

ÄR REVISORN KUL ELLER TRÅKIG OCH FUL? – EN STUDIE OM SYNEN PÅ REVISORER

Magisteruppsats i Företagsekonomi

Johanna Falkhede
My Persson

VT 2010:MF25



HÖGSKOLAN I BORÅS
INSTITUTIONEN FÖR DATA- OCH AFFÄRSVETENSKAP

Förord

Vi vill börja med att ge ett stort tack till Sten-Eric Ingblad och Pernilla Lundqvist som varit våra trogna handledare under arbetets gång. De har gett oss mycket värdefull kritik under uppsatsprocessen.

Vi vill också tacka alla våra respondenter som tagit sig tid att svara på våra frågor och därmed gjort uppsatsen möjlig. Vi vill även passa på att tacka kurskamraterna i vår seminariegrupp som har bidragit med goda idéer och konstruktiv kritik.

Till sist vill vi tacka vi alla övriga berörda parter som stöttat och uppmuntrat oss under uppsatsprocessen.

Borås, maj 2010

Johanna Falkhede

My Persson

Svensk titel: Är revisorn kul eller tråkig och ful? – En studie om synen på revisorer

Engelsk titel: Is the auditor fun or boring and ugly? – A study on the perception of auditors

Utgivningsår: 2010

Författare: Johanna Falkhede och My Persson

Handledare: Sten-Eric Ingblad och Pernilla Lundqvist

Abstract

In fictional entertainment the auditor is often presented as a grey, dull man with a keen interest in numbers. However the question is what's the actual perception of auditors?

Today the auditing firms are focused on demonstrating that they offer more than just auditing. They want to show that they are modern enterprises that can help their clients by offering a wide variety of services. It is essential that auditing firms know how the industry is perceived by customers and potential employees to enable them to provide information and market themselves better. Therefore our intention with the research is to study the perception of auditors and audit. The questions we want to answer in the study are:

- What are the general public and the representatives from companies' perception about auditors?
- What is the auditors' perception about themselves and what is their perception compared to the general public's perception and the image that the representatives from companies have of auditors?

We have chosen to conduct a qualitative study and to support the study we have chosen to follow a phenomenological approach. We have conducted interviews with respondents from audit firms, companies and the general public. In the selection of respondents, we have chosen a broad demographic in terms of gender, age and geographic location in order to avoid an unevenly result.

We give a description of the auditors, the auditor's role and the auditing profession in the framework. In the empirical chapter we have gathered the respondents' answers.

Auditors do not think that there is any "typical auditor". They do not think the classic caricature of auditors is consistent with people's actual perception of auditors today. The general public has a negative perception of the profession and their perception of the auditors is a lot like the classic gray, dull caricature. Representatives from the companies consider the auditors to be skilled and competent but also that they are well dressed and somewhat red-tapeist.

The language in this study is Swedish.

Keywords: Auditor, Audit, Perception, Changes, Caricature

Sammanfattning

I fiktiv underhållning framställs revisorn ofta som en grå, tråkig man med ett stort intresse för siffror. Frågan är dock hur den faktiska bilden av revisorer ser ut?

Revisionsbyråerna lägger i dag stor vikt vid att visa att de erbjuder mer än enbart revision. De vill visa att de är moderna företag som kan hjälpa sina klienter genom att erbjuda en mängd olika tjänster. Det är av stor vikt att revisionsbyråerna vet hur branschen uppfattas av klienter och potentiella medarbetare för att de skall ha möjlighet att informera och marknadsföra sig på bästa sätt. Vår avsikt med studien är därför att studera uppfattningen av revisorer och revision. De frågor vi vill besvara i studien är:

- Vilken uppfattning har allmänheten samt representanter från företag om revisorer?
- Hur ser revisorernas självuppfattning ut i förhållande till allmänhetens intryck samt den bild representanter från företag har av revisorer?

Vi har valt att genomföra en kvalitativ studie och som stöd för studien har vi valt att följa en fenomenologisk ansats. Vi har genomfört intervjuer med respondenter från revisionsbyråer, företag och allmänheten. Vid urvalet av respondenter har vi varit noga med att få en stor spridning vad gäller, kön, ålder och geografisk placering för att undvika ett snedvridet resultat.

I referensramen ger vi en beskrivning av revisorer, revisorns roll samt revisionsbranschen. I empirikapitlet har vi sammanställt respondenternas svar.

Revisorer anser inte att det finns någon "typisk revisor". De tror inte att den klassiska nidbilden av revisorer stämmer överens med folks faktiska uppfattning av revisorer i dag. Allmänheten har överlag en negativ uppfattning av yrket och deras bild av revisorer stämmer överens med den klassiska gråa, tråkiga nidbilden. Representanterna från företagen ansåg att revisorer är duktiga och kompetenta men att de också är välklädda och strikta paragrafryttare.

Nyckelord: Revisor, Revision, Uppfattning, Förändring, Nidbild

Förkortningar

EES: *Europeiska ekonomiska samarbetsområdet*

RN: *Revisorsnämnden*

Far: *Branschorganisation för revisorer, redovisningskonsulter, rådgivare och specialister. Tidigare FAR SRS, ännu tidigare FAR och innan dess Föreningen auktoriserade revisorer.*

Innehållsförteckning

1 Inledning	- 1 -
1.1 Bakgrundsbeskrivning	- 1 -
1.2 Problemdiskussion	- 2 -
1.3 Problemformulering	- 3 -
1.4 Syfte	- 3 -
1.5 Begreppsprecisering	- 3 -
1.6 Avgränsning	- 3 -
1.7 Uppsatsens aktualitet	- 3 -
1.8 Kapitelindelning	- 4 -
2 Metoddiskussion	- 5 -
2.1 Val av ämne	- 5 -
2.2 Insamling av referensmaterial	- 5 -
2.3 Insamling av empiriskt material	- 6 -
2.4 Metod för analys och presentation av empiri	- 8 -
2.5 Giltighetsanspråk	- 10 -
3 Referensram	- 12 -
3.1 Revisor	- 12 -
3.2 Revision	- 12 -
3.3 Rådgivning	- 13 -
3.4 Karaktärsdrag	- 14 -
3.4.1 PwC	- 14 -
3.4.2 Ernst & Young	- 14 -
3.4.3 BDO	- 15 -
3.5 Revisorn på vita duken	- 15 -
3.6 Revisionsbranschen	- 13 -
3.7 Revisorn som privatperson	- 15 -
3.8 Branschens framtid	- 17 -
3.9 Förändringar inom revisionsbyråerna	- 18 -
4 Empiri	- 21 -
4.1 Presentation av respondenterna i kategorin revisorer	- 21 -
4.2 Revisorernas åsikter	- 21 -
4.2.1 Varför de valde yrket revisor	- 21 -
4.2.2 Revisorn på fritiden	- 22 -
4.2.3 Den typiska revisorn	- 23 -
4.2.4 Allmänheten och företagsrepresentanternas syn på revisorer enligt revisorerna	- 25 -
4.2.5 Revisionsbyråernas marknadsföring och image	- 26 -
4.2.6 Revisorernas syn på revision	- 27 -
4.3 Presentation av respondenterna i kategorin representanter från företag	- 28 -
4.4 Företagsrepresentanternas åsikter	- 29 -
4.4.1 Synen på revisorer	- 29 -
4.4.2 Revisionsbyråernas marknadsföring	- 31 -
4.4.3 Nyttan med revision	- 31 -
4.4.4 Förändring av revisionsbyråernas image	- 32 -
4.5 Presentation av respondenter i kategorin allmänheten	- 33 -
4.6 Allmänhetens åsikter	- 34 -
4.6.1 Allmänhetens syn på revisorer	- 34 -
4.6.2 Nyttan med revisorer och revision	- 35 -

4.6.3 Revisionsbyråernas marknadsföring och image	- 36 -
5 Analys	- 38 -
5.1 Synen på revisorer	- 38 -
5.2 Kunskap om revision och revisionsbyråer	- 39 -
5.3 Nyttan med revisorer och revision.....	- 40 -
5.4 En bransch i förändring.....	- 41 -
6 Slutsatser	- 44 -
6.1 Vilken uppfattning har allmänheten samt representanter från företag om revisorer?.....	- 44 -
6.1.1 Allmänheten	- 44 -
6.1.2 Representanter från företag	- 44 -
6.2 Hur ser revisorernas självuppfattning ut i förhållande till allmänhetens intryck samt den bild representanter från företag har av revisorer?.....	- 44 -
6.2.1 Revisorer	- 45 -
6.3 Författarnas åsikter	- 45 -
7 Avslutande diskussion.....	- 46 -
7.1 Slutord.....	- 46 -
7.2 Trovärdighet, relevans och poängrikedom.....	- 46 -
7.3 Förslag på fortsatt forskning.....	- 47 -
Källor	
Publicerade källor	
Elektroniska källor.....	

Bildförteckning

Figur 1 (www.bytrevisor.nu, 2010-04-21).....	- 19 -
Figur 2 (www.resume.se, 2010-04-21)	- 19 -

1 Inledning

Kapitlet ger en kortfattad redogörelse av de områden som uppsatsen behandlar. Syftet är att ge läsaren en inblick i vad som ligger till grund för studien. Kapitlet behandlar även syfte, begreppsprecisering, avgränsning, uppsatsens aktualitet och fortsatta disposition.

1.1 Bakgrundsbeskrivning

Maskerade män har under mars 2010 synts till i Sunne, Karlskoga, Hagfors och Munkfors. De maskerade männen har attackerat revisionsbyrå BDO och beslagtagit deras skyltar. Är det en ny kleptomantliga som härjar i Värmland? Nej det är revisionsbyråerna som tidigare tillhört BDO som nu byter kedja till Baker Tilly. De maskerade männen är en del av Baker Tillys nya marknadsföringskampanj "Byt till en roligare revisor". Baker Tilly är bland de första att ta steget fullt ut och prata om roligare revisorer. Det genom en nutida och annorlunda hemsida där de marknadsför sig med bilder på Converse skor och älgar, länkar till Youtube, Twitter och Facebook och berättar om sina medarbetares fritidsintressen. De säger att de vill vara ett gladare och trevligare alternativ till vanliga revisorer samtidigt som de driver med yrket. (www.bakertilly.se, www.vf.se)

Flera andra revisionsbyråer har även de under den senaste tiden genomfört marknadsföringskampanjer med syfte att förändra uppfattningen om dem. PricewaterhouseCoopers (PwC) har under en tid tillbaka haft en stor kampanj där de beskriver sig själva som en visionsbyrå. Ernst & Young har genomfört en kampanj med syfte att genom humor förmedla att revisionsbranschen är spännande. Båda byråerna vill visa att de kan erbjuda fler tjänster en enbart revision. (www.pwc.com 1, www.resume.se, www.dagensmedia.se)

Kompetens och erfarenhet kommer inte räcka till på framtidens revisionsmarknad utan revisorer behöver bli bättre på att kommunicera och förmedla de positiva effekterna av deras arbete. (Ahlberg, Balans nr 6-7, 2008) Det krävs attitydförändringar i branschen för att locka den yngre generationen både som klienter och potentiella medarbetare. Revisorsyrket ses i dag som osexigt och det måste göras något åt det. (Vidh, Balans nr 11, 2008)

I sketchen "Lion Tamer" med Monty Python skildras revisorn som en tråkig man i kostym. Revisorn vill byta arbete men arbetsrådgivaren menar att han passar som revisor. Sketchen går ut på att visa att revisorn är en tråkig person som inte passar för något annat yrke än just revisorsyrket.

"Counselor:

Well chartered accountancy is rather exciting isn't it?

Anchovy:

Exciting? No it's not. It's dull. Dull. Dull. My God it's dull, it's so desperately dull and tedious and stuffy and boring and des-per-ate-ly DULL.

Counselor:

Well, err, yes Mr. Anchovy, but you see your report here says that you are an extremely

dull person. You see, our experts describe you as an appallingly dull fellow, unimaginative, timid, lacking in initiative, spineless, easily dominated, no sense of humor, tedious company and irrepressibly drab and awful. And whereas in most professions these would be considerable drawbacks, in chartered accountancy they are a positive boon.”

(Monty Python, “Lion Tamer”, 1969)

Revisorn framställs ofta på liknande sätt i fiktiv underhållning. Framförallt i USA brukar revisorn skildras som en gestalt som hånas i filmer. (Balans nr 10, 2009) Enligt den bild som skildringen bidrar till brukar revisorn beskrivas som en grå och tråkig man i kostym med ett stort intresse för siffror vilket medför att revisorsyrket framställs som både tråkigt och oattraktivt. Många personer har uppfattningen att revisorn endast sitter på sitt kontor och granskar siffror. Kanske på grund av den bild som har målats upp av revisorer i filmer. På ”Allt om revisions” hemsida skriver de att den uppfattningen stämmer dåligt överens med verkligheten. En revisor behöver ge ett tillitsfullt intryck och ha en god relation till kontaktpersonerna på klientföretaget för att få tillräcklig insyn och information för att kunna göra ett bra revisionsarbete.

(www.alltomrevision.wordpress.com)

1.2 Problemdiskussion

Grå, tråkig och osocial eller glad, positiv och utåtriktad? Vilken av de här beskrivningarna passar bäst in på revisorer? Dyr, tidskrävande och onödig eller hjälpsam, försäkrande och viktig? Vilken av de här beskrivningarna passar bäst in på revisionen?

Nidbilden av en revisor kan inte påstås förmedla någon positiv uppfattning om yrket. Frågan är dock hur den bilden stämmer överens med människors faktiska uppfattning om revisorer? En annan fråga vi ställer oss är vad allmänheten har för kunskap om det arbete revisorer utför? Att ha en revisor kan anses vara en dyr utgift för företag och är i skrivande stund obligatorisk för alla aktiebolag i Sverige. Frågan är dock hur företrädare för bolagen ser på revisorn och vilken kunskap de har om nyttan med revision?

Det kan antas att de flesta människor känner till vad en läkare, advokat, städare eller brandman gör i sitt arbete. Många kan antagligen inte säga exakt hur deras rutiner ser ut men har ändå en ganska god uppfattning om vad yrket innebär. Frågan är dock hur många som lika säkert kan påstå sig veta vad en revisor gör? Om det finns en uppfattning om vad yrket innebär kan det vara lättare att motivera nyttan med tjänsten. Avsaknad av kunskap lämnar utrymme för gissningar och antaganden vilket kan leda till felaktiga uppfattningar. Personer som inte vet vad revision faktiskt innebär kan ha olika föreställningar om dess betydelse. Många kan se det som ett nödvändigt ont, något dyrt som måste utföras för att det är lagstadgat.

Synen på revisorer och uppfattningen om revisionen har inte tidigare påverkat revisionsbyråernas möjligheter att få klienter i och med att revisionen i dagsläget är lagstadgad. Hur blir det om propositionen om slopandet av revisionsplikten för mindre bolag antas? Kommer då personers perception och attityder till branschen få en större betydelse för revisionens framtid? För att revisionsbyråerna skall ha möjlighet att informera och marknadsföra sig på ett sätt som attraherar både potentiella klienter och medarbetare är det av vikt för dem att veta hur uppfattningen om

branschen ser ut i dagsläget. Uppfattningen av revisorer och deras arbete är det vi har för avsikt att studera i uppsatsen.

1.3 Problemformulering

De frågor vi vill besvara i uppsatsen är:

- Vilken uppfattning har allmänheten samt representanter från företag om revisorer?
- Hur ser revisorernas självuppfattning ut i förhållande till allmänhetens intryck samt den bild representanter från företag har av revisorer?

1.4 Syfte

Syftet med uppsatsen är att redogöra för hur revisorer uppfattas av allmänheten och representanter från företag. Vi avser även att beskriva revisorers självuppfattning och jämföra deras uppfattning med allmänhetens syn och den uppfattning representanter från företag har om branschen.

1.5 Begreppsprecisering

I uppsatsen använder vi kategorierna allmänheten, revisorer och representanter från företag. Med allmänheten syftar vi på personer i samhället som inte är revisorer eller har någon kontakt med revisorer i sitt arbete. I kategorin allmänheten ingår även ekonomistudenter. Med representanter från företag syftar vi på ekonomer och företagsledare som har yrkesmässig kontakt med revisorer och som representerar sitt företag. Med revisorer syftar vi på godkända och auktoriserade revisorer.

1.6 Avgränsning

Vi har i studien valt att göra vissa avgränsningar. Studien berör endast synen på revisorer och revision i Sverige. Uppsatsen behandlar endast synen på godkända och auktoriserade revisorer då det är de som enligt lag får utföra revision av aktiebolag. Vidare avgränsar vi oss till att vid val av representanter från företag endast använda oss av representanter från aktiebolag. Vi har valt denna avgränsning för att alla aktiebolag i dagsläget är skyldiga att ha minst en revisor. Ett ämne som kan ses som närbesläktat med vårt ämnesområde är förväntningsgapet mellan revisorer och företag. Dock faller ämnet inte riktigt under vårt område då vi snarare undersöker personliga egenskaper än förväntningar på vad revisorer skall granska. Därför har vi valt att avgränsa oss från att inkludera förväntningsgapet i uppsatsen.

1.7 Uppsatsens aktualitet

Vårt ämnesval är aktuellt då propositionen (2009/10:204) om avskaffandet av revisionsplikten för mindre bolag är under behandling. Avskaffandet av revisionsplikten har under de senaste åren varit ett mycket omdebatterat ämne. Den 14 april 2010 lämnade regeringen en proposition om att avskaffa revisionsplikten för små bolag i Sverige. Gränsvärdena är satta till: en nettoomsättning på tre miljoner kronor, en balansomsättning på en och en halv miljon kronor och ett antal

anställda på tre personer. För alla företag som överstiger två av gränsvärdena kommer den lagstadgade revisionen fortsätta att gälla, men för alla mindre bolag blir revisionen valbar från och med den 1 november 2010 om propositionen antas. (Proposition 2009/10:204 En frivillig revision) Det innebär att revisionsbyråerna måste arbeta hårdare för att övertyga de företag som inte inkluderas i revisionsplikten om hur viktigt det är att fortsätta anlita en revisor. För att kunna marknadsföra sig på rätt sätt och även locka till sig nya klienter är det av intresse för dem att veta hur människor uppfattar revisorer och vad de har för kunskap om vad revision innebär.

1.8 Kapitelindelning

Kapitel 2

I kapitlet redogör vi för våra metodologiska val. Vi beskriver hur vi har gått tillväga vid val av ämne, insamling av referensmaterial, urval av respondenter, insamling av empiriskt material och analys. Avslutningsvis ges även en diskussion med hänseende till studiens trovärdighet.

Kapitel 3

Här behandlas det referensmaterial som ligger till grund för studien. Kapitlet inleds med en redogörelse om revisorer och revision som till stor del bygger på de lagar och regler som reglerar området. Därefter återges de egenskaper som revisionsbyråer önskar att deras anställda skall inneha. Vidare presenterar vi ett antal revisorer så som de framställts i artiklar om deras liv och intressen samt en skildring av hur revisorer framställs på vita duken. Avslutningsvis presenteras artiklar om hur branschen bör förändras för att följa samhällets utveckling.

Kapitel 4

I empirikapitlet redogör vi för de svar och uttalanden vi erhållit från våra respondenter. Frågorna som använts som diskussionsunderlag under intervjuerna återfinns i bilaga 2.

Kapitel 5

I kapitel fem analyserar vi vårt empiriska material och sätter det i relation till referensmaterialet. Analysen är presenterad under fyra rubriker: Synen på revisorer, Kunskap om revision och revisionsbyråer, Nyttan med revisorer och revision och En bransch i förändring.

Kapitel 6

I kapitlet presenterar vi de slutsatser analysen har mynnat ut i. I kapitlet besvarar vi även våra forskningsfrågor.

Kapitel 7

I kapitlet ger vi en avslutande diskussion om uppsatsen där vi bland annat tar upp uppsatsens trovärdighet, relevans och poängrikedom. Avslutningsvis lämnas även förslag på vidare forskning inom området.

2 Metoddiskussion

I kapitlet diskuterar vi de metodologiska val som ligger till grund för att besvara våra forskningsfrågor. Vi redogör för insamlandet av vårt referensmaterial samt vårt empiriska material och hur vi förhåller oss till materialet. Vår avsikt är att metodkapitlet skall ge en så tydlig beskrivning av vårt tillvägagångssätt att vår undersökning skall vara intersubjektivt prövbar, det vill säga att andra personer skall kunna följa i våra fotspår och bedöma uppsatsens trovärdighet.

2.1 Val av ämne

Vårt ämnesområde inbegriper, som tidigare nämnts, uppfattningen om revisorer. Vårt val av ämne grundar sig på att många vi diskuterat revisorsyrket med verkar vara av den uppfattningen att det är ett tråkigt yrke. Vi frågade oss varför så många uppfattar yrket som tråkigt och undrar om synen på yrket kan ha något samband med vilken kunskapsnivå individen i fråga har om revisorer och revision?

