



Sveriges lantbruksuniversitet
Swedish University of Agricultural Sciences

Institutionen för ekonomi

En kvalitativ studie om redovisningskonsultens roll i beslutsprocessen i små företag

A qualitative study of the accountant's role in decision-making in small businesses

*Fredrik Klang
Linnea Widegren*

En kvalitativ studie om redovisningskonsultens roll i beslutsprocessen i små företag

A qualitative study of the accountant's role in decision-making in small businesses

*Fredrik Klang
Linnea Widegren*

Handledare: Helena Hansson, SLU,
Institutionen för ekonomi

Examinator: Richard Ferguson, SLU,
Institutionen för ekonomi

Omfattning: 15 hp

Nivå och fördjupning: G2E

Kurstitel: Självständigt arbete i företagsekonomi

Kurskod: EX0812

Program/utbildning: Ekonomi – kandidatprogram

Fakultet: Fakulteten för naturresurser och jordbruksvetenskap (NJ)

Utgivningsort: Uppsala

Utgivningsår: 2017

Serienamn: Examensarbete/SLU, Institutionen för ekonomi

Nr: 1082

ISSN 1401-4084

Elektronisk publicering: <http://stud.epsilon.slu.se>

Nyckelord: beslutsfattande, beslutsfattande i små företag, finansiell information, kommunikation, redovisning, redovisningskonsult



Sveriges lantbruksuniversitet
Swedish University of Agricultural Sciences

Institutionen för ekonomi

Förord

Vi vill rikta ett stort tack till de medverkande redovisningskonsulterna för ett vänligt bemötande och engagerade samtal. Vi vill även tacka vår handledare Helena Hansson för värdefull feedback och stöd under arbetets gång. Vidare vill vi tacka våra klasskamrater för givande diskussioner och erfarenhetsutbyten.

Uppsala, 30 Maj 2017

Linnea & Fredrik

Abstract

The aim of this thesis is to examine the role of the accounting consultant in small businesses and how they work to help business managers in small businesses, understand and use the financial information as a basis for decision-making.

The thesis has a qualitative research strategy and the empirical material has been collected through semi-structured interviews with three authorized accounting consultants at two different accounting agencies.

The theoretical framework is based on theory of accounting, communication and decision-making which is used to discuss the results.

The thesis suggests that it is necessary for the accounting consultant to customize the presentation and communication of the financial information so that the business manager understands and use the information for decision-making. Therefore, the study suggests that the accounting consultant can have a natural role in the process of decision-making in small businesses if the criteria above are achieved.

Sammanfattning

Företagsledare kan använda informationen från redovisningen för att få en överblick av företagets ekonomiska ställning samt använda den som beslutsunderlag. Många företagsledare saknar kunskapen som krävs för att upprätta redovisningen och anlitar därför en redovisningskonsult till detta, redovisningskonsulten kan således ses som företagets ekonomiavdelning. Många små företag tar således fram lagstadgad redovisningsinformation med hjälp av en redovisningskonsult, men flertalet använder dock inte den framtagna informationen vid beslutsfattande. Uppsatsens syfte är därför att undersöka redovisningskonsultens roll i små företag samt hur de arbetar för att hjälpa företagsledare i små företag att förstå samt använda informationen från redovisningen som beslutsunderlag.

Uppsatsen har en kvalitativ forskningsstrategi där semistrukturerade intervjuer har genomförts med tre auktoriserade redovisningskonsulter på två olika redovisningsbyråer. Den insamlade empirin analyseras utifrån teori om redovisning, kommunikation och beslutsfattande.

Studien visar att redovisningskonsultens uppfattning av redovisningens syfte är att den ska ge en rättvis bild av företagets ekonomiska ställning samt att den kan vara användbar som beslutsunderlag. För att redovisningsinformationen ska vara användbar vid beslutsfattande krävs det att redovisningskonsulten kundanpassar presentationen och kommunikationen av informationen vilket skapar förutsättningar för att företagsledare i små företag ska förstå och använda den som beslutsunderlag. Vidare visar studien att redovisningskonsultens förtroende, engagemang, intresse samt relationen mellan redovisningskonsulten och företagsledare har en avgörande roll för att företagsledare ska ta till sig rådgivningen och redovisningskonsulten får en naturlig roll i företagets beslutsprocess.

Innehållsförteckning

1 INTRODUKTION	1
1.1 BAKGRUND	1
1.2 PROBLEMFÖRMULERING	2
1.3 UPPSATSENS SYFTE OCH FORSKNINGSFRÅGOR	3
1.4 UPPSATSENS BIDRAG	3
1.5 AVGRÄNSNING	3
1.6 UPPSATSENS STRUKTUR	4
2 TEORI	5
2.1 INSAMLING AV TEORI	5
2.1.1 Tidigare forskning	5
2.1.2 Teoretiskt bidrag	7
2.2 REDOVISNING	7
2.2.1 Redovisningens syfte	8
2.2.2 Rutinmässig och icke rutinmässig redovisning	8
2.2.3 Redovisning som underlag för beslut	8
2.2.4 Redovisningskonsultens roll	9
2.3 KOMMUNIKATION	10
2.3.1 Kommunikationsprocessen	10
2.3.2 Kommunikationskanaler	11
2.4 BESLUTFATTANDE	11
2.5 TEORETISK SAMMANFATTNING	13
3 METOD	14
3.1 KVALITATIV METOD	14
3.2 INSAMLING AV EMPIRI	14
3.3 TROVÄRDIGHET OCH ÄKTHET VID KVALITATIVA STUDIER	15
3.4 KRITISK REFLEKTION AV METODEN	16
3.5 ETISK DISKUSSION	17
4 EMPIRI	18
4.1 BESKRIVNING AV RESPONDENTER	18
4.1.1 Alice	18
4.1.2 Björn	18
4.1.3 Cecilia	18
4.2 REDOVISNING	19
4.2.1 Redovisningens syfte och användbarhet vid beslutsfattande	19
4.2.2 Redovisningskonsultens roll	19
4.3 KOMMUNIKATION	20
4.4 BESLUTFATTANDE	21
5 ANALYS	23
5.1 REDOVISNING	23
5.1.1 Redovisningens syfte och användbarhet vid beslutsfattande	23
5.1.2 Redovisningskonsultens roll	23
5.2 KOMMUNIKATION	24
5.3 BESLUTFATTANDE	25
6 DISKUSSION	27
6.1 REDOVISNING, KOMMUNIKATION OCH BESLUTFATTANDE	27
6.2 RESULTATETS BEGRÄNSNINGAR	28
7 SLUTSATSER	30
REFERENSER	31
BILAGA	34

Figur- och tabellförteckning

FIGUR 1: UPPSATSENS STRUKTUR	4
FIGUR 2: KOMMUNIKATIONSPROCESSEN	10
FIGUR 3: KOMMUNIKATIONSKANALER	11
FIGUR 4: RATIONELLT BESLUTFATTANDE	12
FIGUR 5: BEGRÄNSAT RATIONELLT BESLUTFATTANDE	12
FIGUR 6: TEORETISK SAMMANFATTNING	13
TABELL 1: SAMMANFATTNING AV TIDIGARE FORSKNING INOM UPPSATSENS OMRÅDE	6
TABELL 2: SAMMANSTÄLLNING AV RESPONDENTERNA OCH INTERVJUERNA	15

1 Introduktion

I detta kapitel beskrivs uppsatsens bakgrund följt av en problemformulering som leder fram till uppsatsens syfte och forskningsfrågor. Till sist beskrivs uppsatsens bidrag, avgränsning och struktur.

1.1 Bakgrund

EU:s definition av små företag är företag som har färre än 50 anställda och en årlig omsättning eller balansomslutning som understiger 10 miljoner euro (www, EUR-Lex, 2016). Alla organisationer som bedriver verksamhet av ekonomisk art är bokföringsskyldiga enligt andra kapitlet i bokföringslagen (SFS 1999:1078). Bokföringsskyldighet innebär att företag ska sammanställa alla affärshändelser enligt bokföringslagen samt avsluta räkenskapsåret med ett förenklat årsbokslut eller en årsredovisning, beroende på företagets storlek (SFS 1999:1078). En årsredovisning ska enligt andra kapitlet i årsredovisningslagen (SFS 1995:1554) innehålla en balans- och resultaträkning, noter till dessa samt en förvaltningsberättelse. Ett förenklat årsbokslut ska enligt sjätte kapitlet i bokföringslagen (SFS 1999:1078) innehålla en balans- och resultaträkning samt tilläggsupplysningar till dessa. En balansräkning visar en sammanställning av företagets tillgångar, eget kapital och skulder vid en viss tidpunkt. Resultaträkningen visar företagets intäkter och kostnader för en avgränsad period, skillnaden mellan intäkterna och kostnaderna är företagets redovisade resultat. Noterna hänvisas tydligt till poster i balans- och resultaträkningen och syftar till att förklara dessa poster ytterligare (Johansson et al., 2013). Förvaltningsberättelsen kompletterar årsredovisningen med den information som inte framgår av balans- och resultaträkningen samt noterna, där lämnas också förslag till vinstdisposition. Den är viktig för att få en bild av företagets ställning, resultat och framtid (www, Bolagsverket, 2013).

Företagsledare kan använda sig av redovisningsinformationen för att få en överblick över hur det går för företaget och genom att använda den som beslutsunderlag ges en möjlighet för företagsledare att fatta mer välgrundade beslut som kan bidra till att företagets ekonomiska målsättningar uppnås (Carrahar & Van Auken, 2013; Johansson et al., 2013). Vidare redogör Halabi et al. (2010) för att bristande finansiell kompetens hos företagsledare gör det svårt för dem att tolka informationen från redovisningen och använda den som beslutsunderlag. Med en bättre förståelse för redovisningen hos företagsledare kan informationen tolkas lättare och vikten av den som beslutsunderlag blir tydligare (Carrahar & Van Auken, 2013).

Många företagsledare saknar kunskapen att upprätta företagets redovisning själva, därför anlitar många företag en redovisningskonsult som sköter redovisningen (Everaert et al., 2010). En redovisningskonsult kan således ses som företagets ekonomiavdelning, där företaget avgör om konsulten sköter all form av redovisning eller delar av den som kräver finansiell kompetens som saknas i företaget (www, SRF, 2017). Genom att anlita konsulter som utför redovisningen samtidigt som företagsledaren saknar finansiell kompetens finns det en risk att rapporterna förlorar delar av sin nytta, eftersom rapporterna för den okunniga företagsledaren kan vara svåra att förstå (Sian & Roberts, 2009). Vidare menar Everaert et al. (2010) att företagsledare som anlitar en redovisningskonsult som sköter företagets redovisning tenderar att förlora finansiell kompetens, då de inte behöver sätta sig in i företagets redovisning. Det är därför av stor vikt att kommunikationen mellan företaget och redovisningskonsulten fungerar tillfredsställande, eftersom informationsutbytet i form av

information och planering är grunden till ett effektivt arbete samt underlättar för konsulten att leverera den information som företaget efterfrågar (www, Tidningenbalans, 1, 2014).

1.2 Problemformulering

I tidigare studier framgår det att redovisningsinformation kan användas som underlag vid beslutsfattande i företag (Carragher & Van Auken, 2013; Johansson et al., 2013; Marriott & Marriott, 2000; Van Auken & Carragher, 2013). Marriott och Marriott (2000) redogör dock för en rad studier som visar att små företag inte använder informationen från redovisningen vid företagsstyrning och beslutsfattande. Det framgår också att många företagsledare har en bristande finansiell kompetens och därmed inte är medvetna om redovisningsinformationens användbarhet, vilket kan vara ett betydande hinder för företagets framgång (Halabi et al., 2010).

Tidigare studier visar också att vid bristande finansiell kompetens hos företagsledare finns det en risk att de fattar ogrundade beslut som inte gynnar företagets framgång (Carragher & Van Auken, 2013; Halabi et al., 2010). På grund av den bristande kompetensen hos företagsledare i många små företag anlitas därför en redovisningskonsult för att utföra redovisningen, vilket medför en kostnad för företaget (Sian & Roberts, 2009). Argilés och Slof (2003) beskriver att det är viktigt att företag tar hänsyn till kostnaden för redovisningen då information från den bara är fördelaktig att använda vid beslutsfattande om nyttan från redovisningen överstiger kostnaden för redovisningskonsultens arbete. Många små företag tar således fram lagstadgad redovisningsinformation med hjälp av en redovisningskonsult, men flertalet använder sedan inte den framtagna informationen vid beslutsfattande (Marriott & Marriott, 2000). Samtidigt menar Ojala et al. (2014) att företag som använder sig av extern hjälp med redovisningen kan, utifrån ett ledningsperspektiv, förlora viktig finansiell information och Everaert et al. (2007) påstår att förlusten av information är en anledning till att företag inte väljer att ta hjälp med redovisningen. Everaert et al. (2010) menar dock att redovisningskonsulter besitter mycket kunskap som företagsledare saknar, vilket leder till en informationsasymmetri. Redovisningskonsultens rådgivning är således en viktig faktor för att minska informationsasymmetrin så att företagsledaren kan använda informationen från redovisningen på ett fördelaktigt sätt för att kunna fatta välgrundade beslut (Everaert et al., 2010; Ojala et al., 2014).

Argilés och Slof (2003) skriver att studier som stödjer redovisningens användbarhet vid företagsledning samt som beslutsunderlag i små företag inte har fått stor uppmärksamhet. Vidare menar även Mitchell och Reid (2000) att forskning om redovisningens användbarhet vid företagsstyrning och som beslutsunderlag i små företag är ett försummat område men att det finns potential för vidare forskning. Argilés och Slof (2003) förtydligar också att de få tidigare studierna som berört redovisningens användbarhet som beslutsunderlag i små företag haft varierande slutsatser. Vidare har tidigare studier om redovisningsinformationens användbarhet vid beslutsfattande fokuserat på företagets perspektiv (Argilés & Slof, 2003; Carragher & Van Auken, 2013; Halabi et al., 2010; Marriott & Marriott, 2000; Mitchell & Reid, 2000; Ojala et al., 2014; Van Auken & Carragher, 2013).

