

MASTEROPPGAVE

Emnekode: BE323E

Navn: Kristina Eriksen og Andreas Malmo Moe

Hvordan påvirker ny teknologi regnskapsførerselskapene?

Har regnskapsførers rolle endret seg som følge av ny teknologi?

Dato: 18.05.2022

Totalt antall sider: 81

Forord

Denne masteroppgaven er skrevet som siste del av fireårig Master of Business Administration utdanning på Nord Universitet. Oppgaven er skrevet gjennom høsten 2021 og våren 2022.

Teknologi utvikles fortløpende, og er et høyaktuelt tema i de aller fleste bransjer. I denne oppgaven har vi valgt på å se hvordan de nye teknologiene har påvirket regnskapsbransjen, og hvordan regnskapsførerselskapene og regnskapsfører har måttet tilpasse seg disse endringene. Vi anser denne oppgaven som aktuell for både teoretikere og fagpersoner.

Vi ønsker å rette en stor takk til alle informantene som tok tid ut av en travel arbeidshverdag i årsoppgjøret for å bidra med gode og informative svar for å belyse vår problemstilling. Samtidig ønsker vi å rette en stor takk til vår veileder Hassa Pedersen for god veiledning gjennom hele prosessen.

Til slutt ønsker vi å takke arbeidsgiver, familie og partnere som har vist stor forståelse og tålmodighet i forbindelse med arbeidet med masteroppgaven.

18.05.2022

Andreas Malmo Moe og Kristina Eriksen

Sammendrag

Temaet for denne masteroppgaven er bruk av ny teknologi i regnskapsbransjen, og hvordan digitalisering påvirker regnskapsførerselskapene og regnskapsførers rolle. Målet med oppgaven er å kartlegge hvilke tilpasninger regnskapsførerselskapene og regnskapsfører har gjort for å imøtekomme ny teknologi, og hvilken påvirkning teknologien har hatt på regnskapsførerrollen.

Regnskapsførerselskapene skal bistå kundene med pålitelig økonomisk regnskapsinformasjon slik at bedriftene kan ta gode økonomiske avgjørelser. Selskapene er underlagt en rekke lover og forskrifter for å sikre kvaliteten på arbeidet de leverer til sine kunder. Digitaliseringen har bidratt til automatisering av regnskapsrelaterte arbeidsoppgaver, og gjort at regnskapsførerselskapene som organisasjon og regnskapsførerrollen har endret seg.

I denne studien har vi intervjuet seks informanter som til daglig arbeider med regnskap i ulike regnskapsførerselskaper. I studien kom det frem at både regnskapsførerselskapene og regnskapsfører selv har opplevd at teknologien har påvirket deres rolle i stor grad. Den største endringen knyttes til automatiseringer i arbeidsoppgaver, og frigjøring av tid som følge av dette. Frigjøringen av tid har ført til at regnskapsføreren nå sitter med ett større antall kunder enn tidligere. Samtidig opplever de at arbeidsoppgavene i større grad knyttes opp mot kontroll og rådgivning, noe som har gjort at regnskapsfører opplever en tettere relasjon til kundene sine i dag enn tidligere.

Konklusjonen i oppgaven vår er at ny teknologi har påvirket regnskapsførerselskapene og regnskapsførerrollen. Selskapene er avhengige av å ta i bruk ny teknologi for å være konkurransedyktige, og regnskapsførers rolle er påvirket som følge av endringer i måten regnskapstjenester leveres på. Regnskapsførerrollen beveger seg mer og mer mot å bli en kontrollerrolle, samtidig som rådgiving blir en større del av deres hverdag.

Abstract

The theme of this master's thesis is the use of new technology in accounting firms, and how digitization affects the companies and the role of accountants. The aim of the thesis is to map out what adjustments the accounting firms and accountants have made to accommodate new technology, and what impact the technology has had on their role as accountants.

The accounting firms must assist customers with reliable financial accounting information so that companies can make good financial decisions. Accounting firms are subject to a number of laws and regulations to ensure the quality of work delivered to their customers. Digitization has contributed to automation of accounting-related tasks and changes in the organizations as well as accountant's role.

In this study, we have interviewed six persons who have their daily work with accounting in different accounting firms. The study revealed that both the accounting firms and the accountants themselves have experienced that technology has influenced their role. The biggest change is related to automation in repetitive work tasks which will lead to more productive days. The reduced time spent per customer has led to accountants now having a higher number of customers than before. At the same time, accountants experience that the work tasks are to a greater extent linked to control and advice, which has led to closer relationship with the customers.

The conclusion of our thesis is that new technology has affected the accounting companies and the role of accountants. The accounting firms are dependent on the use of new technology to be competitive, and the role of the accountant is affected as a result of changes in the way accounting services are provided. The role of accountant is moving more and more towards becoming a controlling role, at the same time as consulting is becoming a larger part of the accountant's everyday life.

Innholdsfortegnelse

Forord.....	2
Sammendrag	3
Abstract	4
Figurliste	9
1. Introduksjon.....	10
1.1 Aktualisering	10
1.2 Problemstilling og forskningsspørsmål.....	11
2. Teoretiske momenter	12
2.1 Endringer i organisasjoner.....	12
2.1.1 Endring i organisasjoner.....	12
2.1.2 Årsaker til endring	13
2.1.3 Motstand til endring.....	15
2.1.4 Endringskapasitet	17
2.2 Teknologi	18
2.2.1 Digitalisering.....	18
2.2.2 Den digitale organisasjon	20
2.2.3 Samhandling.....	21
3. Metode.....	24
3.1 Valg av metode og forskingsdesign	24
3.1.1 Tilnærming	24
3.1.2 Forskningsdesign	25
3.1.3 Fremgangsmåte.....	25
3.1.4 Intervju som forskningsmetode.....	25
3.2 Datainnsamling og utvalg	26
3.2.1 Utvalgsstrategi.....	26

3.2.2	Utvalgsstørrelse.....	27
3.2.3	Transkribering	28
3.3	Validitet og reliabilitet	28
3.3.1	Validitet	29
3.3.2	Reliabilitet	29
3.3.3	Personvern	30
4.	Rammeverk	31
4.1	Hva er regnskap?	31
4.1.1	Lover og forskrifter.....	31
4.1.2	Regnskapsrapportering	33
4.1.3	General Data Protection Regulation	33
4.2	Regnskapsførerrollen.....	34
4.3	Teknologiske utviklinger i regnskapsbransjen.....	37
4.3.1	Skybaserte regnskapssystemer	37
4.3.2	Integrasjoner og API	37
4.3.3	EHF.....	38
4.3.4	Automatisk tolkning av inngående faktura og bilagsflyt.....	38
4.3.5	Bankintegrasjon.....	39
4.3.6	OCR	39
4.3.7	A-meldingen	39
4.3.8	SAF-T.....	41
4.4	Muligheter	41
4.5	Utfordringer.....	41
4.5.1	Dataangrep.....	43
5.	Empiri/resultat.....	44
5.1	Digitalisering av regnskapsbransjen	44

5.1.1	Pådrivere for teknologi.....	45
5.1.2	Tilpasninger i møte med ny teknologi.....	47
5.1.3	Forutsetninger for å lykkes med implementering	49
5.1.4	Holdninger og motivasjon til ny teknologi	51
5.1.5	Utfordringer.....	52
5.2	Regnskapsførers rolle og kunderelasjon	54
5.2.1	Størst påvirkning	54
5.2.2	Muligheter.....	54
5.2.3	Arbeidsmengde og tilpasninger i arbeidshverdagen	55
5.2.4	Samarbeid og kommunikasjon.....	56
5.2.5	Nye krav til regnskapsfører	56
5.2.6	Rapportering	56
5.2.7	Fremtidsutsikter	56
5.3	Risiko.....	57
6.	Diskusjon.....	58
6.1	Teknologiens påvirkning på regnskapsførerselskapene.....	58
6.1.1	Endringer i konkurransefortrinn	58
6.1.2	Skifte i markedsmakt.....	60
6.1.3	Pådrivere for innføring av ny teknologi.....	61
6.1.4	Motivasjonsfaktorer	62
6.2	Muligheter og utfordringer	63
6.2.1	Effektivisering.....	63
6.2.2	Lokalisering.....	64
6.2.3	Bank som tilbyder av regnskapstjenester	65
6.2.4	Dataangrep.....	65
6.3	Endring i regnskapsførers rolle.....	66

6.3.1	Endring i arbeidshverdag.....	66
6.3.2	Endringer i kunderelasjoner og tjenesteleveranser	67
7.	Avslutning.....	69
7.1	Konklusjon	69
7.2	Begrensninger i studien	71
7.3	Videre forskning.....	71
	Bibliografi	72
	Appendiks.....	75
	Vedlegg 1: Godkjenning NSD	75
	Vedlegg 2: Samtykkeskjema	77
	Vedlegg 3: Intervjuguide.....	80

Figurliste

Figur 1 PEST-analyse.....	14
Figur 2 TAM-Modellen (Venkatesh & Davis, A Model of the Antecedents of Perceived Ease of Use: Development and Test, 1996).....	15
Figur 3 Proposed TAM2—Extension of the Technology Acceptance Model (Venkatesh & Davis, 2000).....	16
Figur 4 Theoretical Model of the Determinants of Perceived Ease of Use (Venkatesh & Davis, 2000).....	17
Figur 5 Hva er digitalisering? (Sannes & Andersen, 2018)	18
Figur 6 Strategic levels of digital transformation (Stief, Eidhoff, & Voeth, 2016)	19
Figur 7 Kunder: Endring i strategiske forutsetninger fra den analoge til den digitale alder (oversatt til norsk av kandidatene) (Rogers, 2016).....	21
Figur 8 Konkurransen: Endring i strategiske forutsetninger fra den analoge- til den digitale alder (oversatt til norsk av kandidatene) (Rogers, 2016).....	22
Figur 9 Data: Endring i strategiske forutsetninger fra den analoge- til den digitale alder (oversatt til norsk av kandidatene) (Rogers, 2016).....	22
Figur 10 Innovasjon: Endring i strategiske forutsetninger fra den analoge- til den digitale alder (oversatt til norsk av kandidatene) (Rogers, 2016).....	23
Figur 11 Verdi: Endring i strategiske forutsetninger fra den analoge- til den digitale alder (oversatt til norsk av kandidatene) (Rogers, 2016).....	23
Figur 12 Foretaksstørrelse.....	32
Figur 13 To-spørmodellen	33
Figur 14 Krav autoriserte regnskapsførerselskap.....	35
Figur 15 Krav om autorisasjon som regnskapsfører	36

1. Introduksjon

1.1 Aktualisering

Fra den første industrielle revolusjonen på midten av 1700-tallet og til i dag har det skjedd kontinuerlige og revolusjonerende utviklinger innenfor maskiner og teknologi. Den første industrielle revolusjonen handlet om å effektivisere arbeidsprosesser ved bruk av maskiner som gikk på vannkraft og damp. Den andre industrielle revolusjonen kom hundre år seinere som følge av elektrisiteten. Strøm gjorde at man nå kunne øke produktiviteten og det ble enklere og produsere store kvantum. Den tredje revolusjonen kom på 1970-tallet og handlet om å automatisere prosessene ved bruk av elektronikk og datamaskiner. Tiden vi er inne i nå omtales gjerne som «Industry 4.0» eller den fjerde industrielle revolusjonen (PWC, 2021; Sundstrøm, 2019)

«Industry 4.0 representerer mer en evolusjon enn en revolusjon og innebærer et neste steg for virksomheter som allerede har hentet ut store effekter gjennom lean, kontinuerlig forbedring etc. Gjennom en digitalisering av produkter og tjenester, samt teknologisk integrasjon både horisontalt og vertikalt i verdikjeden er det mulig å hente ut neste nivå av kostnadseffektivitet og økt produktivitet, samt skape nye forretningsmodeller og kundeplattformer.» (PWC, 2021)

En forskningsrapport fra SINTEF (2015) konkluderer med at digitaliseringen i stor grad vil påvirke både hvilke varer og tjenester virksomhetene tilbyr og hvordan disse tilbys. World Economic Forum (2018) ser på regnskap, bokføring og lønnmedarbeidere som roller som i fremtiden vil bli overflødige som følge av digitalisering og automatisering. Automatisering av prosesser og kunstig intelligens gjør at disse rollene i stor grad vil kunne erstattes av datamaskiner. Dette medfører at regnskapsbransjen i større omfang må gjennomgå et skifte mot automatisering, standardisering, og utvikle sine tjenester for å imøtekomme de nye forretningsbetingelsene.

1.2 Problemstilling og forskningsspørsmål

Tema for denne oppgaven er hvordan ny teknologi har påvirket regnskapsførerbransjen og regnskapsførerrollen. Oppgaven tar sikte på å utforske ut hvordan teknologi har påvirket tjenestene regnskapsførerselskapene tilbyr, og hvordan hverdagen til regnskapsfører har endret seg som følge av innføring av teknologi. Vi vil se på hvilke regnskapsoppgaver som utgår som følge av automatisering, hvilke arbeidsoppgaver som vokser frem, og hvordan både regnskapsførerselskapene og regnskapsførere selv har måttet tilpasse seg ny teknologi. Hvilke utfordringer, risikoer og muligheter som finnes som følge av ny teknologi er også sentrale momenter i oppgaven.

Med bakgrunn i overnevnte tema skal vi ta for oss følgende problemstilling;

«Hvordan påvirker ny teknologi regnskapsførerselskapene? Har regnskapsførers rolle endret seg som følge av ny teknologi?»

For å få svar på denne problemstillingen har vi utarbeidet følgende forskningsspørsmål:

- 1. Hvordan har ny teknologi påvirket regnskapsførerselskapene?*
- 2. Hvilke fordeler og ulemper gir ny teknologi for bedriftene?*
- 3. Hvordan har regnskapsførers rolle blitt endret som følge av teknologien?*

For å få svar på disse spørsmålene har vi gjennomført dybdeintervjuer med seks personer som til daglig arbeider med regnskap i ulike regnskapsførerselskap. Disse menneskene har vært med på, og er fortsatt deltakere i den pågående evolusjonen i regnskapsbransjen, og det er deres erfaringer vil danne grunnlaget for resultatet av denne oppgaven.

Vår motivasjon for valg av tema og problemstilling til denne oppgaven er vår felles bakgrunn innenfor regnskap og revisjon. Vi ser at det finnes flere ulike strategier for implementering av ny teknologi i bedrifter. Noen regnskapsførerselskap ligger langt foran andre i arbeidet med å automatisere og effektivisere regnskapsførsel.

2. Teoretiske momenter

Formålet med dette kapittelet er å presentere relevant teori som senere i oppgaven vil bli knyttet opp mot empiri. Kapittelet gir en presentasjon av det teoretiske grunnlaget for endringer i organisasjoner og teknologi. Kapittel 2.1 presenterer teori om endringer i organisasjoner, og hvordan mennesker forholder seg til endringer. I kapittel 2.2 presenteres teoretiske momenter rundt teknologi og digitalisering.

2.1 Endringer i organisasjoner

Sander (2020) definerer en virksomhets konkurransefortrinn som resultatet av ressurser og evner som konkurrentene ikke har, og som kundene oppfatter som viktig når de skal velge ett produkt eller en tjeneste. Tradisjonelt sett har organisasjoner vært opptatt av å skape bærekraftige langsiktige konkurransefortrinn slik at man skal oppnå en bedre markedsposisjon på lang sikt. Den kontinuerlige utviklingen av ny teknologi fører til kontinuerlige endringer i omgivelsene, og konkurransefortrinn blir forbigående fordeler (McGrath, 2013). Utvikling av ny teknologi gir dynamiske omgivelser for organisasjoner og skaper behov for endring for å kunne opprettholde og skape nye konkurransefortrinn.

2.1.1 Endring i organisasjoner

Regnskapsbransjen opplever vedvarende teknologiske endringer innenfor behandling av regnskapsinformasjon. Bilagsbehandling og programvarenes evner til å behandle og tolke informasjon er noen av disse. Disse stadige endringene i omgivelsene krever at selskapene tilpasser og endrer seg for å forbi levedyktige.

Erichsen, Solberg og Stiklestad (2018, s. 300) skriver at «*endring skal være noe som løfter og driver virksomheten videre*». Ifølge McGrath (2013) er det organisasjoner som klarer å implementere endringsbehov i organisasjonens DNA som har suksess over tid. Dynamiske omgivelser krever dynamiske organisasjoner. Tradisjonelle måter og se på forretningsstrategier blir sløsing av tid og ressurser siden omgivelsene endrer seg så raskt at på tidspunktet strategien blir iverksatt er den ofte utdatert. Organisasjoner bør forankre behovet for endring gjennomgående i organisasjonen, gjennom visjon, verdier, overordnede mål og strategier. For å oppnå suksess over tid må organisasjoner ha kultur og lederskap som fremmer og skaper rom for endringer og nytenkning.

Endringer kan deles inn i to ytterpunkter: strategisk forsterking og strategisk fornyelse (Erichsen, Solberg, & Stiklestad, 2019). Strategisk forsterkning går ut på at man retter oppmerksomheten mot å gradvis utvikle og forbedre eksisterende praksis. Strategisk fornyelse går ut på å endre måten organisasjonen opererer på ved å utfordre tankesett.

2.1.2 Årsaker til endring

Endringer i organisasjonen kan oppstå som følge av en planlagt prosess fra ledelsen, eierne eller medarbeiderne, den kan oppstå som følge av vekst i organisasjonen, som en nødvendighet for overlevelse eller som ett resultat av interessekonflikter. I noen tilfeller skjer endringer som følge av rene tilfeldigheter (Jacobsen, 2004).

I mange tilfellene skjer endring i organisasjoner som en respons på endringer i omgivelsene. Endringer i politiske, økonomiske, sosiale og teknologiske omgivelser kan føre til at organisasjonen må endre seg for å tilpasse disse ytre variablene (Galea & Sammut-Bonnici, 2014). Disse ytre faktorene forkortes gjerne til PEST (political, economic, social and technological).

2.1.2.1 PEST-analyse

Organisasjoner kan betraktes som å inngå i en del av et økosystem, hvor man har en rekke ytre variabler som påvirker organisasjonens eksistens. Disse ytre variablene deles gjerne inn i fire: politiske, økonomiske, sosiale og teknologiske (Galea & Sammut-Bonnici, 2014).

For å identifisere endringer i disse variablene, samt forstå hvordan disse endringene påvirker organisasjonen, kan det være nyttig og gjennomføre en såkalt PEST-analyse. PEST-analysen vil gi ett bilde av hvor sårbar organisasjonen er for endringer i miljøet organisasjonen opererer i, og fører gjerne til at organisasjonen selv endrer seg for å styrke posisjonen sin. På denne måten vil disse ytre variablene være kilder for endring innad i organisasjonen. Den opprinnelige PEST-analysen er av flere utvidet både til å inkludere samfunnsansvar, miljø og juridiske og demografiske variabler. I denne oppgaven har vi valgt å avgrense dette kapittelet til å kun omhandle PEST-variablene ettersom det er teknologivariabelen som er hovedfokus.

I tabellen under har vi laget ett eksempel på hvordan en PEST-analyse for ett regnskapsførerselskap kunne sett ut. Dette eksempelet er ikke en fullstendig PEST-analyse, men er laget for å belyse hvordan eksterne faktorer kan påvirke regnskapsførerselskapene.

PEST-analyse	
Politiske	Regnskapsførerselskaper må innrette seg etter stadig nye krav fra myndigheter. Eksempel på myndighetsreguleringer som påvirker driften til regnskapsførerselskapene kan være: <ul style="list-style-type: none"> - Innføring av a-melding 01.01.2015 - Innføring av SAF-T formatet 01.01.2020 - Elektronisk Handelsformat (EHF) til offentlig virksomhet 01.01.2015
Økonomiske	Endringer i økonomiske forhold kan få konsekvens for regnskapsførerselskapene eksempelvis gjennom: <ul style="list-style-type: none"> - Endringer i kunders økonomiske situasjon eksempelvis som følge av valuta- og/eller rente endringer
Sosiale	Endringer i sosiokulturelle forhold vil kunne påvirke regnskapsførerselskapene eksempelvis gjennom: <ul style="list-style-type: none"> - Økt IT-kompetanse hos kunder kan bidra til at kundene ønsker å gjøre mer av jobben selv
Teknologiske	Endringer i teknologiske forhold kan påvirke selskapene eksempelvis gjennom: <ul style="list-style-type: none"> - Endringer i regnskapssystemer krever at regnskapsførerselskapene har ansatte med IT-kunnskaper, samtidig som selskapene må bruke økte ressurser på kurs og opplæring av ansatte

Figur 1 PEST-analyse

2.1.2.2 Maslows behovspyramide

For å forstå hvordan mennesker motiveres utviklet Maslow (1954) en behovspyramide. Teorien bak denne pyramiden handler om at mennesker må ha dekket grunnleggende behov for være motivert. Behovspyramiden deler de grunnleggende behovene inn i fire nivåer:

1. Behov for vekst og selvrealisering
2. Sosiale behov, tilhørighet og annerkjennelse
3. Trygghetsbehov
4. Kroppslige behov

Menneskers behov for trygghet er en av de fire nivåene i Maslows behovspyramide. Når man gjør endringer i organisasjoner kan dette medføre at dette trygghetsbehovet blir truet, som kan bidra til at menneskene i organisasjonen blir motstandere av endringen (Yukl, 2009).

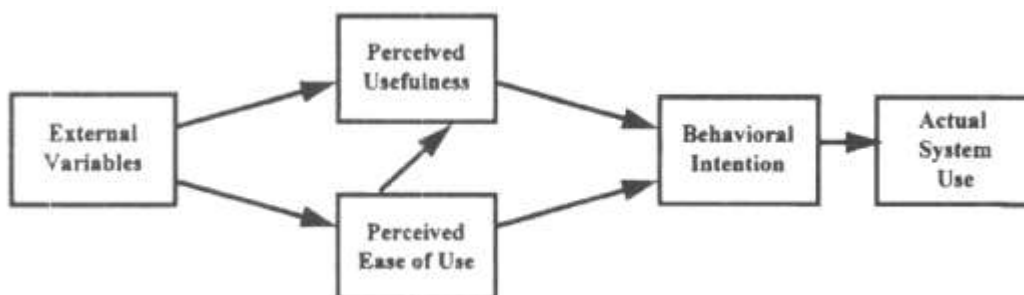
2.1.3 Motstand til endring

Mennesker har et grunnleggende trykksbehov, og ønsker i stor grad å beskytte sine egne interesser og innflytelse over egen situasjon. Dersom man anser en endring til å gå negativt utover ens egen posisjon i organisasjonen vil dette kunne bidra til at man motsetter seg endringene (Yukl, 2009).

Samtidig kan faktorer som manglende tillitt til leder, frykt for å mislykkes, og manglende tro på at endringene er nødvendige, være kilder til motstand for endring. Dersom man frykter å tape makt og status innad i organisasjonen kan dette også være en kilde til motstand (Yukl, 2009).

