därifrån de senaste nytt inom beskattning och bokföringslagstiftningen. Företaget brukar även anlita handelskammaren och deltar i deras skolningar för både bokförare och löneräknare. Företaget uppmanar även sina bokförare att avlägga EBR-examen när de har tillräckligt med arbetserfarenhet. X har även ett eget substansteam där de som har lång erfarenhet av bokföring och beskattning jobbar. Substansteamet ordnar också skolningstillfällen via teams för bokförarna och besöker även kontoret några gånger per år. Företaget har ett eget beskattningsteam som bokföraren kan anlita vid frågor som gäller beskattning och tillsammans med kunden fundera vidare vad som är bäst att göra i olika situationer. Bokföraren behöver inte känna till och ha svar på mera invecklade frågor, utan kan då vända sig till mera erfarna och experter som finns till förfogande.

Hur viktigt anser ni det är med branschbokföring?

X erbjuder sina tjänster till företag och samfund inom olika branscher. För vissa branscher har X byggt heltäckande branschlösningar, som företagen kan använda för att förbättra verksamhetsstyrning och ekonomiförvaltning. X anser att branschbokföring är viktigt. X har skapat anpassade branschlösningar för apotek, social- och hälsovårdssektorn, föreningar och organisationer, konst och kultur, stora produktionsföretag, jord- och skogsbruk, internationell verksamhet, transportbranschen, byggbransch och vvs, idrottsföreningar och fastighetsbranschen. Som exempel använder sig produktionsföretagen av ett heltäckande program i sin produktionsstyrning och alla bolag som använder sig av de programmet sköts av ett enskilt team. Även byggbranschen har sina egna program som är anpassade för branschen och via integration är de kopplade till bokföringsbyråns ekonomisystem.

6.2 Intervju med bokföringsbyrå Y

Hur ser bokföringen ut hos er? Hur ser arbetsfördelningen ut?

Organisationen består av drygt trettio personer, vd och tre avdelningar, som består av: bokföring, löneräkning och disponent/fastighetstjänster. Redovisningschefen på byrån ansvarar för kvaliteten. I praktiken innebär det att bokförarna skall kunna ställa frågor och få oklarheter utrett, samt att redovisningschefen ordnar månatliga skolningstillfällen där aktuella saker presenteras, som t.ex. nytt inom beskattning, rättsfall eller lagstiftning. Byrån är medlem i Ekonomiadministrationsförbundet i Finland. Redovisningschefen är huvudsaklig ansvarig för att bokföringsbyrån håller den kvalitet och krav som medlemskapet i förbundet kräver.

Kundunderlaget för en enskild bokförare varierar och hen ansvarar för sina egna kunder. Arbetsteam finns till för att säkerställa att kundens bokföring blir skött även om den egna bokföraren blir sjuk, men i övrigt sköter var och en sina egna kunder. De som har EBR-examen ansvarar för större och mer utmanande kunder, medan en ny utexaminerad inom ekonomiförvaltning har stöd av en handledare som granskar arbetet. Som ny bokförare arbetar man mera som en assistent till en erfaren bokförare och kan behöva arbeta upp till tre år innan man besitter kunskap för att självständigt kunna arbeta som bokförare. Vid behov finns handledaren med på bokförarens kundmöten

Byrån har valt att köra med i huvudsak två olika redovisningsprogram och väljer att erbjuda tjänster åt kunder som långt arbetar likadant. En del andra program som går att integrera med deras valda program är dock inget hinder för att avtal skall kunna skrivas mellan parterna. Detta för att kunna behålla en hög standard och kvalitet på arbetet, samt att kostnaderna för kunden håll nere då arbetet är effektivare.

På vilket sätt säkerställer bokföringsbyrån bokförarens kunnande så att de gynnar företagaren?

Redovisningschefen som ansvarar för kvaliteten, ansvarar även för att informera och ge skolningar på aktuella samt önskade teman, detta görs varje månad. När nya anvisningar kommer på t.ex. skatteförvaltningens sidor vidarebefordras denna information till bokförarna. De som har EBR-examen går även årligen på skolningar och kurser och ibland ordnas även distanskurser. Övriga bokförare får även delta i skolningar och får då presentera materialet åt övriga.

En bokförare behöver få stöd när det behövs. Även de som länge varit inom branschen behöver ibland ett bollplank. Vid svårare fall som exempelvis en generationsväxling eller försäljning av företag så är det sällan en bokförare som skulle på egen hand sköta fallet utan i stället deltar flera experter i mötet t.ex. redovisningschef, expert inom juridik och vd. Det ligger i bokföringsbyråns intresse att bokföringen sköts korrekt, för att undvika onödiga misstag och skadestånd.

Hur viktigt anser ni det är med branschbokföring?

Bransch-kunnande är enormt viktigt för att säkerställa en trygg och riktig bokföring åt kunden. Byråns kundunderlag representeras av allt från enmansföretag till små och medelstora företag inom de flesta branscherna. Byrån har inte valt att dela samma bransch på enskilda bokförare, utan i stället dela dem på bokförare med rätt kompetens och erfarenhet. Byrån anser inte att en branschspecifik bokföring nödvändigtvis tryggar bokföringen om bokförare ändå inte klarar av att hantera branschspecifikt kunnande. Enligt personlig kommunikation kan bilbranschen fungera som exempel där importerade tyska personbilar med moms förändrades av finska bokförare till marginalbeskattning med den påföljden att flera bilföretag fick sexsiffriga belopp på momsen i samband med granskning och dessutom gick de miste om momsdelens på 19% i Tyskland pga felfakturering, detta

