



GÖTEBORGS UNIVERSITET
HANDELSHÖGSKOLAN

GASELLER, FÖRETAGSDJUNGELNS BYTESDJUR

BAKOMLIGGANDE FAKTORER SOM PÅVERKAR ETT REVISORSBYTE
HOS GASELLFÖRETAG

Kandidatuppsats i Företagsekonomi
HT 2015

HANDLEDARE:
Marita Blomkvist
Anna-Karin Pettersson

FÖRFATTARE:
Linnea Bennersten
Kristina Byström

FÖRORD

Vi vill tacka våra handledare, Marita Blomkvist och Anna-Karin Pettersson, för allt stöd och all hjälp vi fått under arbetets gång. Vi vill även passa på att tacka de många Gasellföretag som ställt upp och tagit sig tid till att svara på vår enkät. Dessutom vill vi tacka vår seminariegrupp som alltid gett oss bra råd och förbättringsförslag, samt våra nära och kära som stöttat oss genom både motgång och framgång. Till sist vill vi tacka varandra!

Vi hoppas att ni finner läsningen intressant!

Linnea Bennersten

Kristina Byström

Göteborg, januari 2016

SAMMANFATTNING

**Examensarbete i företagsekonomi, Handelshögskolan vid Göteborgs universitet,
Kandidatuppsats, Externredovisning HT 15**

Författare: Linnea Bennersten och Kristina Byström

Handledare: Marita Blomkvist och Anna-Karin Pettersson

Titel: Gaseller, företagsdjungelns bytesdjur – Bakomliggande faktorer som påverkar ett revisorsbyte hos Gasellföretag

Bakgrund och problem: Då Gaseller är en viktig del av samhället är det aktuellt att förstå vad som ligger bakom deras revisorsbyten och vad missnöjet grundas i. Tidigare studier förklarar varför företag byter revisor och denna studie bygger vidare på dessa tidigare studier men fokuserar istället på en specifik grupp av aktiebolag, Gaseller.

Syfte: Syftet med denna uppsats är att förklara varför Gasellföretag i Sverige frivilligt byter revisor. Vidare är syftet att belysa eventuella skillnader vad gäller revisorsbyte hos små och stora Gasellföretag, respektive Gaseller som anlitat små och stora revisionsbyråer.

Referensram: Tidigare forskning nämner ett flertal olika faktorer till varför ett företag frivilligt väljer att byta revisor. Dessa faktorer innefattar allt från för högt arvode till en dålig relation revisorn och företaget emellan.

Metod: Studien är kvantitativ och med hjälp av en enkät som skickats ut till 780 Gaseller har företagens åsikter samlats in. Enkätens frågeställningar har byggts upp med hjälp av tidigare studiers resultat. Empirin samlad från enkäten testas med hjälp av ett flertal statistiska test för att se vilka faktorer som påverkar Gaseller till att byta revisor, och detta jämförs med tidigare studier för att förklara eller motsäga resultatet.

Resultat och slutsatser: Resultatet av studien visar att det finns tre faktorer som påverkar ett Gasellföretag till att byta revisor. Dessa tre faktorer är revisionskvalitet, kunskap och rådgivningsmöjlighet. Den faktor som anses ha störst påverkan är revisionskvalitet, men kunskap och rådgivningsmöjlighet är värderade som nästintill lika viktiga. Resultatet av den fördjupade undersökningen visar att samma faktorer påverkar Gasellerna till ett revisorsbyte oavsett vilken grupp de tillhör. Däremot finns en uppvisad signifikant skillnad på två faktorer som inte anses påverka Gasellerna; pris och kreditgivare. Prisets påverkan är inte lika viktig hos stora Gaseller som för små, men stora Gasellföretag värderar däremot kreditgivarnas åsikter högre än vad de små Gasellerna gör. Om en Gasell anlitar en byrå av The Big Four eller en annan mindre byrå har ingen betydelse för resultatet.

Nyckelord: Gaseller, revisorsbyte, företagsstorlek, revisionsbyråstorlek, enkät

INNEHÅLLSFÖRTECKNING

1. INLEDNING	7
1.1 BAKGRUND	7
1.2 PROBLEMDISKUSSION.....	8
1.3 PROBLEMFORMULERING.....	9
1.4 SYFTE.....	9
1.5 DISPOSITION.....	9
2. REFERENSRAM	10
2.1 GASELLER	10
2.2 BYTE AV REVISOR ENLIGT TIDIGARE STUDIER	11
2.2.1 BETEENDEFAKTORER.....	11
2.2.2 EKONOMISKA FAKTORER.....	13
2.2.3 ÖVRIGA FAKTORER	13
2.3 SAMMANFATTNING AV REFERENSRAM	14
3. METOD	15
3.1 FORSKNINGSDSIGN OCH UTFORMNING	15
3.2 INSAMLING AV TEORI OCH TIDIGARE STUDIER	15
3.3 URVAL	15
3.4 OPERATIONALISERING OCH ENKÄT.....	16
3.5 INSAMLING AV DATA.....	18
3.6 SVARFREKVENNS.....	18
3.7 PROBLEM UNDER VÄGEN.....	18
3.8 RELIABILITET OCH VALIDITET	19
3.9 UTFORMNING AV EMPIRI OCH ANALYS	19
3.10 REDOGÖRELSE FÖR STATISTISKA TEST	20
3.10.1 DESKRIPTIVT TEST/UNIVARIAT ANALYS	21
3.10.2 T-TEST/BIVARIAT ANALYS.....	21
3.11 BORTFALLSANALYS	21
3.11.1 BORTFALLSANALYS – FAKTORER	22
3.11.2 BORTFALLSANALYS – BYTE AV REVISOR	22
3.12 METODKRITIK	23
4. EMPIRI OCH ANALYS	24
4.1 FAKTORER BAKOM ETT BYTE	24
4.1.1 BETEENDEFAKTORER.....	25
4.1.1.1 TILLGÄNGLIGHET	25
4.1.1.2 RELATION	26
4.1.1.3 KUNSKAP	26
4.1.1.4 REKOMMENDATIONER & RYKTE.....	26
4.1.2 EKONOMISKA FAKTORER.....	27
4.1.2.1 PRIS.....	27
4.1.3 ÖVRIGA FAKTORER	28
4.1.3.1 PÅTRYCKNING FRÅN NY LEDNING/ÄGARE.....	28

4.1.3.2 RÅDGIVNINGSMÖJLIGHET	29
4.1.3.3 KREDITGIVARE.....	29
4.1.3.4 REVISIONSKVALITET	29
5. SLUTSATS	30
5.1 SLUTSATS OCH FORSKNINGSBIDRAG	30
5.2 FÖRSLAG PÅ VIDARE STUDIER	31
REFERENSLISTA.....	33
BILAGA 1	35
BILAGA 2	37
BILAGA 3	39
BILAGA 4	40
BILAGA 5	41

1. INLEDNING

I detta avsnitt presenteras först bakgrunden till det valda uppsatsämnet som berör revision och Gasellföretag. Här presenteras även de vanligaste orsakerna till ett revisorsbyte enligt tidigare forskning som sedan mynnar ut i problemdiskussionen där revisorsbyten hos Gasellföretag diskuteras. Detta ligger till grund för den frågeställning som uppsatsen bygger på.