Det tycks således finnas ett gap i befintlig forskning om redovisningskonsulters roll vid beslutsfattande när företagsledare saknar den finansiella kompetensen som krävs för att förstå informationen från redovisningen och för att kunna använda den som beslutsunderlag. Ur ett empiriskt perspektiv är det därför intressant att studera vilken roll en redovisningskonsult har i små företag och hur de arbetar för att förmedla informationen från redovisningen så att

företagsledare i större utsträckning använder redovisningsinformationen vid beslutsfattande. Genom att applicera de teorier vi valt på den insamlade empirin bidrar uppsatsen teoretiskt genom att studera hur redovisningsinformationen förmedlas till den okunniga företagsledaren och hur den används vid beslutsfattande i små företag utifrån redovisningskonsultens perspektiv. Vidare bidrar studien empiriskt genom att öka redovisningskonsulters insikt och kunskap i frågan, så att de kan ha nytta av denna studie i sin yrkesroll som redovisningskonsult och rådgivare till små företag.

1.3 Uppsatsens syfte och forskningsfrågor

Uppsatsens syfte är att undersöka redovisningskonsultens roll i små företag samt hur de kan hjälpa företagsledare i små företag att förstå samt använda informationen från redovisningen som beslutsunderlag.

För att uppnå uppsatsens syfte besvaras följande forskningsfrågor:

- Vilken uppfattning har redovisningskonsulter om redovisningens syfte och användbarhet vid beslutsfattande?
- Hur förmedlar redovisningskonsulter informationen från redovisningen till företagsledare för att de ska förstå och använda informationen vid beslutsfattande?

1.4 Uppsatsens bidrag

Genom att utifrån redovisningskonsultens perspektiv studera redovisningskonsultens roll i små företag samt hur de kan hjälpa företagsledare i små företag att förstå och använda informationen från redovisningen som beslutsunderlag bidrar uppsatsens resultat till den nuvarande litteraturen. Detta då majoriteten av tidigare studier främst fokuserat på företagets perspektiv angående hur informationen från redovisningen används vid beslutsfattande (Argilés & Slof, 2003; Carraher & Van Auken, 2013; Halabi et al., 2010; Marriott & Marriott, 2000; Mitchell & Reid, 2000; Ojala et al., 2014; Van Auken & Carraher, 2013).

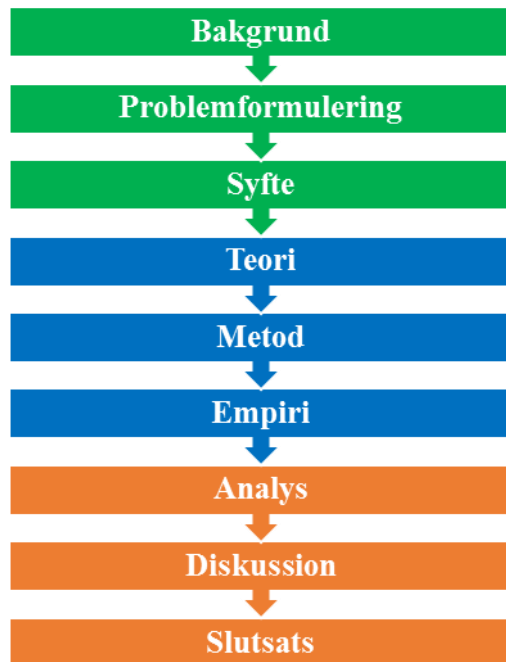
Vidare har även majoriteten av de tidigare studierna använt en kvantitativ metod (Argilés & Slof, 2003; Carraher & Van Auken, 2013; Everaert et al., 2007; Everaert et al., 2010; Ojala et al., 2014; Sian & Roberts, 2009; Van Auken & Carraher, 2013), därför kan vår studie, som har en kvalitativ metod, bidra till en djupare förståelse för uppsatsens ämne, då den kvalitativa metoden genom de semistrukturerade intervjuerna ger en möjlighet att ställa frågor där respondenten kan utveckla sina svar samt att det finns möjlighet att ställa följdfrågor. Studien kan således bidra både teoretiskt, genom ett bidrag till den nuvarande litteraturen, och empiriskt, genom att redovisningskonsulter kan använda och ha nytta av studien i deras vardagliga arbete som rådgivare till små företag.

1.5 Avgränsning

Uppsatsen avgränsas till redovisningskonsultens perspektiv, då semistrukturerade intervjuer endast genomfördes med tre redovisningskonsulter och inga företagsledare. Avgränsningen till redovisningskonsultens perspektiv gjordes dels på grund av uppsatsens syfte, men även vårt eget intresse i redovisningskonsultens yrke samt för att studien skall vara genomförbar inom kursens tidsramar. Vidare avgränsas uppsatsen till små företag då det oftast är de som anlitar redovisningskonsulter i större utsträckning.

1.6 Uppsatsens struktur

För att skapa en bättre förståelse av uppsatsens upplägg introduceras figur 1. Uppsatsen inleds med en problembakgrund som följs av en problemformulering. Vidare presenteras syftet samt forskningsfrågorna och det första kapitlet avslutas med uppsatsens bidrag, avgränsning samt struktur. I kapitel två beskrivs den teori som uppsatsen grundar sig i och därefter, i kapitel tre, presenteras den valda metoden. Empirin som samlats in beskrivs i kapitel fyra och sedan analyseras empirin utifrån teorin i kapitel fem. Analysen följs av en diskussion i kapitel sex och till sist dras slutsatser utifrån detta i kapitel sju.



Figur 1. Egen bearbetning av uppsatsens struktur.

2 Teori

I detta kapitel presenteras tidigare forskning på området samt de valda teorierna som ligger till grund för arbetet i uppsatsen. Inledningsvis beskrivs redovisning, följt av teorier om kommunikation samt beslutsfattande, slutligen följer en teoretisk sammanfattning.

2.1 Insamling av teori

I uppsatsen har en narrativ litteraturgenomgång gjorts vid granskningen av relevant litteratur. Den narrativa litteraturgenomgången ger en inblick i tidigare forskning inom området samt ger lärdom av tidigare forskares misstag (Bryman & Bell, 2013). Litteraturgenomgången gjordes för att få en uppfattning om vad som tidigare skrivits inom uppsatsens område samt för att ge en teoretisk grund till ämnet. Detta ledde till att den insamlade teorin som lagts fram är väsentlig utifrån den empiri som samlats in.

Den litteratur som tillämpats är vetenskapliga artiklar och böcker som är relevanta för ämnesområdet. Sökdata-baser som använts vid insamling av vetenskapliga artiklar är Primo samt Google Scholar som finns tillgängliga via Sveriges lantbruksuniversitets bibliotek. De sökord som använts vid sökningen efter vetenskapliga artiklar är ”accountant”, ”accounting”, ”communication”, ”decision-making”, ”financial information”, och ”small firm decisions”. De läroböcker som används finns tillgängliga via Sveriges lantbruksuniversitets bibliotek.

2.1.1 Tidigare forskning

Tidigare forskning visar att information från redovisningen är en nyckelfaktor vid beslutsfattande i företag (Argilés & Slob, 2003; Halabi et al., 2010; Van Auken & Carraher, 2013). Vidare menar Carraher och Van Auken (2013) och Halabi et al. (2010) att ägare som besitter mer finansiell kompetens använder informationen från redovisningen i större utsträckning. Halabi et al. (2010) menar också att alla små företag tar fram den lagstadgade redovisningen men få tar fram ytterligare information trots att de är medvetna om informationens användbarhet som beslutsunderlag. Den bristande kunskapen om redovisningens användbarhet tros ligga i den otillräckliga kompetensen hos företagsledningen. Everaert et al. (2007), Halabi et al. (2010), Marriott och Marriott (2000) samt Ojala et al. (2014) menar därför att redovisningskonsulten har en viktig roll i att små företag uppfattar och förstår den information de får ta del av. Carraher och Van Auken (2013) samt Everaert et al. (2007) förtydligar att företag anlitar redovisningskonsulter på grund av deras kompetens samt att företagsledare i större utsträckning litar mer på information om redovisningen som tas fram och förmedlas av en redovisningskonsult. Vidare menar Gooderham et al. (2004) att det är relationen mellan företag och redovisningskonsulten som avgör i vilken utsträckning företag använder sig av redovisningskonsulten som rådgivare. Sian och Roberts (2009) menar dock att det är viktigt att ta hänsyn till den kostnad som uppstår när en redovisningskonsult anlitas och Everaert et al. (2010) menar således att kostnaden för att ta fram och förmedla informationen inte får överstiga nyttan av den.

I tabell 1 ges en sammanfattning av de vetenskapliga artiklar som tidigare har berört uppsatsens område.

Tabell 1. Sammanfattning av tidigare forskning inom uppsatsens område.

Författare	Syfte	Storlek	Metod	Slutsats
Argilés & Slof, 2003	Undersöker relationen mellan användningen av finansiella rapporter och finansiell prestation för att se om informationen är användbar vid beslutsfattande.	Generellt, Lantbruk	Kvantitativ	Finansiella rapporter är användbara för företagsledare men bara om nyttan är större än kostnaden.
Carraher & Van Auken, 2013	Ger insikt i hur ägare till små företag använder informationen från redovisningen.	Små- och medelstora företag	Kvantitativ	Studien visar att företagsledare med en högre utbildning använder informationen från redovisningen i större utsträckning. Den visar också att företagsledare litat mer på information som är framtagen av en extern redovisningskonsult.
Everaert et al., 2007	Studien undersöker hur företag avgör om de ska sköta redovisningen internt eller anlita externa redovisningskonsulter.	Små- och medelstora företag	Kvantitativ	Majoriteten av företagen i studien sköter redovisningen både internt och anlitar externa redovisningskonsulter. Huvudanledningen till att företag använder externa redovisningskonsulter är deras kompetens.
Everaert et al., 2010	Undersöker vad som påverkar valet av att anlita en extern redovisningskonsult, genom att använda transaktionskostnadsmetoden och dela upp redovisningen i rutinmässig och icke rutinmässig.	Små- och medelstora företag	Kvantitativ	Genom att använda transaktionskostnadsmetoden visade det sig att det är mer fördelaktigt att behålla den rutinmässiga redovisningen internt på grund av stordriftsfördelar. Men bara om det inte kostar för mycket att överföra informationen till en extern redovisningskonsult som gör den icke rutinmässiga redovisningen eller att specifik kunskap om företaget krävs för att kunna upprätta den icke rutinmässiga redovisningen.
Gooderham et al., 2004	Undersöker varför användningen av redovisningskonsulter som rådgivare skiljer sig mellan företag.	Små företag	Kvantitativ	Kvaliteten på relationen mellan företag och redovisningskonsult avgör i vilken utsträckning företag använder redovisningskonsulter som rådgivare.
Halabi et al., 2010	Studien undersöker vilken sorts finansiell information företag upprättar. Vidare undersöker studien hur informationen används vid beslutsfattande och vilken roll redovisningskonsulten har.	Små företag	Kvalitativ	Majoriteten av små företag upprättar bara den finansiella informationen som enligt lag krävs av företagen då de anser att finansiell information bara är användbar om de förstår den. Ett företag som besitter finansiell kompetens använder information mer frekvent och redovisningskonsulten kan ha en större roll där de förklarar den finansiella informationen för företaget.
Marriott & Marriott, 2000	Studien undersöker möjligheten för redovisningskonsulter att tillhandahålla en redovisningstjänst utifrån ett ledningsperspektiv för små företag.	Små företag	Kvalitativ	Den finansiella kompetensen varierar mellan företagsledare. Vidare visar studien att om redovisningskonsulten förklarar redovisningsinformationen skulle företagsledares förståelse förbättras.
Mitchell & Reid, 2000	Belyser att den befintliga forskningen om ekonomistyrning i små företag är eftersatt genom att analysera fem artiklar samt uppmana till vidare forskning inom ämnet.	Små företag	Kvalitativ	Visar med hjälp av de fem artiklarna att forskningen om ekonomistyrning i små företag inte är utvecklad och att det finns stor potential för framtida forskning inom ämnet.

Ojala et al., 2014	Undersöker ekonomiska konsekvenser av vilken kvalitet revisionen håller. Vidare undersöker den hur informationen från redovisningen används samt påverkar andra användare av informationen.	Små företag	Kvantitativ	Studien visar att informationen från redovisningen stödjer det interna beslutsfattandet och den externa redovisaren spelar en viktig roll i rådgivning för små företag. Vidare visar den en positiv relation mellan företagsledarens uppfattning av externa redovisaren och den uppfattade fördelen av revision. Men det finns inget samband mellan att anlita en mer meriterad revisionsbyrå och ägarens uppfattning av kvaliteten på revisionen.
Sian & Roberts, 2009	Att bedöma den potentiella efterfrågan på användbarheten av att ha riktlinjer för rapportering i små och ägarledda företag.	Små och ägarledda företag.	Kvantitativ	De flesta små och ägarledda företag tar fram ekonomiska rapporter, men kunskapen om rapporterna varierar mycket, och de flesta förlitar sig på sin redovisningskonsult att rapporterna är korrekta. De flesta anser också att rapporterna ofta är förvirrande och komplexa.
Van Auken & Carraher, 2013	Studerar faktorer som påverkar frekvensen av framtagningen av finansiella rapporter. Vidare undersöker studien relationen till om rapporterna används som beslutsunderlag samt företagsledarnas förtroende för dem.	Små- och medelstora företag	Kvantitativ	Studien visar att företag som använder finansiell information som beslutsunderlag tar fram finansiella rapporter mer frekvent. Vidare visar studien att företagsledarens förtroende av rapportens tillförlitlighet är en avgörande faktor.