Den inledande fasen i uppsatsprocessen ägnade vi åt att välja ämnesområde samt att genomföra en informationssökning. Informationssökningen genomfördes med syfte att fastställa att det fanns tillräcklig grund för att göra en studie inom ämnesområdet. Av en tillfällighet fann vi en länk till internetsidan Flashback forum där olika medlemmar diskuterade yrket under rubriken "Revisor – supertråkigt". I tråden fördes en diskussion där flertalet skribenter argumenterade med den traditionella stereotypiska bilden av revisorer som bakgrund. Vi konstaterade att de flesta av skribenterna verkade ha mycket begränsad kunskap inom området, något som stämde väl överens med vår uppfattning. Tråden tillför inget vetenskapligt användbart för studien men vi har valt att bifoga den till arbetet då vi anser att den är ett roligt tillägg. (Bilaga 1)

2.2 Insamling av referensmaterial

Vi har valt att inleda vår referensram med en presentation av revisorer och revision. Vi anser att en kort presentation av revisorer och revision även ger en läsare som inte har kunskap om ämnet en möjlighet att följa uppsatsens fortsatta diskussion. Som grund för referenskapitlets inledande presentation av ovan nämnda områden har vi använt oss av lagtext, föreskrifter, litteratur och Revisornämndens hemsida.

Därefter följer en sammanställning av det referensmaterial som har mer direkt koppling till vårt ämnesval. Referensmaterialet består till stor del av artiklar från tidskriften Balans, vilken vi har haft tillgång till genom databasen Far Komplet. Vid val av artiklar gick vi igenom samtliga tillgängliga nummer av tidskriften under 2008 och 2009 för att finna artiklar med anknytning till vårt studieområde. Vidare har vi använt oss av revisionsbyråerna PwC:s, Ernst & Youngs och BDO:s hemsidor. Anledningen till att vi valde de tre ovan nämnda byråerna är att de på respektive hemsida tillhandahåller information om vilka egenskaper de söker efter vid rekrytering av revisorer. Vi har även sökt efter information om vilka egenskaper som skulle vara önskvärda hos anställda hos KPMG, Grant Thornton, Deloitte och SET. Dock hittade vi inget på deras hemsidor om ämnet.

Trots en grundlig informationssökning fann vi inte något material i form av vetenskapliga artiklar, avhandlingar eller dylikt som behandlar vårt forskningsområde. Vi har sökt såväl nationellt som internationellt. Vi fann några artiklar från USA inom ett närbesläktat, men ändå inte samma inom område. Vi valde att exkludera dem då vi har valt att avgränsa oss till Sverige och att artiklarna inte behandlade precis det vi sökte. Vi anser att en studie inom ämnet bidrar till värdefull information för revisorer, revisionsbyråer och branschorganisationer. Därför valde vi att genomföra studien.

2.3 Insamling av empiriskt material

Ett viktigt metodologiskt val vi diskuterade under den första fasen av uppsatsprocessen var om vi skulle använda oss av kvantitativ eller kvalitativ metod för att bäst visa hur synen på revisorer och revision ser ut i samhället. Efter ett noga övervägande valde vi det sistnämnda. Vårt val att följa en kvalitativ metod i vårt arbete motiverar vi genom att vi anser att personliga intervjuer med utvalda respondenter ger en djupare förståelse för respondenternas åsikter om ämnet. Möjligheten att föra en öppen diskussion och ställa följdfrågor är även en av fördelarna med den kvalitativa metoden och ytterligare en anledning till vårt val av metod.

Enligt Allwood (2004) ger en kvalitativ studie utrymme för respondenterna att uttrycka sina åsikter med egna ord. Respondenterna antas förmedla sina känslor, tankar, värderingar, erfarenheter och iakttagelser på ett sådant sätt att forskaren får en bra bild av hur personerna i undersökningen upplever fenomenet. Widerberg (2002) skriver att under kvalitativa intervjuer får forskaren möjlighet att följa upp respondentens berättelse och styra samtalet. Det medför att intervjuformen är bra lämpad då respondentens uppfattning av fenomenet är i fokus, vilket det i vårt fall är.

En kvalitativ metod kan användas för olika ändamål. Metoden kan användas både för att återge fakta om hur något är och för att beskriva hur något uppfattas av olika personer. Vid studier om hur något uppfattas av andra personer kan forskaren använda en fenomenologisk ansats. Fenomenologi är ett tankesätt, synsätt och arbetssätt som utvecklades av den tysk-tjeckiske matematikern och filosofen Edmund Husserl. (Larsson, 2000) Fenomenologi kommer av ordet fenomen och grekiska "logi" som betyder lära och vetenskap. Nationalencyklopedins beskrivning av termen lyder "*lära inom filosofi och vetenskapsteori*", "*läran om det som visar sig för medvetandet*". (www.ne.se) Målet fenomenologer strävar efter är att, utan förvrängning, beskriva hur individer upplever ett fenomen i deras livsvärld. (Kvalen & Brinkmann, 2009)

Något som är viktigt inom fenomenologin är att se på fenomenet i fråga från så många olika synvinklar som möjligt för att ge ett bredare perspektiv på fenomenet. (Bjurwill, 1995) En av svårigheterna som vi har stött på vid insamlandet av vårt empiriska material är att säkerställa representativiteten vid valet av respondenter. Vi har valt att genomföra intervjuer med 27 personer, till lika delar revisorer, representanter från företag och privatpersoner. Det viktiga i en fenomenologisk ansats är att forskaren ger fenomenet full rättvisa och täcker in hela fenomenet. (Bengtsson, 1998) När vi började undersökningen hade vi tänkt oss att genomföra cirka 7-10 intervjuer per respondentkategori. Efter hand som intervjuerna genomfördes märkte vi att det blev mer och mer upprepningar bland respondenternas svar. Efter nio intervjuer per

respondentkategori ansåg vi därmed att vi täckt in fenomenet samt att fler respondenter inte hade påverkat studiens utfall.

För att få en stor spridning på respondenterna och belysa fenomenet från olika perspektiv har vi valt respondenter av olika kön, ålder och geografisk bosättning. Vi har även valt respondenter som arbetar på både stora och små företag och byråer. För att få så många personliga intervjuer som möjligt valde vi att intervjua ett större antal respondenter från Borås- och Göteborgsområdet. Vi valde även att intervjua respondenter från andra orter för att ta reda på om synen på revisorer skiljde sig runt om i landet.

Vi valde att dela in respondenterna i tre kategorier. Kategori ett kallar vi för revisorer och den består av godkända och auktoriserade revisorer. Kategori två benämner vi representanter från företag och här ingår representanter från olika aktiebolag. Här har vi valt att intervjua de personer som arbetar nära företagets revisorer det vill säga ekonomer och företagsledare. Kategori nummer tre kallar vi allmänheten. Allmänheten är en bred kategori men vi har, som vi tidigare nämnt i avgränsningen, valt att begränsa oss till personer som inte är revisorer eller har någon kontakt med revisorer i arbetet. I kategorin ingår ekonomistuderande. Vi har valt att låta alla respondenter vara anonyma i uppsatsen. Anonymiteten bygger dels på att några av våra respondenter bad om att få vara anonyma, dels att utlovad anonymitet kan stärka viljan att tala fritt och uttrycka sina åsikter och dels för att namnen på respondenterna inte har någon signifikans för uppsatsens syfte.

Vid urvalet av revisorer använde vi oss av Fars sökfunktion där vi sökte efter revisionsbyråer från olika orter. Genom länkarna till revisionsbyråerna fann vi information om vilka revisorer som arbetar på respektive byrå, deras namn, ålder och år för godkännande respektive auktorisation. Fars sökfunktion förenklade urvalsprocessen och gav oss möjlighet att få en stor spridning på våra respondenter. Vid urvalet av representanter från företag använde vi oss av sökfunktionen Eniro och fliken Gula sidorna. Vi sökte på företag från olika geografiska områden och genom Eniros information om företagen kunde vi utläsa antalet anställda och omsättning vilket var till hjälp för att få en spridning mellan små och stora bolag. För att även få en stor spridning inom kategorin allmänheten använde vi oss dels av våra kontakter för att finna lämpliga respondenter av olika kön, ålder och geografisk placering. Vi tog även kontakt med olika arbetsplatser för att finna lämpliga respondenter (dock inte från ekonomiavdelningen hos företagen). Vi fick lägga ner mycket tid på att söka efter lämpliga respondenter då det var många av de tillfrågade personerna som inte hade möjlighet att ställa upp på någon intervju.

Intervjuerna bestod till stor del av personliga möten med respondenterna. Av praktiska skäl genomfördes dock ett antal intervjuer via mail och telefonkontakt då det geografiska avståndet till respondenterna var stort. Under intervjuerna använde vi oss av diktafon för att kunna återge respondenternas åsikter på ett så korrekt sätt som möjligt under transkriberingsprocessen. Under intervjuerna försökte vi avstå från att använda oss av ledande frågor för att undvika ett snedvridet resultat. Dock var frågornas formuleringar inte så avgörande då studien inte var beroende av de specifika frågornas karaktär. Frågorna var främst till grund för att få igång en diskussion och få en bild av respondenternas åsikter om ämnet. I en fenomenologisk ansats används vanligen en halvstrukturerad intervjumetod. Intervjun är ett mellanting mellan ett öppet vardagssamtal och ett slutet frågeformulär. (Kvalen & Brinkmann, 2009)

Vi använde oss av tre olika intervjumallar (Bilaga 2) som utgångspunkt, en med frågor riktade till revisorer, en med frågor riktade till representanter från företag och ytterligare en med frågor till allmänheten. Vi delade upp frågorna i de tre mallarna då vi anser att vilken relation respondenterna har till revisorer påverkar vad de har för uppfattning om revisorer och revision och därmed vilka frågor som är lämpliga att ställa. Frågorna var i stor utsträckning liknande i de olika mallarna, dock var det vissa skillnader bland annat i formuleringarna med anledning av hur mycket kunskap respondenterna kunde förväntas ha om ämnesområdet.

2.4 Metod för analys och presentation av empiri

Som stöd för vårt tillvägagångssätt har vi följt en fenomenologisk metod. Inom den fenomenologiska metoden ligger fokus på att fånga upp alla skillnader och variationer och erhålla nyanserade beskrivningar snarare än att komma fram till en kategorisering av respondenternas åsikter. (Kvalen & Brinkmann, 2009) Med stöd av den fenomenologiska metoden transkriberade vi först varje intervju för sig. Vi började sedan med att gå igenom allt empiriskt material från intervjuerna för att få en helhetsbild. I den empiriska sammanställningen har vi valt att presentera respondenternas åsikter uppdelat på de tre kategorierna revisorer, allmänheten och representanter från företag. Vi har även valt att strukturera upp varje kategoris åsikter under olika underrubriker för att få en överskådlig struktur på kapitlet.

Anledningen till att vi inte har med transkriberingen av varje enskild intervju för sig var att materialet visade sig bli för omfattande. Vi har emellertid utgått från transkriberingen av varje enskild intervju vid analysen. Enligt Ely (1993) presenteras det väsentligaste som en forskare har kommit fram till i analysen. Det är forskarens uppgift att genom att komprimera, omorganisera och strukturera fakta presentera den på ett enkelt och intressant sätt för studiens läsare. I analyskapitlet har vi sammanfattat de viktigaste delarna av vårt empiriska material och av referensmaterialet samt satt materialen i relation till varandra. Störst vikt har lagts vid att jämföra revisorerernas tro om vad allmänheten och representanter från företagen har för uppfattning om dem med de övriga respondenternas åsikter om revisorer och revision. Vi har valt att strukturera upp analysen under fyra rubriker; Synen på revisorer, Kunskap om revision och revisionsbyråer, Nyttan med revisorer och revision samt En bransch i förändring.

Vi gick noga igenom varje intervju för att välja ut meningsbärande enheter. Det kunde exempelvis vara citat, starka åsikter och uppfattningar som vi anser tillför analysen om fenomenet något. Något som är viktigt då vi följer en fenomenologisk metod är att beskriva fenomenet så exakt och fullständigt som möjligt. (Kvalen & Brinkmann, 2009) Därför har vi varit noga med att redogöra för alla respondenters åsikter och det är även av den anledningen vi har valt att använda oss av citat i så stor utsträckning.

Redan i presentationen av empirin har vi exkluderat irrelevanta utsagor utanför ämnesområdet. Vi valde även att sammanfoga yttranden med liknande innebörd för att undvika upprepningar. I fenomenologin beskrivs det här förfarandet som att forskaren sammanfogar de meningsbärande enheterna till kluster och att de olika klustren beskriver variationen i det empiriska materialet. (Bjurwill, 1995) Det empiriska materialet har legat till grund för analysen och utifrån analysen har vi gjort tolkningar och dragit slutsatser. För att försäkra oss om att det finns empiriskt belägg



för de tolkningar vi har gjort har vi under arbetets gång gått tillbaka till den ursprungliga transkriberingen av intervjuerna för att kontrollera empirisk förankring.

2.5 Giltighetsanspråk

För att säkerställa kvaliteten i en studie används ofta begreppet validitet. Validiteten refererar till i vilken utsträckning forskaren har undersökt det som han eller hon avsåg att undersöka. För att avgöra en studies validitet kan frågor som handlar om ifall de valda datainsamlings- och analysmetoderna ligger till grund för studiens syfte och frågeställningar samt om studiens resultat besvarar forskningsfrågan användas. (Frejs & Thornberg, 2009) För att läsare av studien skall ha möjlighet att avgöra dess validitet har vi tydligt beskrivit det problem studien avser att undersöka samt studiens forskningsfrågor, syfte och avgränsning vilket sedan kan ställas i relation till våra slutsatser.

Många forskare är kritiska till begreppet validitet, då de anser att det passar bättre för kvantitativa än kvalitativa studier. Som ett komplement, alternativt substitut, kan forskaren diskutera uppsatsen utifrån begreppen trovärdighet, relevans och poängrikedom. (Eriksson och Wiedersheim-Paul, 2006) Vi har valt att återkomma till de begreppen i den avslutande diskussionen då vi anser att de knyter ihop uppsatsen på ett bra sätt.

För att skapa en relevant referensram har vi varit noggranna och kritiska vid urvalet av källor. Vi har tagit i beaktande var och hur referensmaterialet har publicerats för att kunna bedöma källans trovärdighet. Vi har i så stor utsträckning som möjligt använt oss av artiklar från tidskriften *Balans* som ges ut av Far. Far har uppsatta krav för att en artikel skall bli publicerad i tidskriften. Till exempel får artikeln inte ha publicerats tidigare och alla författare skall publiceras med namn, titel och byrå/arbetsgivare. Vidare tillskriver sig Far rätten att bearbeta artiklar innan de publiceras. Far är en branschorganisation för revisorer och rådgivare vilket medför att vi litar på deras kunskap inom ämnesområdet och anser att tidningens trovärdighet är hög.

Vi har även använt oss av referensmaterial i form av tryckt litteratur samt hemsidor från revisionsbyråer och Revisorsnämnden. Vi har varit kritiska i vår användning av tryckt litteratur och jämfört material från olika källor för att fastställa trovärdigheten i texternas innehåll. Då vi hämtat material från revisionsbyråers hemsidor är vi medvetna om att de inte är objektiva utan har en för dem positiv vinkling av det som kan utläsas där. Dock har vi endast använt oss av information som beskriver vad de har för syn, åsikter och önskemål, vilket är subjektiva ståndpunkter. Det finns därför inget krav på objektivitet utan informationen kan antas vara trovärdigt och relevant presenterad. Angående den information vi har hämtat från Revisorsnämndens hemsida anser vi den vara trovärdig då Revisorsnämnden är en statlig myndighet som har ansvar för revisorsfrågor.

Vid insamlingen av vårt empiriska material var vi noggranna med att inte påverka respondenterna med våra egna uppfattningar om revisorer och revision. Inom fenomenologin är det av stor betydelse att forskaren åsidosätter sin egen förförståelse. Dock ingår forskaren i respondentens livsvärld och på så sätt kan vi ha viss påverkan på respondenterna. (Kvalen & Brinkmann, 2009) Inledningsvis utgick vi ifrån intervjumallar men under intervjuernas gång blev det tillfällen att ställa följdfrågor och även föra en öppen diskussion om ämnet. Det medförde att ingen intervju blev den andra lik. Att frågorna ofta utvecklas under intervjuens gång är enligt Widerberg (2002) vanligt då man använder sig av en kvalitativ metod. Helt standardiserade intervjuer, det vill säga då alla intervjuer genomförs på exakt samma sätt och med exakt samma frågor, ingår inte i den

kvalitativa metoden. Genom att frågorna skiljde sig lite mellan de olika intervjuerna fick vi inte svar på exakt samma frågor från de olika respondenterna, men då vi var ute efter deras helhetsuppfattning så var det inget hinder för studiens giltighet.

För att en kvalitativ forskare skall ses som pålitlig krävs det att forskningsprocessen utförs korrekt och att resultatet i största möjliga mån stämmer med respondenternas uppfattningar. (Ely, 1993) För att säkerställa att vi uppfattat respondenternas svar korrekt använde vi oss av en diktafon under intervjuerna. Diktafonen var inte enbart till hjälp för att komma ihåg respondenternas svar utan även en möjlighet för oss att i efterhand jämföra hur de valde att lägga fram sina svar och uttrycka sig. Vi anser att vår framställning av respondenternas åsikter är trovärdig och att användningen av diktafonen minskade risken för feltolkningar.

Vi valde att presentera respondenternas svar strukturerat i tre grupperingar. Valet av presentationsmetod av vårt empiriska material stöds i vårt stora antal respondenter. Om vi valt att redogöra för varje respondents svar var för sig skulle den empiriska presentationen uppta för stor del av uppsatsen. Vi har emellertid varit angelägna att redogöra för samtliga respondenters yttranden om ämnesområdet utan att sälla bort avvikande åsikter (givetvis har vi dock exkluderat utsagor som inte är hänförliga till ämnesområdet). Vid flera tillfällen då respondenterna använt sig av särpräglade uttryck har vi valt att citera dem. Det anser vi ger mer djup i uppsatsen samt bättre förståelse för respondenternas åsikter. Trots att vårt mål har varit att beskriva respondenternas uppfattningar så som de valt att uttrycka sig så kräver det skriftliga arbetet alltid en viss bearbetning för att texten skall flyta på i en jämn rytm. Därmed är det som skrivs i en uppsats alltid något som är konstruerat av dess författare.

3 Referensram

Referensramen redogör vi för det referensmaterial som ligger till grund för uppsatsen. Vi inleder med en grundläggande beskrivning av revisorer och revision. Därefter följer en presentation av artiklar inom ämnesområdet.

3.1 Revisor

En revisor kan beskrivas som någon som yrkesmässigt arbetar med revisions- och redovisningsfrågor. Det finns många olika kategorier av revisorer. Exempel är internrevisorer, lekmannarevisorer, miljörevisorer och kvalitetsrevisorer. Titeln revisor är inte skyddad och därför kan en person utan ekonomisk utbildning men med medlemmarnas förtroende kalla sig revisor. Titlarna auktoriserad och godkänd revisor är däremot skyddade genom lag och endast revisorer som fått sin behörighet av Revisorsnämnden (RN) får använda de titlarna. (FAR, Revision – en praktisk beskrivning, 2006)

För att erhålla titeln godkänd revisor har RN specificerat vissa krav. Det krävs att personen i fråga skall ha avlagt en kandidatexamen inom företagsekonomi eller annan motsvarande utbildning. Utbildningen ska omfatta minst 180 högskolepoäng och en mer detaljerad beskrivning om poängfördelningen över olika ämnesområden ges i Revisorsnämndens föreskrifter om utbildning och prov (RNFS 1996:1). Förutom den teoretiska utbildningen skall även en praktisk utbildning genomföras motsvarande minst tre års heltidsarbete där huvuddelen skall utgöras av revision av aktiebolag. Den praktiska utbildningen ska under minst två år ha fullgjorts i en stat inom Europeiska ekonomiska samarbetsområdet (EES) och praktiken skall ha skett under handledning av en godkänd eller auktoriserad revisor eller av en fysisk person som får utföra lagstadgad revision i en stat inom det området. Utöver den teoretiska och praktiska utbildningen skall personen i fråga även ha avlagt en revisorsexamen för att erhålla sin titel. (RNFS 1996:1)

För att erhålla titeln auktoriserad revisor är kraven förutom de som gäller för godkännandet även att utbildningen skall omfatta 240 högskolepoäng och den praktiska utbildningen skall omfatta minst fem år. Praktiken skall omfatta minst 1 000 timmar revision och minst 500 av de timmarna skall omfatta kvalificerad medverkan vid revision av företag som på grund av deras storlek eller annan anledning är svåra att revidera. Utöver den teoretiska och praktiska utbildningen krävs det även att personen i fråga skall ha avlagt revisorsexamen samt högre revisorsexamen. (RNFS 1996:1)

3.2 Revision

Revision kommer från det latinska ordet *revidere* som betyder att se tillbaka. (Moberg, 2006) Revisionen beskrivs som att kritiskt granska, bedöma och uttala sig om ett företags redovisning och förvaltning. (FAR, 2001) Det finns olika slags revisorer och det finns även olika typer av revision. Exempel är internrevision, miljörevision, taxeringsrevision samt statlig och kommunal revision. (Revision – en praktisk beskrivning, 2006) I uppsatsen har vi fokuserat på extern revision, det vill säga den revision som oftast utförs av godkända och auktoriserade revisorer.