1.1 BAKGRUND

Begreppet Gasellföretag myntades i början av 1980-talet av forskaren David Birch (Dagens Industri 2014). Att de snabbväxande företagen, Gasellerna, är de företag som genererar flest arbeten visade Birch redan då och begreppet har sedan dess hängt kvar. Gasellerna i Sverige står för en stor del av de nya arbeten som skapas och har hittills bidragit med drygt 215 000 arbetstillfällen (Kiepels 2015). I Sverige har årets Gaseller utsetts sen år 2000 och det är färre än 0,5 procent av aktiebolagen i Sverige som får utmärkelsen. När Gaseller utses är det de fyra senaste årsredovisningarna som utgör underlaget (Dagens Industri 2014).

Det är sen Gasellutmärkelsen infördes i Sverige som Dagens Industri utser årets Gaseller och det har de gjort under alla de 16 år som utmärkelsen funnits här (Kiepels 2015). De delar även ut priset årets Supergasell till det företag som har haft den snabbaste tillväxten under de senaste tre åren. De företag som vuxit snabbast i varje län får diplom och en gasellstatyett. Däremot är det inte bara de företag som prisas som får kalla sig Gasell utan det gäller alla företag som uppfyller kriterierna (Dagens Industri 2014). Hittills har nästan 10 000 företag utsetts till Gaseller av Dagens Industri (Kiepels 2015).

Svenska aktiebolag ska i regel ha en revisor. Det finns dock undantag från grundregeln och det gäller nystartade privata aktiebolag och de aktiebolag som inte uppfyller två av de tre kriterier som finns för revisorsplikt två år i rad. Kriterierna är att företaget ska ha fler än 3 anställda, mer än 1,5 miljoner i balansomsättning och mer än 3 miljoner i nettoomsättning (Bolagsverket 2015). Kriterierna för att bli utnämnd som ett Gasellföretag överstiger kriterierna för revisorsplikt, vilket innebär att alla Gaseller måste ha revisor.

Revision görs för att ge upplysning om tillförlitligheten i ett företags redovisning och ledningens sätt att förvalta företaget, alltså i efterhand granska ett företags redovisning (Markland u.å.). Redovisningsrevisionen innebär att revisorn undersöker hur bra redovisningen följer lag och god redovisningssed. Förvaltningsrevisionen undersöker om ledningen överträtt regelsystem eller skadat företaget. Revision kan delas in i två delar, intern revision och extern revision. Det är den externa revisionen som genomförs av utomstående revisorer och rapporteras i samband med årsredovisningen genom en revisionsberättelse. Bolagsstämman i ett företag kan besluta om att byta revisor och det ska då meddelas till Bolagsverket (Bolagsverket 2014). Alternativt kan revisorn själv välja att avgå i förtid.

Revisorsbyten förekommer bland alla typer av företag och det finns flera förekommande orsaker bakom detta. Magri och Baldacchino (2004) nämner i sin artikel ett flertal faktorer som ligger bakom ett revisorsbyte och delar in dessa i tre kategorier; beteende, ekonomiska och övriga. Utifrån detta undersöker de hur mycket olika faktorer inom dessa tre kategorier påverkar ett revisorsbyte. De undersöker detta utifrån om företaget är litet, medel eller stort, och om företaget har anlitat en revisionsbyrå av Deloitte, EY, KPMG eller PwC, hädanefter kallat The Big Four, eller en annan mindre byrå. Även Beattie och Fearnley (1997) använder sig av samma kategorier som Magri och Baldacchino (2004) när de undersöker vilken revisor företag byter *till* och har dessutom undersökt om dessa anledningar även ligger till grund för varför företag byter *från* den tidigare revisorn.

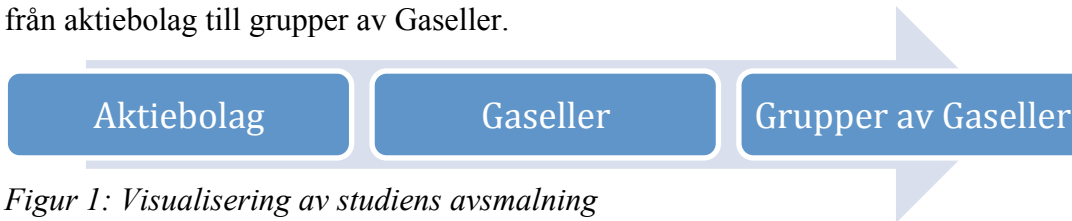
1.2 PROBLEMDISKUSSION

Företag i tillväxt vill i större utsträckning ha en revisor med större global verksamhet och med mer teknisk kompetens. Dessa två faktorer ligger ofta till grund för att små företag väljer att ha en revisionsbyrå av The Big Four. Små företag söker sig ofta till de större revisionsbyråerna för att de har resurserna som krävs för att hjälpa dem till tillväxt och samtidigt klara av de specialiserade kraven som uppstår. Företagens expansion har en stor inverkan på revisorers möjlighet att behålla klienter. Något som också påverkar företag i tillväxt till ett revisorsbyte är om företaget får reda på att det finns en annan revisor med mer kunskap inom branschen som företaget verkar inom. Små företag tenderar dessutom att byta revisor oftare än större företag och en betydande anledning till detta är tillväxten. (Magri & Baldacchino 2004)

Beattie och Fearnley (1997), och Fontaine, Letaifa och Herda (2013) skriver också om varför företag byter revisor. Eftersom tidigare studier fokuserat på företag i allmänhet är det intressant att djupare undersöka en specifik typ av aktiebolag, Gasellföretag, och varför just de byter revisor. Dessutom har tidigare studier undersökt företag i andra länder och därför utgör detta ännu en aspekt till att undersöka svenska Gasellföretag. Gaseller utmärker sig från andra aktiebolag då de står för merparten av de nya arbetstillfällena som skapas i Sverige och är därför viktiga för samhällsutvecklingen (Kiepels 2015). Detta gör dem till en grupp som är viktig att studera närmre.