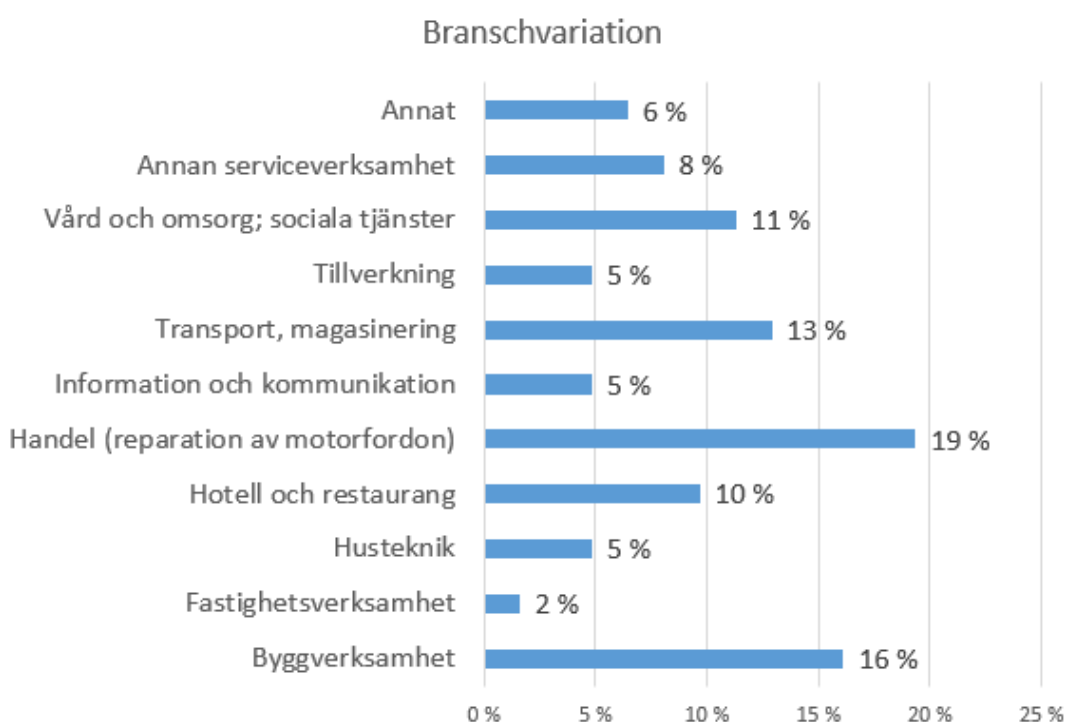
trots påstådd branschexpertis, från skattebyråns info-tillfälle som respondenten för Y hade deltagit i. (Redovisningschef, 2024).

Specialbranscher, som t.ex. renskötsel, pälsfarm eller växthusbranscher kräver mera specialkunnande. En del av dessa mera nischade branscher kräver expertis för att trygga att ekonomiförvaltningen blir rätt gjord. Enligt bokföringsbyrå Y skulle de klara av att sköta bokföringen för de flesta branscher genom att bekanta sig med den specifika branschens särdrag. Bokföringsbyråer som är mindre och inte hör till ekonomiförvaltningsförbundet har inte samma resurser att ta an kunder från ett brett spektrum, som en större bokföringsbyrå har.

Eftersom de lokala kunderna är inom alla möjliga branscher, så är det inte heller praktiskt möjligt att ordna bokföringen så att ett helt team skulle enbart ha kunder från en bransch. Däremot gäller det inte specialbranscher som behöver spetskunnande, som t.ex. pälsnäringen den är koncentrerad på samma ställe.

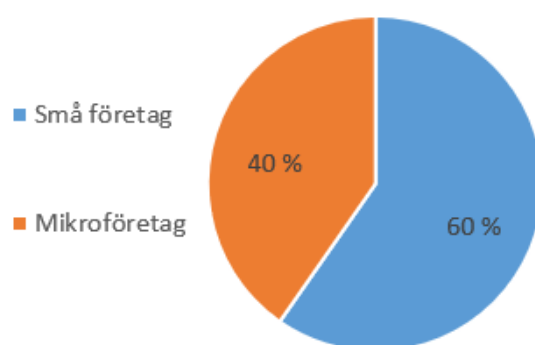
7 Sammanfattning av den kvantitativa undersökningen

Företagare som valt att svara på enkäten är från varierande branscher (figur 4), men flest svar har ändå kommit från byggbranschen, handeln, transport och magasineringen. Av ca 450 utskickade enkäter har 66 valt att svara. Av de 66 var det fyra företag (6%) som hörde till medelstora företag. Eftersom fördelningen mellan affärsverksamhetens storlek blev ojämn och procenten för medelstora företag inte skulle presentera tillförlitliga data bortvaldes den ur undersökningen och övriga data omarbetades.



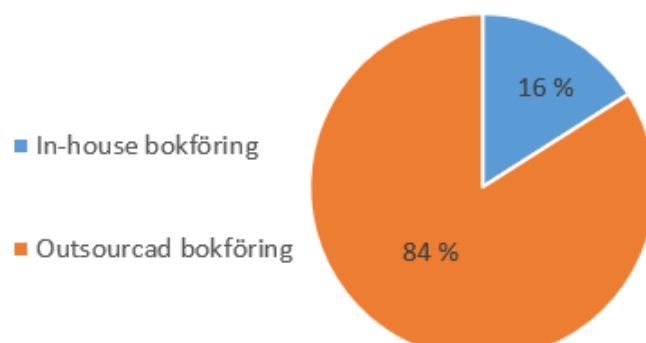
Figur 4. Resultat på fråga 1 i enkäten.

Antalet svar som kommit in från byggbranschen var 16% (10), handeln 19% (12) och transport och magasinering 13% (8). I undersökningen bestod 40% (25) av mikroföretag och 60% (37) av små företag (figur 2).



Figur 5. Resultat på fråga 2 i enkäten.