2.1.3.1 TAM-modellen

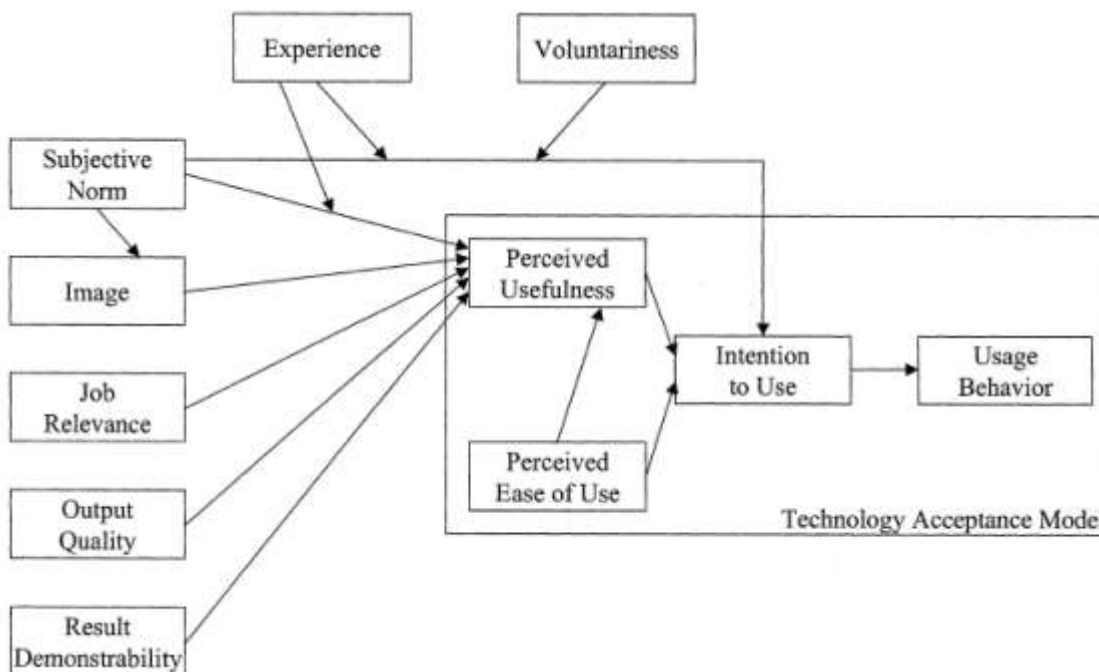
Teknologiakseptmodellen (TAM-modellen) er en modell som anses for å være en av de modellene med størst innflytelse på hvordan vi forstår individets aksept av nye informasjonssystemer (Younghua, Kozar, & Larsen, 2003). Hovedvariablene i modellen er individets oppfattede nytteverdi og brukervennlighet. Disse variablene har ifølge modellen en direkte påvirkning på hvordan den enkelte motiveres til å endre adferd når det kommer til teknologi. I vår oppgave vil oppfattet nytteverdi og brukervennlighet være grunnleggende for regnskapsførers motivasjon til å ta i bruk nye digitale hjelpemidler i sin regnskapsleveranse. En regnskapsfører som oppfatter digitale programmer som nyttige og brukervennlige er per teori mer tilbøyelig til å ta i bruk og benytte digitale teknologier i sin arbeidshverdag.



Figur 2 TAM-Modellen (Venkatesh & Davis, A Model of the Antecedents of Perceived Ease of Use: Development and Test, 1996)

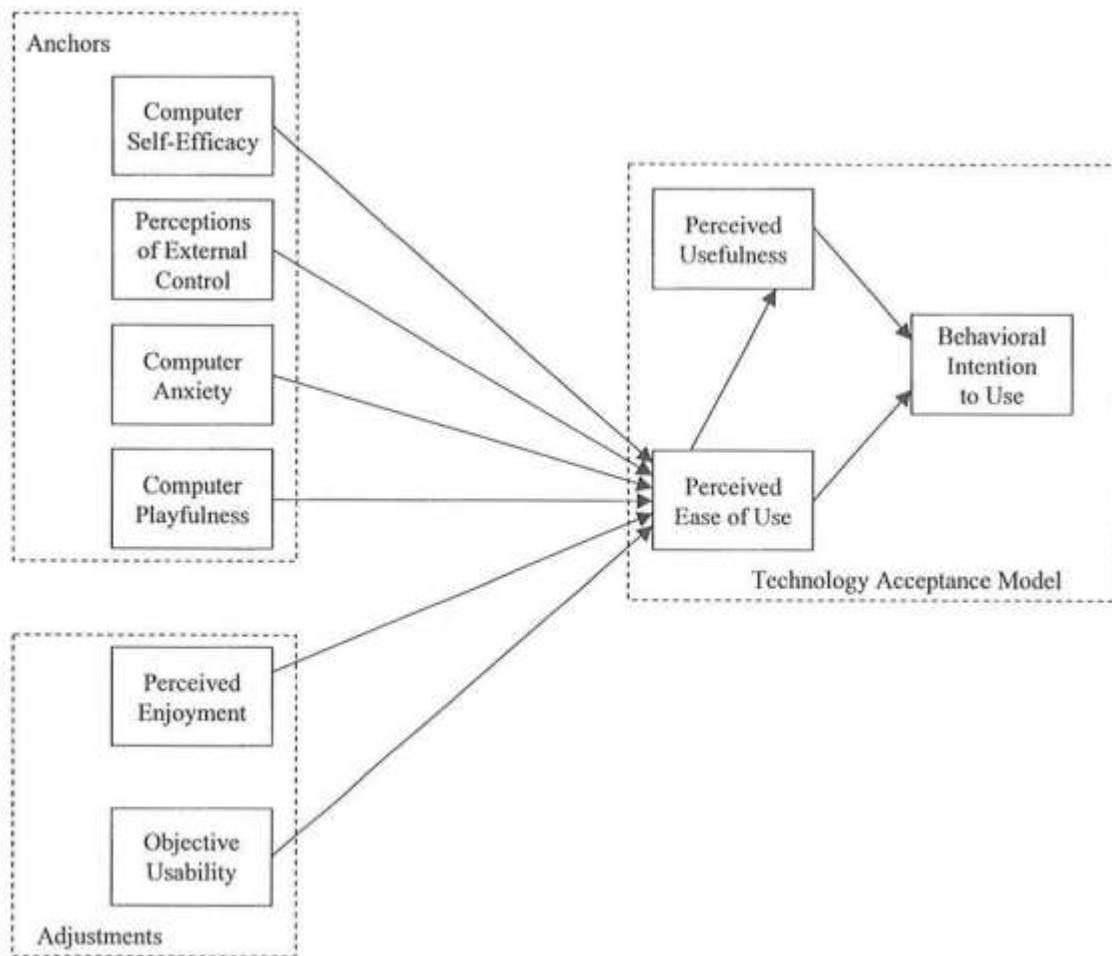
TAM-modellen ble videreutviklet av Venkatesh & Davis (2000) til TAM2-modellen. Årsaken til dette er at Venkatesh & Davis identifiserte forbedringsområder ved TAM-modellen som følge av at den ikke beskrev årsakene til oppfattet nytteverdi og brukervennlighet.

TAM2-modellen forklarer årsakene til hvorfor et individ oppfatter nytteverdien og brukervennligheten av teknologi på den måten det gjør. De faktorene som vil være sentrale i vår oppgave er direkte knyttet til oppfattet nytteverdi og formålet om å bruke teknologiene: erfaringer, frivillighet og subjektiv norm (experience, voluntariness and subjective norm, kandidatenes oversettelse). Subjektiv norm er faktoren som omhandler hvordan individets prestasjoner ved bruk av den nye teknologien vil oppfattes. I vår oppgave vil dette særlig være relevant når man ser på alder som faktor. I kapittel 4.5 vil vi se at økt alder fører til økt skepsis til teknologi på generell basis. Dette vil være relevant for faktorene om erfaring, frivillig og subjektiv norm, da usikkerhet rundt dette kan bidra til å skape denne skepsisen.



Figur 3 Proposed TAM2—Extension of the Technology Acceptance Model (Venkatesh & Davis, 2000)

I TAM2-modellen ble det samtidig lagt frem en rekke faktorer som skal ha avgjørende betydning for den oppfattede brukervennligheten. Venkatesh & Davis deler disse faktorene inn i to grupper: «ankre» (anchors, kandidatenes oversettelse) og «justeringer» (adjustments, kandidatenes oversettelse). Faktorene som i modellen er klassifisert som ankre er faktorer som går på den grunnleggende oppfattelsen av teknologi, og den grunnleggende nysgjerrigheten rundt teknologi. Det er disse som er mest relevante for oppgaven.



Figur 4 Theoretical Model of the Determinants of Perceived Ease of Use (Venkatesh & Davis, 2000)

2.1.4 Endringskapasitet

Hvor godt en organisasjon klarer å gjennomføre endringer avhenger av organisasjonens endringskapasitet (Erichsen, Solberg, & Stiklestad, 2019). Endringskapasiteten kan forstås som organisasjonens motivasjon og kompetanse for endring. Den påvirkes av ledelsens evne til å mobilisere endringer, hvordan de ansatte reagerer på endringer, og i hvilken grad organisasjonen har etablert rutiner og strukturer rundt endring. Endringskapasiteten vil være en viktig faktor for om regnskapsfører lykkes med innføringen av ny digital teknologi i tjenesteleveransen i sin organisasjon.

2.2 Teknologi

«En pinne som ligger på bakken, er en del av naturen. Men når et menneske tar den opp og bruker den som et redskap, er det teknologi» (Sundin, 1991).

Teknologi handler om å finne løsninger på problemer, eller å finne en bedre måte å løse ulike oppgaver på. Selv om teknologi er et moderne begrep vil man kunne argumentere for at teknologien alltid har vært til stede. Skipsbyggerkunst, boktrykkerpresser, kompass og teleskop er eksempler på teknologiske oppfinnelser som ble unnfanget for flere århundrer siden (PWC, 2021). Tidligere har vi omtalt at det siden den første industrielle revolusjonen på midten av 1700-tallet og frem til i dag har skjedd kontinuerlig og revolusjonerende utviklinger innenfor maskinering og teknologi. Vi er nå inne i den fjerde industrielle revolusjonen, som gjerne omtales som «Industry 4.0».

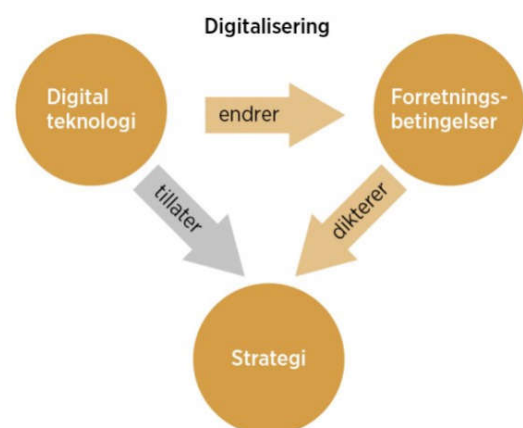
2.2.1 Digitalisering

«Digitalisering handler om å bruke teknologi til å fornye, forenkle og forbedre. Det handler om å tilby nye og bedre tjenester, som er enkle å bruke, effektive, og pålitelige» (Regjeringen, 2014).

Man må kunne utnytte ny teknologi for å kunne forbli konkurransedyktige eller skape konkurransefortrinn. Særlig er fokuset på at man gjennom å utnytte teknologiske nyvinninger vil kunne redusere kostnader, øke kvaliteten og minske risikoen (Skjelvan, 2015).

Digitalisering defineres av Sannes og Andersen (2016) som «... transformasjon fra at IT er et støtteverktøy i virksomheten til at det er en del av dens DNA. Det betyr at forretningsmodell og -praksis samt organisasjon og prosesser er designet for å utnytte dagens og morgendagens teknologi» (Sannes & Andersen, 2016, s. 1).

Ifølge Sannes og Andersen (2018) påvirker utviklingen i digital teknologi forretningsbetingelsene til en bedrift. Det kreves at bedriftene i større eller mindre grad endrer sin strategiske tilnærming til markedet, og måten de utfører sin virksomhet på for å tilpasse seg de nye betingelsene den nye teknologien gir.

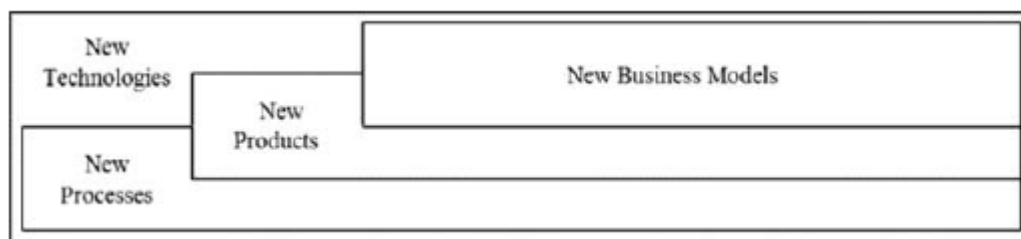


Figur 5 Hva er digitalisering?
(Sannes & Andersen, 2018)

I regnskapsbransjen har digitaliseringer bidratt til effektivisering og automatisering av grunnleggende arbeidsoppgaver som bilagsføring og avstemminger. Dette har bidratt til at regnskapsførere bruker mindre tid på tradisjonelle regnskapsoppgaver, og regnskapskontorene har måttet endre sin strategiske tilnærming til markedet for å imøtekomme den nye teknologien, eksempel vis gjennom mer fokus på rådgivning.

Gjennom sitt forskningsarbeid identifiserte Stief et al. (2016) tre strategiske nivåer som danner grunnlag for initiering og gjennomføring av digitaliseringsprosesser og digital transformasjon i bedrifter. Disse nivåene består av nye prosesser, nye produkter og nye forretningsmodeller.

«Fremveksten av nye teknologier er hoveddriveren for digital transformasjon som gjennomføres på tre strategiske nivåer: prosesser, produkter og forretningsmodeller»
(Stief et al. 2016 s. 1836, kandidatenes oversettelse fra engelsk).



Figur 6 Strategic levels of digital transformation (Stief, Eidhoff, & Voeth, 2016)

Det første strategiske nivået etter modellen er utviklingen og fremveksten av nye teknologier. Teknologisk utvikling anses for å være den mest sentrale driveren bak all digital utvikling, og er grunnpilaren når det kommer til den digitale utviklingen i bedriften. *«Det er en forutsetning for å realisere fordelene ved å implementere nye teknologier å innrette hele bedriften mot den økende bruken av nye teknologier gjennom å definere en digital strategi»* (Stief et al. 2016 s. 1836, kandidatenes oversettelse fra engelsk). Fremvekst og utvikling av nye teknologier vil i stor grad kunne positivt påvirke både eksterne prosesser og prosesser internt i bedriften. Ny teknologi vil medføre mulighet til å effektivisere interne prosesser, og samtidig gjøre tiltak som øker kvaliteten (Stief, Eidhoff, & Voeth, 2016). *«En gjennomgående digital transformasjon kan oppnås dersom prosessene er digitalt koblet sammen og er både horisontalt og vertikalt integrert i bedriftens verdiskapningskjede»* (Stief et al. 2016 s. 1836, kandidatenes oversettelse fra engelsk).

«Det andre nivået i modellen er hvordan man møter den digitale transformasjonen gjennom sine produkter» (Stief et al. 2016, kandidatenes oversettelse fra engelsk). Stief et al. (2016) peker på to ulike tilnærminger til dette steget i transformasjonsprosessen: «forbedring av eksisterende produkter gjennom digitale tjenester» og «digitalisering av selve produktet».

Det tredje og siste nivået er nye forretningsmodeller. Forskningen viser at «... bedrifter i fremtiden vil måtte justere eller fundamentalt endre sine forretningsmodeller for å forbli konkurransedyktige, for å videreutvikle sin virksomhet og for å imøtekomme kundenes behov på en tilstrekkelig måte» (Stief et al. 2016 s. 1837, kandidatenes oversettelse fra engelsk).

I rapporten «The Future of Jobs Report 2018» forventes det at mange arbeidsoppgaver innenfor regnskapsførsel, bokføring og lønn i fremtiden vil bli overflødige som følge av automatisering og kunstig intelligens (World Economic Forum, 2018). Årsaken til dette er at mange av oppgavene som utføres av regnskapsfører ikke krever særskilt kompetanse. Dette betyr at det er muligheter og behov for vesentlig digitalisering, og det vil bli nødvendig for regnskapsfører å i stor grad gjennomføre dyptgående endringer i organisasjonens forretningsmodell og i dermed også de tjenestene som leveres for å være levedyktig.

2.2.2 Den digitale organisasjon

Sannes og Andersen (2018) forklarer en digital organisasjon som en virksomhet som aktivt leter etter og tar i bruk ny teknologi og bruker denne for å skape konkurransefortrinn og utvikling innad. Digitale organisasjoner kan kjennetegnes ved at teknologi og forretning ses på som samme sak. Utviklingen av ny teknologi endrer måten varer og tjenester produseres og leveres på, i noen tilfeller vil teknologien revolusjonere forretningen til organisasjonene på en slik måte at deres tidligere forretningsområder forsvinner og erstattes av nye. Digitale organisasjoner klarer å følge med i tiden og henge med på utviklingene slik at de ikke ender opp med å prøve å selge utdaterte og gammeldagse løsninger. De aksepterer også innovasjonskostnader og ser på dette som en investering i organisasjonen. Nye ideer blir utprøvd og innovasjoner og nyutviklinger blir satt i live gjennom eksperimenteringer. Løsninger velges basert på resultat av disse eksperimentene, ikke på bakgrunn av toppledelsens oppfatninger. Digitaliseringen har gjort det rimeligere for små bedrifter å oppføre seg som store, ved at det som tidligere ble sett på som store komplekse oppgaver nå kan løses med teknologi. Eksempelvis har utviklingen av skybaserte regnskapssystemer redusert kostnaden knyttet til investeringer i program- og maskinvare. Dette gir de små

regnskapselskapene mulighet til å tilby samme teknologi til kundene sine som de store (Regnskap Norge, 2016).

2.2.3 Samhandling

Rogers (2016) omtaler i boken «*The Digital Transformation Playbook*» fem strategiske nøkkeldomener som i vesentlig grad gjennomgår endringer som følge av digital transformasjon i etablerte virksomheter og bransjer: kunder, konkurranse, data, innovasjon og kundeverdi.

2.2.3.1 Kunde

Det første domenet som må revurderes i den digitale transformasjonen er kundene og kundeforholdene. Kundene er helt sentrale i transformasjonen på grunn av at det er de som er grunnlag for eksistensen av all forretningsvirksomhet. Kundene har gått fra å være passive konsumenter til å bli noder i et dynamisk nettverk (Rogers, 2016). Dette betyr at det i den digitaliserte hverdagen ikke lenger kan tilby samme produkt til kundene som før. Kundens innflytelse har økt betydelig, og det er den enkelte kundes ønsker og behov står sterkt for å bygge konkurransefortrinn.

Fra	Til
Kunder som massemarked	Kunder som et dynamisk nettverk
Kommunikasjon kommer fra selskapet	To-veis kommunikasjon
Selskapet har størst innflytelse	Kunden har størst innflytelse
Markedsføring for å overbevise salg	Markedsføring for å inspirere til kjøp, lojalitet og beslutningspåvirkning
En-veis verdikjede	Gjensidig verdikjede
Økonomi basert på (selskapets) størrelse	Økonomi basert på (kundens) verdi

Figur 7 Kunder: Endring i strategiske forutsetninger fra den analoge til den digitale alder (oversatt til norsk av kandidatene) (Rogers, 2016)

2.2.3.2 Konkurransen

I den tradisjonelle konkurransesituasjonen konkurrerte man mot andre aktører innenfor samme bransje om å levere sitt produkt eller tjenester. Digitaliseringen har bidratt til at nye aktører er kommet på banen, og konkurrentene til en virksomhet er ikke lenger nødvendigvis virksomheter som operer innenfor samme bransje (Rogers, 2016). Eksempelvis har endringer i systemlisenser for regnskapsprogrammene bidratt til at regnskapsførerselskapene nå ikke bare konkurrerer med hverandre, men også med systemleverandørene. På en annen side har

digitaliseringen også bidratt til at skillet mellom det som anses som partnere og konkurrenter er blitt mindre tydelig. Tradisjonelt satt regnskapsførerselskapene som eier av lisensene på regnskapssystemene. I dag er det vanligere at lisensene eies av kundene. I denne situasjonen blir systemleverandørene både en konkurrent i form av at kundene kan kjøpe systemene selv direkte fra leverandøren, samtidig som regnskapsførerselskapene bruker systemene i sitt eget arbeid.

Fra	Til
Konkurranse innenfor definerte bransjer	Konkurranse på tvers av bransjer
Tydelig skille mellom partnere og rivaler	Utydelig skille mellom partnere og rivaler
Konkurranse er et null-sum spill	Konkurrenter samarbeider på nøkkelområder
Nøkkelressurser holdt internt	Nøkkelressurser holder til utenfor nettverket
Produkter med unike funksjoner og fordeler	Plattformer med partnere som utveksler verdi
Få dominante konkurrenter per kategori	Vinneren-tar-alt på grunn av nettverkseffekter

Figur 8 Konkurranse: Endring i strategiske forutsetninger fra den analoge- til den digitale alder (oversatt til norsk av kandidatene) (Rogers, 2016)

2.2.3.3 Data

Innsamlingen og bruk av data var ifølge Rogers (2016) tidligere en kostbar affære, med et grunnlag som i liten grad gav verdi ut over det formålet man samlet inn data for. I den digitale alderen er dette blitt billig og enkelt å innhente, har en større bruksverdi, og problematikken knytter seg heller til hvordan man kan utnytte data som en ressurs i virksomheten for å øke verdiskapningen.

Fra	Til
Data er dyrt å generere i selskapet	Data er fortløpende generert over alt
Utfordringen med data er å lagre og administrere den	Utfordringen med data er å utvikle det til verdifull informasjon
Selskapet bruker kun strukturert data	Ustrukturert data har økt brukbarhet og bruksverdi
Data håndteres internt	Verdien på dataen er å koble sammen flere datakilder
Data er et verktøy for å optimalisere prosesser	Data er en nøkkelressurs for verdiskapning

Figur 9 Data: Endring i strategiske forutsetninger fra den analoge- til den digitale alder (oversatt til norsk av kandidatene) (Rogers, 2016)

2.2.3.4 Innovasjon

Det fremgår av Rogers (2016) at endringen i det strategiske aspektet vedrørende innovasjon fra det analoge til det digitale har gått fra å være en intuisjons- og erfaringsbasert prosess til å være en prosess med testing og validering. Kostnadene for å gjennomføre slik testing har

gått vesentlig ned som følge av endringene. Produktene lanseres i større grad tidligere enn før, hvilket sørger for tilbakemeldinger og ytterligere justeringer.

Fra	Til
Avgjørelser gjøres basert på intuisjon og ansiennitet	Avgjørelser tas basert på testing og validering
Å teste ideer er dyrt, tregt og vanskelig	Å teste ideer er billig, raskt og enkelt
Eksperimenter gjennomføres av og til av eksperter	Eksperimenter gjennomføres fortløpende av alle
Utfordringen med innovasjon er å finne rett løsning	Utfordringer med innovasjon er å løse rett problem
Nederlag unngås for enhver pris	Det tas læring fra nederlag, tidlig og billig
Fokuset er på ferdige produkter	Fokuset er på tidlige prototyper og justeringer etter lansering

Figur 10 Innovasjon: Endring i strategiske forutsetninger fra den analoge- til den digitale alder (oversatt til norsk av kandidatene) (Rogers, 2016)

2.2.3.5 Kundeverdi

I den digitale alder er fokuset rettet mot kundens behov, proaktivitet for å finne tjenester og varer som kan gi kunden økt kundeverdi, og gi selskapet økt konkurransefortrinn (Rogers, 2016). Hva som oppfattes som kundeverdi endrer seg raskt, hvilket medfører at man i større og større grad må være proaktiv og utvikle seg før resten av bransjen.