Från början var syftet med bolagsrevisionen främst att ägarna skulle få kontroll över företagsledningens förvaltning av verksamheten. (Moberg, 2006) I dag är revisionen av intresse för alla företagets intressenter som till exempel ägare, kunder, leverantörer, kreditgivare, anställda, stat och kommun. Revisionen är ett så kallat förtroendeuppdrag och är till för att intressenterna skall kunna lita på att den ekonomiska information ett företag lämnar ut är riktig. Företaget och dess intressenter måste kunna lita på rapporterna och kunna använda dem som beslutsunderlag. Om revisionen inte hade funnits så hade företagets intressenter varit tvungna att göra egna kontroller för att undersöka om företagets ekonomiska information var trovärdig. (Zabihollah, 2004)

Under revisionsprocessen skall revisorn först sätta sig in i och förstå företaget och dess verksamhet. Därefter granskar revisorn företagets räkenskaper och slutligen skriver han eller hon en revisionsberättelse. I revisionsberättelsen uttalar sig revisorn om årsredovisningen, styrelsens och den verkställande direktörens förvaltning och ger förslag på tillstyrkande eller avstyrkande av ansvarsfrihet. Om revisorn inte gör några anmärkningar i revisionsberättelsen kallas det att revisionsberättelsen är ren och kan därmed ses som en kvalitetssäkring av att företagets ekonomiska information är trovärdig. Om revisorn däremot lämnar anmärkningar i revisionsberättelsen blir den oren. En oren revisionsberättelse betyder att revisorn har funnit att något i bolagets presenterade information inte ger en rättvisande bild av den faktiska situationen och att felet är av väsentlig grad. (FAR, 2000)

3.3 Rådgivning

En revisor kan även agera som rådgivare. Revisorn kan lämna råd till företaget om saker som han eller hon iakttar under granskningsarbetet. Att revisorn ger råd i anslutning till iakttagelser vid granskningen betraktas vara så naturligt att det anses ingå i revisionen. Dock finns det strikta regler som begränsar revisorns möjlighet att lämna allt för mycket råd till ett företag som han eller hon reviderar. (Revision – en praktisk beskrivning, 2006)

En revisor kan även utföra fristående rådgivning. Då riktar revisorn in sig på att hjälpa till inom de områden som klienten önskar. Fristående rådgivning får endast utföras för företag som revisorn inte reviderar på grund av att det inte skall finnas risk för partiskhet vid revisionen. Rådgivningen får aldrig innebära att revisorns självständighet och opartiskhet i revisionsarbetet riskeras. Revisorn får inte heller främja orätt vare sig under revisionen eller under rådgivningen och han eller hon måste alltid beakta de yrkesetiska reglerna. (Revision – en praktisk beskrivning, 2006) En revisors oberoende är av stor vikt. För att ett företags intressenter skall kunna lita på revisorn är det av vikt att revisorn har incitament för att tala sanning. (DeAngelo, 1981)

3.4 Revisionsbranschen

I en artikel ur Balans från 2008 beskrivs tillväxten av medlemmar inom FAR SRS. För cirka 20 år sedan steg antalet yngre medlemmar inom organisationen men under senare år har de yngre medlemmarna minskat igen och därmed har genomsnittsåldern ökat. Medlemsantalet har dock fortsatt stiga och kvinnorna har kommit att öka till antalet, inom organisationen. När revisionsbyråerna anställer nya medarbetare brukar det vara ungefär hälften kvinnor och hälften män, enligt Dan Brännström, generalsekreterare vid FAR SRS. (Precht, Balans nr 1, 2008)

Den 1 april 2010 hade Far 5 956 medlemmar. Av dem är 2 161 auktoriserade revisorer och 1 567 är godkända revisorer. Resterande medlemmar är auktoriserade redovisningskonsulter, redovisningskonsulter och redovisningsspecialister. Antalet kvinnliga medlemmar uppgår till 2 660 personer och de manliga 3 296 personer.^{1,2}

3.5 Karaktärsdrag

I Revision - En praktisk beskrivning (2006) skriver författarna att en revisor skall vara opartisk, objektiv och ha hög integritet. Det finns inga allmänna regler om vilka egenskaper en revisor skall ha men flera revisionsbyråer anger vilka egenskaper de söker efter vid rekrytering.

3.5.1 PwC

De egenskaper som PwC skriver att personer bör ha för att passa in som medarbetare hos dem är:

- Kunna bygga och bibehålla relationer
- Ha fokus på kunden
- Vara nyfiken: lära sig, dela med sig och skapa nytt
- Bidra till framgång för teamet
- Kommunicera effektivt och med empati
- Utveckla sig själv och andra genom coaching
- Visa mod och integritet
- Förvärva och tillämpa affärsmässigt och tekniskt expertkunnande
- Styra projekt och ansvar för projektekonomi
- Vara fördomsfri, öppen för förändring och tänka praktiskt

(www.pwc.se 2, 2010-01-20)

3.5.2 Ernst & Young

Ernst & Young skriver att de letar efter personer som:

- Utmärker sig och uppvisar ledarförmåga
- Har hög integritet
- Visar hänsyn till medmänniskor med olika bakgrund, perspektiv och erfarenheter
- Är bra på att arbeta i team, lyssna, lära, dela med sig och utvecklas i grupp
- Har energi, entusiasm och modet att leda
- Är passionerade och förväntansfulla för att arbeta hos dem

(www.ey.com, 2010-01-20)

¹ Författarnas kommentar: i procenttalen inkluderas även redovisningskonsulter, rådgivare och redovisningsspecialister vilka i övrigt exkluderas i uppsatsen.

² Bengt Skough, godkänd revisor och ansvarig för små och medelstora företag hos Far. Mailkorrespondens den 11 maj 2010

3.5.3 BDO

På BDO söker de medarbetare som är:

- samarbetsvilliga
- socialt kompetenta
- beredda på att ta stort eget ansvar
- noggranna
- analytiska
- serviceinriktade

(www.bdo.se, 2010-01-20)

3.6 Revisorn på vita duken

I tidskriften Balans fann vi en notis om hur revisorer framställs i filmer. Det är tidningen New York Times som skrivit en artikel angående ämnet. Här jämförs europeiska filmer med inspelningar från Hollywood. I filmer från USA visas revisorn ofta som en karaktär som hånas. Exempel på filmer där de driver med revisorn är Ghostbusters och Det våras för Hitler. I Europa visas en helt annan syn på yrkesgruppen. Yrket ges en väsentlig roll i flera filmer exempelvis Kom ut ur garderoben och Yella. I den senare filmen arbetar huvudrollskaraktären som revisor och blir indragen i en romans medan hon förföljs av sin före detta man. Det finns helt enkelt två olika sidor som porträtteras av revisorsyrket. (Balans nr 10, 2009)

I februari 2010 spelades det in en komedifilm i Sverige, "Dessa Lund", som syftar till att visa att revisorer kanske inte alls är så tråkiga som de ofta utges för att vara. Handlingen i filmen bygger på att en revisor stjälar universitetets pengar och försvinner med dem. Det kommer då in en ny revisor som jagar den gamla för att försöka få tillbaka de stulna pengarna och på så sätt blir en hjälte. Enligt regissören Filip Orrling får revisorerna förhoppningsvis upprättelse genom filmen då de vanligtvis inte har så hög status. (Runol, 2010)

3.7 Revisorn som privatperson

I en artikelserie i Balans presenteras bland annat olika revisorer, redovisningskonsulter och andra personer från branschen. Där får vi veta vad de utvalda personerna har för fritidsintressen och vad de är för personer.

I Balans nummer 11, 2008 får vi läsa om Carl Lindgren som förutom sitt arbete som revisor är utbildad jägmästare och har ett stort intresse för klimatförändringar. Lindgren menar att det är viktigt att även vara aktiv utanför branschen. Han berättar att han själv har varit inne på många olika yrkesspår och han tror att han hade haft svårare att bli anställd som revisor i dag då kraven ser annorlunda ut. Lindgren menar att branschen har blivit proffsigare och mer kommersiell. Han tror att en bra revisor skall vara en stark person med stor integritet som är lyhörd, öppen och ödmjuk. Vidare menar han att de som vill bli revisorer bör tycka om siffror, ha stort intresse för människor och ha ett brett intresse för samhället. (Precht, Balans nr 11, 2008)

Johan Rudengren har tidigare varit både jordbrukare och lärare men är numera revisor och driver en redovisnings- revisionsbyrå tillsammans med två kollegor. Förutom arbetet så ägnar han cirka 15–20 timmar per vecka åt rallykörning. Rudengren menar att det går bra att kombinera rallykörningen med arbetet eftersom det är ett flexibelt arbete och han kan välja att arbeta mindre ena dagen och mer nästa. (Precht, Balans nr 8-9, 2008)

Katarina Persson är den enda kvinnliga revisorn på sitt kontor i Helsingborg. Under studietiden hade hon inga planer på att bli revisor och undrade hur folk kunde välja revision som yrke. I dag är hon dock nöjd med sitt yrkesval och ser många fördelar, framförallt när det gäller att kombinera arbetet och familjelivet. Fritiden spenderar hon helst med barnen och sin make. De har ett hus i Sydafrika dit de brukar åka under längre ledigheter. (Halling, Balans nr 6-7, 2008)

Stefan Enmark är godkänd revisor och har ett stort intresse för musik. Han har mellan tio och femtontusen låtar på sin dator och han gillar att kategorisera och betygsätta musik. Han följer gärna melodifestivalen även om schlager egentligen inte är hans favoritgenre. Förutom musiken har Enmark även ett intresse för fotboll och har arbetat som ungdomstränare under många år. (Precht, Balans nr 5, 2008)

I Balans nummer 4, 2008 får vi möta Göran Melin, auktoriserad revisor och partner hos PwC. Melin säger att revisorsyrket inte kräver att personen ska älska siffror men att han eller hon däremot måste tycka om att arbeta med människor. Melins stora intresse är resor och han tycker om att lära sig om nya kulturer. (Precht, Balans nr 4, 2008)

I Balans nummer 2, 2008 får vi möta Camilla Almstedt som, när artikeln skrevs, var den yngsta i FAR SRS-kåren. Almstedt bestämde sig för att hon ville bli revisor redan under gymnasietiden. Efter gymnasiet arbetade hon heltid på en revisionsbyrå samtidigt som hon läste till en kandidatexamen i ekonomi genom distanskurser. Almstedt berättar att många blir förvånade då hon berättar att hon är revisor. De flesta föreställer sig en man i kostym, men på hennes revisionsbyrå är det sällan någon som bär kostym. (Halling, Balans nr 2, 2008)

Björn Elfgrén arbetar som godkänd revisor och redovisningskonsult och är även engagerad i MER (Miljöengagerade revisorer). MER finns till för att minska företagens miljöpåverkan och samtidigt spara pengar åt företagen. Det görs bland annat genom att se över företagens tjänsteresor. Elfgrén har fru och två barn och förutom att engagera sig i miljön tycker han om att bada på somrarna och åka snowracer med barnen på vintrarna. (Halling, Balans nr 6-7, 2009)

Christina Westerberg är både revisor och entreprenör då hon driver en egen byrå. Westerberg tror att ett avskaffande av revisionsplikten medför att revisorer måste bli mer säljande och visa på nyttan med revision. Eftersom revisionen i dagsläget är lagstadgad så har revisorerna inte behövt göra det tidigare men vid ett avskaffande anser hon att det blir viktigare att förmedla revisionens rätta värde till klienterna. Något hon tror att revisionsbyråerna är dåliga på är att förklara vad som är skillnaden mellan vad en revisor gör och vad en redovisningskonsult gör för företagen. På fritiden tycker Westberg bäst om att vara hemma och njuta av tillvaron på landet. Hon är även amatörtravtränare och har även tidigare haft en tävlingslicens. (Hansegård, Balans nr 5, 2009)

I Balans nummer 1, 2009 får vi läsa om Svante Forsberg. Forsberg är revisor och ordförare i FAR SRS. Han har tidigare varit rådgivare, redovisningskonsult, skattejurist, brandman,

ambulansförare och fallskärmsjägare. På fritiden tycker Forsberg om att promenera i naturen och han har tidigare även hållit på med orientering och skidåkning. (Ehlin, Balans nr 1, 2009)

3.8 Branschens framtid

Matthias Vidh skriver i en debattartikel att det krävs attitydförändringar inom branschen för att locka den yngre generationen både som klienter och som potentiella medarbetare. Vidh driver en liten revisionsbyrå norr om Stockholm och han anser att yngre människor bör få en mer framträdande plats inom branschen. Han anser att det är svårt för de yngre då det ibland ställs orimliga krav på nykomlingar och den uppbyggnad som finns på många revisionsbyråer kring delägarskap främjar inte heller de yngre. Vidh ställer sig frågan varför unga personer skall anpassa sig efter branschen istället för att branschen anpassar sig till verkligheten och revisionsbyråernas framtida anställda? Han säger sig vara frustrerad över att vara den som är yngst vid de flesta av FAR SRS:s arrangemang då han är 37 år. Vidh menar att det måste göras något åt det här lite osexiga yrket, som han kallar det, för att locka den yngre generationen. (Vidh, Balans nr 11, 2008)

Under rubriken: Kommunicera bör man annars dör man! skriver Charlotte Ahlberg, auktoriserad revisor på BDO, om vikten för revisorer att kunna kommunicera efter ett eventuellt avskaffande av revisionsplikten. Även hon skriver att de yngre har andra värderingar än vad branschen är van vid. Hon menar att det pågår ett generationsskifte och att den yngre generationen är mer styrda av sina egna värderingar och vill inte arbeta i hierarkiska organisationer där de får vänta i tio-femton år på att få belöningar i form av partnerskap. (Ahlberg, Balans nr 6-7, 2008)

Ahlberg menar att kompetens och erfarenhet inte räcker för att konkurrera på framtidens marknad. Hon anser att revisorer och revisionsbyråer behöver bli bättre på att kommunicera, nå ut med sitt budskap och fånga klienternas uppmärksamhet. I artikeln skriver Ahlberg att ämnet kommunikation tyvärr ofta hamnar på avdelningen för "flum flum" inom många företag. Smarta företag inser däremot vilken betydelse kommunikationen har för företagets framgång. Hon tror att kommunikation kommer vara en av de viktigaste framgångsfaktorerna i framtiden och att framtidens revisorer kommer att vara tvungna att redovisa de positiva ekonomiska effekterna av sitt arbete. *"God kommunikationsförmåga kommer enligt min mening att vara en överlevnadsfråga för framtidens revisorer!"* skriver Ahlberg i sin artikel. (Ahlberg, Balans nr 6-7 2008)

Hans Börsvik, verkställande direktör på PwC, skrev i en artikel 2008 att han anser att ett eventuellt avskaffande av revisionsplikten är bra. Han menar att revisionen har ett så stort värde att den inte behöver vara lagstadgad för att efterfrågas. Revisionsbyråerna tillhandahåller en tjänst som företagen efterfrågar och därför behövs inte en lagreglering av revisionen. Börsvik skriver att många företagare åsidosätter den långsiktiga planeringen på grund av tidsbrist och därför ser det som positivt att en gång per år få sätta sig och diskutera företagets framtid med en revisor som genom sitt uppdrag har djup insikt i företaget. Han menar att mycket indikerar att företagen själva inser värdet av revisionen. (Börsvik, Balans nr 5, 2008)

I samband med det andra steget i revisorsutredningen, som bland annat behandlar avskaffandet av revisionsplikten, så tillfrågades politiker från olika riksdagspartier angående revisorn och

utredningen. De tillfrågade politikerna var överens om att revisorns roll är viktig. De ansåg att revisorn skapar trygghet både för företagets intressenter och för företaget själv då revisorn kan hjälpa till med eventuella problem inom verksamheten. De tror att revisorn kommer att förbli betydelsefull även i framtiden. (Balans nr 3, 2008)

Angående ett eventuellt avskaffande av revisionsplikten har Tobias Svanström (Post. Doc. Researcher på Handelshögskolan i Oslo (BI.) och universitetslektor på Handelshögskolan vid Umeå universitet) gjort en studie över hur olika regioner i Sverige kommer hantera avskaffandet. Det har visat sig att vissa företag exempelvis sådana som ligger i Kalmar och Jönköpings län är mer angelägna att fortsätta med revision än företag i Jämtland och Västerbottens län. Svanström tror att det kan bero på att Smålandsföretagen ser en nytta med revisionen. Studien har gjorts på 421 aktiebolag och den visar att två tredjedelar av företagen i fortsättningen kommer att använda sig av revision vid ett eventuellt slopande av revisionsplikten då revision är ett sätt att ha kontroll över företaget. (Svanström, Balans nr 3, 2008)

Svanström har kommit fram till att det finns ett samband mellan de företag som använder sig av rådgivningstjänster och de företag som kommer att fortsätta att köpa tjänsten efter avskaffandet av revisionsplikten. De som använder sig av rådgivning kommer också med större sannolikhet att fortsätta med revisionen för företaget även i framtiden. Orsaken till det kan vara att när ett företag använder sig av rådgivning får revisorn större insyn i företaget. Det gör att revisorn kan utföra sitt arbete på ett effektivare sätt och på så sätt ökar efterfrågan på tjänsterna. (Svanström, Balans nr 3, 2008)

En annan orsak till att vissa företag kommer att fortsätta med revision är att de inte vill skada relationen till deras revisor menar Svanström. Om företaget väljer att strunta i revisionen finns risken att de går miste om behövlig rådgivning. Det anses också viktigt med rådgivning då det hjälper till att nå de lagkrav som finns för exempelvis extern redovisning och skatt. Revision uppfattas också som en hjälp till den interna kontrollen och styrningen i företaget. Storleken på företaget är också av väsentlig betydelse varför företag fortsätter med revision. De företagen med exempelvis större omsättning är mer angelägna med en fortsatt revision. Studien visar på att mindre företag anser att revisionen är en belastning då det tar tid och kostar pengar. (Svanström, Balans nr 3, 2008)

Svanströms studie visar också på att om ett företag anlitar någon av de mer betydande revisionsbyråerna exempelvis PwC och Ernst & Young är chansen större att de kommer fortsätta med revision framöver. Företag vill ha hög standard på revisionen och att det indikerar att företaget går att lita på. Dock finns det inga bevis på att det ska finnas några signifikanta skillnader i revisionen vare sig företag anlitar en revisor från Ernst & Young eller en mindre revisionsfirma. (Svanström, Balans nr 3, 2008)

3.9 Förändringar inom revisionsbyråerna

Alla de revisionsbyråer i Värmland som tidigare gått under namnet BDO har bytt kedja till Baker Tilly. I samband med övergången har Baker Tilly satsat på en stor marknadsföringskampanj som de benämner "Byt till en roligare revisor". Kampanjen syns genom stripade bilar, medverkan på Värmlands största affärsresa, kampanjsajten bytrevisor.nu, radioreklam och Youtube där vi får

följa en revisor på jakt efter svaret på mysteriet med de maskerade männen som beslagtar BDO:s skyltar. Syftet med kampanjen är att visa upp revisorsyrket från en ny sida och komma bort från den klassiska tråkiga revisorn. Personerna bakom kampanjen menar att det är dags för en ny syn på revisorer i Sverige och frågar sig - Varför ska revisorn vara tråkig? (www.two.se)



Figur 1 (www.bytrevisor.nu, 2010-04-21)

PwC har under en tid tillbaka kört en marknadsföringskampanj där de tagit bort de två första bokstäverna från revisionsbyrå och istället framställt sig själva som en visionsbyrå. Syftet är att uppmärksamma folk att de inte enbart är Sveriges största revisionsbyrå utan att de även tillhandahåller många andra tjänster. Genom att ta bort två bokstäver vill byrån förändra sina klienters perspektiv från dåtid till nutid och visa sina klienter att de kan hjälpa dem nå sina mål och visioner. Kampanjens budskap har manifesterats på stortavlor utomhus och på flygplatser, i dagstidningar och affärspress samt i rikstäckande radio. (www.pwc.com 1, www.resume.se)



Figur 2 (www.resume.se, 2010-04-21)

2008 påbörjade Ernst & Young en kampanj med syfte att föra dem från positionen som "bara en revisionsbyrå" till att bli en bredare rådgivare åt företag i alla storlekar. Kampanjen har bedrivits genom annonser i Dagens Industri, Veckans Affärer, Stockholm City och lokalpress, på TV, på stortavlor utomhus och på flygplatser samt på nätet och dess syfte är att visa Ernst & Youngs breddade tjänsteutbud. Deras avsikt var

att förmedla att de kan hjälpa både stora och små företag under alla de steg ett växande företag går igenom. (www.dagensmedia.se) Ernst & Young har även använt sig av TV-reklam för att med humor förmedla att revisionsbranschen är spännande och på så sätt attrahera fler medarbetare till företaget. (www.svd.se)

4 Empiri

Nedan följer en redogörelse av uppsatsens empiriska material. Materialet är insamlat genom intervjuer med utvalda respondenter. Vi valde att dela in respondenterna i kategorierna revisorer, representanter från företag och allmänheten.

4.1 Presentation av respondenterna i kategorin revisorer

Respondent 1 är auktoriserad revisor. Han har arbetat på Ernst & Young i Borås i snart 22 år.

Respondent 2 är auktoriserad revisor och egenföretagare i Borås. Han började arbeta på KPMG i Borås 1985, blev auktoriserad 1990 och startade sin egen revisionsbyrå 1991.

Respondent 3 är godkänd revisor och har arbetat på BDO i Borås i 19 år.

