



UiT Norges arktiske universitet

Handelshøgskolen ved UiT

## **Hvordan kan den tradisjonelle regnskapsføreren møte fremtiden?**

En tverrsnittsundersøkelse på hvordan regnskapsbransjen har tilpasset seg under det digitale skiftet

Margrethe Pettersen Normann og Birgitte Zahl

Masteroppgave i Økonomi og administrasjon, siviløkonom – BED-3901 – juni 2021

# Forord

Denne masteroppgaven utgjør 30 studiepoeng i masterstudiet i økonomi og administrasjon ved HHT (Handelshøgskolen UiT-Norges arktiske universitet) og marker slutten på et 5 års studie.

Etter 5 utrolige år ved UiT er vi nå ferdige som studenter for denne gang. Vi må takke alle fantastiske medstudenter for å gjøre studietiden til det den har blitt, det betyr mer for oss enn man kan beskrive. Studiet har vært utrolig lærerikt, og har skapt en enorm interesse innenfor regnskap for oss begge. Vi ønsker også takke alle flotte forelesere vi har hatt i løpet av årene som student, og den interessen dere har vært med å skape for oss.

Vi ønsker å takke vår flotte veileder Tine Degerstrøm Stenvold for mye god hjelp i denne perioden, gode veiledningstimer og tips har vært utrolig hjelpsom. Vi må også takke alle informanter som har vært deltakere i undersøkelsen, uten dere hadde ikke oppgaven vært mulig.

Vi må også rette en stor takknemlig takk til våre tålmodige kjærester og familie, som har motivert og støttet oss gjennom hele denne oppgaveskrivingen.

Margrethe Pettersen Normann og Birgitte Zahl

Tromsø, mai 2021

## Sammendrag

Denne masteroppgaven undersøker hvordan regnskapsbransjen har blitt påvirket av digitalisering, og hvordan man kan bruke denne erfaringen videre. Vi har sett på de ulike delene av forretningsmodellen, og hvilke endringer digitaliseringen har gitt bransjen. Målet med oppgaven er at den kan brukes videre mot det grønne skiftet og hvordan regnskapsførere kan være mer proaktivt i forhold til hvordan opplevelsen av det digitale skiftet har vært. Det er utarbeidet en problemstilling med fire tilhørende forskningsspørsmål, som skal besvare problemstillingen. Vi har benyttet et kvantitativt dybdeintervju med informanter som befinner seg i 3 forskjellige grupper; selskaper, regnskapsførere/revisor og interessenter. Vi har benyttet teori om regnskapsbransjen, digitalisering, forretningsmodeller, forretningsstrategi og situasjonsanalyse, for å besvare vår problemstilling.

Hovedfunnene fra oppgaven viser til at digitaliseringen har påvirket bransjen i veldig stor grad, og at aktørene i bransjen må omstille seg i takt med det digitale skiftet for å fortsatt være relevant. Regnskapsførers rolle har endret seg ut i fra kundenes behov, og rollen har gått gradvis over i en rådgivende rolle. Flere av aktørene i regnskapsbransjen har gått over fra rene regnskapshus til å bli kompetansehus. Denne utviklingen kommer av at regnskapsførerne ser en stor fordel av å sitte flere regnskapsførere i lag, og dele kompetansen seg i mellom. I vår problemstilling har vi også hatt fokus på hvordan regnskapsbransjen kan bruke erfaringen de har tilegnet seg i det digitale skiftet, til å gå forberedt inn i det grønne skiftet. Våre funn viser at regnskapsførerne må ha mye mer fokus på hva som er kundenes behov, og hvordan de kan tilpasse seg dette, for å fortsatt kunne levere de beste tjenestene til kundene sine.

Nøkkelord: Regnskapsbransjen, Regnskapsfører, Regnskapsføring, Digitalisering, Bærekraft

# Innholdsfortegnelse

1	Innledning.....	1
1.1	Formål og Problemstilling.....	2
1.2	Avgrensinger .....	4
1.3	Oppgavens oppbygning .....	5
2	Teoretisk grunnlag.....	6
2.1	Regnskapsbransjen .....	6
2.2	Regnskapsførerens rolle .....	7
2.2.1	Regnskapsføreryrket.....	7
2.2.2	Autorisasjon .....	8
2.2.3	Aktsomhetskravet.....	8
2.3	Digitalisering .....	9
2.3.1	Digitalisering som begrep .....	9
2.3.2	Digitaliseringens påvirkningskraft .....	10
2.3.3	Digitaliseringens bruksområder .....	11
2.3.4	Den digitale organisasjonen .....	11
2.4	Forretningsstrategi .....	12
2.5	Forretningsmodell.....	13
2.5.1	Business Model Canvas .....	14
2.6	Situasjonsanalyse.....	16
3	Metode.....	17
3.1	Vitenskapsteoretisk utgangspunkt .....	17
3.1.1	Hermeneutikk og positivisme.....	17
3.1.2	Induktiv og deduktiv metode.....	18
3.2	Forskningsdesign .....	18
3.2.1	Ekstensivt eller intensivt design.....	19

3.2.2	Kvantitativ eller kvalitativt data.....	19
3.2.3	Hoveddesign og Tidsperspektiv.....	19
3.3	Datainnsamling.....	20
3.3.1	Utvalg.....	20
3.3.2	Semistrukturert dybdeintervju.....	21
3.4	Analyse.....	23
3.5	Metode kvalitet.....	24
3.5.1	Validitet.....	24
3.5.2	Reliabilitet.....	24
3.5.3	Overførbarhet.....	25
3.5.4	Bekreftbarhet.....	26
3.6	Forskningsetikk.....	26
3.6.1	Norsk samfunnsvitenskapelig datatjeneste.....	26
3.6.2	Samtykkeskjema.....	27
4	Empirisk bakgrunn.....	28
4.1	Det digitale skiftet.....	28
4.2	Regnskapsbransjen.....	28
4.2.1	Konsolidering i bransjen.....	29
4.2.2	Fra regnskapshus til kompetansehus.....	31
4.3	Digital utvikling hos systemleverandørene.....	32
4.3.1	Systemutviklere.....	32
4.3.2	Systemutvikleres påvirkning på regnskapsbransjen.....	32
5	Resultat.....	34
5.1	Utvalg 1: Selskapene.....	34
5.1.1	Innledende informasjon.....	34
5.1.2	Regnskapsførers rolle.....	34
5.1.3	Digitalisering og regnskapsprogram.....	36

5.1.4	Regnskapskvalitet og regnskapsforståelse .....	37
5.2	Utvalg 2: Regnskapsfører/Revisor.....	39
5.2.1	Innledende informasjon.....	39
5.2.2	Digitalisering.....	39
5.2.3	Regnskapsprogram .....	41
5.2.4	Regnskapsførerrollen .....	42
5.2.5	Regnskapskvalitet.....	44
5.3	Utvalg 3: Interessenter.....	47
5.3.1	Innledende informasjon.....	47
5.3.2	Regnskapskvalitet.....	47
6	Analyse/diskusjon .....	50
6.1	Forretningsmodell.....	50
6.1.1	Nøkkelpartnere .....	50
6.1.2	Kjerneaktiviteter .....	52
6.1.3	Nøkkelressurs .....	54
6.1.4	Kostnadsstruktur.....	56
6.1.5	Kundesegment.....	57
6.1.6	Kanaler .....	58
6.1.7	Kunderelasjon.....	59
6.1.8	Inntektsstrøm.....	60
6.1.9	Verdiløfte .....	61
6.2	Forskningsspørsmål .....	63
6.2.1	Hvordan har regnskapsførere oppfattet det digitale skiftet? .....	63
6.2.2	Hvordan har kompetansen til en regnskapsfører endret seg etter det digitale skiftet? .....	64
6.2.3	Hvordan har kundene i regnskapsbransjen tilpasset seg det digitale skiftet? ....	66
6.2.4	Hvilke erfaringer kan en regnskapsfører ta med seg fra det digitale skiftet?.....	68

7	Konklusjon .....	71
7.1	Videre forskning .....	75
	Referanseliste .....	77
	Vedlegg .....	82
	Vedlegg 1 – Godkjenning fra NSD .....	82
	NSD sin vurdering.....	82
	Vedlegg 2 - Samtykkeskjema.....	84
	Vedlegg 3 – Intervjumaler.....	87

## Tabelliste

Tabell 1: Oversikt over Informanter.....	21
--	----

## Figurliste

Figur 1: Regnskapsbransjen .....	7
Figur 2: Andersen & Sannes (2017) Digitaliseringsmodell .....	10
Figur 4: Osterwalders Business Model Canvas.....	14
Figur 5: SWOT.....	16
Figur 6: Konsolidering i regnskapsbransjen.....	30
Figur 7: SWOT - Det digitale skiftet.....	68
Figur 8: SWOT - Det grønne skiftet.....	73

# 1 Innledning

Den 8. Januar 2021 kom Regjeringen ut med en handlingsplan som hele næringslivet må forholde seg til. Formålet med handlingsplanen er å nå klimamålene som Norge har forpliktet seg til gjennom Paris-avtalen. Planen vil omhandle reguleringer, klimakrav i offentlige innkjøp, informasjon om klimavennlige valg, økonomisk støtte til ny teknologi og en satsing på forskning og innovasjon. Her viser regnskapsbransjen vei, og det nordiske prosjektet NSRS jobber nå med å utvikle en pilot for bærekraftsrapportering for små og mellomstore bedrifter (Ellefsen & Lundberg Larsen, 2021). Regnskap Norge sier at

*“Regnskap Norge ser positivt på utviklingen, men understreker at veiledninger og verktøy er helt avgjørende for at virksomheter skal kunne rapportere sannferdig med en fornuftig ressursbruk”* (Ellefsen & Lundberg Larsen, 2021).

Det grønne skiftet, på lik linje med det digitale skiftet som kom for noen år siden, er en stor endring for aktørene i regnskapsbransjen. Vi vil i denne oppgaven undersøke hvordan digitaliseringsprosessen har påvirket regnskapsbransjen, og hvordan man kan bruke denne erfaringen videre i arbeidet med det grønne skifte.

Ragnvald Sannes, som jobber ved Senter for digitalisering ved Handelshøyskolen BI, oppsummerte bransjens største problem under konferansen Digitalisering av regnskapsbransjen i 2017: (Lønneid, 2019)

*“Den teknologiske utviklingen skaper stadig nye muligheter for å digitalisere og automatisere, og alt som kan digitaliseres vil bli det”.*

Dette var en meget reell og farlig trussel for regnskapsbransjen for noen år siden. Det ble spådd frem og tilbake hvilke bransjer som kom til å kjenne mest på automatiseringen, og hvor mange jobber som ville bli borte. Her ble regnskapsbransjen, sammen med bank og finans, trukket frem som solide offer gang på gang (Larsen, 2018). I løpet av de siste årene har håndtering av regnskap og regnskapsmessige behandlinger blitt mer og mer digitalisert. Overgangen fra papir til elektronisk føring av regnskapet har gjort regnskapet mer oversiktlig, og det er ikke lenger behov for fysisk lagring av bilag og oppgavene er blitt mer automatisert.



Dette har påvirket regnskapsbransjen i veldig stor grad. Konkurransen preger bransjen mer enn noen gang før, og it-kompetanse blir sett på som et stort konkurransefortrinn.

Til tross for at bransjen klarer å henge med på teknologi og digitalisering, i takt med samfunnet, betyr ikke det at regnskapsbransjen er uten ytterligere endringer og utfordringer. Hans Christian Ellefsen fra Regnskap Norge nevner tre stadier knyttet til digitaliseringen; bevissthet, forståelse og kompetanse. Flere og flere blir mer bevisst på det faktum at digitaliseringen påvirker bransjen, og det foreligger et ønske om å tilegne seg økt kunnskap om hvordan man kan ta tak i denne utviklingen (Myhrvold, 2017).

For aktørene i regnskapsbransjen, og da spesielt regnskapsføreren, reiser dette en rekke spørsmål. Hvordan skape dynamisk forretningsmodell som tåler de endringene som vil komme? Og kanskje det spørsmålet som veier tyngst for en regnskapsfører; hvilken rolle skal en regnskapsfører ha overfor sine kunder, og hvilken kompetanse må tilegnes for å kunne møte kundenes behov? Hva vil verdigrunnlaget til kundene være? Hvordan kan en regnskapstilbyder skille seg ut blant alle aktørene?

## **1.1 Formål og Problemstilling**

Formålet med denne undersøkelsen er å kartlegge regnskapsbransjen sin utvikling under det digitale skiftet. Vi kommer til å ha hovedfokus på regnskapsfører sine fordeler og ulemper med digitaliseringen, men vi vil også komme inn på andre deler av bransjen i løpet av oppgaven. Vi kommer til å ta utgangspunkt i forretningsmodellen til Osterwalder, og se denne modellen i sammenheng med det digitale skiftet. Videre vil vi sammenligne de erfaringene vi ser i fra det digitale skiftet, mot det kommende grønne skiftet. Dette vil vi gjøre med å bruke en SWOT-analyse, som vi føler at dekker alle de interne og eksterne momentene som gjenspeiles i forretningsmodellen.

Med bakgrunn i dette har vi utledet følgende problemstilling:

***“Hvordan har digitaliseringen påvirket regnskapsbransjen sine forretningsmodeller, og hvordan kan regnskapsføreren bruke denne kunnskapen i det grønne skiftet?”***

For å støtte opp og spesifisere vårt hovedfokus i oppgaven, har vi utledet 4 forskningsspørsmål. Vi føler at disse fire forskningsspørsmålene vil trekke frem relevant informasjon ifra vår analyse, og skal hjelpe til med å besvare vår problemstilling på en god måte.

Forskningsspørsmål 1: *Hvordan har regnskapsførere oppfattet det digitale skiftet?*

Forskningsspørsmål 2: *Hvordan har kompetansen til en regnskapsfører endret seg etter det digitale skiftet?*

Forskningsspørsmål 3: *Hvordan har kundene i regnskapsbransjen tilpasset seg det digitale skiftet?*

Forskningsspørsmål 4: *Hvordan erfaringen kan en regnskapsfører ta med seg fra det digitale skiftet?*

Vi har valgt å se på hvordan regnskapsfører har oppfattet det digitale skiftet for å avdekke hvilke fordeler og ulemper de har lagt merke til.

Videre velger vi å legge, i forskningsspørsmål 2, fokuset vårt på kompetansen som regnskapsfører har gjennom sin utdanning og autorisasjon.

For å kunne dekke store deler av bransjen har vi valgt, i forskningsspørsmål 3, å ta med kundene som en ekstern faktor, da de har stor betydning for bransjen.

Avslutningsvis vil vi i forskningsspørsmål 4 se på hvordan erfaringen som regnskapsførere sitter med etter det digitale skiftet, kan bli brukt i det grønne skiftet.

## 1.2 Avgrensinger

I denne oppgaven har vi av aktørene i bransjen fokusert mest på regnskapsføreren, og ikke like mye på regnskapsselskapene. Dette er fordi vi ville få frem regnskapsføreren sin utvikling i bransjen på grunn av digitalisering. Når vi bruker ordet «Aktørene», så henviser vi hovedsakelig til regnskapsførerne i bransjen, men inkluderer også regnskapsselskapene. Dette gjør vi fordi regnskapsselskapene består av regnskapsførere.

Vi har videre valgt å avgrense oppgaven til selskap som regnes som små- og mellomstore selskap i henhold til Regnskapsloven § 1-6, herunder enkeltpersonsforetak og aksjeselskap. Bakgrunnen for dette er at de forskjellige kundene i regnskapsbransjen er mange og differensierte, og ved å se på denne delen får vi på en bedre måte frem hvordan digitaliseringen har påvirket regnskapsbransjen. I tillegg til å begrense oss til små- og mellomstore foretak har vi valgt å se bort ifra foretak som tjener under kr. 50 000,- i året, da fåtallet benytter ekstern regnskapsfører til denne type drift da de er unntatt fra bokføringsplikten.

Videre har vi valgt å ikke ta med enkelte deler av regnskapsbransjen, fordi det faller utenfor vårt fokus. Dette gjelder leverandører som ikke er systemleverandør av regnskapsprogram. I utgangspunktet har vi valgt å trekke all relevant informasjon for vår oppgave inn i empirisk grunnlag.

## 1.3 Oppgavens oppbygning

### *Kapittel 2: Teoretisk grunnlag*

I teorikapitlet presenterer vi de teoretiske fagområdene som vi baserer oppgaven vår på. Dette er teori som omhandler regnskapsbransjen, regnskapsførers rolle, digitalisering, forretningsstrategi, forretningsmodell og situasjonsanalyse.

### *Kapittel 3: Metode*

I dette kapitlet presenterer vi oppgavens vitenskapsteoretiske utgangspunkt, forskningsdesign og metodevalg. Oppgaven har et samfunnsvitenskapelig utgangspunkt, og bygger på en abduktiv tilnærming.

### *Kapittel 4: Empirisk grunnlag*

Vårt empiriske grunnlag belager seg på informasjon om regnskapsbransjen og det digitale skiftet. Vi kommer innom temaene konsolidering i bransjen, kompetansehus, systemutviklere og hvordan de har påvirket bransjen.

### *Kapittel 5: Empirisk resultat*

Dette kapitlet utleder om hovedfunnene våre fra datainnsamlingen. Denne omhandler

- Regnskapsførers rolle
- Digitalisering og regnskapsprogram
- Regnskapskvalitet

### *Kapittel 6: Analyse/diskusjon*

Analysen vår består av å analysere vårt empiriske resultat opp mot Osterwalder sin forretningsmodell, Business Model Canvas. Her supplerer vi med empirisk grunnlag og teori. Her trekker vi også ut det viktigste fra våre forskningsspørsmål, som blir brukt i konklusjonen.

### *Kapittel 7: Konklusjon*

I dette kapitlet utleder vi om sammenhengen mellom forretningsbetingelser, digitalisering og strategi, og svarer på vår problemstilling. Til slutt vil vi dele våre tanker om videre forskning med bakgrunn i vår oppgave.

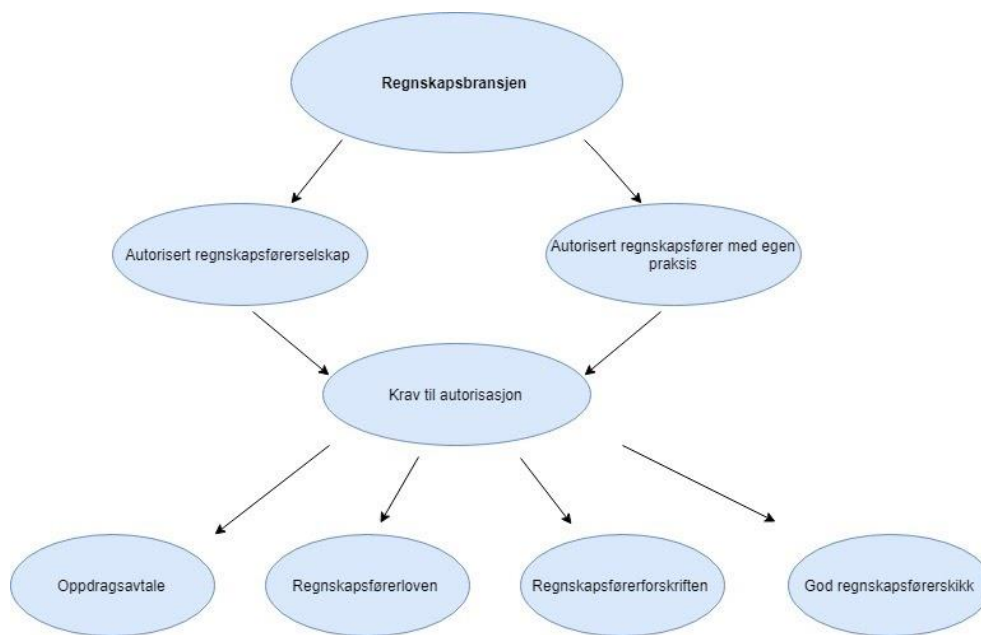
## 2 Teoretisk grunnlag

I dette kapitlet presenterer vi teori som skal bidra til å belyse forskningsspørsmålene våre. Med bakgrunn i vår problemstilling vil vi presentere regnskapsbransjen, samt hvilke aktører den består av. Videre trekker vi frem regnskapsførsel som yrke, og viser hva som ligger i autorisasjonen til en regnskapsfører. For å kunne forklare utviklingen i bransjen best mulig har vi valgt å ta for oss noen definisjoner av digitalisering, samt at vi forklarer hva digitalisering er og betyr for regnskapsbransjens forretningsbetingelser. Avslutningsvis vil vi utrede hva som ligger i begrepene strategi, forretningsmodell og situasjonsanalyse.

### 2.1 Regnskapsbransjen

Regnskapsbransjen består av autoriserte regnskapsførerselskaper og autoriserte regnskapsførere som driver virksomhet via enkeltpersonsforetak. Det foreligger en rekke krav for å kunne føre regnskap for andre som driver næring. Et av hovedkriteriene er at det foreligger en autorisasjonsplikt, videre kan en kun selge regnskapstjenester gjennom et etablert selskap i Norge, enten ved et autorisert regnskapsførerselskap eller ved å være autorisert regnskapsfører og følgelig ha et enkeltpersonsforetak. Regnskapsførere forholder seg til norske lover og regler, så markedet er dermed i utgangspunktet på nasjonalt nivå. Selv om mange av aktørene forholder seg til lokalt næringsliv, er det noen av de større aktørene som har bredere nedslagsfelt, og dermed leverer tjenester på kryss og tvers av landet (Regnskap Norge, 2021).

Finanstilsynet har i oppgave å føre tilsyn av regnskapsførere. Tilsynet omhandler godkjenning av enkeltpersoner og foretak, registerføring, og tilsyn med virksomheten. Formålet er å kontrollere at en autorisert regnskapsfører eller regnskapsførerselskap utfører arbeidet på en tilfredsstillende måte, i samsvar med relevante lover og god regnskapsskikk (Finanstilsynet, 2021). Finanstilsynet kan foreta de undersøkelser som de finner nødvendige. Både regnskapsførerselskaper og regnskapsførere plikter å oppgi alle opplysninger som tilsynet krever, samt la tilsynet få innsyn i alle deler av virksomheten. Med alle deler menes dokumenter og teknisk hjelpemidler (Finanstilsynet, 2017). Det er om lag 14 500 regnskapsførere og regnskapsførerselskaper som skal ha tilstrekkelig tilsyn. Finanstilsynet samarbeider med både bransjeforeningen Regnskap Norge, og Revisorforeningen for de revisorselskaper som driver regnskapsførervirksomhet (Finanstilsynet, 2021).



Figur 1: Regnskapsbransjen

## 2.2 Regnskapsførerens rolle

### 2.2.1 Regnskapsføreryrket

I følge Regnskap Norge er regnskapsførerens viktigste arbeidsoppgave å hjelpe bedrifter med regnskapsinformasjonen som produseres. Regnskapsføreren skal bidra til å finne ut økonomiske sterke og svake sider, og sørge for at alle relevante opplysninger er tatt med for å kunne få et korrekt og fullstendig bilde av bedriften. Det bør foreligge god dialog med kunder, slik at regnskapsføreren kan finne gode løsninger på deres økonomiske utfordringer (Regnskap Norge, 2021). I henhold til Regnskapsførerloven § 2 regnes regnskapsføring som

*“utføring av oppdragsgivers plikter etter regnskaps- og bokføringslovgivningen og utarbeidelse av oppgaver og opplysninger for oppdragsgiver som denne skal gi i henhold til lov eller forskrift”.*

I § 2 annet ledd vises det til at autorisert regnskapsfører skal utføre sine oppdrag i samsvar med bestemmelser i og i medhold av lov og i samsvar med god regnskapsføringsskikk.

### **2.2.2 Autorisasjon**

Regnskapsfører er ikke en beskyttet tittel, så hvem som helst kan jobbe som regnskapsfører for det selskapet de er ansatt i. Det stilles dermed ingen krav fra andre enn bedriften selv på den kompetansen som regnskapsføreren skal sitte med, så fremst personen er ansatt. En kan derimot, med tilstrekkelig utdanning og erfaring, oppnå autorisasjon (Regnskap Norge, 2021). Med autorisasjon som tildeles av Finanstilsynet, har en mulighet til å starte egen regnskapsbedrift og da påta seg oppdrag fra kunder. Det stilles dog en rekke krav til denne autorisasjonen. En autorisert regnskapsfører skal blant annet være bosatt i en EØS-stat, ha fast kontorsted i Norge, og ha hederlig vandel jf. Lov om regnskapsførere § 4. De mest sentrale kravene er at en autorisert regnskapsfører må ha gjennomført utdanning, dette krever minimum en bachelorgrad. I tillegg til utdanning skal en autorisert regnskapsfører ha gjennomført 2 års regnskapspraksis, jf. Forskrift om autorisasjon av regnskapsførere § 1-1. Regnskap er et faglig område som stadig er i endring, og det er krav om at en autorisert regnskapsfører skal holde seg faglig oppdatert (Regnskap Norge, 2021). Bestemmelsen er lovfestet i Forskrift om autoriserte regnskapsførere av 1999, og viser til at

*“Autorisert regnskapsførere skal til enhver tid kunne dokumentere minst 77 timer etterutdanning i løpet av de tre foregående kalenderår”*, jf. Forskrift om autoriserte regnskapsførere § 4-1, jf. Lov om autoriserte regnskapsførere § 5.

En autorisert regnskapsfører har altså en del lover og regler å forholde seg til når tjenestene utføres. For eksempel skal det opprettes en skriftlig oppdragsavtale med oppdragsgiver, som skal utrede hvilke typer oppgaver som regnskapsføreren skal gjøre på vegne av kundene, jf. Regnskapsførerloven § 3.

### **2.2.3 Aktsomhetskravet**

I god regnskapsføringsskikk står det “Oppdragsgivers eget ansvar for å overholde plikter gitt i eller i medhold av lov hviler fullt ut på oppdragsgiver selv. Oppdragsgiver kan ikke ved avtale fraskrive seg plikter som påhviler oppdragsgiver, for eksempel overfor tredjemann eller offentlige myndigheter. De tjenester som regnskapsførervirksomheten tilbyr seg å utføre på vegne av oppdragsgiver skal reguleres i en oppdragsavtale” (Kvernmo, 2018). Dette betyr at en autorisert regnskapsfører sitt ansvar er å følge gjeldende lover og regler i sitt arbeid, herunder Regnskapsførerloven, Regnskapsførerskriften og god regnskapsføringsskikk.