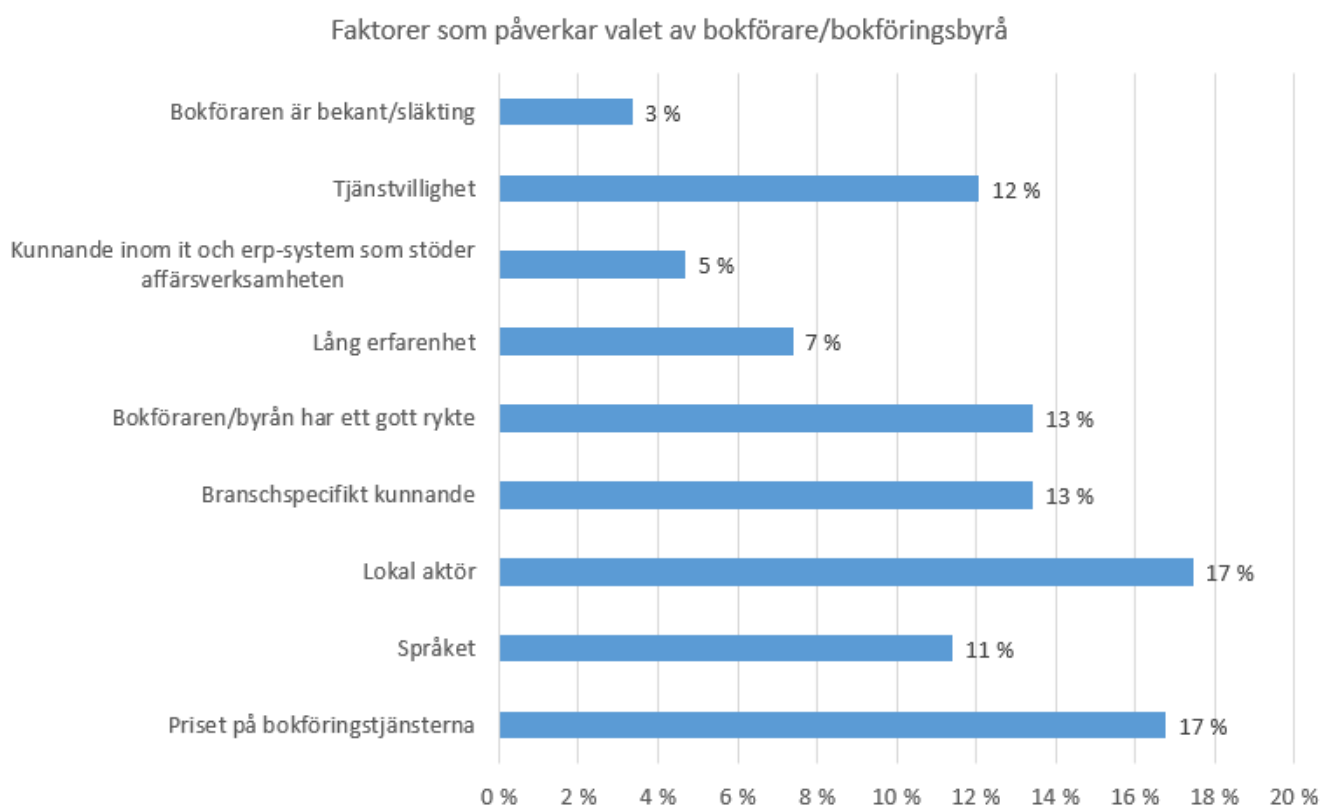
Företag som hade ordnat bokföringen in-house bestod av 16%, medan övriga 84% hade outsourcat sin bokföring (figur 6). Av dessa 16% som hade valt att sköta bokföringen själv bestod 80% av mikroföretag, från varierande branscher och främsta orsakerna till valet att själv sköta sin bokföring var för att ha bättre kontroll, styra upp och ha bättre översikt, samt att det är för dyrt med bokföringsbyrå enligt respondenterna. En respondent från jord- och skogsbruk, samt byggbranschen hade motiverat in-house bokföringen med upprätthållande av branschspecifikt kunnande. De som själva har hand om bokföringen hade bland annat kommenterat på sista fråga "finns det något som borde förbättras eller utvecklas gällande bokföringsservicen för att den bättre skulle svara på era behov?": "Branschspecifikt kunnande", "Grundavgifterna är för dyra, om man har lite verifikat per månad blir det enligt mitt tycke onödigt dyrt för saker man kan sköta själv om man ids lägga sig i sakerna själv." och "Priset på alla bokföringstjänster håller på att bli höga så jag som microföretagare borde man lära sig bokföring så man kan sköta bokföringen själv osv..!".



Figur 6. Resultat på fråga 3 i enkäten.

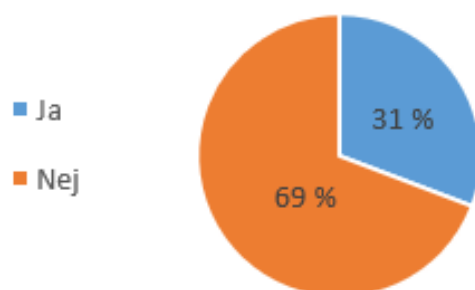
Faktorer som påverkar valet av bokföringsbyrå/bokförare för företagare med outsourcad bokföring är många. Enligt undersökningen är det två faktorer som är viktiga och många gånger avgörande: att bokföringsbyrån är en lokal aktör 17% (26) samt bokföringstjänstens prissättning 17% (25). Andra faktorer som även spelar en viktig roll vid valet av bokföringsbyrå är att bokföraren/byrån har ett gott rykte 13% (20) och besitter branschspecifikt kunnande 13% (20). För 11% (17) var språket högt prioriterat och 12% (18) av respondenterna hade valt tjänstvillighet som en viktig faktor. Faktorer som inte var lika avgörande var kunnande inom it och ERP-system med 5% (7) och det var inte heller avgörande att bokföraren besitter lång erfarenhet 7% (11). 3% (5) hade valt sin

bokförare/byrå på grund av kontakter. Andra viktiga aspekt för en respondent var "noggrannhet" och för en annan "kunskap om moms, skattefrågor, avdrag, arv, rådgivning".