Respondent 4 är godkänd revisor och arbetar på PwC i Borås. Han har arbetat på byrån i 14 år och han har varit godkänd revisor i cirka 6-7 år.

Respondent 5 är auktoriserad revisor och hon har arbetat på PwC i Göteborg i 25 år.

Respondent 6 arbetar som godkänd revisor på SET i Stockholm. Han har arbetat på byrån i 4,5 år och han har varit godkänd revisor sedan årsskiftet 2009/2010.

Respondent 7 arbetar på KPMG i Stockholm. Han har arbetat på KPMG sen 2005 och han har vart godkänd revisor sen 2009.

Respondent 8 har varit godkänd revisor sedan 1996 och han har i dag även en ledande befattning inom Baker Tilly Wermland KB. Han arbetar på Baker Tillys kontor i Hagfors, Karlstad samt Munkefors.

Respondent 9 arbetar på KPMG i Örebro och han har varit godkänd revisor i 6 år.

4.2 Revisorernas åsikter

Här nedan redogör vi för de åsikter och svar som vi erhöll under intervjuerna med respondenterna i kategorin revisorer.

4.2.1 Varför de valde yrket revisor

När Respondent 4 studerade på högskola var han inte alls intresserad av revisorsyrket, utan han ansåg det vara tråkigt. Anledningen till att han blev revisor var att kontorschefen på PwC i Borås ringde upp honom och erbjöd honom en tjänst. Efter att ha övervägt erbjudandet tackade Respondent 4 ja till tjänsten. Även Respondent 2 blev revisor på grund av att han blev erbjuden ett arbete på en revisionsbyrå. Under studietiden kunde han tänka sig att arbeta både på företag, skatteverket eller revisionsbyrå. Respondent 6 däremot, han visste att han ville bli revisor redan som liten. Anledningen till det var att:

”Mina föräldrars granne var revisor och han hade en otroligt tuff bil.”

Andra anledningar till hans yrkesval är att han anser det vara ett fritt och socialt arbete med kontaktytor i flertalet olika branscher. Han berättade att det var mer arbetssättet än själva yrket som lockade honom. Respondent 1 valde yrket då han som ung hade en tränare som var revisor och han inspirerade honom väldigt mycket. Respondent 4 berättade att han tyckte väldigt mycket om ämnena matte, redovisning och företagsekonomi i skolan och han har alltid haft ett intresse för siffror. Även Respondent 3 berättade att hon alltid gillat siffror och att det var en av anledningarna till att hon valde yrket. Respondent 9 valde yrket på grund av att han tycker det är kul att hjälpa andra, tycker om att träffa intressanta personer med olika befattningar, se företag från olika branscher och han anser det vara ett intressant arbetsområde där han ständigt kan fortsätta att utvecklas. Respondent 7 lockades av yrkets mångsidighet och möjligheterna till både personlig och professionell utveckling. Men även han, precis som de andra revisorerna, har i grund och botten ett intresse för siffror och redovisning.

De flesta av respondenterna är nöjda med hur arbetet har levt upp till deras förväntningar. Respondent 3 sa att arbetet är väldigt varierande och på så sätt har levt upp till hennes förväntningar. Dock trodde hon inte att arbetsbelastningen skulle vara riktigt så hög som den periodvis kan vara. Respondent 6 berättade att yrket har överträffat hans förväntningar. Speciellt att arbetet innebär så mycket sociala kontakter med andra människor, vilket även de andra respondenterna höll med om. Alla svarade att något som är mycket positivt med yrket är att revisorer får träffa mycket olika människor och får möjlighet att se många olika företag. De anser alla att det är ett väldigt omväxlande yrke. Respondent 7 berättade:

”Yrket är väldigt mångsidigt, och ingen vecka är den andra lik. En annan fördel är alla kompetenta kollegor och den kunskapsmiljö yrket innebär.”

4.2.2 Revisorn på fritiden

Respondenterna har olika fritidsintressen. Respondent 2 berättade att han oftast har väldigt mycket att göra då han arbetar ensam på sin byrå och att han därmed inte har så mycket fritid. Han har ett intresse för golf men han sa att han inte hinner spela så ofta. Fritiden spenderar han med familjen. Respondent 1, Respondent 4 och Respondent 7 är alla väldigt sportintresserad. För Respondent 1 och Respondent 4 är det fotboll som är favoritsporten. Förutom sport tycker Respondent 1 om att läsa och resa med familjen. Även Respondent 3 tycker om att läsa. Utöver böckerna har hon även ett intresse för att arbeta i sin trädgård.

Respondent 6 brukar ägna sig en hel del åt sociala engagemang inom byrån. Han tycker även om att spela golf och åka skidor. Hästar är Respondent 5:s stora passion. Hon har ridit sedan hon vara liten och har haft egna hästar större delen av sitt liv. Respondent 9 har ett stort intresse för musik. Han spelar bland annat gitarr och sjunger i en kör på fritiden. Fritiden spenderar Respondent 8 helst på sin motorcykel. Dock berättade respondenterna att det periodvis är mycket arbete, speciellt under våren, då fritidssysselsättningarna får komma i andra hand. Det kompenseras genom att hösten är lugnare och att de kan ta ut längre semester under sommaren. Respondent 9 berättade att en normal arbetsvecka kan variera mellan 35-50 arbetstimmar.

Då vi bad revisorerna beskriva sig själva använde de uttryck som: öppen, glad, trevlig, social, sympatisk, genuint intresserad, engagerad, strukturerad, målinriktad och analytisk. Respondent 6 berättade att:

”Jag ser mig själv mer som säljande än ett regeltekniskt geni.”

Tidigare arbetslivserfarenheter skiljde sig mellan respondenterna. Några av dem hade tidigare haft andra heltidsarbeten och några av dem kom direkt från skolvänken och hade endast arbetslivserfarenhet i form av diverse sommarjobb. Respondent 5 har tidigare arbetat på bank och bensinstation. Om hon inte hade arbetat som revisor i dag tror hon att hon antingen hade arbetat som ekonomichef på något företag eller så hade hon arbetat med hästar. Respondent 4 arbetade på en redovisningsbyrå i Kinna innan han blev anställd på PwC. Förutom revisorsyrket skulle han kunna tänka sig att arbeta som skidlärare eller med någon sorts affärsverksamhet.

Respondent 3 arbetade på Borås Bil som bokföringskontorist innan hon började på BDO. Hon har även haft en tjänst på posten där hon var postkassörska. Om hon i dag inte skulle arbeta som revisor skulle hon kunna tänka sig att arbeta som redovisningsansvarig för något stort företag. Respondent 7 arbetade som ekonomiassistent två år innan han började studera. Om han inte hade blivit revisor skulle han kunna tänka sig att arbeta inom den finansiella sektorn exempelvis på en bank. Respondent 6 berättade att han arbetade i en sportaffär under studietiden och han var även utomlands med försvarsmakten under 1,5 år. Han har dock inte haft något heltidsarbete tidigare. Han berättade att han tror att det hade varit roligt att arbeta som polis eller skidguide. Dock menar han:

”Att det trots allt egentligen bara är ett försörjningsmedel så det har spelat in i yrkesvalet.”

Om Respondent 1 inte hade valt revisor som yrke skulle han antagligen arbetat som lärare inom ekonomi. Ibland undervisar han inom redovisning på Ernst & Young i Borås. När han var yngre arbetade han som städare på lasarettet i Borås och som växeltelefonist. Respondent 2 tycker om att arbeta med siffror och har svårt att tänka sig något annat yrke än revisor. Han skulle möjligen kunna tänka sig att arbeta på en ekonomiavdelning eller en bank. Innan han blev revisor arbetade han på en mekanisk verkstad där han svetsade, svarvade och lackerade. Respondent 8 har tidigare jobbat på Ernst & Young i Uppsala innan han flyttade hem till Värmland. Respondent 9 har haft flera arbeten innan han blev revisor. Han har bland annat jobbat som ekonomiansvarig för några mindre företag inom en koncern och som controllerassistent på ett större företag. Om han i dag skulle byta yrke tror han att han antingen skulle jobba med något inom ekonomi, vara lärare eller politiker.

4.2.3 Den typiska revisorn

Ett relativt enhetligt svar fick vi på frågan om hur respondenterna skulle beskriva en ”typisk revisor”. De flesta av respondenterna svarade att det inte finns någon ”typisk revisor” utan att alla är olika. Respondent 6 menade att revisorer kan vara:

”Alltifrån insnöade farbröder och damer till yngre hot-shots med grymma ambitioner.”

Han tror emellertid att något som kan sammanfatta alla revisorer är att de är förtroendeingivande på något sätt. Annars lyckas de nog inte upprätthålla sin kundstock, menade han. Respondent 7 har svårt att beskriva en ”typisk revisor” eftersom:

”Alla är relativt olika vad gäller personlighet. Jag tror inte det finns en ”typisk revisor”, åtminstone inte på det sätt som utomstående kanske ser på revisorn.”

Hans syn på revisorer ändrades då han själv började arbeta som revisor. Anledningen till det är att han har träffat så många olika personligheter att han inte längre tror på den typiska revisorn. Respondent 3:s och Respondent 4:s syn på revisorer ändrades till det positiva då de själva fick arbete på en revisionsbyrå. Innan dess hade de uppfattningen att revisorn var en fyrkantig man i grå kostym. Varken Respondent 5:s, Respondent 1 eller Respondent 6:s uppfattning om revisorer ändrades avsevärt då de själva började arbeta på revisionsbyrå.

Respondent 2 anser att en ”typisk revisor” borde vara en person som vill att saker och ting ska vara rätt och riktigt. Dock måste han eller hon samtidigt kunna släppa det som inte är relevant och istället fokusera på det som är betydelsefullt. En revisor bör också kunna leda in företag på ett bra spår och få dem att fokusera på det som är viktigt för dem. De ska vara engagerade då deras klienter litar på dem. En revisor ska även vara drivande och se till att det som är fel rättas till. En annan viktig sak för en revisor är att våga ta ställning inför sina klienter.

Respondent 8 berättade att den stora massan av revisorer är unga och glada människor. Dock anser han att medlemmarna i branschorganisationen Far till största delen är äldre herrar och damer i slips och kostym och att det ger en för seriös, tråkig och allvarlig bild av branschen. Han anser att Far är dåliga på att lyfta yrket. Han menar att:

”Det är ett spännande och intressant yrke som revisorerna bör vara stolta över och vilja visa upp dess bästa sidor.”

Respondenterna berättade att det inte finns någon vanlig arbetsdag utan det varierar från dag till dag. En revisors arbetsuppgifter består bland annat av mycket kundkontakt, möten, telefonsamtal och konsultationer. Givetvis ingår även en hel del granskningsarbete berättade Respondent 3. Respondent 5 gav ett exempel på hur en dag på jobbet kan se ut. Hon har många olika pågående uppdrag samtidigt och dagen börjar med att hon har sin agenda med saker som hon skall göra under dagen. Därefter ringer olika klienter och ställer frågor och det dyker upp nya saker som hon måste ta tag i. Hon berättade att det brukar bli mycket telefonsamtal och genomgångar. Sen avslutas dagen och hon har inte hunnit med någon av de saker som stod i agendan.

Respondent 6 berättade om hur en dag på jobbet kan se ut genom att ta dagen då vi kontaktade honom som exempel:

”I morse, sen som alltid... började jag med att lägga lite deklarationer jag gjort på lådan till skatteverket. Efter det pratade jag med en Controller i telefon om att deras kalkyler för pågående arbete ger missvisande resultat i årsredovisningen. Under dagens första möte skrevs det under en årsredovisning med en styrelse som kom upp hit och det mötet slutade med att vi pratade om min bil. Dagens andra möte handlade om att jag försökte sjösätta ett partnerkontrakt mellan oss och

en organisation angående stöd till unga entreprenörer. Däremellan en massa samtal till höger och vänster och "minimöten" i korridorerna om än det ena än det andra."

4.2.4 Allmänheten och företagsrepresentanternas syn på revisorer enligt revisorerna

Respondenterna tror att kunskapen om vilka olika revisionsbyråer som finns och vilka tjänster de tillhandahåller i allmänhet är låg. Flertalet respondenter tror emellertid att många i samhället i alla fall känner igen namnen på de största byråerna. Respondent 3 tror att allmänheten har väldigt lite kunskap om vad revisorer arbetar med. Vissa av klienterna förstår vad revisionen innebär och andra inte. Respondent 1 tror att en persons syn på revisorer och kunskap om revision beror på vad personen i fråga arbetar med. Han tror att personer som arbetar med ekonomi har större kunskap om ämnet jämfört med personer som har andra arbeten. Han tror även att ju större bolagen är desto mer kunskap har de om revisorernas arbete.

Företagare kan tycka att revisorer är dyra, byråkratiska och försiktiga, berättade Respondent 9. Vidare tror han att ekonomipersonal kan tycka att de är ganska besvärliga att ha att göra med, att de till viss del ställer konstiga frågor och ifrågasätter deras utförda arbete. Dock tror han att många finner ett stort stöd i att ha någon kompetent person att kunna rådfråga. Respondent 2 tror att allmänheten har en negativ syn på yrket. Han har också uppfattningen att det finns människor som tror att revisorer kan hjälpa till att fuska med vissa saker. Att de exempelvis kan hjälpa till att "fixa" med skatten. Respondent 9 tror att allmänhetens uppfattning om revisorer är:

"att vi är ganska grå, stela och tråkiga och mest är för oss själva och kuckelurar med våra siffror."

Han tror även att det finns en stor förvirring hos allmänheten vad gäller skillnaden mellan redovisning och revision. Respondent 7 har uppfattningen att allmänheten tror att revisorer sitter på kontoret och bokför, men det är långt ifrån hans verklighet då han är ute på kundbesök stora delar av året. Vad gäller personer som arbetar nära en revisor tror han att de ser revisorn som ett värdefullt bollplank, en motpart som står för kompetens, oberoende och integritet.

Vad allmänheten har för uppfattning om revisorer tror Respondent 4 inte skiljer sig särskilt mycket från den synen han själv hade. Han menar att allmänheten antagligen ser revisorer som torra och trista människor som är paragrafryttare och sitter och slår i böcker. Emellertid tror han att synen skiljer sig när det kommer till personer som har kontakt med revisorer genom arbetet som exempelvis ekonomichefer. Han tror att de ser företagets revisor mer som ett bollplank, en kunnig person som de kan stämna av och diskutera saker med. Respondent 5 tror att den allmänna uppfattningen av revisorer förr var att revisorn var en grå man i kostym men hon tror att den uppfattningen har förändrats. Åtminstone tror hon att bilden håller på att ändras. Revisorn blir mer rådgivare och konsult som företagen kan ställa frågor till och utnyttja mer på ett annat sätt. De som inte har kontakt med revisorer kan fortfarande tro att revisorn är en grå, tråkig man i kostym.

Allmänhetens uppfattning av revisorer tror Respondent 6 är väldigt diversifierad. Som svar på en seriös fråga om hur en revisor är tror han svaret skulle bli välutbildad, kunnig och noggrann. Han tror inte att nidsbilden stämmer överens med personers faktiska uppfattning. Vidare berättade han

att yrket de senaste tio åren blivit mycket mer sälj- och kundrelationsinriktat och med det har det kommit in en annan typ av människor på byråerna. Respondent 8 tror att många har uppfattningen att revisor är ett yrke folk söker sig till om de vill ha ett säkert men inte så spännande jobb. Han tror att många uppfattar det som en ekonomisk trygghet att arbeta som revisor och att yrket är till för dem som väljer trygghet framför att följa sina drömmar och satsa på något mer spännande, som till exempel sångare. Dock anser han själv att revisorsyrket är spännande och vill förmedla det till omgivningen.

4.2.5 Revisionsbyråernas marknadsföring och image

Respondent 2 har aldrig behövt marknadsföra sig i något medium. Han har alltid haft mycket klienter. Vad Respondent 3 vet så har BDO ingen marknadsföringskampanj för tillfället. Tidigare har de haft annonser i affärstidningar. Då har det främst rört sig om varumärkesbyggande marknadsföring. Ernst & Young marknadsför sig i olika affärstidningar som till exempel Dagens Industri och de har även tidigare haft reklamfilmer på tv. Reklamen för revisionsbyrån är varumärkesbyggande men genom reklamen berättar de även om de tjänster de erbjuder. Exempelvis kan det stå skatterisker på reklamen och på så sätt kopplas byrån ihop med en tjänst som de utför. Respondent 1 tror inte Ernst & Young är lika kända utanför affärsvärlden och det är främst företagen de vill marknadsföra sig mot.

Respondent 4 och Respondent 5 berättade om PwC:s kampanj "visionsbyrån" där de marknadsför sig som en visionsbyrå istället för traditionell revisionsbyrå. De berättade att PwC marknadsför sig genom affischer, radio och på internet. De har mest varumärkesbyggande marknadsföring och berättar inte så mycket om vad revision är. Respondent 4 berättade att marknadsföringen till större delen sker centralt i organisationen dock kan lokala PwC-kontor marknadsföra sig själva, men det är inget som de lägger särskilt mycket tid på. Både Respondent 4 och Respondent 5 anser att revisionsbyråer i allmänhet är dåliga på att förmedla vad det är revisorerna faktiskt gör. Dock tror Respondent 4 att PwC:s kampanj för visionsbyrån fångar människors uppmärksamhet. Han tror att många som ser affischerna blir nyfikna, undrar vad det är och går hem och söker information på deras hemsida.

Respondent 8 berättade att Baker Tilly sedan 1 april i år har haft en stor kampanj med syfte att förmedla att de är en roligare revisionsbyrå. Han berättade att de driver med nidsbilden av branschen och att responsen från allmänheten fram till intervjutillfället har varit positiv. Klienterna har varit positiva till deras kampanj och de har även fått in flera nya förfrågningar från potentiella klienter. Respondent 8 berättade att de som har varit mest skeptiska till kampanjen har varit några av byråns egna medarbetare.

Respondent 7 berättade att KPMG kontinuerligt marknadsför sig på olika sätt runt om i landet. Han ser möjlighet att informera genom exempelvis branschorganen. Respondent 1 menade att revisionsbyråer främst har till uppgift att marknadsföra sig själva mot sina klienter och att det är far som är branschens ansikte utåt mot allmänheten. Han anser att det är deras uppgift att driva branschen framåt. Vidare sa Respondent 1 att om en person vill ha information så finns den att få tag på. Han anser att det är upp till dem som har ett intresse av att veta mer att själva leta reda på informationen.

Respondent 3 tror det är svårt att få allmänheten att bli mer intresserade av revisorer och revision. Det är lättare att informera företag om vad revision är och hur de som revisorer kan hjälpa dem. För att nå ut med information kan revisionsbyråerna exempelvis göra informativa reklamkampanjer. De kan även anordna informationsträffar för deras klienter där de förklarar vilka tjänster de har att erbjuda och varför de gör olika saker i sitt arbete. Respondent 3 hoppas att synen på revisorer ändras automatiskt då åldersstrukturen ändras. Hon tror att personers syn på revisorer beror mycket på hur de själva uppträder. Hon menar att de inte kan agera som poliser när de är ute på kundbesök. Hon berättade även att de har en annan relation till deras klienter nu jämfört med hur det var förr.

Respondent 1, Respondent 2 och Respondent 9 har den synen att allmänheten inte är revisionsbyråernas målgrupp och att de kan vara svårt att förändra deras syn. Dock anser Respondent 2 att ett företags anställda borde vara intresserade då det handlar om deras arbetsplats och deras framtida säkerhet. Ett förslag han kom med är att anordna mässor där revisorer, personer från banker och andra finansiella aktörer står och informerar om vad det är de gör så att personer som är intresserade kan komma dit och lyssna. Han anser att branschen har misslyckats med att nå ut till människor då det finns många som fortfarande inte vet vad revisorer gör i sitt arbete. Det finns personer som tror att revisorer arbetar med bokföring och bokslut, vilket de inte får göra för sina klienter enligt det regelverk de arbetar efter. Både Respondent 2 och Respondent 6 anser att revisionsbyråerna måste förklara vad de arbetar med och vad revision innebär för klienterna för att bidra till en bättre insikt i vad revisorerna faktiskt gör. Respondent 6 anser att det är viktigt att varje revisor pratar med sina klienter och förklarar för dem vad det är revisorer gör. Han upplever att hans klienter har en god bild av vad det är en revisor gör.

För att företagen ska få mer information om vad revisionsbyrån arbetar med måste revisorerna vara noga med att förklara för dem vad arbetet går ut på menar Respondent 4. Han tycker det är viktigt att försöka ändra synen på revisorer, men för att lyckas med det måste revisorerna själva anstränga sig mer och prata med sina klienter. De företag som aldrig träffar sin revisor kommer fortfarande ha synen att revisorn är en fyrkantig person som de får en faktura av emellanåt. Han ser också en hel del möjligheter att nå ut till allmänheten genom att vara med på arbetsmarknadsdagar, komma ut till högskolor och informera om att revisorsyrket inte endast handlar om revision utan att det är ett mycket mer varierat arbete än vad människor kanske tror. Respondent 4 berättade själv att det behövs då de flesta antagligen känner till några av de större revisionsbyråerna, men inte vet vad de egentligen gör. Han är ändå positiv då han tror att både allmänheten och företag skulle vilja veta mer om vad en revisor arbetar med.