Profesjonsansvaret til en regnskapsfører medfører at aktsomhet og andre klanderverdige forhold vurderes i forhold til hva en gjennomsnittlig regnskapsfører ville ha gjort.

Lov om autoriserte regnskapsførere av 1993 § 3 legger frem absolutte krav til dokumentasjon av regnskapsføreroppdrag. Det skal foreligge signerte oppdragsavtaler på samtlige oppdrag som utføres av regnskapsføreren, og det skal fremgå av avtalen hvilke regnskapsfunksjoner og oppdrag som skal gjøres (Legal, 2015).

## **2.3 Digitalisering**

### **2.3.1 Digitalisering som begrep**

Det er ikke bare regnskapsbransjen som har stått overfor endringer grunnet digitalisering, samtlige bransjer er i dag under digitalisering. For å kunne vite hvor stor innvirkning denne utviklingen faktisk har, må man ha en forståelse for hva digitalisering er for noe.

Regjeringen definerer digitalisering slik:

*“Digitalisering handler om å bruke teknologi til å fornye, forenkle og forbedre. Det handler om å tilby nye og bedre tjenester, som er enkle å bruke, effektive, og pålitelige. Digitalisering legger til rette for økt verdiskapning og innovasjon, og kan bidra til å øke produktiviteten i både privat og offentlig sektor.”*

I sin definisjon har de valgt å legge vekt på hvilke endringer digitalisering fører med seg, fremfor å trekke frem hva digitalisering faktisk er - en samlebetegnelse på overgangen fra analoge, mekaniske og papirbaserte løsninger, til elektroniske og digitale løsninger (Regjeringen, 2014).

Innenfor en organisasjonsmessig sammenheng har Andersen & Sannes (2017) definert digitalisering som

*“ ... transformasjonen fra at IT er et støtteverktøy i virksomheten til at det er en del av dens DNA. Det betyr at forretningsmodell og -praksis samt organisasjon og prosesser er designet for å utnytte dagens og morgendagens teknologi”.*

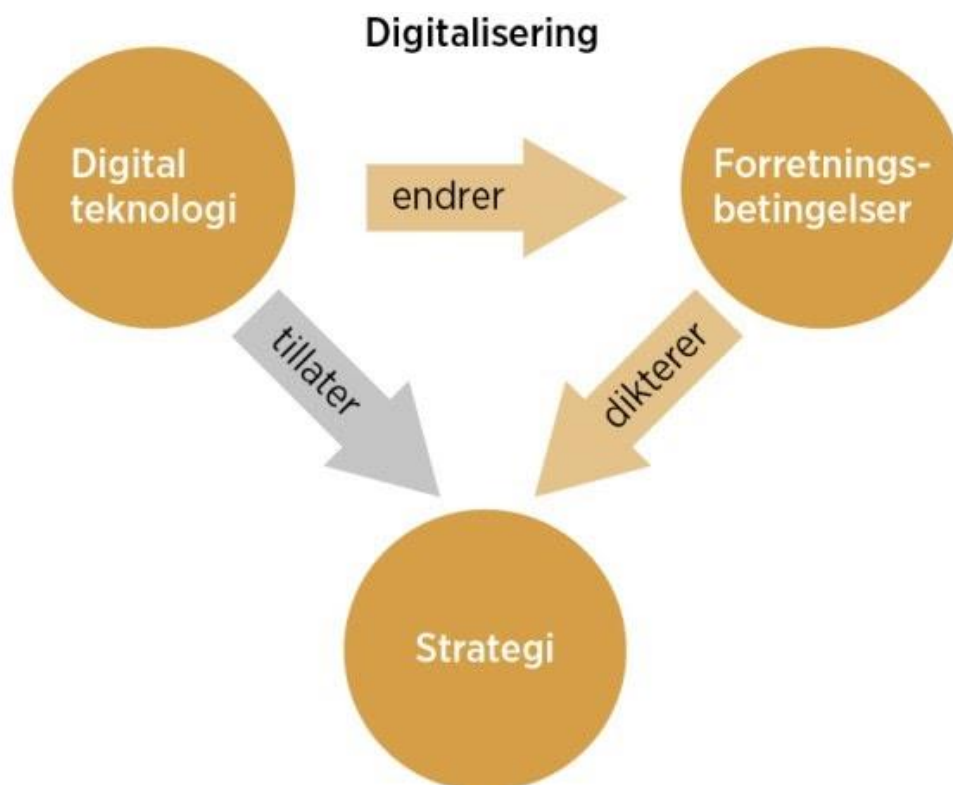
Definisjonene er i utgangspunktet meget forskjellige, da regjeringens definisjon viser til hvordan digitalisering vil påvirke organisasjonen og hvordan digitalisering kan legge til rette



for innovasjon og øke verdiskapningen. Mens definisjonen til Andersen & Sannes legger vekt på at digitalisering ikke bare er et verktøy lenger, men at det blir såpass godt implementert i organisasjonen at det blir en del av det. Sammen dekker de godt forklaringen på hva digitalisering er overfor organisasjonen, og hvilke forskjeller det kan utgjøre i en organisasjon.

### 2.3.2 Digitaliseringens påvirkningskraft

Definisjonen til Andersen og Sannes tydeliggjør at det er en sammenheng mellom en organisasjon sin strategi, forretningsbetingelser og digital teknologi. De viser dette i en egen figur.



Figur 2: Andersen & Sannes (2017) Digitaliseringsmodell

Figuren viser at teknologien endrer forretningsbetingelsene. Med forretningsbetingelser menes det at for eksempel kostnader endres, muligheter oppstår og nye konkurrenter utgjør trusler. Videre viser modellen at en endring i forretningsbetingelser tvinger bedrifter til å tilpasse sin strategi til de nye forretningsbetingelsene. Andersen og Sannes presiserer at det er viktig å ha en digital strategi og at man klarer å forstå sammenhengen mellom teknologiendring og endrede forretningsbetingelser, og at man da kan *endre sin strategi mens*

*det fortsatt er tid, før man blir tvunget til det av endringer i forretningsbetingelser (Andersen & Sannes, 2017).*

### **2.3.3 Digitaliseringens bruksområder**

#### *Kommunikasjon i stedet for planlegging*

Slik som Regjeringen utreder i sin definisjon av digitalisering, handler det om å fornye, forenkle og forbedre. For å kunne gjøre dette må en organisasjon vite hvordan. Digitalisering har gjort at kommunikasjon er enklere enn noen gang. Det eksisterer hundrevis av plattformer for å kontakte mennesker via, og internt i en organisasjon brukes gjerne samme plattform for alle involverte. Dette fører til at kommunikasjonen effektiviserer arbeidsoppgaver, som ellers ville krevd en del tid i planlegging. Andersen og Sanner viser i sin artikkel til at presis kommunikasjon gir økt koordinering, man må bare ta det i bruk (Andersen & Sannes, 2017)

#### *Søk i stedet for kategorisering*

Fra tidlig av har det vært mer vanlig å kategorisere informasjon, fremfor å benytte en søkefunksjon. Dette var da i en periode hvor den tilgjengelige informasjonsmengden var betraktelig mindre enn den er i dag. I takt med at samfunnet har blitt mer vant til internett, har det blitt mer vanlig å søke etter ønsket informasjon, fremfor å lete. Lagring av informasjon er billig nok til at alt som skjer kan lagres (Andersen & Sannes, 2017).

#### *Prosessering i stedet for aggregering*

Aggregering betyr at data om for eksempel grupper eller perioder blir slått sammen til større grupper eller lenger tidsperioder (Nilstun, 2020). Datamaskiner blir raskere til å foreta beregninger enn før. Dette fører til at presisjonen på informasjonen man søker, øker betraktelig. Dette har stor betydning for hvordan vi organiserer oss, mange av våre rutiner er et resultat av manglende regnekraft. Digitalisering har ført til at vi kan erstatte aggregering med beregning, fordi øyeblikkelig informasjon om det vi vil beregne er lett tilgjengelig, og datamaskiner er blitt raskere (Andersen & Sannes, 2017).

### **2.3.4 Den digitale organisasjonen**

Sannes & Andersen omtaler i sin artikkel “Den digitale organisasjonen”. Dette er en bedrift eller en organisasjon som har gjennomgått digitalisering. Organisasjonen har altså tatt inn over seg at man kan sende alt, lagre alt og beregne alt, og denne forståelsen blir brukt til å konkurrere og utvikle seg. De nevner mange karaktertrekk for en digital organisasjon, for

eksempel at man ser på teknologi og forretning som ett, i en digital organisasjon. Videre vil en digital organisasjon ikke se på teknologi som en hvilken som helst annen administrativ kostnad, men heller som en investering i innovasjon. Det er ikke en leder sin intuisjon som bestemmer hvorvidt en løsning skal brukes eller ikke, det er de løsningen som viser seg å være best gjennom å prøve å feile som blir brukt. Det baserer seg på eksperiment fremfor synsing (Andersen & Sannes, 2017).

## 2.4 Forretningsstrategi

Ifølge Joan Magretta er forretningsmodellen og strategien til et selskap nært knyttet opp om hverandre. Og selv om mange bruker begrepene om hverandre i dag, er det en signifikant forskjell på dem. Mens forretningsmodellen er et system som viser hvilke deler et selskap består av, tar strategien for seg konkurransen i markedet, og skal være en plan på hvordan et selskap kan skille seg ut i fra andre i markedet. Magretta sier (Magretta, 2002):

*“Organizations achieve superior performance when they are unique, when they do something no other business does in ways that no other business can duplicate”.*

Michael Porter sin definisjon av strategi er:

*“Essentially, developing a competitive strategy is developing a broad formula for how a business is going to compete, what its goals should be, and what policies will be needed to carry out those goals”* (Porter 1980, 24).

Både Magretta og Porter har enighet om at strategi handler om konkurranse, og det å kartlegge hvilken posisjon et selskap har i forhold til sine konkurrenter i markedet.

Christine Lundberg Larsen i Regnskap Norge har en litt bredere oppfatning av hva strategi er, og inkluderer flere momenter i strategien. Det er de løsningene som velges for å nå målene i strategien som er overordnet, fordi det er disse målene det er viktigst for selskapet å prestere på. Larsen (2020) sin definisjon av strategi er:

*“Strategien og strategiprosessen handler om ambisjonene våre og retningen, om å se helheten og om å prioritere og ta valg. Strategien beskriver også hva vi må gjøre for å realisere målene våre som virksomhet”*

*“I hvilken grad vi lykkes i å nå målene i strategien forteller i hvilken grad vi har lykkes med det vi gjør”* (Larsen, 2020).

Strategi handler om å formulere et selskap sine målsettinger, og hvordan disse skal realiseres. Dette gir grunnlaget for hvilken retning selskapet skal gå, samt hvilke prioriteringer som selskapet skal foreta (Frederiksen & Holm, 2004).

## 2.5 Forretningsmodell

Med bakgrunn i vår problemstilling om regnskapsbransjen sin utvikling, har vi valgt å trekke inn relevant teori om forretningsmodeller. Mange bransjer i Norge har gjennomgått eller vil gjennomgå, en endring i rammebetingelsene, og regnskapsbransjen er intet unntak (Saebi, 2016).

*“Undersøkelser viser at selskaper som stadig er på utkikk etter muligheter til å endre og omforme sin forretningsmodell, oppnår raskere vekst og høyere markedsandel enn de som ikke gjør forandringer” (Saebi, 2016).*

Det har vært gjort mange forsøk på å definere tydelig hva forretningsmodeller er, men de har aldri blitt helt akseptert i akademia og næringslivet. Årsaker til dette kan være ulike bakgrunn og utgangspunkt når forretningsmodeller har blitt diskutert (Bakås m. f., 2014). Det er likevel en generell konsensus om at forretningsmodeller er med på å si noe om hvordan en organisasjon skaper og leverer verdi til sine kunder (Bakås m. f., 2014). Osterwalder og Pigneur har kommet frem til en overordnet definisjon av hva en forretningsmodell er:

*“En forretningsmodell beskriver den logiske begrunnelsen for hvordan en organisasjon skaper, leverer og kaprer verdi” (Osterwalder & Pigneur, 2010).*

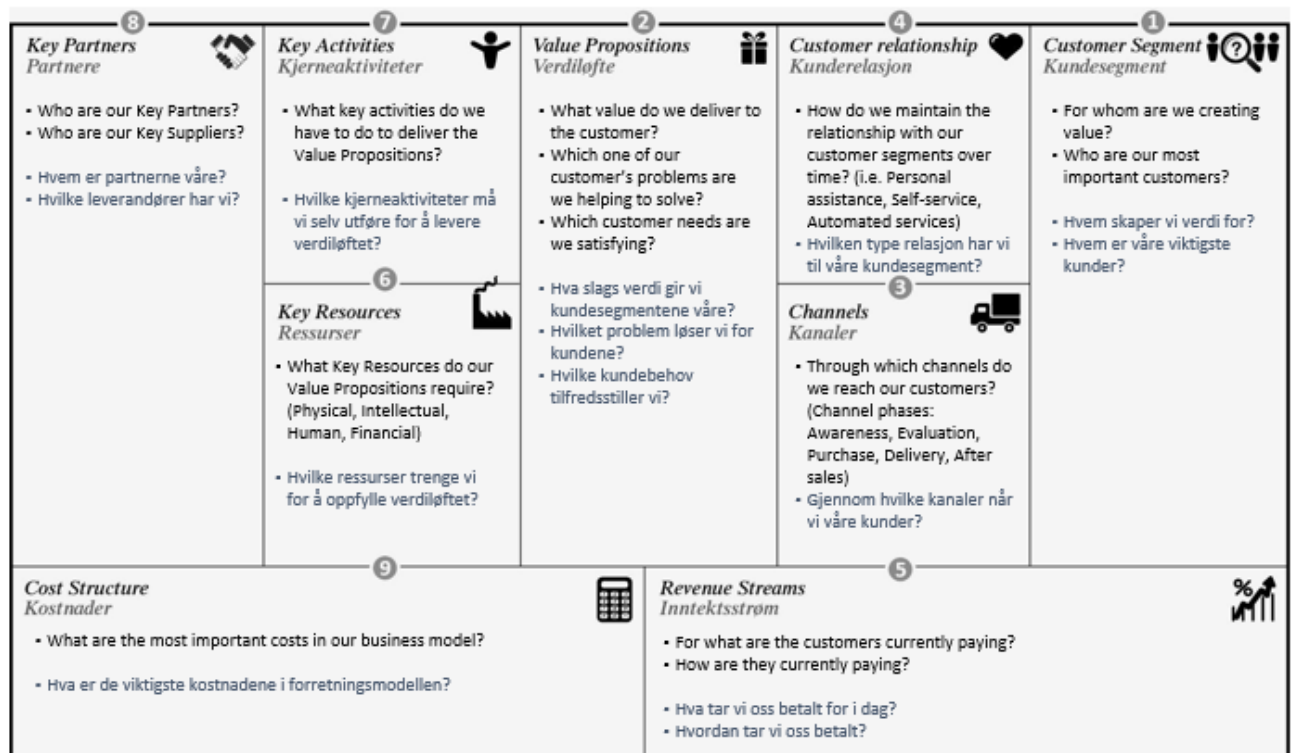
Altinn utleder på sine nettsider viktige spørsmål man skal kunne få svar på i en forretningsmodell (Altinn, 2020):

- Hva skal du levere?
- Hvem er kundene?
- Hvem er eventuelle samarbeidspartnere og hvem er konkurrenter?
- Hvordan skal du selge?
- Hvordan skal du levere?
- Hvordan skal du få betalt?
- Hvordan skal du skape fortjeneste?

Forretningsmodellen bør være et levende dokument. Med dette mener Altinn at forretningsmodellen hele tiden gjennomgår endringer og justeringer, når nye opplysninger kommer frem (Altinn, 2020).

## 2.5.1 Business Model Canvas

Det finnes flere forskjellige maler for å utvikle forretningsmodeller. Innovasjon Norge trekker frem Alexander Osterwalder sin Business Model Canvas som en av de bedre (Innovasjon Norge, 2020). Modellen har ni kategorier som deles inn i to grupper: interne faktorer og eksterne faktorer. De interne faktorene består av nøkkelpartnere, kjerneaktiviteter, nøkkelressurser og kostnadsstruktur. De eksterne faktorene består av kundesegment, verdiløfte, kanaler, kunderelasjoner og inntektsstruktur (Bakås m. f., 2014)



Figur 3: Osterwalders Business Model Canvas

For å forklare modellen har vi valgt SINTEF sin tolkning av komponentene i modellen (Bakås m. f., 2014):

Key Partners (Nøkkelpartnere) er nettverket av samarbeidspartnere som får forretningsmodellen til å fungere. SINTEF trekker frem strategiske allianser mellom ikke-konkurrenter, strategisk samarbeid mellom konkurrenter og joint ventures for å utvikle nye

foretak som viktige typer samarbeidsforhold (Bakås m. f., 2014). I denne delen av modellen vil organisasjoner kunne avdekke partnerskap som fungerer best for verdiforslaget.

Key Activities (Kjerneaktiviteter) er de viktigste aktivitetene som får forretningsmodellen til å fungere. Disse kan sammenlignes med forretningsprosesser, og det kan være prosesser inne utvikling, produksjon, salg, leveranse, service og support.

Key Resources (Nøkkelressurser) er de viktigste ressursene som kreves for å få forretningsmodellen til å fungere. De kan være fysiske, finansielle, intellektuelle eller menneskelige, og de kan eier eller leies av organisasjonen, eller kjøpes fra nøkkelpartnere.

Value Propositions (Verdiløfte) beskriver hva en organisasjon kan tilby av verdi til kundene gjennom produkter og tjenester. Verdiforslaget skaper verdi for ett eller flere kundesegmenter gjennom bestemte sammensetninger av varer og tjenester som oppfyller behovet til kundesegmentene.

Customer Relationships (Kunderelasjoner) forteller noe om hvilken type tilknytning organisasjonen skal etablere med ulike kunder. Dette kan for eksempel være personlig assistanse, selvbetjening, kundeforum og møteplasser for å skape innhold og verdi sammen med kunden.

Channels (Kanaler) definerer ulike måter en organisasjon kan oppnå kundekontakt gjennom, for eksempel slik som i butikk eller på internett og mobil. Her beskriver organisasjonen hvordan de skal få kontakt med, og kommunisere med sine kundekontakter ved levering av verdiforslaget.

Customer Segment (Kundesegmentene) definerer de forskjellige gruppene folk eller organisasjoner som selskapet ønsker å nå og betjene. For å bedre tilfredsstille kundene deler man dem inn i grupper ut i fra felles behov, oppførsel eller andre egenskaper.

Cost Structure (Kostnadsstruktur) beskriver de forskjellige utgiftene til organisasjonen. Man forsøker å kartlegge hvilke ressurser og aktiviteter som koster mest.

Revenue Streams (Inntektsstruktur) viser hvordan organisasjonen skal tjene på verdiforslaget.

## 2.6 Situasjonsanalyse

For å best kunne diskutere vår problemstilling har vi valgt å ta med teori som viser hvordan bransjen kan foreta en situasjonsanalyse. Vi har da valgt modellen SWOT, som står for Strengths, Weaknesses, Opportunities og Threats. SWOT-analysen er en metode for å identifisere hva som er en organisasjon sine potensielle sterke og svake sider, samt hva som er potensielle markedsmessige muligheter og trusler. Rammeverket ble lansert ved Harvard Business School på 1960-tallet (Olseng m. f., 2021). Vi valgte denne modellen fordi vi synes den er av de bedre situasjonsanalysene, som kartlegger de momentene som er mest kritisk for aktørene i bransjen.

Analysen består av en ekstern analyse, hvor organisasjonen ser på mulige trusler og muligheter, og en intern analyse, hvor organisasjonen ser på sine styrker og svakheter. Den eksterne analysen deles inn i to nivåer; makronivå og aktørnivå. På makronivå vil det de politiske, økonomiske, juridiske, teknologiske, demografiske, sosiale og kulturelle forholdene analyseres. På aktørnivå vil kundene, konkurrentene, leverandørene og distributørene analyseres. Den interne analysen prøver organisasjonen å identifisere forhold som kan utvikles til konkurransefortrinn, og forhold som kan svekke konkurranseevnen (Pihl, 2020).

	Styrker	Svakheter
Interne		
	Muligheter	Trusler
Eksterne		

Figur 4: SWOT

## **3 Metode**

Siden vi i denne masteroppgaven gjennomfører en vitenskapelig undersøkelse, er det viktig å ha et metodekapittel som går igjennom relevant metodeteori, metodevalg, kvalitet og etikk.

### **3.1 Vitenskapsteoretisk utgangspunkt**

Det er i utgangspunktet to vitenskapelige metoder man kan bruke ved forskning, samfunnsvitenskap og naturvitenskap (Johannesen mfl., 2010). Innenfor naturvitenskapelig metode forholder forsker seg til fenomen som kun kan observeres, her er altså forsker bare tilskuer til det som skal forskes på. I samfunnsvitenskapelig metode derimot forholder forsker seg til menneskers meninger og oppfatninger om seg selv og andre, noe som gjør samfunnsvitenskapelig metode mer ustabil da dette hele tiden er under endring (Johannesen mfl., 2010). Da vi i denne masteroppgaven er interessert i å forske på holdninger og oppfatninger om hvordan endringer i regnskapsbransjen har påvirket regnskapsførers rolle, vil vi kunne klassifisere dette som en samfunnsvitenskapelig oppgave.

Siden objektene i studiet er levende og bevisste objekter som tenker og tolker om verden på sin måte, er det viktig å forstå hvilke konsekvenser dette kan få for studien. I følge Busch (2013) er det derfor viktig at man har i bakhodet de 3 ulike teoriene, Ontologi, Epistemologi og Metodologi. Ontologi er ifølge Busch (2013) knyttet til hvordan vi ser på verden rundt oss, altså hvordan vi oppfatter virkeligheten. Denne er viktig å tenke på da dette påvirker ikke bare objektene men også oss som forskere. Vi alle lever i samme verden, men vi ser nok ikke verden på samme måte likevel. Epistemologi handler mer om hvordan vi skaffer oss kunnskap om verden, og i hvilken grad dette lar seg gjøre (Busch, 2013). Den siste teorien er metodologi, denne handler mer om hvilke metoder vi bruker for å oppnå kunnskap (Busch, 2013).

#### **3.1.1 Hermeneutikk og positivisme**

Med utgangspunkt i teoriene over er det utledet to tilnæringsmetoder, hermeneutikk og positivisme. Positivistisk metode har sitt opphav fra naturvitenskapen, og målet er å avdekke en objektiv virkelighet (Busch, 2013). I følge Dalland (2017) har positivismen to kilder til kunnskap, det vi kan iakttå og det vi kan regne ut med våre logiske sanser. Siden vi allerede har avklart at oppgaven vil ha ett samfunnsvitenskapelig utgangspunkt, vil dermed ikke en positivistisk metode passe med oppgavens problemstilling eller forankring. Da målet er å



forstå samspillet i bransjen og hvordan bransjen opplever endring, er vi dermed avhengige av å kunne kommunisere med objektene. Hermeneutikk derimot betyr fortolkningslære, altså det å finne meningen i noe eller forklare noe som uklart (Dalland, 2017). Et fortolkningsbasert utgangspunkt fokuserer derfor på å tolke meningsinnholdet i dataen som samles i en vitenskapelig undersøkelse (Busch, 2013), noe som er i samsvar med oppgavens problemstilling.

### **3.1.2 Induktiv og deduktiv metode**

Videre skal vi se nærmere på begrepene induktiv- og deduktiv forskning. Induktiv forskning kan sammenlignes med en hermeneutisk tilnærming hvor man går fra empiri til teori. Man ønsker å hente inn så mye data som mulig for så å tolke denne dataen mot teorier eller evt. skape egne teorier (Johannessen m.fl.2010). Deduktiv metode derimot ligner mer på en positivistisk tilnærming, der man tar utgangspunkt i en teori og deretter setter opp hypoteser som enten kan avkrefte eller bekrefte teorien (Busch, 2013). I følge Busch (2013) er det også en mellomting mellom disse tilnærmingene, en abduktiv tilnærming. Denne tilnærmingen gjør at forskeren kan veksle mellom teori og empiri på en mer fri måte. I vår oppgave vil en abduktiv tilnærming være mer realistisk da oppgaven bygger på et empirisk og teoretisk ståsted, med en forutsetning om hvordan det opereres i bransjen. Vi ønsker å se på endringen fra et historisk perspektiv og hvordan bransjen er nå, og hvilke variabler som har påvirket endringen.

## **3.2 Forskningsdesign**

Siden forskningsdesignet skal fungere som et rammeverk for metodedelen i denne oppgaven, er det viktig at man velger tydelige fremgangsmåter og et forskningsdesign som er i tråd med målet med oppgaven. (Saunders,2009, Busch, 2013)

I følge Johannessen mfl. (2010) er forskning en prosess som består av 4 faser; forberedelse, datainnsamling, dataanalyse og rapportering. Først forklarer vi kort vår metode sitt design og hvordan vi overordnet skal løse problemstillingen vår. Videre tar vi for oss våre data og hvordan vi har tenkt til å samle disse inn. Til slutt vil vi ta for oss hvordan våre data kan svare på vår problemstilling. Denne oppdelingen er basert på forskningsløken av Saunders, 2009 (Busch, 2013)

### **3.2.1 Ekstensivt eller intensivt design**

Ved ekstensivt design viser Busch (2013) til at man innhenter data fra mange kilder, i motsetning til et intensivt design hvor man samler inn dybde data fra få kilder. I denne masteroppgaven har vi valgt å hente inn data fra få kilder, men i form av dybdeintervju. Vi så at med tanke på tiden, ressursene og samfunnssituasjonen ville det være mer hensiktsmessig for oss å bruke færre dataobjekt, og heller bruke mer tid på de objektene, enn å bruke et ekstensivt design. Vi så fort at vi hadde mange variabler som skulle på plass og dette kunne bli en tidkrevende del av oppgaven, da spesielt siden dataanalysen var avhengig av at vi fikk inn nok data fra hvert objekt. Ved å bruke et intensivt design treffer vi små deler av populasjonen, dermed kan man ikke trekke noen endelige konklusjoner om en hel bransje slik som man i større grad kunne gjort med et ekstensivt design.