Fra	Til
Verdiforslag er definert av bransje	Verdiforslag er definert av endrede kundebehov
Gjennomfør ditt nåværende verdiforslag	Avdekk neste mulighet for kundeverdi
Optimaliser din forretningsmodell på lenge som mulig	Utvikle deg før du må for å være foran kurven
Døm endring på hvordan det påvirker din nåværende forretningsmulighet	Døm endring på hvordan det skaper din neste forretningsmulighet
Suksess i markedet gir rom for selvtilfredshet	"Bare den paranoide overlever"

Figur 11 Verdi: Endring i strategiske forutsetninger fra den analoge- til den digitale alder (oversatt til norsk av kandidatene) (Rogers, 2016)

3. Metode

Metode går ut på å følge en bestemt vei mot ett mål (Johannessen, Christoffersen, & Tufte, 2020). I dette kapittelet skal vi gjøre rede for hvordan vi skal finne svar på problemstillingen og forskningsspørsmålene vi har utarbeidet i kapittel 1. Valg av forskningsdesign, fremgangsmåte og metode valg vil bli belyst.

Forskningsprosessen vår startet ved formulering av følgende problemstilling:

«Hvordan påvirker ny teknologi regnskapsførerselskapene? Har regnskapsførers rolle endret seg som følge av ny teknologi?»

Med tilhørende forskningsspørsmål

1. *Hvordan har ny teknologi påvirket regnskapsførerselskapene?*
2. *Hvilke fordeler og ulemper gir ny teknologi for bedriftene?*
3. *Hvordan har regnskapsførers rolle blitt endret som følge av teknologien?*

3.1 Valg av metode og forskingsdesign

I dette kapittelet vil vi beskrive hvilken metode og forskingsdesign vi har valgt for oppgaven.

3.1.1 Tilnærming

I forskningssammenheng skiller man mellom kvantitative og kvalitative tilnærminger (Johannesen et.al, 2020). Kvantitativ tilnærming, eller kvantitativ metode som det også kalles, går ut på å bruke tallmateriale som datagrunnlag. Tallmaterialet blir innhentet gjennom for eksempel en spørreundersøkelse, før det blir strukturert og satt inn i ett system slik at man kan analysere disse og trekke en konklusjon.

Kvalitativ metode derimot dykker dypere ned i temaet og gir empiri som ikke kan måles gjennom konkrete tall. Tilnærmingen går ut på at man henter inn mer detaljert data, gjennom for eksempel intervju, og bruker disse dataene til å finne ut og forklare hvorfor utbredelsen av ett eller flere fenomener er som de er.

Hensikten med vår oppgave er å finne ut hvordan ny teknologi påvirker regnskapsførerselskapene og regnskapsførers rolle. Data som beskriver endringer i organisasjoner er vanskelig og samle inn kvantitativt, og vi vurderer det slik at kvantitative

data er lite egnet til å besvare vår problemstilling. For å få svar på vår problemstilling anser vi det som mer hensiktsmessig og informasjonsgivende å snakke med menneskene som er omfattet av de teknologiske endringene gjennom en kvalitativ tilnærming.

3.1.2 Forskningsdesign

Det finnes uendelig mange ulike forskningsdesign både knyttet til kvantitativ og kvalitativ metode. Vi kommer ikke til å gå inn på kvantitative forskningsdesign ettersom dette ikke er aktuelt for vår forskning. Innenfor kvalitativ metode finnes det mange forskjellige forskningsdesign. Vi har valgt å ta i bruk det såkalte fenomenologiske designet.

Johannessen et. al (2020) beskriver den fenomenologiske tilnærmingen som «... å utforske og beskrive menneskers og deres erfaringer med – og forståelse av et fenomen» (s. 170). Målet med en fenomenologisk undersøkelse er å få frem menneskers subjektive opplevelse av en hendelse, situasjon eller ett fenomen. Målet med en fenomenologisk studie er å fange opp fellestrekk som informantene har av en gitt situasjon. I vårt tilfelle handler det om hvordan de opplever innføring av ny teknologi på sin arbeidsplass.

3.1.3 Fremgangsmåte

Når man skal sette i gang en forskningsprosess skiller man gjerne mellom tre ulike fremgangsmåter. Disse fremgangsmåtene er deduksjon, induksjon og abduksjon (Johannessen et.al, 2020). En deduktiv fremgangsmåte går ut på at man tar utgangspunkt i en teori, som man gjennom forskning skal bruke empiri for å stadfeste om teorien stemmer eller ikke. Ved en induktiv tilnærming derimot tar man utgangspunkt i empiri for å formulere en teori. Den tredje fremgangsmåten, abduksjon, er når man veksler mellom å ha en deduktiv og en induktiv tilnærming. I vår oppgave vil vi bruke en induktiv tilnærming. Vi vil bruke vår empiri for å formulere en teori om hvordan teknologien har påvirket regnskapsbransjen.

3.1.4 Intervju som forskningsmetode.

I kvalitativ forskning er intervjuer den vanligste måten og samle inn data (Johannessen et. al, 2020). Kvalitative intervjuer handler om å innhente data gjennom samtaler med mennesker. Spørsmålene som stilles i intervjuet tilpasses til hva man ønsker å undersøke. Gjennom intervjuer får man en bedre forståelse for menneskenes holdning, erfaringer og meninger rundt det man forsker på. Spørsmålene som stilles er mer åpne enn ved et spørreskjema, og man får en bedre forståelse for hvordan menneskene oppfatter fenomenet som forskes på.

Intervjuer anses som mest hensiktsmessig når formålet er å undersøke fenomen som informantene har opplevd personlig, og når man trenger å gi informantene en større frihet til å svare enn spørreskjemaer tillater. Det individuelle intervjuet anses for å være den best egnede datainnsamlingsmetoden på grunn av at vi har et utvalg med få informanter og vi ønsker å få frem de personlige oppfatningene og tankene til informantene (Jacobsen, 2021).

Det skilles gjerne mellom to ytterpunkter når det kommer til gjennomføring av intervjuer etter kvalitativ metode: strukturert- og ustrukturert intervju (Johannesen et. al, 2020). Det strukturerte intervjuet tar utgangspunkt i en plan som har fastsatt intervjuets tema, dets spørsmål og rekkefølgen på spørsmålene. Det finnes også en avstikker av det strukturerte intervjuet som også har faste svaralternativer. I den motsatte enden har vi det ustrukturerte intervjuet, eller åpne intervjuet, hvor tema er fastlagt, men hvor både spørsmålene og rekkefølgen på spørsmålene ikke er forutbestemt.

I vår forskning hopper vi litt mellom strukturert og ustrukturert. Denne måten å gjennomføre intervju på kalles ett semistrukturert intervju. I ett semistrukturert intervju tar man utgangspunkt i en forhåndsdefinert intervjuguide, men tilpasser intervjuene i større grad til situasjonen. Det semistrukturerte intervjuet tar utgangspunkt i en utarbeidet intervjuguide, men hvor tema, spørsmål og rekkefølge kan variere. Vi utarbeidet i forkant av intervjuene en intervjuguide som besto på 22 spørsmål.

Covid-19-pandemien og lange avstander mellom forfatterne av denne oppgaven vanskeliggjør gjennomføring av fysiske intervjuer med informanter. På bakgrunn av dette har vi valgt å gjennomføre intervjuene digitalt via Teams. Intervjuene vil bli gjort i sanntid, og det vil samtidig tas opptak av samtalen. Ifølge Johannesen et. al (2020) er informasjonen man får fra digitale intervju tilnærmet like god som den man får fra fysiske intervjuer.

3.2 Datainnsamling og utvalg

Vi har som nevnt valgt en kvalitativ induksjon som tilnærming med ett fenomenologisk forskningsdesign. I dette kapittelet vil vi beskrive hvordan vi skal gjennomføre studien.

3.2.1 Utvalgsstrategi

Utvalg av informanter skjer basert en rekke ulike kriterier. I vår oppgave har vi valgt å bruke et såkalt «*intensivt utvalg*». For å undersøke hvilke erfaringer regnskapsførere har med ny teknologi, er det nødvendig at informantene sitter på en erfaring rundt nettopp dette temaet.

Videre blir er det vesentlig for vår studie at informantene har vært gjennom noen teknologiske utviklinger, og vi har valgt å sette arbeidserfaring på minst ti år som ett kriterium. Demografi og alder ut over dette anser vi som uvesentlig, men erfaringskriteriet bidrar til at alderen til en viss grad presses opp. I vår empiri vil det således ikke være fokus på representativitet, men heller det at informantene som deltar i intervjuene er hensiktsmessige for problemstillingen og innehar nødvendig kunnskap og perspektiver.

Utvalget av informanter tas basert på kriteriebasert utvelgelse. Dette betyr at vi velger spesifikke informanter som oppfyller gitte kriterier (Johannesen et al., 2020). Kriteriene har vi satt for å finne den gruppen med individer som besitter hensiktsmessig og nødvendig kunnskap for å kunne innhente data til den problemstillingen vi undersøker. Våre kriterier for utvelgelse er at informantene må arbeide med regnskap til daglig, og ha minst ti års erfaring som regnskapsførere. Dette er kriterier vi mener er viktig at oppfylles som følge av at problemstillingen vår knytter seg mot regnskapsfører og teknologi i regnskapsbransjen. Det er samtidig viktig at informanten har arbeidserfaring over en del år for at hen skal ha vært med på den store utviklingen som har vært i bransjen den siste tiden. Vi velger således gjennom *«(...) systematiske vurderinger av hvilke enheter som ut fra teoretiske og analytiske formål er mest relevant og mest interessant»* (Grønmo, 2004, s. 88) også kjent som *«purposeful sampling»* eller formålsutvelgning (Johannesen et. al., 2020).

3.2.2 Utvalgsstørrelse

Utvalgsstørrelse må ses i sammenheng med fenomenet en ønsker å undersøke. I kvalitativ forskning kan det være hensiktsmessig og ha ett mindre utvalg for å få en mer dyptgående informasjonshenting. Utvalget må også sees i sammenheng med hvor mye tid, kapasitet og ressurser man har til rådighet. Det er bedre med få gode informanter, enn flere dårlige informanter. Ifølge Johannesen et. al (2020) finnes det ingen nedre grense på hvor mange kandidater man bør ha med i ett intervju, men vanligvis intervjues mellom tre og femten personer.

«En gylden regel er at det bør gjennomføres intervjuer til forskeren ikke lengre for noen ny informasjon» (Johannesen et. al. s. 74)

I vår oppgave er formålet og finne ut hvordan teknologi har påvirket regnskapsbransjen, for å undersøke dette brukte vi våre kontaktnettverk og sosiale medier til å finne kandidater som oppfylte våre krav for å delta i undersøkelsen. Kravene vi satte opp var som følger:

1. Over ti års erfaring i regnskapsbransjen
2. Ansatt i regnskapsførerselskap per dags dato
3. Arbeider med regnskap

Informantene vi har valgt er en sammensetning av både ansatte og ledere i regnskapsførerselskap. Som følge av begrensninger i ressurser valgte vi å ta utgangspunkt i å gjennomføre seks dybdeintervjuer, for så å gjøre en vurdering da disse var gjennomført om vi anså det som nødvendig og gjennomføre flere intervjuer. Da de siste intervjuene var gjennomført vurderte vi det dithen at det ikke var kommet ny vesentlig informasjon fra siste informant, og valgte dermed om ikke å gjennomføre flere intervjuer i tråd med Johannesen et. al (2020). Vi endte dermed opp med seks dybdeintervjuer.

3.2.3 Transkribering

Transkribering handler om å omvandle, i vårt tilfelle, intervjuer med informanter, fra lyd til tekst. Dette er en tidskrevende prosess. Ifølge Nilssen (2012) er prosessen såpass tidskrevende at *«en time med opptak tar fire til seks timer å transkribere, avhengig av ferdigheten til den som skriver og hvor detaljert det skal være»* (Nilssen, 2012, s. 47). Transkribering gjennomføres ved at man gjennomgår lydopptak fra intervjuer og skriver ordrett hva som sies i samtalen i tekstformat. Dette bidrar til å gjøre dataene fra forskningen enklere tilgjengelig for analyse. Samtidig bidrar det til at man kan bla frem og tilbake i intervjuet uten å måtte finne frem til nøyaktig korrekt tidspunkt i en lydfil, og det gir også anledning til å benytte seg av verktøy til analyse i kvalitative oppgaver.

I vår oppgave avtalte vi på forhånd med informantene at vi skulle ta opp intervjuet på video via Teams. Intervjuene ble så transkribert i ettertid. Transkriberingen har vært en tidskrevende prosess som har ført til store mengder tekst.

3.3 Validitet og reliabilitet

For å sikre at empirien er troverdig, pålitelig og gyldig er det viktig at forskeren vurderer og verifiserer tekstens validitet og reliabilitet.

3.3.1 Validitet

«Johannessen, Christoffersen, & Tufte (2020) forklarer validitet som gyldighet. De deler validitet inn i begrepsvaliditet, intern validitet og ytre validitet. Begrepsvaliditet dreier seg om relasjonen mellom det generelle fenomenet som skal undersøkes, og de konkrete dataene. Begrepet validitet går her ut på at dataene skal være gyldige representasjoner av det generelle fenomenet. Når vi snakker om intern validitet handler det om hvorvidt vi kan konkludere med en årsakssammenheng, eller kausal sammenheng mellom variablene. Begrepet ytre validitet handler om i hvilken grad resultater fra forskningen kan overføres i rom og tid. Det er ikke nødvendigvis slik at resultater fra undersøkelser i ett land kan overføres til et annet land, eller at resultater fra undersøkelser gjort på ett tidspunkt nødvendigvis stemmer på en senere tidspunkt» (Moe & Eriksen, 2021, s. 20).

For å sikre validitet i vår oppgave har vi valgt og ha ett relativt spesifikt utvalg av informanter. Alle informantene som ble intervjuet har erfaring med både regnskap og teknologi og må dermed anses som i stand til å bidra med data som kan hjelpe oss med å besvare problemstillingen.

3.3.2 Reliabilitet

«Reliabilitet i forskning handler om hvor pålitelige dataene er. Det er mulig å teste dataenes reliabilitet ved å sjekke om en får samme svar på samme spørsmål på ulike tidspunkt. Johannesen et. al (2020) omtaler dette som «test-retest-reliabilitet». Dersom man får samme svar på ulike tidspunkt vil dette være ett uttrykk for høy reliabilitet, altså høy pålitelighet. En annen måte å teste reliabilitet på er «interreliabilitet», denne testen går ut på at fenomenet undersøkes av flere ulike forskere. Dersom de ulike forskerne kommer frem til samme resultat, tyder dette på høy reliabilitet» (Moe & Eriksen, 2021, s. 21).

I vår undersøkelse rundt hvordan teknologi har påvirket regnskapsbransjen opplevde vi at vi fikk flere like svar fra ulike informanter. Dette er en indikasjon på at empirien har reliabilitet. Alle informantene ble i forkant av intervjuet gjort oppmerksomme på at de ville bli anonymisert i forbindelse med publiseringen av oppgaven, for å sikre at dataene de kom med var pålitelige.

3.3.3 Personvern

Datatilsynet (2021) skriver at «*personvern handler om retten til et privatliv og retten til å bestemme over egne personopplysninger*». Personvernet er ivaretatt gjennom personopplysningsloven som har som formål å sikre at deling av personopplysninger ikke fører til misbruk.

I vår oppgave har vi innhentet informasjon om informantenes navn, e-post adresse, alder, arbeidssted og utdanning. Disse opplysningene omfattes av Personopplysningsloven §31, og prosjektet er derfor meldt inn til Norsk Senter for Forskningsdata (NSF).

4. Rammeverk

I dette kapittelet vil vi presentere det juridiske og teknologiske rammeverket for regnskap og regnskapsføreres rolle. Dette rammeverket er viktig for forståelsen av regnskapsførers grunnleggende rolle, og på hvilke premisser regnskapsfører utfører sitt arbeid.

4.1 Hva er regnskap?

Regnskapet kan forklares som en sammenstilling av bokførte transaksjoner over en gitt periode som gir informasjon om økonomien i et selskap. I regnskapet blir alle inntekter, kostnader, eiendeler og gjeld systematisk registrert for at man skal kunne bruke denne informasjonen til å ta beslutninger. Ofte skilles det mellom intern- og eksternt regnskap. Internregnskapet har som formål å danne beslutningsgrunnlag for interne interessenter rundt driftsmessige avgjørelser. Dette regnskapet brukes av eiere, ledere og ansatte, og gir mer detaljert informasjon enn det eksterne. Det eksterne regnskapet derimot brukes av eksterne interessenter og gir mer oppsummerende informasjon. Dette kalles gjerne finansregnskapet, og består i hovedsak av årsregnskapet. Det eksterne regnskapet brukes av offentlige myndigheter, kunder, kreditorer med flere for å vurdere selskapets økonomiske stilling.

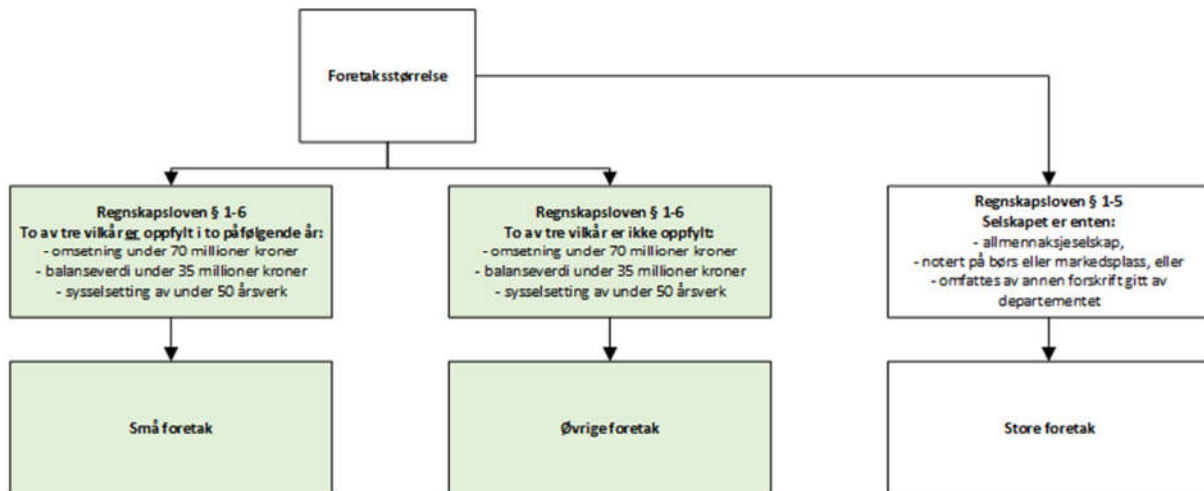
«Formålet med årsregnskapet er å gi selskapets interessenter pålitelig økonomisk og finansiell informasjon som kan bidra til at man kan danne seg et beslutningsgrunnlag knyttet til en virksomhets finansielle situasjon og økonomiske stilling» (Altinn.no, 2021).

Regnskapets fungerer som beslutningsgrunnlag når avgjørelser skal tas, men har også en prognose og kontrollfunksjon (Baksaas & Stenheim, 2015). Regnskapet danner grunnlaget for prognoser for fremtidige regnskapstall og ressursallokering, og kan brukes som indikasjon på hvordan fremtiden vil se ut. Samtidig fungerer det som en kontrollfunksjon ved at det gir svar på hvordan ressursallokeringen i en periode har vært.

4.1.1 Lover og forskrifter

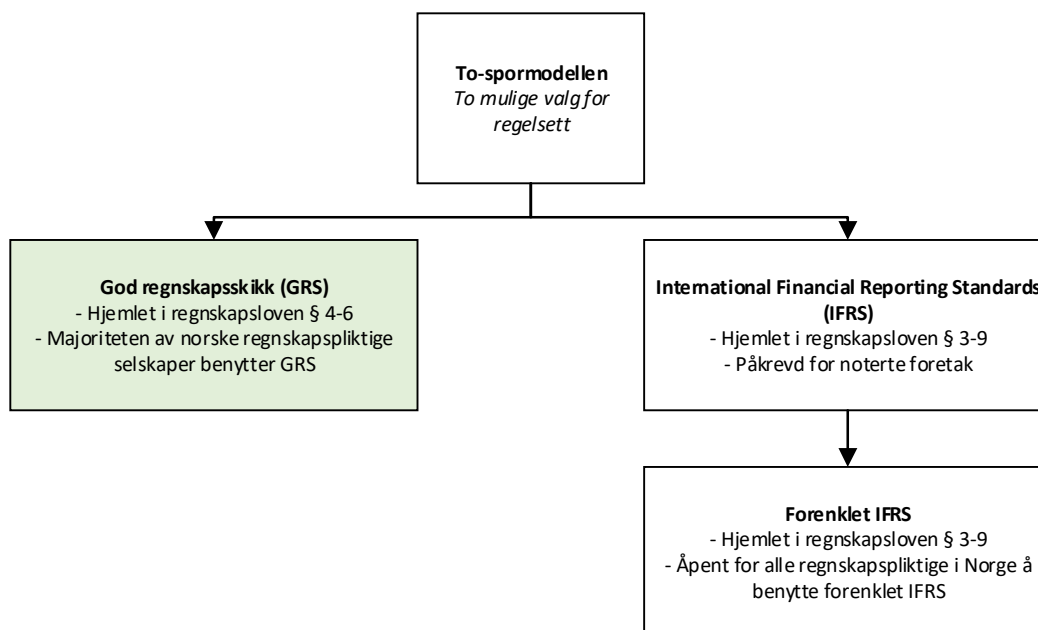
Regnskapsfører og regnskapsførerselskapene er underlagt en rekke lover og forskrifter i utførelsen av sitt arbeid. Regnskapsloven ligger til grunn for utførelsen av arbeidet som gjøres og alle virksomheter uavhengig av størrelse er i utgangspunktet underlagt av de samme grunnleggende regnskapsprinsippene. Det finnes imidlertid forenklinger for de små og øvrige foretakene sammenlignet med de store foretakene.

Modellen under viser hvordan regnskapsloven deler virksomhetene inn i tre kategorier: små foretak, øvrige foretak og store foretak.



Figur 12 Foretaksstørrelse

De fleste regnskapskontorene, og deres kunder er kategorisert som små og øvrige foretak og vi vil derfor ikke gå lengre inn på kravene knyttet til store foretak. Når det gjelder små og øvrige foretak har disse anledning til å velge mellom to ulike og jevnbyrdige regelsett, dette kalles gjerne regnskapslovens «to-spormodell». Modellen åpner opp for at man på den ene siden kan velge å benytte seg av god regnskapsskikk (GRS), og på den andre siden er det anledning til å benytte seg av forenklet IFRS. Selv om det finnes to ulike løsninger er god regnskapsskikk det dominerende sporet hos norske bedrifter, og er dermed også dominerende ved yrkesutøvelsen til regnskapsførere.



Figur 13 To-spormodellen

4.1.2 Regnskapsrapportering

Alle regnskapspliktige virksomheter skal etter regnskapsloven utarbeide årsregnskap i tråd med kravene i regnskapsloven. Årsregnskapet er en offentlig rapportering og skal fastsettes senest seks måneder etter regnskapsårets slutt. Dette betyr at alle, i et normalår, plikter å fastsette årsregnskapet i et kompetent organ før utgangen av juni i året som påfølger regnskapsåret.