2.1.2 Teoretiskt bidrag

Majoriteten av tidigare studier är av kvantitativ karaktär samt haft företagets perspektiv angående hur informationen från redovisningen används vid beslutsfattande. Genom denna kvalitativa studie som har fokus på redovisningskonsultens perspektiv bidrar vi till den befintliga litteraturen med en djupare förståelse för redovisningskonsultens roll och agerande i beslutsprocessen i små företag. Detta eftersom redovisningskonsulterna besitter kunskap och har stort inflytande över informationen från redovisningen. Samtidigt skapar den kvalitativa metoden genom de semistrukturerade intervjuerna förutsättningar för att sätta sig in i och skapa en djupare förståelse för uppsatsens ämne.

2.2 Redovisning

Horngren et al. (2007) definierar redovisning som *“the information system that measures business activity, processes the information into reports, and communicates the results to decision-makers”*. Detta styrks av Johansson et al. (2013) som beskriver redovisning som att ekonomisk information mäts i monetära termer och kommuniceras ut till en mottagare där grunden för den ekonomiska informationen är företagets ekonomiska transaktioner, till exempel inköp och försäljning av varor eller utbetalning av löner till anställda. Själva redovisningsprocessen grundar sig i ett antal olika redovisningsprinciper som kan delas upp i grundläggande principer, principer för värdering och övriga principer. Dessa principer ligger till grund för de redovisningsregler som finns, vilket medför att de kan användas som riktlinjer när regleringen är bristfällig i vissa ovanliga frågor (Johansson et al., 2013).

2.2.1 Redovisningens syfte

Syftet med redovisning är att tillhandahålla ekonomisk information samt ge en bild av företagets ekonomiska ställning vid en viss tidpunkt eller för en specifik period till företagets intressenter. Genom att företag tillhandahåller information från redovisningen ges dess intressenter en inblick i företaget och den informationsasymmetri som finns mellan företaget och dess intressenter förebyggs (Johansson et al., 2013). Eftersom redovisningen samlas över tid kan den också användas för att ge information om företagets utveckling till intressenterna. Den historiska informationen från redovisningen kan således användas som ett verktyg för att följa upp hur verksamheten gått samt användas som grund för framtida beslut (Lönqvist, 2006). Informationen från redovisningen ger en indikation på hur den ekonomiska situationen ser ut i dagsläget, vilket utgör en grund för att kunna göra en prognos för framtiden och företagets förväntade utveckling vilket underlättar vid målsättning samt styrning för att uppnå dessa mål (Ax et al., 2009). Lundén och Svensson (2002) beskriver nyttjandet av redovisningen som: *“Att styra företaget bara på intuition och känsla för hur tjock plånboken är för tillfället, är som att ge sig ut i en okänd skog utan karta och kompass”*. Det styrker Halabi et al. (2010) med deras åsikt om att redovisningen är ett verktyg för att effektivt och framgångsrikt styra samt leda ett företag.

För att informationen från redovisningen ska vara relevant som beslutsunderlag krävs det att rapporterna är aktuella. Varje månad ska avslutas med ett mindre bokslut för att vara säker på att informationen från redovisningen är tillförlitlig. Anlitas en redovisningskonsult är det viktigt att företagsledaren ställer krav på att konsulten tar fram rapporter i tid, vilket också kräver att företagsledaren fullföljer sin del om att lämna den information som krävs i bra ordning och i god tid (Lundén & Svensson, 2002).

2.2.2 Rutinmässig och icke rutinmässig redovisning

Everaert et al. (2010) beskriver hur redovisningen kan delas upp i rutinmässig och icke rutinmässig. Den rutinmässiga redovisningen är det vardagliga arbetet, till exempel att registrera fakturor samt betalningar av dessa, den är i hög grad en standardiserad process som inte kräver värderingar eller större beslut. Den icke rutinmässiga redovisningen, till exempel att ta fram rapporter, kräver mer kunskap och innefattar i hög grad värderingar och beslut. Vidare beskriver Everaert et al. (2010) att om ett företag anlitar extern hjälp med redovisningen för den rutinmässiga redovisningen måste de också ta hjälp med den icke rutinmässiga redovisningen då de inte har den information och kunskap som krävs för att upprätta och tolka rapporterna. Detta visar således att genom att göra någon del av den rutinmässiga redovisningen själva i företaget möjliggör det för företaget att påverka vilken och hur mycket hjälp de vill ha med den efterföljande icke rutinmässiga redovisningen. Abbott et al. (2007) menar dock att det kan finnas stora fördelar med att låta en redovisningskonsult sköta den rutinmässiga redovisningen då den blir mer effektiv samt underlättar för redovisningskonsulten att sätta sig in i och förstå företagets ekonomi, vilket då underlättar vid framtagandet av den icke rutinmässiga redovisningen.

2.2.3 Redovisning som underlag för beslut

Thomasson et al. (2010) beskriver att redovisningens främsta syfte är att ligga till grund för företagsledningens beslutsfattande. Vidare redogör Van Auken och Carraher (2013) att informationen från redovisningen innehåller värdefull information som kan användas som underlag för att fatta beslut. Detta styrks av Halabi et al. (2010) som menar att en central

funktion av redovisningen är dess användbarhet som beslutsunderlag. Vidare menar Van Auken och Carraher (2013) att årsredovisningen är sammanlänkad med företagets strategiska mål och att inte ta hänsyn till företagets ekonomiska påverkan vid beslut kan leda till problem på lång sikt för företaget.

För att vara användbar vid beslutsfattningen behöver informationen från årsredovisningen vara aktuell, relevant, pålitlig samt jämförbar (Johansson et al., 2013). Informationen från redovisningen ger företagsledare en inblick i tidigare händelser samt hur den rådande situationen är för företaget (Soceaa, 2013). Vidare framför Soceaa (2013) att informationen från redovisningen förser ledarna med en överblick över företaget som synliggör aktiviteter som inte uppfattas i de dagliga aktiviteterna samt hjälper ledare att förbereda sig för framtida aktiviteter och beslut.

Halabi et al. (2010) påpekar att företagsledare i små företag behöver utveckla sina finansiella kunskaper om de ska ta tillvara på fördelarna från den finansiella informationen. Redovisningskonsulter kan hjälpa företagsledare förstå informationen från redovisningen och hjälpa dem att använda den som beslutsunderlag (Halabi et al., 2010). Genom att ta hjälp av externa parter vid tolkningen av årsredovisningen kan det hjälpa företagsledare att göra bättre upplysta beslut då företagsledare i små företag i allmänhet saknar kompetens för finansiell information samt inte har förståelse för påverkan av deras beslut (Van Auken & Carraher, 2013). Vidare menar dock Van Auken och Carraher (2013) att ägare av små företag inte tenderar att söka extern finansiell rådgivning och det beror enligt Gooderham et al. (2004) på att företagsledare i små företag inte anser sig vara i behov av extern rådgivning.

2.2.4 Redovisningskonsultens roll

Halabi et al. (2010) beskriver redovisningskonsultens traditionella roll som en person som hjälper företag med den löpande bokföringen samt lämnar information till Skatteverket. Redovisningskonsulten har emellertid fått en mer rådgivande och stödjande roll i små företag (Halabi et al., 2010) och kan likställas med ett företags hela ekonomiavdelning (www, SRF, 2017). Företag där ägaren har liten eller ingen kunskap om redovisning tenderar i större utsträckning att anlita en redovisningskonsult än att anställa någon som arbetar med redovisningen (Everaert et al., 2010; Ojala et al., 2014). Studier visar att företag som anlitar en redovisningskonsult som bidrar med rådgivning upplever att företaget går bättre än deras konkurrenter (Halabi et al., 2010).

För att företagaren ska ta konsultens rådgivning i beaktning vid beslutsfattande krävs ett stort förtroende och en god relation mellan parterna (Gooderham et al., 2004). Detta beskriver även Marriott och Marriott (2000) då de menar att redovisningskonsulten kan förbättra sin relation med företaget genom att ge kunskap samt leverera tydlig och bra information om redovisningen. Genom att uppfylla detta menar Marriott och Marriott (2000) att efterfrågan på konsultens tjänster ökar.

Honebein et al. (2012) beskriver att en rådgivare som kunden litar på ska vara trovärdig, pålitlig, förtroendeingivande samt kundorienterad. Kunden ska således kunna lita på vad rådgivaren säger, känna sig trygg i diskussioner och lita på att de sätter kundens intressen i första rummet. En viktig utgångspunkt för en betrodd rådgivare är att lyssna på kunden och sätta sig in i dess situation för att förstå kundens behov och sätta dem främst. Vidare beskriver Honebein et al. (2012) att för att etablera en bra relation mellan kunden och rådgivaren finns tre aktiviteter som rådgivaren bör fokusera på. Det är först att ha en utbildande roll och

vägleda kunden med hjälp av sin expertkunskap, det andra är att vägleda kunden vid beslutsfattande utan att vara manipulativ och den tredje är att vara serviceinriktad. En rådgivare är också en säljare och det viktigaste för en rådgivare är att inte sätta sitt eget intresse, i att sälja sina tjänster, framför kundens intresse, det leder inte till en förtrolig relation mellan kunden och rådgivaren. Detta styrks av en aktuell artikel från Tidningen Balans (www, Tidningenbalans, 2, 2017) där Mats Rimér beskriver redovisningskonsultens roll som en coachande rådgivare som sätter kunden i fokus.

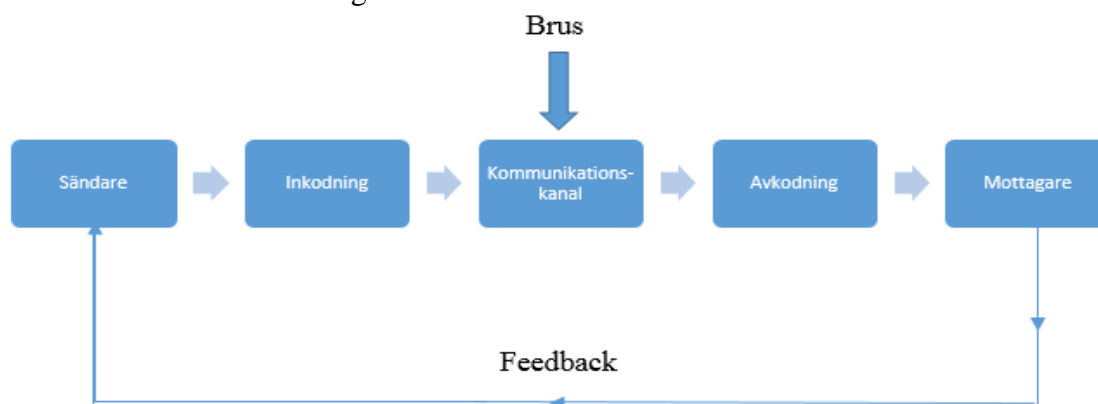
2.3 Kommunikation

Jacobsen och Thorsvik (2008) definierar kommunikation som: *“en kontinuerlig process där medlemmarna upprätthåller och förändrar organisationen genom att kommunicera med individer och grupper både internt och externt”*. Därmed omfattar kommunikation inte enbart individer i den interna organisationen utan den tar även hänsyn till externa intressenter samt alla aktiviteter i organisationen.

Everaert et al. (2010) och Ojala et al. (2014) redogör för att god kommunikation mellan redovisningskonsulten och företagsledaren underlättar för att företagsledaren ska förstå informationen från redovisningen. Det är således aktuellt att beskriva hur kommunikationen mellan individer går till då det skapar en förståelse för hur informationen från redovisningen förmedlas av en redovisningskonsult och hur den uppfattas av en företagsledare. Detta kan bidra till att både konsulten och företagsledaren reflekterar över hur överföringen av informationen kan förbättras både innehållsmässigt och genom vilken kanal den förmedlas.

2.3.1 Kommunikationsprocessen

Kommunikationsprocessen går ut på att en avsändare formulerar ett budskap, inkodning, som sedan skickas via en kommunikationskanal till en mottagare som läser av och tolkar budskapet, avkodning (Bakka et al., 2006). Budskap i kommunikationsprocessen kan förvrängas av brus, exempelvis olika typer av störningar, när den sänds via en kommunikationskanal från avsändaren till mottagaren vilket kan göra det svårt för mottagaren att uppfatta eller förstå hela informationen (Shannon & Weaver, 1949). Efter mottagandet av budskapet återkopplar mottagaren genom feedback till avsändaren för att bekräfta budskapet (Bakka et al., 2006). Nedanstående figur 2 exemplifierar hur kommunikationsprocessen ser ut mellan avsändare och mottagare.



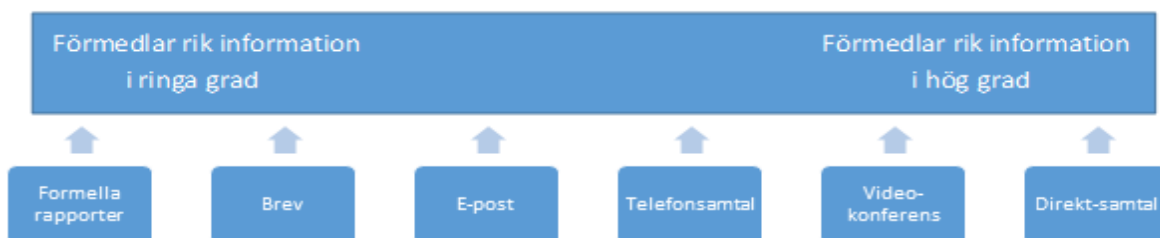
Figur 2. Egen bearbetning av kommunikationsprocessen (Bakka et al., 2006, s.171).