### **3.2.2 Kvantitativ eller kvalitativ data**

Med bakgrunn i diskusjonen om bruk av ekstensivt eller intensivt design, følger valg om bruk av kvantitativ eller kvalitativ data. Man bruker som oftest kvantitativ data i et ekstensivt design, og kvalitativ data i et intensivt design. Med bakgrunn av vår problemstilling var det ønskelig å velge et design som går mer i dybden enn i bredden. I vår oppgave vil et intensivt og kvalitativt design derfor være mest hensiktsmessig, da dette er metoder som fokuserer på en mindre gruppe data og som gjør det enklere å analysere objektene i dybden. Vi ser samme problem her at overførbarhet av resultat kan bli vanskelig, da vårt utvalg bare er en veldig liten del av bransjen.

### **3.2.3 Hoveddesign og Tidsperspektiv**

Hoveddesignet og tidsperspektivet i denne masteroppgaven har bestått av at data skal samles inn på et tidspunkt, men med mulighet til å etterspørre informasjon om vi trenger ved senere tidspunkt. Dette defineres som en tverrsnittsundersøkelse ifølge Busch (2013), siden objektet bare intervjues en gang. Vi så egentlig ikke noe annet valg enn å gjennomføre ved bruk av tverrsnittsundersøkelse da denne masteroppgaven bare skrives over ett semester. Vi ser at med tanke på tidsperspektivet at resultatene på datainnsamlingene må være tilpassingsdyktig, da bransjen er i stadig endring noe som gjør at dataen fort blir "utdatert". Siden vi er ute etter å forske på en endringsprosess i bransjen ville det gitt mye større verdi å skrive denne oppgaven i et mye lengre tidsperspektiv. På denne måten kunne vi hatt flere intervju av samme objekt og faktisk sett endringene hos hver av de fra et tidspunkt til et annet. Slik som

vi gjennomfører undersøkelsen nå har vi tatt oppfatningene fra de ulike objektene og sammenlignet de med hverandre, slik at vi kan falle en konklusjon fra deres samlede svar.

### **3.3 Datainnsamling**

I en vitenskapelig tekst er det viktig at man har dokumentasjon for å bygge under våre funn og konklusjoner, da teksten skal representere virkeligheten (Johannessen m. fl., 2010). Oppgaven er basert på å hente inn primærdata fra dybdeintervju og sekundærdata fra offentlige publikasjoner fra bransjen.

#### **3.3.1 Utvalg**

Målet med denne undersøkelsen var å få mest mulig innsikt i hvordan bransjen selv oppfattet endringen, og hvordan de mente dette påvirket regnskapsførers rolle. Vi har dermed ikke valgt ut utvalget i denne undersøkelsen tilfeldig, men heller tatt en strategisk utvelgelse. I følge Johannesen mfl. (2010) er en strategisk utvelgelse når forskerne selv velger objekter slik at man har dekket målgruppen for undersøkelsen. På denne måten vet man at man får med de personene og den dataen man trenger for å dekke forskningsfeltet. Utvalget i vår masteroppgave består av 3 grupper, som igjen representerer regnskapsbransjen;

1. Selskap
2. Regnskapsførere og revisor
3. Interessenter av regnskap

Når det kom til rekruttering av intervjuobjekter valgte vi å gå for personlig rekruttering. Det var i utgangspunktet flere grunner for dette, men i hovedsak tidsperspektivet. Vi bestemte oss ganske tidlig hvilket tema vi ville skrive om og dermed hadde vi en ganske god peiling på hvilke områder vi måtte innom. På grunn av Covid-19 visste vi at den geografiske betydningen ikke hadde noe å si, og dermed måtte både utvelgelse og gjennomføring å foregå digitalt. Vi valgte dermed å sende ut mail til alle mulige kandidater som vi mente var relevant til oppgaven, da både innenfor og utenfor eget nettverk.

Vi endte opp med et utvalg på 8 stykker som fordelte seg over de tre utvalgsgruppene. 3 innenfor selskap, 2 regnskapsførere og 1 revisor, og 2 interessenter.

Tabell 1: Oversikt over Informanter

<b>Informant</b>	<b>Utvalgsgruppe</b>
Informant 1	Selskap
Informant 2	Selskap
Informant 3	Selskap
Informant 4	Regnskapsfører/revisor
Informant 5	Regnskapsfører/revisor
Informant 6	Regnskapsfører/revisor
Informant 7	Interessent
Informant 8	Interessent

Informantene i vår oppgave består av 8 informanter med aldersspenn fra 24 år til 75 år. Det er intervjuet tre forskjellige selskaper, hvorav to av disse er enkeltpersonsforetak og en av dem er aksjeselskap. Videre ble det intervjuet to regnskapsførere som begge jobber for autoriserte regnskapsselskaper, en revisor og til slutt to interessenter. For alle selskapene vi har intervjuet har vi intervjuet innehaver eller daglig leder. I følge Johannessen mfl. (2010) at det alltid noen informanter som er mer sentrale enn andre, og dermed har ikke alle informantene samme status. Dette ser vi i vår oppgave i den forstand at hovedfokuset i oppgaven er vektlagt på regnskapsføreren, og de andre informantene blir da supplementerende i analyse og diskusjon. Vi valgte i vår problemstilling å holde fokuset på bransje som helhet, men også hvordan regnskapsfører opplever denne endringen. Det er dermed naturlig at regnskapsførerens dataresultatet er noe større, og deretter selskapene og til slutt revisor og interessenter.

### **3.3.2 Semistrukturert dybdeintervju**

Med bakgrunn i hoved designet er det vanlig at man innhenter data i form av dybdeintervju, dette er for å få grundig data på objektenes oppfatning og erfaring av fenomenet. Et intervju består av flere ting enn bare å stille og svare på spørsmål, det er også masse tolkning mellom intervjuer og objekt. Det er viktig at man som forsker ikke overkjører intervjudeltaker og at man hele tiden prøver å få klare svar fra hvordan intervjudeltaker oppfatter ting.

Undersøkelsen baserte seg på dybdeintervju, nærmere bestemt semistrukturerte dybdeintervjuer. Johannesen mfl. (2010) sier at et intervju bør ha en viss struktur og et formål, der formålet som oftest er å forstå eller beskrive noe. En av de største fordelene med intervju er at man klarer å fange opp mye mer ved bruk av intervju i forhold til spørreskjema. Om f.eks. intervjuobjektet ikke forstår hva spørsmålet handler om, eller at språket er for avansert, så har man mulighet til å endre det i øyeblikket og dermed få besvart spørsmålet. Vi valgte i hovedsak å bruke semistrukturerte intervju for det ville gi oss en god dialog med intervjuobjektet, og samtidig tilpasse spørsmålene etter hvordan markedet så ut på intervjudag. På denne måten ble bruk av intervju mer fleksibelt, og det ga også intervjuobjektene en mulighet for å komme med all informasjon som de måtte ønske.

### *Forberedelser*

Vi valgte som sagt et semistrukturert intervju, som betyr at vi har laget en overordnet intervjuguide (se vedlegg 3) for hver utvalgsgruppe, men denne intervjuguiden skal bare være en veiledende guide og det er ingen faste svar (Johannesen mfl., 2010). På denne måten gir man intervjuobjektet mulighet til å svare på spørsmålet, men også komme med flere svar eller eksempler de assosierer med spørsmålet. Vi valgte å utforme intervjuguidene etter hovedtemaer; Innledende spørsmål, Digitalisering/regnskapsprogram, regnskapsførers rolle, regnskapskvalitet og regnskapsforståelse. Ikke alle temaene var relevant for alle utvalgsgruppene, de ble derfor tilpasset for hver gruppe. Spørsmålene er også vinklet på ulike måter for hvert utvalg, dette er for at intervjuobjektene lettere skulle forstå spørsmålet og at man minsker muligheten for misforståelser. Vi sendte først ut informasjon om oppgaven, og etter bekreftelse om deltakelse så sendte vi spørsmålene, samtykkeerklæring og generelt litt om oppgaven før intervjuet. På denne måten kunne intervjuobjektene forberede seg, og samtidig forberede punkter de følte vi manglet.

### *Intervju*

Selve intervjuet begynte vi med innledende spørsmål for å varme litt opp, men samtidig bekrefte at objektet passet i undersøkelsen. Etter det gikk vi tematisk frem med ett tema om gangen, vi presenterte temaet før vi begynte på spørsmålene sånn at objektet skulle føle seg tryggere. I utgangspunktet lot vi intervjuobjektet snakke fritt, og i liten grad presset dem i noen særlig retning. Om vi ønsket mer informasjon om noe spurte om det, eller om vi følte at de ikke hadde svart på spørsmålet prøvde vi å omformulere det på en god måte og legge til et eksempel. Siden alle intervjuene var over en digital plattform var det egentlig liten mulighet

til å prate samtidig, og alle intervjuobjektene ble før intervjustart gjort klar over at på grunn av dette ville vi ikke svare med så mye bekreftende svar/lyder etc. vi prøvde heller nikke og smile som bekreftende svar.

### 3.4 Analyse

Som Johannesen mfl. (2010) sier er det ikke bare å analysere intervju, man må også tolke innholdet og sammenhengen. Johannesen mfl. (2010) definerer å analysere som *å dele noe opp i biter eller elementer*, mens å tolke er *å sette noe inn i en større ramme eller sammenheng*. Utgangspunktet for analyse var opptak fra intervjuene, så disse valgte vi å transkribere til tekstform med tidsstempel. Johannesen mfl. (2010) definerer transkribering som *“Ordrett utskrift fra intervjuer, gruppesamtaler og/eller observasjon. Utskriftene brukes som grunnlag for analyse av dataene”*. På denne måten fikk vi god oversikt over relevant informasjon, og det ble lettere å finne frem i lydfilen.

Ved transkribering valgte vi å bruke Words egen transkriberingsfunksjon, i tillegg til å høre gjennom hele lydfilen for å sikre oss at transkriberingen ble helt rett. For å kvalitetssikre oss på at alt ble rett gikk vi gjennom hvert intervju sammen etter de var ferdig transkribert, vi kunne da diskutere og bli enige at vi hadde forstått innholdet på samme måte. Vi valgte etter transkriberingen å bruke en kategoribasert inndeling av datamengden, som vil si at man organiserer etter spesielle temaer (Johannesen mfl. .2010). I utgangspunktet brukte vi intervjumalene, siden disse allerede var inndelt etter tema og strukturert etter oppgaven. Ved å følge de resterende stegene til Johannesen (2010) reduserte vi dermed datamengden, med å sile ut all informasjon som var irrelevant for oppgaven. Selve analyseringen besto av å analysere hvert objekt, men også analysere objektene opp mot hverandre. Ved å analysere objektene mot hverandre foretok vi en fortolkende analyse av intervjudataene, altså hvor vi prøvde å forstå hva som lå bak svarene og hvilken tilknytning de hadde til bransjen (Johannesen m.fl.2010)). Deretter skrev vi inn alle svarene fra undersøkelsen som en sammenhengende tekst, delt etter utvalgsgruppe og tema som presenteres i kapittel 5 empirisk resultat.

## **3.5 Metode kvalitet**

I alle akademiske tekster er det viktig at man har fokus på kvalitetssikring av dataene man bruker, vi vil derfor utlede litt nærmere om reliabilitet og validitet under. Det er også viktig at man tar hensyn til svakheter i metoden man har brukt. Kvaliteten kan påvirkes på mange måter, noe som kan få store konsekvenser på resultatet av oppgaven (Busch, 2013) Vi vil her gå gjennom de 3 vanligste kravene til metodekvaliteten, validitet, reliabilitet og overførbarhet.

### **3.5.1 Validitet**

Validitet eller troverdighet handler om informasjonen vi bruker er troverdig, og om informasjonen faktisk er det vi er ute etter i undersøkelsen og om det gjenspeiler virkeligheten (Johannessen, mfl., 2010). Johannesen mfl. (2010) mener det er 2 teknikker man kan bruke for å øke validiteten i undersøkelsen; 1. Vedvarende observasjon og 2. Metodetriangulering. Vedvarende observasjon handler om at man holder et øye med dataene man har samlet inn, og skulle det være at det har skjedd store endringer i løp av undersøkelsestiden så kan man gjøre endringer som øker validiteten. På denne måten øker man både reliabilitet og validitet, ved at man blir godt kjent med bransjen/selskapene og dermed lett kan begrunne relevant informasjon fra ikke-relevant informasjon (Johannesen, mfl., 2010).

Metodetriangulering er når man bruker flere metoder i en undersøkelse. Vi har i denne oppgaven valgt å sammenligne primærdata mot sekundærdata. Siden vi også bruker flere enn bare en informant, vil sammenligningen mellom informantene også fungere som en kvalitetssikring av primærdata. Ved å se etter likhet og ulikheter, kan man fortere fange opp eventuelle misforståelser fra informantene eller eventuelle misforståelser av det empiriske grunnlaget. Man kan dermed øke troverdigheten til informasjonen som er innhentet til analysen.

### **3.5.2 Reliabilitet**

Som skrevet i 3.3 er det viktig at all informasjon brukt i den vitenskapelige teksten kan dokumenteres, men ikke nok med at den kan dokumenteres må den også ha reliabilitet. Reliabilitet eller pålitelighet er knyttet opp til hvordan dataene er innsamlet og hvordan man

har analysert den, om ikke dataene er pålitelig er heller ikke teksten pålitelig. I følge Johannessen mfl. (2010) kan man teste reliabilitet på to måter;

1. Gjenta samme undersøkelse på to forskjellige tidspunkt, altså en test-retest-reliabilitet.
2. At man sammenligner dataene og resultatene sine med tidligere studier eller mot andre som gjør samme analyse.

Om resultatene ikke avviker mye fra originalt utgangspunkt, kan dette tyde på at man har høy reliabilitet. Om resultatene på disse to metodene derimot avviker mye fra utgangspunktet, kan det tyde på at man har lav pålitelighet og det kan dermed være lurt å gjøre undersøkelsen på nytt. Det er viktig å legge til at reliabilitet kan være noe vanskeligere å definere når man bruker kvalitativ data, dette er fordi mye av informasjonen man får er avhengig av konteksten når informasjonen var hentet inn (Johannessen, mfl., 2010). Før undersøkelsen gjorde vi grundig arbeid med intervjuene, og bygget de opp på en måte som tillater endringer og lite avhengig av tidsbestemte hendelser. Vi prøvde å bygge på spørsmålene slik at de kunne bygge en forståelse av hvordan informantene opplever endringen, men også hvilke faktorer som har betydning for informantene. På denne måten kunne vi forstå mer av hvilke variabler som lå bak opplevelsen eller holdningen, og dermed kunne vi også tilpasse oss om det skulle bli store endringer i feltet.

### **3.5.3 Overførbarhet**

Overførbarhet er knyttet til om våre resultater kan overføres til andre populasjoner eller til andre situasjoner. I følge Johannessen mfl. (2010) er forskning mer enn bare en ren innsamling av data, det er utvikling av teorier, begreper og fortolkninger om undersøkelsesobjektet. I motsetning til kvantitativ forskning, har kvalitativ forskning et større fokus på overførbarhet enn generalisering. Johannessen mfl. (2010) definerer en undersøkelses overførbarhet som *hvorvidt det lykkes en å etablere beskrivelser, begreper, fortolkninger og forklaringer som er nyttige på andre områder enn det som studeres*. Altså om man klarer å overføre analysene/funnene i undersøkelsen til andre markeder for eksempel. I dette tilfellet ville det kanskje vært andre bransjer enn regnskapsbransjen som også har hatt en ekstrem digitalisering periode hvor flere av yrkene står i fare for å bli erstattet av maskiner. Johannessen mfl. (2010) nevner også at bruk av referansegrupper er noe som kan hjelpe å bekrefte overførbarheten, da dette er grupper som kan brukes til å sammenligne en gruppe i f.eks. regnskapsbransjen med andre grupper i samme situasjon bare i en annen bransje.



### **3.5.4 Bekreftbarhet**

Bekreftbarhet er ifølge Johannessen mfl. (2010) om resultatene fra undersøkelsen kan bekreftes av andre studier eller forskere. Det handler i hovedsak om resultatet i undersøkelsen er forårsaket av de subjektive holdningene til forskeren, eller om det er et faktisk resultat av virkeligheten. Hvor objektiv har forsker vært, eller har man latt sine egne meninger overkjøre de faktiske resultatene fordi man er uenig. Johannesen mfl. (2010) legger til at for å forsterke bekreftbarhet i oppgaven er det lurt å støtte opp under oppgaven med relevant litteratur, bekreftelse fra intervjuobjekt, og vise til eventuelle svakheter og skjevheter. Dette er noe vi har opprettholdt ved å trekke empiri mot resultatet fra undersøkelsen. På denne måten bruker vi den abduktive tilnærmingen hvor vi veksler mellom teori, empiri og i dette tilfellet “virkeligheten” fra resultatet.

## **3.6 Forskningsetikk**

Dalland (2017) legger til at ved behandling av personopplysninger er det viktig at man ivaretar det etiske ansvaret. Videre sier han at ryddig bruk av personopplysninger er en nødvendighet for å skape et godt samarbeid med informantene i undersøkelsen. Vi skal i dette kapitlet gå gjennom de ulike tiltakene vi har brukt med tanke på behandling av personopplysninger.

### **3.6.1 Norsk samfunnsvitenskapelig datatjeneste**

Siden vi har valgt å gjennomføre dybdeintervju som datainnsamling, og dermed behandler en del personopplysninger har vi etter personvernloven meldeplikt til Norsk samfunnsvitenskapelig datatjeneste (NSD). Vi meldte derfor inn masteroppgaven til NSD i et meldeskjema før vi begynte noe innhenting av data. (Se vedlegg 1). Fra NSD fikk vi tilbakemelding om utbedring av noen punkter, noe vi gjorde før vi satte i gang med datainnsamlingen.

### **3.6.2 Samtykkeskjema**

Ved at vi måtte søke inn til NSD fikk vi også god hjelp og veiledning til å lage samtykkeskjema til intervjuobjektene (Se vedlegg 2). Ved å bruke et slikt skjema fikk alle intervjuobjektene klar informasjon om at deltagelsen er frivillig og at de hadde mulighet til å trekke seg når som helst og uten grunn om ønskelig. Alle intervjuobjektene fikk også i dette skjema bekreftet at de ble å være anonym, det skal ikke være mulig å gjenkjenne verken objektene eller bedrifter.

## **4 Empirisk bakgrunn**

Vår oppgave bygger på en spesifikk bransje, og da er det ifølge Busch (2013) viktig å presentere det empiriske feltet undersøkelsen har tatt utgangspunkt i. Vi vil i dette kapitlet presentere regnskapsbransjen, og hvilke endringer den har vært igjennom de siste årene. Vi vil også forklare sammenhengen i bransjen og andre variabler som legges til grunn for vår analyse/diskusjon.

### **4.1 Det digitale skiftet**

Regnskapsbransjen har tidligere vært en bransje med stabile rammebetingelser, men som resten av samfunnet påvirkes også regnskapsbransjen av den globale digitaliseringen (Schei, mfl., 2015). I Norge har nok det digitale skiftet pågått i flere år, uavhengig om det var intensjonelt eller ikke. Innenfor regnskapsbransjen kan man se at bokføringsloven ble endret tilbake i 2012, hvor man da fikk lov å oppbevare bilag elektronisk (Stortinget, 2012). I 2015 satt regjeringen i gang en større digitaliseringsprosess rettet mot det offentlige, denne ble så til en digitaliseringsplan i 2019 som skal ferdigstilles i 2025. Denne planen er rettet mot offentlig virksomhet, men har også et mål om å forenkle hverdagen for innbyggere og næringsliv, ved å legge til rette for produktivitetsøkning i samfunnet (Regjeringen, 2021) Implisitt kan man i fra denne digitaliseringsstrategien se at dette påvirker samfunnet i sin helhet. For regnskapsbransjen som tidligere har hatt en stabil forretningsutvikling uten mange markante endringer, kom nok det digitale skifte som en stor utfordring på mange måter.

Vi skal nå se litt nærmere på hvilke utfordringer som har preget utviklingen av bransjen under denne digitaliseringsprosessen, og hvordan aktørene i og utenfor bransjen har jobbet seg gjennom det.

### **4.2 Regnskapsbransjen**

Regnskap Norge kom i 2018 ut med en artikkel som belyser regnskapsbransjen sin side av digitaliseringen. Bransjeforeningen legger ikke skjul på at en del av arbeidsoppgavene til den tradisjonelle regnskapsføreren har blitt automatisert, og det har vært konsensus blant medlemmene at omkring 45% av de manuelle arbeidsoppgavene vil være automatisert inne fire til fem år (Larsen, 2018).

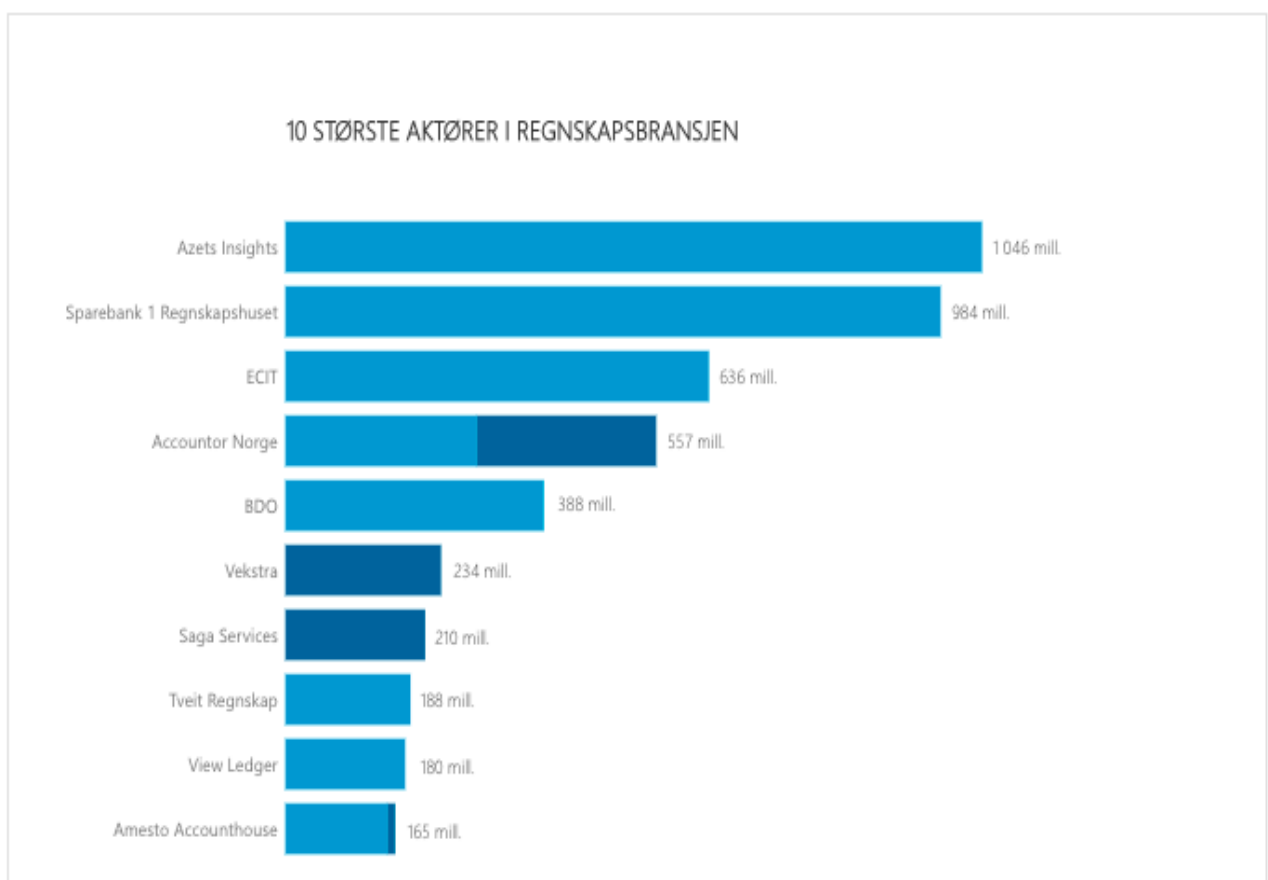
Dette er ikke noe som kom overraskende på bransjen. De har jobbet aktivt i flere år med å tilpasse bransjen sin nye arbeidshverdag; en arbeidshverdag som består i større grad av økonomiske råd og veiledning, fremfor punching av bilag og avstemming (Larsen, 2018). Lien (2019) referer til en spådom om at regnskapsbransjen kommer til å miste flere jobber på grunn av digitalisering, og mener at et av problemene med spådommen for bransjen er at den er basert på feil grunnlag, og det i beste fall er en sannhet med modifikasjoner. Realiteten er at regnskapsførere har allerede flere oppgaver, noen som rett og slett ikke kan automatiseres. Dette innebærer arbeidsoppgaver med former for menneskelig kontakt, slik som kundemøter, kunderelasjon, lojalitet og rådgivning (Lien, 2019). Han mener videre at situasjonen har åpnet opp for flere nye oppgaver for regnskapsføreren, som inkluderer at det kan tilbys mer strategisk rådgivning og beslutningsnytte i høyere grad. Han legger til at det er kun de som klarer å omstille seg til endringene som blir å overleve i bransjen, og at de må søke etter ny kompetanse og forretningsmodeller. (Lien, 2019)

Generelt ser man en omstilling til en mer automatisert og digital hverdag, noe som gjør at også aktørene i bransjen er blitt mer digitaliserte. For aktørene er det derfor viktig at man utnytter mulighetene rundt digitalisering, og aktivt søker ny kompetanse innenfor relevante fagfelt. Dette betyr at menneskene i selskapene kanskje må videreutdanne seg, eller arbeidsplassen må kunne tilby opplæring i de digitale verktøy som brukes for å møte kundenes behov (Lien, 2019). I likhet med Lien er Regnskap Norge tydelige på hvilke tiltak en regnskapsfører må gjøre for å holde seg relevante: Det må til et skifte i kunderelasjonen. Kundeavtaler bør oppdateres, regnskap bør leveres som abonnement, og forholdet mellom kunde og regnskapsfører bør bli tettere (Regnskap Norge, 2020).