Ett förslag till att ändra människors uppfattning om vad revisorer är för personer som flera av respondenterna nämnde, dock lite skämtsamt, var att göra en dokusåpa och följa några revisorer i vardagen. Förslagen på namn för en sådan tv-serie var bland annat "Revisorerna", "Livet på en revisionsbyrå" och "Revisor söker fru".

4.2.6 Revisorernas syn på revision

Alla respondenterna anser att revisorer och revision behövs. De använde uttrycken att:

"Revisionen ger företagen en kvalitetssäkring."

och att:

”Revisorn fungerar som ett bollplank för företagen.”

Respondent 5 menar att en revisor kan ge företagen råd om hur de kan göra saker annorlunda och mer effektivt. Det gäller inte bara ekonomin utan även verksamheten. Respondent 3 berättade att revision går ut på att granska företagets räkenskaper och den löpande bokföringen. Revisorn granskar också företagets skatter och avgifter. Revisorn ska även tillse att årsredovisningen ger en rättvisande bild och att styrelsen har skött sitt arbete. En revisor kan hjälpa företagen med skatte- och momsfrågor men även med att strukturera rutiner inom företaget. Då hon har erfarenhet från olika företag kan hon ibland se vilka rutiner som kan fungera bättre än företagets befintliga rutiner.

Respondent 1 anser att revisorer och revision är viktigt för företag, dock menar han att om det är frågan om ett mindre bolag som använder sig av en redovisningskonsult så behövs troligtvis ingen revision. Om företaget senare växer och det kommer in andra intressenter kan det uppkomma ett behov av revision. Om något företag väljer att avstå från revision kan de göra en översiktlig granskning istället där revisorn endast går in och granskar vissa specifika detaljer i redovisningen. När Respondent 4 förklarar vad revision är beskriver han det som en försäkring för företaget av att allt står rätt till. Genom revision säkerställs också siffrorna mot tredje part. Dock tror han inte att det är någon, varken allmänheten eller företag, som egentligen vet vad revision är. Respondent 7 håller delvis med. Han tror inte allmänheten har särskilt stor kunskap om vad revision är. Vad gäller företag tror han att de flesta företag har god kunskap om innebörden med revision. Det kan ändå bero på storleken hur mycket ett företag vet om revision.

Respondent 4 anser att revisionsbyråerna inte varit tillräckligt tydliga med att förklara vad det innebär och vilken nytta det gör för företag. Han menar att då revisionsplikten har vart lagstadgad har företagen inte haft behovet att ta reda på vad revision egentligen betyder. Det är många som tror att en redovisningsbyrå gör samma saker som en revisionsbyrå. För vissa företag är revisorn en person som företaget kan hålla i handen och ha som ett stöd, medan det för andra företag endast är en person som säkrar varumärket genom att skriva på årsredovisningen. Han tror ändå att de klienter han själv arbetar med är införstådda i det arbete han gör. Han försöker informera dem i så stor utsträckning som möjligt så att de får en inblick i hans arbete, men han tror inte att alla revisorer tar sig tid att förklara för sina klienter vad arbetet går ut på. Det gör att företagen kanske inte ser nyttan med en revisor eller revision.

4.3 Presentation av respondenterna i kategorin representanter från företag

Respondent 10 arbetar som ekonomichef på ett stort internationellt företag inom detaljhandeln. Hon har arbetat på företaget i 8 år. Bolaget har sitt huvudkontor i Borås och de har cirka 1000 anställda och en omsättning på cirka 3 miljarder kronor per år (koncernen).

Respondent 11 arbetar som finans- och ekonomichef på en bank i Borås. Banken har cirka 200 anställda och en balansslutning på 11 miljarder kronor.

Respondent 12 arbetar på ett företag inom detaljhandeln. Hon har arbetat som koncernredovisningschef på företaget, som är beläget i Borås, i 2 år. Bolaget har 768 anställda omsätter på cirka 1 380 miljoner kronor per år.

Respondent 13 arbetar som redovisningsansvarig på ett stort detaljhandels-/IT-företag i Borås. Hon har arbetat på företaget i 2,5 år. Företaget har cirka 1000 anställda och omsätter på cirka 1,8 miljarder kronor per år

Respondent 14 arbetar som CFO på ett företag inom textilbranschen i Borås. Företaget är en ledande leverantör av skydds- och arbetskläder. De har cirka 180 anställda och omsätter cirka 900 miljoner kronor per år. Respondent 14 har arbetat på företaget i 2,5 år.

Respondent 15 är VD på ett företag i Kinna som inriktar sig på försäljning av personlig skyddsutrustning. Han har arbetat på företaget i 19 år. Företaget har 10 anställda och omsätter cirka 30 miljoner per år.

Respondent 16 arbetar som redovisningschef på ett företag inom miljö- och återvinningsbranschen. Han har arbetat inom företaget, som är beläget i Stockholm, i 2 år. Koncernen omsätter drygt fyra miljarder kronor per år och har cirka 2500 anställda.

Respondent 17 arbetar med ekonomi och marknadsföring på ett företag som är beläget i Stockholm och säljer säkerhetssystem till dagligvaruhandeln. Företaget har 9 anställda och en omsättning på cirka 16 miljoner kronor per år. Vår respondent har arbetat på företaget i 2 år.

Respondent 18 arbetar på ett stort företag i Ullared. Han har arbetat som redovisningsansvarig på företaget i 6,5 år. Företaget har cirka 1050 anställda och omsätter cirka 3 miljarder kronor per år.

4.4 Företagsrepresentanternas åsikter

Här nedan redogör vi för de åsikter och svar som vi erhöll under intervjuerna med respondenterna i kategorin representanter från företag.

4.4.1 Synen på revisorer

Respondent 10 och Respondent 18 har tidigare arbetat som revisorer och har därmed god kännedom om yrket. De menar att det inte finns någon ”typisk revisor”. De som Respondent 18 tror har störst möjlighet att klara arbetet är personer som trivs med kundkontakt, är stresståliga och gillar utmaningar. Om Respondent 10 skulle försöka beskriva revisorer skulle hon beskriva dem som välklädda personer i svarta kostymer och dräkter. Hon uppfattar det som att det ofta är fel typ av personer som söker sig till revisorsyrket. Många av de revisorer hon möter i dag anser hon vara personer med dyra kläder, datorer och mobiltelefoner som beter sig som om de är viktigare än andra. Hon sa:

”Varför vill jag ha hit en streber i svart kostym? Jag vill ha hit en vanlig människa som mig själv.”

Även Respondent 13 ser en revisor som en person som är mån om sitt yttre och alltid är välklädd. Vidare anser hon att en revisor är en person som tycker om siffror och är väldigt noga med att allting ska vara rätt. Det stämmer även in på de människor som väljer att bli revisorer. Det ska vara ordning och reda och det finns ett genuint intresse för yrket. Hon anser att vissa av dem är paragrafryttare och har svårt att förstå att det inte alltid går att bokföra eller tänka på samma sätt inom alla branscher. Dock anser Respondent 13 att revisorn har gått från att ha varit en pekpinne till att agera som en rådgivare och ett bollplank. Hon tror att det är roligare att arbeta som revisor i dag då deras arbete inte endast handlar om att granska räkenskaperna.

Både Respondent 17 och Respondent 14 beskriver revisorn som en person med bred kompetens och god administrativ förmåga. Respondent 12:s personliga syn av en revisor är att det är en siffernörd. Det är en strukturerad person som vill ha ordning och reda runt omkring sig och som tycker om att stödja sig mot lagar och paragrafer. Hon tror att de personer som väljer revisorsyrket tycker om att skapa nya kontakter och på så sätt också uppskattar att träffa nya människor. Hon anser också att det är flest unga som arbetar som revisorer och att:

”Revisionsvärlden är som en pyramid, i botten finns ett stort antal unga revisorsassistenter som får göra skitjobbet, uppåt åldrarna går de flesta över till andra företag och ekonomiavdelningar, de som blir kvar fortsätter klättra i hierarkin. Revisionsvärlden och advokatvärlden är uppbyggda enligt ett gammaldags tankesätt och struktur och det sitter i väggarna.”

De människor som arbetar som revisorer är seriösa personer som har ambitioner och som ser karriären som något långsiktigt enligt Respondent 15. Han ser inte att det är en speciell åldersgrupp som är verksamma utan tror det är väldigt blandat mellan unga och gamla. Han anser att yrket passar för dem som gillar siffror. Respondent 16 tror att det finns olika typer av revisorer. Han uttryckte sig:

”Dels har vi personer som ser arbetet som en bra utbildning och en bra grund till en fortsatt karriär i en annan bransch. Sedan har vi personerna som gör karriär inom revisionsbranschen. De är nog mer detaljinriktade och behöver inte ta så mycket egna initiativ, i alla fall till en början, utan deras arbete är mycket styrt genom hela karriären av standardiserade arbetssätt och många punkter som ska prickas av för sakens skull. Det måste vara en person som gillar att arbeta i en väldigt hierarkisk organisation.”

Respondent 11 berättade att hans syn på revisorer har förändrats genom åren och han anser även att yrket har förändrats. Förr såg han revisorn mer som en kontrollör medan de i dag fungerar mer som en samarbetspartner och ett bollplank. Han ser revisorn mer som en ”speaking partner” och kollega. De som blir revisorer tror han är människor som är intresserad av siffror, juridik och redovisningsteori. Respondent 11 tror inte att en person väljer utbildning på grund av att de vet att de vill bli revisor utan att det intresset uppstår under tiden. Respondent 10 och Respondent 18 har tidigare arbetat som revisorer. Förutom dem var det endast Respondent 11 som skulle kunna tänka sig att arbeta som revisor. De övriga respondenterna menade av olika anledningar att yrket inte skulle passa dem.

Respondent 10, Respondent 11 och Respondent 18 berättade att de känner till väldigt många revisionsbyråer, både stora och små. Respondent 13 kände till Deloitte, Ernst & Young och PwC vid namn. Dock sa hon att hon hade hört talas om fler men att hon inte kom på några andra vid

namn just då. Respondent 12, Respondent 14, Respondent 15, Respondent 16 och Respondent 17 kände till "the Big Four" (PwC, KPMG, Ernst & Young och Deloitte) Förutom "the Big Four" kände Respondent 12 även till BDO och Respondent 17 kände även till Allians.

4.4.2 Revisionsbyråernas marknadsföring

Respondent 10 kommer ihåg att hon har hört radioreklam för PwC. Hon berättade att det är PwC:s verkställande direktör, Hans Börsvik, som pratar i reklamen och hon uppfattar det som om han vill förmedla att "ett av de största valen man gör i livet är när man väljer revisor". Även Respondent 12 och Respondent 14 har uppmärksammat PwC:s radioreklam. Angående radioreklam uttalade sig Respondent 12 på följande vis:

"Jag stängde av ljudet. Det var någon trög gubbe som inte förbättrade de förutfattade meningar som råder om revisorer. Om de ska göra om det, ta en ung tjej eller kille som har en glad röst och fortfarande brinner för sitt jobb."

Respondent 12 anser att revisionsbyråernas marknadsföring överlag inte brukar vara särskilt lyckade enligt henne själv.

Genom åren har Respondent 10 sett många olika former av marknadsföring för olika revisionsbyråer. Hon berättade att det inte alltid har varit tillåtet för revisionsbyråer att marknadsföra sig och då hade de istället gigantiska platsannonser med mycket information för att ändå visa upp sig. En marknadsföringskampanj som hon kommer ihåg var i slutet av 80-talet då revisionsbyrån Reveko (alldeles innan de blev uppköpta av Öhrlings) hade affischer där revisorerna stod iklädda jeans för att de skulle framstå som mer folkliga, vanliga människor. De ville inte framstå som stereotypiska, utan lite häftigare än de andra revisionsbyråerna där alla bar kostym.

Respondent 18 har uppmärksammat reklam för olika revisionsbyråer i facktidningar, på tv och på radio. Han berättade att deras marknadsföring fokuserar mer på konsultdelen och att han inte har sett någon reklam om hur duktiga de är på att revidera. Respondent 17 berättade att han har sett marknadsföring för KPMG och Allians. KPMG:s budskap var: Mer rådgivande än revision och Allians budskap var: Ger mer tid åt företagets kärnverksamhet. Respondent 13 och Respondent 16 kan inte komma ihåg att de har sett eller hört någon marknadsföring för någon revisionsbyrå. Respondent 15 berättade att han har hört reklam för någon revisionsbyrå på radio som ville förklara att de var mer än revisorer. Han kunde dock inte komma ihåg vilken revisionsbyrå det var. Respondent 11 vet att PwC marknadsför sig som en "visionsbyrå", men mer visste han inte.

4.4.3 Nyttan med revision

Respondent 10 berättade att företagets revisorer inte tillför dem så mycket mer än en signatur på ett papper som en kvalitetsstämpel. En nytta hon har av revisorerna är emellertid att hon kan använda deras auktoritet för att få medarbetarna att lyssna. Om det är en diskussion om något kan hon säga att revisorn har sagt att de måste göra på ett visst sätt och då följer medarbetarna det utan att säga emot i lika stor omfattning. Respondent 10 menar på att om företaget inte hade behövt revisorns signatur hade de inte behövt ha någon revisor alls. Hon anser också att de inte behöver någon revision av företaget. Det enda hon behöver ibland är någon att prata med då det

dyker upp någon svårare fråga. Men då brukar hon inte fråga revisorn utan någon som hon tror är duktig på området. Respondent 18 anser även han att en revisor inte tillför särskilt mycket för företaget. Han anser att företaget har den kompetens de behöver. Dock ser han det som en fördel att det görs en extern granskning som visar på att allting är korrekt.

Enligt Respondent 16 är det ett nödvändigt ont att ha en revisor men han tycker det ändå är bra att företaget måste ha någon som granskar företaget. Han uttryckte sig:

”Det är ett instrument för ledningen att få en oberoende granskning. Dessutom är det ett bra påtryckningsmedel till övriga organisationen. Det är bra för alla medarbetare att veta att det finns en granskning, det blir en extra kvalitetssäkring. Sedan är det bra instrument för koncernstaberna att få en granskning på de utländska dotterbolagen, där det geografiska avståndet gör att kontrollen blir svårare för koncernledningen.”

Respondent 14 anser att deras revisor bidrar med kompetens och kvalitetssäkring av siffrorna för företaget. Det är ett kvitto på att deras interna rutiner fungerar bra och att de har koll på företagets processer. Respondent 17 ansåg även han att revisorn var en kvalitetssäkring för företaget. Även Respondent 13 ser revisorn som något positivt. Revisorn ger mervärde och trygghet för företaget. Det anser även Respondent 15. Han anser att revisorn kan hjälpa till att förbättra företagets rutiner i större utsträckning än vad de skulle ha klarat av själva. De kan även göra bättre långsiktiga affärer genom att ha en revisor.

Enligt Respondent 11 är revisorer väldigt viktiga för banken. Han tror att de skulle klara sig utan en revisor då de har kompetent personal inom organisationen, dock skulle trovärdigheten förändras till det sämre. Flertalet respondenter sa att företagen antagligen skulle klara sig utan en revisor. Dock ansåg Respondent 14 att de förmodligen skulle få sämre rutiner och processer och sämre kontroll inom företaget om de inte skulle ha någon revisor. Även Respondent 15 ansåg att de skulle klara sig sämre utan revisor. Vad de flesta sa om revisorn var att han eller hon fungerar som ett bollplank för de som arbetar nära företagets revisor.

Flertalet respondenter kände att de hade god kännedom om vad revisorn arbetade med och vad revision är. De flesta trodde också att de hade bra kontroll över vad revisorn gör när han eller hon reviderar. Dock kände Respondent 17 inte att han hade kunskap om vilka tjänster revisionsbyråerna tillhandahåller. Vad gäller allmänhetens kunskap om revisorsyrket var det endast en respondent som trodde att allmänheten hade någon insikt i vad en revisor gör. Respondent 12 trodde att de flesta visste vad en revisor gör i sitt arbete, men att det också är många som tror att deras arbete går ut på att hitta fel och gnälla. Respondent 13 tror att många människor har hört talas om de större revisionsbyråerna, men att de inte bryr sig om vad revisorerna arbetar med. Allmänheten vet nog inte att revisorer ofta agerar som konsulter och att de också utför ekonomiuppdrag på konsultbasis i ganska stor utsträckning, menar Respondent 14.

4.4.4 Förändring av revisionsbyråernas image

För att vanliga människor och företag ska få insikt i vad det är revisorer arbetar med och för att förändra deras image anser Respondent 14 att revisionsbyråerna måste börja marknadsföra sig mer. De borde också bjuda in företag till träffar, frukostmöten eller seminarier där de kan

informera om vad som ingår i deras arbete. Han tycker också att revisionsbyråerna borde satsa mer på "businessorienterade" personer som verkligen vill sätta sig in i företagets verksamheter. Även Respondent 12 anser att revisionsbyråerna måste gå ut med mer information för att visa att de inte endast är verksamma inom revision utan att de även arbetar med rådgivning. Hon sa att revisionsbyråerna inte ska ha:

"Sådan boring-reklam som de haft på radion."

Vidare anser hon att fler revisionsbyråer borde få in fler företag till sina seminarier för olika områden. KPMG är duktig på att göra det och fler borde följa i deras fotspår.

Respondent 16 ser inte att allmänheten har behov av att veta mer, vilket även Respondent 18 håller med om. Dock kan behovet finnas på mindre firmor då de möjligen har en skev bild av revisorns roll och följer allt han eller hon rekommenderar, vilket inte behövs alla gånger enligt Respondent 16. Respondent 18 anser att det är viktigt att revisorn vid en revision informerar kunden om vad han eller hon är bra på och kan hjälpa företaget med. Det bästa vore om företaget inte såg revisorn som ett lagkrav utan som en resurs för företaget. Vidare tror Respondent 18 inte att imagen är problemet för revisorer. Han eller hon ska framstå som en trovärdig person som företaget, myndighet, kunden och leverantören ska känna förtroende för. Det är viktigt att visa den kompetens som finns i revisionsbyrån och hur komplext arbetet verkligen är. Respondent 17 anser att revisorn måste visa att han eller hon står på företagets sida och inte arbetar mot dem.

Respondent 10 anser att revisorer borde försöka vara mer som vanliga människor även då de är ute hos sina klienter. Hon tycker att revisorerna hon träffar allt för ofta skall vara märkvärdiga. Hon ser ingen mening i att revisorer skall komma till ett företag och vara bäst klädda, märkvärdigare och viktigare än alla andra, som hon uttrycker sig. Hon har uppfattningen att många som söker sig till yrket i dag är de som har hört talas om utlandsutbildningar och ser det som ett glassigt yrke. Hon tror även att många av dem som lockas till yrket i dag är de som vill bli chefer och att de tyvärr tar platser från dem som verkligen är intresserade av yrkesområdet i sig. Vidare anser hon även att det hade varit bättre om inte så många revisorer kom direkt från skolbänken utan hon hade önskat att de hade tidigare arbetslivserfarenhet. Det medför att de kan förstå företagen på ett annat sätt.

Respondent 15 anser att revisionsbyråerna borde synliggöra sitt arbete i större utsträckning. Revisionsbranschen är inget som är attraktivt enligt Respondent 11. Det låter mer spännande när någon berättar att han eller hon arbetar som brandman eller fotbollsproffs. Han anser att PwC är på god väg att försöka ändra människors uppfattning med deras marknadsföringskampanj "visionsbyrån". Både Respondent 15 och Respondent 11 nämnde att det skulle kunna göras en dokusåpa så att allmänheten får insyn i revisorernas arbete och visa att revisorer inte är så som många människor uppfattar dem.

4.5 Presentation av respondenter i kategorin allmänheten

Respondent 19 bor i Borås där han studerar till civilekonom. Han läser nu sin sista termin i utbildningen.

Respondent 20 bor och arbetar i Borås. Hans arbetar som projektledare och med webb- och grafisk design på en dagstidning.

Respondent 21 bor i Göteborg och han läser just nu sin sista termin på civilekonomutbildningen.

Respondent 22 bor i Göteborg och arbetar som barnskötare på en förskola.

Respondent 23 bor i Göteborg och han är arbetschef på ett företag inom bygg- och anläggningsbranschen.

Respondent 24 bor i Göteborg och arbetar som städerska.

Respondent 25 bor i Östhammar. Hon arbetar som kvalitetsingenjör på ett kärnkraftverk.

Respondent 26 bor i Norrköping och arbetar med fastigheter (förvaltning och utveckling, projektering, utredningar)

Respondent 27 bor i Lidköping. Hon arbetar som gruppleddare inom IT.

4.6 Allmänhetens åsikter

Här nedan redogör vi för de åsikter och svar som vi erhöll under intervjuerna med respondenterna i kategorin allmänheten.

4.6.1 Allmänhetens syn på revisorer

Respondent 19 kände till de fyra största revisionsbyråerna. Han kunde inte på rak arm nämna några fler revisionsbyråer men sa att han vet att det finns många och att många har ägarnas efternamn i bolagsnamnet. Flera av respondenterna hade hört talas om några av de större revisionsbyråerna. Det var framförallt Ernst & Young, PwC och KPMG som nämndes. Förutom de större byråerna kände Respondent 26 även till Smedjan och LRF. Respondent 22, Respondent 24 och Respondent 25 till kände inte till några revisionsbyråer alls. Respondent 19, Respondent 23 och Respondent 25 berättade att de känner personer som arbetar som revisorer.