Revision är idag något viktigt för samhället då det utgör en viktig kontrollfunktion som ger stöd och tillit för Sveriges näringsliv (Bolagsverket 2015) och därför är det även viktigt att förstå de bakomliggande orsakerna till ett revisorsbyte. Detta har tidigare studier undersökt och har då haft ett brett perspektiv på saken genom att fokusera på alla typer av företag. Magri och Baldacchino (2004) undersöker om tillväxttakten hos ett företag kan vara en bakomliggande orsak till ett revisorsbyte, men tvärtom saknas det i dagsläget studier som undersöker orsaker bakom ett revisorsbyte hos tillväxtföretag. Att nu undersöka vilka faktorer som påverkar just Gaseller vid ett revisorsbyte är därför viktigt och intressant ur både ett samhällsperspektiv och revisionsbyråperspektiv. Det är bra att veta vad som efterfrågas från en så viktig grupp som Gaseller trots allt utgör och denna studie syftar alltså till att täcka upp

det nuvarande gapet mellan tidigare studiers breda perspektiv och den fördjupade information som eftersöks av olika samhällsfunktioner, till exempel revisionsbyråer. Denna studie har därför ett smalare perspektiv på ämnet revisorsbyte för att täcka denna kunskapslucka gällande revisorsbyten hos en mer specifik grupp aktiebolag, Gaseller. För att gå ännu mer in på djupet undersöks olika grupper av Gaseller, genom att dela upp Gasellerna i små och stora företag, samt vilken storlek på revisionsbyrå de har. Figur 1 visar denna studiens avsmalning från aktiebolag till grupper av Gaseller.



Figur 1: Visualisering av studiens avsmalning

1.3 PROBLEMFÖRMULERING

- ❖ Vilka bakomliggande orsaker ligger till grund för att Gasellföretag byter revisor?

1.4 SYFTE

Syftet med denna uppsats är att belysa de bakomliggande faktorerna som driver ett Gasellföretag till ett frivilligt revisorsbyte. Syftet är även att undersöka om det finns någon skillnad i faktorernas påverkan beroende på om Gasellföretaget är stort eller litet och även beroende på vilken storlek på revisionsbyrå Gasellerna har.

1.5 DISPOSITION

Kapitel 2: Referensram

I detta kapitel presenteras relevant forskning som ligger till grund för det valda ämnesområdet. De ämnen som behandlas är Gasellföretag samt bakomliggande faktorer till revisorsbyten.

Kapitel 3: Metod

I detta kapitel förklaras tillvägagångssättet vid uppsatsens uppbyggnad och varför metoder som valts är lämpliga till denna studie och frågeställning.

Kapitel 4: Empiri och analys

I detta kapitel kommer insamlad data och dess utfall att redovisas. I detta kapitel sammankopplas även tidigare studier med empiri. Redogörelse för om statistiska samband finns mellan faktorer och företagsstorlek och/eller byråstorlek uppvisas här.

Kapitel 5: Slutsats

I detta kapitel besvaras uppsatsens frågeställning med hjälp av analysen och studiens bidrag presenteras. I detta kapitel ges även förslag till vidare studier inom området.

2. REFERENSRAM

I detta avsnitt presenteras de valda tidigare studier som ligger till grund för frågeställningen och analysen. Kapitlet behandlar både Gaseller och tidigare forskning kring revisorsbyten. Detta avslutas med en referenssammanfattning där studiens indelning presenteras.

2.1 GASELLER

Gaseller utmärker sig på flera sätt jämfört med andra aktiebolag. De växer snabbare och mer organiskt och ligger därför till grund för en stor del av de arbeten som skapas på marknaden. De Supergaseller som finns utmärker sig ännu starkare inom dessa områden, och är alltså än mer extrema i sin approach mot omvärlden. (Henrekson & Johansson 2008). Gasellföretagen är även yngre än genomsnittsåldern för aktiebolag vad gäller organisk tillväxt. Gaseller verkar i många olika branscher och de vanligaste är service, business-to-business, undervisning och omsorg (Henrekson & Johansson 2008) (Davidsson, Delmar & Wiklund 2006).

Företag som uppfyller DI:s (2014) definition på Gaseller har:

- en omsättning som överstiger 10 Mkr
- minst tio anställda
- minst fördubblat sin omsättning, om det första och det senaste räkenskapsåret jämförs
- ökat sin omsättning varje år de senaste tre åren
- ett samlat rörelseresultat för de fyra räkenskapsåren som är positivt
- i allt väsentligt vuxit organiskt, inte genom förvärv eller fusioner
- sunda finanser

Enligt Kiepels (2014) finns det tre saker Gaseller gör jämfört med andra aktiebolag, som enligt henne bidrar till deras framgång. En viktig del är att skuldsättningsgraden hålls relativt låg. De använder till större delen eget kapital för att finansiera nya investeringar och för att kunna växa organiskt. Något annat Kiepels nämner är att Gaseller hanterar dess rörelsekapital på ett annorlunda vis. Kapitalet binds inte i lager eller fordringar vilket gör att de har mer fritt kapital att röra sig med. Det är en grundsten för att kunna växa och investera. En bra affärsidé är också något som är viktigt för att Gasellerna ska lyckas. Det underlättar för kreditgivare att ta beslut som gynnar företagen och dessutom förenar det företaget mot ett gemensamt mål.

Aktiebolag i Sverige har revisorsplikt enligt lag, med vissa undantag, men sett till kriterierna ovan innefattas alla Gasellföretag av revisorsplikten. (Bolagsverket 2015). Revisorns uppgift är att granska företaget, i det här fallet Gasellföretaget, för att se att allt går rätt till och att de regler och lagar som finns efterföljs (Markland u.å.). Att växande företag behöver en revisor med mer teknisk kompetens samt om företaget får reda på att det finns en annan revisor med mer kunskap inom företagets bransch är viktiga anledningar till att tillväxtföretag byter revisor. Det är även vanligt att The Big Four efterfrågas i lägen där företag söker mer

kompetens, expertis och specialiserad kunskap. Det är även då som små företag i större utsträckning väljer en större revisionsbyrå. (Magri & Baldacchino 2004)

Företags tillväxttakt har en stor inverkan på revisorsbytet då företag med en snabb tillväxt tenderar att byta revisor oftare än andra. Oftast har små företag en högre tillväxttakt än de större företagen. När ett företag har en stark tillväxt ändras förhållanden kring företaget och mer kompetens krävs, som nämnts tidigare. De större revisionsbyråerna antas ha mer resurser för att bättre klara av en snabb tillväxt. (Magri & Baldacchino 2004)

2.2 BYTE AV REVISOR ENLIGT TIDIGARE STUDIER

Magri och Baldacchino (2004) undersöker vilka faktorer som ligger bakom att företag på Malta byter revisor. De delar upp faktorerna i kategorierna beteendemässiga faktorer, ekonomiska faktorer och övriga faktorer. Det är de beteendemässiga faktorerna som är den främsta anledningen till att företag väljer att byta revisor och de ekonomiska faktorerna kommer på andra plats. Det finns skillnader mellan hur faktorer värderas beroende på om företagen anlitar en revisionsbyrå av The Big Four eller en mindre byrå, och även beroende på om företaget är stort, medelstort eller litet.