#### **4.2.1 Konsolidering i bransjen**

Som en konsekvens av digitaliseringen og lettelser på krav for små- og mellomstore bedrifter, ser vi at regnskapsbransjen har fått flere konkurrenter og markedsstrukturen endrer seg. Selv om arbeidsoppgaver og prosesser blir stadig mer automatisert, ser Regnskap Norge ikke noen nedgang i verken ansatte i yrket eller i bransjen. De viser til tegn til at eventuelle arbeidstimer som går tapt, blir kompensert med flere kunder og/eller nye muligheter som selskapene satser på. Siden 2007 har antall autoriserte regnskapsførere økt med 3 % i snitt per år, dette har dog avtatt noe siden 2015. Bransjen blir mer og mer konsolidert, og forholdet mellom nyetablerte og avsluttede regnskapsførerselskap endrer seg (Regnskap Norge, 2021).

I følge Regnskap Norge (Austheim, 2019) har det helt siden 2000-tallet foregått en del oppkjøp og kjededannelser i regnskapsbransjen. Bransjeforeningen har jobbet med å finne ut hvor langt konsolideringen av regnskapsbransjen egentlig har kommet, og har gjennom dette arbeidet måtte tallfeste totalmarkedet og markedsandelene til hver eneste aktør. Regnskap Norge brukte en metode som innebar at de grupperte alle organisasjonene på paraplykjedenivå, for å få en oversikt over alle konsern og kjedestrukturer. Det vil si at de summerte alle enhetene som har samme hovedorganisasjon, uavhengig av om virksomheten er organisert som et konsern, en allianse eller franchise. For eksempel så er alle organisasjonene som går under Azets samlet i en aktør.



Figur 5: Konsolidering i regnskapsbransjen

Diagrammet over viser omsetningen til de 10 største aktørene i bransjen for regnskapsåret i 2018. Analysen til Regnskap Norge viser at de 10 største aktørene hadde en markedsandel på 28 % (Austheim, 2019).

## 4.2.2 Fra regnskapshus til kompetansehus

*“Det handler ikke om å fjonge seg, men det følger naturlig av at selve faget er i utvikling, en utvikling vi selv er med på å lede an”*

Dette sier Lars Bratberg, partner og leder for økonomi og HR i Aider. Etter det digitale skiftet ser man en endring i verdsettelse av kompetanse i bransjen. Med en økende endring i regnskapsførerrollen er fokuset lagt mer på rådgiverrollen. Aider mener det er en bransjegliding på gang, og de er blant dem som har tatt steget vekk fra å kalle seg en rent regnskapsbyrå (Aider, 2021).

Mens tradisjonelle regnskapsbyråer dreier seg om å levere regnskapstjenester, vil et kompetansehus kunne levere et bredt sett med tjenester. Det skal tilbys hjelp med alt fra forretningsrådgivning til IT-tekniske fag (Aider, 2021). Aider trekker også frem et annet kjennetegn ved kompetansehus, det er at all kompetanse er satt i system, internt innen fagområder, men også i teamsammensetninger (Aider, 2021).

Aider er ikke de eneste som har tatt overgangen fra regnskapshus til kompetansehus. Det har vært stor konsolidering i bransjen, og på denne måten samles kompetansen. Vi ser at mange bruker ordet “kompetansehus” for å beskrive sitt selskap, for eksempel Azets, Wepe og Deloitte. Til slutt sier Bratberg:

*“Det står kanskje AS på kontrakten, men det er mennesker du skal jobbe med. Det er mennesker som har kompetanse. Så sørg for å finne noen du jobber bra sammen med, og som forstå deg og bedriften din”* (Aider, 2021).

## 4.3 Digital utvikling hos systemleverandørene

### 4.3.1 Systemutviklere

Håndtering av regnskap og regnskapsmessige behandlinger blitt mer og mer digitalisert, noe som har resultert i flere tilbydere av digitale program. De fleste systemleverandørene i regnskapsbransjen er allerede nettbasert, eller på vei dit (Regnskap Norge, 2016). Bokføring er for lengst flyttet over til digitale plattformer, og utregninger av blant annet nøkkeltall, balanse, årsregnskap, skatt og merverdiavgift konfigureres automatisk i disse programmene.

Regnskapsprogrammene har eksistert i flere tiår, men vi kan se at det har skjedd en enorm utvikling innenfor dette området i løpet av de siste årene. Etterhvert som samfunnet henger med på digitale løsninger, blir det enkelt å utvikle programmer med forskjellige integrasjoner. For eksempel kan man sende betalinger direkte til bank via de fleste regnskapsprogrammene, og man kan sende MVA-melding direkte fra regnskapsprogrammet til Altinn.

Regnskapsbransjen drar nytte av at systemutviklere vil forenkle produksjonen av regnskapsførsel. Regnskap Norge mener at digitaliseringen i regnskapsbransjen krever oppmerksomhet fra aktørene i bransjen.

*“Digitaliseringen i samfunnet generelt, og i regnskapsbransjen spesielt, krever oppmerksomhet fra aktørene i bransjen. Regnskap Norge skal gjennom sitt arbeid se fremover i tid vurdere konsekvenser av teknologier og innovasjoner, teste ut konsepter, for så å dele erfaringer fra det vi ser med medlemmene våre og andre interessenter”.*

Regnskap Norge jobber tett opp mot systemleverandørene i bransjen, gjennom Regnskap Norge IT-forum. Her jobber de aktivt med å forsterke brukerperspektivet i systemutviklingen. (Regnskap Norge, 2021).

### 4.3.2 Systemutvikleres påvirkning på regnskapsbransjen

Vi ser to kombinasjoner som trer mer og mer frem i lyset, enten at selskapene har regnskapsfører i kombinasjon med regnskapsprogram, eller kun benytter regnskapsprogram. Når selskaper benytter felles IT-plattform med sin regnskapsfører, opptrer systemleverandør som en tredjepart i oppdragsavtalene. Denne tredelingen stammer i større grad fra at revisjonsplikten i 2011 ble opphevet, og muligheten for å fravelge revisor ble aktuell, jf. aksl. § 7-6. Utviklerne av disse enkle regnskapsprogrammene markedsførte da med samme fokus,

at det skulle være enkelt og oversiktlig for bruker, uten gitte forkunnskaper, å føre eget regnskap. Som følge av at regnskapsprogrammer er blitt mer brukervennlige og tilgjengelige, velger flere å håndtere store deler av eller hele regnskapet på egenhånd.

Utviklere av regnskapssystem slik som Fiken reklamerer for at en bedrift kan føre regnskapet sitt selv. Vi ser en økende trend i selskaper som benytter seg av akkurat dette; å føre regnskapet sitt selv. Altinn presiserer at det er foretaket som er ansvarlig for at regnskapet blir ført korrekt, uavhengig av om selskapet har ekstern regnskapsfører eller ikke (Altinn, 2020).

Fiken er en systemleverandør som i større grad markedsfører seg mot selskaper som ikke ønsker å bruke regnskapsfører, og at selv ikke-økonomer kan føre regnskapet sitt i Fiken. Dette kan vi se ut i fra deres sitat på nettsiden:

*“Fiken er regnskapsprogrammet for alle som hater regnskap. Og vi er faktisk ikke spesielt glad i regnskap selv! Men vi elsker å løse problemer og gjøre livet enklere for alle de små bedriftene der ute”* (Fiken, 2021)

Tripletex derimot, er en systemleverandør som har lagt til rette for at man kan føre regnskapet sitt selv eller i samarbeid med regnskapsfører i Tripletex. Dette kan vi se gjennom deres visjon:

*“Tripletex skal være førstevalget og en “One stop shop” for SMB-markedet og for regnskapsførere. Dette skal vi klare ved å forenkle, automatisere og utfordre”* (Tripletex, 2021).

Ut i fra dette kan vi se at Fiken og Tripletex er to selskaper som tilbyr den samme tjenesten, men som har valgt å prioritere forskjellige kundesegmenter. Det finnes i dag mange regnskapssystem som opererer med ulike typer moduler og integrasjoner. For eksempel har både Fiken og Tripletex integrasjon mot forskjellige nettbanker, slik at betalinger går automatisk. Kunden trenger bare å godkjenne betaling i nettbank. Uavhengig av hvordan oppdragsavtalen mellom regnskapsfører og kunde er, vil slike løsninger lette enkelte manuelle arbeidsoppgaver for regnskapsføreren.



## 5 Resultat

I dette kapitlet kommer vi til å presentere våre funn fra dataundersøkelsen. Disse funnene vil danne grunnlaget for vår analyse og diskusjon, og vi vil presentere dataene i form av utfyllende forklaringer og med sitater fra våre informanter.

Resultatet er delt inn etter utvalgsgruppene “*selskap, regnskapsfører/revisor og interessent*”. Videre grupperer vi resultatet inn i bolker med hvert tema for hver gruppe. For gruppen “Selskaper” (Utvalg 1) vil deres resultat bli fordelt på; *Innledende informasjon, regnskapsførers rolle, digitalisering og regnskapsprogram og regnskapskvalitet og forståelse*. For gruppen “Regnskapsfører/revisor” (Utvalg 2) vil resultatene være presentert i temaene; *Innledende informasjon, digitalisering, regnskapsprogram, regnskapsførerrollen og regnskapskvalitet*. For gruppen “Interessenter” (Utvalg 3) vil resultatene være presentert i temaene; *Innledende informasjon og regnskapskvalitet*.

### 5.1 Utvalg 1: Selskapene

#### 5.1.1 Innledende informasjon

Vi stilte spørsmål til informantene om selskapene sitt fokus på digitalisering, samt hvordan selskapene vil beskrive sin IT-forståelse. Informant 1 svarte at det ikke har vært spesielt fokus på digitalisering, men at alt utenom selve tjenesten er digitalisert. Informant 2 forklarte at selskapet har utviklet seg digitalt den siste tiden, og ser fordelene med utviklingen. Informant 3 mener at digitalisering er en stor del av det å gjøre selskapet mer effektivt, og at digitalisering bringer selskapet videre. Alle informantene mener at IT-forståelse i sitt selskap er god i forhold til den kompetansen selskapet har behov for.

#### 5.1.2 Regnskapsførers rolle

Informantene ble stilt spørsmål som omhandler regnskapsfører og den rollen en regnskapsfører har i bedriften. Informant 1 opplyste at selskapet har ekstern regnskapsfører, men benytter regnskapsføreren mer i en rådgivende og kontrollerende rolle, enn som tradisjonell regnskapsfører. Vi lurte på hvilke faktorer som fikk Informant 1 til å inngå avtale med ekstern regnskapsfører, og fikk til svar at den største faktoren var for å ha kontroll, da selskapet ikke “stolte på seg selv med tanke på at selskapet sin kompetanse er nokså god”.

Her ligger det til grunn at selskapet ikke ønsker å motta sanksjoner fra eksempelvis Skatteetaten eller andre etater for å gjøre en feil. Sitat fra Informant 1:

*“Regnskapsføreren bidrar derfor som en kontrollør og informasjonskilde”.*

Informant 1 ser nytten i å benytte ekstern regnskapsfører som en kontrollfunksjon, og selskapet føler en viss trygghet ved å ha en regnskapsfører å spørre om råd. Likevel føler ikke selskapet på et behov for å utnytte det fulle potensialet til en ekstern regnskapsfører, da selskapet selv tar seg av regnskapsføringen. Informant 2 har ikke ekstern regnskapsfører men forklarer at selskapet:

*“Har forståelse av hvorfor man bør bruke regnskapsfører og viktigheten, fra mine tidligere jobber har nettopp denne forståelsen preget min kunnskap og gjør at jeg kan forstå regnskapet i en overordnet form, men ikke på detaljnivå”.*

Informant 3 benytter ekstern regnskapsfører, og regnskapsføreren påtar seg alle oppgavene knyttet til regnskapet. Dette gjelder alt fra bilagsføring til rådgivning. Informant 3 begrunner valget om å ha ekstern regnskapsfører med at kostnaden ikke har økt betraktelig i forhold til omsetning etterhvert som selskapet har hatt vekst. Informant 3 sier at de ser den økonomiske nytten av å innhente denne kompetansen ekstern via en regnskapsfører. Det er flere grunner til det. Sitat fra informant 3

*“Kunnskapsmessig så jeg et håp om at de sitter jo et kollegium i et større selskap der jeg får tilført kunnskap gjennom det. Også har jeg jo en forventning til et seriøst selskap at de videreutdanner og videreutvikler sine konsulenter”.*

Informant 3 vektlegger også viktigheten av å ikke havne i en sårbar posisjon ved at det kun er en ansatt på arbeidsplassen som er regnskapsavdelingen, og at selskapet derfor ser nytten av å innhente denne sikkerheten eksternt. Informant 3 føler helt klart at selskapet utnytter det fulle potensialet av å ha en ekstern regnskapsfører. De får ekstra hjelp til oppgaver som ligger utenfor den tradisjonelle regnskapsførers område, slik som generalforsamling, styremøter, protokoller og andre administrative oppgaver. Informant 3 avslutter med:

*“Regnskapsføreren er rådgivende på et bredt spekter utover bare det å føre regnskap”*

Videre opplyser Informant 3 om at det eneste selskapet kunne ha utnyttet mer er å ha en regnskapsfører som har større bransjetilhørighet, og som har større kunnskap om markedet. Selskapet mener at de da kunne ha utnyttet regnskapsføreren sin rådgivning når det kommer til strategiske valg. I likhet med Informant 1 føler også Informant 3 en trygghet ved å ha en regnskapsfører å henvende seg til for råd.

### **5.1.3 Digitalisering og regnskapsprogram**

Videre i intervjuene ble informantene spurt om bruk av digitalt regnskapsprogram. Informant 1 benytter et skybasert regnskapsprogram, og fant ut om dette programmet gjennom reklame på radioen. Videre lurte vi på hva som fikk Informant 1 til å velge det respektive regnskapsprogrammet som selskapet har valgt. Informant 1 forklarer at reklameringen hadde

*“Stort fokus på at man kunne gjøre det selv og at det skulle være enkelt, noe som viste seg å ikke være så enkelt”.*

Videre forklarer Informant 1 at selskapet er usikker på om dette regnskapsprogrammet hadde blitt valgt på nytt, men at prisene på produktet er grei. Informant 2 benytter også et skybasert regnskapsprogram. Selskapet fikk anbefalt programmet via bekjente, og programmet hadde tilgjengelig demo så selskapet kunne prøve det ut. Når Informant 2 får spørsmål om hvorfor dette regnskapsprogrammet ble valgt var svaret at *“det var veldig brukervennlig for ikke-økonomer”*, og det var dette som var utslagsgivende. Selskapet følte også at programmet traff det deres nivå når det kommer til regnskap, slik at det ble brukbart for noen med deres kompetanse. Informant 3 benytter et skybasert regnskapsprogram, og fant ut om dette programmet gjennom sin regnskapsfører. Bakgrunnen for at dette regnskapsprogrammet ble valgt var at Informant 3 trengte et program som er mer tilpasset et prosjektbasert regnskap. Videre ville vi avdekke om informantene syntes at regnskapsprogrammene er brukervennlige og oversiktlige. Her svarte Informant 1 at det var noe rot i begynnelsen, men etterhvert som man lærer seg det blir det enklere. Informant 1 ser også på det som en fordel at man kan integrere regnskapsprogrammet med bank, slik at det blir mer automatisert. Som ulemper trekker Informant 1 frem at det er vanskelig å navigere seg, samt vanskelig å rette opp i feil som blir gjort. Informant 2 syntes at regnskapsprogrammet er brukervennlig og oversiktlig hvis man tar seg tid til å sette seg inn i det. Selskapet har benyttet seg av de hjelpeverktøyene som regnskapsprogrammet tilbyr til opplæring, i form av videoer og kurs. Informant 2 trekker også frem Skatteetaten som et hjelpemiddel for å kunne føre korrekt i regnskapet.

Selskapet trekker ikke frem noen spesielle ulemper med regnskapsprogrammet, og når det oppstår en problemstilling så finner man svaret på det i programmet, etter litt leting. Informant 3 syntes at sitt regnskapsprogram er veldig oversiktlig og brukervennlig. Selskapet trekker frem slik at det er enkelt å registrere timer og reiseregning, og at programmet presenterer informasjonen på en veldig god måte.

Avslutningsvis fikk informantene spørsmål om de føler at regnskapsprogrammene dekker behovene knyttet til offentlig rapportering. Informant 1 stiller seg litt usikker til dette, men legger til at innsending av MVA-melding er veldig greit da selskapet får varsel når det skal sendes inn, og at selskapet kan gjøre dette direkte i regnskapsprogrammet. Informant 2 sier at rapportering av MVA- har fungert greit. Informant 3 benytter ekstern regnskapsfører og har dermed ikke noe direkte å gjøre med innrapportering, men har ikke mottatt noen informasjon som skal tilsi at regnskapsprogrammet ikke dekker gitte behov.

#### **5.1.4 Regnskapskvalitet og regnskapsforståelse**

Siste bolken av intervjuene handlet om at vi ville avdekke selskapene sitt syn på regnskapskvalitet og se hvordan de bruker regnskapet i selskapet. Første spørsmål handlet om hvor mye selskapene vektlegger kvaliteten på regnskapet som produseres. Informant 1 sier at selskapet ikke vektlegger regnskapet noe særlig, og begrunnet dette i at regnskapet kun er ment for internt i selskapet og for å produsere offentlige rapporter. Selskapet legger til at hvis de skulle ha gått over til aksjeselskap som selskapsform så ville innstillingen til kvaliteten på regnskapet vært annerledes. Informant 2 trekker frem at med god regnskapskvalitet og et oversiktlig regnskap kan hjelpe med å få de ansatte til å forstå hva man kan endre på for å redusere kostnadene. Informant 3 ser på det som en fordel at kvaliteten på regnskapet må være bra for at det skal kunne presenteres til styret i selskapet, og for å kunne ta til seg informasjonen selv.

Videre spurte vi informantene om de ser nytten av regnskapet til selskapet og om selskapene bruker regnskapet aktivt som et styringsverktøy. Informant 1 bruker kun regnskapet til å *“kontrollere ting”*, og at selskapet ikke bruker det som et styringsverktøy, men mer som et kontrollverktøy. Informant 2 ser nyttig og viktigheten av regnskapet, og mener at *“Ja, regnskap må brukes aktivt, hvis ikke har det ingen verdi”*. Informant 3 ser nytten av regnskapet i selskapet, og bruker det som et styringsverktøy i selskapet. Selskapet legger frem regnskapet for styret, og bruker regnskapet aktivt i produksjonen, lagerføring og prisoppdateringer.

Videre spør vi informantene om hvilke former for offentlig rapportering selskapene er pliktig å sende inn, samt hva de syntes om tilgangen på informasjon rundt offentlig rapportering. Informant 1 og Informant 2 er pliktig å rapportere MVA samt næringsoppgave for selvstendig næringsdrivende, og Informant 1 syns det er litt vanskelig å vite hva som skal rapporteres inn, og at det kan variere hvilken informasjon selskapet får via regnskapsprogrammet og hvilken informasjon selskapet får via Altinn. Informant 2 syns man får veldig god informasjon når man søker etter den på Altinn sine sider. Informant 3 er pliktig til å rapportere inn alt i henhold til Aksjeloven, og forholder seg ikke så mye til det da selskapet har ekstern regnskapsfører som har oversikt over alt nødvendig informasjon. Informantene får også spørsmålet om de syns det er komplisert å forholde seg til lovverket rundt regnskapsførelse. Informant 1 sier

*“Ja, det vil jeg si. Spesielt med tanke på at forståelsen er nokså god. Er jo egentlig den grunnen for at jeg ønsket ekstern regnskapsfører, har ikke lyst til å brenne meg, og Fiken alene er ikke flink nok til å informere om regler”*.

Informant 2 trekker frem at selskaper er god til å søke den informasjonen de trenger, men syntes at det kan være komplisert til tider. Informanten trekker dog frem at det reglene i lovverket ikke nødvendigvis kun er ugunstige for selskapet, og at hvis man lærer seg reglene kan man bruke det til sin fordel. Informant 3 syns det er reglene rundt lovverket er komplisert, og legger til at *“å gå på en smell er større enn kostnaden med å ha en sikkerhet”*. Her refereres det til kostnaden med å ha en regnskapsfører som sikkerhet for at lovverket blir fulgt.

Avslutningsvis spurte vi informantene som selskapene har økt sin kunnskap om regnskapsførsel etter å ha gått over til et digitalt regnskapssystem. Informant 1 er klar på at kunnskapen har økt, og da siden selskapet fører sitt eget regnskap. Informant 2 er enig i at selskapet har økt sin kunnskap om regnskapsførsel, men legger til “*har lært utrolig mye, ikke blitt ekspert men har blitt tryggere på å gjøre regnskapet selv*”. Informant 3 mener at selskapet har lært mye, og legger vekt på at når selskapet stiller spørsmål til sin regnskapsfører så øker dette kunnskapen til selskapet. Videre sier Informant 3 at

*“Ved spørsmål svarer regnskapsfører grundig, om det er skriftlig eller muntlig per telefon. De er alltid tilgjengelig, og kan gi mer kunnskap. De er flink til å henvende seg til kollegaer for spørsmål, når de selv ikke sitter med det beste svaret, slik at vi som kunde får best mulig råd. Regnskapsfirmaet har et veldig bredt spekter av kompetente folk som sitter med spesialkunnskaper om forskjellige områdene”.*

## **5.2 Utvalg 2: Regnskapsfører/Revisor**

### **5.2.1 Innledende informasjon**

Til informantene i gruppen “Regnskapsførere/revisor” stilte vi innledende spørsmål om de har autorisasjon, om selskapet har mye fokus på digitalisering og hvordan de vil beskrive sin IT-forståelse. Informant 4 er på vei til å bli autorisert, mens Informant 5 har prioritert andre oppgaver fremfor autorisasjon. Begge informantene jobber i autoriserte regnskapsselskaper. Informant 6 er statsautorisert revisor. Alle informantene mener at deres selskap har stort fokus på digitalisering, og at IT-forståelsen er godt over middels.

### **5.2.2 Digitalisering**

Etter en runde med innledende spørsmål fikk informantene en bolk med spørsmål om digitalisering, og de første spørsmålene var om de har merket en økt digitalisering i sin arbeidshverdag og om hvordan denne økningen har påvirket deres arbeidshverdag. Alle informantene mener at de har merket en økning i digitalisering, og Informant 5 presiserer at hvis man ser ikke så altfor langt tilbake så jobber regnskapsførere på en helt annen måte. Informant 4 mener at denne økningen har påvirket arbeidshverdagen i en positiv retning med hensyn til å spare tid og miljø. Her ligger det i at man kan effektivisere mange prosesser med bruk av digitalisering, og at det brukes mindre papir når man har alt lagret forskjellige steder

på datamaskinen. Informant 5 syns også at økt digitalisering har påvirket arbeidsdagen positivt, fordi

*“Det handler om at vi får flyttet vårt fokus fra de mer, hvis jeg kan bruke ordet kjedelige arbeidsoppgavene, selv om de også er viktige. Ting i regnskapet må føres riktig, men det er en del prosesser der vi ikke får brukt kompetansen vår så god”.*

Informant 5 legger videre til at nå handler en stor del av jobben om å utvikle kundene gjennom en rådgiverrolle. Videre fikk informantene spørsmål om de syns økt digitalisering har påvirket regnskapsbransjen i en positiv eller negativ retning. Informant 4 mener at digitaliseringen har påvirket regnskapsbransjen i en positiv retning, i form at

*“Selskapene i regnskapsbransjen har blitt mer effektive, noe som fører til at man kan øke antall klienter samtidig som man kan levere tjenester av like god kvalitet”.*

Informant 4 legger til at de interne prosessene på arbeidsplassen blir mer effektive av digitaliseringen, noe som ganger bransjen som helhet. Her trekker Informant 4 frem et eksempel at Corona-pandemien har vist at møter ikke nødvendigvis trenger å være fysiske, men at de kan være digitale. Dette sparer selskapet for kostnader knyttet til transport og overnatting, samt at det sparer enkeltindivider for privatid. Informant 5 trekker frem at det er positivt at bransjen utvikler seg innen digitalisering, i takt med resten av verden. Informant 6 legger til at det er positivt med den utviklingen har kommet, og at de manuelle oppgavene som ikke krever tankekraft, det kan maskinen gjøre for deg. Der det krever skjønn og vurderinger, da kommer regnskapsføreren til sin rett og man får brukt utdanningen sin mer.

Av informantene i undersøkelsen fikk regnskapsførerne i utvalg 2 spørsmål om de syntes at mer digitalisering er nødvendig for å kunne levere den beste tjenesten til kundene sine, og om konkurransen om regnskapsklientene har blitt tøffere grunnet digitalisering. Informant 4 mener at sånn som alt er lagt opp i samfunnet i dag så må kunne tilby digitale løsninger til sine kunder for å kunne tilby den beste tjenesten. Det presiseres at det er avgjørende for selskapene at de henger med, slik at de kan tilby tjenester til alle mulige selskaper. Informant 4 mener at konkurransen har økt betraktelig.

*“Digitaliseringen har ført til at man kan hente inn kunder over hele Norge, og de lokale grensene eksisterer ikke lenger. Dette gjør at det ikke bare er flere kunder på markedet, men det er også flere konkurrenter. Ikke alle kunder føler at de må være i samme by som sin regnskapsfører, siden de som oftest opererer i et skybasert regnskapsprogram, som gjør at man kan utføre jobben hvor som helst, når som helst, så lenge man har internet”.*

Informant 5 mener at digitaliseringen er nødvendig for å kunne levere den beste tjenesten til sine kunder. Digitaliseringen sparer ikke bare regnskapsførere for tid, men også kundene sparer tid. Informant 5 trekker frem eksempel om at kundene slipper å logge seg inn i nettbanken og betale, de spiller også å gjøre ting manuelt. Informant 5 mener at konkurransen om regnskapsklientene egentlig har holdt seg på sett og vis ganske lik etter at bransjen ble digitalisert. Informanten trekker frem at i det aller minste segmentet blir det flere og flere kunder som skal gjøre det selv, og det fører til færre oppdrag hos regnskapsførerne.