Dewatripont och Tirole (2005) beskriver kommunikation som en av de mest komplexa saker som människor sysslar med, vare sig det gäller kommunikation mellan personer eller organisationer, politiska budskap eller offentliga informationskampanjer. De belyser också hur viktigt det är att avsändaren av budskapet anpassar informationens innehåll samt kommunikationskanal efter mottagarens kunskap, då samma budskap kan ha olika betydelse för olika mottagare beroende på deras kunskap samt vilken kommunikationskanal som används. När det gäller finansiell information menar även Mitchell och Reid (2000) att kompetensen hos informationsmottagaren varierar stort och betonar vikten av att informationen ska vara adresserad på ett genomtänkt sätt till mottagaren. Det är först när mottagaren förstår informationen som den kan generera ekonomiska fördelar för företaget. Informationen skall presenteras på ett sätt som gör den lätt att jämföra.

2.3.2 Kommunikationskanaler

Olika typer av kanaler används när en avsändare skickar ett meddelande till en mottagare och kommunikationskanalerna behöver anpassas till budskapet avsändaren förmedlar. Kommunikationskanaler som används för att kommunicera kan vara verbala, icke-verbala samt skriftliga (Jacobsen & Thorsvik, 2008).

Jacobsen och Thorsvik (2008) lyfter tre grundläggande egenskaper hos kommunikationskanaler som gör det möjligt att förmedla rik information i hög grad. Den första egenskapen är att kommunikationskanalen ger möjlighet till snabb och effektiv feedback, den andra är att kanalerna ska vara personliga samt ge utrymme för att anpassa meddelandet efter sändaren och mottagaren och det tredje är att kanalerna ska kunna kommunicera flera olika signaler. Figur 3 illustrerar hur kommunikationskanaler förmedlar rik information i olika grader.



Figur 3. Egen bearbetning av kommunikationskanaler (Jacobsen & Thorsvik, 2008, s.299).

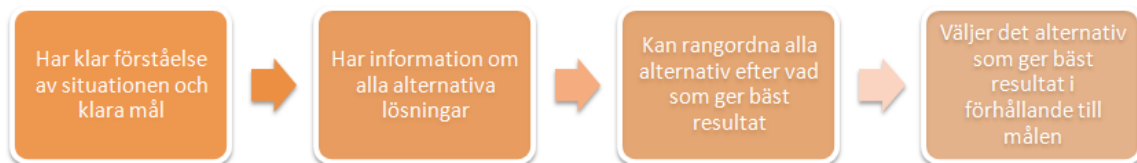
2.4 Beslutsfattande

Företag står inför olika typer av beslutsfattande dagligen, det handlar om både lätta och ganska obetydliga beslut till beslut som kan komma att påverka hela företaget och dess fortlevnad. Ett beslut kan förklaras som ett val av olika alternativ, vilka är baserade på information (Jacobsen & Thorsvik, 2008).

Relationen mellan redovisningskonsulten och företagsledaren handlar i stort om att förmedla och tolka information för att fatta beslut (Halabi et al., 2010; Ojala et al., 2014). Det är därför angeläget att förstå hur beslut fattas på ett optimalt sätt samt förstå hur människor faktiskt

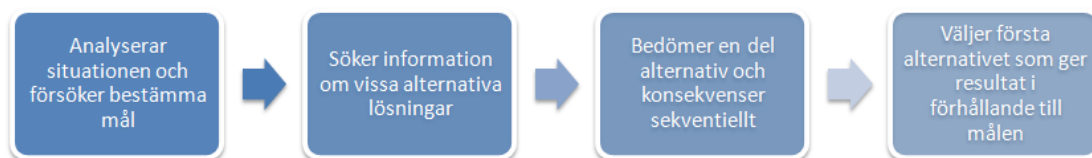
tänker och agerar vid beslutsfattande. Beskrivningen av de olika beslutsprocesserna skapar således förståelse för hur olika människor bearbetar information och fattar beslut.

Beslutsprocessen går ut på att samla in information och därefter kategorisera, undersöka och tolka den för att sedan fatta ett beslut (Jacobsen & Thorsvik, 2008). Simon (1955) beskriver hur “economic man” ur ett ekonomiskt traditionellt perspektiv är rationell och antas besitta god kunskap om relevanta aspekter i dess omgivning för att uppnå bästa möjliga resultat. Detta styrks av Jacobsen och Thorsvik (2008) som menar att utgångspunkten är att beslutsfattaren alltid handlar rationellt och enligt processen, vilket förklaras i figur 4.



Figur 4. Egen bearbetning av rationellt beslutsfattande (Jacobsen & Thorsvik, 2008, s. 331).

Jacobsen och Thorsvik (2008) menar dock att beslutsfattaren inte alltid handlar rationellt i verkligheten och Simon (1976) redogör för begreppet “administrative man” som beskriver individers beteende vid beslutsfattning. Simon (1976) menar att beslutsfattare inte har fullständig information vid beslut och att de saknar kunskap om alternativa lösningar samt deras konsekvenser. Beslutsfattaren saknar även tid och resurser för att undersöka alternativa lösningar på problem. Detta styrks av Jacobsen och Thorsvik (2008) som menar att ingen människa kan handla fullt rationellt då ingen kan ha full information om alla alternativ och deras konsekvenser. Människor handlar således begränsat rationellt vilket innebär att ett bra alternativ väljs, utan att säkert veta att det är det bästa alternativet. Figur 5 redogör för hur begränsat rationellt beslutsfattande sker.



Figur 5. Egen bearbetning av begränsat rationellt beslutsfattande (Jacobsen & Thorsvik, 2008, s. 335).

Även Kahneman (2012) beskriver att det finns två sätt att tänka vid hantering av information, men han beskriver det som två olika system för hur beslut fattas. Det första sättet är automatiskt, snabbt och utan eftertanke och ansträngning, det bara sker helt enkelt, detta sätt benämner Kahneman som system 1. Det andra sättet att tänka vid informationshantering är långsamt, ansträngande och organiserat, det sker med medvetenhet mot ett mål, detta sätt benämner han som system 2. Vidare menar Kahneman (2012) att det hela tiden sker ett samspel mellan dessa system och att de påverkar varandra, till exempel kan vissa mentala aktiviteter som tidigare krävde ett systematiskt tänkande, genom stark inläring, bli automatiska och tillhöra system 1 medan system 2 i vissa fall kan ta över befälet och tränga tillbaka de automatiska tankarna som system 1 genererar vilket leder till mer medvetet tänkande.

Jacobsen och Thorsviks (2008) beskrivning av ett rationellt beslutsfattande torde då kunna jämföras med ett långsamt tänkande i Kahnemans (2012) system 2. När beslut fattas snabbt och impulsivt, utan någon direkt eftertanke eller analys följs inte den process som Jacobsen och Thorsvik (2008) beskriver. Detta sätt borde kunna hänföras till Kahnemans beskrivning av att hantera information enligt system 1. Steget att kategorisera, undersöka och tolka informationen hoppas således över vid dessa beslut. Kahneman (2012) beskriver dock att intuitiva och impulsartade tankar grundar sig i någon form av kunskap, vilket också beskrevs tidigare i att handlingar, genom inläring, kan gå från system 2 till system 1. Detta torde göra att de intuitiva och snabba besluten inte alltid är sämre än de genomtänkta besluten, då de borde grunda sig i någon form av kunskap.

2.5 Teoretisk sammanfattning

Figur 6 visar hur de valda teorierna hänger samman samt hur de används i analys- och diskussionskapitlen. Teorin om redovisning ligger till grund för förståelsen av redovisningsinformationen samt att ge en bättre förståelse för hur den kan användas som beslutsunderlag i små företag. Den syftar också till att beskriva vilken roll redovisningskonsulten kan ha som företagets rådgivare. Teorin om kommunikation används för att förklara hur och på vilket sätt informationen från redovisningen kan förmedlas mellan en redovisningskonsult och en företagsledare för att hjälpa företagsledare i små företag att förstå den. Till sist beskrivs beslutsfattande som syftar till att ge insikt i hur personer agerar och påverkas vid beslutsfattande, detta för att förstå hur redovisningskonsulten kan hjälpa företagsledaren använda redovisningsinformationen som beslutsunderlag.



Figur 6. Egen illustration av hur de valda teorierna hänger samman.

3 Metod

I detta avsnitt presenteras den valda metoden i uppsatsen. Vidare beskrivs tillvägagångssättet för insamlingen av empiri som följs av en redogörelse för kvalitetskriterier vid kvalitativa studier. Slutligen framförs en kritisk reflektion samt en etisk diskussion till den valda metoden.

3.1 Kvalitativ metod

I uppsatsen används en kvalitativ forskningsstrategi för att sätta sig in i samt skapa djupare förståelse för respondentens situation. Den kvalitativa metoden är en strategi inom forskningen som är subjektiv och lägger tonvikten på att tolka ord och mening vid insamling och analys av data. Vidare har den kvalitativa forskningsmetoden ett tolkningsinriktat synsätt som fokuserar på hur studieobjekten och forskaren upplever samt tolkar den sociala verkligheten samt hur de påverkar och påverkas av den (Bryman & Bell, 2013).

Uppsatsens syfte är att undersöka redovisningskonsultens roll i små företag samt hur de kan hjälpa företagsledare i små företag att förstå samt använda informationen från redovisningen som beslutsunderlag. Vi har därför valt en kvalitativ metod då vi eftersträvar att förstå och sätta oss in i respondenternas yrkesroll samt för att uppfatta den sociala kontexten de befinner sig i för att uppnå uppsatsens syfte. Genom den kvalitativa forskningsstrategins tolkningsinriktade synsätt ges förutsättningar för att studera hur respondenterna agerar i den sociala kontexten. Den viktigaste aspekten i valet av metod var att, genom semistrukturerade intervjuer, få en djupare förståelse för uppsatsens ämne.

Uppsatsen har en induktiv ansats vilket Bryman och Bell (2013) beskriver som att teori genereras utifrån det insamlade empiriska materialet, det vill säga att generella slutsatser av den insamlade empirin skapar ett bidrag till teorin. Saunders et al. (2007) menar att den induktiva ansatsen är mer lämpad att använda vid mindre studier där kontexten har betydelse samt är den vanligaste ansatsen vid kvalitativa studier. Den är således lämplig att använda i denna studie.

3.2 Insamling av empiri

I studien har empiri samlats in via semistrukturerade intervjuer för att fånga respondenternas egna tankar och åsikter. Syftet med intervjuer inom den kvalitativa forskningen är att utifrån respondentens perspektiv bilda sig en uppfattning om dess verklighet (Kvale & Brinkmann, 2009). I en semistrukturerad intervju utgår forskaren från en intervjuguide med förhållandevis specifika frågor som ska beröras, där intervjupersonen har stor frihet att svara på frågorna med sina egna ord (Bryman & Bell, 2013). Flexibiliteten i denna form av intervju är till stor fördel för ämnet då det är viktigt att intervjuobjektet kan utveckla sina svar ordentligt samt att möjligheten till följdfrågor är betydelsefull för att uppfatta svaren korrekt. Då inga fasta frågor och svarsalternativ har använts minimerades risken för ledande frågor samt att det fanns möjlighet för intervjun att beröra områden som inte planerats i förväg, men som under intervjuerna kommit fram är relevant för ämnet.

Intervjuguiden som använts har utformats och strukturerats efter de teorier som använts i uppsatsen. Först ställdes frågor om respondentens utbildning, erfarenhet samt främsta arbetsuppgifter. Vidare frågades respondenten om dess uppfattning av redovisningens

betydelse samt hur de uppfattar att företagsledare använder informationen från redovisningen. Sedan ställdes frågor om redovisningskonsultens roll som rådgivare till företagen. Till sist frågade vi dem hur de kommunicerar och förmedlar informationen samt vilken roll de har vid beslutsfattande i företagen (se bilaga).

De semistrukturerade intervjuerna har genomförts med tre auktoriserade redovisningskonsulter på två olika redovisningsbyråer i Uppsala, vilka valts ut från ett bekvämlighetperspektiv. Respondenterna benämns i studien med fiktiva namn då de är anonyma. Företagen varierar i storlek och det ena företaget är en stor redovisningsbyrå som finns på flera orter i Sverige och benämns i uppsatsen som företag A, det andra företaget är en liten lokal redovisningsbyrå som benämns som företag B (se tabell 2). Intervjuerna har genomförts via personliga möten och varade mellan 35 och 45 minuter. Genom att intervjua personer i olika åldrar och från två olika företag av olika storlek skapades förutsättningar för ett mer generaliserbart resultat då detta ger ett bredare perspektiv på ämnet. Företagen skiljer sig åt när det kommer till antalet kunder, relationen till kunden samt hur arbetet med kundens redovisning läggs upp.

Intervjuerna spelades in för att sedan transkriberas, detta för att säkerställa att all information från intervjuerna uppfattades på ett korrekt sätt. Genom att transkribera intervjuerna underlättar det också för att all relevant data tas upp samt underlättar analysen av den (Saunders et al., 2007). Även sammanställningar av de transkriberade intervjuerna skickades till respondenterna för respondentvalidering där de hade möjlighet att revidera sina svar vid eventuella missförstånd (se tabell 2). Respondentvalidering innebär att forskaren lämnar en redogörelse för vad som sagts under intervjun till respondenten för att bekräfta att bilden forskaren fått är riktig (Bryman & Bell, 2013).

Tabell 2. Sammanställning av respondenternas fiktiva namn samt datum för intervju och respondentvalidering.

Företag	Respondent	Intervjudatum	Datum för respondentvalidering
A	Alice	2017-04-21	2017-05-05
A	Björn	2017-04-25	2017-05-05
B	Cecilia	2017-04-26	2017-05-09

Vi upplever inte att vi stött på några problem vid insamlandet av empirin. Intervjuerna gick bra, och det enda vi funderat på är att vissa frågor inte uppfattats på samma sätt av alla respondenter och att vi därför fått olika svar på vissa frågor. Detta kan bero på att frågorna inte alltid ställts i exakt samma ordningsföljd då svaren från respondenten lett oss in på andra frågor i intervjuguiden. Frågorna ställdes således inte alltid i samma sammanhang, vilket kan vara anledningen till de spridda svaren.