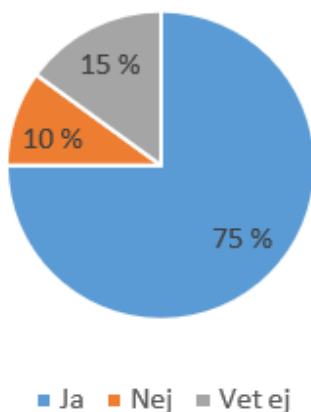
Figur 7. Resultat på fråga 5 i enkäten.

Beaktades branschspecifikt kunnande och erfarenhet valet av bokförare/byrå?



Figur 8. Resultat på fråga 6 i enkäten.

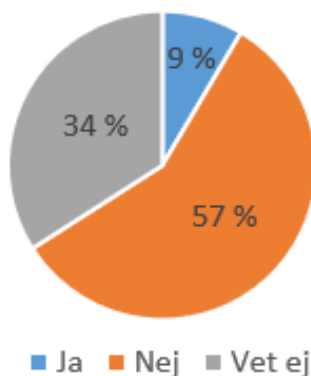
Har bokförarens branschkompetens gett er mervärde?



Figur 9. Resultat på fråga 7 i enkäten.

Majoriteten (69%) beaktade inte branschspecifikt kunnande vid valet av bokförare. De som hade valt en branschkundig bokförare (31%) kom från olika branscher. Av dessa 75% som anser att bokförarens branschkompetens har gett dem mervärde har 20% inte beaktat branschkompetensen vid valet av bokförare. De har bland annat kommenterat "vi verkar i en specialbransch som kräver att bokföraren tar reda på en hel del om kunskapen inte finns från tidigare", "har varit vår bokförare över 20 år med omfattande kunskap om bokföring" och "veterinärtjänster, häst ägande har en del specifika regler och en bokförare som kan detta är värt att ha". De som svarade jakande på frågan om de beaktade vid valet av bokförare dennes branschkompetens kommenterade "Har kunnande inom fakturering, löner, skatter, allt nytt som kommer", "Bokföraren vet själv att i vilket konto vilken sak skall bokas", "Ekonomisk planering", "Hen svarar på allt", "De har inte behövt använda så mycket av min tid till frågor för att förstå utgifter som kommer på företaget" och "Lättare att kunna svara på frågor t.ex. skatteverket mm. ifylla olika förfrågningar/tillstånd m.m.". I samtliga fall har resultatet utgjorts av respondenter från varierande branscher.

Om företagaren inte valt bokförare med
branschspecifikt kunnande har detta påverkat er
verksamheten på ett märkbart sätt?



Figur 10. Resultat på fråga 9 i enkäten.

Lite över hälften som inte medvetet valt bokförare med branschspecifikt kunnande har heller inte upplevt att detta påverkat deras verksamhet. Detta betyder ju inte per automatik att deras bokförare inte skulle besitta branschspecifikt kunnande, utan snarare att företagaren inte är insatt i bokförarens kunnande. Respondenter som inte har en aning utgör 34% av respondenterna, vilket antyder på att de inte är så insatta i vilken kunskap bokföraren besitter och hur denna kunskap kan göra skillnad på ekonomiförvaltningen. Av dem som svarade ja på frågan har kommenterat: "Jag hade innan en bokförare som inte kunde branschen och det var jobbigt för att så mycket arbetstid gick åt till att förklara företagets verksamhet och kostnader" och "Då skulle jag nog behövt hålla reda på mycket själv".

Sista frågan i enkätundersökningen lyder: "Finns det något som borde förbättras eller utvecklas gällande bokföringsservicen för att den bättre skulle svara på era behov?". 58% (38) svarade att de inte saknar någon förbättring eller utveckling. 9% (6) var osäker och kunde inte svara. Övriga som svarade på frågan listas nedan:

7.1 Branschspecifikt kunnande

Respondenter som önskade mer branschspecifikt kunnande av bokföringsservicen svarade så här:

- "Vi skulle gärna se att vi skulle aktivt få mera råd och tips, samt ännu mer kännedom om vår bransch."

- "Branschspecifikt kunnande."
- "Hittills har bokföringsbyrån valt bokförare åt oss och i nuläge vet jag inte hur det ligger till med branschkunnskap, men det är önskvärt att bokföraren har det så att kontosättning och förståelse för händelser blir bra."
- "Vi är mycket nöjda med vår bokföringsbyrå i dag, men gärna kunde de ha mera kunskap om vårt område."
- "Kunnande om branschen. Men vår bokföringsbyrå är nog villig att läsa på och ta reda på ifall kunskap saknas. Vi är rätt nöjda."

7.2 Växelverkan och konsultation

De som önskade mera växelverkan med bokföraren kommenterade följande:

- "Mera kontakt."
- "När man anlitar en "specialist" i detta fall bokförare, borde man kunna lita på att så snabbt något avvikande uppstår, att hen i dessa fall genast tar kontakt. Det är ju därför man har en bokförare. Men tyvärr tycks det allt oftare vara så att bokföraren "bara" gör sitt jobb, fyller i siffror på rätta ställen och inte informerar kunden om vartåt t.ex. resultatet pekar."
- "Bokföringsbyrån skulle informera om det är något som företagaren behöver göra specifikt i olika situationer så det skulle gynna företagaren!"

7.3 Värdeerbjudande

Respondenter som önskade mer än vad man som företagare är tvungen att ordna. Även faktorer som skulle vara till stöd i verksamheten, kommenterade:

- "Att byråerna skulle "sälja" in sina tjänster genom att komma till vårt kontor för att gå igenom de månatliga siffrorna och försöka förbättra företagets lönsamhet osv. Jag vet att man kan få hjälp med sådant om man tar kontakt. Men det är en sak som man inte gör förrän man riktigt har akut behov. Så bara som ett tips åt bokföringsbyråerna att bli bättre på att sälja in sina tjänster som är utöver det man som kund "måste" köpa."
- "Internationell bokföringssystem som möjliggör att man kan koppla till ERP/Pos system."