### **5.2.3 Regnskapsprogram**

Informant 4 og 5 som er regnskapsførere fikk spørsmål om hvilken innstilling de har til skybaserte regnskapsprogram. Informant 4 har en positiv innstilling til skybaserte regnskapsprogram, og ser på det som en fordel at man kan jobbe hvor som helst og når som helst. Det trekkes også frem at det er en fordel at både selskapet og regnskapsfører kan ha tilgang til systemet, slik at samarbeidet om å ta de beste avgjørelsene for selskapet blir enkelt. Informant 5 har også en positiv innstilling til skybaserte regnskapsprogram, og vektlegger enkelheten og kommunikasjonen mellom regnskapsfører og kunden. Her trekkes det også frem at fleksibiliteten med at man kan jobbe fra hvor som helst er positivt, og at all informasjon man trenger for å gjøre jobben er lett tilgjengelig.

Så fikk informantene spørsmål om de syntes at dette er en god løsning for små selskaper, dette var et supplementerende spørsmål til det første. Begge informantene svarte i enighet at regnskapsprogram generelt er gode løsninger for selskaper. Informant 4 legger til at i alle fall for små selskaper som oftest har enklere transaksjoner enn større selskaper, selvfølgelig avhengig av næringen som drives. Informant 5 mener at det spesielt er en god løsning med tanke på «backup» og sikkerhet. At ved å ikke lagre informasjon lokalt på server eller datamaskin, ivaretar man sikkerheten til informasjonen.



Informantene fikk avslutningsvis spørsmål om hva de tenker kan være en eller flere konsekvenser av at et selskaper bruker et slikt program uten å ha dialog med regnskapsfører. Informant 4 mener at en konsekvens kan være at transaksjonene blir ført feil, og av erfaring kan man se at det er vanskelig å rette opp i feil som er gjort på grunn av programmene sine sperringer. Og at et godt samarbeid mellom selskapet og selskapet vil føre til best bruk av et skybasert regnskapsprogram. Informant 5 mener også at det kan føre til feilregistrering, både på transaksjoner men også på skatt og moms. Her legges det til at problemet ligger i kompetansen til bedriften, innenfor regnskapsfeltet.

*“Men det er så tydelig tegn på manglende forståelse for hva det her er, det er en profesjon, det er et fag, og det er ikke så lett å bare gjøre det selv. Til og med de med forholdsvis grei forståelse for regnskap, gjør en masse feil og avvik”.*

#### **5.2.4 Regnskapsførerrollen**

Informant 4 og 5 fikk også en del spørsmål om regnskapsførerrollen, og første spørsmål var om de med bakgrunn i digitalisering, tror at rollen til en regnskapsfører blir å forsvinne. Informant 6 tror ikke at rollen i seg selv vil forsvinne, men heller endres.

*“Hvis man kan se på digitalisering som en fordel, og utvikle rollen ut ifra det vil man kunne tilby veldig gode og fleksible tjenester til sine kunder”.*

Informant 5 mener også at regnskapsfører sin rolle heller er under endring, enn at den vil forsvinne. Hvis man er en regnskapsfører som like den tradisjonelle rollen med bokføring av debet og kredit, så vil man nok forsvinne, og man er på god vei. Informant 4 sier at man må være en regnskapsfører som tenker på utvikling, fremtid og rådgivning forsvinner man nok ikke. *“Det handler om å bistå kundene i ulike valg”.*

Videre fikk informantene spørsmål om de ser en økning i selskaper som vil føre regnskapet sitt selv, og Informant 4 svarte at det er flere og flere som vil gi det et forsøk selv. Informanten legger til at det er rimelig å anta når reklameringsen rundt regnskapsprogrammene har vært svært aggressive, og at man får beskjed om at man kan gjøre det selv. Informant 4 legger til

*“Tror også at selskapene har feil innstilling til kostnaden som følger av å ha regnskapsfører. Skal man prøve å redusere kostnader for å få bedre likviditet, er ikke regnskapshonorarkontoen den første man burde se på, for det kan bli dyrt hvis det blir feil”.*

Informant 6 ser også en økning i selskaper som vil føre regnskapet sitt selv, spesielt i det minste segmentet. Vi stilte informantene spørsmål om hva de tenker om rolleskiftet, fra bokfører til rådgiver, som mange regnskapsførere opplever og har opplevd i litt tid nå. Informant 4 syns at den nye rollen er hakket mer interessant enn bokførerrollen. Det å kunne gi råd til sine kunder, gjør at man blir bedre kjent med dem som selskap, og kan føler at man virkelig kan bidra med beslutningsnyttig informasjon. Informant 5 syns at rolleskiftet er kjempebra, og syns at det er mer bedre å jobbe som rådgiver enn som tradisjonell regnskapsfører.

*“Det er jo ikke der spenningen ligger, i debet og kredit. Spenningen ligger mye mer i det å bruke den kompetansen som man en gang lærte på skolen, og da praktisere og jobbe med den”.*

Begge informantene har opplevd en overgang til rådgiver for sine kunder. Informant 5 begynte veldig tidlig med digitalisering i deres selskap, og har fått brukt mye tid på omstillingsprosessen. Informant 4 opplever at flere kunder vil føre selv men vil ha en regnskapsfører i bakhånd, som de kan stille spørsmål til. Det er morsomt hvis det kommer en problemstilling som de trenger hjelp med, det er gjerne de litt mer utfordrende oppgavene.

Siste spørsmål som informantene fikk om regnskapsførerrollen går ut på at vi vil finne ut om de tror at en økning i selskaper som heller vil føre selv, kan ha negative konsekvenser for selskapet. Informant 4 mener at det kan ha negative konsekvenser, slik som at det blir ført feil i regnskapet, og dermed er ikke informasjonen som produseres korrekt.

*“Regnskapsinformasjonen brukes til å ta beslutninger, og da er det ganske viktig for selskapet at denne informasjonen er korrekt. En annen konsekvens er at selskapet rapporterer inn feil tall til skatteetaten, og det kan bli en ganske kostbar konsekvens”.*

Informant 5 trekker frem at det kan bli dyrt å få noen til å rydde opp i regnskapet hvis det er ført, og at dette da er dyrere enn om man hadde satt noen til denne oppgaven fra starten av. *“Hvis du klarer å skape omsetning i de timene du bruker på å føre regnskapet, er nok det mer lønnsomt”*. Informant 5 er også enig i at feil føring av regnskapet gir selskapet feil vurderingsgrunnlag i beslutninger, og at feil innrapportering kan føre til konsekvenser hos Skatteetaten. Informanten trekker også frem at i verste fall kan det gi et dårlig omdømme i bransjen til selskapet, fordi det blir ansett som useriøst og at selskapet ikke har ting på plass, og det kan gå ut over kunder og leverandører til selskapet.

### **5.2.5 Regnskapskvalitet**

Vi stilte informantene spørsmål om regnskapskvalitet, Informant 6 fikk dog noen litt andre spørsmål som vi blir å presentere. Informant 4 og 5 ble spurt om hva de vektlegger når de hører ordet regnskapskvalitet. Informant 4 vektlegger at regnskapsinformasjonen er troverdig og at regnskapet gjenspeiler den faktiske økonomiske situasjonen til selskapet. Informant 5 vektlegger at det er et korrekt regnskap, og at alt er ført og håndtert riktig.

*“Ha gode rutiner og system for håndtering av regnskapet til selskapet, og at de interne rutinene er på plass. Det skal ikke bare vært flaks at det ble gjort riktig denne gangen”*.

Videre fikk informantene spørsmål om de tror at selskaper forstår konseptet “Regnskapskvalitet”. Informant 4 mener at

*“Nå har begrepet en del faktiske punkter som bygger opp om begrepet, slik som de grunnleggende regnskapsprinsippene, men tror ikke at alle selskaper setter seg så veldig inn i det”*.

Informant 5 tror at det er mange som forstår begrepet, men også en del som ikke gjør det. Informanten trekker frem alle de små delene av en hendelse, som er med på å sikre kvaliteten i regnskapet. Her trekkes det frem et eksempel om lønn, og at det er mye mer til utbetaling av lønn enn bare en lønsslipp. Det foreligger vurderinger av skattepliktige og skattefrie andeler av dietter, og at regelverket som påvirker slike hendelser, er det veldig få som tenker på.

Som et oppfølgingsspørsmål spurte vi informantene om de tror at selskaper forstår viktigheten av å ha god regnskapskvalitet. Informant 4 tror

*“De fleste selskaper er interessert i å ha god regnskapskvalitet, fordi de er interessert i å se om de går med overskudd eller underskudd, og da tror at den stor del av denne informasjonen er god regnskapskvalitet”.*

Informant 4 legger til at ut over det er det ikke så mange selskaper som legger så mye mer i det, og at de da ikke ser hva de kan bruke regnskapet til aktivt i selskapet. Informant 5 tror at det er mange selskaper som tror at de forstår viktigheten av å ha god regnskapskvalitet, og at de tror de vet hva god regnskapskvalitet er, men så skjønner de egentlig ikke helt hva som ligger i det. Videre spurte vi informantene hvilke tanker de har om regnskapskvalitet nå som man ser en økning i selskaper som vil føre regnskapet selv. Informant 4 mener at det ikke er sikkert at regnskapskvaliteten blir å gå ned, det kommer an på flere ting. Hvis et selskap fører regnskapet sitt selv, men samtidig har dialog med regnskapsfører, slik at regnskapsføreren får en kontrollrolle, så vil nok ikke kvaliteten på det som produseres gå ned. Informant 5 er skeptisk til kvaliteten når selskaper fører regnskapet sitt selv. Informant 5 sier

*“Som regnskapsfører så tenker jeg at de som sitter i en bedrift og fører regnskap, til og med de som har regnskapsutdanning, kan bli litt alene og isolert, det blir et så lite miljø at man sliter med den faglige oppdateringen”.*

Avslutningsvis fikk informantene spørsmål om hvilke konsekvenser de tenker at kan fremkomme av en nedgang i regnskapskvaliteten til bedrifter. Her svarte Informant 4 at en konsekvens kan være at færre investorene vil investere i selskaper som ikke bruker regnskapsfører, da det kan være mer risikabelt å legge kapital i selskapet. En annen konsekvens kan være at Skatteetaten får mer å gjøre, fordi de er det eneste leddet mellom produsent av regnskapet og rapporteringen. Informant 5 mener at en konsekvens kan være at man får en større andel konkurser, og at en større andel vil få ilagt gebyrer og bøter fra myndighetene fordi de ikke har innberettet eller håndtert ting riktig eller oppgitt rette opplysninger.

Informant 6, som er revisor, fikk noen egne spørsmål om regnskapskvalitet, og første spørsmål omhandler om revisoren anser regnskapet til et selskap som mer pålitelig hvis de har benyttet en ekstern regnskapsfører. Informant 6 legger til at om et selskap fører regnskapet selv:

*“Det kan være litt rot, og det kan være at selskapet ikke helt skjønner skjønnsmessige poster som avsetninger i tap på kundefordringer eller ukurans på varelager, hva dette betyr og hvordan det skal føres. Men, generelt sett tror jeg kanskje banker og kredittinstitusjoner er veldig opptatte av at hvis de skal gi større lån burde kanskje noen eksterne være involvert i prosessen, enten en regnskapsfører eller revisor, som en type sikkerhet”.*

Videre spurte vi Informant 6 om hvilke punkter som informanten anser som viktigst for en revisor. Informant 6 svarte at *“Det første er jo bank, hvis bank er feil så er nok mye feil. Så hvis bank er korrekt, så er i alle fall det grunnleggende på plass”*. Informant 6 forklarer videre at merverdiavgift og lønn er punkter som er viktige å se på, da det kan være noen klassiske feilføringer der. Det er i det hele og store snakk om mindre poster i det totale regnskapet. Så spurte vi Informant 6 om hvilke faktorer som gjør et regnskap mer troverdig. Informant 6 svarer at det blir sett på om det er noe satt av til tap på kundefordringer eller tap på varelager eller ukurans. Hvis beløpene er rimelige der, er det større sannsynlighet til å ha tiltro til regnskapet. Informant 6 sier videre at det også er viktig å se på eiendeler, og den avskrivningsperioden som er gitt til hver eiendel.

Avslutningsvis spurte vi Informant 6 hva informanten legger i et oversiktlig og godt regnskap. Da svarte Informant 6 at det egentlig er notene som forteller hele regnskapet. Selve regnskapsoppsettet er standardisert, og det henter man rett ut fra regnskapsprogrammet. Men i notene skal informasjon om regnskapet som er veldig interessant, komme frem. For eksempel pantsatte eiendeler og andre ting som en trenger å vite for å være kreditor.

## 5.3 Utvalg 3: Interessenter

### 5.3.1 Innledende informasjon

Til informantene i gruppen “Interessenter” stilte vi noen innledende spørsmål om deres interesse av regnskapet til en bedrift, samt om de har noen spesiell rolle i et selskap.

Informant 7 er aksjonær i 4 selskaper og styremedlem i 2 selskaper, i tillegg til å ha roller som kunde og leverandør for enkelte selskaper. Informant 7 mener at i alle funksjonene i et selskap er det viktig og interessant å ha tett oppfølging av den økonomiske utviklingen.

*“I alle rollene er det viktig å følge med på omsetning, lønnsomhet, likviditet etc. for å nevne noe. Videre interessant å bryte ned dataene på kunder, produkter, produksjonskost etc. Moderne regnskapsverktøy er veldig fleksible og gir mange muligheter for å trekke ut data for videre analyse”.*

### 5.3.2 Regnskapskvalitet

Vi stilte informantene spørsmål om regnskapskvalitet, og om de synes at regnskapet er et viktig styringsverktøy i et selskap, og i så fall hvorfor eller hvorfor ikke. Informant 7 sier at

*“Regnskapet er selve nerven/pulsen i et selskap. Har man ikke et tett forhold til regnskapet og dermed forståelse for økonomien, vil risikoen for å ta feil beslutninger øke signifikant”.*

Informant 8 mener at absolutt at regnskapet er et viktig styringsverktøy i et selskap. Det er viktig å henge med, og bruke regnskapet som et løpende styringsverktøy, fremfor å motta periodiske rapporter, da henger man på etterskudd hele veien.

Videre spurte vi informantene om de bruker regnskapet for å ta valg som en interessert, og om informantene anser et selskap som tryggere/mer pålitelig hvis de benytter en ekstern regnskapsfører enn hvis de fører regnskapet sitt selv. Med interessant menes det for eksempel aksjonær, investor, styremedlem, kunder eller leverandører. Informant 7 mener at det vil være avgjørende for spesielt større beslutninger som vil kreve investeringer, risiko eller økonomiske forpliktelser i en eller annen form. Og for Informant 7 vil det ikke være avgjørende om et selskap har regnskapsfører eller ikke, men i noen tilfeller er det en trygghet. Informant 7 mener at det blir en individuell vurdering, og om man skal inngå et samarbeid

eller lignende og avdekker at årsregnskapet ikke er godkjent innen frist, er i alle fall det et signal som kan vekke bekymring. Informant 8 sier

*“Opprinnelig så tenkte jeg at for de selskapene som fører regnskapet sitt selv, så har jeg mindre tiltro til regnskapet, men etter jeg skrev min egen masteroppgave, så har jeg mer tiltro til at regnskapet i sin helhet er korrekt. Dette er fordi de har bedre kjennskap til virksomheten enn det en regnskapsfører har, men kvaliteten er ikke så veldig stor”.*

På spørsmålet om informanten bruker regnskapet til å ta beslutninger som en interessent, svarte Informant 8 at regnskapet er en helt sentral kilde for å i det hele tatt ta beslutninger om man skal investere i et selskap. Og hvis man skal gi lån til selskaper, så er det lønnsomheten som man i all hovedsak ser på. Informant 8 trekker også frem at løpende rapporter er en god kilde til informasjon som en interessent. Så fikk informantene spørsmål om hvilke spesifikke punkter i regnskapet som er viktigst for dem som interessent. Her svarte Informant 7 at de viktigste selvfølgelig er omsetning og resultat.

*“Videre er det interessant å vurdere de faktorer som påvirker resultatet både på inntektssiden og kostnadssiden. Balansepostene er interessante med tanke på robusthet og kapitalbinding”.*

Videre spurte vi informantene om de tror at kvaliteten på regnskapet endres i takt med økt digitalisering av regnskapsføring, og i så fall hvilken retning (positiv/negativ). Informant 7 mener at detaljeringsgraden øker gjennom at mer blir automatisert. Det gir mange positive muligheter til å gjøre gode analyser og effektiviserer selve regnskapsføringen. Informant 7 trekker frem at man kan henge seg opp for mye i uvesentlige detaljer fremfor helheten, som en negativ side med at regnskapsføring blir mer og mer digitalisert. Digitaliseringen kan gi lavere kostnader knyttet til selve regnskapsføringen. Informant 8 mener at økt digitalisering kan bidra til å øke kvaliteten på regnskapene som blir produsert.

Avslutningsvis fikk informantene spørsmål om hvordan de går frem for å avgjøre om et selskap har et oversiktlig og godt regnskap. Informant 7 mener at hvis spørsmålet fokuserer på regnskapet som redskap, vil det være avgjørende hvor enkelt det er å navigere i regnskapet samt hvordan regnskapet presenteres digitalt og i rapportform. Avslutningsvis trekker Informant 7 frem at det må være enkelt å finne nøkkeltall og å gjøre analyser. Informant 8 sier at

*“Det er notene som forteller hele regnskapet, og at denne informasjonen som kommer i notene kan være veldig interessante”.*



## 6 Analyse/diskusjon

I dette kapittelet ønsker vi å analysere teori, empiri og resultat fra undersøkelsen mot hverandre. Vi bruker forretningsmodell og situasjons analyse som grunnlag for vår analyse, da vi mener at disse momentene vil besvare våre forskningsspørsmål på en god måte.

### 6.1 Forretningsmodell

I dette kapittelet analyserer vi hvordan digitalisering har påvirket bransjens forretningsmodeller. Vi bruker modellen som vi presenterte i teorikapittel 2.5.1. Osterwalder sin Business Model Canvas. Vi vet at det eksisterer mange forskjellige former for forretningsmodell, men vi begrenser oss kun til Business Model Canvas, da vi mener at denne dekker de viktigste områdene hvor digitalisering har påvirket aktører i regnskapsbransjen. Vi vil starte analysen med å gå gjennom de 4 interne faktorene av modellen, fordi disse viser til endringer som bransjen kan kontrollere. Videre vil vi gå gjennom de 5 eksterne faktorene, dette er faktorer som bransjen ikke nødvendigvis kan kontrollere, men som bransjen kan tilpasse seg.

#### 6.1.1 Nøkkelpartnere

Under digitaliseringen har grunnlaget for hvordan man arbeider som regnskapsfører i regnskapsbransjen endret seg drastisk, og vi ønsker dermed kartlegge de viktigste nøkkelpartnere man kan se nå, og hvilken påvirkning de har på bransjen.

##### *Regnskap Norge*

Det finnes flere eksempler på nøkkelpartnere som regnskapsførere er avhengig av for å kunne levere det beste verdiforslaget til kundene. En solid samarbeidspartner for regnskapsførere er bransjeforeningen Regnskap Norge. Foreningen legger frem noen av sine funksjoner som:

*“Foreningen ivaretar medlemmenes interesser, er en aktiv næringspolitisk påvirker og en viktig høringsinstans for myndighetene. Vi gir ofte innspill til utvikling og endring av lover og regler, og synliggjør utfordringene i media”. (Regnskap Norge, 2021)*

Foreningen står derfor for mye av dialogen med det offentlige, og sikrer rettigheter, autorisasjon og kompetansen til medlemmene. Her kan vi se at uten Regnskap Norge hadde autoriserte regnskapsførere og regnskapsførerselskaper stått på bar bakke. Under

digitaliseringen ser vi at regnskapsbransjen har vært, og er under stor endring. Her har Regnskap Norge bidratt til å ivareta, bistå og utvikle regnskapsbransjen. Hans Christian Ellefsen nevnte tre stadier knyttet til digitalisering; bevissthet, forståelse og kompetanse. Bransjeforeningen har hatt fokus, i første omgang, på å hjelpe sine medlemmer med økt forståelse. De har som mål, i løpet av det digitale skiftet, at regnskapsselskaper fortsatt vil være relevante og lønnsomme, noe som gagnar regnskapsførerne i bransjen (Myhrvold, 2017).

*“Regnskapsbransjen utfører en kritisk og lovpålagt oppgave for norsk næringsliv, og ivaretar myndighetenes lovkrav og øvrige krav til standarder og rapporteringer”.* (Regnskap Norge, 2021)

#### *Systemleverandører av regnskapsprogram*

Regnskapsførere har alltid vært avhengig av å ha en plass å føre regnskapet, og før i tiden ble dette ofte ført med penn og papir i forskjellige former for boksystemer. Etter digitaliseringen har det kommet flere plattformer som tilbyr en digital løsning for å føre regnskap. Dette syns informantene i utvalgsgruppe 2 at har hatt en positiv påvirkning på regnskapsbransjen. Informant 4 mener at dette har påvirket mange interne prosesser i selskapene, noe som gagnar bransjen som helhet. Videre sier Informant 4

*“Selskapene i regnskapsbransjen har blitt mer effektive, noe som fører til at man kan øke antall klienter samtidig som man kan levere tjenester av like god kvalitet”.*

Informant 6 legger til at den utviklingen som har kommet, er positiv. Informant 6 begrunner dette i at manuelle oppgaver, som ikke trenger like mye tankekraft, har vi nå maskiner som kan gjøre for oss. Der det kreves skjønn og vurderinger, kan regnskapsføreren på brukt sin utdanning i større grad.

Digitaliseringen har dermed ført til at manuelle oppgaver nå i større grad er blitt automatisert, og vi kan også kjenne igjen dette i hvordan regnskapssystemene utvikler sine programmer. Regnskapsprogrammene effektiviserer og gjør arbeidsoppgavene mer tilgjengelig enn tidligere for regnskapsførerne. Både Informant 4 og Informant 5 har en positiv innstilling til skybaserte regnskapsprogram. Informant 4 trekker frem at det er en fordel at man kan jobbe hvor som helst og når som helst. Videre legger informanten til at det er positivt at kunde og

regnskapsfører kan jobbe i lag og samtidig i regnskapsprogrammer, slik at det å ta gode avgjørelser for kunden er enkelt. Informant 5 vektlegger enkelheten og kommunikasjonen mellom regnskapsfører og kunden. Informanten er også enig i at fleksibiliteten er positivt, og at all informasjon om kunden er lett tilgjengelig.

Ut ifra dette kan vi se at systemutviklere tar en større del i regnskapsførere sin arbeidshverdag, og derfor blir av større betydning for regnskapsføreren. For eksempel er programmer sånn som Tripletex utviklet slik at kunder kan føre regnskapet sammen med regnskapsfører. Dette er i motsetning til Fiken, som er et regnskapsprogram ment for å føre regnskapet sitt selv. Våre informanter i utvalg 1 bruker alle digitalt regnskapsprogram for å føre regnskapet sitt, enten med regnskapsfører eller ikke. Hos Informant 1 og 2 var det en oppfatning av at regnskapsprogrammet de benytter var enkelt og kan brukes av ikke-økonomer. Informant 1 syntes at dette ikke var tilfellet, og valgte derfor å kontakte en regnskapsfører som selskapet kan støtte seg på. Informant 2 derimot, syntes at regnskapsprogrammet var nok for å lære seg det selskapet trenger for å føre regnskapet, og så derfor ikke et behov for regnskapsfører. Informanten trekker frem at regnskapsprogrammet tilbyr opplæring, i form av videoer og kurs, som en positiv faktor.

Vi ser i fra dette at systemutviklere er en viktig nøkkelpartner for regnskapsføreren, men de er også blitt en betydelig konkurrent for regnskapsførere.

### **6.1.2 Kjerneaktiviteter**

Tidligere har en regnskapsfører sine oppgaver overfor kundene vært tradisjonelle. På grunn av digitaliseringen ser vi en stor endring i kjerneaktiviteter i regnskapsbransjen. Kjerneaktiviteter har gått fra å være statiske arbeidsoppgaver som preget av faste rutiner, til å være dynamiske oppgaver som krever mer tilpasning. Informant 5 begynte tidlig med omstillingsprosessen for å få selskapet mer digitalisert. Denne omstillingen har ført til at det har vært spekulasjoner på hvorvidt regnskapsføreren sine arbeidsoppgaver blir å forsvinne, og Informant 5 mener:

*“Hvis man er en regnskapsfører som liker den tradisjonelle rollen med bokføring av debet og kredit, så vil man nok forsvinne, og man er på god vei”.*

Informant 6 tror nok ikke at rollen blir å forsvinne, men heller endres:

*“Hvis man kan se på digitalisering som en fordel, og utvikle rollen ut ifra det vil man kunne tilby veldig gode og fleksible tjenester til sine kunder”.*

Det er konsensus mellom våre informanter som er i utvalg 2 at rollen er under endring, og at de vanlige kjerneaktivitet vil endre seg. Dette gjenspeiles også i Regnskap Norge sin oppfatning av hvordan regnskapsførers rolle er. Foreningen har jobbet i flere år med å tilpasse bransjen en ny arbeidshverdag bestående i større grad av økonomiske råd og veiledning, fremfor punching av bilag og avstemming (Larsen, 2018).

Blant våre informanter i utvalg 1 ser vi at det er ulike meninger om hva en regnskapsfører skal tilby av tjenester. Informant 1 bruker ekstern regnskapsfører som en kontrollfunksjon, da selskapet ønsker korrekt føring til offentlig rapportering. Informant 1 legger til grunn at selskapet ikke ønsker å motta sanksjoner fra eksempelvis Skatteetaten. Informant 1 sier: *“Regnskapsføreren bidrar derfor som en kontrollør og informasjonskilde”.*

I motsetning til dette, får Informant 3 den eksterne regnskapsføreren til å utføre alle oppgavene knyttet til regnskapsførselen, og litt mer. Regnskapsføreren hjelper til med oppgaver slik som generalforsamling, styremøter og andre administrative oppgaver. I tillegg har regnskapsføreren total oversikt over all nødvendig informasjon om offentlig rapportering. Informant 3 sier:

*“Regnskapsføreren er rådgivende på et bredt spekter utover bare det å føre regnskap”.*

Grunnen til at Informant 3 har valgt denne løsningen er at selskapet ser den økonomiske nytten av å innhente denne arbeidskraften eksternt. Informant 3 vektlegger også at selskapet ikke vil havne i en sårbar situasjon ved at det kun er en ansatt på arbeidsplassen som jobber med regnskap, og selskapet vektlegger å ha noen med solid kompetanse å gå til for råd.