Regnskapsinformasjon som kommer fra innsendt årsregnskap anses i Norge som offentlig informasjon. «Formålet med dette er å formidle relevant informasjon om en virksomhets samlede økonomiske utvikling og finansielle stilling på en slik måte at brukeren av informasjonen kan fatte gode beslutninger» (Altinn.no, 2021).

4.1.3 General Data Protection Regulation

«General Data Protection Regulation» (GDPR) er en forordning fra EU/EØS med formål om å styrke enkeltindividets personvern gjennom rettigheter til å kontrollere bruken av egne personopplysninger (Nordea, 2021).

Forordningen skiller mellom to ulike roller ved behandling av personvernsopplysninger, *behandlingsansvarlig* og *databehandler*. Personopplysningslovens art. 4 nr. 7 definerer behandlingsansvarlig som «en fysisk eller juridisk person, en offentlig myndighet, en institusjon eller ethvert annet organ som alene eller sammen med andre bestemmer formålet med

behandlingen av personopplysninger og hvilke midler som skal benyttes (...)». I personopplysningsloven art. 4 nr. 8 defineres databehandler som «en fysisk eller juridisk person, offentlig myndighet, institusjon eller ethvert annet organ som behandler personopplysninger på vegne av den behandlingsansvarlige» (Datatilsynet, 2021).

Regnskapsførerrollen er spesielt bundet av GDPR som følge av at det foreligger ett behov for store mengder personopplysninger knyttet til rollen, spesielt i forbindelse med lønnkjøringer. Regnskapsførers rolle blir her databehandler, og rollen innebærer en plikt til å ivareta at personvernopplysninger blir oppbevart på en slik måte at den ikke er tilgjengelig for uvedkommende.

4.2 Regnskapsførerrollen

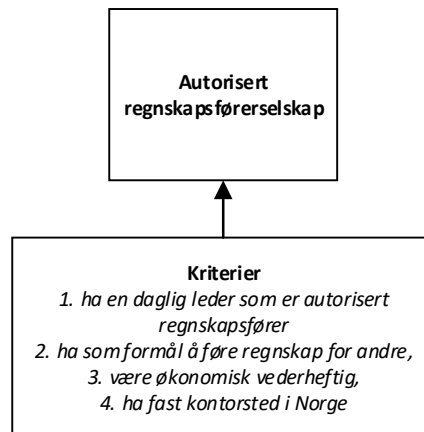
«Som regnskapsføring etter denne lov regnes utføring av oppdragsgivers plikter etter regnskaps- og bokføringslovgivningen og utarbeidelse av oppgaver og opplysninger for oppdragsgiver som denne skal gi i henhold til lov eller forskrift» (Regnskapsførerloven § 2 første ledd)

Regnskapsfører er den personen som fører regnskapet i en organisasjon. De vanligste oppgavene for regnskapsfører *«er å hjelpe kundene med å etablere regnskapssystem, interne rutiner, stå for den løpende regnskapsføringen (bilagssortering, skanning, kontering, bokføring), foreta avstemminger, utarbeide merverdiavgiftsoppgaver, skattetrekk- og arbeidsgiveravgiftsoppgaver samt utarbeide årsregnskap og ligningspapirer. Mange regnskapsførere bistår også kundene med lønninger, fakturering og remittering (betalinger)»* (Finansdepartementet, 2008)

Regnskapsfører kan være ansatt i selskapet den fører regnskapsfører for, da kalt «intern regnskapsfører», eller den kan føre regnskap for andre enn sin arbeidsgiver som en såkalt «ekstern regnskapsfører». Regnskapsførerloven § 1 definerer ekstern regnskapsfører som *«enhver som i næring påtar seg å føre regnskap for andre (...), skal være autorisert av Finanstilsynet i samsvar med denne lov»*. Personer som påtar seg oppdrag med å føre regnskap for andre må jf. regnskapsloven enten være autorisert regnskapsfører, eller være ansatt i et autorisert regnskapsførerselskap.

4.2.1 Autorisert regnskapsførerselskap

Selskaper som har som virksomhet å føre regnskap for andre må inneha autorisasjon som regnskapsførerselskap. Autorisasjonen stiller krav til daglig leder, formål, økonomisk situasjon og kontorsted for selskapet. Disse vilkårene kommer frem av regnskapsførerloven § 6 første ledd og er vist i modellen under (Finanstilsynet, 2017).



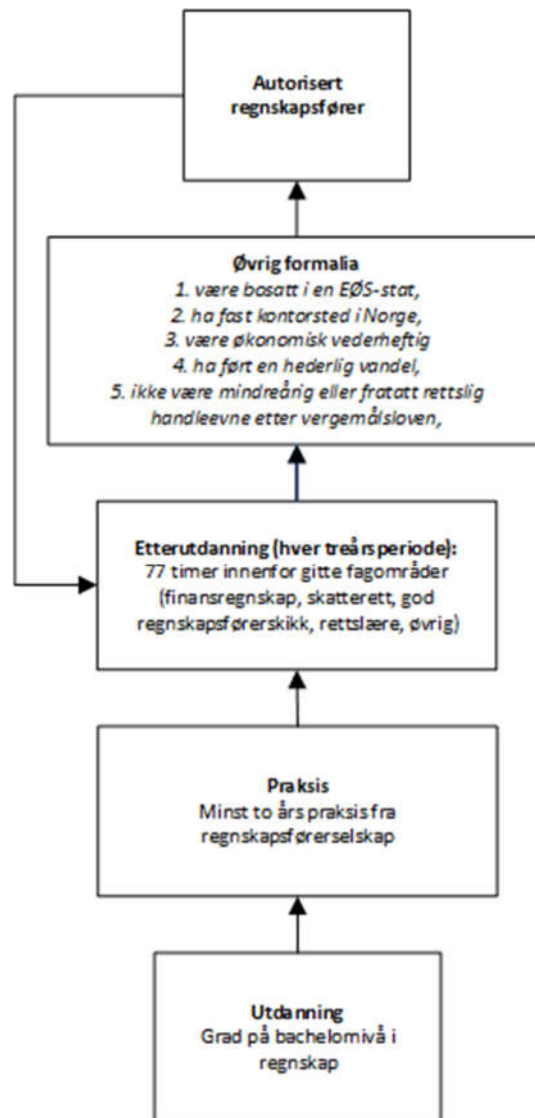
Figur 14 Krav autoriserte regnskapsførerselskap

For å inneha autorisasjon som regnskapsførerselskap er hovedregelen at daglig leder må være autorisert. Det finnes imidlertid unntak fra dette kravet dersom selskapet ikke driver annen virksomhet enn regnskapsføring, har minst 20 årsverk, selskapet har en faglig leder med autorisasjon, minst ett av styremedlemmene er autorisert, og at selskapet har skriftlige retningslinjer for faglig leders oppgaver og rapportering til daglig leder (Finanstilsynet, 2017). Selskapet må i tillegg ha som formål å føre regnskap for andre, og dette må være innmeldt til Foretaksregisteret. Det stilles også krav til økonomisk situasjon for regnskapsselskapet, og at selskapet må ha kontorsted i Norge.

4.2.2 Autorisert regnskapsfører

For å få autorisasjon som regnskapsførerselskap som nevnt over må daglig leder eller fagansvarlig personlig autorisasjon som regnskapsfører. Autorisasjonen ble innført for å sikre brukere av regnskapsførertjenester «...et betryggende faglig kvalitetsnivå hos regnskapsførere, og i tillegg arbeide frem en mer høyere faglig yrkesetisk standard blant regnskapsførere» (Regjeringen, 2018). Autorisasjonsordningen lovfestet i regnskapsførerloven og fratok uautoriserte regnskapsførere muligheten til å føre regnskap for andre.

Tittelen autorisert regnskapsfører er innført som en beskyttet tittel, i motsetning til «regnskapsfører»-tittelen som kan brukes av alle. For å bruke tittelen autorisert regnskapsfører må man oppfylle flere krav som er lovfestet i regnskapsførerloven, disse kravene er oppsummert i modellen under.



Figur 15 Krav om autorisasjon som regnskapsfører

Uavhengig om det engasjeres en intern eller ekstern regnskapsfører vil ansvaret for at bokføring og avleggelse av regnskap er utarbeidet i samsvar med lover og regler ligge på den regnskaps- og bokføringspliktige. Det er altså selskapene selv som står ansvarlige for at lover og forskrifter overholdes, uavhengig av hvem som utfører arbeidet. En autorisert regnskapsfører plikter dog etter regnskapsførerloven § 2 å «utføre sine oppdrag i samsvar med bestemmelser i og i medhold av lov og i samsvar med god regnskapsførerskikk».

Ifølge tall fra Regnskap Norge var det i 2020 så mange som 11 854 autoriserte regnskapsførere i Norge, og 2 728 autoriserte regnskapsførerselskap. Det var i samme periode registrert så mange som 18 506 regnskapsførere i andre kvartal av 2021 uavhengig av autorisasjon. (Regnskap Norge, 2021).

4.3 Teknologiske utviklinger i regnskapsbransjen

Regnskapsbransjen har de siste tiårene vært gjennom store endringer. Utviklingen av internett og datamaskiner har ført til effektiviseringer og automatiseringer av tradisjonelle arbeidsoppgaver. Ny teknologi kommer fortløpende, og selskapene må henge med for å overleve i en verden i kontinuerlig endring.

4.3.1 Skybaserte regnskapssystemer

Den største teknologiske utviklingen i regnskapsbransjen kan knyttes til fremveksten av skybaserte regnskapssystemer. De nye systemene har bidratt til at regnskapet nå er tilgjengelig for alle deltakere til enhver tid, forutsatt at en har tilgang til internett. Skysystemene forenkler deling av informasjon mellom de involverte partene, samtidig som regnskapet blir mer a jour.

Det finnes en rekke ulike tilbydere av skybaserte regnskapssystemer, og det vokser stadig frem nye. Regnskapsførerselskapene hadde tidligere et begrenset antall systemer å velge mellom, mens de i dag har en rekke ulike alternativer. Selv om systemene har til felles at alle er skybaserte finnes det ulikheter i oppsettet som gjør at noen systemer gjerne er foretrukket fremfor andre. Regnskapssystemer som er skreddersydd for konkrete bransjer blir mer og mer vanlig. Dette bidrar til at regnskapsfører i større grad må gjøre vurderinger knyttet til valg av hvilke systemer som passer best til hvilke kunder.

Ny teknologi har også bidratt til effektivisering av prosesser og forenklinger av rapporteringer. I de påfølgende kapitlene vil vi gå gjennom digitaliseringene som har hatt mest betydning for regnskapsbransjen.

4.3.2 Integrasjoner og API

I større bedrifter tar man ofte i bruk flere systemer som bistår bedriften på ulike områder. Man har gjerne egne systemer for lager, lønn, prosjektstyrings og nettbutikker i tillegg til selve regnskapssystemet. Informasjon som ligger i lagersistem som omhandler verdier på varelager, ukurans, nedskrivninger etc. er økonomisk informasjon som må eksporteres inn i

regnskapssystemet. I «gamle dager» tok man gjerne ut lister fra for eksempel lagersystemer og punchet de inn manuelt, etter hvert som tiden gikk fikk man såkalt «semi-automatikk» som går ut på å ta ut filer (ofte Excel) for så å importere denne filen i regnskapssystemet.

“API (Application Programming Interface) er ett programmeringsgrensesnitt som brukes for å utveksle data mellom to forskjellige applikasjoner” (Visma, 2021). Grensesnittet forteller hvordan systemer er oppbygde og hvordan man kan integrere det med andre system.

Etter hvert som teknologien har utviklet seg har flere og flere systemer innført sømløse integrasjoner som overfører informasjonen automatisk på forhåndsbestemte tidspunkt. Eksempelvis kan integrasjoner mellom lager- og regnskapssystem bidra til at verdiene på varelager blir overført daglig, ukentlig eller månedlig til regnskapssystemet, alt etter hva behovet er. Disse integrasjonene forenkler regnskapsførers jobb, samtidig som man kan unngå menneskelige feilkilder ved at informasjonen sendes direkte fra ett system til ett annet.

4.3.3 EHF

Elektronisk handelsformat (EHF) er et standard format for elektronisk fakturering mellom virksomheter. Dette er en automatisering av bilagsflyt som sørger for mindre manuelle prosesser enn andre fakturatyper (Thordebrand, 2021). En faktura mottatt på EHF vil gå direkte inn i bilagsflyt, og bli automatisk tolket. De blir tilgjengelig for mottaker i systemet uten at det krever at noen prosesser gjennomføres før dette punktet. Formatet kreves av offentlige etater i forbindelse med anskaffelser og er hjemlet i «Forskrift om elektronisk faktura i offentlige anskaffelser», hvilket bidrar til at flere og flere bedrifter tar i bruk formatet. Formatet bidrar til en standardisering av format som fører til at ulike systemer kan snakke sammen.

Alle statlige organisasjoner skal kreve faktura i EHF, og fra og med 1. januar 2015 ble også alle norske kommuner pålagt å kunne ta imot formatet (Visma, 2021).

4.3.4 Automatisk tolkning av inngående faktura og bilagsflyt

De fleste moderne regnskapssystemene har forsystemer som gjennomfører en automatisk lesing av fakturaer. Dette medfører en reduksjon i regnskapsførers arbeid knyttet til plotting av KID-nummer, kontonummer, beløp, datoer mv. Det er gjerne mulig å enten skanne og laste opp inngående fakturaer, eller å motta inngående fakturaer via såkalte «drop-e-poster» direkte i forsystemet/bilagsføring, hvorpå disse automatisk leses av systemet. Dette er ikke

nødvendigvis det mest pålitelige systemet da feil kan forekomme som følge av dårlige skanninger eller lignende.

I tillegg har de fleste systemet en såkalt bilagsflyt hvor man kan sette opp systemet slik at faktura som skal godkjennes havner hos rett person. I mange selskaper har man prosjektrekskap og alle inngående fakturaer knyttet til ett gitt prosjekt skal godkjennes av en prosjektleder. Samtidig har man gjerne en beløpsgrense hvor faktura over ett gitt beløp også skal godkjennes av daglig leder. Bilagsflyt automatiserer denne prosessen slik at faktura havner til godkjenning basert på for eksempel prosjekt, og man slipper manuelt arbeid knyttet til å få fakturaene godkjent.

4.3.5 Bankintegrasjon

Mange av de mest moderne regnskapssystemene har muligheten for direkte integrasjon av banktransaksjoner i regnskapssystemet, og gjennomføring av automatiske bankavstemminger, eller i stor grad forenkle arbeidet som gjennomføres. Dette sørger for at behovet for å krysse kontoutskrifter som tidligere ble utført av regnskapsfører er forenklet og delvis automatiseres.

4.3.6 OCR

Optical Character Recognition (OCR) er en automatisering av fakturainnbetalinger utført med KID. Transaksjoner hvor OCR benyttes gir automatisk returinformasjon som oppdateres til regnskapssystemet gjennom overføringer. Dette medfører at innbetalinger automatisk gjenkjennes og attribueres til kunde. Dette fører til at reskontro kan oppdateres uten at regnskapsfører trenger å manuelt registrere innbetalinger på de korrekte kundene (Nordea, 2021).

4.3.7 A-meldingen

A-meldingen er navnet på den månedlige rapporteringen av lønns- og arbeidsforhold som selskap med ansatte er pliktige til å rapportere til Skatteetaten, Statistisk sentralbyrå og NAV (Debet, 2021). A-meldingen sendes elektronisk og ble innført 1. januar 2015, den erstatter den tidligere lønns og trekkoppgaven som ble sendt inn via papir eller diskett/CD/tape (Skatteetaten, 2007).

A-meldingen sendes som regel direkte fra lønssystemet. Dette forenkler arbeidet med innrapporteringen sammenlignet med lønns- og trekkoppgavene i og med at alle nødvendige

opplysningene allerede finnes i lønssystemet. Samtidig gjør denne automatiseringen at myndighetene har mulighet til å innhente langt mer informasjon enn hva som tidligere var mulig.

A-meldingen inneholder en rekke informasjon som gjelder arbeidsforhold i selskapet. Blant annet gir meldingen informasjon om når en ansatt startet, stillingsprosent, hvilken stilling den ansatte innehar og eventuell sluttdato. Fra og med 2021 ble det virksomhetene pålagt å også opplyse om årsak til sluttdato ved opphør av arbeidsforhold (Skatteetaten, 2021). Permitteringer og permisjoner er andre forhold med arbeidsforhold som også innrapporteres gjennom denne løsningen

A-meldingen gir også informasjon knyttet til arbeidsinntekt og andre naturalytelser i arbeidsforholdet. Arbeidsinntekt rapporteres inn med ulike koder som identifiserer om det er fastlønn, timelønn, bonus, naturalytelser etc. Dersom inntekten er opptjent i ett annet land enn Norge vil dette også komme frem via A-meldingen ved at man bruker koder som knytter inntekten opp mot utland, samtidig som man legger inn landkoder for hvor inntekten er opptjent. I tilfeller hvor ansatte jobber på båt vil informasjon fra a-meldingen legges til grunn for eventuelt sjømannsfradrag. Informasjon om hvilket fartøy inntekten er opptjent på, hvilket skipsregister båten er registrert i samt om båten har vært innen- eller utenriks er også informasjon som gis via a- meldingen.

Fra og med 1. januar 2021 ble det også krav om at virksomheter må opplyse om hvilken pensjonsinnretning de har inngått avtale med vedrørende obligatorisk tjenstepensjon (Maksit, 2020). Samtidig ble det innført krav om rapportering av utleggstrekk til skatteoppkreveren via A-meldingen.

A-meldingen og den uendelige muligheten for oversending av informasjon gjennom ett enkelt tastetrykk fra lønssystemet bidrar til å redusere feilkilder ved innsending av skattemeldingene (tidligere selvangivelsen) for privatpersoner ved at skattemeldingen blir forhåndsutfylt basert på informasjonen som er sendt fra lønssystemet. Samtidig får offentlige myndigheter innhentet informasjon på en mer effektiv og pålitelig måte. A-meldingen sendes inn månedlig innen den 5. påfølgende måned og bidrar til at de offentlige etatene raskere får informasjon tilgjengelig enn før.

4.3.8 SAF-T

Standard Audit File-Tax-format (SAF-T) er ett standardisert format for utveksling av regnskapsmateriale. SAF-T skal forenkle arbeidet med rapportering til offentlige myndigheter ved at alle virksomheter rapporterer med samme format. Samtidig skal standardiseringen gjøre det lettere å utføre interne kontroller, analysere data og dele data med andre. Det vil også forenkle arbeidet med integrasjoner og dersom en velger og bytte regnskapssystem. Fra 1. januar 2020 innførte Skatteetaten krav om at alle regnskapssystemer skal kunne kjøre rapporter i henhold til SAF-T formatet (Skatteetaten, 2021). Bakgrunnen for dette kravet er innføring av den nye skattemeldingen som gradvis innføres fra og med inntektsåret 2021, samt den nye skattemeldingen for merverdiavgiftsavgiftsoppgaver som kom fra og med 1. januar 2022. Både den nye skattemeldingen og skattemeldingen for merverdiavgift er bygget opp på SAF-T formatet. Personlig næringsdrivende skal levere den nye skattemeldingen fra og med inntektsåret 2021, mens andre selskaper gradvis skal overføres i de påfølgende årene. Innen 2024 skal alle selskaper levere den nye skattemeldingen (Skatteetaten, 2021).

4.4 Muligheter

Teknologien bidrar til at den tradisjonelle regnskapsførerrollen endres, men gir samtidig nye muligheter innenfor regnskapsområdet. Effektivisering og automatisering av grunnleggende arbeidsoppgaver som bilagsføring frigir tid for regnskapsføreren. Denne tiden kan brukes til å fordype seg i regnskapet og driften, slik at man i større grad kan bistå med rådgivning enn tidligere.

Utviklingen av skybaserte regnskapssystemer gjør kostnaden knyttet til investeringer i program- og maskinvare er betydelig redusert. Dette gir de små regnskapsselskapene mulighet til å tilby samme teknologi til kundene sine som de store (Regnskap Norge, 2016). Samtidig gjør de skybaserte systemene det mulig å jobbe fra hvor som helst, så lenge det er internettforbindelse. Det er dermed ikke nødvendig for regnskapsselskapene og lokalisere seg på den mest sentrale, og gjerne dyreste adressen i området de operer i. Samtidig som antall potensielle kunder øker når de ikke lengre trenger å være fysisk til stede.

4.5 utfordringer

De største utfordringene knyttet til digitaliseringsprosessen i bedrifter er at det foreligger mangel på standardisering, og at det ikke foreligger tilstrekkelig teknologisk kompetanse

(Skjelvan, 2015). Manglende standardisering fører til at systemer ikke snakker sammen på en effektiv måte som fører til ineffektivitet og økte kostnader ved digitalisering. Større kompleksitet i prosesser som behandles av ustandardiserte informasjonsutveksling fører til hindre for fremdrift i digitalisering (Skjelvan, 2015).

Den andre store utfordringen knytte til digitalisering er mangel på kompetanse i organisasjonen. På grunn av hurtig utvikling i teknologi er det krevende å opprettholde kompetanse på digitalisering. Digitaliseringen fører til økt etterspørsel etter enkelte typer kompetanse, hvilket fører til et press i arbeidsmarkedet og potensiell mangel på ledig kompetanse i markedet. Denne mangelen på kompetanse, og at man ikke har mulighet til å rekruttere korrekt kompetanse kan fører til at man utsetter innføringen av ny teknologi og nye digitale forretningsmessige løsninger, og at viljen til å endre uteblir (Skjelvan, 2015). Dermed kan det oppstå en situasjon der man ikke kan oppnå konkurransefordelene digitaliseringen kan medføre. Kompetansemangelen oppleves som større for små bedrifter (Skjelvan, 2015).

Regnskapsbransjen preges av høy gjennomsnittsalder. En FOCUS-undersøkelse av regnskapsbedrifter med mellom 4 og 20 ansatte i 2016 utført av NHH kommer det frem at gjennomsnittsalderen for regnskapsførere er på 46,3 år (Schei, Sverdrup, Sandvik, & Tjølsen, 2016). En undersøkelse publisert av SSB viser at hele 56% av personer i aldersgruppen 45-54 år har grunnleggende eller mangelfulle digitale ferdigheter (Statistisk Sentralbyrå, 2017). I aldersgruppen 55-64 år øker tilsvarende til hele 65%. Dette viser at økt alder betyr lavere digital kompetanse. Sett sammen med gjennomsnittsalderen i regnskapsbransjen gir dette indikasjoner på at bransjen står ovenfor utfordringer knyttet til de ansattes digitale kompetanse. Mangelen på digital kompetanse kan være et stort hinder for digitalisering i en bransje som er svært preget av ny teknologi. Dette kan medføre at regnskapsbransjen i større grad vil utsette det å ta i bruk ny teknologi som følge av mangelen på digital kompetanse.

En annen utfordring kan knyttes til interessentene. Regnskapsførerselskapers kunder jobber innenfor andre bransjer og ønsker gjerne ikke å bruke de ressursene som kreves for å bytte regnskapssystem. Selv om effektivisering på sikt vil føre til en kostnadsbesparelse kan man treffe på en motvilje til endring som følge av ressursene det krever for å gjennomføre den. Selskaper som har hatt samme regnskapssystem i årevis, og som kjenner dette godt, vil kunne synes at det å sette seg inn i ett nytt system vil bli for tidkrevende.