Beattie och Fearnley (1997) har undersökt offertprocessen som sker vid val av revisor de har kommit fram till att det finns flera olika faktorer som påverkar vilken byrå som slutligen blir den byrå som företagen väljer. Deras undersökning visar på att det inte enbart är priset som avgör vilken byrå som vinner företagets förtroende, utan att även andra faktorer påverkar. Enligt Beattie och Fearnley (1997) visar nämligen äldre forskning inom detta område att det enbart är priset som avgör vilken revisionsbyrå företagen slutligen väljer, men vid deras undersökning fann de som sagt andra viktigare bakomliggande faktorer. Ingen revisionsbyrå är bäst inom någon kategori och därför är det inte heller självklart vilken byrå företagen bör välja. Det är inte heller alltid självklart vilken av dessa faktorer företagen behöver och värderar högst, och därför görs jämförelser mellan revisionsbyråerna.

Även Fontaine, Letaifa & Herda (2013) studerar genom ett flertal intervjuer varför företag byter revisor och vilket värde företag upplever att de får ut från de revisionstjänster som tillhandahålls av revisionsbyrån. De undersöker vilka orsaker som ligger bakom att företag byter revisor och vad revisionsbyråerna kan göra för att öka sitt värdeskapande. Det är relevant att studera företags upplevda värde då det är någonting som ökar revisionsbyråernas möjlighet att behålla kunder.

2.2.1 BETEENDEFAKTORER

Magri och Baldacchino (2004) kommer fram till att de två högst rankade faktorerna bakom ett revisorsbyte är relation och revisorns tillgänglighet, ett exempel på detta kan vara att revisorn inte besöker företaget tillräckligt ofta. Revisorn förväntas svara på frågor utan dröjsmål och förväntas också tillhandahålla extra rådgivning. De är de främsta anledningarna till ett revisorsbyte oberoende företagets storlek eller vem som är revisor. Små företag tenderar vilja ha en mer personlig relation till revisorn medan större företag vill hålla relationen på en professionell nivå. Det finns många andra faktorer som också ligger bakom att företag

frivilligt byter revisor. De nämner även revisorns rykte och rekommendationer som faktorer som kan påverka ett revisorbyte. Det senare tenderar påverka större företag mer än de mindre.

Många små företag tycker att relationen till en revisor från The Big Four är sämre då de tycker sig bli behandlade som främlingar. Däremot ansåg en representant från ett medelstort företag att de byter till The Big Four för att de räknar med bättre tillgänglighet. Hur mycket denna faktor påverkar skiljer sig därmed beroende på företagets storlek. Större företag tenderar att lägga större vikt vid detta än mindre företag som inte skulle byta revisor av bara den anledningen. (Magri & Baldacchino 2004)

Beattie och Fearnley (1997) anser också att relationen till revisorn är viktig på många olika sätt. Storleken på företaget jämfört med storleken på revisionsbyrån är något som kan påverka känslan och uppfattningen av relationen revisor och klient sinsemellan. Om företaget är litet och revisionsbyrån är stor kan företagets bild av relationen skadas då de känner sig som en i mängden och ganska obetydliga jämfört med de större företag som revisionsbyråerna granskar. En del små företag upplever det även som att den hjälp de behöver blir bortglömd eftersom de inte väcker lika mycket uppmärksamhet och inte tar lika mycket tid hos byrån som de större företagen. Om situationen är den motsatta, alltså att företaget är stort och byrån liten, kan relationen påverkas då behoven företaget har inte blir tillgodosedda i den mån de önskar. Missuppfattningar och orimliga krav kan ställas från företagets sida vilket kan nagga och störa relationen dem emellan. De negativa sidor som kan uppstå vid dessa krockar kan i längden påverka en byrås rykte. Negativa rekommendationer från det företag som anställt dem sprids till andra företag som skulle kunna vara potentiella klienter hos byrån, men framförallt påverkar det utifrån ett bytesperspektiv när ett företag redan beslutat sig om att byta byrå.

Fontaines, Letaifas och Herdas (2013) studie visar även den att företag är som mest benägna att byta revisor när de upplever att revisionsbyrån missköter relationen, mer specifikt när de upplever revisorn som otillgänglig. Tillgänglighet visar sig vara en viktig värdeskapande faktor. En bra relation mellan revisor och ledning kompenserar för en eventuell högre avgift och andra möjliga nackdelar. Det är med andra ord viktigt med en öppen och frekvent kommunikation. Värdet ett företag upplever att de får från sin revisor och själva revisions servicen är en också viktig del när företag bestämmer om de ska behålla sin nuvarande revisor eller byta till en annan. Ett ökat upplevt värde minskar företags benägenhet att byta revisor. Värdeskapande revision innebär ytterligare rådgivning och personlig uppmärksamhet som ges utöver kärnverksamheten. Företagskunskap är en annan faktor som kan ligga till grund för ett revisorsbyte. Företagskunskap innefattar kunskap om företaget samt kunskap om industrin som företaget verkar inom. Bristen på kunskap leder till att mycket tid behöver läggas på att förklara omständigheter i företaget, så det är inte bara slöseri med tid för företaget utan det skapar även onödiga kostnader.

2.2.2 EKONOMISKA FAKTORER

Magri och Baldacchino (2004) lyfter flera prisfaktorer som påverkar ett byte av revisor, däribland för högt nuvarande pris, att revisorn vill höja den framförhandlade accepterade avgiften och extra fakturor för icke-revisionsfrågor, såsom rådgivning. Höjning av avgiften som orsak till att byta revisor är mer avgörande än en hög nuvarande avgift. Här finns skillnader mellan företagsstorlek och vilken revisionsbyrå företaget anlitar. Större företag lägger mindre vikt vid båda anledningarna än vad små och medelstora företag gör och samtidigt är faktorerna av mindre betydelse om företagen har en revisionsbyrå av The Big Four.

Beattie och Fearnley (1997) skriver att pris är en av flera faktorer som påverkar ett revisorsbyte. Om revisionsbyråerna erbjuder fast eller rörligt pris är något som inte påverkar företagets val i stor utsträckning enligt denna undersökning, utan prisets påverkan här handlar nästan enbart om vilket pris offerten visar i den mån det finns skillnader. Den enda tendensen de kunde se var att pris inte var en avgörande och betydande faktor, utan var endast intressant i samspel med de andra faktorer som nämnts.