- "Ehkä joku sähköinen ohjelma, jolla voi lähettää laskut ja tositteet suoraan kirjanpitäjälle."
- "Att olika dataprogram kan kommunicera."
- "Integrering mellan olika program för beräkning/bokföring/tidsuppföljning/CRM."

7.4 Kostnadsfråga

Av tidigare påståenden i enkätundersökningen blev bokföringstjänsternas kostnadsfrågan en klar orsak. Några respondenter har även valt att kommentera saken mer:

- "Lägre pris!"
- "I vårt fall inte förutom att bokföringsavgifterna har blivit för dyra, inkomsterna minskar och utgifterna ökar!"
- "Grundavgifterna får ej vara för dyra, om man har lite verifikat per månad blir det enligt mitt tycke onödigt dyrt för saker man kan sköta själv om man ids lägga sig i sakerna själv."

7.5 Missnöjdhet och förbättringsmöjligheter

Andra områden som respondenterna ville lyfta fram och önskade förbättring på var:

- "Otaliga byten av bokförare gör det svårare att få ut viktig information från bokföring, Detta fast det är samma bokföringsfirma."
- "Efter coronapandemin när det blev populärt med att jobba hemifrån märker jag att det har blivit mycket mera slarvfel samt svårt att få tag på folk på bokföringsbyrå."
- "Bra om månadsrapporten kom snabbare."
- "Flexibel ex halvårsrapportering vid säsongsverksamhet."
- "Mer specifik bokföring skulle ge bättre rapporter. Men inget som skulle påverka vår verksamhet nämnvärt."
- "Bättre samarbete mellan bokförarna och de "andra" anställda."
- "Vore bra om de kunde informera om olika alternativ på hur vissa saker kan bokföras."

7.6 Andra kommentarer

Dessa två kommentarer belyser företagets olika behov och orsak till eventuellt missnöje. Om bokföraren inte är insatt i verksamheten/ekonomiförvaltningen mer än sin kund, ger bokföringsservicen inte det mervärde som kunden skulle behöva.

- "Finns säkert saker som kan förbättras men då går vi in på individers kunnande. Det svårt att säga något om "bokförare" generellt. De som bokför skall kunna mer än en själv, annars är det ingen idé."
- "Behovet beror mycket på eget kunnande. Jag är ekonom, så behöver bara bokföring, men åt någon annan är saken en kanske lite annorlunda."

8 Diskussion och slutsatser

I detta kapitel analyseras och förs en diskussion mellan teori och empiri. Forskningsresultatet presenteras och arbetet sammanfattas. Forskningsfrågorna som undersökningen skulle svara på var:

- Hur viktigt är det att bokföraren känner till kundens bransch och behärskar branschspecifik spetskompetens?
- Ger det mervärde åt företaget om bokföraren känner till branschen och i vilka fall skulle branschspecifik kompetens spela en viktig roll?
- På vilket sätt säkerställer bokföringsbyrå bokförarens kunnande så att de gynnar företagaren?

8.1 Analys av enkätundersökningen

Av majoriteten (84%) som hade valt att outsourca sin bokföring var viktigaste faktorerna att bokföringsbyrå var lokal och förmånlig. Speciellt för mikroföretag påverkar bokföringskostnaderna, då verksamheten är liten och verifikationen få. På tredje delade plats som påverkade valet av bokföringsbyrå var byråns/bokförarens goda rykte och branschkompetens, vilket ändå visar på att företagen förstår vikten av att ha en kompetent bokförare. Ändå svarar majoriteten 69% att de inte beaktade branschspecifikt kunnande vid valet av bokförare/byrå och av dem upplever 57% att de inte påverkat deras verksamhet på ett märkbart sätt medan 34% av dem inte vet om det haft någon påverkan. Av dem som valt bokförare med rätt kompetens har majoriteten upplevt att det gett företaget mervärde.

Av denna enkätundersökning kan konstateras att bokförarens bransch-kunnande är viktig för företagaren, men i de flesta fallen inte den avgörande faktorn vid val av bokföringsbyrå. 31% av respondenterna hade beaktat bransch-kunnandet vid valet av bokförare. Orsaken varierade från att företagaren verkade i en specialbransch till att företagaren hade dåliga erfarenheter av en tidigare bokförare som inte hade förståelse för branschen. Mervärde för kunderna var bland annat att bokföraren kände till branschen och allt nytt som kommer, att bokföraren kan svara på kundens frågor och ekonomisk planering.

Av enkätundersökningen kan man se att företagarnas behov och önsknings varierar. Många önskar av sin bokförare mera branschkunande och individuella värdeerbjudanden, medan för en stor procent är kostnaderna för bokföringstjänsterna avgörande.

Vid valet av en bokförare borde det ligga i företagarens intresse att ta reda på vilken kompetens hen har och vilken typ av expertis som finns i redovisningsbyrån. Som företagare behöver man vara insatt så pass mycket i sin egen bransch att man vet vad lagen säger och vilka regleringar som finns. Sedan är det upp till bokföraren att kunna sköta bokföringen enligt ramverket. Om man som företagare vet att det finns specialbestämmelser och särdrag som skiljer sig från många andra branscher är det ännu viktigare att välja bokförare med omsorg. De fördelar som en branschkundig bokförare har enligt teorin är många och som även bestyrks av respondenterna i den kvalitativa undersökningen.

Företagaren behöver komma ihåg att enligt lag är det i sista hand företagaren som bär ansvaret för att bokföringen sköts korrekt. Det betyder inte att bokföraren har ryggen helt fri, utan bär även på ett ansvar. Den vetskapen borde dock få företagaren att inte bara välja den billigaste bokföraren utan att ha tagit reda på vem hen är på väg att anlita. Ett enkelt sätt är att fråga efter referenser eller vad revisorn har att säga om byrån.