Det första Respondent 19 sa spontant då vi frågade honom hur en revisor är var tråkig, dock sa han att han visste att det inte alltid är så men det var det första ordet han associerade till. Vid en närmare eftertanke ändrade han sin beskrivning av en "typisk revisor" till noggrann och punktlig. Han tror att revisorer är väldigt ordningsamma personer. Rent spontant fick han upp en bild av en 50-årig man, men han vet att det egentligen inte stämmer. Även de andra respondenterna var av den uppfattningen att revisorn är en äldre man.

Enligt Respondent 20 är en revisor en person som hjälper till att kontrollera ett företags ekonomi. Han eller hon ska se till att företaget följer de lagar och regler som finns och vara till hjälp för företag i den mån de behöver det. Han ser en revisor som en person som tycker om att arbeta med siffror och som uppskattar ordning omkring sig. Enligt Respondent 20 är revisorer:

”Begåvade människor som är välutbildade. Men jag ser dem som klassiska kontorstyper, tråkiga och inte kreativa.”

Respondent 25 beskrev revisorn som en expert som åker runt till företag och granskar deras kvalitetssystem. Respondent 21 har fått intrycket av att en revisor är affärsinriktad, aldrig fuskar och är något av en paragrafryttare. Respondent 27 anser att:

”En revisor är en analytisk lagd person med sinne för siffror och ordning.”

Enligt Respondent 23 finns det ingen ”typisk revisor” utan det kan vara vilken person som helst. Respondent 26 beskrev en revisor som en person som är ordningsam och ”kär” i papper och siffror. Hon skulle placera en person som arbetar som revisor i facket ”torris”. Enligt Respondent 22 är en revisor:

”En tjock, kort man med glasögon som är sur och tråkig. Han bär kostym och är flintskallig, svettas och har dålig andedräkt.”

Respondent 25 skulle kunna tänka sig att arbeta som revisor. Respondent 19 svarade spontant nej, men berättade sedan att han kunde överväga att prova på yrket. Det är emellertid inget som han skulle kunna tänka sig att arbeta med långsiktigt. Respondent 22 berättade att hon kanske hade kunnat tänka sig yrket om hon hade vetat vad det var och om hon i så fall hade tyckt att det verkade roligt, men just nu så har hon ingen kunskap om vad yrket innebär. Respondent 24 menade att hon skulle kunna tänka sig att jobba som revisor fastän att hon tror att jobbet är tråkigt. Hennes motivering löd:

”Det finns ändå inget jobb som är roligt.”

I övrigt så var respondenterna bestämt säkra på att det inte ansåg revisorsyrket vara något för dem. Respondent 20 anser inte att yrket är särskilt intressant och Respondent 21 anser att den uppfattningen han har av en revisor inte stämmer överens med hans egen personlighet. Respondent 21 vill ha ett mer kreativt yrke än vad han anser att revisorsyrket är. Respondent 23 ansåg att han är för mycket entreprenör för att arbeta som revisor.

De flesta av respondenterna hade den uppfattningen att revisorer arbetar mer än medelsvensson. Respondent 19 tror att de ofta även tar med sig arbetet hem. Respondent 25 och 23 trodde däremot att de arbetar ungefär lika mycket som alla andra människor. Respondent 21 ansåg att:

”Jobb och fritid är samma sak.”

4.6.2 Nyttan med revisorer och revision

Nästan alla respondenter ansåg att det var nödvändigt för företag att ha en revisor. Respondent 20 anser att risken för fel ökar om revisorerna skulle vara frånvarande. Informationen skulle förmodligen inte stämma och den skulle också bli mindre pålitlig för företagets intressenter då ingen verifierar att upplysningarna stämmer. Revisorer tillför även kompetens vilket företagen skulle gå miste om. Respondent 21 har en liknande uppfattning, men tror också att företagen skulle ha svårt att följa de förändringar som hela tiden sker inom redovisningen. Respondent 23

ser att skillnaden med att ha en revisor och att inte ha en är att företagen skulle spara pengar på externa utgifter.

Respondent 19 trodde att företag på kort sikt skulle klara sig utan en revisor. Men under en längre period skulle det uppstå fel i redovisningen för de flesta företag då de inte besitter samma kompetens som revisorerna. Han håller även med Respondent 21 om att de skulle ha svårt att följa med i lagändringar och nya redovisningsstandarder. Respondent 26 anser att företag är i stort behov av revisorer då risken annars skulle vara att de gjorde lite som de själva ville med redovisningen av exempelvis transaktioner och försäljning. De skulle inte sköta sin redovisning och bokföring på ett korrekt sätt. Företagen skulle också behöva ha en person som sätter sig in i de lagar och regler som gäller, enligt Respondent 27, då det kommer nya regler varje år.

Revision är granskning av företagets ekonomi och rådgivning i frågor rörande ekonomiska och juridiska frågor, enligt Respondent 23. Det är en uppfattning som även Respondent 27 delar. Respondent 25 tror att revision är genomgång av företagets räkenskaper. När revisorer reviderar tror hon att de kontrollerar att företaget följer ISO9000. Respondent 26 tror att det finns olika typer av revision. Det kan exempelvis vara att revisorn reviderar ett bokslut, men också att de granskar företagets ekonomiska transaktioner under en viss period. Revisorn kontrollerar vissa punkter mer ingående för att se att företaget har skött sin ekonomi på ett lagligt sätt. Revisorn kan även jämföra transaktioner med olika avtal för att se att det stämmer överens.

Några av respondenterna var osäkra på vad revision är och vad revisorn gör när han eller hon reviderar. Respondent 22 sa att hon inte vet vad revision är men att hon har hört talas om det. Respondent 21 trodde att revision var rådgivning, kontroll och granskning av företaget. Respondent 20 såg revision som att revisorn kontrollerar företagets ekonomi och vid en revidering går han eller hon igenom räkenskaperna för det gångna året. Revisorn ska undersöka att det inte skett några felaktigheter i redovisningen. Den information som revisorn granskar ligger sedan till grund för den deklaration företaget gör, berättade han. Respondent 19 beskrev revision som:

”Hela processen som revisorn genomför med den rådgivningsfunktion de har.”

Flertalet av respondenterna kände att de varken har god kännedom om vad revisorer arbetar med eller vad revision innebär för ett företag. De tror heller inte att allmänheten vet särskilt mycket om ämnet revision. Däremot känner Respondent 26 att hon delvis har god insikt i vad det är en revisor arbetar med, men hon skulle vilja veta mer för att se om hennes uppfattning stämmer. Även Respondent 25 är intresserad av att veta mer om revisorsyrket. De flesta respondenter sa dock att de inte är intresserade av att få mer kunskap om ämnet. Respondent 20 sa att han själv letar upp mer information om han skulle behöva veta mer.

4.6.3 Revisionsbyråernas marknadsföring och image

Det är inte många av respondenterna som har sett eller hört någon marknadsföring för revisionsbyråerna. De som hade sett någon sorts marknadsföring för revisionsbyråerna var Respondent 20, Respondent 26 och Respondent 27. Respondent 20 hade sett annonser i lokaltidningen och även på Borås Arena där KPMG och PwC har haft affischer uppsatta. Respondent 26 hade fått en inbjudan till Ernst & Youngs fastighetsdag där de skulle diskutera

ekonomi och fastigheter och Respondent 27 hade hört reklam för KPMG på radion. Respondent 19 kan inte komma ihåg att han har sett någon reklam om revision, men han har för sig att han har sett revisionsbyråers namn i samband med olika sportevenemang. Respondent 24 kan inte komma ihåg att hon har sett någon reklam för någon revisionsbyrå men hon sa:

”De borde ju ha haft reklam nu i samband med skatten. Sådana hjälper väl människor att deklarerera?”

För att revisionsbyråerna ska förbättra sin image och synas mer anser Respondent 19 att revisionsbyråerna borde marknadsföra sig mer på ett sådant sätt att alla kan förstå vad det är de arbetar med. På så sätt skulle människor förstå vad det är de gör. Respondent 21 ansåg att revisionsbyråerna skulle anställa roligare människor och i större utsträckning visa upp den kreativa sidan med arbetet. Respondent 23 ansåg:

”Att vara mindre strikt klädd och mindre strikt i sitt uppförande skulle kunna förbättra revisorernas image.”

De behöver också framhäva hur de kan vara till hjälp för företagen, menar Respondent 20. Det är även viktigt att vara ute på de skolor som riktar in sig på företagande och entreprenörskap för att locka till sig framtida medarbetare. Att synas i facktidningar som riktar in sig på företagande är även det nödvändigt för att synas, enligt Respondent 20. Respondent 27 anser att:

”Det som är viktigt är att nå ut med vad man kan få hjälp med av en revisor. Jag tror inte att bilden av hur en revisor är som person påverkar.”

För att förbättra imagen av revisorer anser Respondent 20 att revisorerna, då de ska arbeta i grupper ute på företag, ska de ha grupper med både kvinnor och män, unga som gamla. På så sätt ser klienterna vilken bredd av människor som arbetar som revisorer. Respondent 19 anser att högskolestudenter skulle erbjudas praktikplats på revisionsbyråerna då det kan locka till sig nya medarbetare. Han anser också att byråerna kan bjuda in klienter, både gamla som framtida, för att informera om revisorernas arbete. Han tycker att revisorerna måste visa upp sig mer och prata om yrket och deras positiva sidor för att försäkra människors uppfattning av dem. Respondent 26 tror dock att de som arbetar som revisorer har en viss sorts personlighet och på så sätt blir det svårt att ändra uppfattningen om dem. Hon sa att:

”Vissa yrkesroller kräver en viss respekt och den respekten har den klassiska revisorn. En person som kommer med trasiga byxor, sliten t-shirt och är allt för fräck skulle inte få den respekten. Fördomsfullt men sant.”

5 Analys

I analysen belyser vi empirin utifrån referensramen. Resultatet av analysen ligger till grund för våra slutsatser.

5.1 Synen på revisorer

De egenskaper revisionsbyråerna angav att de letar efter vid rekrytering stämde bra överens med hur revisorerna beskrev sig själva. Uttrycken revisorerna använde för att beskriva sig själva var bland annat öppen, glad, trevlig, social, sympatisk, genuint intresserad, engagerad, strukturerad, målinriktad och analytisk. Dock var revisorerna av den åsikten att det inte går att urskilja någon "typisk revisor". De menade att det finns många olika revisorer med olika personligheter. De övriga respondenterna hade differentierade åsikter om revisorers egenskaper. Respondenterna från kategorin representanter från företag beskrev bland annat revisorer med ord som stresståliga, välklädda, strukturerade, paragrafryttare och siffernördar. Bilden vi fick var att vissa respondenter såg revisorer som kompetenta personer vilka fungerar som ett bollplank medan andra uppfattade dem som glassiga strebrar som anser sig vara förmer än andra. Några respondenter från kategorin "allmänheten" hade en negativ uppfattning om revisorer och vissa hade uppfattningen att de är professionella personer som är duktiga på sitt ämne. Dock beskrev ingen av respondenterna revisorerna som glada, roliga eller genom ord med liknande positiv innebörd.

Almstedt berättade i en artikel i Balans (2008) att många människor blir förvånade då hon berättar att hon är revisor. De föreställer sig en man i kostym. Även de flesta av våra respondenter associerar till en man när de hör beteckningen revisor. Flertalet respondenter verkade tro att revisorer endast är intresserade av siffror. De är även av åsikten att revisorn i genomsnitt arbetar mer än medelsvensson. En av våra respondenter uttryckte att han tror att fritid och arbete är samma sak för revisorer. Han menade att revisionsarbetet är deras största och enda intresse. Vår empiriska undersökning samt de artiklar vi har presenterat i referensramen visar dock att många av revisorerna har stora passioner och är engagerade i fritidsaktiviteter utöver arbetet.

En respondent som bidrog med en väldigt bildlig beskrivning av revisorer var Respondent 22. Hon var av åsikten att en revisor är en tjock, kort man med glasögon som är sur och tråkig. Han bär kostym och är flintskallig, svettas och har dålig andedräkt. Det var den mest negativa bild vi fick från någon av respondenterna. Respondent 22 var även den som hade minst kunskap om ämnesområdet. Respondenterna från kategorin allmänheten hade överlag en mer negativ bild av revisorernas personliga egenskaper än respondenterna från kategorin representanter från företag. Även om flera av respondenterna respekterar revisorerna för deras kunskaper så skulle de flesta ändå beskriva dem som tråkiga och som Respondent 26 valde att uttrycka sig; placera dem i facket för "torrisar".

Flera av de revisorer vi intervjuade tror inte att nidsbilden av revisorer stämmer överens med människors faktiska uppfattning. De tror att bilden av revisorer har förändrats och att människor i dag ser dem som vanliga, sociala personer. Till viss del har de här revisorerna rätt. Bilden har förändrats. Många av våra respondenter från kategorin representanter från företag berättade att de

förr såg revisorn enbart som en siffergranskare medan de i dag ser revisorn mer som ett bollplank. Dock anser de flesta fortfarande att revisorn är strikt, ordningsam och tråkig.

Allmänhetens syn stämde bättre överens med den bild av revisorer som vanligtvis målas upp i fiktiv underhållning. Enligt vår studie är revisorskaraktären i Monty Pythons sketch "Lion Tamer" en bra bild av hur allmänheten uppfattar revisorer. Många av respondenterna från kategorin allmänheten har aldrig mött en "livs levande revisor", i alla fall inte vad de vet om. Deras föreställning om hur en revisor är blir då densamma som den som visas i film och annan fiktiv underhållning. Vi frågar oss om synen hade sett annorlunda ut om det hade funnits mer filmer där revisorn hade varit en hjälte eller en komisk figur?

5.2 Kunskap om revision och revisionsbyråer

Enligt vår empiriska undersökning är revisorerna av den uppfattningen att människor som arbetar som ekonomer eller har ledande befattningar på företag har bättre kännedom om vilka revisionsbyråer som finns och vilka tjänster de tillhandahåller. De flesta av revisorerna verkar emellertid tro att allmänheten åtminstone känner till de största revisionsbyråerna. Till viss del har revisorerna rätt i att många människor har hört talas om de stora byråerna. Dock anser vi att de överskattar allmänhetens kunskap då det är långt ifrån alla respondenter som kan redogöra för samtliga av de största revisionsbyråerna. De flesta i kategorin representanter från företag kände till "the Big Four". Några av dem kände även till ytterligare någon revisionsbyrå. Tre av respondenterna hade mycket god kännedom om revisionsbyråer och kunde nämna ett stort antal byråer vid namn. Två av dem hade tidigare arbetat som revisorer. Av respondenterna från allmänheten var det flera som inte hade hört talas om några byråer alls, men det var vissa som kunde nämna några av de största byråerna. En av respondenterna från kategorin allmänheten kände även till två stycken lokala revisionsbyråer i Norrköping.

Revisorernas svar angående klienternas förståelse för revision var väldigt differentierade. Vissa ansåg att deras klienter har god förståelse för vad revision innebär. Andra respondenter ansåg att somliga av deras klienter har förståelse för vad revision innebär samtidigt som andra inte har det. Det fanns även respondenter som inte tror att klienterna fullt ut förstår vad det är en revisor gör. En av respondenterna sa att brist på förståelse för revisionen kan göra att företagen inte ser nytta med en revisor. Det var inte många från allmänheten som visste vad revision är. Flera av dem beskrev revision som: att hjälpa företaget med deras bokföring. De tycks tro att en revisors arbetsuppgifter är detsamma som de arbetsuppgifter en redovisningskonsult har. En respondent beskrev revision som att revisorn kontrollerar att företaget följer ISO9000. Revisorerna medgav att de anser att branschen överlag har varit dåliga på att förmedla vad revision är. Från en artikel ur Balans berättade Westerberg (2009) att det finns stora brister i att förmedla skillnaden mellan en redovisningskonsult och en revisor vilket även vår empiriska undersökning visar.

Många av våra respondenter tror att den övergripande synen på revisionsarbetet bland allmänheten är negativ. Efter vår empiriska undersökning är även vi av den uppfattningen att arbetet överlag uppfattas som negativt. Revisorerna själva anser dock att det är ett väldigt fritt och omväxlande arbete där de får träffa många olika människor och besöka åtskilliga företag. De kan själva disponera över sin tid vilket gör det lättare att planera in fritidsaktiviteter. Ett undantag är emellertid de perioder då de har väldigt mycket att göra. Flera av revisorerna från vår studie

berättade att även de uppfattade arbetet som tråkigt tidigare. Två av respondenterna kunde från början inte tänka sig att arbeta som revisorer men kom av en slump ändå in på den banan. I dag trivs alla våra respondenter väldigt bra med yrket. De sa alla att yrket har levt upp till eller överträffat deras förväntningar.

Det var ytterst få av respondenterna från allmänheten och företagen som kunde tänka sig att arbeta som revisor. Respondent 8 har uppfattningen att många människor börjar arbeta som revisorer för att de vill ha ett tryggt arbete. Att arbeta som revisor ger en ekonomisk trygghet vilket vissa människor föredrar framför ett spännande arbete. Respondent 8 anser däremot att revisorsyrket är spännande men att omgivningen inte vet om det då det inte har förmedlats till omgivningen. Desto mindre kunskap respondenterna hade om revisorsyrket desto mer negativ inställning hade de till yrket. Kan det vara så att yrket upplevs som roligt av dem som arbetar med det men att föreställningen av hur yrket är hindrar personer från att söka sig till yrket? Kan det jämföras med ett litet barn som skall smaka på en ny maträtt för första gången och vägrar äta det tills han eller hon smakar och inser att det faktiskt är gott? Eller är det bara så att de som har ett intresse av yrket är de som sitter på kunskapen och övriga som inte är intresserade inte skulle tilltalas av yrket oavsett om de hade haft mer information?

5.3 Nyttan med revisorer och revision

Två ständigt återkommande ord som nästan alla respondenterna använde sig av i diskussionen om vad revisorn och revision innebär för företagen var: bollplank och kvalitetssäkring. Representanterna från företagen ansåg bland annat att revisorn ger en trygghet i att allt är korrekt och att revisorn kan hjälpa till att förbättra företagets rutiner. Synen på vad revision medför för företagen skiljde sig emellertid mellan respondenterna. Respondent 11 var av uppfattningen att banken besitter den kompetens som krävs inom organisationen och att de skulle klara sig utan revisor av den anledningen. Dock anser han att revisorn är viktig för bankens trovärdighet.

De respondenter som själva tidigare varit revisorer anser inte att revisorerna medför särskilt mycket för deras företag. De anser att de har den kompetens de behöver inom företagen. Respondent 10 berättade att företagets revisorer inte tillför dem mycket mer än en av lagen nödvändig signatur på ett papper. Hon menar att om inte företaget hade behövt revisorns signatur hade de inte behövt ha någon revisor. Det enda hon behöver är någon att diskutera med vid svårare frågor. Hon brukar dock inte fråga revisorn, utan hon vänder sig istället till någon annan som hon vet är duktig på det område hon behöver ha hjälp med. Båda respondenterna har själva den kompetens som krävs och även egna kontakter att rådfråga. Det kan vara svårare för personer som inte har så stor kunskap inom området eller vet någon som har det. Då kan revisorn vara en större trygghet, någon de vet att de alltid kan rådfråga.

Enligt vår studie ansåg revisorerna och allmänheten att revisionen är viktig för företagen. Allmänhetens uppfattning var att företagen på längre sikt skulle ha svårt att följa lagändringar och att det skulle uppstå fel i redovisningen. Revisorerna menade att de kan hjälpa företagen med mer än bara revision och de anser sig vara en tillgång för företagen genom den expertkunskap de besitter. Dock nämnde de att mindre bolag som använder sig av en erfaren redovisningskonsult troligtvis inte är i behov av någon revision. Som en följd av vår empiriska undersökning har vi bildat oss uppfattningen att revisionen har olika betydelse för olika företag. För vissa företag kan

revisorn hjälpa företagen att effektivisera hela verksamheten, men för vissa företag innebär revisionen endast en kvalitetssäkring av företagets räkenskaper.

5.4 En bransch i förändring

Av artiklarna i referensramen får vi uppfattningen att många revisorer anser att revisionsbranschen behöver genomgå en förändring och anpassas till framtidens samhälle. Förändringen krävs för att attrahera både framtida medarbetare och klienter till byråerna. I en artikel ur Balans uttrycker sig Vidh (2008) "*det måste göras något åt detta osexiga yrke*". Flera skribenter argumenterar för vikten av att kommunicera med omvärlden och informera om nyttan med revision. De flesta skribenter är överens om att kompetens och erfarenhet inte räcker till utan att revisorer måste bli mer säljande. Börsviks (2008) syn skiljer sig dock. Han anser att revisionen är så fördelaktig att den säljer sig själv. Han är av åsikten att företagen själva kommer att inse värdet av revisionen. Frågan är vad som behöver förändras inom branschen och hur det skall göras?

Vidh (2008) berättar att revisionsbyråer har en hierarkisk uppbyggnad kring delägarskap. Ahlberg (2008) menar att den yngre generationen inte vill arbeta i hierarkiska organisationer då de har andra värderingar än vad branschen är van vid. Artikeln stödjer Respondent 12 uppfattning om de större byråernas strukturer. Både debattörerna och vår respondent anser att det behöver göras förändringar för att locka den yngre generationen till branschen. I dag är det många som börjar arbeta för revisionsbyråer för att få en bra utbildning och som sen slutar för att arbeta med annat. Om det fanns bättre information om yrket kanske mer "rätt" personer hade sökt sig till yrket, det vill säga de som faktiskt är intresserade av yrket. Respondent 10, ekonomichef och före detta revisor, anser att det är mycket "fel" personer som söker sig till yrket.