3.3 Trovärdighet och äkthet vid kvalitativa studier

Bryman och Bell (2013) nämner två grundläggande begrepp för att bedöma en kvalitativ undersökning. Det är trovärdighet och äkthet, vilka syftar till att beskriva hur bra en kvalitativ undersökning är. Trovärdighet delas in i fyra delkriterier där tillförlitlighet är det första

kriteriet. Innebörden av detta kriterium är att den sociala verkligheten som studerats har uppfattats på ett korrekt sätt. Genom en respondentvalidering skapas tillförlitlighet i resultatet då de intervjuade personerna får ta del av resultatet från intervjun så att forskaren kan bekräfta att den sociala verkligheten har uppfattats på ett riktigt sätt (Bryman & Bell, 2013). För att bekräfta att den sociala verkligheten uppfattades på ett korrekt sätt har, som tidigare nämnts, intervjuerna sammanställts och respondenterna har tagit del av samt validerat sammanställningarna.

Det andra kriteriet är överförbarhet och handlar om hur resultatet av undersökningen kan föras över till andra kontexter samt andra tidpunkter. Kvalitativ forskning går ofta ut på att studera en specifik mindre grupp eller individ där kontexten är helt unik, vilket kan påverka resultatet samt forskarens uppfattning av olika situationer (Bryman & Bell, 2013). Resultatet av denna studie baseras på ett mindre antal personers åsikter vid en och samma tidpunkt samt i en viss kontext. Detta kan således medföra att resultatet inte fullt ut är överförbart till andra kontexter och vid andra tidpunkter men kan vara en riktlinje för individer i liknande situationer.

Pålitlighet är det tredje kriteriet och innebär att forskaren säkerställer att det skapas en fullständig och tillgänglig redogörelse av alla faser av forskningsprocessen (Bryman & Bell, 2013). Genom att spela in intervjuerna för att sedan transkribera dem skapas förutsättningar för att redogörelsen från intervjuerna sker på ett fullständigt och korrekt sätt. Vidare bifogas även den intervjuguide som använts vid intervjuerna för att läsaren ska få en förståelse för vilka frågor som ställts samt hur respondenterna förstått och svarat på frågorna (se bilaga).

Konfirmering är det sista delkriteriet för den kvalitativa forskningens trovärdighet. Kriteriet innebär att forskaren behöver säkerställa att den har agerat i god tro då det inom den kvalitativa forskningen saknas en fullständig objektivitet och resultaten kan påverkas av personliga värderingar (Bryman & Bell, 2013). Det var således viktigt att vi var medvetna om att våra egna värderingar och tidigare erfarenheter kunde påverka tillvägagångssättet samt resultatet av undersökningen. Vid intervjuerna anpassades frågorna till att vara så öppna som möjligt för att bjuda in till en öppen diskussion där respondenten inte styrdes av oss genom ledande frågor.

Bryman och Bell (2013) lyfter även en del kriterier på äkthet, vilka belyser mer generella frågor angående konsekvenser av den forskningsmetod som används. Kriterierna syftar till att ge en rättvis bild av den grupp eller individ som studeras samt hjälpa individerna i undersökningen att få en förståelse för hur de och andra personer upplever den sociala miljö och verklighet som de befinner sig i. Vidare syftar de också till att beskriva om och hur undersökningen gjort något för att hjälpa de som medverkat att förändra sin situation samt hur de kan gå tillväga för att ändra den (Bryman & Bell, 2013). Respondenterna arbetar aktivt för att utvecklas i sina yrkesroller som redovisningskonsulter och genom att delta i denna studie kan den bidra till att de reflekterar över hur de agerar idag samt hur de vidare kan utveckla sitt agerande och sin kommunikation gentemot sina kunder.

3.4 Kritisk reflektion av metoden

Den kvalitativa forskningsansatsen kritiseras för att vara alltför subjektiv och impressionistisk samt att resultaten i stor utsträckning bygger på forskarens uppfattning om vad som är betydelsefullt och viktigt (Bryman & Bell, 2013). Det finns därmed risk att innehållet i uppsatsen kan vinklats och färgats av våra åsikter, vilket vi reflekterat över för att undvika under undersökningens gång. Vidare syftar den kvalitativa metoden till att fånga en subjektiv

bild av situationen (Bryman & Bell, 2013) och genom att använda den kvalitativa metoden i studien kan en mer detaljerad syn på ämnet ges. Däremot finns det en risk vid tillämpandet av den kvalitativa metoden att tolkningen och analysen blir allt för subjektiv samt att studien därmed är svår att replikera (Bryman & Bell, 2013).

Genom att använda semistrukturerade intervjuer vid insamling av empiri samt eftersträva en personlig relation till respondenterna ges en möjlighet att uppfatta verkligheten på samma sätt som de gör och till följd av att låta respondenterna svara på frågorna med egna ord kan en bättre förståelse av den sociala verkligheten ges (Bryman & Bell, 2013). Med hjälp av den semistrukturerade intervjumetoden minimerades risken att färdigformulerade förväntningar eller förutfattade meningar påverkade oss vilket gjorde att vi lättare fick en bild av respondenternas verklighet.

De kvalitativa forskningsresultaten är svåra att generalisera då semistrukturerade intervjuer med personer och organisationer görs i specifika situationer som skiljer sig åt. Det gör att resultatet kan vara svårt att generalisera och föra över till andra miljöer eller organisationer. För att resultaten ska bli mer generaliserbara kan triangulering användas, vilket innebär att mer än en metod eller datakälla används (Bryman & Bell, 2013). Genom att intervjua auktoriserade redovisningskonsulter på två företag av olika storlek och med olika arbetsätt skapas förutsättningar för att resultatet ska kunna generaliseras och föras över på liknande företag i redovisningsbranschen.

3.5 Etisk diskussion

Vid intervjusituationen kan etiska problem dyka upp beroende på hur vi som forskare agerar eller hur respondenten agerar. Genom att vara tydlig med respondentens frivillighet, integritet och anonymitet i undersökningen kan dessa problem hanteras så att det inte påverkar forskaren eller respondenten (Bryman & Bell, 2013). Information som framkommer vid intervjun kan också vara känslig, genom att hantera den med konfidentialitet säkras så att den inte används på ett sätt som inte respondenten godkänt (Kvale & Brinkmann, 2009). Etiska problem bör således beaktas under hela intervjusituationen samt vid informationshanteringen.

Respondenterna i denna studie är inte benämnda vid namn då det inte anses vara avgörande för resultatet av studien. Respondenternas utbildningsbakgrund samt tidigare yrkeserfarenheter kommer däremot beskrivas då det kan ha betydelse för hur de ställer sig till våra frågor. Genom att de är anonyma finns det större möjlighet att svaren på frågorna blir mer genuina och riktiga då respondenten kan känna sig trygg med att de inte riskerar att behöva stå till svars för sina åsikter senare (Kvale & Brinkmann, 2009; Saunders et al., 2007).

4 Empiri

I detta kapitel presenteras det empiriska material som ligger till grund för resultatet i studien. Det empiriska materialet baseras på intervjuer med de tre respondenterna som medverkat i studien. Först ges en beskrivning av respondenterna. Sedan presenteras empirin utifrån de avsnitt som använts i teorikapitlet.

4.1 Beskrivning av respondenter

Nedan beskrivs överskådligt respondenterna som deltagit i studien. Respondenterna i studien är anonyma och benämns som Alice, Björn och Cecilia. I studien benämns det större företaget som företag A och det mindre företaget som företag B.

4.1.1 Alice

Alice arbetar på företag A och har arbetat med redovisning i närmare 30 år varav de senaste nio åren på det nuvarande företaget och är sedan åtta år tillbaka auktoriserad redovisningskonsult. Vidare har hon en gymnasial utbildning. De främsta arbetsuppgifterna hon har är att vara kundansvarig, vilket innebär att se till att allt runt kunderna fungerar och hon är inte inblandad i den löpande redovisningen, mer än vid specifika frågor. Alice arbetar även som gruppchef på företagets redovisningsavdelning vilket innebär en hel del internt arbete med personalansvar. Hon uppskattar att ungefär 20 procent av sin arbetstid är interna arbetssysslor och 80 procent mot kunder.

4.1.2 Björn

Björn arbetar på företag A vilket han jobbat på i tio år. Han har arbetat med redovisning i cirka 32 år, med en början som redovisningsassistent, vidare till ekonomichef på ett relativt stort företag i några år och har de senaste 24 åren arbetat som redovisningskonsult. Björn har i grunden en juristutbildning, som inte är fullgjord med en examen då den sista uppsatsen inte gjorts. Han har således ingen ekonomisk utbildning, mer än den som då ingick i juristutbildningen. Vidare var Björn en av de första som blev auktoriserad redovisningskonsult, vilket var cirka tio år sedan. Björns främsta arbetsuppgifter är att, genom sin roll som kundansvarig, se till att allt runt kunderna fungerar. Han arbetar också en hel del med rådgivning men är inte involverad i den löpande redovisningen, då redovisningsassistenter och redovisningskonsulter sköter det. Han arbetar fortfarande en del med deklARATIONER och då främst med privatpersoner och enskilda firmor. Björn arbetar också cirka 30 procent med nykundsförsäljning tack vare sitt breda kontaktnät från tidigare yrken som ekonomichef samt egenföretagare i redovisningsbranschen.

4.1.3 Cecilia

Cecilia arbetar på företag B och har arbetat med redovisning i sju år varav de fyra senaste åren på företag B. Hon har tidigare arbetat på två av de större redovisningsbyråerna i Uppsala. Cecilia har varit auktoriserad redovisningskonsult i tre år och har en kvalificerad yrkesutbildning som redovisningskonsult. Hon har varierande arbetsuppgifter där hon gör allt från den dagliga löpande redovisningen till bokslut, årsredovisningar och deklARATIONER samt rådgivning.

4.2 Redovisning

Nedan presenteras empirin om redovisningens syfte och användbarhet vid beslutsfattande samt redovisningskonsultens roll.

4.2.1 Redovisningens syfte och användbarhet vid beslutsfattande

Respondenterna har blandade åsikter om vad redovisningens främsta syfte är, Björn nämner att den är till för att ge en rättvis bild av företaget samt vara till grund för beslutsfattande, vilket Cecilia också nämner. Alice nämner att den fungerar som historik, för att visa hur företaget gått men anser också att informationen kan användas för framtiden som grund för målsättning, exempelvis nämns budgetering. På frågan om vad respondenterna tror att små företag förväntar sig av informationen från redovisningen är svaren varierande. Alice menar att det inte går att gissa vad kunden förväntar sig, utan att redovisningskonsulten tydligt måste fråga kunden vad den förväntar sig av informationen från redovisningen. Björn menar också att det inte går att säga något generellt om företagets förväntningar utan att det beror på storleken på företagen samt företagsledarens intresse för informationen.

Cecilia menar att cirka hälften av de kunder hon arbetar med är intresserade av informationen medan den andra hälften inte bryr sig mer än att de får hjälp att upprätta den lagstadgade redovisningen. Hon har också en generell uppfattning om att intresset av informationen från redovisningen varierar mellan yrkeskategorier samt att högre utbildning och ålder gör att företagarna förstår rapporterna bättre. Vidare menar Alice att utbildningsnivå sällan spelar så stor roll och hon upplever att den yngre generationen företagare ofta är mer intresserade än den äldre, som haft företag i många år. Hon hävdar dock att de som haft företag länge ofta har en bättre förståelse för siffrorna och var de kommer ifrån, men förtydligar att detta är en väldigt generaliserad uppfattning men att utbildning samt intresse ofta är olika. Detta styrks av Björn som också menar att det inte går att se några generella mönster i vilka företagsledare som är intresserade av informationen från redovisningen i fråga om ålder på företaget och företagsledaren. Däremot menar han att det beror mer på storleken på företaget eftersom större företag med högre omsättning och fler anställda ställs inför mer komplicerade frågor än till exempel ett litet enmansföretag. Exempelvis arbetar Björn med att hålla utbildningar genom en organisation som hjälper personer med att starta egna företag och tycker sig se att många som startar nya företag i form av enskilda firmor har lågt intresse för att förstå informationen från redovisningen.

4.2.2 Redovisningskonsultens roll

Alice och Björn tycker att redovisningskonsultens främsta roll är att vara rådgivare, men nämner inte om de tror att företagen har samma uppfattning. Cecilia menar att en del företag har uppfattningen att en redovisningskonsult är en person som knappar in siffror samt vänder på papper och inte utnyttjar redovisningskonsultens kompetens för rådgivning optimalt. Hon menar att det kanske beror på att de inte alltid är tydliga med att tala om att de främst är rådgivare när de träffar och tar in en ny kund. Cecilia förtydligar dock att det finns kunder som utnyttjar redovisningskonsulten för rådgivning i stor utsträckning, hon menar att det således är olika från kund till kund. Alice tycker att redovisningskonsulten, vid rådgivning, ska ställa utmanande frågor om företaget för att kunna ge de bästa råden och inte tala om för företagsledare hur de ska göra och vilka beslut de ska ta utan redovisningskonsulten ska fråga vad företaget har för framtidsplaner. Är det exempelvis att driva företaget för att överlåta det till sina barn, för att sälja det eller driva det under den tiden de tycker det är roligt för att sedan

avveckla det. Genom att veta vad framtidsplanerna för företaget är ges möjlighet till bra rådgivning. Detta styrks av Björn och Cecilia som menar att redovisningskonsulten ska vara proaktiv genom att ligga före kunden för att försöka få företagsledaren att tänka på saker innan det inträffar, vilket enligt dem underlättar för beslutsfattande, då frågorna som uppstår kan klaras ut innan det uppstår eventuella problem.