Ut i fra dette kan vi anta at på grunn at digitaliseringen, og endringen i roller, vil det foreligge mye større variasjon i oppdragsavtaler enn det gjorde før. Kunder er ute etter skreddersydde løsninger for sitt selskap, og ønsker å ha en regnskapsfører som kan ta på seg flere oppgaver utover bokføring.

### 6.1.3 Nøkkelressurs

En av regnskapsførere sine største nøkkelressurser er den kompetansen de tilegner seg gjennom utdanning og kravene som stilles til autorisasjon. På grunn av digitaliseringen ser vi en økning i bruk av digitale verktøy for å kunne levere de beste tjenestene til kundene. Det er flere områder som en regnskapsfører må ha kompetanse på, og både Informant 4 og Informant 5 mener at regnskapsselskaper må kunne tilby digitale løsninger som en del av sine nøkkelaktiviteter. Informant 4 sier:

*“Det presiseres at det er avgjørende for regnskapsførere at de henger med på digitaliseringen, slik at de kan tilby tjenester til alle mulige selskaper, uavhengig av hvilket nivå selskapene ligger på innen teknologi”.*

Her ligger det da implisitt at regnskapsføreren må ha en viss form for digital kompetanse for å kunne levere tjenester til sine kunder og fortsatt være konkurransedyktig på markedet. Etter det digitale skiftet ble det mer fokus på digitale verktøy for å løse en regnskapsfører sine oppgaver. Lien (2019) mener at de som kommer best ut av den digitale endringen, vil være de som har den rette kompetanse, folkene og utnytter teknologien på best mulig måte i møte med kundene. Slik som autorisasjonen er satt opp den dag i dag foreligger det ikke noe krav til IT-kompetanse hos en autorisert regnskapsfører. Vi kan se ut ifra flere aktører i regnskapsbransjen, at de ønsker å satse på et mer tverrfaglig arbeidsmiljø. Da spesielt på regnskapsførere med god IT-kompetanse. Informant 5 mener at regnskapsførere som blir sittende alene og isolert, kan slite med den faglige oppdateringen grunnet lite miljø.

På bakgrunn av dette kan vi se at flere går fra regnskapshus til kompetansehus. Aider mener at å følge med på trender, slik som digitalisering, ikke lenger handler om å ligge i forkant, men i større grad å holde seg relevant (Aider, 2021). Ved at bransjen får påfyll fra ulike bakgrunner, vil dette bryte barrierer som vil presse bransjen fremover. Vi kan se ut ifra vår utvalgsgruppe 1 at trenden som Aider beskriver, reflekterer kundene sin etterspørsel.

Informant 3 sier

*“Kunnskapsmessig så har jeg et håp om at de sitter et kollegium i et større selskap hvor jeg får tilført kunnskap gjennom det. Også har jeg en forventning til de er et seriøst selskap som videreutdanner og videreutvikler sine konsulenter”.*

Vi ser med dette at kompetansehus er en klar fordel, i forhold til den tradisjonelle regnskapsføreren. Som kompetansehus kan hver enkelt regnskapsfører spesialisere seg, samtidig som de utveksler kompetanse seg i mellom. En fordel med dette kan være at hver regnskapsfører da sitter med en spisskompetanse innenfor forskjellige bransjer, som de kan dele med de andre. Informant 3 trekker frem at med en regnskapsfører som har spisskompetanse innenfor deres bransje, kunne de ha utnyttet regnskapsføreren til å hjelpe med strategiske valg.

Denne type forventning overfor regnskapsføreren, som vi ser hos Informant 3, gjenspeiler seg i informasjonen vi har fått fra informantene i Utvalg 2. Informant 5 mener at regnskapsfører sin rolle, handler nå i stor grad om å utvikle kundene gjennom en rådgiverrolle. Informant 5 legger til at

*“Det handler om at vi får flyttet vårt fokus mer, hvis jeg kan bruke ordene kjedelige arbeidsoppgaver, selv om de også er viktige. Ting i regnskapet må føres riktig, men det er en del prosesser der vi ikke får brukt kompetansen vår”.*

Som nevnt i kapitlet om Kjerneaktiviteter kan vi se at Informant 3 bruker regnskapsføreren sin til alle typer oppgaver innen regnskapsføring, og litt innenfor andre områder slik som forretningsrett. Dermed ser Informant 3 det fulle potensialet til en regnskapsfører, og den kompetansen en regnskapsfører sitter med. De kan brukes til mye mer enn bare å føre debet og kredit. Informant 5 sier at

*“Det er jo ikke der spenningen ligger, i debet og kredit. Spenningen ligger mye mer i det å bruke den kompetansen som man en gang lærte på skolen, og da praktisere og jobbe med den”.*

Informant 4 mener at man må være en regnskapsfører som tenker på utvikling, fremtid og rådgivning for å ikke forsvinne, og at det handler om å bistå kunden i ulike valg. Informanten legger til at den nye rollen er mer interessant enn den generelle bokførerrollen, fordi man føler at man virkelig kan bidra med beslutningsnyttig informasjon til kundene. Det at mange går over fra regnskapshus til kompetansehus, viser at aktørene i bransjen er villig til å møte kundenes etterspørsel.

#### 6.1.4 Kostnadsstruktur

For en regnskapsfører finnes det ikke like mange utgifter som hos en typisk produksjonsbedrift. Mesteparten av et autorisert regnskapsførerselskap sine kostnader ligger i lønnen. Det er høyt utdannede mennesker som arbeider i denne bransjen, og lønnen skal reflektere dette. I og med at autoriserte regnskapsførere skal kunne vise til 77 timer med etterutdanning, jf. Forskrift om autorisert regnskapsførere § 4-1, jf. Lov om autoriserte regnskapsførere § 5, vil en del av kostnaden være å kunne tilby denne form for etterutdanning til sine regnskapsførere.

Etter digitaliseringen kan vi se en økning i fagområdet som en regnskapsfører skal holde seg oppdatert på, spesielt innenfor IT. For at en kunde og en regnskapsfører skal kunne ha et godt samarbeid, er det kritisk at regnskapsføreren vet hvordan man bruker det respektive regnskapsprogrammet som kunden har. Informant 4 og 6 jobber begge i forskjellige typer regnskapsprogram med sine kunder, og for å kunne tilby den beste tjenesten, er de avhengig av å vite hvordan de bruker programmet. Dette kan resultere i at for eksempel opplæring av programmet, eller spesielle funksjoner vil ta lenger tid. Her blir det da en skjevfordeling mellom fakturerte timer (inntekt) og registrerte lønntimer (kostnad), som fører til at selskapet taper penger på å bruke tid på å lære seg et nytt regnskapsprogram.

Ifølge Ellefsen (2017) vil det i takt med digitaliseringen kontinuerlig bli ansatt nyutdannede regnskapsførere i bransjen, for å erstatte de som går av med pensjon. Videre mener han at de nyutdannede vil være mer IT- og automatiseringsorientert. Ut ifra dette er det rimelig å anta at de vil kunne lære seg de forskjellige systemene og programmene ved raskere hastighet, noe som vil spare kostnader tilknyttet opplæring.

Digitaliseringen har ført til en forenkling av kommunikasjon i samfunnet, og det kreves ikke lenger et fysisk møte for å kunne diskutere problemstillinger internt i selskapet. Informant 4 trekker frem Corona-pandemien og sier:

*“Pandemien har vist at møter ikke nødvendigvis trenger å være fysiske, men at de kan være digitale. Dette sparer selskapet for kostnader knyttet til transport og overnatting, samt at det gir ansatte mer privattid som ikke brukes på reise”.*

Ut i fra dette ser man at en økning i digitalisering i regnskapsførere sin arbeidshverdag har hatt en positiv innvirkning på bransjen. Informant 4 trekker frem at mange interne prosesser er effektivisert på grunn av digitalisering, noe som fører til at regnskapsførere sparer tid og penger.

### **6.1.5 Kundesegment**

Hvis man deler kundesegmentene etter demografi, nærmere sagt geografisk avgrensninger, var det før veldig begrenset hvor lang fra kontoret man kunne hente kunder. Det var normalt å ha kunder i samme by, og på grunn av papirbilag var det vanlig med fysiske møter for å overlevere permer. På grunn av det digitale skiftet er ikke dette lenger tilfellet. Informant 4 mener:

*“Digitaliseringen har ført til at man kan hente inn kunder over hele Norge, og de lokale grensene eksisterer ikke lenger. Dette gjør at det ikke bare er flere kunder på markedet, men det er også flere konkurrenter. Ikke alle kunder føler at de må være i samme by som sin regnskapsfører, siden de som oftest opererer i et skybasert regnskapsprogram, som gjør at man kan utføre jobben hvor som helst, når som helst, så lenge man har internett”.*

I takt med at det har blitt flere kunder på markedet, har også kundene fått flere forskjellige behov. Kundene har gått fra å trenge en regnskapsfører til å gjøre tradisjonell regnskapsførsel, til å dele opp sine behov i flere tjenester. For eksempel trenger noen kunder kun rådgivning, noen trenger hjelp til offentlig rapportering og rådgivning, og noen kunder trenger den totale pakken med regnskapsførsel. For eksempel bruker Informant 1 regnskapsføreren sin som en kontrollfunksjon, og har ikke behovet for å få hjelp til for eksempel bokføring av bilag. Regnskapsføreren skal bidra en som kontrollør og informasjonskilde. Informant 2 derimot, bruker ikke regnskapsfører og velger å gjøre alt selv, fordi at informanten oppfatter regnskapsprogrammet som brukervennlig og oversiktlig. Informant 3 er en kunde som bruker regnskapsføreren til alt, og gjerne litt til. Regnskapsføreren skal ta seg av den totale regnskapsførselen, i tillegg til å fungere som rådgiver.

Ut ifra dette kan vi se at det er noen kunder, som på grunn av regnskapsprogrammene, velger å føre regnskapet sitt selv. Dette fører til at regnskapsførere kanskje vil miste en del av kundesegmentet som omfatter små selskap. Informantene i Utvalg 2 kan se samme type



utvikling, at antall selskaper som vil føre regnskapet sitt selv i et regnskapsprogram, øker. Informant 2 bekrefter dette da selskapet fører regnskapet selv i et regnskapsprogram, og bruker regnskapsprogrammet som informasjonskilde for kunnskap. Informant 4 legger vekt på at den trenden som skjer kan ha bakgrunn i at regnskapsprogrammene driver med aggressiv reklamering, og kunder får beskjed om at de kan føre regnskapet sitt enkelt selv, uten hjelp av ekstern regnskapsfører. Dette kan vi også se i og med at Informant 1 og 2 begge fører regnskapet sitt selv i skybaserte regnskapsprogram, og da ikke ser behovet med å ha en regnskapsfører til å utføre selve regnskapsførselen.

### **6.1.6 Kanaler**

Slik som nevnt i delkapitlet over har digitaliseringen kuttet geografiske barrierer i forhold til kundesegmenter. En regnskapsfører kan i dag hente kunder over hele Norge. Dette gjør at måten regnskapsfører når og kommuniserer med kunder har endret seg.

For en regnskapsfører vil det være viktig å kartlegge hvordan sine konkurrenter når frem til kundene. Det blir flere og flere regnskapsprogram, slik som Fiken, som reklamerer for at kunde kan føre regnskapet sitt selv. Informant 1 fant ut om sitt regnskapsprogram via reklame på radioen, og begrunner valget sitt i at regnskapsprogrammet hadde *“Stort fokus på at man kunne gjøre det selv og at det skulle være så enkelt”*. Informant 2 fikk anbefalt regnskapsprogrammet via bekjente, og programmet hadde tilgjengelig demo slik at selskapet kunne prøve det ut.

Dette viser at den til dels aggressive markedsføringen, og munn-til-munn metoden er reelle trusler for regnskapsbransjen, og vil påvirke hvordan regnskapsførere må plassere seg for å nå best ut til kunden.

Kommunikasjon i stedet for planlegging er en av tre momenter som Andersen og Sannes (Andersen & Sannes, 2017) mener at digitalisering har påvirket organisasjoner. Kunder trenger ikke lenger å planlegge et fysisk møte med sin regnskapsfører, og dermed er det ikke lenger, i like stor grad, et behov for menneskelig kontakt med regnskapsføreren.

Kommunikasjonen foregår i større grad digitalt nå enn tidligere.

Det vi ser ut i fra dette er at kunder vektlegger grundige svar, og at kommunikasjonen kan gjøres lettvinnt, for eksempel via telefon eller andre digitale kommunikasjonsmidler.

Informant 3 sier

*“Ved spørsmål svarer regnskapsfører grundig, om det er skriftlig eller per telefon. De er alltid tilgjengelig, og kan gi mer kunnskap”.*

Men på den andre siden kan man se at kunder krever mye mer av en regnskapsfører i form av tilgjengelighet. Dette betyr i praksis at en ikke trenger å planlegge et møte for å spørre regnskapsføreren om noe, det er bare å sende en e-post eller ringe. Dette fører til at kundene forventer å få svar på sine henvendelser innen rimelig tid.

Ut i fra vår analyse kan man se at digitaliseringen har ført til at regnskapsfører og kunde kommuniserer på andre måter enn før. Kunder setter høyere forventninger til regnskapsfører, i form av raske og grundige svar på sine henvendelser.

### **6.1.7 Kunderelasjon**

I delkapitlet over pratet vi om kommunikasjon, og om hvordan kundenes forventninger til en regnskapsfører sin tilgjengelighet har endret seg. Man ser i større grad en økning i digital kommunikasjon, i stedet for fysisk oppmøte. Andersen og Sannes (Andersen & Sannes, 2017) sine tre punkter er at digitalisering har ført til at istedenfor å aggregere, driver vi nå med prosessering. I dag blir et dynamisk regnskap brukt i mye større grad, og det er mulig å til enhver tid gå inn å se hvordan regnskapet ligger an i et regnskapsprogram. Før i tiden var selskaper mye mer avhengig av ferdigstilte årsregnskap, for å kunne si noe om selskapet sin økonomiske situasjon.

Siden vi nå har løpende oversikt over kunden sitt regnskap, har det ført til at kommunikasjonen og forholdet mellom kunde og regnskapsfører har blitt enklere. Kunden har lettere for å forstå regnskapet på et overordnet nivå. Regnskapsføreren sine uttalelser blir satt i kontekst, og relasjonen mellom kunden og regnskapsføreren blir bedre. Informant 1 er klar på at sin kunnskap og trygghet om regnskapsførsel har økt, etter at selskapet begynte å føre sitt eget regnskap i samarbeid med ekstern regnskapsfører.

Videre sier Informant 1 at den største faktoren for å bruke ekstern regnskapsfører, var tryggheten regnskapsføreren tilførte selskapet. Vi ser dermed at etter digitaliseringen er trygghet og kompetanse noe av det som kunden vektlegger i kunderelasjonen. I likhet med Informant 1 føler også informant 3 en trygghet i å ha en regnskapsfører å henvende seg til for råd. Informant 3 legger til at de har lært mye, og legger vekt på at når selskapet stiller spørsmål til sin regnskapsfører så øker dette kunnskapen til selskapet. Informant 3 legger til at:

*“Å gå på en smell er større enn kostnaden med å ha en sikkerhet”*

Informant 3 sier videre at det at kostnaden ikke har økt betraktelig i forhold til omsetning etter hvert som selskapet har hatt vekst, er noe som har gjort at valget om å beholde sin regnskapsfører har vært enkelt. Informant 4 bekrefter at flere kunder ønsker en regnskapsfører i bakhånd, og ikke nødvendigvis som en tradisjonell regnskapsfører. Dette kan vi også se igjen hos Informant 7 i utvalgsgruppe 3. Der informanten legger til at det i noen tilfeller er betryggende at selskapene har ekstern regnskapsfører, men at det ikke er en avgjørende faktor. Informant 4 sier at det stadig dukker opp nye problemstillinger, og at kundene ofte har mer utfordrende oppgaver. Vi ser fra dette at man etter digitaliseringen i større grad må tilpasse kunderelasjon til det kunden trenger.

Med dette kan man se at kunderelasjonene er blitt mer personlig og at man i større grad bruker regnskapsføreren som en rådgiver hvor man kan sparre ideer og tanker. Tidligere var det kanskje et mer transaksjonsbasert forhold og mer praktiske oppgaver som lå i bunnen, dermed ble også kunderelasjonen mer praktisk.

### **6.1.8 Inntektsstrøm**

Etter digitaliseringen og etter at selskaper velger å føre regnskapet sitt selv, kan vi se en økning i forespørsel om regnskapsføreren kan hjelpe til med å rydde opp i de feilene som er gjort av selskapet. Informant 5 mener at det fort kan bli dyrt for et selskap å hyre inn en regnskapsfører til å rydde opp i det som er ført. Og at dette høyst sannsynlig er dyrere enn å ansette noen fra starten av.

Informant 5 legger videre til:

*“Hvis du klarer å skape omsetning i de timene du bruker på å føre regnskapet, er nok det mer lønnsomt”.*

Informant 4 legger til:

*“Tror også at selskapene har feil innstilling til kostnaden som følger av å ha regnskapsfører.*

*Skal man prøve å redusere kostnader for å få bedre likviditet, er ikke regnskapshonorarkontoen det første man burde se på, for det kan bli dyrt hvis det blir feil”.*

Hos Informant 4 og 5 er det enighet i at det ofte forekommer tilfeller av at selskaper trenger hjelp med å rydde opp i et regnskap hvor det er feilført. Dette vil føre til at regnskapsførere tjener mer på en spontant og stressende opprydningsoppgave, enn de vil gjøre i et stabilt og komfortabelt kundeforhold.

Hans Christian Ellefsen fra Regnskap Norge er klar i sin tale om regnskapsbransjen og lønnsomhet. Han mener at for å oppnå lønnsomhet, så vil det viktigste være å gå over fra timebasert fakturering til fastpris og transaksjonsbasert prising (Ellefsen, 2017). Med fastpris til regnskapsførere kunne forutse en del inntekter fremover i tid, da det gjerne er oppsigelsestid på oppdragsavtaler.

Ut i fra dette kan vi se at regnskapsførere vil tjene mer på spontane oppdrag fra kunder, men en fastpris i en oppdragsavtale vil skape økonomisk trygghet for regnskapsføreren.

### **6.1.9 Verdiløfte**

For regnskapsførere vil regnskapskvaliteten være et viktig moment for å kunne levere en god tjeneste til sine kunder, og det vil være en stor del av verdiløftet fra en regnskapsfører sin side.

For Informant 4 betyr regnskapskvalitet at regnskapsinformasjonen er troverdig og at regnskapet gjenspeiler den faktiske økonomiske situasjonen til selskapet. Informant 5 vektlegger regnskapskvalitet som at det er et korrekt regnskap, og at alt er utført og håndtert riktig. Videre mener informanten at det er alle de små delene av en hendelse, som er med på å sikre kvaliteten i regnskapet. Informant 5 legger til:

*“Ha gode rutiner og system for håndtering av regnskapet til selskapet, og at de interne rutinene er på plass. Det skal ikke bare vært flaks at det ble gjort riktig denne gangen”.*

Etter digitaliseringen har flere begynt å føre regnskapet sitt selv, uten regnskapsfører. Noe som kanskje resulterer i at nettopp regnskapskvalitet blir litt mer glemt av selskapene, da dette er noe som kommer som en selvfølge for en regnskapsfører. Informant 4 trekker inn dette kan gi negative konsekvenser:

*“Regnskapsinformasjonen brukes til å ta beslutninger, og da er det ganske viktig for selskapet at denne informasjonen er korrekt. En annen konsekvens er at selskapet rapporterer inn feil tall til skatteetaten, og det kan bli en ganske kostbar konsekvens “*

Informant 4 tror at utover dette er det ikke mange selskaper som legger så mye mer i regnskapskvalitet, og heller ikke bruker det aktivt i selskapet. Informant 4 legger til at selskapene i noen tilfeller tror at å føre regnskapet med hensyn på hvordan resultatet blir, er god regnskapskvalitet. Informant 5 er enige i dette, og tror at selskaper tror at de vet hva god regnskapskvalitet er, men så forstår de ikke helt hva som ligger i det.

Informantene i Utvalgsgruppe 1 ytrer ulike meninger og grunnlag for viktigheten av regnskapskvalitet. Informant 1 forteller at selskapet ikke vektlegger regnskapet noe særlig, og begrunner dette i at regnskapet kun er ment internt i selskapet, og for å produsere offentlige rapporter. Informant 1 legger dog til at hvis selskapet skulle gått over til et aksjeselskap, ville innstillingen til kvaliteten på regnskapet vært annerledes. Informant 2 synes at regnskapskvalitet er viktig, og trekker frem at med god regnskapskvalitet og et oversiktlig regnskap vil man lettere kunne få de ansatte til å forstå hva man kan endre på for å redusere kostnader internt i selskapet. Informant 3 syntes også at det er viktig med god regnskapskvalitet. Informanten trekker frem at det er en fordel med god kvalitet på regnskapet når det skal presenteres for styret i selskapet, og for å kunne lettere ta til seg regnskapsinformasjonen selv.

Både Informant 2 og Informant 3 mener at regnskapet er et viktig styringsverktøy i selskapet, og Informant 2 legger til at *“Regnskapet må brukes aktivt, hvis ikke har det ingen verdi”*. Informant 3 bruker regnskapet aktivt i produksjonen, lagerføring og prisoppdatering, i tillegg til å presentere det for interessentene. Informant 1 derimot, bruker ikke regnskapet som et aktivt styringsverktøy, men heller som et “kontrollverktøy”. Informanten i utvalgsgruppen 3

er enige om at regnskapet burde brukes som et styringsverktøy i selskapet. Informant 8 mener at det er viktig å henge med, og bruke regnskapet løpende i driften til selskapet.

Informant 7 legger til at:

*“Regnskapet er selve nerven/pulsen i et selskap. Har man ikke et tett forhold til regnskapet og dermed forståelse for økonomien, vil risikoen for å ta feil beslutninger øke signifikant”.*

Ut i fra vår analyse kan vi se at kundene og regnskapsførerne har to veldig forskjellige syn på verdiløftet. Informantene i utvalgsgruppe 1 legger ikke like mye i regnskapskvaliteten som regnskapsførerne gjør. Dette viser at regnskapsførerne har en litt annen formening om hva det er de gir kundene i verdi, enn det kunden oppfatter.

## **6.2 Forskningsspørsmål**

Vi vil her gå inn mer detaljert i noen av delene av forretningsmodellen. Vi har valgt å trekke inn det som vi finner relevant for å kunne besvare våre forskningsspørsmål.

### **6.2.1 Hvordan har regnskapsførere oppfattet det digitale skiftet?**

Ut ifra våre analyser ser man at regnskapsførerne i Utvalg 2 er positive til de endringene som har fulgt med det digitale skiftet. Det har bidratt til å effektivisere og forenkle mange interne prosesser og manuelle oppgaver. Som en konsekvens av digitaliseringen ser regnskapsførerne en større endring i kjerneaktiviteter, hvor man går fra en mer tradisjonell regnskapsførerrolle til en mer rådgivende rolle. Begge informantene mener at det er positivt at den tidligere tradisjonelle rollen til en regnskapsfører er endret og forholdsvis utvidet. Når kundene blir mer differensiert, og trenger en skreddersydd oppdragsavtale, kan regnskapsførere nå fokusere mer mot den utdanningen og kompetansen de egentlig sitter på utenom de tradisjonelle oppgavene. Begge mener det digitale skifte har tatt med seg oppgaver de tidligere ikke har vært innom, og man oppgaver dermed nye fagfelt og en mer dynamisk hverdag. Informant 4 er klar på at det handler om å bistå kunden i ulike valg i form av at man som regnskapsfører tenker på utvikling, fremtid og rådgivning.

I takt med digitaliseringen har det kommet flere skybaserte regnskapsprogram, dette stiller regnskapsførerne seg i utgangspunktet positive til. Regnskapsførerne ser på det som en fordel at regnskapsprogrammene gjør arbeidsoppgavene lett tilgjengelig, og at kommunikasjon mellom regnskapsfører og kunde er blitt enklere.

Det at flere av kundene i markedet velger å føre regnskapet selv i skybaserte regnskapsprogram derimot, er noe regnskapsførerne stiller seg noe negativ til. Informant 1 har ekstern regnskapsfører, og bruker regnskapsføreren som en kontroller og rådgiver. Man ser fra dette at kundesegmentet deler seg mer opp enn tidligere, da kundene har mer innflytelse på tjenestetilbudet fra regnskapsfører. Blant regnskapsførerne er det enighet om at dette er en del av utviklingen som følger av at selskaper vil føre selv. Som en del av utviklingen trekker regnskapsførerne frem noen negative sider med regnskapsprogrammene sin fremtreden i bransjen. Som en konsekvens av at flere selskaper vil føre regnskapet sitt selv, ser regnskapsførerne en antydning til at regnskapskvaliteten går ned. Informant 4 mener at selskaper som fører selv kan komme til å føre feil, og dermed er ikke regnskapsinformasjonen korrekt. Videre legger informant 4 til at det er regnskapsinformasjonen som brukes til å ta beslutninger, og at det er viktig for selskaper at denne informasjonen er korrekt. Informant 7 mener at et selskap er avhengig av å ha et tett forhold til regnskapet, for å ikke øke risikoen for å ta feil beslutninger.

### **6.2.2 Hvordan har kompetansen til en regnskapsfører endret seg etter det digitale skiftet?**

Når man har en endring i kjerneaktivitet vil det følgelig også være en endring i kompetansen man bruker for å utføre den aktiviteten. Man ser fra hvordan regnskapsføreren oppfatter digitaliseringen at kompetansen må utvikle seg i takt med digitaliseringen. Uten ny kompetanse blir man irrelevant, det er dermed viktig å holde seg oppdatert og videreutvikle kompetansen hos regnskapsførerne i bransjen. Dette er noe Informant 4 presiserer med at det ikke lenger er nok med bare regnskapsmessig forståelse, nå må man også ha IT-forståelse. Autoriserte regnskapsførere har krav til utdanning og praksis for å kunne få autorisasjonen, men dette inkluderer ikke IT-kompetanse. Likevel forventes det fra kunder og bransjen at regnskapsførere tilegner seg denne kompetansen.