4.5.1 Dataangrep

«Dataangrep er et teknisk angrep mot en maskin eller tjeneste som truer sikkerhetstjenestens konfidensialitet, integritet og/eller tilgjengelighet» (Store Norske Leksikon, 2022)

Politiets Sikkerhetstjeneste (PST) sin nasjonale trusselvurdering for 2022 trekker frem dataangrep som en av de største truslene mot den nasjonale sikkerheten. Nasjonal sikkerhetsmyndighet (NSM) har registrert en tredobling av alvorlige dataangrep fra 2020 til 2021 mot både offentlige og nasjonale virksomheter. Dette støttes opp av en undersøkelse gjort av PWC (2022) som viser at 4 av 10 norske ledere er svært bekymret for cyberkriminalitet. Rapporten sier at lederne i hovedsak er redde for at ett dataangrep skal sette dem ut av spill slik at de blir forhindret i å selge sine produkter og tjenester. I Deloitte sin «Tech Trends rapport» for 2022 spår de at kostnadene knyttet til cyberkriminalitet vil 3-4 dobles fra 2015 til 2025 og at kostnadene kan utgjøre hele 10,5 trillioner amerikanske dollar.

5. Empiri/resultat

Vi vil i løpet av dette neste kapittelet presentere funnene fra vår forskning. For å få svar på problemstillingen om hvordan teknologi har påvirket regnskapsførerselskapene og regnskapsførers rolle har vi gjennomført dybdeintervjuer av personer med god innsikt i bransjen.

Gjennom dybdeintervjuene kom det frem at teknologien har påvirket regnskapsførerselskapene og regnskapsførers rolle i stor grad. Både selskapene og regnskapsfører har måttet tilpasse seg i takt med utviklingen av teknologi, og implementeringen av nye teknologier fremstår som uunngåelig. De nye teknologiene har skapt utfordringer for selskapene, og det kom fram at menneskelige faktorer spiller en stor rolle for hvordan, og når, ny teknologi tas i bruk.

Våre tanker i forkant av dybdeintervjuene var at regnskapsbransjen lå foran mange andre bransjer når det gjaldt og ta i bruk ny teknologi. Vi hadde forventinger til at informantene kunne bidra med informasjon om hvordan teknologien har påvirket deres rolle som regnskapsfører og regnskapsførerselskapet de arbeider i. I dybdeintervjuene ble disse forventningene innfridd, og vi opplevde i stor grad at informantene satt på relevante erfaringer knyttet til implementeringer av ny teknologi.

Funnene i forskningen vår er presentert under. Kapittel 5.1 tar for seg hvordan ny teknologi har påvirket regnskapsbransjen og hvem som fremstår som pådrivere bak implementeringen av ny teknologi. Hvilke tilpasninger som har blitt gjort, samt motivasjoner og utfordringer knyttet til implementering av ny teknologi omtales også i dette kapittelet. I kapittel 5.2 tar vi for oss hvordan regnskapsførers rolle har blitt endret som følge av ny teknologi og aspektene rundt dette.

5.1 Digitalisering av regnskapsbransjen

Digitalisering har ført til mange endringer i regnskapsbransjen det siste tiåret. På spørsmål om hvilke nye teknologier informantene har tatt i bruk de siste ti årene trekkes innføring av heldigitale skybaserte regnskapssystemer frem som den største endringen. De nye systemene bidrar til at man i stor grad kan forholde seg til ett system, i stedet for å måtte forholde seg til separate systemer til ulike regnskapsoppgaver.

«... alt er jo blitt automatisert. Vi sitter jo ikke og trykker lengre ...» (Informant 5)

Mer konkret trekker samtlige frem at automatisk tolkning av bilag var revolusjonerende i regnskapsbransjen da dette kom. OCR, EHF og bankremittering direkte fra systemene trekkes også frem som relativt nye teknologier som er blitt tatt i bruk.

5.1.1 Pådrivere for teknologi

Gjennom våre dybdeintervjuer har vi undersøkt hva informantene oppfatter som de største pådriverne for innføring av ny teknologi. Informantene trekker særlig frem fem «typer» av pådrivere for innføring av ny teknologi i leveranse av regnskapstjenester: offentlige krav, systemleverandører, kunder, interne krefter og utvikling i teknologi.

5.1.1.1 Offentlige krav

En av de største pådriverne bak innføring av nye teknologiske løsninger er stadig nye krav fra offentlige etater om digital rapportering. Krav fra offentlige etater er i mindre grad frivillig, men heller påtvunget nyvinning. Dette medfører at regnskapsfører må innføre nye rutiner og løsninger for å kunne tilfredsstille kravene fra etatene. Svært sentralt i dette står særlig elektronisk handelsformat (EHF), SAF-T og A-meldingen. Fra og med 2019 ble det innført krav om at EHF skulle brukes ved sending av faktura til offentlige kunder. SAF-T ble innført som en OECD-standard for elektronisk utveksling av regnskapsinformasjon, og fra og med 1. januar 2020 innførte Skatteetaten krav om at alle regnskapssystemene måtte håndtere dette SAF-T formatet. A-meldingen som ble innført fra og med 1. januar 2015 var en revolusjonerende måte å rapportere forhold rundt lønn på. Rapportering via A-melding har siden blitt utvidet ytterligere. Disse tre kravene fra offentlige etater har bidratt til at store endringer i eksisterende systemer, samtidig som det har vokst frem en rekke nye regnskapssystemer.

5.1.1.2 Systemleverandører

En annen vesentlig pådriver for teknologi som trekkes frem av informantene er systemleverandørene. I enkelte tilfeller blir disse pådrivere gjennom at systemleverandørene stadig utvikler nye løsninger til systemer. En vanlig praksis er at større aktører kjøper opp eldre systemer, for så å legge dem ned for å få regnskapsførerne over på sine foretrukne systemer. Gjennom dette tvinges regnskapsførerne over på andre systemer, og til å ta i bruk ny teknologi. Systemleverandørene blir også en pådriver gjennom at det i større grad er kundene

selv som velger systemer, og det blir mer og mer vanlig at systemleverandørene har reklamekampanjer direkte rettet mot kundene for å få de over på sitt system.

5.1.1.3 Kunder

I noen tilfeller er det kundene selv som oppfattes som pådrivere. Noen informanter har opplevd at i enkelte tilfeller kommer kunden i egen regi til regnskapsfører og forespør nye løsninger, spesifikke systemer eller integrasjoner mot etablerte systemer. I disse tilfellene må regnskapsfører ta i bruk nye teknologier for å møte kravene til kundene. Informantene forklarer at dette må gjøres for å opprettholde konkurransefortrinn og for å unngå å miste kunder. I alle de nevnte situasjonene erfarte regnskapsfører at kunden som etterspurte nye løsninger i form av ny teknologi var av yngre alder.

«... jeg har jo noen få nye kunder som (...) er like gamle som ungene mine som tør å satse, og de er jo kanskje (...) hakket foran meg og spør» (Informant 3)

5.1.1.4 Interne krefter

En svært sentral gruppe som fungerer som pådriver for innføring av nye teknologi er bedriften og/eller regnskapsfører selv. Hos den absolutte majoriteten av informantene var internt press en svært viktig pådriver for innføring av teknologi. Det interne presset oppstår ifølge informantene som følge av at man ønsker å redusere kostnader og redusere arbeidsbelastning i de mest belastede periodene.

«Jeg tenker jo at vi prøver å være litt forut da, for det er ikke alltid kunden vet hva de trenger heller (...). At vi er litt på forskudd (...) og følger med hvilke nye muligheter de har, det går jo på forskjellige bransjer og, noen trenger avanserte systemer med lager og diverse, mens har bare helt enkle konsultentselskap (...) så at vi kan tilpasse oss alt etter hva kundene trenger». (Informant 5)

5.1.1.5 Utvikling i ny teknologi

Informantene trekker også frem «teknologien i seg selv» som en vesentlig pådriver for innføringen av ny teknologi. Dette henger ifølge informantene sammen med press fra både systemleverandører, kunder og regnskapsfører selv.

«... de ser jo endringer i andre ting, f.eks. i nettbanken, og så forventer de det samme i regnskapet sitt». (Informant 6)

Den stadige utviklingen innenfor informasjonsteknologi, automatisering og integreringsløsninger i andre bransjer har stor innflytelse på teknologien i regnskapsbransjen. Årsaken til dette er at flere og flere systemer tilrettelegger for automatisk og elektronisk overførbar informasjon. Dette medfører at regnskapsfører må ta i bruk nye former av teknologi for å sørge for integrasjon mellom ulike systemer som tidligere ikke nødvendigvis snakket sammen. Dette kan knyttes opp mot Galea & Sammut-Bonnici (2014) teori om at endringer i organisasjoner skjer som en respons på endringer i omgivelsene. Organisasjoner må endre seg for å tilpasse seg ytre variabler. I det nevnte eksempelet påvirker endringer i nettbanken kundenes forventninger til bankrelaterte tjenester i regnskapsførersystemet.

5.1.2 Tilpasninger i møte med ny teknologi

På spørsmålet om hvilke tilpasninger regnskapsfører og regnskapsførerselskapene har måttet gjøre som følge av ny teknologi trekker samtlige av informantene økt kursing og opplæring frem. De opplever et større omfang av kurs- og opplæringsaktivitet i forkant av implementering, under implementering og etter implementering. Disse kursprogrammene kommer i starten i all hovedsak fra eksterne aktører, mens det etter hvert dreier over til formidling av intern kunnskap i form av at man har en IT-avdeling eller en IT-gruppe med «superbrukere» i de aktuelle digitale teknologiene som sørger for videre opplæring.

«... vi har jo opprettet en egen IT-gruppe, før hadde vi vel en person på IT, nå er de en litt større gruppe som (...) jobber kun med dette». (Informant 5)

Alle informantene fra våre dybdeintervjuer var ansatt i selskaper som tilbyr ulike regnskapssystemer og teknologiske løsninger til sine kunder. Det at et selskap tilbyr flere ulike systemer for integrasjon mot ulike bransjer krever at regnskapsfører har kompetanse innenfor flere ulike systemer. Måten flere av selskapene har løst dette på er gjennom å opprette egne IT-avdelinger eller IT-grupper med større teknologisk kompetanse og interesse. Disse går foran som gode eksempler og «superbrukere» for å bistå de øvrige i selskapet med overgangen fra mer analoge systemer til digitale systemer, eller ved innføring av flere eller nye digitale systemer. Informantene forteller at disse superbrukerne gjerne har blitt satt til å gjennomføre pilotprosjekter på noen få kunder for å ta stilling til om teknologiene eller systemene skal innføres, opparbeide kunnskap til formidling til de andre i bedriften, og for å kunne selge programmet til kunder.

Bedrifter som aktivt leter etter, og tar i bruk ny teknologi for å forbedre sine konkurransefortrinn omtales av Sannes og Andersen (2018) som «*digitale organisasjoner*». Gjennom å opprette egne IT-avdelinger, og bruke disse for å kontinuerlig leter etter nye og bedre teknologier, aksepterer regnskapsførerselskapene innovasjonskostnader som kan bidra til at det skapes nye konkurransefortrinn. IT-gruppene tester ut nye teknologier og valget av løsning baseres på resultatet av disse eksperimentene, heller enn ett valg gjort fra toppledelsen. Dette sammenfaller sterkt med Sannes og Andersens (2018) definisjon, og regnskapsførerselskapene kan således omtales som digitale organisasjoner.

«Det er ikke akkurat noe nytt vi leverer til kundene, men på en måte da vi har en annen måte å dele informasjon» (Informant 1)

Et annet vesentlig aspekt informantene i lederstillinger nevner er at de har endret hvilken type personer de ansetter. Før hadde regnskapsfører vesentlig mindre kundekontakt enn i dag. I tidligere rekrutteringsprosesser ble ofte faglig kompetanse foretrukket over sosial kompetanse. Regnskapsførers kontakt har økt som følge av ny teknologi, hvilket krever at man i større grad må vurdere de sosiale evnene til kandidatene i rekrutteringsprosesser.

«... forskjellen er at når vi skal ansette folk, så er det selvfølgelig viktig med hvilken utdanning de har og karakterer og sånne ting, men er det en sånn god gammeldags regnskapsfører som trives best med å sitte for seg selv og sånt, så kommer man fort til kort sånn som det har blitt i dag. For du har en mye tettere dialog med kunden fordi kundene er inne i programmene. Du jobber dermed mye mer på lag med kunden, sånn at evnen til å ha en dialog og snakke for seg kan veie opp ganske mye teoretisk kunnskap ...» (Informant 6)

Dette har de siste årene i større og større grad ført til at man heller ansetter yngre personer som anses som omgjengelige og flinke i sosiale settinger, hvor det også foreligger en god teknologisk kompetanse og gode kommunikasjonsevner. Disse faktorene anses i dagens regnskapsklima som viktigere faktorer enn den tidligere rene regnskapsfaglige kompetansen. Denne tilpasningen gjennomføres som følge av at regnskapsføringen i vesentlig grad har blitt forenklet med nye heldigitale systemer, som i stor grad har forenklet regnskapsførselen fra gamle tyngre programmer, og dermed ikke lenger krever kun den samme tunge faglige

kunnskapen som før. Vridningen som har skjedd med heldigitale systemer krever heller en teknologiforståelse og god kommunikasjonsevne.

Rogers (2016) omtaler kundeforhold som ett av nøkkeldomenene som påvirkes av implementering av ny teknologi. Empirien vår støttes opp av hans teori om at digitaliseringer bidrar til økt to-veis kommunikasjon mellom leverandører og konsumenter. Kundene er ikke lengre passive konsumenter, men såkalte noder i ett dynamisk nettverk.

5.1.3 Forutsetninger for å lykkes med implementering

Forutsetningene for å lykkes med implementering av ny teknologi henger noe sammen med de tilpasningene som må gjennomføres ved implementering av ny teknologi.

Informantene ble spurt om hvilke forutsetninger de så på som viktige for å lykkes med implementeringen av ny teknologi. Samtlige av informantene trekker frem det at regnskapsfører har positive holdninger som en vesentlig faktor for at bedriften skal kunne lykkes med innføringen av ny teknologi. Regnskapsførers holdninger anses som avgjørende for kommunikasjonen ut mot kunder for formidling av bruken av ny teknologi. Dette funnet kan trekkes opp mot Younghwa et. al (2003) sin teori om hvordan individets aksept av nye informasjonssystemer påvirkes av oppfattet nytteverdi og brukervennlighet. Hvorvidt de implementeringsansvarlige har en positiv holdning ovenfor den nye teknologien, og i hvilken grad de klarer å videreformidle nytteverdi og brukervennlighet ovenfor de nye brukere vil i stor grad påvirke brukerens aksept ovenfor den nye teknologien.

«... det har litt holdninger hos oss også, at vi er positive på at dette skal gå bra. (...) vi må jo spille på lag med kunden og si at dette skal vi få til sammen ...» (Informant 3)

På samme måte som for tilpasningene trekkes kursing og opplæring frem som noe av det mest sentrale for å lykkes. Regnskapsfører må kunne utføre arbeidsoppgavene sine effektivt, samtidig som de må ha god innsikt i systemene for å spille det inn til kundene.

«(...) at en setter seg skikkelig inn i programmet, hvordan man kan bruk det. At vi finner ut hvilken nytte vi har av det. Ser og kartlegger hva programmet/teknologien kan hjelpe oss med, ikke bare (...) Du har mye i programmet, men bruker bare en liten del av det. Kartleggingen er essensiell» (Informant 1)

God dialog med kundene er således også en sentral faktor som trekkes frem som viktig for å beholde kundene gjennom omstillingen og implementering av nye systemer. Dette anses som viktig for å kunne beholde kundene, og lettere kunne overbevise kundene om at det nye er en bedre løsning enn det gamle.

Flere av informantene trekker i tillegg frem etablering av ressurspersoner i form av superbrukere innad i bedriften som kan gi råd til regnskapsførerene i de nye systemene slik at man lykkes med implementeringen.

Samtlige av informantene mener de har lyktes med implementeringen av ny teknologi, men de ser samtidig forbedringspotensial i egen prosess. Gjengangere i svar på forbedringspotensial legges det vekt på at man burde tatt i bruk systemene fullt ut umiddelbart for å raskt bygge kompetanse i organisasjonen. Gjennom å ta over et begrenset antall kunder havner man i en situasjon der man kun tidvis benytter systemer, og av den grunn ikke bygger samme kompetanse som man ville ved å benytte aktuelle systemer hele arbeidshverdagen. En annen gjenganger at man i større grad ville ha argumentert for å få kundene over på nye systemer ved starten av implementeringen, og med det vært mer proaktive i salg av systemene.

«Det er det å ta det i bruk skikkelig. Vi bommet litt der, for noen tok over alle kundene sine og ble rå gode på 1-2-3. Så var det enkelte som hadde kunder som ikke ønsket å gå over, eller ønsket å vente litt. Hvis de hadde en eller to kunder. Da var de inne og så i POGO en gang i uken. Det handler om å ta det i bruk i en sånn grad at du har det oppe, og jobber med det hver dag. Det vil jeg si er viktig for å få opp kunnskapen og tryggheten i systemene.» (Informant 4)

Menneskers behov for trygghet trekkes av Maslow (1954) frem som en av fire grunnleggende behovene som må være dekket for at ett menneske skal ha motivasjon. I situasjoner hvor regnskapsførers viktigste arbeidsverktøy, regnskapssystemet, blir endret, kan mangelen på trygghet og frykt for å mislykkes bidra til at man unngår å ta del i endringen så lagt det lar seg gjøre (Yukl, 2009). Spesielt i tilfeller hvor man får valget om å fortsette i kjente systemer, vil ofte dette foretrekkes.

5.1.4 Holdninger og motivasjon til ny teknologi

I dybdeintervjuene ble informantene spurt om hvordan de oppfatter regnskapsførers og kunders holdninger og motivasjoner ovenfor ny teknologi.

5.1.4.1 Regnskapsførers holdninger og motivasjon

På spørsmålet om hvordan informantene oppfatter egne og kollegaers holdninger og motivasjon for bruk av ny teknologi sier majoriteten at alder spiller en sentral rolle.

«... så har jeg jo kollegaer da som kanskje, opp imot 60 som synes det er litt vanskelig å sette seg inn i ting (...) de synes nok det er litt mye (...) å sette seg inn i, (...) bare du skal flytte en fil da for de, så er det noe nytt». (Informant 5)

Det ble trukket frem at alder var en av de fremste faktorene for regnskapsførers positivitet til å ta i bruk systemene. Tilsvarende anser informantene alder for å være en betydelig faktor for hvor motivert regnskapsfører er til å ta i bruk systemene. Personer av høyere alder, nærmere pensjonsalder, foretrekker ifølge informantene å utføre arbeidet på den måten de tidligere har gjort.

«Det går litt på at noen av de er litt eldre, det er de jo. Har alltid gjort det slik som de har og føler at de kanskje ikke har kontroll med det elektroniske og den ser jeg litte granne». (Informant 3)

Årsakene som trekkes frem til dette er at man er redd for å miste kontroll, at man ikke klarer å henge med i de stadige endringene, og at man har manglende IT-kunnskap.

Ut over forholdene omtalt over oppfatter informantene i lederstillinger at både holdningene og motivasjonen til den gjennomsnittlige regnskapsfører for å være positiv når det gjelder innføring av ny teknologi. Det ble noe opplevd skepsis i starten, men tvert imot fikk tatt i bruk systemene har det vært lite motstand internt mot innføring av ny teknologi.

5.1.4.2 Kundernes holdninger og motivasjon

Alder trekkes også frem av informantene som en viktig faktor for kunders holdning og motivasjon til ny teknologi. For den «eldre» gruppen ser man gjerne at det er skepsis på grunn av at man er redd for å miste kontrollen, at man ikke klarer å henge med i de stadige endringene, og at man har manglende IT-kunnskaper. Flere informanter svarer likevel at skepsisen hos denne gruppen kun er helt i starten, før man har fått brukt det og ser resultater

i systemene. Etter å ha fått en innføring er også de eldre mer positive til den nye teknologien. Denne skepsisen krever en innsats for regnskapsfører for å komme forbi.

«Yngre» kunder oppleves i motsetning til de «eldre» som svært motiverte for å ta i bruk ny teknologi fullt ut. For disse kundene er spørsmålet heller om «hvordan kan bilag leveres elektronisk» i stedet for «skal vi levere på papir eller digitalt».

En annen faktor informantene oppfatter som viktig for kundene er at motivasjon for å ta i bruk ny teknologi i stor grad avhenger av prisen på tjenestene. Hvis det oppfattes som en mulighet til å spare kostnader er kundenes holdning og motivasjon mer positiv enn om det forblir samme pris.

5.1.5 utfordringer

Det er flere utfordringer som nevnes av informantene, men spesielt og gjentakende var problematikken med integrering mellom bank og regnskapssystem, utfordringer knyttet til alder og prismetoder. Ny teknologi gir også utfordringer knyttet til konkurransesituasjon i hovedsak som følge av at tjenestene ikke lenger er bundet av geografi og endringer i leverandørenes vilkår.

5.1.5.1 Bank og regnskapssystem

Inn- og utbetalinger er en sentral del av regnskapet og integrasjoner mot bank har forenklet regnskapet i stor grad. Større selskaper har tusenvis av banktransaksjoner i måneden og implementeringen av OCR og remitteringer direkte i og fra system anses i dag som obligatorisk.

Informantene har opplevd flere utfordringer i forbindelse med implementering av nye teknologier, da særlig knyttet til nye digitale, skybaserte regnskapssystemer. En spesiell utfordring er at man har hatt utfordringer ved integrering av regnskapssystemer mot bank.

«En ting som er utfordrende, er banken. Bankkontoene til selskapet blir integrert i regnskapsprogrammet. Der har det vært enormt med endringer, og så er det ikke likt fra bank til bank» (Informant 4)

Dette kommer av at den enkelte bank har egne måter å bestille integrering på. I enkelte banker må man levere på papirskjema, i andre kan regnskapsfører gå inn og bestille, og hos andre så må kunden selv inn å bestille. På grunn av at den enkelte regnskapsfører har en større

portefølje med mange forskjellige selskaper som også har forskjellige banker medfører dette at man har brukt mer tid enn nødvendig på å sørge for integrering mellom bank og regnskapssystem.

5.1.5.2 Alder

Det informeres også om at det har vært utfordringer knyttet til eldre ansatte som ikke ønsker å ta i bruk de nye systemene som følge av samme årsaker som omtalt under motivasjon og tilpasninger.

5.1.5.3 Pris

Pris på systemene nevnes som en særlig utfordring for innføring av ny teknologi hos mindre kunder. Informantene opplever at mindre kunder har en tendens til å velge bort de regnskapssystemene som regnskapsfører oppfatter som mest effektive som følge av at prisen på systemene går opp. Informantene opplever at kundene gjerne ser på engangskostnader som etablering, og ikke hensyntar den potensielle kostnadsbesparelsen som kommer i form av mindre arbeid for regnskapsfører. Beregningen av faktisk pris på bruk av systemene har blitt vanskeliggjort som følge av at dagens skybaserte systemer i stor grad benytter seg av både faste kostnader og variable kostnader knyttet til antall transaksjoner, moduler, bilag, integrasjoner mv.