Baker Tilly har gjort en stor satsning på att förändra synen på revisorer. De vill framstå som vanliga människor som "pratar så att folk förstår". De har tagit steget fullt ut från den strikta byråkratiska världen och vågar skämta och driva med yrket. Det har även tidigare genomförts kampanjer med syfte att visa att revisorer är vanliga människor. I slutet av 80-talet genomförde den dåvarande revisionsbyrån Reveko en kampanj där revisorerna var klädda i jeans, vilket på den tiden drog till sig uppmärksamhet. Genom studien har vi fått uppfattningen att även många av de andra byråerna vill förändra människors uppfattning om dem och att de själva anser att de har moderna och intresseväckande kampanjer. Frågan är dock hur deras marknadsföring uppfattas av omvärlden? Radioreklamen som var en del av PwC:s stora marknadskampanj uppfattade flera av våra respondenter som tråkig. Respondent 4 menade att deras affischer med texten revisionsbyrån medför att folk blir nyfikna och går hem och söker information om dem. Dock får vi intrycket att respondenterna från kategorierna allmänheten och representanter från företag anser att det krävs mer för att väcka intresse, skapa förändring samt attrahera nya klienter.

Flera av våra respondenter kunde överhuvudtaget inte komma ihåg att de hade sett eller hört någon marknadsföring för någon revisionsbyrå. Frågan är dock om det är för att de inte uppfattar att det är en revisionsbyrå det handlar om, på grund av att reklamen inte uppfattas som särskilt spännande och därför glöms bort eller om respondenterna i fråga har lyckats missa reklamen. De respondenter som har lagt märke till byråernas marknadsföring uttryckte att byråernas reklam

oftast fokuserar på konsultdelen och att de inte marknadsför "hur duktiga de är på att revidera". Byråernas val att satsa på marknadsföring av rådgivningsfunktionen har koppling till debatten om avskaffandet av revisionsplikten. Revisionsbyråerna vill visa att de har mer att erbjuda än bara revision.

Respondent 4 anser inte att det är byråernas ansvar att förändra synen på yrket och branschen. Han menar att de faller under Fars ansvar som branschorganisation. Revisionsbyråerna själva ansvarar endast för att marknadsföra sig på ett sådant sätt som lockar klienter. Vidare anser han att det är upp till dem som vill ha information att söka upp den själv. Informationen finns på deras hemsidor för alla som är intresserade, berättade han. Revisorerna tror överlag att det är svårt att få allmänheten intresserad av revision och flera av dem delar Respondent 4:s uppfattning om att det inte är byråernas ansvar att informera allmänheten. Vidare kan revisionsbyråerna inte räkna med att klienter skall komma till dem och söka information. De som erbjuder en produkt oavsett om det är revision, rådgivning, kläder, mat eller nöjen måste skapa ett intresse för produkten.

Respondent 8 håller till delvis med Respondent 4 i hans argument då han anser att det är medlemmarna i branschorganisationen Far som till viss del ligger till grund för den syn som finns angående revisorer. Det är till stor del äldre människor i kostym som är med i organisationen vilket ger en seriös och tråkig bild av branschen. Far är inte bra på att framhäva yrkets attraktiva sidor enligt Respondent 8. Enligt honom är de flesta revisorer unga och glada vilket inte uppmärksammas av allmänheten.

Ett förslag för att nå ut med information till allmänheten som respondenterna nämnde var att anordna mässor där revisorer, personer från banker och andra finansiella aktörer står och informerar om vad det är de gör i sitt arbete. Personer som är intresserade kan då komma dit och lyssna och få information om de olika yrkena. Flera av respondenterna anser att branschen har misslyckats med att nå ut med information då det finns många som fortfarande inte vet vad revisorer gör i sitt arbete. Många av revisorerna tror att kunskapen om skillnaden mellan revisorer och redovisningskonsulter är bristfällig. Något som även vår undersökning stödjer. Många vet inte vad det är en revisor arbetar med eller så tror de att revisorer hjälper företagen med deras redovisning. Respondent 4 och Respondent 6 ansåg att det är upp till varje revisor att informera sina klienter så att de får en bra förståelse för revisionen.

En övervägande del av respondenterna från företagen och allmänheten anser att revisionsbyråerna borde informera och marknadsföra sig mer. De flesta anser att det främst är informationen som brister. De måste förklara vad det är de gör. Respondenterna lämnade förslag som att de kan bjuda in till träffar, frukostmöten eller seminarier där de kan informera om vad deras arbete går ut på. De kan synliggöra sitt arbete mer så att fler personer får en bättre uppfattning om vad de gör. De måste marknadsföra sig på ett sätt som gör att alla förstår vad det är de egentligen erbjuder. Av respondenternas svar tolkar vi det som att det inte räcker att byråerna berättar att de erbjuder revision och rådgivning. För att folk verkligen skall förstå måste de specificera vad det är revision och rådgivning egentligen innebär. Av respondenternas svar får vi intrycket av att de större revisionsbyråerna i dag anser att de är tillräckligt välkända för att enbart behöva genomföra varumärkesbyggande marknadsföring. Dock ligger problemet i att de aldrig förklarat nyttan av sina tjänster ordentligt från början. Vid lansering av nya produkter förklaras först ofta vad produktens funktion är, sedan när den blivit välkänd räcker det med att marknadsföra varumärket då alla vet vad det är.

Vissa av respondenterna menade att revisionsbyråerna inte kan ändra synen på revisorer för att de som jobbar där ÄR strikta och tråkiga. För att ändra synen på branschen menade Respondent 21 att de måste anställa roligare människor först. Respondent 26 anser även hon att det är tråkiga och strikta människor som är revisorer, men hon anser att de skall vara så för att de skall behålla sin auktoritet. Vissa yrkesroller kräver vissa personligheter menade hon. De här respondenterna är helt säkra på att revisorer är tråkiga och att det därför inte går att ändra deras image. Dock visar både vår studie och artiklarna i Balans att det finns alla olika slags personer som arbetar som revisorer. Hur skall man gå tillväga för att visa upp att det är helt vanliga människor som är revisorer? Ett förslag som flertalet respondenter från olika branscher nämnde var att starta en dokusåpa om revisorer. Om det är ett bra förslag eller inte kan vi inte svara på, dock vet vi att vi skulle följa serien. För att ändra synen på revisorer tror vi att det måste visas upp en annan bild av dem än den tråkiga kostymklädda siffernissen. Att revisorn ofta gestaltas på det här sättet i fiktiv underhållning motverkar en förbättring av branschens image.

6 Slutsatser

I kapitlet besvarar vi våra forskningsfrågor samt delger de slutsatser som framträtt ur materialet vi har analyserat.

6.1 Vilken uppfattning har allmänheten samt representanter från företag om revisorer?

Nedan besvarar vi vår första forskningsfråga. Vi delger de slutsatser som vi har kommit fram till utifrån analysen av allmänhetens och företagsrepresentanternas svar.

6.1.1 Allmänheten

Allmänheten har överlag en negativ bild av yrket. Grå och tråkig är de första orden de associerar till då de hör benämningen revisor. Den bild som framträder ur det material vi har analyserat är att allmänheten uppfattar revisorer som tråkiga och strikta "kontorsnissar". Av studien drar vi slutsatsen att allmänheten inte har uppfattat någon förändring inom yrket utan fortfarande anser att nidsbilden ger en bra beskrivning av revisorer. Den allmänna uppfattningen är att det är mest äldre män som arbetar inom yrket.

6.1.2 Representanter från företag

Utifrån studien har vi kommit fram till att representanter från företag överlag anser revisorer vara duktiga, kompetenta människor som besitter stor kunskap. Uppfattningarna om revisorer kan delas upp i två kategorier; de som anser revisorn vara en samarbetspartner som kan hjälpa företaget i olika sammanhang och de som anser revisorn vara en strikt paragrafryttare som granskar och letar fel snarare än att hjälpa till. Många har uppfattningen att revisorn har svårt att förstå att redovisningen måste anpassas till företaget och att revisorerna utan urskiljning vill följa regler och standarder till punkt och pricka.

Två uttryck som var ständigt återkommande under studien var "revisionen ger företagen en kvalitetssäkring" samt "revisorn fungerar som ett bollplank". Därmed drar vi slutsatsen att de här uttrycken speglar den uppfattning som representanter från företag, i form av ekonomer och företagsledare, har om revisorer.

6.2 Hur ser revisorernas självuppfattning ut i förhållande till allmänhetens intryck samt den bild representanter från företag har av revisorer?

Nedan besvarar vi vår andra forskningsfråga. Vi delger de slutsatser som vi har kommit fram till utifrån analysen av revisorernas svar jämfört med allmänheten och företagsrepresentanternas svar.

6.2.1 Revisorer

Revisorer anser inte att det finns någon ”typisk revisor”. De menar att alla personer är olika och har olika personliga egenskaper oavsett om de arbetar som revisorer eller inte. Revisorerna är även av den uppfattningen att synen på dem och revisionsbranschen har förändrats genom åren. De tror inte att den klassiska nubbilden av revisorer stämmer överens med den faktiska uppfattningen av revisorer i dag.

Av studien har vi kommit fram till att revisorernas egenskaper skiljer sig från person till person. Det samma kan sägas om deras liv och intressen. Revisorer har olika fritidsintressen och deras liv inkluderar mer än enbart arbete. Dock finns fortfarande den tråkiga stämpeln på branschen kvar i mångas ögon. De som har kontakt med revisorer har överlag en mer positiv uppfattning om revisorer jämfört med de personer som inte har någon kontakt med dem. Revisorerna själva överskattar i många hänseenden både uppfattningen och kunskapen om yrket.

6.3 Författarnas åsikter

Vår studie visar att det är ytterst få av allmänheten som vet vad revision är. Vi anser att det skulle vara av värde för revisionsbyråerna om allmänheten hade en någorlunda adekvat kunskap om yrket. Värdet ligger dels i att privatpersoner som bestämmer sig för att starta företag med större sannolikhet väljer att anlita en revisor om de förstår vad det är en revisor gör och vad de själva får ut av att ha en revisor. Därutöver anser vi att fler personer skulle söka sig till yrket om de hade en korrekt bild istället för den tråkiga strikta nubbilden som många har.

För att förmedla nyttan av revisionen och förändra bilden av yrket krävs det att revisorer, revisionsbyråer och branschorganisationer arbetar aktivt för att förbättra kunskapen om och uppfattningen av branschen. Vi anser att flera av byråerna är på god väg. Dock ägnar sig de flesta av byråerna mest åt varumärkesbyggande marknadsföring. Av studien framgår att många inte lägger märke till revisionsbyråernas marknadsföring. Anledningen kan vara att de inte kommer ihåg reklamen för att den inte tilltalar dem eller för att de inte vet vad reklamen syftar till då de inte känner till byråerna i fråga. Vi anser att det skulle vara av intresse för revisionsbyråerna att marknadsföra sig på ett sätt som inte bara stärker deras varumärke utan även förklarar vad det är de erbjuder.

Vi anser att revisionsbyråerna måste gå utanför sina ramar och våga använda nya metoder för att vinna folks intresse. Vi anser att Baker Tilly är den revisionsbyrå som hittills har tagit det största steget utanför den traditionella ramen för revisionsbyråer. För att locka den nya generationen, både som klienter och medarbetare, är det viktigt att förmedla sitt budskap dels på ett sätt som de finner attraktivt och dels genom de kanaler de uppmärksammar. Vi anser att tv och internet är bra marknadsföringskanaler för att nå ut till så många som möjligt och förändra bilden av yrket.

7 Avslutande diskussion

Kapitlet diskuterar vi vårt kunskapsbidrag. Vi diskuterar även uppsatsen utifrån begreppen trovärdighet, relevans och poängrikedom. Avslutningsvis så ger vi förslag på vidare forskning.

7.1 Slutord

Revisionsbranschen är mitt inne i en period med stora förändringar. Debatten om avskaffandet av revisionsplikten, bokföringsnämndens K-projekt och införandet av europeiska och internationella redovisningsregler i Sverige leder till förändringar inom branschen. Det har medfört att branschen har uppmärksammats mer i media under den senaste tiden. Revisorerna, som vi intervjuade, berättade att yrket har förändrats mycket genom åren. Förr innebar yrket till största delen granskning av siffror och då innebar en granskning av siffror verkligen en genomgång av allt siffermaterial. I dag använder revisorerna datasystem och granskar enbart de områden som de anser vara av väsentlig betydelse. Revisorsyrket i dag innebär mycket kundkontakter och revisorerna beskriver det som ett roligt och omväxlande yrke. Revisorerna berättade att de i dag är mer säljande och mindre granskande. Det faktum att revisorerna har blivit mer säljande och den stora marknadsföringssatsning som många byråer har genomfört under den senaste tiden anser vi leder till en förändrad syn på branschen. Frågan är dock i vilken utsträckning de förändringar som görs kommer att uppfattas och vilka förändringarna kommer nå ut till?

Vi valde att skriva en uppsats med en annorlunda inriktning och ett annorlunda ämnesval. Anledningen var att vi ville tillföra något nytt och inte bara undersöka ett redan många gånger tidigare undersökt fenomen från ett lite differentierat perspektiv. Vi ville skapa en uppsats som innehåller humoristiska inslag och som skall vara rolig och intressant att läsa. För den sakens skull betyder det inte att vi inte har varit noggranna och kritiska till källor och material eller att vi inte har skapat en väl genomarbetad studie. För att låna ett citat av Baker Tilly "Vi är seriösa, men inte allvarliga."

7.2 Trovärdighet, relevans och poängrikedom

Vi har avslutningsvis valt att diskutera studien utifrån begreppen trovärdighet, relevans och poängrikedom. Anledningen är att många forskare är kritiska till att använda begreppet validitet då de anser att det passar bättre för kvantitativa än kvalitativa studier. Därför vill vi komplettera den diskussion vi fört om uppsatsens giltighetsanspråk i metodkapitlet med en avslutande diskussion om tillförlitligheten i uppsatsen. Uppsatsens trovärdighet bygger på om våra källor är trovärdiga, våra empiriska data är rätt tolkade och om våra slutsatser är väl underbyggda samt framtagna genom godtagbara metoder. Uppsatsens relevans härleds utifrån frågan om uppsatsen upplevs som meningsfull även för andra personer än forskarna själva. Studien bör även bidra till något nytt och inte endast resultera i redan tidigare kända slutsatser vilket beskrivs som att uppsatsen skall vara poängrik. (Eriksson och Wiedersheim-Paul, 2006)

Våra respondenter var öppna i sina svar och uttalanden och var inte rädda för att berätta vad de tyckte och tänkte om ämnet. Vi fick inte intrycket av att någon av respondenterna höll inne med sina åsikter. Det har medfört att vi har lyckats skapa oss en bra bild av deras uppfattningar.

Vidare har vi varit noga med att bygga våra slutsatser på respondenternas uttalanden och vårt referensmaterial.

Vår studie beskriver den uppfattning som finns om revisionsbranschen utifrån olika perspektiv. Studien är av intresse för revisorer, revisionsbyråer och branschorganisationer och bidrar till en förståelse för uppfattningen om branschen. Det är till exempel av värde för de ovan nämnda att veta hur branschen uppfattas och vilken förståelse allmänheten och företagen har för yrket för att de skall veta hur de skall utforma sin marknadsföring och informera om vad de kan erbjuda på bästa sätt. Då studien beskriver yrket och visar exempel på personer som arbetar som revisorer är uppsatsen även av intresse för de personer som är intresserade av att få veta mer om revisorer. Vi har inte hittat någon tidigare studie som sammanställt och jämfört synen på revisorer så som vi har gjort i vår undersökning. Därmed bidrar vår studie till nya slutsatser och resultat.

Vi vill avsluta med att påpeka att vi inte anser oss ha belegg för att påstå att studiens resultat kan vara till grund för några generella slutsatser. Vi har inom ramen för uppsatsen varit begränsade tidsmässigt och vår empiriska undersökning har därmed även den varit tvungen att begränsas. Det kan vara så att våra respondenters åsikter inte är representativa för hela populationen. Därmed kan studiens utfall endast anses exemplifiera hur de av oss valda respondenterna ser på ämnesområdet.

7.3 Förslag på fortsatt forskning

Vårt första förslag på fortsatt forskning är att göra en avgränsning till en utvald grupp och gå djupare in på deras uppfattning om revisorer. Det kan till exempel vara småföretagare från kategorin där revisionen blir valbar om propositionen om avskaffandet av revisionsplikten antas. Då kan en jämförelse göras mellan företagarnas syn på revisorer, förståelse för yrket och val om att anlita en revisor eller inte göra det.

Vidare kan man, istället för att begränsa urvalet, öka antalet respondenter och genomföra en större förslagsvis kvantitativ undersökning och visa på statistiska tendenser om uppfattningen av revisorsbranschen.

Ett tredje förslag är att jämföra synen på revisorer i Sverige med synen på revisorer i andra länder. Skiljer sig uppfattningen om branschen mellan olika länder? En jämförelse kan göras mellan Sverige och andra europeiska länder eller Sverige och USA.



Källor

Publicerade källor

- Allwood, Carl Martin (2004) *Perspektiv på kvalitativ metod*. Lund: studentlitteratur.
- Bengtsson, Jan (1998) *Fenomenologiska utflykter*. Uddevalla: Bokförlaget Diadalos AB
- Bjurwill, Christer (1995) *Fenomenologi*. Lund: Studentlitteratur
- Ely, Margot (1993) *Kvalitativ forskningsmetodik i praktiken: cirklar inom cirklar*. Lund: Studentlitteratur
- Eriksson, Lars Torsten & Wiedersheim-Paul (2006) *Att utreda, forska och rapportera*. Malmö: Liber
- FAR (2000) *FAR:s Revisorsbok 2000*, Fjärde upplagan. Stockholm: FAR Förlag.
- FAR (2001) *Vad är revision?*. Stockholm: FAR förlag.
- Frejs, Andreas & Thornberg, Robert (2009) *Handbok i kvalitativ analys*. Stockholm: Liber
- Kvalen, Steinar & Brinkmann, Svend (2009) *Den kvalitativa forskningsintervjun*, Lund: Studentlitteratur AB upplaga 2:1
- Larsson, Staffan (2000) *Kvalitativ analys: exemplet fenomenologi*. Lund: Studentlitteratur
- Moberg, K (2006) *Bolagsrevision* Stockholm: Norstedts Juridik AB
- Widerberg, Karin (2002) *Kvalitativ forskning i praktiken*. Lund: Studentlitteratur.