Som følge av denne etterspørselen har flere aktører i bransjen endret sine organisasjonsstrukturer. Flere og flere går over i fra tradisjonelle regnskapshus til kompetansehus. Ved å foreta denne endringen vil aktører i bransjen konsolidere mye mer kunnskap og kompetanse på arbeidsplassen, og da kunne tilby kundene mange flere tjenester. Informant 5 presiserer at regnskapsførere som blir sittende alene og isolert, kan få problemer med å holde seg faglig oppdatert på grunn av lite miljø. Ut i fra dette kan vi se at det gjelder

ikke lenger å ligge i forkant av en endring, slik som digitaliseringen, men det handler om å omstille seg slik at man fortsatt holder seg relevant overfor resten av bransjen.

Til tross for at aktører i bransjen jobber aktivt for å holde på sin plass overfor kundene og resten av bransjen, ser man en trend av selskaper som ønsker å gjøre alt arbeid knyttet til regnskapsførselen selv. Ut i fra våre resultater kan vi se at noen kunder ønsker å føre regnskapet sitt selv, men også å ha en regnskapsfører som opptre i større grad som rådgiver. Regnskapsførerne er klar over denne trenden, og har allerede tilpasset seg en hverdag som i mye større grad går ut på å være rådgiver og bistå i beslutninger, fremfor bokfører.

Informantene i Utvalg 2 mener at denne endringen fører til at regnskapsførerne får brukt sin kompetanse som de tilegner seg gjennom utdanningen og autorisasjonen i større grad. De mener at nå handler rollen om å bistå kundene i ulike valg, og samtidig utvikle kundene.

Fra analysen av forretningsmodellen kan vi også se at denne trenden er tatt et hakk videre, og det eksisterer nå et segment i markedet som ikke har behov for regnskapsførere overhode.

Informant 2 er en del av dette segmentet, og ser ikke behovet for å ha regnskapsfører.

Informanten har lært seg å føre regnskapet sitt, på et overordnet nivå, i regnskapsprogrammet som selskapet bruker. Informanten mener at regnskapsprogrammet holder som informasjonskilde for hvordan et regnskap skal føres, og dermed bruker programmet som en form for opplæringsplass. Den tradisjonelle regnskapsføreren har flere år med utdanning i bakhånd pluss noen år med praksis, for å kunne tilby regnskapstjenester til selskaper. Det at kunder da kan velge bort regnskapsfører som har kompetansekrav, til fordel for regnskapsprogram som informasjonskilde, gir noen indikasjoner på en ugunstig utvikling for regnskapsføreren. En regnskapsfører må være autorisert for å ha kunder, mens en systemleverandør i utgangspunktet ikke trenger noen bakgrunn innen regnskap for å hjelpe regnskapskunder. Ut i fra dette kan vi se at det er en solid forskjell på krav til kompetanse for tjenestetilbydere i regnskapsbransjen.



### **6.2.3 Hvordan har kundene i regnskapsbransjen tilpasset seg det digitale skiftet?**

Etterhvert som digitaliseringen har fått fotfeste i regnskapsbransjen, ser regnskapsførerne at flere og flere tar i bruk skybaserte regnskapsprogram. Denne endringen visker ut den geografiske kundesegmentene, og det er nå mulig å hente inn kunder på kryss og tvers av Norge. Dette øker konkurransen blant aktørene i regnskapsbransjen, og kundenettverket baserer seg ikke like mye på bekjentskap lenger. I og med at regnskapsprogrammene har gjort det mulig å jobbe i fra hvor som helst, når som helst, har det indirekte endret kundeforholdet mellom regnskapsfører og kunde. Når regnskapsfører og kunde jobber aktiv sammen i regnskapsprogrammet, kan man se ut i fra endringen i forretningsmodellen at kommunikasjonen og forståelsen mellom de to partene er blitt bedre. Det er lettere for kunden å forstå hva regnskapsføreren prater om, siden de begge har all regnskapsinformasjonen tilgjengelig, og kunden lærer seg mer og mer om regnskapet. Siden all regnskapsinformasjonen er løpende tilgjengelig for kunden, er det lettere for kunden å følge med på regnskapet sin utvikling til enhver tid. Dette gir kundene en bedre helhet over selskapet sin økonomiske situasjon, og kunden kan dra bedre nytte av beslutningsnyttig informasjon.

En annen måte kundene har tilpasset seg digitaliseringen er at de finner alternative løsninger på problemer, når det kommer til føring av regnskapet. Alle informantene i Utvalg 1 bruker skybaserte regnskapsprogram, og Informant 1 og 2 er enige i at det var vanskelig å komme i gang med regnskapsprogrammene når de har lite til ingen kompetanse om regnskap fra før. Undersøkelsen viser at det er et skille mellom hvordan informantene har løst dette problemet. Informant 1 benyttet seg av en regnskapsfører som hjalp til med det generelle i regnskapsprogrammet, mens Informant 2 valgte å bruke de hjelpemidlene som regnskapsprogrammet hadde å tilby. Denne forskjellen i måten å behandle en problemstilling på ser vi også hos informantene våre når det kommer til hva, når og hvordan de skal rapportere til det offentlige. Informant 1 benytter sin regnskapsfører til å innhente informasjon om offentlig rapportering, mens Informant 2 bruker Skatteetaten aktivt for å få svar på sine problemstillinger. Begge informantene er enige i at det kan være til tider vanskelig å forstå seg på reglene og lovverket knyttet til regnskapet i selskapet. Men de har funnet forskjellige måter å løse dette på.

Til tross for at noen kunder velger å ikke ha regnskapsførere lenger, ser alle informantene våre i Utvalg 1 viktigheten av det regnskapsførere gjør, og de ser verdien av den kompetansen regnskapsførere har. Fra vår analyse kan vi se at bakgrunnskunnskaper om regnskap har mye å si for forståelsen av og bruken av regnskapsprogram, og derfra ser man nødvendigheten av å ha regnskapsfører. Regnskapsførerne er enig at kompetansen har mye å si, da mangel på kompetanse kan få store konsekvenser for selskapene.

Et av motivene for at flere velger å føre selv, kan være at kundene er blitt mer prisbevisste. Informant 1 trakk frem prisen på regnskapsprogrammet, når det ble spurt om hvorfor informanten valgte dette programmet. Kundene velger regnskapsprogram basert på hvilken kostnad det blir å bli for dem, fremfor kvalitet og brukervennlighet i regnskapsprogrammene. Informant 4 tror at dette kan ha en sammenheng med hvorfor flere kunder velger å ikke bruke penger på regnskapsfører. Informanten mener videre at kostnader knyttet til regnskapsfører er ikke det første som kunder burde kutte ned på, hvis de ønsker seg en bedre økonomisk stilling. Det er enighet blant regnskapsførerne at dette kan føre til at det blir dyrere for kunden å ikke ha regnskapsfører, i form av at det koster mer å få hjelp til å rydde opp i potensielle feil som er gjort. Informant 1 og 3 kan kjenne seg igjen i det, og begrunner sitt valg om å ha regnskapsfører i at det skaper en trygghet rundt den økonomiske situasjonen til selskapet.

## 6.2.4 Hvilke erfaringer kan en regnskapsfører ta med seg fra det digitale skiftet?

For å forklare dette forskningsspørsmålet bruker vi en SWOT-analyse. Vi mener at denne modellen vil kunne forklare på en bra og oversiktlig måte hvilke typer erfaringer som regnskapsbransjen kan ta med seg videre i fremtiden.

	Styrker	Svakheter
Interne	<p><b>Styrker etter det digitale skiftet</b></p> <p>Øke antall kunder med samme kvalitet på tjenesten</p> <p>Tilpasningsdyktig gjennom informasjonstilgjengelighet</p>	<p><b>Svakheter etter det digitale skiftet</b></p> <p>Differensierte kundebehov</p>
Eksterne	<p><b>Muligheter etter det digitale skiftet</b></p> <p>Utvikle kompetansehusene videre</p>	<p><b>Trusler etter det digitale skiftet</b></p> <p>Nye regnskapsprogram som er mer lik regnskapsførere i form av utdanning, kompetanse og kunderelasjoner</p>

Figur 6: SWOT - Det digitale skiftet

### Styrker

Regnskapsførerne trekker frem effektivitet og tidsbesparelse som en av mange fordeler som har kommet med i takt med digitalisering av bransjen. Regnskapsførere har økt sin effektivitet i arbeidsoppgavene på grunn av digitaliseringen, og dette har ført til at de kan ta inn flere kunder og samtidig kunne levere tjenester av like god kvalitet. Dette kan påvirke positivt på områder slik som inntekt, kostnader, omdømme og kunderelasjoner. For eksempel vil en

økning i klientell vil gi en økning i inntekter, når man tar hensyn til at de bruker tilnærmet like kort tid. På samme måte vil en regnskapsfører kunne bruke den ekstra tiden på å knytte nærmere relasjoner med kundene. Med den besparte tiden vil regnskapsføreren kunne kartlegge nærmere hvilke spesifikke behov den enkelte kunden har. Dermed vil regnskapsføreren jobbe proaktivt mot kundene, i stedet for at kundene fremmer behov som ikke er tilstede. Dette vil igjen generere mer inntekter til regnskapsføreren, og kan forsterke omdømmet i form av at kunden føler seg ivaretatt.

Digitaliseringen har også ført til at regnskapsførere må utvide sin kompetanse på områder som de nødvendigvis ikke har noe forhold til, for eksempel IT. Informasjonstilgjengeligheten har økt betraktelig etterhvert som man kommer dypere og dypere inn i det digitale skiftet, og det er lett for regnskapsførere å lese seg opp på fagområder de kanskje ikke har så mye kunnskap på fra før. Ut i fra denne endringen kan vi se at regnskapsførere er mer tilpasningsdyktig enn de kanskje trodde, og at de kan lære seg nye ting i takt med hva kundene og samfunnet ellers krever.

### *Svakheter*

Ut i fra vår analyse kan vi se at det digitale skiftet har ført til at kundene ønsker en mer skreddersydd tjeneste hos regnskapsførere. Det er ikke lenger en totalpakke med alt av regnskapsførsel som selges, det er forskjellige kombinasjoner av tjenester hvor regnskapsførere kan bidra til å gi verdi til kundene sine. Noen av kundene ønsker å stå for hele regnskapsførselen selv, og ser ikke behovet for regnskapsfører. Andre derimot, ønsker en kombinasjon av å føre selve regnskapet selv, men som vil ha en regnskapsfører som en kontroller og/eller rådgiver. I tillegg til dette er det noen kunder som ønsker at regnskapsføreren skal gjøre alt, og da i tillegg fungere som en rådgiver.

Selv om differensiering i roller i utgangspunktet er en positiv endring for regnskapsførere, betyr dette at regnskapsbransjen for fremtiden må kunne forutsi litt mer hvordan kundene ønsker at tjenestene skal være, for å kunne henge med. Dette kan være en vanskelig oppgave, og vil derfor være en svakhet for regnskapsførere. Det handler om å holde seg relevant overfor kundene sine.

### *Muligheter*

Ut i fra vår analyse kan vi se at det er en del aktører som tar overgangen fra regnskapshus til kompetanseshus. Bransjen har oppdaget at, ved å samle flere forskjellige former for spisskompetanse på en og samme plass, kan de tilby den beste tjenesten til kunden. Ved å gjøre dette får regnskapsførerne dekket et større område av kundenes behov, som for eksempel spesielle regnskapsregler innenfor forskjellige bransjer. For kunden vil dette virke betryggende, da regnskapsføreren sitter på spesialkompetanse om deres bransjesituasjon. Hvis man skal trekke dette enda lenger, kan regnskapsførerne inngå samarbeid med mennesker fra andre yrkesbakgrunner, slik som jurist og dataingeniør. Dette vil øke både antall forretningsrelaterte tjenester, men også den helhetlige kvaliteten på tjenestene.

### *Trusler*

Ut ifra analysen vår kan vi se at regnskapsførerne har fått systemutviklerne som en ny konkurrent. Selv om systemutviklerne ikke har noen krav til utdanning eller kompetanse innenfor regnskap, kan vi se ut i fra vår analyse at de tar over noen av kundene i segmentet som omfatter små selskap. Det er da en reell trussel at flere andre kan bygge videre på det systemutviklerne gjør, og dermed kunne bli mye mer likestilt med det regnskapsførere gjør i dag. Mer likestilt menes det for eksempel i forhold til kompetanse, erfaringer og kunderelasjoner. Setter man dette i sammenheng med at regnskapsførere ikke tilpasser sin kompetanse nok i forhold til kundenes behov, og det blir en enda større trussel.

## 7 Konklusjon

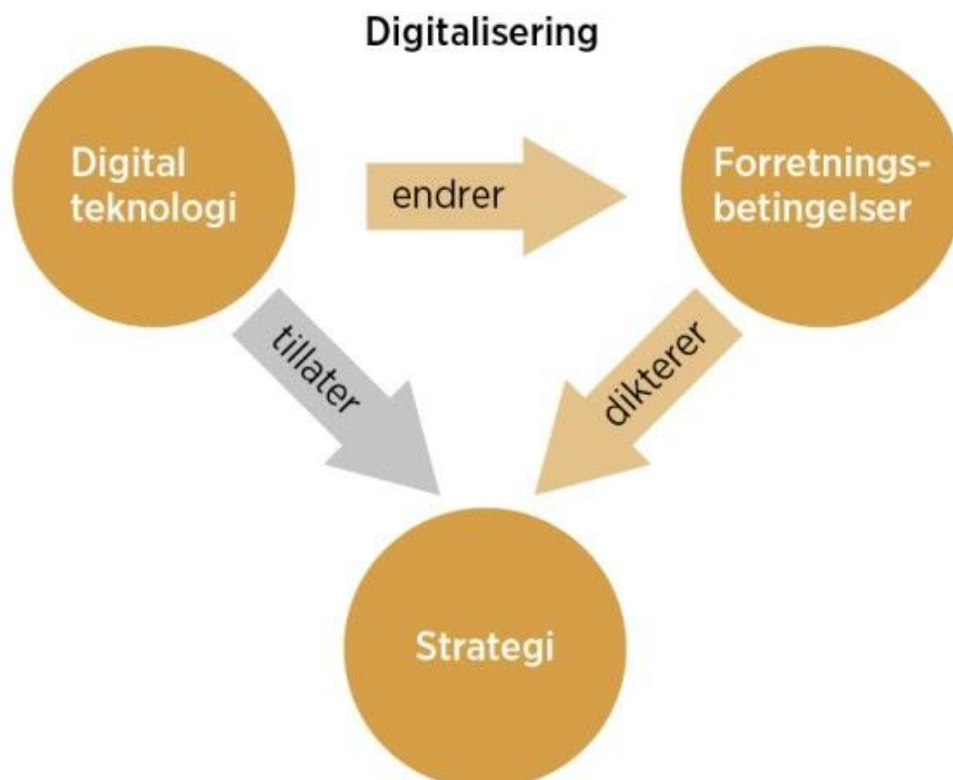
I dette kapittelet vil vi svare på problemstillingen:

***“Hvordan har digitaliseringen påvirket regnskapsbransjen sine forretningsmodeller, og hvordan kan regnskapsføreren bruke denne kunnskapen i det grønne skiftet?”***

Vi begynner med å se hvordan digitaliseringen har endret forretningsmodellene i bransjen, deretter ser vi nærmere hvilke erfaringer regnskapsfører kan ta med seg videre til det grønne skiftet.

### ***Det digitale skiftet***

Totalt sett er regnskapsførerne positive til digitaliseringen, og hvordan den har påvirket bransjen. En økning i effektivitet på arbeidsplassen, kommunikasjon med kunder, besparelse av tid og kompetanseheving er positive trekk regnskapsførerne mener at digitaliseringen har ført med seg. Dette kan vi se igjen i modellen til Andersen & Sannes (2017), som viser til at digitaliseringen endrer forretningsbetingelsene i forretningsmodellen.



Figur 2: Andersen & Sannes (2017) Digitaliseringsmodell

Regnskapsførerne ser at digitaliseringen gir en endring i kundebehovene, og de har skjønnet at det må de må tilpasse sine strategier ut i fra hva kunden ønsker og behov. Derfor har regnskapsførerne nå utviklet seg videre innenfor roller slik som rådgiver, for å kunne bistå kunden i de ulike problemstillingene. Med denne utviklingen har de sett at de må utvide kompetanseområdene sine. For eksempel ved å innhente spisskompetanse innenfor forskjellige bransjer, for å være relevant for forskjellige kundesegmenter. Noen regnskapsførere har løst denne utfordringen, ved å gå over fra regnskapshus til kompetanshus. Ut i fra vår diskusjon kan vi også se at regnskapsførere har vært nødt til å tilegne seg ny kompetanse, innenfor områder som ikke er hensyntatt i utdanningsløpet. De er klar på at uten ny kompetanse vil de bli irrelevante i markedet. Regnskapsførerne har økt sin IT-kompetanse under det digitale skiftet, for å kunne tilby de beste tjenestene til sine kunder. Flere i bransjen har beveget seg fra regnskapshus over til kompetanshus, for å kunne tilegne seg mer kompetanse. Denne endringen har skjedd parallelt med at kunder har endret sine behov når det kommer til regnskapsførsel. Flere kunder ønsker en regnskapsfører som opptrer mer som en rådgiver, og som kan bistå kundene i utvikling av selskapet og beslutninger som selskapet skal ta. På denne måten har regnskapsførerne fått utvidet sitt kompetansespekter, og er dermed mer forberedt til å kunne hjelpe kunden med mange ulike problemstillinger, utover regnskapsførsel.

Regnskapsførerne har også sett en økning tilbydere av skybaserte regnskapsprogram etter digitaliseringen tok over. Dette anser de som en stor fordel, da regnskapsprogrammene har vært med på å øke effektiviteten av deres tjenester. Men de ser også at enkelte kunder ikke lenger ser behovet for regnskapsfører, fordi kundene kan bruke regnskapsprogrammet som informasjonskilde til å løse mange problemstillinger i regnskapsførselen. Denne endringen har ført til et skifte i kundesegmentene, og det er nå mulig å innhente kunder på kryss og tvers av Norge, fordi man ikke lenger er avhengig av å være i samme område. Noen av kundene har tilpasset seg digitaliseringen ved å finne alternative informasjonskilder om regnskapsførsel. De har tatt aktivt i bruk den informasjonen som er tilgjengelig via regnskapsprogrammene, samt søkt til det offentlige for informasjon vedrørende offentlig rapportering, fremfor å kontakte en regnskapsfører. Som en konsekvens av at noen av kundene har funnet en erstatning for regnskapsføreren som informasjonskilde, ønsker kundene et mer differensiert tjenestetilbud fra regnskapsførerne. Det er i dag vanlig å ha en rådgiverrolle overfor sine kunder, samt å dele opp arbeidsoppgavene i mye større grad. Dette har ført til at kundene har mer makt over regnskapsførerne sin utvikling, da mye styres av kundenes ønsker og behov.

## Det grønne skiftet

Med bakgrunn i dette kan vi se at digitaliseringen har påvirket forretningsbetingelsene i modellen. Ved at vi nå kan se at forretningsbetingelsene er endret på grunn av digitaliseringen, vet vi at regnskapsbransjen må endre strategi. For å kartlegge hvordan strategien bør bli har vi laget en situasjonsanalyse av regnskapsbransjen, med fokus på regnskapsførerne. Denne viser hvordan de aktivt kan utnytte endringen i forretningsbetingelsene de har sett i det digitale skiftet, inn mot det grønne skiftet.

	Styrker	Svakheter
Interne	<p><b>Styrker etter det digitale skiftet</b></p> <p>Øke antall kunder med samme kvalitet på tjenesten</p> <p>Tilpasningsdyktig gjennom informasjonstilgjengelighet</p> <p><b>Styrker etter det grønne skiftet</b></p> <p>Gå heldigital for å forbedre kunderelasjonen</p>	<p><b>Svakheter etter det digitale skiftet</b></p> <p>Differensierte kundebehov</p> <p><b>Svakheter etter det grønne skiftet</b></p> <p>Mer makt hos kundene</p>
Eksterne	Muligheter	Trusler
	<p><b>Muligheter etter det digitale skiftet</b></p> <p>Utvikle kompetansehuserne videre</p> <p><b>Muligheter etter det grønne skiftet</b></p> <p>Innhente kompetanse om miljø og bærekraft</p>	<p><b>Trusler etter det digitale skiftet</b></p> <p>Nye regnskapsprogram som er mer lik regnskapsførere i form av utdanning, kompetanse og kunderelasjoner</p> <p><b>Trusler etter det grønne skiftet</b></p> <p>Konkurrenter som har et større miljøhensyn i sine utførelser</p>

Figur 7: SWOT - Det grønne skiftet



### *Styrker*

Ved at digitaliseringen har økt effektiviteten intern på arbeidsplassene, betyr det at regnskapsførere bruker mindre tid på manuelle oppgaver. I det grønne skiftet som kommer, kan regnskapsførere gå heldigital, og kvitte seg med alt av oppgaver som involverer papir. Kunder blir også mer og mer miljøbevisste, og de foretrekker å velge leverandører som har samme innstilling som dem. Et slikt tiltak vil styrke kunderelasjonen.

I og med at vi kan se at de fleste regnskapsførerne har vært tilpasningsdyktige i det digitale skiftet, vil det være avgjørende for dem å gjøre det samme i det grønne skiftet. Det blir bare mer og mer informasjon om hvordan selskaper kan foreta bærekraftige løsninger på sin arbeidsplass, og regnskapsførerne bør endre sin strategi for å være i forkant av det grønne skiftet.

### *Svakheter*

I og med at kundene til regnskapsbransjen blir mer og mer bevisste på hvordan de vil ha kundeforholdet til sin regnskapsfører, skal ikke bransjen se bort ifra at det vil forekomme flere krav i fremtiden. Regnskapsførerne burde derfor forberede seg på at kunder etterhvert vil ha en formening om hvordan regnskapsføreren jobber i henhold til bærekraft og miljø. Kundene får mer og mer makt overfor regnskapsførerne, og regnskapsførerne må derfor gjøre tiltak for at strategien skal ligge i forkant av dette skiftet.

### *Muligheter*

I og med at regnskapsbransjen har skjønnet at det ligger mye potensiale i kompetansehus, fremfor regnskapshus, kan bransjen, gjennom det grønne skiftet, trekke kompetansehusene enda lenger. Dette kan de gjøre ved å ansette mennesker som har relevant utdanning i kombinasjon om bærekraft og miljø. For eksempel kan dette være en jurist som spesialiserer seg innen miljø, eller en siviløkonom med fokus på bærekraftig produksjon. Hvis kompetansehusene utvider seg på denne måten, vil de kunne øke sin verdi hos kundene i tiden som kommer.

### *Trusler*

En trussel overfor regnskapsførerne er at det dukker opp flere og flere konkurrenter som kan tilby tilnærmet like tjenester som regnskapsførerne. I forhold til de grønne skiftet kan dette være systemutviklere som baserer seg på å bruke bærekraftig energi i sine systemer, slik at kunden kan velge et miljøvennlig alternativ. Da må regnskapsførerne være frempå, og kunne tilby regnskapstjenester i det gjeldende regnskapsprogrammet.

## **7.1 Videre forskning**

For videre forskning kan det være interessant å se på regnskapsselskaper, digitalisering og hvilke virkninger dette har på miljøet. Ikke bare at man sparer miljøet, men å kartlegge hvor interessert regnskapsselskaper er i å bidra med sitt samfunnsansvar innenfor bærekraft, miljø og klima. Dette vil også kartlegge hvor mye digitaliseringen har påvirket miljøet i en bransje. Parallelt med dette vil det være interessant å analysere om kundene er opptatte av hvordan bransjen jobber mot en mer bærekraftig arbeidshverdag. Med tanke på at samfunnet blir mer og mer miljøbevisst, og kunder tar valg basert på miljøvennlige alternativer, kan det være en fin side å belyse av det grønne skiftet. For å dekke det totale av digitalisering sin påvirkning på miljøet, kan man også se på hvordan regnskapsbransjen, systemleverandører og det offentlige jobber aktiv sammen for å utvikle bransjen videre.



## Referanseliste

Aider. (2021, May 27). Hva er forskjellen på et regnskapsbyrå og et kompetansehus?

Retrieved May 27, 2021, from <https://aider.no/forskjellen-pa-et-regnskapsbyra-og-et-kompetansehus/>

Aider. (2021, May 27). 5 trender innen regnskap og teknologi du bør vite om. Retrieved May 27, 2021, from [https://aider.no/wp-content/uploads/Aider\\_Trendguide2021.pdf?utm\\_medium=email&hsmi=116516420&hsc=p2ANqtz-](https://aider.no/wp-content/uploads/Aider_Trendguide2021.pdf?utm_medium=email&hsmi=116516420&hsc=p2ANqtz-91wypvYPGzoMPYs819CTHFYozraApL9gNWSZywSqi9AwST4ATtVWcRGOWM3cLp6BKdLancP_8rq8TTrEZ8PfvNISgK7g&utm_content=116516420&utm_source=hs_automation&fbclid=IwAR3B_T6fz2BIwVVO7TfjRrfzNKgMHTuANJasKGVb72FRb630Bx9gWWoqrk)

[91wypvYPGzoMPYs819CTHFYozraApL9gNWSZywSqi9AwST4ATtVWcRGOWM3cLp6BKdLancP\\_8rq8TTrEZ8PfvNISgK7g&utm\\_content=116516420&utm\\_source=hs\\_automation&fbclid=IwAR3B\\_T6fz2BIwVVO7TfjRrfzNKgMHTuANJasKGVb72FRb630Bx9gWWoqrk](https://aider.no/wp-content/uploads/Aider_Trendguide2021.pdf?utm_medium=email&hsmi=116516420&hsc=p2ANqtz-91wypvYPGzoMPYs819CTHFYozraApL9gNWSZywSqi9AwST4ATtVWcRGOWM3cLp6BKdLancP_8rq8TTrEZ8PfvNISgK7g&utm_content=116516420&utm_source=hs_automation&fbclid=IwAR3B_T6fz2BIwVVO7TfjRrfzNKgMHTuANJasKGVb72FRb630Bx9gWWoqrk)

Altinn. (2020, May 27). Forretningsmodell. Retrieved May 16, 2020, from

<https://www.altinn.no/starte-og-drive/starte/for-oppstart/forretningsmodell/>

Altinn. (2020, November 20). Må jeg ha regnskapsfører? Retrieved April 25, 2021, from

<https://www.altinn.no/starte-og-drive/regnskap-og-revisjon/ma-jeg-ha-regnskapsforer>

Austheim, S. (2019, November 18). Regnskapsbransjen. Retrieved May 15, 2021, from

<https://www.regskapnorge.no/faget/artikler/bransjeaktuelt/10-storste-aktorer-i-regnskapsbransjen/>

Bakås, O., Bjerkan, K. Y., Sund, A. B., & Nordtømme, M. E. (2014, May 14).