En företagare bör även ha i åtanke att en branschkundig och erfaren bokförare kan styra upp och göra beslut inom redovisningen som gynnar affärsverksamheten. En bokförare kan även fungera som konsult och hjälpa företag att ta beslut och rådgiva i olika ekonomiska situationer. Av undersökningen kan avläsas att en del inte kunde svara på varken om bokförarens kunnande påverkat verksamheten positivt eller negativt. Här skulle bokföringsbyråerna genom att bättre och i rätt kanaler kommunicera sitt värdeförslag upplysa företagen om kundnyttan som finns i att investera i kunnig ekonomiförvaltning och på det viset öka kundvärdet. All denna extra service och expertis är förstås inte gratis, men kan ha en avgörande inverkan på affärsverksamhetens mående och framtid. Av undersökningen kan man läsa att många företag önskar mera rådgivning och kontakt med bokföraren, vilket bokföringsbyråerna erbjuder mot ersättning. Eftersom bokföringskostnaderna är en avgörande faktor för många små- och mikroföretag, så är en del inte heller villiga att investera i konsultering som skulle ge affärsverksamheten mervärde. Detta stärks även av respondenten från bokföringsbyrån X, som kan av egen

erfarenhet konstatera att många företag inte har en förståelse för bokföringskostnaderna och skulle gärna få rådgivning, men är inte beredd att betala för den.

8.2 Analys av intervju X och Y

I teoridelen presenterades två olika nationella kedjor som marknadsför branschbokföring och deras fördelar för kunden. Företag som marknadsför branschspecifik bokföring argumenterar bland annat med att en bokförare som är inkommen i branschen kan lyfta fram och hantera sakfrågor som är relevanta för branschen. I praktiken innebär det att en bokförare inte bara uppfyller lagstadgade krav, utan kan planera och genomföra för verksamheten smarta lösningar som gynnar företagaren. Branschkompetensen belystes i kapitel 4 ur fyra olika vinklar, där branschspecifik lagstiftning och reglering fungerade som en aspekt, affärssystem och dataverktyg utgjordes av den andra, branschkunskap den tredje och riskhantering som den fjärde. En bokförare som känner branschen har bättre översikt och förståelse för vilka områden som behöver beaktas och vilka faktorer som kan påverka företagets affärsverksamhet och hur riskhanteringen kring dessa borde se ut. Arbetet blir då mera effektivt och säkert, vilket både sparar pengar och resurser.

Bokföringsbyråerna som intervjuades konstaterade båda att branschkunskande är viktigt för att garantera bland annat en rätt och riktig bokföring. Bokföringsbyrå X som tillhör en landsomfattande kedja har utarbetat olika specifika branschlösningar som presenterades i intervjudelen. Till viss del har de möjlighet att erbjuda "branschpaket", men bokföraren i sig är inte med i ett specifikt branschteam eller liknande. Teamen består i stället av olika kunniga redovisningskonsulter, som har gemensam kundlista och stöd i varandra.

Bokföringsbyrå Y ifrågasätter branschbokföring och anser att det i de flesta fallen inte är nödvändigt på det sättet som det görs reklam för. Y anser att de vanligaste branscherna har en del skillnader i tillvägagångssätt, men inget som hindrar byrån från att ta dem an som kunder. Eftersom de erbjuder sina tjänster åt de flesta branscherna är de tvungna att följa med utvecklingen och förändringar på ett brett plan. Respondenten för bokföringsbyrå Y påstår att de fixar det mesta genom att ta reda på och t.ex. jämföra med andra företag inom en specifik bransch, om det handlar om att ta fram specifika nyckeltal. Eftersom Y är en lokal organisation har den inte samma resurser som en stor kedja. De har

i stället valt sitt kundsegment långt efter två olika redovisningsprogram för att upprätthålla effektiviteten, kunnande och lägre kostnader för kunden.

För att säkerställa att bokförarna har den kunskap som krävs har båda byråerna både skolningar och experter som stöder konsulterna. För bokföringsbyrå Y är rätt kompetens viktigt och därför erbjuder man regelbundna skolningar och möjlighet till handledning av experter. Som respondenten för Y uttryckte sig "det ligger i bokföringsbyråns intresse att bokföringen sköts korrekt". Även X ordnar regelbundna skolningar och har sakkunniga i olika ämnen tillgängliga för deras bokförare/redovisningskonsulter.

Det som både bokföringsbyrå X och Y konstaterade var att en del specifika och nischade branscher lönar det sig att koncentrera ekonomiförvaltningen till en viss person eller team, då pratar vi om branscher som jord- och skogsbruk, pälsnäring eller växthusbranschen. Y betonade också att om man tar an en kund som arbetar inom en specialbransch och inte är insatt orsakar man onödig risk för både företaget och bokföringsbyrå.

Undersökningen visar på att bokföringsbyråerna skulle noggrannare kunna segmentera sig och på så sätt rikta ett värdeerbjudande som bättre skulle svara på segmentets specifika behov, som behandlades i kapitel 3.2. Av enkätundersökningarna kan man avläsa att en del önskar att bokföringstjänsterna skulle vara förmånligare. Enligt teorin kan man öka kundvärdet endera genom att sänka priset eller genom att öka på den upplevda kundnyttan. Av undersökningen förstår man att för en stor del av mikro- och småföretagarna spelar kostnaderna en stor roll, men av undersökningen kan också läsas att behovet av mera branschspecifikt kunnande och rådgivning även finns hos många företagare.

8.3 Sammanfattning och avslutning

Målet med undersökningen var att redogöra för hur viktig bokförarens branschkunskap är för kunden och ger kompetensen mervärde. Arbetet undersökte även på vilket sätt bokföringsbyråerna säkerställde att deras bokförare besitter den kunskap som krävs för att bokföringen skall bli rätt och riktig, samt gynna företagaren.