Elektroniska källor

- BDO, *Revision*. (Elektronisk) Tillgänglig: <<http://www.bdo.se/tjanster/revision/>> (2010-01-20)
- Ernst & Young, *Detta letar vi efter* (Elektronisk) Tillgänglig: <<http://www.ey.com/SE/sv/Careers/Experienced/Applying-to-Ernst---Young/What-we-look-for>> (2010-01-20)
- FAR (2006) *Revision - en praktisk beskrivning* (Elektronisk) Tillgänglig: <<http://www.farsrskomplett.se.lib.costello.pub.hb.se/folng-customer/document.do#top>>
- PricewaterhouseCoopers 2 (Elektronisk) *Vad vi letar efter*. Tillgänglig: <<http://www.pwc.com/se/sv/karriar-for-studenter/vad-vi-letar-efter.jhtml>> (2010-01-20)



Vad är revision? (Elektronisk) *Allt om revision* <<http://alltomrevision.wordpress.com/about/>> (2010-02-11)

Revisorsnämndens föreskrifter om utbildning och prov (RNFS 1996:1) (Elektronisk) Tillgänglig: <http://www.revisorsnamnden.se/rn/showdocument/documents/foreskrifter/96_1.pdf> (2010-03-10)

Sveriges regering, (2010) *Prop. 2009/10:204 En frivillig revision*. (Elektronisk) Tillgänglig: <http://www.riksdagen.se/webbnav/?nid=37&dok_id=GX03204> (2010-05-07)

two.se (2010) Stor kampanj visar ”roliga revisorer” (Elektronisk) Tillgänglig: <http://www.two.se/nyheter/nyheter_detalj.asp?ownerid=1&nyhetsid=122&menuid> (2010-04-21)

Artiklar

Ahlberg, Charlotte (2008) Debatt: Kommunera bör man annars dö man! (Elektronisk) *Balans nr 6-7*. Tillgänglig: <<http://www.farsrskomplett.se.lib.costello.pub.hb.se/folng-customer/document.do#top>> (2010-02-09)

bakertilly.se (2010) (Elektronisk) Tillgänglig: <<http://www.bakertilly.se/>> (2010-04-21)

bytrevisor nu (2010) (Elektronisk) <<http://www.bytrevisor.nu/>> (2010-04-21)

ne.se (2010) (Elektronisk) Tillgänglig: <<http://www.ne.se.lib.costello.pub.hb.se/lang/fenomenologi>> sökord: fenomenologi (2010-05-07)

Börsvik, Hans (2008) Debatt: Positivt för alla parter med efterfrågestyrd revision (Elektronisk) *Balans nr 5*. Tillgänglig: <<http://www.farsrskomplett.se.lib.costello.pub.hb.se/folng-customer/document.do#top>> (2010-02-09)

DeAngelo, Linda Elizabeth (1981) Auditor independence, ‘low balling’, and disclosure regulation. (Elektronisk) *Journal of Accounting and Economics*, Vol 3, Issue 2. Tillgänglig: <http://www.sciencedirect.com.lib.costello.pub.hb.se/science?_ob=ArticleURL&_udi=B6V87-474XWBN-9&_user=646739&_coverDate=08%2F31%2F1981&_alid=1355319601&_rdoc=6&_fmt=high&_orig=search&_cdi=5863&_sort=r&_docanchor=&view=c&_ct=6&_acct=C000034758&_version=1&_urlVersion=0&_userid=646739&md5=a4a49bc21e5c33435dc3141fe6936eb4>

Ehlin, Åsa (2009) Profil i Balans: ”Extra viktigt att leverera förtroende i dåliga tider” (Elektronisk) *Balans nr 1*. Tillgänglig: <http://www.farsrskomplett.se.lib.costello.pub.hb.se/folng-customer/document.do?searchHit=1&idPath=RTN65539@@RTN65542@@RTN75232@@RTN00003815@@RTN00003B44@@TN00003B4D&searchResultId=907988322_1267783252190#top> (2010-02-09)



Eriksson, Maria (2010) BDO blir Baker Tilly (Elektronisk) *Värmlands Folkblad*, 1 april.
Tillgänglig: <www.vf.se/Arbetsliv--naringsliv/Varmland/BDO-blir-Baker-Tilly-100401.aspx>
(2010-04-21)

Fagerlind, Linda (2008) Öhrlings kör sin största kampanj någonsin (Elektronisk) *Resumé*, 1 april.
Tillgänglig: <<http://www.resume.se/nyheter/2008/04/01/ohrlings-kor-sin-storsta-k/index.xml>>
(2010-04-21)

Halling, Pernilla (2008) Profil i Balans: Landets yngsta revisor tipsar om studievägar
(Elektronisk) *Balans nr 2*. Tillgänglig:
<<http://www.farsrskomplett.se.lib.costello.pub.hb.se/folng-customer/document.do#top>> (2010-02-08)

Halling, Pernilla (2008) Profil i Balans: Hon fick gå till domstol för att bli auktoriserad revisor
(Elektronisk) *Balans nr 6-7*. Tillgänglig:
<<http://www.farsrskomplett.se.lib.costello.pub.hb.se/folng-customer/document.do#top>> (2010-02-08)

Halling, Pernilla (2009) Profil i Balans: Revisorer kan göra stor skillnad för miljön (Elektronisk)
Balans nr 6-7. Tillgänglig: <http://www.farsrskomplett.se.lib.costello.pub.hb.se/folng-customer/document.do?searchHit=1&idPath=RTN65539@@RTN65542@@RTN75232@@RTN00003815@@RTN00003B44@@TN00003B4D&searchResultId=907988322_1267783252190#top> (2010-02-09)

Hansegård, Jens (2009) Profil i Balans: "Jag är entreprenör, jag vill göra saker på mitt sätt"
(Elektronisk) *Balans nr 5*. Tillgänglig:
<http://www.farsrskomplett.se.lib.costello.pub.hb.se/folng-customer/document.do?searchHit=1&idPath=RTN65539@@RTN65542@@RTN75232@@RTN00003815@@RTN00003B44@@TN00003B4D&searchResultId=907988322_1267783252190#top> (2010-02-09)

Noteringar: Revisorn på vita duken (2009) (Elektronisk) *Balans nr 10*. Tillgänglig:
<<http://www.farsrskomplett.se/folng-customer/document.do?idPath=RTN65539@@RTN65542@@RTN75232@@RTN00003815@@RTN00005410@@TN00005423@@N65552>> (2010-02-09)

Noteringar: Vad tycker politikerna om revisorns arbete? (2008) (Elektronisk) *Balans nr 3*.
Tillgänglig: <<http://www.farsrskomplett.se.lib.costello.pub.hb.se/folng-customer/document.do#top>> (2010-02-09)

Pettersson, Janne (2008) Ernst & Young jagar ny position i stor kampanj (Elektronisk) *Dagens Media*, 2 april. Tillgänglig: <<http://www.dagensmedia.se/nyheter/article14076.ece>> (2010-04-21)

Precht, Elisabeth (2008) Medlemmarna har blivit fler och äldre (Elektronisk) *Balans nr 1*.
Tillgänglig: <http://www.farsrskomplett.se.lib.costello.pub.hb.se/folng-customer/document.do?searchHit=1&idPath=RTN65539@@RTN65542@@RTN75232@@RTN00003815@@RTN00003B44@@TN00003B4D&searchResultId=907988322_1267783252190#top> (2010-02-09)



N75234@@RTN00005F2C@@TN00005F3D&searchResultId=1183057657_1274258773506#top>

Precht, Elisabeth (2008) Profil i Balans: Företagare, advokat och revisor är bra för affärernas (Elektronisk) *Balans nr 4*. Tillgänglig: <<http://www.farsrskomplett.se.lib.costello.pub.hb.se/folng-customer/document.do#top>> (2010-02-08)

Precht, Elisabeth (2008) Profil i Balans: Revisorn som lyssnar på både företagaren och musik (Elektronisk) *Balans nr 5*. Tillgänglig: <<http://www.farsrskomplett.se.lib.costello.pub.hb.se/folng-customer/document.do#top>> (2010-02-09)

Precht, Elisabeth (2008) Profil i Balans: Han kombinerar revision med hög fart på vägarna (Elektronisk) *Balans nr 8-9* Tillgänglig: <<http://www.farsrskomplett.se.lib.costello.pub.hb.se/folng-customer/document.do#top>> (2010-02-08)

Precht, Elisabeth (2008) Profil i Balans: ”Intressen utanför branschen gör dig till en bra revisor” (Elektronisk) *Balans nr 11* Tillgänglig: <<http://www.farsrskomplett.se.lib.costello.pub.hb.se/folng-customer/document.do#top>> (2010-02-08)

PricewaterhouseCoopers 1 (2010) *Visionsbyrån, vi hjälper mindre och medelstora företag att nå sina visioner* (Elektronisk) Tillgänglig: <<http://www.pwc.com/se/sv/visionsbyran/index.jhtml>> (2010-04-21)

Runol, Martin (2010) Lång dags färd mot fångslande film (Elektronisk) *Sydsvenskan*. Tillgänglig: <<http://sydsvenskan.se/lund/article626651/Lang-dags-fard-mot-fangslande-film.html>> (2010-04-05) (2010-02-04)

Svanström, Tobias (2008) Regionala skillnader vid avskaffad revisionsplikt (Elektronisk) *Balans nr 3*. Tillgänglig: <<http://www.farsrskomplett.se.lib.costello.pub.hb.se/folng-customer/document.do#top>> (2010-02-08)

Vidh, Matthias (2008) Debatt: Har unga någon framtid i branschen? (Elektronisk) *Balans nr 11*. Tillgänglig: <<http://www.farsrskomplett.se.lib.costello.pub.hb.se/folng-customer/document.do#top>> (2010-02-08)

Wahlberg, Maria (2005) Revisorerna vill bli hippare (Elektronisk) *Svenska Dagbladet*, 17 januari. Tillgänglig: <http://www.svd.se/naringsliv/nyheter/revisorerna-vill-bli-hippare_1042671.svd> (2010-04-21)

Zabihollah, Rezaee (2004) Restoring public trust in the accounting profession by developing antifraud education, programs and auditing (Elektronisk) *Managerial Auditing Journal* vol. 19 issue. Tillgänglig:



<<http://www.emeraldinsight.com/Insight/viewContentItem.do;jsessionid=4D53275B497CB6989772961E339CB8A1?contentType=Article&contentId=868675>> (2010-06-03)

Övriga källor

Monty Python (1969) Lion Tamer, Monty Python's Flying Circus (2010-03-30)
<<http://www.youtube.com/watch?v=XMOmB1q8W4Y>>



Diskussionstråd från Flashback forum

> Revision låter som ett ofattbart tråkigt jobb. Som jag förstår det tittar man mest på siffror på papper, gör lite plus och minus och kollar så allt stämmer.

Har man någon makt att ändra något eller ska man bara kontrollera och meddela om något inte skulle vara korrekt?

Någon som jobbar inom branschen som kan rapportera lite om jobbet och hur jobbet är?

> Ja fy fan håller med, verkar sjukt trist. Men ta död på våra fördomar nu alla revisorer här på flashback.

> Verkar trist men det kan fan inte vara värre än att vara t ex fiskare. Tänk att jobba ute på ett kallt, blåsigt och deprimerande hav, dra upp äcklig slemmig fisk och vara sådär rödsvullen i ansiktet och händerna av kyla och blåst jämt. Fy för fan säger jag!

Eller bonne. Köra gödsel fram och tillbaka hela dagarna och stinka skit, mata suggorna och aldrig vara ledig. Totalt meningslöst.

Eller jobba på mekanisk verkstad. Brrrrrr! Massa verktyg och obegripliga maskindelar överallt och man vet inte vad som är till vad eller vilket som ska repareras med vilket. Skitig om händerna, blåstätt, idioter överallt, svetstuber, sot och olja.

När vi ändå snackar deprimerande och idiotiska jobb...

> Det är ju sannerligen ett välavlönat jobb. I dag hade vi kontakt med en specialiserad revisor angående några momsfrågor och han tog tydligen 1000kr+moms i timmen. 🤖

Det är ju ganska dyrt med revisionen av mindre aktiebolag också, och det är ju ganska lätta jobb vad jag kan tro.

Edit: Dock innebär det ett visst ansvar att bära, som kanske väger upp en viss riskpremie!

> Jag kommer osökt att tänka på Monty Pythons sketch om revisorn som vill bli lejonvärdare:

(.. långt citat från sketchen)

> De två första yrkena går trots allt att projicera romantiska bilder av:

En lugn sjö, en eka och en eftertänksam man med pipa
respektive

En traktor. Sakta, skumpande fram på ängen en sommarkväll.

> vad gör en revisor i praktiken, och vad har denne för utbildning?

> Ett försök att döda myten om att det är supertrist att vara revisor:

Revision är så mycket mer än att bara granska siffror. Det är ett yrke som betyder massvis av kontakter med företagsledningarna och djupt sätta sig in i olika företag och olika branscher. Mycket



går ut på att hjälpa dessa företag med att förbättra, inte bara redovisningen, utan hela verksamheten. Vad kan vara roligare än att bidra med kompetens?

> Revisorns primära uppgift är att granska sina klienters redovisning och bokslut och försöka upptäcka väsentliga fel i denna. Finns inga sådana upprättas en ren revisionsberättelse som ger förtroende för företaget hos olika intressenter t ex kreditgivare och investerare.

En påskrivande revisor är civilekonom som jobbat minst 3 år och avlagt en särskild revisorsexamen. För noterade bolag minst 5 år och avlagt s.k. högre revisorsexamen.

> Verkar vara sjukt trist.

> Positivt:

Bra lön för relativt liten insats.

Fina möjligheter att jobba privat.

Goda karriärmöjligheter.

Kundbesök som innefattar inspektion och vägledning av lager och dylikt.

> Lite off-topic.

Läste i en tidning att revisorer i USA tydligen var den yrkesgrupp som hade högst IQ.

> Lönen är väl tillräckligt god för att motivera? 🤔

> Tjänar verkligen alla så mycket då?

En nyutbildad som jobbar privat tjänar ju typ 20-25k. Efter 30 år så kanske man kan tjäna medel 50k/mån. Men det är ju en jävla massa år bara för att tjäna den summan.

> Har jag mycket svårt att tro på. En källa skulle sitta fint!

> Det verkar rätt dött...

En revisor granskar ekonomiska transaktioner som redan hänt.

Ingen planering, inga spännande visioner, inget "go", utan bara ta hand om tidigare skeenden (historia). *somnar*

Kan inte låta bli att rysa vid tanken på fotriktiga skor, radhus, kläder från dressman och en SAAB från -98

> Varje liten transaktion har sin lilla historia, du läser med andra ord en bok när du granskar transaktioner, det låter väl spännande 😊

> Har tyvärr ingen internet länk till källan. Det var i tidningen allt om vetenskap nummer 12-2006 jag läste det i.



> Jag tror att det kan vara kul om man nischar sig mot något man gillar.. Jag skriver min D-uppsats i miljörevision och det är riktigt intressant. 😊

(www.flashback.org/t450854p2)



Intervjufrågor

Revisorer

Hur länge har du jobbat som revisor?

Varför ville du bli revisor?

Har jobbet levt upp till dina förväntningar? Om inte, vad har varit annorlunda?

Vad är roligt och bra med att jobba som revisor?

Känner du att du har mycket fritid vid sidan av jobbet?

Vad har du för fritidsintressen?

Hur skulle du beskriva din personlighet?

Har du arbetat med något annat innan du blev revisor?

Vad tror du att du skulle jobba med om du inte var revisor?

Hur skulle du beskriva en ”typisk revisor”?

Ser du dig själv som en ”typisk revisor”?

Ändrades din uppfattning om hur en ”typisk revisor” är då du själv blev revisor?

Kan du berätta vad det är en revisor gör? Hur ser en vanlig dag på jobbet ut?

Vad tror du allmänheten har för uppfattning av revisorer?

Hur tror du någon på ett företag som har kontakt med revisorn i arbetet skulle beskriva en ”typisk revisor”?

Hur stor kunskap tror du allmänheten har om vad revision innebär och vad arbetet medför?

Hur stor kunskap tror du företagen har om vad revision innebär och vad arbetet medför för dem?

De klienter som du träffar, brukar de förstå vad revisionsprocessen innebär och vad det är man gör som revisor?

Är det många av dina klienter som brukar ställa frågor och be om råd angående olika saker?

Vilken nytta tycker du att revisorer medför för företagen?

Kan du förklara vad revision är och vad revisionsarbetet innehåller?

Jobbar ni mestadels enskilt eller tillsammans med era klienter?

Vet du om ni marknadsför er på något sett just nu?

Tror du att allmänheten och företag har god kunskap om vilka revisionsbyråer som finns och vilka tjänster de tillhandahåller?

Tror du att allmänheten och företagen har god insikt i vad det är en revisor gör och vad revisionen är för något?

Tror du att allmänheten och företagen skulle du vilja veta mer om vad det är revisionsbyråerna erbjuder och vad revisionen egentligen är för något?

Vad tycker du att revisorer och revisionsbyråer kan göra för att folk ska få en bättre insikt i vad det är som de jobbar med?

Vad tycker du att revisorer och revisionsbyråerna kan göra för att ändra uppfattningen av hur en stereotypisk revisor är?

Ekonomer som har kontakt med revisorer

Inom vilken bransch är ert företag verksamt?

Hur stort är företaget? Omsättning? Anställda?



Vilken position har du inom företaget?
Hur länge har du jobbat inom företaget?

Vilken kontakt har du med företagets revisor?
Hur ofta pratar du med revisorn?
Brukar du ställa frågor och be revisorn om råd? Kan du ge ett exempel på något du har frågat revisorn om?
Hur skulle du beskriva en revisor?
Vilken typ av personer tror du jobbar som revisorer?
Skulle du kunna tänka dig arbeta som revisor? Varför/varför inte?
Hur tror du det är att arbeta inom yrket?
Tror du att det är mest unga eller äldre som jobbar som revisorer?
Känner du någon som jobbar som revisor? (Förutom företagets revisor) Om ja, hur känner du den personen?
Hur många olika revisionsbyråer känner du till? Vilka?
Kommer du ihåg om du har sett eller hört någon slags marknadsföring från någon revisionsbyrå någon gång? Om ja, var såg/hörde du den? Vad var det för typ av marknadsföring?

Vad anser du att revisorn medför för ditt företag?
Vilka fördelar tror du ditt företag får av att ha en revisor?
Hur tror du ditt företag hade fungerat om ni inte hade haft någon revisor?
Tror du att revisorer i allmänhet medför mycket (och vad) för företag? Tror du att det är skillnad om det är ett stort eller litet företag?
Vet du vad revisorn gör då han eller hon reviderar? Hur skulle du beskriva det?
Vad har du för åsikter angående revisionskostnaden?
Hur tror du en vanlig dag ser ut för en revisor. Vad gör han eller hon på jobbet?
Hur mycket tror du en revisor jobbar? Hur mycket fritid?

Känner du allmänt att du har god kunskap om vilka revisionsbyråer som finns och vilka tjänster de tillhandahåller?
Känner du att du har god insikt i vad det är en revisor gör och vad revision är för något?
Tror du att allmänheten vet vad revision är och vad revisorer gör?
Skulle du vilja veta mer om vad det är revisionsbyråerna erbjuder och vad revision egentligen är för något?
Vad tycker du att revisorererna och revisionsbyråerna skall göra för att folk ska få en bättre insikt i vad det är som de jobbar med?
Vad tycker du att revisorererna och revisionsbyråerna skall göra för att förändra sin image och ändra uppfattningen av hur en "stereotypisk revisor" är?

Privatpersoner

Var bor du?
Vad jobbar du med?
Vad är din befattning på företaget?
Känner du någon som jobbar som revisor? Om ja, hur känner du den personen?



Känner du till några revisionsbyråer? Hur många? Vilka?

Vilken typ av personer tror du jobbar som revisorer? Personlighet, kön, ålder?

Skulle du kunna tänka dig arbeta som revisor? Varför/varför inte?

Hur tror du det är att arbeta inom yrket?

Hur mycket tror du en revisor jobbar? Hur mycket fritid tror du en revisor har?

Tror du att det behövs revisorer eller tror du att företagen skulle klara sig utan dem?

Vad tror du skillnaden skulle bli för ett företag om de valde att inte längre ha någon revisor?

Vad tror du revision är?

Vad tror du det är en revisor gör när han eller hon jobbar? Vad tror du en revisor gör mest, jobbar enskilt eller jobbar tillsammans i team och med sina klienter?

Kommer du ihåg om du har sett eller hört någon slags marknadsföring från någon revisionsbyrå någon gång?

Känner du att du har god insikt i vad det är en revisor gör och vad revision är för något?

Tror du att allmänheten vet vad revision är och vad revisorer gör?

Känner du allmänt att du har god kunskap om vilka revisionsbyråer som finns och vilka tjänster de tillhandahåller?

Skulle du vilja veta mer om vad en revisor är?

Skulle du vilja veta mer om vad det är revisionsbyråer erbjuder och vad revision egentligen är för något?

Vad tycker du att revisorerna och revisionsbyråerna skulle kunna göra för att folk ska få en bättre insikt i vad det är som de jobbar med?

Vad tycker du att revisorerna och revisionsbyråerna skall göra för att förändra sin image och ändra uppfattningen av hur en "stereotypisk revisor" är?

Högskolan i Borås är en modern högskola mitt i city. Vi bedriver utbildningar inom ekonomi och informatik, biblioteks- och informationsvetenskap, mode och textil, beteendevetenskap och lärarutbildning, teknik samt vårdvetenskap.

På **institutionen för data- och affärsvetenskap (IDA)** har vi tagit fasta på studenternas framtida behov. Därför har vi skapat utbildningar där anställningsbarhet är ett nyckelord. Ämnesintegration, helhet och sammanhang är andra viktiga begrepp. På institutionen råder en närhet, såväl mellan studenter och lärare som mellan företag och utbildning.

Våra **ekonomiutbildningar** ger studenterna möjlighet att lära sig mer om olika företag och förvaltningar och hur styrning och organisering av dessa verksamheter sker. De får även lära sig om samhällsutveckling och om organisationers anpassning till omvärlden. De får möjlighet att förbättra sin förmåga att analysera, utveckla och styra verksamheter, oavsett om de vill ägna sig åt revision, administration eller marknadsföring. Bland våra **IT-utbildningar** finns alltid något för dem som vill designa framtidens IT-baserade kommunikationslösningar, som vill analysera behov av och krav på organisationers information för att designa deras innehållsstrukturer, bedriva integrerad IT- och affärsutveckling, utveckla sin förmåga att analysera och designa verksamheter eller inrikta sig mot programmering och utveckling för god IT-användning i företag och organisationer.

Forskningsverksamheten vid institutionen är såväl professions- som design- och utvecklingsinriktad. Den övergripande forskningsprofilen för institutionen är handels- och tjänsteutveckling i vilken kunskaper och kompetenser inom såväl informatik som företagsekonomi utgör viktiga grundstenar. Forskningen är välrenommerad och fokuserar på inriktningarna affärsdesign och Co-design. Forskningen är också professionsorienterad, vilket bland annat tar sig uttryck i att forskningen i många fall bedrivs på aktionsforskningsbaserade grunder med företag och offentliga organisationer på lokal, nationell och internationell arena. Forskningens design och professionsinriktning manifesteras också i InnovationLab, som är institutionens och Högskolans enhet för forskningsstödjande systemutveckling.



HÖGSKOLAN I BORÅS
VETENSKAP FÖR PROFESSION

BESÖKSADRESS: JÄRNVÄGSGATAN 5 · POSTADRESS: ALLÉGATAN 1, 501 90 BORÅS
TFN: 033-435 40 00 · E-POST: INST.IDA@HB.SE · WEBB: WWW.HB.SE/IDA