Forretningsmodeller. Retrieved March 11, 2021, from <https://www.sintef.no/globalassets/global-6.1-forretningsmodeller.pdf>

Busch, T. (2013). *Akademisk skriving: For bachelor- og masterstudenter* (1st ed.). Bergen: Fagbokforlaget.

Dalland, O. (2017). *Metode og oppgaveskriving* (6th ed.). Oslo: Gyldendal akademisk.

Ellefsen, H., & Lundberg Larsen, C. (2021, January 19). Klimaplanen til regjeringen vil påvirke store som små selskaper. Retrieved May 27, 2021, from <https://www.regnskapnorge.no/faget/artikler/bransjeaktuelt/klimaplanen-til-regjeringen-vil-pavirke-store-som-sma-selskaper/>

Fiken. (2021, May 28). Fiken Regnskapsprogram - Enkelt regnskap på nett. Retrieved May 28, 2021, from <https://fiken.no/jobb>

Finanstilsynet. (2021, February 17). Regnskapsførervirksomhet. Retrieved April 01, 2021, from <https://www.finanstilsynet.no/publikasjoner-og-analyser/arsrapport/arsrapport-2020/rapporter-tilsynsomradene-2020/regnskapsforervirksomhet/>

Finanstilsynet. (2017, February 15). Regnskapsfører. Retrieved May 25, 2021, from <https://www.finanstilsynet.no/tilsyn/regnskapsforer/>

Frederiksen, F., & Holm, V. (2004, April). Når forretningsstrategi og IT møtes. Retrieved February 20, 2021, from <https://www.magma.no/naar-forretningsstrategi-og-it-moetes>

Andersen, E., & Sannes, R. (2017, June). [Review of *Hva er digitalisering?*]. Retrieved April 5, 2021, from Magma website: <https://www.magma.no/hva-er-digitalisering>

Innovasjon Norge. (2020, July 03). Hvordan lage forretningsmodell. Retrieved March 18, 2021, from <https://www.innovasjon norge.no/no/verktoy/verktoy-for-oppstart-av-bedrift/hvordan-lage-forretningsmodell/>

Johannessen, A., Christoffersen, L., & Tufte, P. A. (2010). *Introduksjon til samfunnsvitenskapelig metode* (4th ed.). Oslo: Abstrakt.

Kvernmo, B. B. (2018, June 11). Årsregnskap: Er det greit for styret å stole på regnskapsføreren? Retrieved April 15, 2021, from <https://www.sticos.no/fagstoff/197rsregnskap-er-det-greit-for-styret-229-stole-p229-regnskapsf248rerer>

Larsen, C. L. (2020, August 28). Hva er din virksomhets strategi – og hva betyr den i praksis? Retrieved April 28, 2021, from

<https://www.regnskapnorge.no/faget/artikler/medlemsaktuelt/hva-er-din-virksomhets-strategi-og-hva-betyr-den-i-praksis>

Larsen, C. (2018, January 17). [Review of *Jobbene forsvinner ikke, de endres*]. Retrieved April 7, 2021, from Regnskap Norge website:

[https://www.regnskapnorge.no/faget/artikler/medlemsaktuelt/jobbene-forsvinner-ikke-de-endres/? t\\_id=RQt6B3ld5Tnpgy3uiR\\_DGA%3d%3d& t\\_uuid=fhEsyEt3TEKaIBQ5zrV\\_gA & t\\_q=jobbene+forsvinner+ikke& t\\_tags=language%3ano%2csiteid%3a5f2be262-75a9-4892-93e5-aa6f3c9a9cdc%2candquerymatch& t\\_hit.id=NarfWeb\\_Presentation\\_Models\\_Pages\\_ArticlePage/7ff6dd37-0e87-4a5c-8dab-2c2d7cfe7f80\\_no& t\\_hit.pos=1](https://www.regnskapnorge.no/faget/artikler/medlemsaktuelt/jobbene-forsvinner-ikke-de-endres/? t_id=RQt6B3ld5Tnpgy3uiR_DGA%3d%3d& t_uuid=fhEsyEt3TEKaIBQ5zrV_gA & t_q=jobbene+forsvinner+ikke& t_tags=language%3ano%2csiteid%3a5f2be262-75a9-4892-93e5-aa6f3c9a9cdc%2candquerymatch& t_hit.id=NarfWeb_Presentation_Models_Pages_ArticlePage/7ff6dd37-0e87-4a5c-8dab-2c2d7cfe7f80_no& t_hit.pos=1)

Legal, M. (2015, February 25). Oppdragsavtaler og regnskapsførers rolle som rådgiver. Retrieved February 02, 2021, from <https://www.visma.no/blogg/oppdragsavtaler-og-regnskapsforers-rolle-som-radgiver/>

Lien, K. (2019, May 28). [Review of *Digitalisering av regnskapsbransjen: Hvem vinner?*]. Retrieved March 9, 2021, from Visma Blogg website: <https://www.visma.no/blogg/regnskapsbyra-hvem-blir-fremtidens-vinnere/>

Lønneid, M. R. (2019, May 12). [Review of *Regnskapsbransjen er i et paradigmeskifte*]. Retrieved April 29, 2021, from Visma Blogg website: <https://www.visma.no/blogg/spar-digitale-klasseskiller-i-regnskapsbransjen/>

Magretta, J. (2002, May). Why Business Models Matter. Retrieved May 16, 2021, from <https://hbr.org/2002/05/why-business-models-matter>

Myhrvold, B. (2017, September 29). [Review of *Automatisert, men ikke borte!*]. Retrieved May 5, 2021, from Regnskap Norge website: <https://www.regnskapnorge.no/faget/artikler/teknologi2/automatisert-men-ikke-borte/>

Nilstun, C. (2020, June 28). Aggregasjon. Retrieved March 15, 2021, from <https://snl.no/aggregasjon>

Olseng, E. T., Sundbye, L. T., & Nisted, I. M. (2021, March 29). Markedsføring og ledelse 1 - Situasjonsanalyse i praksis - NDLA. Retrieved April 22, 2021, from <https://ndla.no/nb/subject:7/topic:1:183191/topic:1:104694/resource:1:99107?filters=urn:filter:433559e2-5bf4-4ba1-a592-24fa4057ec01>

Osterwalder, A. and Pigneur Y. (2010), Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers, John Wiley and Sons Ltd

Pihl, R. (2020, January 23). [Review of *SWOT-analyse*]. Retrieved April 24, 2021, from Store Norske Leksikon website: <https://snl.no/SWOT-analyse>

Porter, M. E. 1980. Competitive strategy techniques for analyzing industries and competitors. New York: The free press.

Regnskap Norge. (2021, May 27). Regnskapsfører. Retrieved May 27, 2021, from <https://www.regnskapnorge.no/faget/karriere/jobb-og-karriere/>

Regjeringen. (2021, January 08). Klimaplan 2021-2030 lagt fram. Retrieved May 25, 2021, from <https://www.regjeringen.no/no/aktuelt/heilskapeleg-plan-for-a-na-klimamalet/id2827600/>

Regjeringen. (2021, February 01). Digitalisering i offentlig sektor. Retrieved May 16, 2021, from [https://www.regjeringen.no/no/dokument/dep/kmd/andre-dokumenter/brev/utvalgte\\_brev/2021/digitalisering-i-offentlig-sektor/id2830849/](https://www.regjeringen.no/no/dokument/dep/kmd/andre-dokumenter/brev/utvalgte_brev/2021/digitalisering-i-offentlig-sektor/id2830849/)

Regjeringen, -. (2014, December 06). Digitalisering i offentlig sektor. Retrieved April 19, 2021, from <https://www.regjeringen.no/no/tema/statlig-forvaltning/ikt-politikk/digitaliseringen-i-offentlig-sektor/id2340245/>

Regnskap Norge. (2021, May 28). Digitaliseringen i samfunnet. Retrieved May 28, 2021, from <https://www.regnskapnorge.no/teknologi-og-innovasjon/digitalisering-i-samfunnet/>

Regnskap Norge, R. (2021, May 27). Faktaside om bransjen. Retrieved May 27, 2021, from <https://www.regnskapnorge.no/om-oss/bransjeutvikling/>

Regnskap Norge. (2021, May 27). Regnskapsfører. Retrieved May 27, 2021, from <https://www.regnskapnorge.no/faget/karriere/jobb-og-karriere/>

Regnskap Norge. (2021, May 27). Hva Regnskap Norge er og gjør. Retrieved May 27, 2021, from <https://www.regnskapnorge.no/om-oss/hva-er-regnskap-norge-og-hva-gjor-vi/>

Regnskap Norge. (2020, March 11). Automatisering gir regnskapsførere nye oppgaver og utfordringer. Retrieved May 18, 2021, from <https://www.regnskapnorge.no/faget/artikler/magasin/automatisering-gir-regnskapsforer-nye-oppgaver-og-utfordringer/>

Saebi, T. (2016, July). Fremtiden for forretningsmodellinnovasjon i Norge. Retrieved April 30, 2021, from <https://www.magma.no/fremtiden-for-forretningsmodellinnovasjon-i-norge>

Schei, V., Sverdrup, T. E., Lund, J., & Riise, S. (2015, July). Fra transaksjon til relasjon? Retrieved April 17, 2021, from <https://www.magma.no/fra-transaksjon-til-relasjon>

Stortinget. (2012). Endringer i bokføringsloven. Retrieved May 04, 2021, from <https://www.stortinget.no/innstillinger/Stortinget/2011-2012/inns-201112-378/2/>

Tripletex. (2021, May 28). Om Tripletex. Retrieved May 28, 2021, from <https://www.tripletex.no/om-tripletex/>



# Vedlegg

## Vedlegg 1 – Godkjennelse fra NSD

NSD sin vurdering

### Prosjekttittel

Masteroppgave 2021

### Registrert

17.02.2021 av Birgitte Zahl

### Behandlingsansvarlig institusjon

UiT Norges Arktiske Universitet / Fakultet for biovitenskap, fiskeri og økonomi /  
Handelshøgskolen

### Type prosjekt

Studentprosjekt, masterstudium

### Prosjektperiode

10.03.2021 - 01.06.2021

### Status

24.02.2021 - Vurdert

### Vurdering (1)

#### 24.02.2021 - Vurdert

Det er vår vurdering at behandlingen vil være i samsvar med personvernlovgivningen, så fremt den gjennomføres i tråd med det som er dokumentert i meldeskjemaet den 24.02.2021 med vedlegg, samt i meldingsdialogen mellom innmelder og NSD. Behandlingen kan starte.

MELD VESENTLIGE ENDRINGER Dersom det skjer vesentlige endringer i behandlingen av personopplysninger, kan det være nødvendig å melde dette til NSD ved å oppdatere meldeskjemaet. Før du melder inn en endring, oppfordrer vi deg til å lese om hvilke type endringer det er nødvendig å melde: <https://www.nsd.no/personverntjenester/fylle-ut-meldeskjema-for-personopplysninger/melde-endringer-i-meldeskjema> Du må vente på svar fra NSD før endringen gjennomføres.

TYPE OPPLYSNINGER OG VARIGHET Prosjektet vil behandle alminnelige personopplysninger frem til 01.06.2021.

LOVLIG GRUNNLAG Prosjektet vil innhente samtykke fra de registrerte til behandlingen av personopplysninger. Vår vurdering er at prosjektet legger opp til et samtykke i samsvar med kravene i art. 4 nr. 11 og 7, ved at det er en frivillig, spesifikk, informert og utvetydig bekreftelse, som kan dokumenteres, og som den registrerte kan trekke tilbake. For alminnelige personopplysninger vil lovlig grunnlag for behandlingen være den registrertes samtykke, jf. personvernforordningen art. 6 nr. 1 a.

PERSONVERNPRINSIPPER NSD vurderer at den planlagte behandlingen av personopplysninger vil følge prinsippene i personvernforordningen: - om lovlighet, rettferdighet og åpenhet (art. 5.1 a), ved at de registrerte får tilfredsstillende informasjon om og samtykker til behandlingen - formålsbegrensning (art. 5.1 b), ved at personopplysninger samles inn for spesifikke, uttrykkelig angitte og berettigede formål, og ikke viderebehandles til nye uforenlige formål - dataminimering (art. 5.1 c), ved at det kun behandles opplysninger som er adekvate, relevante og nødvendige for formålet med prosjektet - lagringsbegrensning (art. 5.1 e), ved at personopplysningene ikke lagres lengre enn nødvendig for å oppfylle formålet.

DE REGISTRERTES RETTIGHETER NSD vurderer at informasjonen om behandlingen som de registrerte vil motta oppfyller lovens krav til form og innhold, jf. art. 12.1 og art. 13. Så lenge de registrerte kan identifiseres i datamaterialet vil de ha følgende rettigheter: innsyn (art. 15), retting (art. 16), sletting (art. 17), begrensning (art. 18) og dataportabilitet (art. 20). Vi minner om at hvis en registrert tar kontakt om sine rettigheter, har behandlingsansvarlig institusjon plikt til å svare innen en måned.

FØLG DIN INSTITUSJONS RETNINGSLINJER NSD legger til grunn at behandlingen oppfyller kravene i personvernforordningen om riktighet (art. 5.1 d), integritet og konfidensialitet (art. 5.1. f) og sikkerhet (art. 32). Zoom og Teams er databehandlere i prosjektet. NSD legger til grunn at behandlingen oppfyller kravene til bruk av databehandler, jf. art 28 og 29. For å forsikre dere om at kravene oppfylles, må prosjektansvarlig følge interne retningslinjer/rådføre dere med behandlingsansvarlig institusjon.

OPPFØLGING AV PROSJEKTET NSD vil følge opp ved planlagt avslutning for å avklare om behandlingen av personopplysningene er avsluttet. Lykke til med prosjektet!

Kontaktperson hos NSD: Gry Henriksen Tlf. Personverntjenester: 55 58 21 17 (tast 1)

## Vedlegg 2 - Samtykkeskjema

### Vil du delta i forskningsprosjektet

#### *Hvordan påvirker digitalisering regnskapskvaliteten og regnskapsføringen?*

Dette er et spørsmål til deg om å delta i et forskningsprosjekt hvor formålet er å være med på et dybdeintervju om endringene i regnskapsføringen pga digitalisering. I dette skrivet gir vi deg informasjon om målene for prosjektet og hva deltakelse vil innebære for deg.

#### **Formål**

Formålet med undersøkelsen er å kartlegge hvordan forskjellige ledd i regnskaps- og revisjonsbransjen oppfatter digitaliseringen av bransjen, og hva som skjer med regnskapsrollen.

Undersøkelsen gjennomføres ved UiT Norges Arktiske Universitet, og er en masteroppgave i Økonomi og administrasjon. Masteroppgaven skrives av Birgitte Zahl og Margrethe Pettersen Normann.

#### **Deltakelse**

Deltakelse er et intervju med Birgitte og Margrethe, og eventuelle supplementerende samtaler om det trengs. Deltakelsen på intervjuet er satt av til, 60 min. Intervjuet vil bli tatt opp, transkribert og benyttet som analysemateriale i masteroppgaven. Problemstillingen i undersøkelsen er:

*«De nye brukervennlige regnskapsverktøyene: Har regnskapsmessig forståelse og skjønn mistet sin relevans»*

#### **Forskningsspørsmål:**

- Oppfyller brukervennlige regnskapsprogrammet forventningene fra små foretak om at de gjør håndtering av regnskapet enkelt?
- Er det nødvendig med regnskapsforståelse for å se nytteverdien av et regnskap?
- Hva skjer med regnskapsfører rolle, og hvem sitter igjen med ansvaret?

Vi mener på bakgrunn av dette at du er en perfekt deltaker til denne undersøkelsen, og vil være en av få intervjuobjekter som skal hjelpe til et godt analysegrunnlag.

### **Det er frivillig å delta**

Det er frivillig å delta i prosjektet. Hvis du velger å delta, kan du når som helst trekke samtykket tilbake uten å oppgi noen grunn. Alle dine personopplysninger vil da bli slettet.

Det vil ikke ha noen negative konsekvenser for deg hvis du ikke vil delta eller senere velger å trekke deg.

### **Ditt personvern – hvordan vi oppbevarer og bruker dine opplysninger**

Vi vil bare bruke opplysningene om deg til formålene vi har fortalt om i dette skrivet. Vi behandler opplysningene konfidensielt og i samsvar med personvernregelverket. Det vil bare være masterstudentene og veileder ved UiT som har tilgang til opplysningene. Alle personopplysninger vil bli anonymisert, og vil ikke kunne gjenkjennes i publikasjon. Personopplysninger vil bli slettet så fort de er anonymisert. Etter avsluttet undersøkelse (01.Juni) vil all data utenom det som er skrevet inn i publikasjonen slettes.

### **Dine rettigheter**

Så lenge du kan identifiseres i datamaterialet, har du rett til:

Innsyn i hvilke personopplysninger som er registrert om deg, og å få utlevert en kopi av opplysningene, å få rettet personopplysninger om deg, å få slettet personopplysninger om deg, og å sende klage til Datatilsynet om behandlingen av dine personopplysninger.

### **Hva gir oss rett til å behandle personopplysninger om deg?**

Vi behandler opplysninger om deg basert på ditt samtykke.

På oppdrag fra UiT Norges Arktiske Universitet har NSD – Norsk senter for forskningsdata AS vurdert at behandlingen av personopplysninger i dette prosjektet er i samsvar med personvernregelverket.

### Hvor kan jeg finne ut mer?

Hvis du har spørsmål til studien, eller ønsker å benytte deg av dine rettigheter, ta direkte kontakt med Birgitte Zahl eller Margrethe Pettersen Normann eller med veileder Tine Degerstrøm Stenvold, tlf 77623303, mail [tine.degerstrom@uit.no](mailto:tine.degerstrom@uit.no) ved UiT.

Vårt personvernombud: Joakim Bakkevold, tlf 77646322, mail [personvernombud@uit.no](mailto:personvernombud@uit.no)

Hvis du har spørsmål knyttet til NSD sin vurdering av prosjektet, kan du ta kontakt med: NSD – Norsk senter for forskningsdata AS på epost ([personverntjenester@nsd.no](mailto:personverntjenester@nsd.no)) eller på telefon: 55 58 21 17.

Med vennlig hilsen

Tine Degerstrøm Stenvold  
Normann  
(Forsker/veileder)

Birgitte Zahl og Margrethe Pettersen

---

### Samtykkeerklæring

Jeg har mottatt og forstått informasjon om prosjektet, og har fått anledning til å stille spørsmål. Jeg samtykker til:

Å delta i intervju

Jeg samtykker til at mine opplysninger behandles frem til prosjektet er avsluttet

---

(Signert av prosjektdeltaker, dato)

## Vedlegg 3 – Intervjumaler

### Intervjuguide: Bruker

#### Innledningsspørsmål

1. Utdannelse og yrkesbakgrunn?
2. Alder?
3. Tittel hos arbeidsgiver?
3. Hvor mange ansatte har selskapet?
4. Har selskapet mye fokus på digitalisering?
5. Hvordan vil du beskrive din IT-forståelse?

#### Regnskapsførers rolle (Se bort i fra denne hvis dere ikke har ekstern regnskapsfører)

6. Har dere ekstern regnskapsfører?
7. Hvilken funksjon har en ekstern regnskapsfører for selskapet?
  - 7.1. Rådgiver
  - 7.2. Controller
  - 7.3. Bokføring
  - 7.4. Totalleveranse av regnskapsførsel
8. Hvilke faktorer fikk dere til å inngå avtale med ekstern regnskapsfører?
9. Ser selskapet nytte av å bruke ekstern regnskapsfører?
10. Føler dere at dere utnytter det fulle potensialet av å ha en ekstern regnskapsfører?
11. Føler selskapet en viss trygghet av å ha en regnskapsfører å rådgi seg til?

#### Digitalisering og regnskapsprogram

11. Hvilket regnskapsprogram bruker du?
12. Gjennom hvilken plattform fant du ut om regnskapsprogrammet?
13. Hvorfor valgte du akkurat dette regnskapsprogrammet?
14. Syns du det er brukervennlig og oversiktlig?
15. Hvilke fordeler og ulemper opplever du med bruk av regnskapsprogrammet?
16. Har selskapet alltid benyttet digitalt regnskapsprogram?
17. Føler dere at regnskapsprogrammet dekker behovene knyttet til offentlig rapportering?

### **Regnskapskvalitet og regnskapsforståelse**

18. Hvor mye vektlegger dere kvaliteten på regnskapet som produseres?
19. Ser dere nytten av regnskapet til bedriften?
20. Bruker dere regnskapet aktivt som et styringsverktøy i bedriften?
21. Hvilke former for offentlig rapportering har selskapet plikt til å sende inn?
22. Hva syns dere om tilgangen til informasjon rundt offentlig rapportering?
23. Syns dere det er komplisert å forholde seg til lovverket rundt regnskapsførsel?
24. Føler du at bedriften har økt sin kunnskap om regnskapsførsel etter å ha gått over til et digitalt regnskapssystem?

## **Intervjuguide: Regnskapsfører**

### **Innledningsspørsmål**

1. Utdannelse og yrkesbakgrunn?
2. Alder?
3. Yrkestittel
4. Autorisasjon
5. Har selskapet mye fokus på digitalisering?
6. Hvordan vil du beskrive din IT-forståelse?

### **Digitalisering**

7. Har du merket økt digitalisering i din arbeidshverdag?
8. Hvordan har denne økningen påvirket din arbeidshverdag?
9. Synes du en økt digitalisering har påvirket regnskapsbransjen i en positiv eller negativ retning?
10. Føler du at økt digitalisering er nødvendig for å kunne levere den beste tjenesten til kundene dine?
11. Føler du at konkurransen om regnskapsklienter har blitt tøffere grunnet digitalisering?

### **Regnskapsprogram**

12. Hvilke regnskapsprogram bruker du med dine kunder?
13. Hvilken innstilling har du til skybaserte regnskapsprogram?

14. Synes du at dette er en god løsning for små selskaper?

15. Hva tenker du kan være en eller flere konsekvenser for en bedrift ved å benytte et slikt program uten å ha dialog med regnskapsfører?

### **Regnskapsførerrollen**

16. Med bakgrunn i digitalisering, tror du rollen til en regnskapsfører blir å forsvinne?

16. Ser du en økning i bedrifter som vil føre regnskapet sitt selv?

17. Hva synes du om rolleskiftet, fra bokfører til rådgiver, som mange regnskapsførere opplever i dagens samfunn?

18. Har du selv opplevd en overgang til en mer rådgivende rolle overfor kundene dine?

19. Tror du at en økning i bedrifter som heller vil føre regnskapet selv, kan ha negative konsekvenser på selskapet?

### **Regnskapskvalitet**

20. Hva vektlegger du når du hører ordet regnskapskvalitet?

21. Tror du bedrifter forstår konseptet "Regnskapskvalitet"?

22. Tror du bedrifter forstår viktigheten av å ha god regnskapskvalitet?

23. Hvilke tanker har du om regnskapskvaliteten nå som man ser en økning i bedrifter som vil føre regnskapet selv?

24. Hvilke konsekvenser tenker du at kan fremkomme av en nedgang i regnskapskvaliteten til bedrifter?

## **Intervjuguide: Revisor**

### **Innledningsspørsmål**

1. Utdannelse og yrkesbakgrunn?

2. Alder?

3. Yrkestittel?

4. Autorisasjon?

5. Har selskapet mye fokus på digitalisering?

6. Hvordan vil du beskrive din IT-forståelse?

### **Digitalisering**

7. Har du merket økt digitalisering i din arbeidshverdag?

8. Hvordan har denne økningen påvirket din arbeidshverdag?



9. Synes du en økt digitalisering har påvirket regnskapsbransjen i en positiv eller negativ retning?

10. Har dere noen kunder som benytter et regnskapsprogram og som fører regnskapet selv?

### **Regnskapskvalitet**

11. Anser du regnskapet til et selskap som mer pålitelig hvis de har benyttet en ekstern regnskapsfører?

12. Hvilke punkter i regnskapet er viktigst for deg som revisor?

13. Tror du kvaliteten på regnskapet endres i takt med økt digitalisering av regnskapsføring?

14. Hva mener du er et oversiktlig og godt regnskap?

15. Hvilke faktorer mener du at gjør regnskapet mer troverdig?

16. Har du merket en nedgang i regnskapskvaliteten etter at flere bedrifter har begynt å føre regnskapet sitt selv?

17. Har dere opplevd en økning i arbeid på hver klient etter flere bedrifter har begynt å føre regnskapet sitt selv?

18. Har dere noen spesielle rutiner på klienter som ikke benytter ekstern regnskapsfører?

## **Intervjuguide: Interessenter**

### **Innledningsspørsmål**

1. Utdannelse og yrkesbakgrunn?

2. Alder?

3. Yrkestittel?

4. På hvilken måte er du en interessent av et regnskap til en bedrift?

5. Har du noen selskap hvor du har en spesiell rolle?

- Aksjonær
- Leverandør
- Kunde
- Potensiell investor
- Offentlig etat

### **Regnskapskvalitet**

6. Synes du at regnskapet er et viktig styringsverktøy i et selskap?

7. Benytter du regnskapet for å ta valg som en interessent?

8. Anser du et selskap som tryggere hvis de benytter en ekstern regnskapsfører enn hvis de fører regnskapet selv?

9. Hvilke punkter i regnskapet er viktigst for deg?
10. Tror du kvaliteten på regnskapet endres i takt med økt digitalisering av regnskapsføring?
11. Hvordan går du frem for å avgjøre om et selskap har et oversiktlig og godt regnskap?