Alice belyser att det är viktigt för redovisningskonsulten att sätta sig in i företaget och vad dess verksamhet går ut på för att förbättra förtroendet samt relationen till kunden. Detta verifieras av Björn som menar att relationen med kunderna är nyckeln till att skapa förtroende vilket ligger till grund för att kunden ska ta till sig rådgivningen, vidare menar han att titeln auktoriserad redovisningskonsult verifierar att redovisningskonsulten har en god kompetens, vilket ger förutsättningar för att vara en förtroendeingivande rådgivare. Vidare menar Björn att många företag där företagsledaren inte har kunskap om redovisning lägger mycket ansvar på redovisningskonsulten, dels i att redovisningen är korrekt upprättad och rapporterad men också att de i många fall måste lita på redovisningskonsultens rådgivning till hundra procent, då de själva inte har kontroll. Därför är relationen och förtroendet viktigt enligt Björn. Detta styrks av Alice och Cecilia som också menar att en nära relation med kunden och en naturlig plats i företaget är grunden till att ge bra råd som företagsledaren kan lita på och använda. Både Björn och Cecilia nämner att det kan vara bra att träffa kunden utan något specifikt syfte, de kan till exempel bjuda ut kunden på en lunch eller liknande för att underhålla eller skapa den förtroendefulla relationen som nämnts.

Däremot påstår Alice att det kan vara svårt att skapa förtroende samt en nära relation till kunden då företagsledares inställning till redovisningen varierar och att det inte alltid är lätt att motivera kostnaden för rådgivningen. Hon menar att nyckeln till att förklara för företagsledaren att rådgivningen är av värde är att se kostnaden på lång sikt, frågor som tas upp nu kan ge nytta under en lång tid framöver då företagsledaren kan ta med sig erfarenheten i framtida frågor och problem. Detta styrks av Björn som menar att kostnaden för rådgivningen ska ses som en investering, dock menar han att inställningen till kostnaden för redovisningskonsultens tjänster är olika från kund till kund, en del ifrågasätter den och andra inte. Cecilia har uppfattningen att kostnaden för redovisningskonsultens tjänster har mindre fokus hos kunderna på den mindre byrån, som hon arbetar på nu, i jämförelse med de större byråerna som hon arbetat på tidigare.

4.3 Kommunikation

Både på företag A och B skickas ett rapportpaket varje månad som innehåller en balans- och resultaträkning samt en skriftlig kommentar till dessa som kan anpassas efter kundens önskemål. Rapportpaketet skickas sedan till kunden digitalt på båda företagen men på företag A finns rapporterna också att hämta på den webbaserade plattformen som kunderna själva kan logga in på. Vidare finns också på företag A ett analysverktyg på plattformen, där kunderna kan se sina siffror från redovisningen i form av staplar och diagram, detta för att underlätta för kunden att ta till sig informationen från redovisningen. Företag B använder däremot inte diagram och staplar för att förklara den ekonomiska informationen i rapporterna. Både Alice och Björn upplever dock att kunderna till företag A inte använder analysverktyget fullt ut. Enligt Alice beror det på att kunderna inte riktigt förstår hur det fungerar samt att konsulterna inte visat och förklarat det tillräckligt, men de tror att analysverktyget kan vara ett bra sätt för att få kunderna att förstå informationen bättre om konsulterna visar hur det fungerar. Björn menar att vissa kunder är väldigt intresserade av analysverktyget och använder det samt att några velat anpassa de nyckeltal som finns för att kunna använda det fullt ut.

Björn menar att anpassningen av rapporterna samt hur de kommuniceras måste bli mer kundanpassade för att företagen ska ta till sig och förstå informationen från redovisningen. Vidare menar Alice att en muntlig kontakt med kunden antingen före eller efter rapporterna skickas kan vara ett sätt att förbättra kommunikationen då hon upplever att responsen från kunderna angående rapporterna är dålig. Ett telefonsamtal öppnar också upp för kunden att ställa frågor om rapporterna, vilket även kontrollerar om kunden faktiskt läst rapporterna och förstått dem. Detta styrks av Cecilia som menar att hennes muntliga kontakt med kunden vid rapporteringen är uppskattad samt skapar förutsättningar för kunden att förstå informationen bättre. Alice menar också att kommunikationen måste kundanpassas då hon upplever att vissa kunder inte vill prata i telefon utan föredrar att kommunicera via mejl, detta tar även Cecilia upp, som menar att mejl är den främsta kommunikationskanalen med vissa kunder.

Alla respondenter lyfter fram det personliga mötet med kunden som det optimala sättet för att förmedla informationen från redovisningen, men att detta inte alltid är möjligt på grund av olika anledningar, till exempel tidsbrist för kunden, kostnad för redovisningskonsultens tid eller kostnad för resor. Alice redogör därför att möjligheten till videokonferenser skulle underlätta för kontinuerliga möten med kunden, då tiden för resan elimineras. Dock verkar bristande teknologiskt intresse hos kunderna vara det som gör att denna funktion ännu inte används i någon större utsträckning på företag A. Björn nämner också detta och har även testat att ha en videokonferens med en kollega på annan ort i samband med ett kundmöte. Han tror dock att det är en fördel om personerna har träffats tidigare för att det ska vara optimalt, men lyfter ändå att det är ett alternativ att föredra framför en telefonkonferens.

Björn förtydligar att det från redovisningskonsultens sida är viktigt att kunna läsa av kunden vid ett möte för att se om de är med och förstår eller om det krävs ytterligare förklaringar, han menar också att genom att lära känna kunderna blir detta lättare att se och informationen kan anpassas efter den specifika kunden. Vidare menar han att upprepning av informationen samt uppföljning av rådgivningen är viktigt för att se att kunderna förstått och tagit till sig informationen.

4.4 Beslutsfattande

Björn uppfattar sig själv som tydlig och rak när det kommer till beslutsfattande, han lägger fram det alternativ som är bäst och upplever att kunderna i stor utsträckning följer detta samt fattar det beslut som han anser är det mest fördelaktiga. Han förtydligar dock att det alltid sker utifrån en dialog och diskussion med kunden om vad som är bäst. Exempelvis kan det handla om att sätta av en del av vinsten i en periodiseringsfond eller vilket utrymme det finns för aktieutdelning. Björn är dock tydlig med att det då är viktigt att vara insatt i vad kunden tror om framtiden eller att de gjort en budget som underlag för beslutet. Detta styrks av Alice som också är noga med att sätta sig in i kundens verksamhet och vara involverad i en långsiktig plan för att hjälpa kunden på bästa sätt vid beslutsfattande. Cecilia förespråkar att agera mer som ett bollplank till kunden, där hon ger förslag och kommer med rekommendationer i samband med beslutsfattande, men hon är tydlig med att det alltid är kunden som avgör vilket beslut som fattas.

Alice har uppfattningen att majoriteten av de mindre företagen inte tar hänsyn till rapporterna från redovisningen utan tar beslut genom tidigare erfarenheter vid mindre beslut. Uppfattningen Alice har är att större företag, men som fortfarande benämns som små företag, väljer att ta hänsyn till rapporterna och har dem i åtanke vid beslutsfattande, men att de sällan

ringer och frågar om råd vid mindre beslut. Björn har också uppfattningen att större företag använder informationen som de får från rapporterna redovisningskonsulten skickar. Dock har Björn och Cecilia uppfattningen att kunderna ofta ringer och frågar om råd vid mindre beslut. Vidare berättar Cecilia att kunderna kan ha en uppfattning om ett beslut men efter att de fått rådgivning och diskuterat med redovisningskonsulten kan deras uppfattning ändrats och de har fått en annan bild om vilket beslut som är bäst.

Genom att konsulterna är aktiva i sin kommunikation med företagen och kontinuerligt frågar dem menar Alice att företagen kan vända sig till konsulterna för rådgivning i större utsträckning, då de känner att konsulterna är intresserad och engagerad i företaget. Vidare menar Björn att genom att vara ett aktivt stöd och ett bollplank till företagen blir konsulten som en del av företaget och det skapas förutsättningar för att få en naturlig roll i företagets beslutsfattande. Alice nämner också att det kan vara fördelaktigt att tänka mer på hur konsulten själv skulle valt och agerat, det vill säga som om det är sitt eget företag det handlar om. Björn menar att målet för en redovisningskonsult är att vara den första personen som företagsledaren ringer till när ett beslut ska tas.

5 Analys

I detta kapitel kopplas de valda teorierna samman med den insamlade empirin. Teorin och empirin analyseras utifrån de avsnitt som använts i teorikapitlet. Analysen ligger sedan till grund för diskussionen i kapitel 6.

5.1 Redovisning

Nedan analyseras teorin och empirin om redovisningens syfte och användbarhet vid beslutsfattande samt redovisningskonsultens roll.

5.1.1 Redovisningens syfte och användbarhet vid beslutsfattande

Respondenterna beskriver redovisningens syfte som att den ska ge en rättvis bild av företaget, vara till grund för beslutsfattande samt ligga till grund för målsättning. Alla dessa aspekter styrks av Ax et al. (2009) och Johansson et al. (2013) som beskriver redovisningens främsta syfte som att ge en bild av företagets ekonomiska ställning till företagets intressenter och Lönnqvist (2006) som menar att informationen från redovisningen kan användas för att följa upp hur verksamheten gått samt användas som grund för framtida beslut.

Van Auken och Carraher (2013) anser att informationen från redovisningen innehåller information som är användbar vid beslutsfattande. Halabi et al. (2010) redogör dock för att företagsledare i små företag behöver utveckla sina finansiella kunskaper för att ta tillvara på fördelarna med informationen från redovisningen. Respondenterna är eniga om att informationen från redovisningen är praktisk vid beslutsfattande. Vidare belyser även respondenterna att redovisningskonsulten kan hjälpa företagsledare att förstå och använda informationen som beslutsunderlag. Genom att presentera informationen bättre och kundanpassa rådgivningen anser respondenterna att företagsledare skulle kunna ta till sig informationen bättre samt förstå värdet av att använda informationen vid beslutsfattande. Halabi et al. (2010) samt Van Auken och Carraher (2013) bekräftar att företagsledare kan ta hjälp av redovisningskonsulten för att förstå och kunna använda informationen från redovisningen vid beslutsfattande. Både Alice och Björn menar att om redovisningskonsulten skulle vara mer aktiv i sin kommunikation, vilket visar att de är engagerade och intresserade, skulle företag vända sig till redovisningskonsulten för rådgivning i större utsträckning.

Van Auken och Carraher (2013) menar att ägare av små företag inte tenderar att söka extern finansiell rådgivning och enligt Gooderham et al. (2004) beror det på att företagsledare i små företag inte anser sig vara i behov av extern rådgivning. Detta menar dock respondenterna är svårt att generalisera om, då det beror på vilket intresse företagsledaren har om informationen från redovisningen. Alice tycker sig se att yngre företagsledare är mer intresserade av redovisningen medan de äldre har en bättre förståelse för informationen, Björn menar istället att det beror på företagets storlek och Cecilia tror intresset av informationen varierar på grund av yrkesroll, ålder och utbildning.

5.1.2 Redovisningskonsultens roll

Halabi et al. (2010) beskriver redovisningskonsultens traditionella roll som en person som tar hand om företagets redovisning men att rollen har utvecklats och rådgivning får större fokus. Detta styrks av respondenterna som menar att redovisningskonsultens roll är att vara

rådgivare, men Cecilia menar att företag inte alltid har den uppfattningen, då de inte riktigt är medvetna om redovisningskonsultens kompetens för rådgivning, men menar att det kan bero på bristande information om detta.

Alice och Björn menar att det är viktigt att redovisningskonsulten sätter sig in i företagets verksamhet för att förbättra förtroendet samt relationen. Vidare anser de att relationen till kunden och att redovisningskonsulten är insatt i verksamheten är utgångspunkten för att företag ska lita på och använda de råd redovisningskonsulten ger. Gooderham et al. (2004) styrker detta då han menar att om företag ska ta hänsyn till redovisningskonsultens råd vid beslutsfattande krävs det ett stort förtroende och en god relation. Även Marriott och Marriott (2000) belyser relationen som fundamentet för att redovisningskonsulten ska bidra med kunskap samt tillhandahålla relevant information. Detta verifieras av respondenterna som menar att redovisningskonsulten ska vara tydlig i sin rådgivning för att få företagsledare att förstå värdet av redovisningskonsultens tjänster och genom att redovisningskonsulterna är insatta i företagets framtid och målsättning skapas förutsättningar för att de kan tillhandahålla rådgivning som företagsledare litar på.

Honebein et al. (2012) redogör för att en rådgivare ska vara trovärdig, pålitlig, förtroendeingivande samt kundorienterad för att företag ska lita på dem. En viktig aspekt är att lyssna på kunden och sätta sig in i dess situation för att förstå deras behov. Alice intygar att detta är en viktig aspekt då hon anser att redovisningskonsulten ska ställa utmanande frågor till kunden för att de ska kunna ge de bästa råden. Vidare anser respondenterna att redovisningskonsulten ska arbeta proaktivt för att kunna vägleda kunden och få dem att tänka på beslut i förväg. Honebein et al. (2012) bekräftar detta då han anser att rådgivaren ska ha en utbildande roll som vägleder kunden vid beslutsfattande.

Alice anser dock att det kan vara svårt att skapa ett förtroende och bygga upp en nära relation till kunden då dess inställning till redovisningen varierar och att de då har svårt att motivera kostnaden för redovisningskonsulten. Sian och Roberts (2009) belyser på samma sätt att det är viktigt för företag att ta hänsyn till kostnaden när en redovisningskonsult anlitas och Everaert et al. (2010) menar att kostnaden att ta fram och förmedla informationen inte får överstiga nyttan. Björn upplever dock att kundens inställning till kostnaden för rådgivningen varierar. Cecilia upplever däremot inte att kostnaden för rådgivningen är ett problem på företag B där kunderna inte lägger stor vikt vid kostnaden för rådgivningen. Björn påstår att lösningen på om kunden ifrågasätter kostnaden för rådgivningen är att förklara att rådgivningen ska ses som en investering och detta styrks av Alice som belyser att nyckeln för redovisningskonsulten är att förklara värdet av rådgivningen på lång sikt.