Undersökningen ger visst stöd åt teorin. Branschkunskandet är viktigt för en stor del av företagen, men ändå inte varit den avgörande faktorn för majoriteten vid valet av

bokförare. Fördelarna som teorin lyfter fram med branschkompetens är många och ger kunden mervärde i de flesta fall. Detta ger enkätundersökningen även svar på utifrån de som hade en bokförare med branschkompetens. Branschkunskandet stöds även av bokföringsbyråerna som intervjuades, men tillvägagångssätten skilde sig från bokföringsbyråerna som lyftes fram i teoridelen. Arbetsfördelningen och redovisningen var inte indelade i branscher och detta bland annat på grund av att det inte finns tillräckligt med kunder från samma bransch så att ett helt team skulle kunna jobba med en enskild bransch. En enskild bokförare besitter inte heller nödvändigtvis en djup branschkompetens för alla kunder hen bokför åt, men har möjlighet att vända sig till experter inom redovisningsbyrå. Fastän branschkopplingen inte finns lika starkt mellan de intervjuade bokföringsbyråerna och deras företagskunder, så är de måna om att bokförarna har den kunskap som behövs för att svara på företagets behov. Detta genom regelbundna skolningstillfällen, handledning, expertis och fortbildning.

Enkätundersökningen är endast riktgivande och en mera omfattande undersökning borde göras för att exakt kunna fastslå fördelningen mellan olika branscher, kategorier och andelar. Jag anser att reliabiliteten är okej i detta arbete och att talen ger en tillförlitlig fingervisning av mikro- och småföretagen i Jakobstadsregionen. Validiteten är god, eftersom enkätfrågorna var tydliga, sända till rätt urval respondenter och direkt kopplade till forskningsfrågorna. Reliabiliteten och validiteten av respondenterna från bokföringsbyråerna var god, eftersom samtliga hade brett kunnande, lång erfarenhet inom redovisningsbranschen, samt att redovisningsbyråerna är väletablerade i regionen.

Förslag på vidare forskning skulle vara att undersöka hur bokförarna på en byrå upplever att de besitter den kunskap som krävs och vad de anser om branschbokföringen. Hurudan insyn har de i kundernas bransch och i vilka områden de skulle behöva få mera stöd/skolning. Det skulle även vara intressant att undersöka medelstora företag för att utreda vilka faktorer inom redovisningen som är viktiga för dem och om de skiljer sig från mikro- och små företag.

Avslutningsvis vill jag tacka alla som valt att delta i enkätundersökningen, respondenterna från bokföringsbyrå X och Y, samt min handledare Anna-Lena Berglund för allt stöd och input som jag fått under arbetets gång!

9 Källhänvisning

- Aallon Group Oyj. (den 25. 4. 2022). *Pitääkö tilitoimiston tuntea yrityksesi toimiala? Näissä asioissa siitä voi olla etua!* Hämtat från Aallon.fi:
<https://aallon.fi/blogi/2022/04/pitaako-tilitoimiston-tuntea-yrityksesi-toimiala/>
- Arvidson, P., Carrington, T., Johed, G., & Nordlund, I. (2021). *Den nya affärsredovisningen, upplaga 22*. Stockholm: Liber AB.
- Bell, J. (2006). *Introduktion till forskningsmetodik*. Lund: Studentlitteratur AB.
- Bokföringslag 1336/1997. (1997). Hämtat från Finlex.fi
- Dalen, M. (2007). *Intervju som metod*. Malmö: Gleerups Utbildning AB.
- Dynehäll, M. b., & Ståhlberg, A. L. (2014). *Loopa: Affärsutveckling för entreprenörer*. Stockholm: Liber Ab.
- Ecom Oy. (den 30. 9. 2024). Hämtat från Kohti asiakaslähtöistä taloushallintoa - Ecom Talous parantaa yhteistyötä tilitoimiston ja rakennusyrietysten välillä: (28.10.2024) <https://www.ecom.fi/ajankohtaista/kohti-asiakashahtoista-taloushallintoa/>
- Evelia.fi. (u.d.). *Evelia.fi*. Hämtat från Miten hyödyt siitä, että kirjanpitäjasi tuntee toimialasi?: (28.10.2024) <https://evelia.fi/miten-hyodyt-siita-etta-kirjanpitajasi-tuntee-toimialasi/>
- Finlex.fi. (den 29. 10. 2001). *KKO:2001:128*. Hämtat från Rättspraxis:
<https://www.finlex.fi/sv/oikeus/kko/kko/2001/20010128>
- Höst, M., Regnell, B., & Runeson, P. (2006). *Att genomföra examensarbete*. Lund: Studentlitteratur AB.
- Jääskeläinen, M., & Töytäri, P. (04. 2023). *Kundvärde som grund för affärsverksamheten*. Hämtat från Aalto University Wiki:
<https://wiki.aalto.fi/pages/viewpage.action?pageId=212894760>
- Kivioja, E. (den 12. 3. 2024). *Toimialakirjanpito - Miksi kirjanpitäjän on hyvä tuntea yrityksen toimiala?* Hämtat från Talenom: https://talenom.com/fi-fi/blog/kirjanpito/toimialakirjanpito-miksi-kirjanpitajan-on-hyva-tuntea-yrityksen-toimiala/?utm_source=Meta&utm_campaign=pro_prospecting_blogs&utm_content=toimialakirjanpito&utm_medium=paid&hsa_acc=495109801137809&hsa_cam=120207352
- Koivuranta, H. (1/2023). Taloushallinnon robotisointuminen haastaa kontrollit. *Tilisanomat*, s. 28-31.
- Kostiainen, E. (2020). Sanningen om apoteken. *HBL*, (9.11.2024) från <https://www.hbl.fi/2020-01-15/sanningen-om-apoteken/>.