Fontaine, Letaifa och Herda (2013) nämner två ekonomiska orsaker för ett revisorsbyte och de är pris och extra fakturering. Däremot framkom det vid vidare diskussion att det egentligen var relationen som var den bakomliggande faktorn. Vid ett högt pris och dålig relation påskyndades processen att byta revisor, på grund av den dåliga relationen, till ett mer prisvärt alternativ. Den dåliga relationen förklarades av flera intervjupersoner som förtroendeproblem. Pris blir därmed ingen ensam orsak bakom ett byte utan sammanfaller med relation. Den extra faktureringen visade, ansåg flera, att revisorn bryr sig mer om pengar än relationen. Företagen hade oftast inte problem med kostnaden men hade hellre fått allt som en klumpsumma i slutet av året istället för att få en ytterligare faktura efter varje samtal med revisorn. Det är alltså inte själva priset som stör utan snarare hur revisionsbyrån hanterar det. Därmed är inte heller extra fakturering en ensam orsak bakom ett revisorsbyte utan blir i slutändan även det ett relationsproblem.

2.2.3 ÖVRIGA FAKTORER

Revisionskvalitet nämns som en viktig faktor i Magris och Baldacchinos (2004) studie. Det kan till exempel handla om att revisorn missar deadlines, tar lång tid på sig att rapportera eller att företaget märker att revisorn lägger allt mindre tid på granskningen. Punktlighet anses viktigt bland annat för att undvika böter. Andra faktorer som nämns är osämja mellan revisorn och kreditgivarna samt påtryckning från ny ledning.

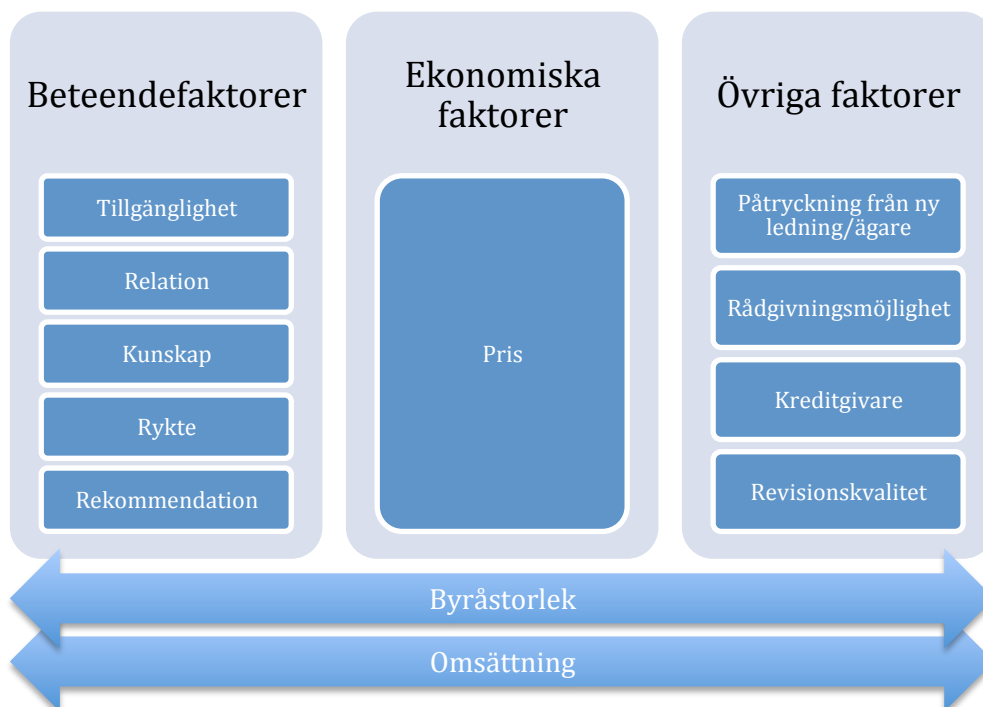
Beattie och Fearnley (1997) menar att företagen väljer den byrå som de dels tror kan ge hög kvalitet på revision och även icke-revisionstjänster värderas högt i valet av revisor. Dessa faktorer är även något de beskriver som anledningar till att lämna sin gamla revisor, men de hittar ingen större skillnad i vilken faktor som är den mest avgörande jämfört med när ny revisor väljs. Anledningarna till att lämna verkar alltså likvärdiga de anledningar som finns till att välja sin nya revisor. Icke-revisionstjänster är dessutom någonting som de flesta företag förväntar sig att byråerna ska tillhandahålla, och finns inte denna service att tillgå kan valet av

byrå självfallet påverkas. Ju högre detta behov är desto mer kommer denna faktor att påverka. Även kvalitén på revisionstjänster och icke-revisionstjänster påverkar valet. Här kan dessutom både rykten och egna upplevelser spela in.

Det finns även fyra huvudområden där revisionsbyråerna kan skapa ytterligare värde för företagen; extra rådgivning, relationskvalitet, trovärdighet och oberoende. Dessa fyra områden förstärker andra anledningar till att byta revisor. Relationskvalitén innebär att revisorn är tillgänglig och att revisorn hör av sig för att kolla hur allt går. Med extra rådgivning menas att företaget vill ha mer löpande kommunikation med sin revisor för att kunna dra nytta av revisorns kontaktnät och kunskap om industrin. Revisorns oberoende är en viktig del i revisions servicen, när de finansiella rapporterna lämnas ska de reflektera en verklig bild av företaget. Relationen ska vara bra men det är viktigt att behålla en viss distans till varandra. (Fontaine, Letaifa & Herda 2013)

2.3 SAMMANFATTNING AV REFERENS RAM

Med hjälp av ovan referensram har en modell skapats för denna studiens utformning. För att undersöka vilka faktorer som påverkar ett Gasellföretag till ett revisorsbyte har dessa faktorer delats in i tre kategorier; beteendefaktorer, ekonomiska faktorer och övriga faktorer. Utöver dessa tre kategorier delas Gasellerna upp i ytterligare två steg; dels hur stort företaget är utifrån deras omsättning och dels vilken revisionsbyrå de har. De tre kategorierna och uppdelningen i omsättning och revisionsbyrå kan även till viss mån återfinnas i tidigare studier av bland annat Beattie och Fearnley (1997), och Magri och Baldacchino (2004). Detta utgör ett stöd till denna studiens valda kategorier eftersom de går i linje med varandra. Kategorierna visas i figur 2.



Figur 2: Visualisering av studiens valda kategorier

3. METOD

I detta avsnitt förklaras studiens utformning och det tillvägagångssätt som använts för att på bästa sätt besvara studiens frågeställning. Även urval och insamling av data förklaras. Till sist presenteras enkätutformningen och valda statistiska test.

3.1 FORSKNINGSDSIGN OCH UTFORMNING

Denna uppsats studerar faktorer som ligger bakom ett revisorsbyte hos Gaseller. Studien är kvantitativ då uppsatsen bygger vidare på inhämtad tidigare studier och forskning som sedan testas på en ny population. De tidigare studiernas resultat testas på ett stickprov ur populationen Gaseller för att därefter kunna säga något om hela populationen. Genom en kvantitativ studie ges möjligheten att kunna säga något mer om hela populationen jämfört med en kvalitativ studie där bara slutsatser om den urvalsgruppen kan dras (Bryman & Bell 2013). Tvärsnittsdesign har använts i studien för att på ett korrekt sätt kunna samla in likvärdig data för ett flertal Gaseller, som sedan kan jämföras och analyseras. Genom en enkät har den kvantitativa datan samlats in, som sedan testats i ett flertal statistiska test. Faktorer som påverkar revisorsbyten har sedan testats i förhållande till omsättning och byråstorlek för att kunna dra slutsatser kring revisorsbyten i Gasellföretag. Studiens tillvägagångssätt presenteras i figur 3.