5.1.5.4 Endringer i konkurransesituasjon

En sentral utfordring som trekkes frem av informantene er at regnskapstjenester ikke lenger er geografisk bundet på samme måte som før. Tidligere kunne et regnskapsførerselskap nærmest ha geografisk monopol på regnskapstjenester, mens dette med dagens skyløsninger ikke lenger er tilfellet. Dette kommer som følge av at skyløsningene fører til at arbeidet kan gjøres fra et hvilket som helst sted, så lenge man har en internettilkobling, og at man dermed kan velge regnskapsfører uavhengig av geografi. Et annet forhold med dagens digitale regnskapssystemer er det kunden selv som forvalter lisensen i programmet. Dette medfører at det er vesentlig enklere for kunden å bytte regnskapsfører, og at dette ikke lenger medfører store kostnader til etablering. Dette støttes opp av Rogers (2016) sin teori om at ny teknologi bidrar til endringer i konkurransesituasjon og at ny teknologi fører til at kundene får økt innflytelse.

5.2 Regnskapsførers rolle og kunderelasjon

Selv om den nye teknologien ikke har endret tjenestene regnskapsfører leverer, har den endret måten tjenestene leveres på. Informantene forteller at automatiseringen har gjort at regnskapsførerrollen er gått fra å være en produsent av regnskap og til å bli mer og mer en kontrollerfunksjon.

«... mer kontroller kanskje, på mye. Nå når du får fakturaene inn så puncher du ikke på samme måte, men ser at det har gått rett inn. Det er mye mer en kontrollfunksjon enn en bokføringsfunksjon» (Informant 1)

Arbeidsoppgaver som bilagsføring og avstemming er automatisert og gjøres av systemene, mens regnskapsfører kontrollerer at systemene har utført oppgavene riktig.

5.2.1 Størst påvirkning

Det er mange nye teknologier som har hatt stor påvirkning på regnskapsførers arbeidshverdag. Informantene nevner følgende som de som har størst påvirkning på arbeidshverdagen: skybaserte regnskapssystemer, automatisk/bilagstolkning, integrering, deling av dokumenter, EHF-fakturering, A-meldingen, SAF-T, deling av dokumenter digitalt og at muligheter for kommunikasjon gjennom regnskapssystemet. I tillegg er det flere informanter som nevner Sticos som en viktig utvikling som har forenklet tilgangen til faglig informasjon i form av et oppslagsverk.

Den teknologien som de siste årene har hatt størst påvirkning på arbeidshverdagen ifølge informantene, er de skybaserte regnskapssystemene. Disse systemene har bilagstolkning, integrering mot bank, og mange eksterne programmer, tillater deling av dokumenter på den enkelte kunde, tillater fakturering via EHF, samler regnskapsmodulene i et system (og dermed også innsending av A-melding) og tillater kommunikasjon direkte i regnskapssystemene. Dette programmet omfatter dermed nesten alle av de teknologiene informantene mener har hatt størst påvirkning på arbeidshverdagen.

5.2.2 Muligheter

Informantene ser veldig mange muligheter som følge av ny teknologi, og da særlig som følge av skybaserte regnskapsprogrammer som har fakturering, lønn, bilagstolk mv. integrert direkte i regnskapsprogrammet.

De skybaserte regnskapsprogrammene har ført til at regnskapsføringen har blitt effektivisert. Regnskapsfører bruker mindre tid på grunnleggende oppgaver som tasting av timer ved lønnskjøring og bilagshåndtering. Dette medfører at man kan bruke tiden på tjenester som krever større faglig kompetanse og tilfører kunden annen verdi. Sentralt i dette står det at man gjennom spesialisering av tjenester (eks. HR, personal mv.) skal kunne hente ut en høyere timesats enn gjennom den tidligere utførte grunnleggende regnskapsførselen. Redusert tidsforbruk gjennom effektivisering fører også til at den enkelte regnskapsfører vil kunne ta på seg flere oppdrag enn tidligere, da informantene i stor grad melder om redusert tidsforbruk per kunde ved bruk av skybaserte regnskapssystemer. Effektiviseringen og at alt er skybasert gir også muligheten for å ta på seg større kunder, enten som sparringspartner på enkelte områder, eller på hele oppdrag. Dette utvider også markedet da man ikke lenger trenger å begrenses geografisk.

De nye systemene fører med seg mer automatisering. Dette fører til at det blir mindre menneskelig involvering og dermed redusert risiko for menneskelige feil ved inntasting.

Informantene opplever mer kontinuerlig dialog med kundene, og gjennom dette en sterkere relasjon med kundene. Regnskapene vil i større grad være oppdatert enn tidligere, og rapporteringen dermed mer fortløpende enn tidligere.

5.2.3 Arbeidsmengde og tilpasninger i arbeidshverdagen

Informantene oppfatter arbeidsmengden for å være stabil til tross for innføring av skybaserte regnskapssystemer. Det oppleves gjennomgående reduksjon i fakturerbar tid til skanning av bilag, bokføring, manuelle avstemminger, fakturering, rapportering og bistand ved budsjetter. I tillegg til dette har en del kunder selv tatt en større del av arbeidet. På grunn av nedgang i fakturerbar tid for grunnleggende oppgaver ser man en gjennomgående økning i rådgivningstimer og salg av tilleggssystemer, og det at man som følge av reduksjonen i tidsforbruk kan ta på seg flere kunder enn tidligere.

Arbeidsbelastningen er ifølge informantene mer fordelt ut over året, da det i liten grad foreligger terminvise leveringer som før. Dette har også ført til at man har mindre overtid i løpet av årsoppgjøret.

5.2.4 Samarbeid og kommunikasjon

Samtlige av informantene trekker frem at teknologien har hatt en positiv effekt på relasjonen mellom regnskapsfører og kunde. Der det tidligere var sporadisk kontrakt, og gjerne kun rundt terminene og ved lønnskjøring, heller har blitt en løpende kommunikasjon mellom kunde og regnskapsfører. Informantene oppfatter av dette at forholdet mellom regnskapsfører og kunde er styrket. I tråd med det som forutsettes av Rogers (2016) har informantene således gjort grep for å sørge for å holde på kundene gjennom å ha hyppigere to-veis kommunikasjon med et fokus på kundens behov.

5.2.5 Nye krav til regnskapsfører

På grunn av at kundene leverer dokumentasjon digitalt jevnlig oppfatter informantene at det også er en vesentlig større forventning til ajourhold enn tidligere. Det oppfattes at kundene krever raskere respons fra regnskapsfører og større tilgjengelighet enn tidligere, både i og utenfor arbeidstiden.

5.2.6 Rapportering

Regnskapsførers rapportering har blitt mye mer fortløpende, og har gått fra å være gammel historisk informasjon til å bli ferskvare. Kundene går stadig mer inn i systemet og ser på rapporter selv, og har dermed mer løpende innsikt i selskapet. Dette har ført til at regnskapsfører bruker mer tid på å vurdere rapportene, og bruke sin kunnskap og fagbakgrunn til å kommentere på forhold i rapportene.

Der regnskapsfører tidligere har bistått ved utarbeidelse av budsjetter har man i større grad gått over til å bistå med å utarbeide prognoser.

5.2.7 Fremtidsutsikter

Informantene ser både muligheter og utfordringer i fremtiden.

Det forventes at fremtiden vil bringe med seg mer og mer automatisering og robotisering der EHF og SAF-T vil få en mer sentral rolle. Dette vil føre til at regnskapsfører arbeidsmengde og fakturerbare tid knyttet til rene regnskapstjenester vil fortsette å gå ned. Dette vil sørge for at man i større grad må tilpasse seg for å unngå reduserte arbeidsmengde totalt sett.

Av fremtidsmuligheter trekker informantene frem er at det forventes mer salg av rådgivningstjenester. I dette forventer man at må opparbeide seg en ytterligere

bransjekunnskap og spesialkompetanse, og fokusere på leveranse av timer knyttet rådgivning på spesialiserte områder.

5.3 Risiko

Det er en del risikoer informantene ser ved å ta i bruk ny teknologi, og da også spesielt knyttet til skybaserte regnskapsprogrammer.

Den største umiddelbare risikoen for regnskapsfører ikke klarer å kompensere for reduksjonen i fakturerbar tid som følge av at kundene tar mer av arbeidet selv og mer automatiseres med økt salg av andre tjenester, og dermed får redusert omsetning og tap av arbeidsplasser. På grunn av at det er kundene selv som i dag i større grad eier lisensene til regnskapsprogrammene selv, er terskelen for å bytte regnskapsfører mindre enn tidligere. Tilsvarende er konkurransen og markedene større.

En annen risiko informantene anser som sentral er risikoer forbundet med alt arbeid som gjennomføres via internett, dataangrep. Dataangrep kan ramme alle og på uventede tidspunkt. På grunn av at systemene i dag er mer skybaserte enn tidligere trenger ikke angrepet å ramme regnskapsfører/selskapet direkte, men så lenge det rammer leverandøren av datatjenestene selskapet kjøper fra, kan man fort bli kompromittert. Tilsvarende vil man dersom internettleverandørene har problemer og nettverket er «nede» ikke ha mulighet til å gjøre det arbeidet man skal.

Informantene ser også risiko ved at kundene selv blir mer involvert i regnskapsføringen og regnskapssystemet. Dette knytter seg blant annet til at kunden selv kan bokføre i regnskapet, og ikke nødvendigvis har den nødvendige kompetansen. Kundene henter i større grad enn før rapportene direkte fra regnskapssystemet, og stoler i stor grad på disse tallene, selv om de ikke nødvendigvis er endelig for en periode. Dette kan medføre at bedriften tar beslutninger på feil grunnlag.

En risiko flere av informantene ser knyttet til markedssituasjonen er at det i større og større grad gjennomføres oppkjøp av regnskapsførerselskap av banker. Det anses som en konkurransemessig risiko at bankene har en mulighet til å gjøre det vanskeligere og dyrere å integrere andre systemer mot banken enn det regnskapsførerselskapene selv benytter.

6. Diskusjon

I de foregående kapitlene har vi lagt frem teori og empiri for å belyse problemstillingen vår om hvordan teknologi påvirker regnskapsbransjen, og om regnskapsføreres rolle er endret. I dette kapitlet vil vi knytte empiri mot teori for å svare på forskningsspørsmålene våre som er som følger:

1. *Hvordan har ny teknologi påvirket regnskapsførerselskapene?*
2. *Hvilke fordeler og ulemper gir ny teknologi for bedriftene?*
3. *Hvordan har regnskapsførers rolle blitt endret som følge av teknologien?*

I kapittel 6.1 vil vi presentere hovedfunnene rundt hvordan teknologi påvirker regnskapsførerselskapene, dette kapitlet relaterer seg til forskningsspørsmål 1. Kapittel 6.2 dreier seg om hvilke fordeler og ulemper teknologien har for bedriftene og relaterer seg til forskningsspørsmål 2. Forskningsspørsmål 3 som omhandler regnskapsførers rolle diskuteres i kapittel 6.3.

6.1 Teknologiens påvirkning på regnskapsførerselskapene

I dette delkapitlet skal vi ta for oss hvordan digital teknologi har påvirket regnskapsførerselskapene de siste årene. Vi ser på hvilke faktorer som er pådrivere for å ta i bruk ny teknologi, og hvordan informantene opplever holdninger og motivasjon internt hos regnskapsfører og eksternt hos kundene. Dette holdes opp mot relevant teorigrunnlag for området for å konkludere hvordan regnskapsførerselskapene har blitt påvirket av ny teknologi i forhold til de teoretiske forventingene.

6.1.1 Endringer i konkurransefortrinn

Et konkurransefortrinn kan forklares som «*unike egenskaper ved et verditilbud som konkurrentene ikke har og som kundene oppfatter som viktig når de skal velge et produkt eller tjeneste*» (Sander, 2020). Regnskapsfører og regnskapsførerselskapene har tidligere hatt et konkurransefortrinn i det at man har innehatt faglig utdanning og kompetanse, og teknisk kompetanse i gamle og tunge regnskapssystemer. Det var av den grunn vanskeligere for den enkelte eier av SMB å selv ta regnskapet i et regnskapssystem. På grunn av utviklingen av digitale skybaserte regnskapssystemer har systemleverandør lagt mer til rette for at den enkelte eier/leder i de tradisjonelle regnskapkundene selv kan ta store deler av regnskapet

selv. Av slike systemer kan for eksempel Fiken og Visma eAccounting nevnes. Dette er programmer som reklamerer med at regnskapet er gjort så enkelt at alle og enhver kan ta regnskapet selv. Dette medfører at fortrinnene regnskapsfører historisk har hatt i sin faglige- og tekniske kompetanse i systemer, ikke lenger vil være til stede i samme grad som før. Dette er noe informantene selv har merket godt. Selv om kundene til informantene ikke bruker programmene som nevnt over, benytter de i stor grad digitale skybaserte regnskapssystemer som fører til at kunden i mange tilfeller ønsker å ta en del oppgaver selv, samtidig som disse systemene har ført til et bortfall av tjenester knyttet til grunnleggende bokføringstjenester grunnet automatisering.

På grunn av rask utvikling, og store forenklinger og tilrettelegginger fra systemleverandør til regnskapsførers kunder blir det vanskelig for regnskapsfører å oppnå langsiktige konkurransefortrinn basert på tradisjonelle regnskapstjenester, som trengs for å oppnå markedsposisjoner på lang sikt i tråd med McGrath (2013).

Tidligere hadde regnskapsførerselskapene hatt et betydelig konkurransefortrinn i sin geografiske plassering. Den regnskapsføreren som var til stede i det geografiske området fikk gjerne regnskapsoppdragene i sitt område grunnet at levering av bilag i stor grad skjedde fysisk. Utviklingen i skybaserte systemer har ført til et bortfall av dette konkurransefortrinn, og det geografiske ikke lenger spiller den samme rollen som før. Mer og mer foregår digitalt, og relevansen for å ha lokal assistanse blir derfor redusert. Av intervjuene med informantene kom det samtidig frem at det fortrinnet de tidligere hadde med å lage perioderapport mv. ikke lenger er til stede i samme grad som før. Årsaken til dette er kundene selv kan gå inn og hente ut rapporter direkte fra systemet. Det har ifølge informantene bidratt til mindre etterspørsel etter periodevise rapporter utarbeidet av regnskapsfører.

Det er flere av informantene som trekker frem den endrede markedssituasjonen mellom systemleverandører, kunder og regnskapsfører som en utfordring når det gjelder digitaliseringen i regnskapsbransjen. Leverandørene av de skybaserte regnskapsprogrammene har i større og større grad rettet sin markedsføring direkte inn mot kundene, og det at kundene kan gjøre det meste av jobben selv. Dette støttes opp av Roberts (2016) teori om at det å gå fra analogt til digitalt bidrar til konkurranse på tvers av bransjer, og at skillet mellom partnere og rivaler stadig blir mer utydelig. Digitaliseringen gjør at det blir viktig å knytte partnerskap med systemleverandørene for å få profilering og sørge for at

kundene som oppsøker programvarene også oppsøker regnskapsfører som er tilknyttet den aktuelle programvaren, og bidrar til at man havner i en situasjon der man er både partnere og til dels konkurrenter med systemleverandørene.

Alle informantene opplever at det har skjedd, og fortsatt skjer store endringer i regnskapsbransjen som følge av nye digitale teknologier, og da særlig skybaserte regnskapsprogrammer. Det produktet som tilbys fra regnskapsfører er i hovedsakelig det samme som før, men enkelte tjenester har kraftig redusert timeproduksjon som følge av nye regnskapssystemer. Måten tjenesten leveres har derimot i større grad enn før endret seg. Denne måten å endre seg på omtales av Erichsen et al. (2019) som en «strategisk forsterkning». Av begrepet fremgår det at man gradvis utvikler og forbedrer eksisterende praksis for å oppnå en sterkere strategisk posisjon. I vår empiri er det ikke mye støtte for at det har blitt gjennomført omveltende endringer i produktene som leveres, og tjenesteleveransene, men det er gjennomført tilpasninger i måten man leverer tjenester på. Flere av informantene melder derimot at de er inne i en prosess der man skifter fokus mer over på rådgivningstjenester, som er tjenester som krever høyere faglig kompetanse. Dette er tjenester informantene mener krever høyere kompetanse enn det kundene selv har, og som verdsettes høyere av kundene enn de tradisjonelle regnskapstjenestene. Regnskapsfører prøver med dette å oppnå konkurransefortrinn mot sine konkurrenter gjennom spissing av kompetanse.

6.1.2 Skifte i markedsmakt

Målgruppen til leverandørene av regnskapsprogramvare har tradisjonelt vært regnskapsførere, regnskapsavdelinger og regnskapsførerselskap. Samtidig som utviklingen av digitale skybaserte regnskapssystemer skjer, skjer det også endringer i systemleverandørens forretningsstrategier. Systemleverandørene retter nå i større grad sine salgstiltak både mot regnskapskunder og regnskapsførere. Systemleverandørene promoterer systemene sine i mye større grad direkte mot regnskapskundene gjennom sosiale medier, TV og radio enn tidligere. Leverandørene argumenterer for at deres systemer inneholder forenklinger og automatisering som gjør regnskapsførselen så enkel at regnskapskundene selv kan ta deler av regnskapsførselen, og forsøker med det å selge lisenser direkte til regnskapskundene. Samtidig med dette har det i større grad enn tidligere blitt vanlig at det er regnskapskundene selv om eier lisensen til regnskapssystemene. Dette fører til et skifte i markedsmakt der det

ikke lenger i alle tilfellene oppfattes som nødvendig å ha en regnskapsfører fordi man på egen hånd kan ta mange av oppgavene regnskapsfører tidligere har stått for.

6.1.3 Pådrivere for innføring av ny teknologi

Jacobsen (2004) og Galea et al. (2014) omtaler at endringer i organisasjoner i stor grad skjer som følge av press fra ytre omgivelser. Resultatene fra våre intervjuer viser at informantene i stor grad anser nettopp ytre påvirkninger for å være en stor bidragsyter til at man må gjennomføre endringer internt hos regnskapsfører. For regnskapsfører er det press fra offentlige etater, systemleverandører, kunder og utviklingen i teknologi for øvrig i samfunnet som fører til at regnskapsfører må tilpasse seg det nye. Det har særlig vært offentlige etater og systemleverandører som har gått i bresjen for endringer. Som eksempler på krav fra det offentlige kan fakturering via EHF og innsending av A-melding nevnes. Dette medførte at systemleverandørene måtte gjennomføre ytterligere digitalisering av tjenestene som tidligere har blitt utført og sendt på andre måter. Endringene i systemer har dermed ført til direkte endringer hos regnskapsfører og dermed en ytre påvirkning som har medført at man har måttet innføre ny teknologi. Systemleverandørene har også andre metoder å påvirke regnskapsfører på, som har vært tydelig de siste årene. Store systemleverandører kjøper opp mindre systemleverandører eller systemer, holder liv i systemet i en periode, og sørger deretter til å flytte kundene sine over på nye systemer. Eksempel på dette er nedleggelsen av lønssystemet Huldt & Lillevik. Systemet ble kjøpt opp av Visma, og nå fases ut som følge av at Visma ønsker å trekke kundene over på deres nye lønssystem Visma Payroll.

Det ytre presset for innføring av ny teknologi er også til stede ut over det offentlige og systemleverandører som følge av utvikling i digital teknologi som har medført at kundene også har vært en pådriver for innføringen av ny teknologi. Når det kommer til kundene, er det særlig knyttet til innføringen av skybaserte regnskapssystemer (eks. Tripletex, PowerOffice Go, Visma eAccounting, UniEconomy mv.) de har vært pådrivere. Flere av informantene har gitt uttrykk for at det har kommet kunder og spurt etter spesifikke systemer, som har bidratt til at regnskapsførerselskapene har implementert nye systemer i organisasjonen for å få kundene i sin portefølje.

Det er ikke bare ytre krefter som har vært pådrivere for innføring av ny teknologi. De fleste av informantene melder om at det i mange av tilfellene har vært interne krefter som har vært pådriver for innføring av teknologi, og da særlig skybaserte regnskapssystemer. Disse interne

kreftene har i tur vært påvirket av at enten andre regnskapsførerselskaper har tatt dette i bruk, eller at systemene har blitt kjent i fagmiljøene. Dette kan dermed også spores tilbake til en opprinnelig ytre påvirkning fra systemleverandørene.

6.1.4 Motivasjonsfaktorer

Hovedmotivasjonen til å innføre ny digital teknologi er å opprettholde sine konkurransefortrinn og dermed holde på sine kunder. I følge Maslow (1954) kan endringer som fremstår som trusler mot det grunnleggende trygghetsbehovet påvirke individers motivasjon i negativ forstand.

Resultater fra forskningen viser at det i hovedsak er de eldre som fremstår som umotiverte til å ta i bruk ny teknologi. Manglende teknologiske kunnskaper, usikkerhet og kontinuerlige endringer i arbeidshverdagen bidrar til at de eldste medarbeiderne ikke føler at de klarer å henge med. Dette kan knyttes opp mot Venkatesh & Davis (2000) teori om at skepsis til ny teknologi avhenger av hvor utforskende man er med teknologien og det å miste kontrollen, og at det er denne skepsisen som legger føringer om hvorvidt de ansatte ønsker og ta i bruk nye systemer.

For de yngre er derimot situasjonen helt motsatt. Yngre medarbeidere og kunder oppfattes å ha bred aksept for ny teknologi. Dette kan ses sammen med at yngre generasjoner i større grad opplever den nye teknologien som nyttig, samt at de har bedre teknologiske forutsetninger for å ta i bruk systemene. Personer som har gode IT kunnskaper har gjerne lavere terskel for hva de anser som brukervennlig, enn ansatte med mindre IT kunnskaper. Muligheten for å lykkes ved implementering av ny teknologi avhenger ifølge Venkatesh & Davis (2000) av det de definerer som oppfattet nytteverdi og brukervennlighet. Forenklinger av arbeidsoppgaver og spart tid for regnskapsførere per kunder oppfattes også som en motivasjonsfaktor. Automatisering av bilagsføringer og avstemmer trekkes spesielt frem av medarbeiderne som arbeidsoppgaver hvor de i stor grad opplever nytteverdi. Etableringen av egne IT-avdelinger, samt kursing og opplæring i nye systemer og teknologier er også noe regnskapsførerselskapene bruker ressurser på. Dette bidrar til å øke oppfatningen av brukervennlighet ved at man blir kjent med systemet i forkant. Forskningen viser at medarbeider som har fått innføring i systemer i forkant er mer villige til å ta i bruk systemet enn de som opplever større grad av «learning by doing».

Faktum at alder påvirker motivasjon til å ta i bruk ny teknologi støttes også av tidligere forskning. En undersøkelse fra NHH (2016) viser at gjennomsnittsalderen for regnskapsførere er 46,3 år, sett sammen med Statistisk Sentralbyrå sine forskningsresultater om at hele 56% personer mellom 45-54 har grunnleggende eller mangelfulle digital kompetanse underbygger dette resultatet fra forskningen vår.

6.2 Muligheter og utfordringer

I dette delkapittelet skal vi ta for oss hvilke muligheter og utfordringer ny digital teknologi gir regnskapsførerselskapene, hva som er de største utfordringene knyttet til innføring og bruk, og hvilke muligheter nye digitale teknologier drar med seg.