5.2 Kommunikation

Alla respondenter beskriver att det varje månad skickas skriftliga rapporter till kunderna samt att företag A erbjuder kunderna att se sina rapporter i form av staplar och diagram på den kundportal de använder. De menar dock att kunderna sällan återkopplar till redovisningskonsulten angående rapporterna. De beskriver att de själva får ta kontakt med kunderna för att se om de tagit emot rapporten samt om de har några frågor angående den. Detta kan analyseras utifrån kommunikationsprocessen som Bakka et al. (2006) beskriver som att en avsändare skickar ett budskap via en kommunikationskanal till en mottagare som tolkar budskapet och återkopplar till avsändaren. Det är tydligt att kommunikationsprocessen inte fullföljs då mottagaren, det vill säga företagsledaren, sällan återkopplar vilket medför att redovisningskonsulten inte kan säkerställa att mottagaren tagit emot och förstått

informationen. Shannon och Weaver (1949) beskriver att brus kan förvränga budskapet som ska förmedlas vilket kan göra det svårt för mottagaren att förstå informationen. Bruset borde således kunna jämföras med företagsledares brist på kunskap eller intresse, vilket gör att de inte förstår informationen som förmedlas och därmed inte återkopplar till redovisningskonsulten när de fått rapporterna.

Björn redogör för att både rapporterna och kommunikationen måste anpassas efter kundernas önskemål för att de ska ta till sig samt förstå informationen från redovisningen. Detta menar också Dewatripont och Tirole (2005) då de beskriver att det är viktigt att avsändaren anpassar informationen i budskapet samt kommunikationskanal efter mottagarens kunskap. Även Mitchell och Reid (2000) redogör för att finansiell information måste vara adresserad på ett genomtänkt sätt till mottagaren, då kompetensen hos mottagaren varierar.

Jacobsen och Thorsvik (2008) beskriver olika typer av kommunikationskanaler som används när ett budskap ska kommuniceras mellan avsändare och mottagare. Enligt respondenterna används en rad olika kommunikationskanaler när de kommunicerar med kunderna, allt från skriftliga rapporter, mejl och telefonsamtal till videokonferenser samt personliga möten. Jacobsen och Thorsvik (2008) menar att kommunikationskanalerna måste ge möjlighet till snabb och effektiv feedback samt vara personliga. De ska även ge utrymme för att anpassa meddelandet efter sändaren samt mottagaren och ska kunna kommunicera med flera signaler.

Respondenterna anser att personliga möten är det optimala sättet för att förmedla informationen från redovisningen och Björn menar att genom personliga möten kan redovisningskonsulten läsa av kunden för att se om de förstått eller om det krävs ytterligare förklaringar. Jacobsen och Thorsvik (2008) styrker detta då de påstår att personliga möten är den kommunikationskanal som förmedlar rik information i hög grad (se figur 3, s. 12). Däremot menar respondenterna att personliga möten inte alltid är möjliga av olika anledningar, till exempel tidsbrist och kostnadseffektivisering. Alice och Björn anser därför att videokonferenser skulle vara en möjlighet för redovisningskonsulter att förmedla informationen från redovisningen. Även denna kommunikationskanal menar Jacobsen och Thorsvik (2008) också förmedlar rik information i hög grad, men den är inte lika optimal som personliga möten (se figur 3, s.12). Alice och Cecilia menar också att ett telefonsamtal i samband med att rapporten skickas kan underlätta för både redovisningskonsulten och företagsledaren då konsulten säkerställer att rapporten tagits emot och att företagsledaren förstått informationen samt att företagsledaren får möjlighet till följdfrågor. Vid kommunikation via mejl finns möjlighet att anpassa meddelandet, det är personligt och ger möjlighet till snabb och effektiv feedback om både konsulten och företagsledaren har möjlighet att svara snabbt, dock finns inte möjligheten att kommunicera med flera olika signaler, vilket syns i figur 3 (s. 12) där mejl positionerar sig i mitten (Jacobsen & Thorsvik, 2008).

5.3 Beslutsfattande

Jacobsen och Thorsvik (2008) beskriver hur den rationella beslutsprocessen ser ut där beslutsfattaren alltid handlar rationellt (se figur 4, s. 12). Vidare beskriver också Simon (1955) att beslut fattas rationellt där beslutsfattaren har god kunskap om relevanta aspekter för att uppnå bästa möjliga resultat, han kallar det "economic man". Alice beskriver att det är viktigt att redovisningskonsulten sätter sig in i företaget och dess mål för att ge bästa möjliga råd vid beslutsfattande, hon menar också att det är fördelaktigt om redovisningskonsulten agerar som om det gällde sitt eget företag. Om redovisningskonsulten är fullt insatt i företaget

borde hon således tillsammans med företagsledaren kunna jämföras med en rationell beslutsfattare och en "economic man", då de har klar förståelse av situationen och målen. De borde också ha information om alla alternativa lösningar samt kunna rangordna de alternativ som finns och som ger bäst resultat. De borde då tillsammans kunna fatta de beslut som ger bäst resultat i förhållande till målen. Cecilia menar att hon vid beslutsfattande är ett bollplank och att hon kan komma med förslag och diskutera olika beslut med kunden för att komma fram till det bästa beslutet. Detta borde också kunna jämföras med ett rationellt beslutsfattande då de tillsammans har full information och ställer upp olika alternativ för att komma fram till bästa möjliga beslut (se figur 4, s.12).

Alice menar att hon upplever att många företag fattar beslut på sin magkänsla och inte tar hänsyn till de ekonomiska rapporterna. Detta kan jämföras med Simons (1976) syn på beslutsfattande, som han kallar "administrative man", där han menar att beslutsfattare ofta saknar kunskap om alternativa lösningar och dess konsekvenser. Jacobsen och Thorsvik (2008) menar också att ingen kan handla fullt rationellt då det är svårt att ha full information om alla alternativ och deras konsekvenser. De företag som fattar beslut på magkänsla och inte anlitar redovisningskonsulten för rådgivning handlar således begränsat rationellt då de inte analyserar situationen fullt ut samt bestämmer mål och bara söker information om vissa alternativ och deras konsekvenser, det vill säga går på den informationen som de själva har utan att ta extern hjälp. Detta borde leda till att företagsledaren väljer det första alternativet som ger någon form av resultat i förhållande till målet, men kanske inte det bästa resultatet (se figur 5, s.13).

Kahnemans (2012) syn på informationshantering grundar sig i två olika system där system 1 är att beslut fattas automatiskt, snabbt, utan eftertanke samt utan ansträngning. Alice upplever att majoriteten av mindre företag fattar beslut utan att ta hänsyn till informationen från redovisningen, de ringer även sällan för att få rådgivning vid mindre beslut, detta borde kunna jämföras med att företagsledare agerar enligt system 1. Vidare beskriver Kahneman (2012) att system 2 är att information hanteras långsamt, ansträngande, organiserat och med målmedvetenhet. Björn och Cecilia har uppfattningen att kunderna ringer och frågar om råd vid beslut, vilket skulle kunna hänföras till system 2. Vidare menar Kahneman (2012) också att dessa system samspelar med varandra hela tiden och vid stark inlärning kan en informationshantering enligt system 2 istället bli en informationshantering enligt system 1. Genom att anlita en redovisningskonsult för rådgivning menar Cecilia att företagsledare bygger upp sin erfarenhet om hur de kan agera vid olika beslut, exempelvis kommer frågan om avsättning till periodiseringsfond upp varje år och genom rådgivning angående detta några år, kan företagsledare sedan fatta beslut om detta utan rådgivning när hon förstått och lärt sig vad som menas, förutsatt att förutsättningarna är de samma. Detta borde kunna jämföras med Kahnemans (2012) teori om att informationshantering enligt system 2 genom inlärning kan bli informationshantering enligt system 1 och beslut kan fattas snabbare och med mindre eftertanke. Detta kan också hänvisas till det Björn menar om att rådgivning är en investering, företagsledaren lär sig via rådgivning och kan sedan fatta bättre beslut på egen hand i liknande situationer utan rådgivning.

6 Diskussion

Kapitlet inleds med en presentation av uppsatsens syfte samt bidrag. I avsnitt 6.1 diskuteras den analyserade teorin och empirin, detta följs av en diskussion i avsnitt 6.2 om resultatets begränsningar.

I tidigare studier framgår det att redovisningsinformation kan användas vid beslutsfattande (Carragher & Van Auken, 2013; Johansson et al., 2013; Marriott & Marriott, 2000; Van Auken & Carragher, 2013), men att många företagsledare inte är medvetna om detta samt att de saknar den kunskap som krävs för att förstå och använda informationen från redovisningen (Halabi et al., 2010). Många företag anlitar då en redovisningskonsult för att de ska upprätta redovisningen (Everaert et al., 2010), men också för att de ska agera rådgivare genom att förmedla och förklara informationen så att den blir användbar vid beslutsfattande. I denna studie undersöks därför redovisningskonsultens roll i små företag samt hur de kan hjälpa företagsledare i små företag att förstå samt använda informationen från redovisningen som beslutsunderlag. Till skillnad från majoriteten av tidigare studier (Argilés & Slob, 2003; Carragher & Van Auken, 2013; Halabi et al., 2010; Marriott & Marriott, 2000; Mitchell & Reid, 2000; Ojala et al., 2014; Van Auken & Carragher, 2013), har denna en kvalitativ forskningsstrategi samt utgår från redovisningskonsultens perspektiv vilket ger en ytterligare dimension i frågan om redovisningsinformationens syfte och användbarhet i beslutsfattande. Den bidrar även med att ge klarhet i vilken roll redovisningskonsulter har i små företag samt hur de kan arbeta med att förmedla informationen från redovisningen.

6.1 Redovisning, kommunikation och beslutsfattande

Respondenterna är eniga om att redovisningens syfte är att ge en rättvisande bild av företaget samt vara till grund för beslutsfattande, vilket överensstämmer med Ax et al. (2009), Johansson et al. (2013) och Lönnqvist (2006) som menar att redovisningens syfte är att ge en bild av företagets ekonomiska ställning samt användas som grund för framtida beslut. Studien visar således att redovisningskonsulterna har uppfattningen att redovisningen kan användas som beslutsunderlag.

Gooderham et al. (2004) samt Marriott och Marriott (2000) beskriver att förtroende och en god relation är fundamentet för att företag ska ta hänsyn till redovisningskonsultens råd, vilket stämmer överens med studiens resultat som också visar att en god relation och ett stort förtroende mellan redovisningskonsulten och företagsledaren är viktigt. Studiens resultat förtydligar dock att det krävs engagemang och intresse för företagets framtid samt att redovisningskonsulten sätter sig in i företagets verksamhet för att företagsledaren ska lita på redovisningskonsultens rådgivning. Respondenterna i studien har olika åsikter om att det kan vara svårt att bygga en nära relation och ett förtroende till företagsledare på grund av deras inställning till redovisningsinformationen och kostnaden som rådgivningen medför. Vissa anser att kostnaden kan vara ett problem medan andra anser att det inte är ett problem. Sian och Roberts (2009) och Everaert et al. (2010) menar dock att företagen måste ta hänsyn till kostnaden för rådgivningen då den inte får överstiga nyttan av den. Majoriteten av respondenterna menar att nyckeln till att få företagsledaren att förstå värdet av rådgivningen är att förklara att kostnaden för rådgivningen ska ses som en långsiktig investering. Vidare visar studiens resultat också att redovisningskonsulten har ett stort ansvar samt att det krävs mycket av redovisningskonsulten för att företagsledaren ska förstå värdet av informationen från redovisningen.

Det krävs att redovisningskonsulten sätter sig in i företagets verksamhet, målsättning på både kort och lång sikt samt verkar proaktivt mot företaget för att förekomma frågor och problem som kan uppstå. Detta visar att redovisningskonsultens roll i små företag är stor men att det krävs mycket av både företagsledaren och redovisningskonsulten för att redovisningskonsulten ska få en naturlig roll i företaget och dess beslutsprocess. Respondenterna i studien har olika uppfattning om vilken roll de har i företagen samt att det är olika från kund till kund. Två av respondenterna upplever att de har en naturlig roll i företaget då kunderna ofta ringer vid mindre beslut, medan en av respondenterna inte upplever detta. Detta visar att redovisningskonsultens roll i små företag varierar och det kanske kan bero på kundens inställning till redovisningsinformationen. Det kan kanske också bero på att de inte är medvetna om att redovisningskonsulten kan fungera som en rådgivare, att de inte har fullt förtroende för konsulten eller upplever att rådgivningen kostar mycket.

Vidare belyser studien att kommunikationen mellan redovisningskonsulten och företagsledaren är viktig för att företagsledare ska förstå och använda informationen från redovisningen som beslutsunderlag. Det är därför viktigt att lägga extra vikt vid att anpassa redovisningsinformationen efter företagets önskemål, så att företagsledare tar till sig informationen. Detta överensstämmer med den åsikt Mitchell och Reid (2000) har om att finansiell information måste vara adresserad på ett genomtänkt sätt till mottagaren. Genom att anpassa den kommunikationskanal som används ges också möjlighet för redovisningskonsulten att kontrollera att företagsledare tagit emot och förstått informationen samt underlättar för företagsledaren att direkt återkoppla om de inte förstått informationen. Det personliga mötet är således den kommunikationskanal som är att föredra. Detta visar således att om presentationen av redovisningsinformationen och kommunikationskanalen kundanpassas skapas förutsättningar för att företagsledare skulle kunna ta till sig informationen bättre samt förstå värdet av att använda informationen vid beslutsfattande.

Studiens resultat visar att om redovisningskonsulten sätter sig in i företaget och dess mål samt har ett stort förtroende från företagsledaren kan redovisningskonsulten ge rådgivning angående informationen från redovisningen, vilket skapar förutsättningar för att företagsledaren ska ta till sig samt förstå informationen. Företagsledaren kan då fatta beslut på ett mer rationellt sätt och följa den rationella beslutsprocessen, vilket enligt Jacobsen och Thorsvik (2008) och Simon (1955) är det optimala sättet att fatta beslut då det ger det bästa resultatet (se figur 4, s. 12). Genom att företagsledaren har klar förståelse av situationen samt full information om alla alternativa lösningar och kan därmed rangordna alternativen och välja det som ger bäst resultat. Detta visar att redovisningskonsulten och företagsledare tillsammans har möjligheten att fatta optimala beslut som ger det bästa resultatet.