Figur 3: Visualisering över studiens utformning

3.2 INSAMLING AV TEORI OCH TIDIGARE STUDIER

Referensramen har till större del inhämtats från de databaser som tillhandahålls av Handelshögskolan i Göteborg. Sökfokus har legat på att få fram vetenskapliga artiklar som behandlar revisorsbyten och snabbväxande företag. Studier som förklarar båda dessa ämnen i kombination har däremot inte funnits. När artiklar som ej är vetenskapliga har använts har dessa hämtats från relevanta och tillförlitliga källor, såsom Dagens Industri och Nationalencyklopedin. Vanliga sökord som använts är; gasell, tillväxtföretag, revision, revisorsbyte, orsaker till revisorsbyte, gazelle, fast growing companies, auditor change, audit och small firms.

3.3 URVAL

För att undersöka vilka faktorer som ligger bakom ett revisorsbyte hos Gasellföretag har undersökning gjorts av 2014 års Gaseller, vilka är 869 stycken. Listan är hämtad från Dagens Industri och listan för år 2014 var den senaste och mest aktuella vid uppsatsens start.

Eftersom svarsfrekvensen vanligtvis är låg vid enkätundersökningar (Bryman & Bell 2013) har försök gjorts till att få ut enkäten till alla 869 Gaseller.

3.4 OPERATIONALISERING OCH ENKÄT

De faktorer som studien och dess enkät är uppbyggd av är hämtad från tidigare forskning genom en operationalisering. Operationaliseringen presenteras i tabell 1. De faktorer som används är utformade med noggrannhet för att utesluta missförstånd och oklarheter (Bryman & Bell 2013), och är hämtade från ett flertal tidigare studier. Genom att inte enbart hämta underlag från en tidigare studie undviks misstaget att fokusera på fel faktorer, och vikt läggs därmed vid rätt innehåll (ibid.).

Från referensramen har faktorer framtagits som sedan testas via en enkät och statistiska test, se tabell 1. Större delen av enkätens frågor har sammanställts med hjälp av stöd från vald referensram, för att på ett bra och korrekt sätt kunna mäta och analysera huruvida dessa teser stämmer överens med Gasellföretags beteende vid ett revisorsbyte. Eftersom en stor del av referensramen handlar om företag i allmänhet är det därför intressant att gå djupare in i Gasellers drivkrafter och se om resultatet kommer att skilja sig åt från tidigare studier.

Kategori	Enkätfråga	Referens
Betendefaktorer	Tillgänglighet	<ul style="list-style-type: none"> • Fontaine, Letaifa & Herda (2013) • Magri & Baldacchino (2004)
	Relation	<ul style="list-style-type: none"> • Beattie och Fearnley (1997) • Fontaine, Letaifa & Herda (2013) • Magri & Baldacchino (2004)
	Kunskap	<ul style="list-style-type: none"> • Fontaine, Letaifa & Herda (2013) • Magri & Baldacchino (2004)
	Rykte	<ul style="list-style-type: none"> • Beattie och Fearnley (1997) • Magri & Baldacchino (2004)
	Rekommendationer	<ul style="list-style-type: none"> • Beattie och Fearnley (1997) • Magri & Baldacchino (2004)
Ekonomiska faktorer	Pris	<ul style="list-style-type: none"> • Beattie och Fearnley (1997) • Fontaine, Letaifa & Herda (2013) • Magri & Baldacchino (2004)
Övriga faktorer	Påtryckning från ny ledning/ägare	<ul style="list-style-type: none"> • Magri & Baldacchino (2004)
	Rådgivningsmöjlighet	<ul style="list-style-type: none"> • Beattie och Fearnley (1997) • Fontaine, Letaifa & Herda (2013)
	Kreditgivare	<ul style="list-style-type: none"> • Magri & Baldacchino (2004)
	Revisionskvalitet	<ul style="list-style-type: none"> • Beattie och Fearnley (1997) • Magri & Baldacchino (2004)
Omsättning	Storlek på företag	<ul style="list-style-type: none"> • Beattie och Fearnley (1997) • Magri & Baldacchino (2004)
Revisionsbyrå	Byråstorlek	<ul style="list-style-type: none"> • Beattie och Fearnley (1997) • Magri & Baldacchino (2004)

Tabell 1: Tabell över vilken enkätfråga som hämtats från vilken tidigare studie

Enkäten består av 10 frågor varav majoriteten av dessa är flervalsfrågor, se bilaga 1. Fråga 1 till 8 är bakgrundsfrågor som används dels för att kunna föra anteckningar på vilka företag som svarat och dels för att vid eventuellt behov kunna bryta ner problemformuleringen i

ytterligare delar. Av dessa har fråga 7 använts för att ta reda på vilken revisionsbyrå företagen hade innan bytet. Även fråga 1 som frågar efter företagsnamn har senare använts för att fastställa företagets storlek utifrån deras omsättning. För att undvika att skicka påminnelser till de företag som redan svarat på enkäten gjordes frågan kring företagets namn obligatorisk så att identifiering av de inkomna svaren kunde göras. Uppsatsens frågeställning bygger till större delen på enkätfråga 9, vilken behandlar vikten av faktorer vid ett revisorsbyte. I fråga 4 har sex år valts för att dels täcka upp de fyra år som ligger till underlag för utmärkelsen samt året innan och året efter.

Då enkäter utesluter insamlande av kompletterande uppgifter (Bryman & Bell 2013) har denna enkät utformats med ett antal frågor som för frågeställningen inte är nödvändiga, men som ändå varit med för att utesluta eventuell avsaknad av information ifall det senare visar sig att frågeställningen inte var tillräcklig. Fråga 2, 3, 5, 6, 8 och 10 har senare visat sig överflödiga för denna studiens frågeställning, och har därför inte hanterats.

Enkäten har skickats ut via mail då det är mindre kostsamt och insamling av svaren går snabbare jämfört med till exempel brevutskick (Bryman & Bell 2013). För att få högre svarsfrekvens på enkäten har vissa metoder använts. Enkäten kunde besvaras direkt i mailet för att undvika ett ytterligare steg som behöver tas jämfört med om enbart en länk skickas ut, och för att ge respondenten en direkt översikt av hur lång och omfattande enkäten var. Dessutom har enkäten hållits kort med enbart 10 frågor som dessutom till större delen varit stängda, med svarsalternativ mellan 1-5, enligt en Likertskala.