6.2.1 Effektivisering

Hele formålet med digitalisering av regnskapsbransjen er å bruke teknologi til å forenkle og effektivisere de arbeidsoppgavene som utføres. Av Chai et al. (2016) fremgår det at hele 86% av oppgavene innen regnskapsførsel og bokføring potensielt kan automatiseres i fremtiden. Dette tilsier at regnskapsbransjen vil gjennomgå flere vesentlige endringer i nær fremtid. Våre funn viser at det er sterk overvekt av regnskapsførere som har prosesser gående med digitalisering og innføring av ny teknologi som kan automatisere mange av de grunnleggende oppgavene i regnskapsleveransen gjennom enten automatisering som tolkning, eller gjennom direkte integrasjon mellom moduler, som tidligere var ulike systemer, i samme system.

Funnene viser at de mest sentrale effektiviseringene regnskapsfører har gjennomført er implementering av systemer som tolker inngående fakturaer automatisk. Dette fører til en standardisering av behandling av grunnleggende oppgaver. Dette sørger for at man unngår de største hindrene for fremdrift i digitalisering etter Skjelvan (2015), som er mangelfull standardisering og utilstrekkelig digital kompetanse. Ut over fakturatolkning er også timeregistrering integrert i lønnsystem og automatiske avstemminger en av de store tingene i digitaliseringen som har medført med effektivisering. Funnene viser at regnskapsfører som følge av automatisering opplever mindre feil, og må gjennomføre mindre korrigeringer enn i de gamle systemene. Ved at bilag forhåndskonteres, og timene havner direkte til lønnskjøringen, og at avstemmingene automatisk gjennomføres i systemene, har rollen heller gått i retning å kontrollere at det automatiserte i systemet er korrekt. Dette anses for å øke kvaliteten på regnskapet.

Effektiviseringen i form av automatisering bidrar til at man er mer a jour med regnskapene enn tidligere. Tradisjonelt sett har regnskapet vært historiske data, men gjennom automatisering og mer løpende regnskapsføring som følge av automatisering og digitalisering, har regnskapet i større grad blitt løpende oppdatert med inntekter og kostnader. Dette medfører at regnskapet vil gi bedriftene et bedre grunnlag for å gjennomføre økonomiske beslutninger enn tidligere, og regnskapet har blitt en ferskvare.

Funnene våre viser at det er en større utfordring i regnskapsbransjen at effektiviseringen går ut over arbeidsmengden på det enkelte oppdrag. Dette medfører at fakturerbar tid for de tradisjonelle regnskapstjenestene går ned. På grunn av dette må regnskapsfører må skifte sitt fokus i leveransen til tjenester som kan kompensere for tapt fakturerbar tid. Dette er ifølge funnene noe regnskapsfører ser på som både en mulighet og en utfordring. En utfordring i det at det må kompensere, men en stor mulighet i det at man har mulighet til å ta på seg flere regnskapsoppdrag per regnskapsfører, og at man kan skifte fokuset til tjenester som muliggjør fakturering med høyere timesatser. Det fremgår av funnene at regnskapsførerselskapene i stor grad skifter sitt fokus på tjenester mot rådgivningstjenester, som omtalt i 6.1.1.

6.2.2 Lokalisering

Tilbake til den mer analoge regnskapsførselen, med permer og lokale servere, som var førende for noen år tilbake, var geografien i større grad noe som ifølge informantene sørget for at man var det naturlige valget som regnskapsfører i sitt geografiske område. Ifølge informantene har man, til tross for at digitaliseringen har ført til at man i større grad har mulighet til å velge regnskapsfører på tvers av geografiske områder, ikke opplevd noen større endringer som følge av dette på nåværende tidspunkt. Flere av informantene melder at dette skyldes at man har hatt et fokus på kundeforholdet og hvordan tjenesteleveransen kan tilpasses kunden, hvilket har ført til at man har klart å holde på kundene. De har altså tilpasset seg den nye markedssituasjonen gjennom å gjøre grep som Roberts (2016) legger frem som strategiske forutsetninger for å lykkes med å holde på kundene.

Våre funn viser at regnskapsfører/-selskapene har en relativt smal geografisk utbredelse, og at de fleste kundene dermed er lokalisert i samme geografiske område som regnskapsfører. Dette betyr at man ikke har utnyttet potensialet i markedet som følge av denne endringen, og at kundene fortsatt i stor grad knytter seg til et regnskapskontor som har lokal tilhørighet. Regnskapskontorene i forskningen som er del av organisasjoner med flere lokasjoner,

opplever imidlertid at samarbeidet mellom kontorene blir enklere som følge av digitaliseringen. Dette oppleves i form av at man som følge av at arbeidet enklere kan allokere mellom de ulike regnskapskontorene i de mest intensive periodene for å redusere arbeidsbelastningen.

6.2.3 Bank som tilbyder av regnskapstjenester

Tradisjonelt har bank og regnskapsfører vært uavhengige av hverandre. De siste årene har det derimot blitt vanligere at bankene etablerer egne regnskapsførerselskap. Banker er aktører med stor tilgang på kapital, og praksis viser at bankene kjøper opp mindre regnskapsførerselskap og fusjonerer disse med eget selskap for å øke kundeporteføljen.

Dette kan skape utfordringer for regnskapsførerselskapene som følge av at banker med egne regnskapsførerselskap har flere konkurransefortrinn å spille på. En slik tilbyder vil kunne tilby tjenester knyttet til bank sammen med sine regnskapstjenester. Funnene våre viser at enkelte regnskapsførere er bekymret for at bankene med egne regnskapsførerselskap skal gjøre det vanskeligere å integrere mot andre systemer enn de bankens regnskapsførerselskap selv benytter, og at banken skal differensiere pris for integrasjon forskjellig mellom systemer.

6.2.4 Dataangrep

Dataangrep anses som en av de største truslene mot selskap i flere rapporter for 2022 (Deloitte, 2022; PST, 2022; PwC, 2022). Regnskapsførerselskapene kan rammes av dataangrep både i form av at hackere krever løsepenger for å gi selskapene tilbake tilgang over databaser, samtidig som formålet kan være og uthente personopplysninger for å bruke disse videre i terrorangrep.

Resultatet fra undersøkelsen vår viser at minoriteten har opplevd dataangrep på arbeidsplassen sin, allikevel trekker samtlige dataangrep frem som den største risikoen knyttet til bruk av ny teknologi. Potensielt kan ett dataangrep være kroken på døra for en ett lite regnskapsførerselskap. Angrepet fører ofte til at man mister tidligere utført arbeid samtidig som man mister muligheten til å utføre arbeid. Disse kostnadene kan ikke belastes kundene da det er regnskapsfører som står som ansvarlig for oppbevaringen av regnskapsdataene og det er knyttet store kostnader til slike angrep.

6.3 Endring i regnskapsførers rolle

I dette kapitlet vil vi ta for oss hvordan regnskapsførers rolle har blitt endret som følge av ny teknologi. Det har skjedd store endringer i regnskapsførers rolle i løpet av de siste årene som har påvirket hvordan regnskapsfører jobber, og hvilke tjenester som leveres.

6.3.1 Endring i arbeidshverdag

Andersen og Sannes (2016) forklarer at digitaliseringsprosessen i en virksomhet er betinget av at ny teknologi endrer forretningsbetingelsene, og at de nye forretningsbetingelsene dikterer ny forretningsstrategi. Dettets støttes også opp av Stief et al. (2016) som sier at ny teknologi medfører at man må endre prosessene i virksomheten. Dette fører igjen til at man må utvikle nye produkter og tjenester, og må endre sin forretningsmodell. Funnene våre viser at regnskapsfører/-selskap påvirkes som teoretisk grunnlag og empiri tilsier. Spesielt trekkes innføringen av moderne skybaserte regnskapssystemer frem som en teknologi som fører til endringer i organisasjonen, og har ført til at man må endre sin forretningsstrategi for å opprettholde eller skape konkurransefortrinn. De nye forretningsbetingelsene som legges til grunn er at flere og flere oppgaver innenfor regnskapsleveransen blir standardisert og automatisert. Dette gjelder i stor grad grunnleggende oppgaver som bokføring av inngående fakturaer, tasting av timegrunnlag ved lønnskjøring, og gjennomføring av avstemminger i regnskapet. Disse betingelsene har ført til at man ser en reduksjon i timeforbruket på tradisjonelle grunnleggende regnskapsoppgaver sammenlignet med tidligere. Endringene som følge av dette har ført til at regnskapsfører må legge om hvilke tjenester man skal levere, og hvordan man skal levere dem, for å kompensere for reduksjonen i fakturerbar tid. Våre funn tilsier at man har endret strategi fra å i stor grad levere kun regnskapstjenester til å heve blikket og se på muligheter knyttet til rådgivningstjenester.

Funnene viser at flere av regnskapsførerne har gjort et skifte og/eller holder på med et skifte mot mer rådgivning i regnskapsbransjen. Regnskapsfører/-selskap søker å skaffe mer spesialisert kompetanse for å kunne gjennomføre rådgivning på områder som er relevante for kundene og gir økt kunde verdi, både mot eksisterende kunder og mot potensielle kunder. Det at fokuset til regnskapsfører skifter mot å tilpasse seg kundens behov og hvordan man gjennom rådgivningstjenestene kan gi kunden størst mulig verdi er i tråd med det Rogers (2016) omtaler som strategisk viktige endringer for å opprettholde konkurranseposisjonen i markedet. Funn fra våre undersøkelser viser dog at det kan være utfordrende for

regnskapsfører å kompensere fullt ut for nedgangen i timeproduksjon med kun rådgivningstjenester. Det viser at regnskapsfører også har gjort en strategisk endring ved at man tar på seg flere oppdrag per regnskapsfører enn tidligere.

Det er også endringer i hvordan de tradisjonelle tjenestene leveres. Disse er tilpasset, som empiri tilsier at er nødvendig i en digitaliseringsprosess, grunnet automatisering og standardisering. Regnskapssystemene utfører automatisk mye av de grunnleggende bokføringsoppgavene, hvilket har medført at regnskapsførers rolle i disse tjenestene i større grad har blitt en kontrollerrolle der man heller passer på at automatikken gjør oppgavene korrekt.

På grunn av digitaliseringsprosessene ved innføring av ny teknologi, og da særlig skybaserte regnskapssystemer, har dialogen med kunden i mye større grad enn før blitt fortløpende. Våre funn viser at det av den grunn er et større fokus ved rekruttering på sosiale ferdigheter og evne til å kommunisere godt med kundene, samtidig som at fokuset på digitale ferdigheter har økt på prioriteringslisten.

6.3.2 Endringer i kunderelasjoner og tjenesteleveranser

For å lykkes strategisk med kunderelasjonen er det nødvendig å tilpasse seg de strategiske forutsetningene. Mot kundene må man ha to-veis kommunikasjon, man må innse at kunden har stor innflytelse og at det er kundeverdi som må stå i fokus i tråd med Rogers (2016). I vår undersøkelse viser funn at relasjonen til kundene har endret seg i vesentlig grad.

Rogers (2016) argumenterer for at bedrifter må skifte sitt kundefokus fra enveis til to-veis kommunikasjon, til at kunden har innflytelse på tjenestene som leveres og at kundene må oppfattes som dynamiske nettverk. Funn i vår undersøkelse viser at regnskapsfører i dag har et helt annet samarbeid og kommunikasjon med kunde enn tidligere. Tidligere hadde regnskapsfører gjerne kontakt med store deler av sine kunder i forbindelse med MVA-frister og lønnskjøringer. Etter implementeringen av skybaserte regnskapssystemer har denne kommunikasjonen derimot blitt mer fortløpende. Årsaken til dette er at bilag i dag leveres digitalt direkte i systemet fortløpende, hvilket har medført at også dialogen har måttet endres. Funnene viser at regnskapsførers kunder i større grad enn tidligere forventer at regnskapsfører er mye mer tilgjengelig og jevnlig innom regnskapssystemet og bokfører. På grunn av at all dokumentasjon kommer inn elektronisk er oppgavene rundt bokføring av

inngående fakturaer mer standardisert enn tidligere. Kommunikasjonskanalene har også endret seg fra å være ved fysisk oppmøte, telefon eller e-post, til at mer og mer av kommunikasjonen skjer direkte i regnskapssystemene i form av kommentarer på bilag, chatfunksjon mv. Den fortløpende dialogen med kunden gjør regnskapsfører oppmerksom på kundenes stadig endrende behov, og kan tilpasse sin leveranse deretter.

Forskningen i denne oppgaven viser at den største tilpasningen regnskapskontorene har gjort for å tilpasse seg ny teknologi er å innføre flere regnskapssystemer internt. Dette begrunnes med at regnskapskontorene har kunder innenfor flere ulike bransjer og av ulik størrelse som medfører ulike behov som ulike systemer kan dekke. Tidligere var det vanlig å kun sitte i ett system, mens det i dag hører derfor til sjeldenheten at regnskapsfører kun sitter med et system. Dette er noe som i stor grad tyder på at Rogers (2016) har rett i at kunden har størst innflytelse og at man baserer seg på kundens verdi når man bestemmer hvordan og hvilke tjenester som skal leveres til den enkelte kunden.

Majoriteten av informantene peker på at det blir viktigere og viktigere i bransjen når digitaliseringen går fremover å ha et fokus på å ha løpende dialog med kundene og skape høyest mulig kunde verdi for bygge sterke relasjoner til kundene. Som det fremgår av Roberts (2016) er det strategiske forutsetninger for å lykkes med regnskapsfører ha fokus på relasjoner og kunde verdi i en situasjon der kunden besitter stor innflytelse. Dette kommer som følge av at det har blitt enklere, billigere og mindre tidkrevende å bytte regnskapsfører enn tidligere. Dette kan forklares ved at bilagene ikke lenger befinner seg i permer og regnskapet ligger ikke lenger lagret på lokale servere hos regnskapsfører. Nå ligger både bilag og regnskapet lagret i skyen hos programvareleverandøren. I tillegg er det ikke regnskapsfører lenger som kontrollerer programvarelisensen, men kunden. Dette gjør byttet av regnskapsfører veldig enkelt i og med at ny regnskapsfører kan ta over nøyaktig der forrige regnskapsfører slapp uten å nødvendigvis måtte gå gjennom en bråte praktiske problemstillinger.

7. Avslutning

Avslutningsvis vil vi oppsummere våre funn og bruke disse for å svare på problemstillingen vår som er som følger:

«Hvordan påvirker ny teknologi regnskapsbransjen? Har regnskapsførers rolle endret seg som følge av ny teknologi?»

Regnskapsbransjen har de siste årene gjennomgått store endringer i et skift mot økt digitalisering. Vi har i denne oppgaven forsøkt å belyse hvordan ny digital teknologi påvirker regnskapsfører og regnskapsførerselskap, og hvordan teknologien har påvirket regnskapsførers rolle ovenfor kundene. Formålet med oppgaven har vært å forklare hvordan regnskapsfører og regnskapsførerselskap har endret seg som følge av ny teknologi, og hvordan teknologien har påvirket regnskapsførers arbeidshverdag.

Som følge av begrensede ressurser ble det gjort begrensinger i oppgaven, disse vil bli presentert i kapittel 7.2. Begrensingene danner grunnlaget for forslag til videre forskning og disse forslagene er presentert i kapittel 7.3.

7.1 Konklusjon

Ny digital teknologi, og da særlig skybaserte regnskapssystemer, har i stor grad bidratt til effektivisering og automatisering av tidligere manuelle bokførings- og regnskapsoppgavene. Dette har medført at regnskapsfører og regnskapsførerselskap har mistet en god del fakturerbare timer fra de grunnleggende tjenestene. Gjennom økt salg og spesialisering mot rådgivningstjenester og økte kundeporteføljer har man klart å kompensere for en god del av bortfallet.

Regnskapsførerselskapene har blitt mer dynamiske organisasjoner, der samhandling internt og med kunden har blitt mer viktig enn før, og forenklet som følge av utviklingen av skybaserte regnskapssystemer. Systemene har i tillegg til å bidra til effektivisering og automatisering også bidratt til at det har blitt lettere å allokere arbeid til ledig ressurser internt. Regnskapsfører opplever at relasjonen med kundene er styrket som følge av økt kommunikasjon og samhandling som følge av at arbeidet ikke lenger sentreres rundt en merverdiavgifts frist, men heller fordeles ut over året. Dette har også medført at regnskapsførers arbeidsbelastning også har blitt bedre fordelt utover året.

Ny teknologi har bidratt til at allokering av arbeid og informasjonsdeling både internt i bedriften og med kunder er blitt forenklet. Elektronisk bilagslevering har gjort at regnskapene er mer a jour enn de noen gang tidligere har vært, samtidig som automatiseringer av regnskapsrelaterte arbeidsoppgaver har frigitt tid. Arbeidsmengden er blitt mer fordelt ut over året, og regnskapsselskapene har økt sine kundeporteføljer som følge av at medarbeiderne nå bruker mindre tid per kunde. På denne måten klarer regnskapsførerselskapene og øke omsetning til tross for redusert timeforbruk per kunde. Samtidig opplever regnskapsførerselskapene at de bruker mer tid på rådgivning.

Den største utfordringen for implementering og bruk av ny teknologi internt i regnskapsførerselskapene knytter seg til alder på medarbeidere og kunder. Eldre ansatte og kunder er mindre villige til å ta i bruk ny teknologi som følge av manglende teknisk kompetanse og usikkerhet.

Endringer i måten systemleverandørene opererer på oppfattes som direkte konkurranse mot regnskapsførerselskapene. Systemleverandørenes endringer i betingelser svekker selskapenes konkurransefortrinn, og regnskapsførerselskapene må i større grad enn tidligere hensynta og tilrettelegge sin drift ovenfor disse. Kundene har også fått større makt i at det er enklere, og medfører mindre kostnader enn før å bytte regnskapsfører. Dette har medført at regnskapsførerselskapene i enda større grad må finne måter å skape økt kunde verdi gjennom å spisse sine tjenester til den enkelte kundes behov og oppfattet kunde verdi, og med det utvikle sterkere relasjoner til kundene for å holde på dem.

Den største påvirkningen teknologien har hatt på regnskapsførers rolle og arbeidshverdag er automatiseringen av arbeidsoppgaver. Regnskapsførers opplever at de er gått fra å være regnskapsprodusenter til å bli kontrollere og rådgivere. Samtidig trekkes det frem av den elektroniske bilagsleveringen har bidratt til at arbeidet i de mest hektiske periodene rundt årsavslutning og momsterminer nå er mer fordelt ut over året, som har gjort at overtidsbruken er blitt vesentlig redusert sammenlignet med tidligere.

7.2 Begrensninger i studien

Vi vil i denne delen greie ut om hvilke begrensninger som er lagt på den gjennomførte studien.

På grunn av at studien inngår i en masteroppgave, er tidsaspektet en begrensning for studien. Med en utvidet tidshorisont hadde det vært mulig å gi forskningen et løft ved å øke omfanget av undersøkelsene, og gått dypere inn i spesifikke fenomener som har blitt identifisert i løpet av studien.

Det er en svakhet i forskningen vår at antallet informanter som deltok i studien har vært av et begrenset, og vært hentet fra et begrenset geografisk område. Det har blitt intervjuet seks respondenter fra seks ulike regnskapsførerselskap med tung faglig kompetanse på området, lang erfaring og flere av dem ledende stillinger. Vi mener valget av personer er det mest aktuelle for å få gode svar, men utvalget kunne gjerne vært utvidet ytterligere. Geografisk har våre respondenter blitt hentet fra Rogaland og Hordaland, hvilket medfører at man kan få svar som kun er relatert til dette området eller knyttet til spesielle hendelser i området. Endringene i regnskapsbransjen er dog ikke begrenset til dette fylket, og anses derfor likevel for å være relevant.

7.3 Videre forskning

Helt avslutningsvis i masteroppgaven vil vi presentere våre forslag til videre forskninger på området rundt den teknologiske utviklingen i regnskapsbransjen. Det er underveis i forskningen identifisert flere områder som kan være aktuelle for videre forskning. Vi har i denne oppgaven fokusert på hvordan regnskapsfører og regnskapsførers organisasjon håndterer den teknologiske utviklingen, og hvordan selskapene tjenester har endret seg som følge av dette.

Gjennom forskningen har vi identifisert at det offentlige krav fører til at regnskapsfører må tilpasse seg. Dette er et område som har fått mindre fokus i vår oppgave. Et område for interessant videre forskning er av den grunn om kravene fra offentlige etater til rapporteringsmetoder har påvirket digitaliseringshastigheten i bransjen.