6.2 Resultatets begränsningar

Studien är baserad på intervjuer med tre auktoriserade redovisningskonsulter på två olika företag, vilket torde generera ett bredare perspektiv än om intervjuerna gjorts på bara ett företag. Vidare skulle ett större urval av respondenter från fler företag generera ett mer generaliserbart resultat samt att det skulle ge en mer rättvis bild av ämnet. Respondenterna har olika utbildningar, erfarenheter och åsikter vilket kanske kan medföra att resultatet av studien påverkas, då respondenternas syn på ämnet kanske inte representerar alla redovisningskonsulters syn på ämnet. Respondenterna menar också att deras kunder skiljer sig åt och att det därför är svårt att ge en samlad bild och generella åsikter som svar på de frågor som ställts. Genom att de försökt ge så generella svar som möjligt kan det påverka resultatet

av studien då dessa generella åsikter kanske inte speglar alla företag. Vidare utgår studien från redovisningskonsultens perspektiv samt vilken uppfattning de har av redovisningen, vilket kan medföra att resultatet påverkas då deras uppfattning kan skilja sig från företagens. Genom att ta hänsyn till företagens perspektiv skulle resultatet av studien kanske bli annorlunda då uppfattningen av ämnet kan skilja sig mellan redovisningskonsulter och företag.

7 Slutsatser

Uppsatsens syfte är att undersöka redovisningskonsultens roll i små företag samt hur de kan hjälpa företagsledare i små företag att förstå samt använda informationen från redovisningen som beslutsunderlag. Genom att besvara uppsatsens forskningsfrågor, vilken uppfattning redovisningskonsulter har om redovisningens syfte och användbarhet vid beslutsfattande samt hur redovisningskonsulter förmedlar informationen från redovisningen till företagsledare för att de ska förstå och använda informationen vid beslutsfattande, uppnås uppsatsens syfte.

Studien visar att redovisningskonsultens uppfattning av redovisningens syfte är att den ska ge en rättvis bild av företagets ekonomiska ställning samt att den kan vara användbar som beslutsunderlag. Det framkommer också att redovisningskonsultens rådgivning vid beslutsfattande är viktig för att företagsledare ska förstå redovisningsinformationen, det är också viktigt att redovisningskonsulten är tydlig med att nyttan för rådgivningen överstiger kostnaden, då rådgivningen ska ses som en långsiktig investering. Vidare visar studien att det krävs engagemang och intresse i form av att redovisningskonsulten sätter sig in i företagets verksamhet och målsättning, agerar proaktivt för att förekomma problem samt att de bygger en stark relation och förtroende med företagsledare för att företagsledare ska förstå och använda redovisningsinformationen vid beslutsfattande.

Vidare framkommer det också i studien att det är viktigt att redovisningskonsulten anpassar redovisningsinformationens utseende samt med vilken kommunikationskanal den förmedlas efter företagets önskemål. Genom att anpassa detta efter företagets önskemål underlättar det för att företagsledaren faktiskt ska intressera sig för informationen från redovisningen och använda den vid beslutsfattande. För att redovisningskonsulten ska få en naturlig roll i företagets beslutsprocess, vilket leder till ett mer rationellt beslutsfattande, krävs ett stort engagemang samt förtroende mellan redovisningskonsulten och företagsledaren.

Till sist kan det sammanfattas att om redovisningskonsulten kundanpassar presentationen och kommunikationen av informationen skapas förutsättningar för att företagsledare i små företag ska förstå och använda informationen från redovisningen som beslutsunderlag. Vidare visar studien att redovisningskonsultens förtroende samt relationen mellan redovisningskonsulten och företagsledare har en avgörande roll för att företagsledare ska ta till sig rådgivningen från redovisningskonsulten. Således kan redovisningskonsulten ha en roll i små företags beslutsprocess om de genom rådgivning bidrar till att företag fattar rationella beslut.

Förslag till vidare forskning

I denna studie har vi fokuserat på redovisningskonsultens perspektiv i hur redovisningskonsulter kan hjälpa små företag att använda informationen från redovisningen vid beslutsfattande samt vilken roll redovisningskonsulten kan ha i små företags beslutsprocesser. För att få en djupare förståelse av detta kan fler redovisningskonsulter från fler företag intervjuas för att få en rättvisare bild av konsultens åsikter på ämnet. Vidare skulle även intervjuer med både företagsledare i små företag och de redovisningskonsulter som de anlitar kunna studeras för att ta hänsyn till båda perspektiven och då få ytterligare en dimension av studiens syfte.

Referenser

Skriftliga

Abbott, J., Parker, S., Peters, G. & Rama, D. (2007). Corporate Governance, Audit Quality, and the Sarbanes-Oxley Act: Evidence from Internal Audit Outsourcing. *The Accounting Review*, 82(4), pp. 803-835.

Argilés, J. M. & Slof, E. J. (2003). The use of financial accounting information and firm performance: an empirical quantification for farms. *Accounting and Business Research*, 33(4), pp. 251-273.

Ax, C., Johansson, C. & Kullvén, H. (2009). *Den nya ekonomistyrningen*. 4. uppl. Liber AB, Malmö.

Bakka, J. F., Fivelsdal, E. & Lindkvist, L. (2006). *Organisationsteori*. 5. uppl. Liber AB, Malmö.

Bokföringslagen (1999). Stockholm. (SFS 1999:1078)

Bryman, A. & Bell, E. (2011). *Företagsekonomiska forskningsmetoder*. 2. uppl. Liber AB, Stockholm.

Carraher, S. & Van Auken, H. (2013). The use of financial statements for decision making by small firms. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 26(3), pp. 323-336.

Dewatripont, M. & Tirole, J. (2005). Modes of Communication. *Journal of political economy*, 113(6), pp. 1217-1238.

Everaert, P., Sarens, G. & Rommel, J. (2007). Sourcing strategy of Belgian SMEs: empirical evidence for the accounting services. *Production Planning & Control: The Management of Operations*, 18(8), pp. 716-725.

Everaert, P., Sarens, G. & Rommel, J. (2010). Using Transaction Cost Economics to explain outsourcing of accounting. *Small Business Economics*, 35(1), pp. 93–112.

Gooderham, P. N., Tobiassen, A., Døving, E. & Nordhau, O. (2004). Accountants as sources of business advice for small firms. *International Small Business Journal*, 22(5), pp. 1-19.

Halabi, A. K., Barrett, R. & Dyt, R. (2010). Understanding financial information used to assess small firm performance: An Australian qualitative study. *Qualitative Research in Accounting & Management*, 7(2), pp. 163–179.

Honebein, P. C., Cammarano, R. F. & Boice, C. (2012). From authority to trusted advisor: The utility's changing role. *The Electricity Journal*, 25(10), pp. 49-58.

Horngren, C. T., Harrison, W. T., Bamber, L., Best, P. J., Fraser, D. J. & Willett, R. (2007). *Accounting*. 5. uppl. Pearson Education, Sydney.

Jacobsen, D. I. & Thorsvik, J. (2008). *Hur moderna organisationer fungerar*. 2. uppl. Studentlitteratur, Lund.

- Johansson, C., Johansson, R., Marton, J. & Pautsch, G. (2013). *Extern redovisning*. 4. uppl. Sanoma Utbildning AB, Stockholm.
- Kahneman, D. (2012). *Tänka snabbt och långsamt*. Volante, Stockholm.
- Kvale, S. & Brinkmann, S. (2009). *Den kvalitativa forskningsintervjun*. 2. uppl. Studentlitteratur AB, Lund.
- Lundén, B. & Svensson, U. (2002). *Starta och driva företag*. 9. uppl. Björn Lundén Informationen AB, Näsviken.
- Lönnqvist, R. (2006). *Årsredovisning i aktiebolag och koncerner*. 4. uppl. Studentlitteratur AB, Lund.
- Marriott, N. & Marriott, P. (2000). Professional accountants and the development of a management accounting service for the small firm: barriers and possibilities. *Management Accounting Research*, 11(4), pp. 475–492.
- Mitchell, F. & Reid, G. C. (2000). Editorial problems, challenges and opportunities: the small business as a setting for management accounting research. *Management Accounting Research*, 11, pp. 385-390.
- Ojala, H., Niskanen, M., Collis, J. & Pajunen, K. (2014). Audit Quality and Decision-making in Small Companies. *Managerial Auditing Journal*, 29(9), pp. 800-817.
- Saunders, M., Lewis, P. & Thornhill, A. (2007). *Research methods for business students*. 4. uppl. Harlow, Financial Times/Prentice Hall.
- Shannon, C. & Weaver, W. (1949). *The mathematical theory of communication*. University of Illinois Press, Urbana IL.
- Sian, S. & Roberts, C. (2009). UK small owner-managed businesses: accounting and financial reporting needs. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 16(2), pp. 289–305.
- Simon, H. A. (1955). A Behavioral Model of Rational Choice. *The Quarterly Journal of Economics*, 69(1), pp. 99-118.
- Simon, H. A. (1976). *Administrative behavior*. 3. uppl. The Free Press, New York.
- Soceaa, A. D. (2012). Managerial Decision-Making and Financial Accounting Information. *Procedia - Social and Behavioural Sciences*, 58, pp. 47-55.
- Thomasson, J., Arvidsson, P., Carrington, T., Johed, G., Lindquist, H., Larsson, O. & Rohlin, L. (2010). *Den nya affärsredovisningen*. 18. uppl. Liber AB, Malmö.
- Van Auken, H. & Carraher, S. (2013). Influences on Frequency of Preparation of Financial Statements Among SMEs. *Journal of Innovation Management*, 1(1), pp. 143-157.
- Årsredovisningslagen (1995). Stockholm. (SFS 1995:1554)

Internet

Bolagsverket (2013). *Förvaltningsberättelse - aktiebolag*. Tillgänglig: <http://www.bolagsverket.se/ff/foretagsformer/aktiebolag/arsredovisning/delar/forvaltningsberattelse-1.3127> [2017-04-03]

EUR-Lex (2016). *Mikroföretag samt små och medelstora företag: definition och tillämpningsområde*. Tillgänglig: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/SV/TXT/?uri=URISERV:n26026> [2017-03-30]

SRF, Srf konsulterna (2017). *Om den auktoriserade redovisningskonsulten*. Tillgänglig: <http://www.srfkonsult.se/redovisning/for-foretag/om-den-auktoriserade-redovisningskonsulten/> [2017-03-31]

Tidningen balans (www.tidningenbalans.se)

1. Tidningen balans (2014). *Redovisningsuppdrag för kundens bästa*. Tillgänglig: <http://www.tidningenbalans.se/fordjupning/redovisningsuppdrag-for-kundens-basta/> [2017-03-31]
2. Tidningen balans (2017). *Redovisningskonsult- felrättare eller coachande rådgivare?*. Tillgänglig: <http://www.tidningenbalans.se/nyheter/ska-redovisningskonsulten-vara-felrattare-eller-coachande-radgivare/> [2017-04-11]

Bilaga

Intervjuguide

Uppsatsens syfte är att undersöka redovisningskonsultens roll i små företag samt hur de kan hjälpa företagsledare i små företag att förstå samt använda informationen från redovisningen som beslutsunderlag.

De teorier vi utgår ifrån är redovisning, kommunikation och beslutsfattande. Studien är anonym och vi skickar en sammanställning av era svar för konfirmering.

Allmänna startfrågor:

- Är det något du undrar över innan vi börjar intervjun?
- Hur många år har du arbetat med redovisning och hur många år har du varit auktoriserad redovisningskonsult?
- Vilken utbildningsnivå har du?
- Vilka är dina främsta arbetsuppgifter?
- Har några arbetsuppgifter förändrats sedan du började arbeta? Vilka?
- Hur tycker du att den teknologiska utvecklingen har förändrat dina arbetsuppgifter?

Redovisningens betydelse:

- Vilket syfte anser du att informationen från redovisningen har?
- Vad anser du att företag förväntar sig av informationen?
- Anser du att det generellt sett finns kompetens angående redovisning i små företag?
- Vilken betydelse tror du att företagsledarens ekonomiska kunskaper har för användningen av redovisningsinformationen?
- Uppfattar du att företag förstår den information som du presenterar?
- Hur tror du att rapporterna kan anpassas för att den okunniga företagsledaren ska förstå dem bättre?

Redovisningskonsultens roll:

- Vad har du för generell uppfattning om redovisningskonsulten som rådgivare?
- Vilka är de viktigaste delarna i din roll som rådgivare?
- Vad tror du krävs av dig för att företagen ska använda redovisningsinformationen mer?
- I vilken utsträckning påverkar hur mycket hjälp kunden tar med redovisningen efterfrågan på rådgivningen? (Rutinmässig och icke rutinmässig redovisning).
- Hur ser du på nytta och kostnad för företaget med redovisningskonsulten som rådgivare?
- Hur ser fördelningen av rådgivningstimmar ut över året?
- Hur agerar du för att få en ointresserad företagsledare intresserad?

Kommunikation:

- Hur presenterar och kommunicerar ni redovisningen för företaget?
- Anpassas detta specifikt till varje kund?
- Kan presentationen och kommunikationen förbättras?
- Får du ofta följdfrågor på de rutinmässiga rapporterna som skickas till företaget?

Beslutsfattande:

- Vilken information tror du företag använder vid beslutsfattande?
- Anser du att du genom rådgivningen har en stor roll i beslutsprocessen hos företag?
- Hur kan de olika rollerna se ut och hur går rådgivningen till?

Som avslutning, är det något du vill berätta eller tillägga som vi inte har pratat om tidigare?