Stängda frågor har använts dels för att underlätta sammanställningen av de inkomna svaren men även för att klargöra för respondenterna vad som efterfrågas. Utformas enkäten med svarsalternativ istället för öppna frågor ökar dessutom svarsfrekvensen då enkäten går snabbare att besvara. För att minimera ett slentrianmässigt svarande har öppna övrigt-frågor lagts till i samband med fråga 9 och 10, så att respondenterna kan lägga till egna svar om enkätens svarsalternativ inte passar dem (Bryman & Bell 2013). En ytterligare anledning till varför enkätundersökning genomförts är för att respondenten inte är bunden till en viss tid och dag för att svara på frågor, utan denne kan svara när och om de har tid. Detta bör medföra att svarsfrekvensen blir högre. I de enkätfrågor som innehåller ett flertal svarsalternativ har frågorna slumpmässigt blandats när enkäten skickats ut till Gasellerna för att på så sätt öka validiteten i sammanställningen. Om samma uppställning alltid används finns det risk att större vikt läggs vid de första alternativen, och den insamlade datan blir skevt fördelad.

Enkäten har skapats med hjälp av Googles enkätverktyg eftersom det är gratis och ett lättillgängligt arbetsredskap. Enkäten skickades även ut och sammanställdes via detta verktyg. Varje mailutskick inleddes med ett inledningsbrev där författarna och syftet med enkäten presenterades, se bilaga 2. Här beskrevs även anonymiteten hos respondenterna och varför företagsnamn trots det behövdes. För att få högre svarsfrekvens hölls brevet kort och enkätens förväntade tidsåtgång nämndes då den beräknade tidsåtgången endast beräknades till 2-3 minuter och detta ville förtydligas för respondenterna. Om mailet skulle hamna fel ombads respondenten även att vidarebefordra enkäten till rätt person, även detta för att öka svarsfrekvensen ytterligare.

3.5 INSAMLING AV DATA

Från Gasellistan 2014 har företagens namn och omsättning insamlats. Därefter har internetsökningar gjorts för att finna företagens mailadresser och detta har samlats in i den mån det funnits att tillgå. I första hand har ekonomiansvariges mailadress eftersökts, men i de fall den inte funnits har i andra hand VD:ns mailadress använts och i tredje hand en infomail. Enkäten har skickats ut till 780 Gaseller och har då även inkluderat de Gaseller som inte genomgått ett revisorsbyte. Detta har gjorts för att effektivisera tiden. Det var mer effektivt att utesluta de Gaseller som ej bytt revisor genom att skicka ut enkäten till alla och sålla ut de som svarat nej på fråga 4 som frågar om de bytt revisor, än att söka upp alla företag var för sig i Retriever och få svar på frågan där.

Eftersom enkätsvaren och den empiriska grunden till större delen är insamlad i direktkontakt med företagen är inte glappet så stort mellan författare och företag som det hade kunnat vara vid enbart insamlande från till exempel Retriever (Bryman & Bell 2013).

3.6 SVARSFREKVENNS

Intentionen med denna uppsats var att skicka enkäten via mail till alla 869 Gaseller som finns med på DI:s (2014) lista för år 2014. Det har inte varit möjligt att skicka ut enkäten till alla då det inte funnits tillgängliga mailadresser till 89 företag. Det har även varit ett fåtal personer som svarat att de inte vill delta i undersökningen, och även några mail som misslyckades att sändas. Resterande uteblivna svar är antingen sådana vars svar inte registrerats av Googles enkätverktyg eller där de av annan okänd anledning inte svarat. Det resulterar i ett totalt bortfall om 547 Gaseller. De svar som inkommit uppgår till 232 stycken varpå svarsfrekvensen därmed blir 29,7 %, vilket ligger över den godkända gränsen på 25 % som sattes upp i samråd med handledarna för denna uppsats. Vissa frågor har uteslutits av ett fåtal respondenter och dessa uteblivna svar hanteras som *missing* i det statistikprogram som använts.

Till de Gaseller som inte svarat har påminnelser skickats ut två gånger med ungefär en veckas mellanrum. Dessa har skickats ut med två nya inledande brev från uppsatsförfattarna, se bilaga 2. Svarsfrekvensen har därmed ökat från den första svarsomgången och även gjort att frekvensen hamnade över 25 %. Två påminnelser var sedan tidigare planerat då detta diskuterats med handledarna för denna uppsats då en av dem undersökt denna population tidigare och har erfarenhet av Gasellers svarsfrekvens.

3.7 PROBLEM UNDER VÄGEN

Googleenkäten har varit ett problem då det inte verkar som att alla inskickade svar från företagen har registrerats och en del företag har inte heller kunnat fylla i enkäten. Mail har inkommit från företag som velat fylla i enkäten men inte kunnat. De har då kunnat skicka in sina svar via mail istället, men det kan även finnas företag som inte kunnat fylla i men som inte hört av sig. Det har även inkommit mail från företag efter både första och andra påminnelseutskicket som förklarar att de redan svarat men vars svar inte finns med i Googleenkätens svarssammanställning. Dessa problem beror antagligen på en uppdatering av

hela det enkätverktyg Google tillhandahåller. Denna uppdatering kom under tiden enkäten skickades ut och hade inte dessa problem funnits hade svarsfrekvensen antagligen varit högre.

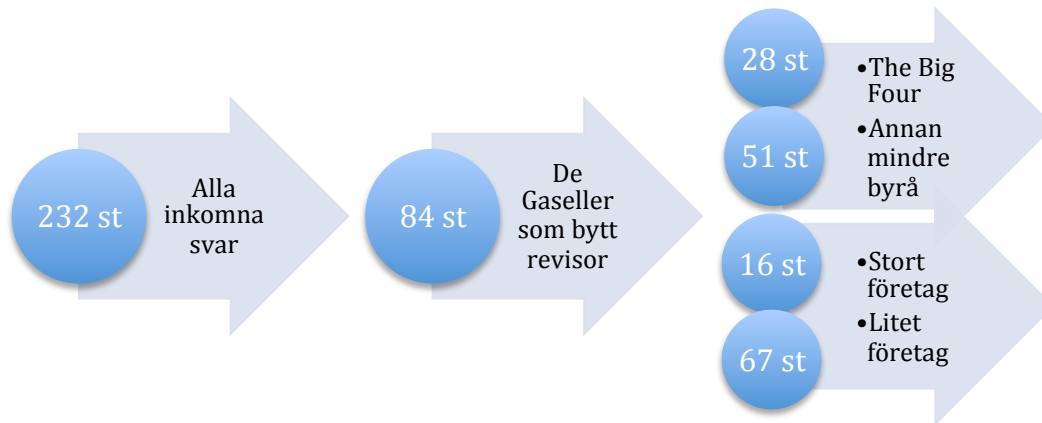
3.8 RELIABILITET OCH VALIDITET

Reliabilitet och validitet är två viktiga begrepp inom kvantitativ forskning, och är något som funnits med i denna studiens utformning och process. Studiens reliabilitet handlar bland annat om att svaren inte bör skilja sig åt nämnvärt mellan utskicken (Bryman & Bell 2013). För att undersöka reliabiliteten i en studie kan ett flertal tester göras men på grund av denna studies tidsramar har dessa tester uteslutits.