- Koutroukides, A.-M. (den 24. 10. 2021). *Asiakasarvon tuottaminen ja palvelumuotoilu*. Hämtat från Kreapal.fi: <https://www.kreapal.fi/blogi/asiakas-arvon-tuottaminen-ja-palvelumuotoilu/>
- Lag om förhindrande av penningtvätt och av finansiering av terrorism 444/2017. (2017). Hämtat från Finlex.fi (12.11.2024)
- Lohtander, M.-L. (4/2024). Automaatio vaatii kirjanpitäjältä uusia taitoja ja tapoja. *Tilisanomat*, 46-49.
- Manninen, O. (den 7. 4. 2019). *Taloushallinto*. Hämtat från Kasvua aisiakkuuden ehdoilla: (12.11.2024) från <https://taloushallintoliitto.fi/kasvua-asiakkuuden-ehdoilla/>
- Merviö, E. (den 9. 6. 2020). *Asiakasymmärryksestä arvon luomiseen*. Hämtat från hippa.metropolia.fi: <https://hippa.metropolia.fi/2020/06/asiakasymmarryksesta-arvon-luomiseen/>
- Mikkonen, A. (3/2024). Tilitoimiston vakuuttaminen on monipuolinen kokonaisuus. *Tilisanomat*, 75-76.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2013). *Business Model Generation: En handbok för visionärer, banbrytare och utmanare*. Lund: Studentlitteratur AB.
- Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., & Smith, A. (den 12. 9. 2024). *Value Proposition Design*. Hämtat från Strategyzer.com/vpd: https://4952096.fs1.hubspotusercontent-na1.net/hubfs/4952096/Assets%20-%20Downloads/value-proposition-design-book-preview-2014-1.pdf?_hstc=194518130.a038f179afea118c7d648213e70972af.1726124429725.1726124429725.1726124429725.1&_hssc=194518130.1.172612442
- Qualitym Ab. (u.d.). *Framgångsrikt kundsegmentering - tips & trix*. Hämtat från Quality media: (12.9.2024) <https://qualitym.se/framgangsrikt-kundsegmentering-tips-och-trix/>
- Redovisningschef. (den 4. 11. 2024). (R. Eklund, Intervjuare)
- Speedledger AB. (u.d.). *Nystartad.se*. Hämtat från Om Business Model Canvas: <https://www.nystartad.se/wp-content/uploads/2016/05/bmc-hela.png> (30.10.2024)
- Ståhlberg, J. (5/2022). Kirjanpitäjän työ avaa kiinnostavia urapolkuja. *Tilisanomat*, s. 14-15.
- Suomen Taloushallintoliitto ry. (den 25. 4. 2024). *Ohjeita tilitoimistolle asiakkaan tuntemisesta*. Hämtat från Taloushallintoliitto: <https://taloushallintoliitto.fi/ohjeita-tilitoimistolle-asiakkaan-tuntemisesta/> (12.11.2024)
- Tomperi, S. (2020). *Bokföring i praktiken*. Tammerfors: Soile Tomperi och Utbildningstyrelsen.

Tuomi, O., & Jokitie, N. (u.d.). *Nettoförmögenhet i rörelseidkares och yrkesutövares näringsverksamhet i inkomstbeskattningen*. Hämtat från vero.fi: den 28.8.2024 w.vero.fi/sv/Detaljerade_skatteanvisningar/anvisningar/48564/nettoformog-enhet-i-rorelseidkares-och-yrkesutovares-naringsverksamhet-i-inkomstbeskattningen/..

Bilaga 1 – Frågor i den elektroniska enkäten

1. Till vilken bransch hör affärsverksamheten *

- Byggverksamhet
- Fastighetsverksamhet
- Husteknik
- Hotell och restaurang
- Handel (reparation av motorfordon)
- Information och kommunikation
- Transport, magasinering
- Tillverkning
- Vård och omsorg; sociala tjänster
- Annan serviceverksamhet

2. Till vilken kategori klassas företagets verksamhet? *

- Mikroföretag
- Små företag
- Medelstor företag

3. På vilket sätt sköts bokföringen? *

- In-house (besvara fråga 4 och 11, tack!)
- Bokföringsbyrå (gå till fråga 5, tack!)

4. Ifall bokföringen sköts internt, varför? Du kan välja flera svarsalternativ.

- Styra upp och ha bättre översikt av redovisningen
- Upplevd säkerhet, för att minimera företagsrisk
- Bättre kontroll
- Upprätthållande av branschspecifikt kunnande
- Annat

5. Om bokföringen sköts av utomstående tex. en bokföringsbyrå, vilka faktorer påverkar valet av bokförare? Välj dom tre viktigaste.

- Bokföraren är bekant/släkting
- Bokföraren/byrån har ett gott rykte
- Priset på bokföringstjänsterna
- Lokal aktör
- Tjänstvillighet
- Språket
- Branschspecifikt kunnande
- Kunnande inom it och erp-system som stöder affärsverksamheten
- Lång erfarenhet
- Annat

6. Beaktade ni vid valet av bokförare om hen har erfarenhet och kunnande inom just ER bransch?

Ja

Nej

7. Om ni har en bokförare som besitter branschspecifikt kunnande, har denna kunskap gett er mervärde?

Ja

Nej

Vet ej

8. Om svaret på föregående fråga var "ja", på vilket sätt har ni dragit nytta av en bokförare med branschspecifikt kunnande?

Ange ditt svar

9. Om ni **inte** valt bokförare utifrån branschspecifikt kunnande har detta påverkat er verksamhet på ett märkbart sätt?

Ja

Nej

Vet ej

10. Ifall svaret på föregående fråga var "ja", motivera gärna.

Ange ditt svar

11. Finns det något som borde förbättras eller utvecklas gällande bokföringsservicen för att den skulle bättre svara på era behov?

Ange ditt svar

Bilaga 2 – Intervjufrågor

- Hur ser bokföringen ut hos er? Hur ser arbetsfördelningen ut?
- På vilket sätt säkerställer bokföringsbyrån bokförarens kunskaper så att det gynnar företagaren?
- Hur viktigt anser ni att det är med branschbokföring?