Bibliografi

- Altinn.no. (2021, Juni 23). *Årsregnskap*. Hentet fra Altinn: <https://www.altinn.no/starte-og-drive/regnskap-og-revisjon/regnskap/arsregnskap/>
- Baksaas, K. M., & Stenheim, T. (2015). Regnskapet - en kilde til økonomisk informasjon. I *Regnskapsteori* (ss. 1-42). Cappelen Damm.
- Brønnøysundsregistrene. (2021, Mars 28). *BRREG.NO*. Hentet fra Om Enhetsregisteret: <https://www.brreg.no/om-oss/oppgavene-vare/alle-registrene-vare/om-enhetsregisteret/>
- Chui, M., Manyika, J., & Miremadi, M. (2016). Where machines could replace humans - and where they can't (yet). *McKinsey Quarterly*. Hentet fra <https://www.mckinsey.de/~ /media/McKinsey/Business%20Functions/McKinsey%20Digital/Our%20Insights/Where%20machines%20could%20replace%20humans%20and%20where%20they%20cant/Where-machines-could-replace-humans-and-where-they-cant-yet.pdf>
- Datatilsynet. (2021, 10 30). *Behandlingsansvarlig og databehandler*. Hentet fra <https://www.datatilsynet.no/:https://www.datatilsynet.no/rettigheter-og-plikter/virksomhetenes-plikter/databehandleravtale/behandlingsansvarlig-og-databehandler/konsekvensene-av-om-det-foreligger-et-databehandleroppdrag-eller-ikke/>
- Debet. (2021, 11 17). *A-melding – Hva er A-melding?* Hentet fra Debet.no: <https://www.debet.no/ordbok/a-melding>
- Deloitte. (2022). *Tech Trends 2022*. Hentet 04 17, 2022 fra <https://kommunikasjon.ntb.no/pressemelding/de-viktigste-teknologitrendene-i-2022?publisherId=89288&releaseld=17925517>
- Erichsen, M., Solberg, F., & Stiklestad, T. (2019). *Ledelse i små og mellomstore virksomheter*. Bergen: Fagbokforlaget.
- Finansdepartementet. (2008). *NOU 2008:12 Revisjonsplikten for små foretak*. Oslo: Departementets servicesenter Informasjonsforvaltning. Hentet fra <https://www.regjeringen.no/contentassets/63edea8550b148ebb60d86ad657f612b/no/pdfs/nou20082008001200Odddpdfs.pdf>
- Finanstilsynet. (2017, 11 29). *Autorisasjon som regnskapsførerselskap*. Hentet 11 17, 2021 fra Finanstilsynet.no: <https://www.finanstilsynet.no/konsesjon/regnskapsforerselskap/autorisasjon-som-regnskapsforerselskap/#:~:text=Regnskapsf%C3%B8rerselskaper%20kan%20of%C3%A5%20unntak%20fra%20kravet%20til%20at,virksomhet%20enn%20regnskapsf%C3%B8ring%20selskapet%20har%20minst>
- Finanstilsynet. (2021, Oktober 21). *Finanstilsynet.no*. Hentet fra Personlig autorisasjon som regnskapsfører: <https://www.finanstilsynet.no/konsesjon/regnskapsforer/personlig-autorisasjon-som-regnskapsforer/>
- Galea, D., & Sammut-Bonnici, T. (2014). PEST analysis. *Wiley Encyclopedia of Management*.
- Grønmo, S. (2004). *Samfunnsvitenskapelige metoder*. Bergen: Fagbokforlaget.
- Hervik, A., & Rye, M. (2010). *Regjeringen.no*. Hentet fra https://www.regjeringen.no/globalassets/upload/krd/nou/kompetansearbeidsplasser/differensiert_arbeidsgiveravgift.pdf
- Jacobsen, D. I. (2004). *Organisasjonsendringer og endringsledelse*. Bergen: Fagbokforlaget.
- Jacobsen, D. I. (2021). *Hvordan gjennomføre undersøkelser? - Innføring i samfunnsvitenskapelig metode* (3. utg.). Oslo: Cappelen Damm.
- Johannessen, A., Christoffersen, L., & Tufte, P. A. (2020). *Forskningsmetode for økonomisk-administrative fag*. Oslo: Abstrakt forlag.
- Kredittilsynet. (2001, 11 05). *Regjeringen*. Hentet 10 22, 2021 fra Notat fra Kredittilsynet: <https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/notat-fra-kredittilsynet-11092001/id94306/>
- Maksit. (2020, 10 22). *ENDRINGER I A-MELDINGEN FRA 1. JANUAR 2021*. Hentet 11 17, 2021 fra Maksit.no: <https://www.maksit.no/opplysning/2020/10/21/endringer-i-a-meldingen-fra-1-januar-2021#:~:text=Innf%C3%B8ring%20av%20pensjonsinnretning%20via%20a-melding%20vil%20starte%20med,pilotperioden%2C%20bestemmes%20av%20den%20enkelte%20leverand%C3%B8r%20av%20pensjo>
- Maslow, A. H. (1954). *Motivation and Personality*. New York: Harper.
- McGrath, R. G. (2013). Transient Advantage. *Harvard Business Review*, 1-10.
- Moe, A. M., & Eriksen, K. (2021, 05). Eksamen vår 2021 - ME303E-1 21V ANVENDT METODE - Kandidat 371 og 434. Nord Universitet.
- NAV. (2021, Mars 28). *NAV.no*. Hentet fra Arbeidsgiver- og arbeidstakerregisteret (Aa-registeret): <https://www.nav.no/no/bedrift/tjenester-og-skjemaer/aa-registeret-og-a-meldingen>
- Nilssen, V. (2012). *Analyse i kvalitative studier - den skrivende forskeren*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Nordea. (2021). *Betalinger med KID*. Hentet 11 17, 2021 fra Nordea.no: <https://www.nordea.no/bedrift/vareprodukter/betalinger/inn-og-utbetalingstjenester/ocr.html>

- Nordea. (2021, 10 30). *General Data Protection Regulation (GDPR)*. Hentet fra <https://www.nordea.no:https://www.nordea.no/privat/kundeservice/general-data-protection-regulation.html>
- Pedersen, K., Haugen, D. O., Baksaas, K. M., & Schwencke, H. R. (2015). *Årsregnskapet i teori og praksis*. Oslo: Gyldendal Norsk Forlag.
- Politiets sikkerhetstjeneste. (2022). *Nasjonal trusselvurdering 2022*. Oslo: PST. Hentet 04 17, 2022 fra <https://www.pst.no/globalassets/ntv/2022/nasjonal-trusselvurdering-2022-pa-norsk.pdf>
- PwC. (2021). *Hva er Industry 4.0?* Hentet 9 25, 2021 fra PwC: <https://www.pwc.no/no/teknologi-omstilling/digitalisering-pa-1-2-3/industry-4-0.html>
- PwC. (2022). *PwC's 25 Annual Global CEO Survey: Reimagining the outcomes that matters*. Hentet 04 17, 2022 fra <https://www.pwc.no/no/publikasjoner/ceo-survey-2022/pwc-ceo-survey-2022.pdf>
- Regjeringen. (2014, Desember 6). *Regjeringen.no*. Hentet fra Digitalisering i offentlig sektor: <https://www.regjeringen.no/no/tema/statlig-forvaltning/ikt-politikk/digitaliseringen-i-offentlig-sektor/id2340245/>
- Regjeringen. (2018). *NOU 2018: 9*. Regjeringen. Hentet 10 20, 2021 fra Regnskapsførerloven— Forslag til ny lov om regnskapsførere: <https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/nou-2018-9/id2602796/?ch=3>
- Regnskap Norge. (2016, 02 04). *Teknologi og regnskapsbransjen*. Hentet 11 17, 2021 fra Regnskapnorge.no: <https://www.regnskapnorge.no/faget/artikler/teknologi2/teknologi-og-regnskapsbransjen/?auth=True>
- Regnskap Norge. (2021). *Fakta om regnskapsbransjen*. Hentet 9 29, 2021 fra Regnskap Norge: <https://www.regnskapnorge.no/om-oss/bransjeutvikling/>
- Ringstad, V. (2017). *Samfunnsøkonomi og økonomisk politikk for turbulente tider*. Oslo: Cappelen Damm.
- Rogers, D. L. (2016). *The Digital Transformation Playbook: Rethink your Business for the Digital Age*. Columbia University Press.
- Sander, K. (2019, mai). *Kausalt design*. Hentet fra *estudie.no*: <https://estudie.no/kausalt-design/>
- Sander, K. (2020, 09 02). *estudie*. Hentet fra Ressurs som konkurransefortrinn: <https://estudie.no/konkurransefortrinn/>
- Sannes, R., & Andersen, E. (2016, September 16). *Aftenposten*. Hentet fra Norske topledere på bunn i digitalisering.
- Sannes, R., & Andersen, E. (2018). Hva er digitalisering? *Magma*, 18-24. Hentet fra Hva er digitalisering?
- Schei, V., Sverdrup, T., Sandvik, A., & Tjølsen, Ø. (2016). *FOCUS - Undersøkelse av regnskapsbransjen*. NHH.
- Schwab, K. (2016). The Fourth Industrial Revolution. *Rotman Magazine*, 19-24.
- SINTEF. (2015). *Effekter av teknologiske endringer på norsk nærings- og arbeidsliv*. Trondheim: Stiftelsen SINTEF.
- Skatteetaten. (2007, 01 09). *Lever lønns- og trekkoppgaven på altinn.no*. Hentet 11 17, 2021 fra Skatteetaten.no: <https://www.skatteetaten.no/presse/nyhetsrommet/lever-lonns--og-trekkoppgaven-pa-altinn.no/>
- Skatteetaten. (2021, Mars 14). *Arbeidsgiveravgift*. Hentet fra Skatteetaten.no: <https://www.skatteetaten.no/satser/arbeidsgiveravgift/>
- Skatteetaten. (2021, 11 19). *Ny skattemelding for næringsdrivende*. Hentet fra Skatteetaten.no: <https://www.skatteetaten.no/bedrift-og-organisasjon/skatt/skattemelding-naringsdrivende/ny-skattemelding/>
- Skatteetaten. (2021, 11 17). *Spørsmål og svar - Standardformat regnskap*. Hentet fra Skatteetaten.no: <https://www.skatteetaten.no/bedrift-og-organisasjon/starte-og-drive/rutiner-regnskap-og-kassasystem/saf-t-regnskap/sporsmal-og-svar---standardformat-regnskap/>
- Skatteetaten. (2021, 3 23). *Årsak til sluttdato*. Hentet 11 17, 2021 fra Skatteetaten.no: <https://www.skatteetaten.no/bedrift-og-organisasjon/arbeidsgiver/a-meldingen/veiledning/arbeidsforholdet/opplysninger-om-arbeidsforholdet/arsak-til-sluttdato/#:~:text=De%20f%C3%A5r%20s%C3%A5%20informasjon%20om%20at%20de%20er,de%20%C3%A5rsak%20til%20at%20d>
- Skjelvan, R. (2015, 03). Hindre for digitalisering. *Praktisk Økonomi og Finans*, 31, ss. 187-195.
- Statistisk Sentralbyrå. (2017, 06 07). *Unge og høyt utdannede er flinkest foran PC-en*. Hentet 11 17, 2021 fra Digitale ferdigheter i ulike aldersgrupper: <https://www.ssb.no/teknologi-og-innovasjon/artikler-og-publikasjoner/unge-og-hoyt-utdannede-er-flinkest-foran-pc-en>
- Statistisk sentralbyrå. (2021, Mars 28). <https://www.ssb.no>. Hentet fra Fakta om Norsk næringsliv: <https://www.ssb.no/nasjonalregnskap-og-konjunkturer/faktaside/norsk-naeringsliv>
- Stief, S. E., Eidhoff, A. T., & Voeth, M. (2016). Transform to Succeed: An Empirical Analysis of Digital Transformation in Firms. *International Journal of Economics and Management Engineering*(10), ss. 1833-1842.
- Store Norske Leksikon. (2021, 07 09). *Moore's lov*. Hentet fra SNL.no: https://snl.no/Moores_lov
- Store Norske Leksikon. (2022, 03 16). *Dataangrep*. Hentet 04 17, 2022 fra <https://snl.no/dataangrep>
- Sundin, B. (1991). *Den kupade handen : historien om människan och tekniken*. Helsingborg: Carlsson.
- Sundstrøm, K. (2019, 6 17). *Den fjerde industrielle revolusjon*. Hentet 9 21, 2021 fra NDLA: <https://ndla.no/nb/subject:1:59a988c6-4020-4e70-8329-4de68a19b6fe/topic:1:2b80697e-a7b0-4503-a3a1-bac4c9480a05/resource:1:197529>
- Sølvberg, A. (2018, 04 25). *Stormaskiner*. Hentet 11 17, 2021 fra NTNU.no: <https://www.ntnu.no/wiki/display/sesyfoss/Stormaskiner?desktop=true¯oName=livesearch>

- Thordebrand, B. (2021, 2 23). *Hva er EHF og hva er fordelene?* Hentet 9 25, 2021 fra 24sevenoffice.no: <https://24sevenoffice.com/no/blogg/fakturering/hva-er-ehf-og-hva-er-fordelene/>
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (1996). A Model of the Antecedents of Perceived Ease of Use: Development and Test. *Decision Sciences*, 27(3), 451-481.
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). A theoretical extension of the technology acceptance model: four longitudinal field studies. *Management Science*, 46(2), 186-204.
- Visma. (2021, 11 19). *Hva er API? og 9 andre spørsmål og svar om API*. Hentet fra Visma.no: <https://www.visma.no/blogg/hva-er-api-sporsmal-og-svar/>
- Visma. (2021). *Hva er EHF faktura?* Hentet 11 7, 2021 fra Visma.no: <https://www.visma.no/eaccounting/regnskapsordbok/e/ehf/#:~:text=Alle%20statlige%20organisasjoner%20krever%20faktura%20i%20EHF-format.%20Fra,et%20%C3%B8konomiprogram%20kan%20valge%20%C3%A5%20motta%20i%20EHF-format.>
- Visma. (2021, Oktober 20). *Regnskapsloven*. Hentet fra Hva er regnskapsloven?: <https://www.visma.no/eaccounting/regnskapsordbok/r/regnskapsloven/>
- World Economic Forum. (2018). *The Future of Jobs Report 2018*. Geneva: World Economic Forum.
- Younghwa, L., Kozar, K. A., & Larsen, K. R. (2003). The Technology Acceptance Model: Past, Present and Future. *Communications of the Association for Information Systems*, 751-781.
- Yukl, G. (2009). Å lede organisasjonsendringer. I Ø. L. Martinesen, *Perspektiver på ledelse* (ss. 167-205). Oslo: Gyldendal Norsk Forlag.

Appendiks

Vedlegg 1: Godkjenning NSD

Meldeskjema for behandling av personopplysninger

about:blank

NSD NORSK SENTER FOR FORSKNINGSDATA

Vurdering

Referansenummer

708092

Prosjektittel

Masteroppgave om hvordan teknologi har påvirket regnskapsførers rolle

Behandlingsansvarlig institusjon

Nord Universitet / Fakultet for samfunnsvitenskap / Ledelse og innovasjon

Prosjektansvarlig (vitenskapelig ansatt/veileder eller stipendiat)

Hassa Pedersen, hassa.pedersen@nord.no, tlf. 91345761

Type prosjekt

Studentprosjekt, masterstudium

Kontaktinformasjon, student

Kristina Eriksen, kristinaeriks1@gmail.com, tlf. 48255655

Prosjektperiode

16.08.2021 - 25.05.2022

Vurdering (1)

04.04.2022 - Vurdert

OM VURDERINGEN

Personvernjenester har en avtale med institusjonen du forsker eller studerer ved. Denne avtalen innebærer at vi skal gi deg råd slik at behandlingen av personopplysninger i prosjektet ditt er lovlig etter personverngelverket.

Personvernjenester har nå vurdert den planlagte behandlingen av personopplysninger. Vår vurdering er at behandlingen er lovlig, hvis den gjennomføres slik den er beskrevet i meldeskjemaet med dialog og vedlegg.

TYPE OPPLYSNINGER OG VARIGHET

Prosjektet vil behandle alminnelige kategorier av personopplysninger frem til den datoen som er oppgitt i meldeskjemaet.

LOVLIG GRUNNLAG

Prosjektet vil innhente samtykke fra de registrerte til behandlingen av personopplysninger. Vår vurdering er at prosjektet legger opp til et samtykke i samsvar med kravene i art. 4 og 7, ved at det er en frivillig, spesifikk, informert og utvetydig bekræftelse som kan dokumenteres, og som den registrerte kan trekke tilbake.

Lovlig grunnlag for behandlingen vil dermed være den registrertes samtykke, jf. personvernforordningen art. 6 nr. 1 bokstav a.

PERSONVERNPRINSIPPER

Personvernjenester vurderer at den planlagte behandlingen av personopplysninger vil følge prinsippene i personvernforordningen om:

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

DE REGISTRERTES RETTIGHETER

Så lenge de registrerte kan identifiseres i datamaterialet vil de ha følgende rettigheter: innsyn (art. 15), retting (art. 16), sletting (art. 17), begrensning (art. 18), og dataportabilitet (art. 20).

Personvernjenester vurderer at informasjonen om behandlingen som de registrerte vil motta oppfyller lovens krav til form og innhold, jf. art. 12.1 og art. 13.

Vi minner om at hvis en registrert tar kontakt om sine rettigheter, har behandlingsansvarlig institusjon plikt til å svare innen en måned.

FØLG DIN INSTITUSJONS RETNINGSLINJER

Personvernjenester legger til grunn at behandlingen oppfyller kravene i personvernforordningen om riktighet (art. 5.1 d), integritet og konfidensialitet (art. 5.1 f) og sikkerhet (art. 32).

Ved bruk av databehandler (spørreskjemaleverandør, skylagring eller videosamtale) må behandlingen oppfylle kravene til bruk av databehandler, jf. art 28 og 29. Bruk leverandører som din institusjon har avtale med.

Før å forsikre dere om at kravene oppfylles, må dere følge interne retningslinjer og/eller rådføre dere med behandlingsansvarlig institusjon.

MELD VESENTLIGE ENDRINGER

Dersom det skjer vesentlige endringer i behandlingen av personopplysninger, kan det være nødvendig å melde dette til oss ved å oppdatere meldeskjemaet. Før du melder inn en endring, oppfordrer vi deg til å lese om hvilke type endringer det er nødvendig å melde: <https://www.nsd.no/personvernjenester/fyll-ut-meldeskjema-for-personopplysninger/melde-endringer-i-meldeskjema>

Du må vente på svar fra oss før endringen gjennomføres.

OPPFØLGING AV PROSJEKTET

Personvernjenester vil følge opp ved planlagt avslutning for å avklare om behandlingen av personopplysningene er avsluttet.

Lykke til med prosjektet!

Vil du delta i forskningsprosjektet

«Hvordan teknologi har påvirket regnskapsførers rolle?»

Dette er et spørsmål til deg om å delta i et forskningsprosjekt hvor formålet er å undersøke hvordan teknologi har påvirket regnskapsførers rolle. I dette skrevet gir vi deg informasjon om målene for prosjektet og hva deltakelse vil innebære for deg.

Formål

Regnskapsbransjen har vært gjennom store teknologiske endringer, i dette forskningsprosjektet skal vi se nærmere på hvordan regnskapsførers rolle har endret seg som følge av dette. Forskningsprosjektet er en del av vår avsluttende masteroppgave på Nord Universitet.

Problemstillingen som skal besvares er som følger:

«Har ny teknologi endret regnskapsførers rolle? Hvilke tilpasninger gjør bedrifter og regnskapsførere når ny teknologi tas i bruk innenfor regnskap og rapportering i SMB?»

Med tilhørende forskningsspørsmål:

- *Hvordan har teknologien endret regnskapsførers rolle i bedrifter?*
- *Hvordan tilpasser små og mellomstore bedrifter seg til ny teknologi?*
- *Hvilke fordeler og ulemper gir ny teknologi for bedriftene?*
 - *Hindre for å ta i bruk ny teknologi? (Adferd ved endringer, både internt og eksternt/kunder)*

Hvem er ansvarlig for forskningsprosjektet?

Nord Universitet er ansvarlig for prosjektet.

Hvorfor får du spørsmål om å delta?

Du har blitt invitert til å delta i denne studien siden du er arbeider på ett regnskapskontor. Kriteriene for deltakelse er at du jobber med regnskap til daglig og har over 10 års erfaring i regnskapsbransjen. Totalt vil 6 personer bli spurt om å delta i undersøkelsen.

Vi har funnet din kontaktinformasjon via LinkedIn, og/eller bedriften du arbeider i sin hjemmeside.

Hva innebærer det for deg å delta?

Deltakelse i denne studien innebærer at du deltar i ett intervju hvor vi stiller deg spørsmål om din erfaring med ny teknologi i regnskapsførerselskapet du arbeider i. Intervjuet vil ta rundt 1-1,5 time og vil bli tatt opp på videoopptak slik at vi kan transkribere i ettertid. I intervjuet vil du bli spurt spørsmål rundt ny teknologi i din rolle som regnskapsfører og regnskapskontoret du arbeider i.

Det er frivillig å delta

Det er frivillig å delta i prosjektet. Hvis du velger å delta, kan du når som helst trekke samtykket

tilbake uten å oppgi noen grunn. Alle dine personopplysninger vil da bli slettet. Det vil ikke ha noen negative konsekvenser for deg hvis du ikke vil delta eller senere velger å trekke deg.

Ditt personvern – hvordan vi oppbevarer og bruker dine opplysninger

Alle personvernopplysninger vil bli behandlet konfidensielt. Kun forfatterne av oppgaven og veileder vil ha tilgang til personopplysningene. Disse lagres på passordbeskyttet PC så lenge masteroppgaven skrives.

Deltakere i studiet vil ikke kunne gjenkjennes i publikasjonen. Data som hentes fra studiet vil bli anonymisert i publiseringen av oppgaven.

Hva skjer med personopplysningene dine når forskningsprosjektet avsluttes?

Prosjektet skal etter planen avsluttes i mai 2022. Når prosjektet er avsluttet vil alle personopplysninger og opptak slettes.

Hva gir oss rett til å behandle personopplysninger om deg?

Vi behandler opplysninger om deg basert på ditt samtykke.

På oppdrag fra Nord Universitet har Personverntjenester vurdert at behandlingen av personopplysninger i dette prosjektet er i samsvar med personvernregelverket.

Dine rettigheter

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

- innsyn i hvilke opplysninger vi behandler om deg, og å få utlevert en kopi av opplysningene
- å få rettet opplysninger om deg som er feil eller misvisende
- å få slettet personopplysninger om deg
- å sende klage til Datatilsynet om behandlingen av dine personopplysninger

Dersom du har spørsmål til studien kan du ta kontakt med Kristina Eriksen på tlf. 482 55 655, Andreas Malmo Moe på tlf. 478 34 322 eller veileder Hassa Pedersen på 913 45 761.

Hvis du har spørsmål knyttet til Personverntjenester sin vurdering av prosjektet, kan du ta kontakt med:

- Personverntjenester på epost (personverntjenester@sikt.no) eller på telefon: 53 21 15 00.

Med vennlig hilsen

Hassa Pedersen
Veileder

Kristina Eriksen
Student

Andreas Malmo Moe
Student

Samtykkeerklæring

Jeg har mottatt og forstått informasjon om prosjektet «Hvordan har teknologi påvirket regnskapsførers rolle?», og har fått anledning til å stille spørsmål. Jeg samtykker til:

- å delta i intervju

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

(Signert av prosjektdeltaker, dato)

Vedlegg 3: Intervjuguide

Intervjuguide

Generell del

Navn:

Alder:

Utdanning:

Erfaring:

Stilling:

Hvor lenge har du vært i denne stillingen:

Antall ansatte i bedriften:

Innledning

1. Hva er/har vært hovedoppgavene i jobben din?
2. Hvilke nye teknologier har du tatt i bruk de siste 5 årene i din tjenesteleveranse?

Innføring av ny teknologi

3. Hva mener du er de viktigste drivkreftene for innføring av ny teknologi?
4. Hvilke tilpasninger har bedriften din gjort for å imøtekomme ny teknologi?
5. Hvordan oppfatter du din, dine kollegaers og kunders holdning til ny teknologi?
6. Hva motiverer deg for å ta i bruk ny teknologi?
7. Hva mener du er de viktigste forutsetningene for å lykkes med innføring av ny teknologi?
 - a) Synes du bedriften du arbeider i har lyktes i å innføre ny teknologi?
8. Hvilke utfordringer har du møtt på ved innføring av ny teknologi?
9. Hvilke muligheter mener du ny teknologi vil gi regnskapsbransjen i årene fremover?
10. Hvilke risikoer mener du er knyttet til ny teknologi?

Endring i tjenesteleveranser

11. Har innføringen av ny teknologi påvirket din tjenesteleveranse?
12. Hvilke nye tjenester tilbyr du som følge av ny teknologi?
13. Er der noen tradisjonelle tjenester som du ser mindre etterspørsel som følge av innføring av ny teknologi?
14. Er det noen nye tjenester du ser økt etterspørsel etter som følge av innføring av ny teknologi?
15. Har kundenes forventninger til deg som regnskapsfører forandret seg?
 - a) Hvilke forventninger/krav ser du at kundene har i dag i forhold til tidligere?
 - b) Hvordan stiller kunder seg til innføringen av ny teknologi?

16. Hvordan har samarbeidet mellom deg som regnskapsfører og dine kunder endret seg som følge av ny teknologi?
17. Oppfatter du samarbeidet mellom deg som regnskapsfører og kundene dine som styrket som følge av ny teknologi?
 - a) På hvilken måte?
18. Hvordan har måten du rapporterer til dine kunder endret seg som følge av ny teknologi?

Endringer i regnskapsførers rolle

19. Hvordan mener du teknologien har endret din rolle som regnskapsfører?
20. Hvordan har teknologi påvirket arbeidsmengden din?
21. Hvilke nye teknologier har hatt størst påvirkning på din rolle som regnskapsfører?
22. Hvilke tilpasninger har du som regnskapsfører gjort for å imøtekomme ny teknologi?
23. Hvordan tror du at regnskapsførers rolle vil endres i løpet av de neste årene?