Hög validitet uppnås genom en stark koppling mellan tidigare studier och empiri (Bryman & Bell 2013) och kopplingen däremellan är huvudnyckeln till denna studiens utformning. Intern och extern validitet är något som ofta benämns inom kvantitativa studier. Den interna validiteten handlar om överensstämmelse mellan undersökning och verklighet, medan den externa validiteten handlar om generaliserbarhet för hela populationen. Större delen av den insamlade empiriska datan har sin grund i tidigare studier och översättning från referensram till enkätfrågor har arbetats fram med noggrannhet och precision. Tolkningen av enkätfrågor har sedan granskats noggrant för att utesluta missförstånd, och allt detta har gjorts för att öka studiens validitet. Urvalet av respondenter har även den gjorts med stor medvetenhet för att sedan kunna användas för att dra slutsatser om hela populationen Gaseller.

3.9 UTFORMNING AV EMPIRI OCH ANALYS

Som tidigare nämnts skickades enkäten ut till 780 Gasellföretag och av dessa svarade 232 stycken. I kapitel 4, empiri och analys, diskuteras dessa svar vidare. Där inleds kapitlet med en redogörelse för alla de 232 inkomna svaren, för att sedan mynna ut i enbart en grundligare analys av de 84 Gaseller som angett att de bytt revisor. Dessa 84 svar diskuteras först tillsammans i förhållande till de olika faktorerna som undersökts. Sedan delas dessa svar in i dels vilken byrå Gasellerna hade innan bytet och dels vilken omsättning företaget hade år 2014. Av de 84 Gaseller som uppgett att de bytt revisor har 5 stycken inte uppgett vilken byrå de hade innan bytet, vilket förklarar varför det enbart är totalt 79 Gaseller som undersökts i relation till revisionsbyrå. När det gäller omsättning är det ett företag som skickat in sina svar helt anonymt vilket gjorde det svårt för denna studiens författare att i efterhand söka upp omsättningen för företaget. Alltså undersöks bara 83 företag när de delas upp efter omsättning. I figur 4 visualiseras utformningen av kapitel 4.



Figur 4: Visualisering av kapitel fyra's upplägg

Gasellernas omsättning och tidigare revisionsbyrå är två separata variabler denna studie tar hänsyn till, för att undersöka om dessa är något som påverkar vilka Gaseller som anger vilken faktor som viktig vid ett revisorsbyte. Denna utformning har valts utifrån det upplägg som Magri och Baldacchino (2004) använt i sin studie då denna studies undersökning är liknande deras.

För att kunna se skillnader i faktorernas påverkan mellan stora och små Gasellföretag har de delats in i stora och små företag utifrån deras nettoomsättning. Medelvärdet bland de undersökta Gasellföretagen var 76,7 miljoner kronor vilket ligger nära Bolagsverkets (2012) gräns, för stora och små företag, på 80 miljoner i nettoomsättning. Därför har Bolagsverkets gräns använts i denna studie.

Stort företag: nettoomsättning ≥ 80

Litet företag: nettoomsättning < 80

3.10 REDOGÖRELSE FÖR STATISTISKA TEST

Statistiska test har genomförts för att kunna sammanställa den data som samlats in via den enkät som skickats ut (Bryman & Bell 2013). Detta ligger därefter till grund för att kunna förklara varför Gasellföretag byter revisor. För att dessa tester ska kunna genomföras har statistikprogrammet SPSS använts. Detta för att dels spara tid jämfört med att till exempel räkna i Excel, men även för att få så tillförlitliga resultat som möjligt genom att undvika räknefel och missförstånd på grund av bristande förståelse för de statistiska testerna. Resultaten av enkäten som räknats fram i SPSS redovisas i tabeller och diagram.

I enkäten kunde Gasellerna svara på hur mycket olika faktorer påverkar ett revisorsbyte och kunde välja ett alternativ mellan 1-5, där 1 inte påverkar alls och där 5 påverkar mycket, se bilaga 1. En Likertskala har alltså använts i enkäten då denna anger hur starkt respondenten instämmer med eller tar avstånd från frågans innehåll (Rosén u.å.). Denna skala är användbar i denna studie då svaren utifrån en Likertskala är enkla att summera och därmed även lättare att göra statistiska tester på. Brytpunkten ligger vid 3 och därmed antas medelvärden över 3 påverka revisorsbytet och medelvärden under 3 inte påverka revisorsbytet.

Påverkat bytet: $\bar{x} \geq 3$

Ej påverkat bytet: $\bar{x} < 3$

3.10.1 DESKRIPTIVT TEST/UNIVARIAT ANALYS

Ett deskriptivt test har genomförts för att organisera och presentera datan på ett tydligt sätt (Cortinhas & Black 2014). Genom att sammanställa datan genom statistik ger det en bättre förståelse. Medelvärde och p-värde presenteras för de olika faktorerna genom deskriptiva tabeller. Ett inledande diagram presenterar en översikt av alla faktorerers medelvärden. Även de två undersökningar som berör omsättning och revisionsbyrå presenteras deskriptivt.

3.10.2 T-TEST/BIVARIAT ANALYS

Datan är normalfördelad och t-test har därför använts för att få fram samband mellan faktorer i förhållande till både omsättning och revisionsbyrå (Cortinhas & Black 2014). Signifikansnivån har satts till 0,05 då det är vanligt förekommande vid t-test och det är även en acceptabel nivå för att kunna dra slutsatser om hela populationen utifrån resultatet av stickprovet (Bryman & Bell 2013). Detta innebär att det är 5 % risk att dra felaktiga slutsatser om populationen utifrån stickprovet, och att testet då visar samband som beror på en slump. P-värdes läses sedan av för att jämföra med den valda signifikansnivån, och där visas det om testet är signifikant eller inte.

T-testerna i den här studien syftar till att testa signifikansen för företagsstorlek och storlek på revisionsbyrå, för att se om det finns en skillnad i faktorernas påverkan på ett revisorsbyte utifrån nämnda variabler. Bivariat analys görs just för att upptäcka samband mellan de undersökta variablerna (Bryman & Bell 2013). Alltså är detta en vidareutveckling av de deskriptiva data som tidigare presenterats för faktorerna i förhållande till dessa två ytterligare variabler, omsättning och revisionsbyrå. Är testerna statistiskt signifikanta tyder det på att det finns en skillnad mellan till exempel små och stora Gaseller.

3.11 BORTFALLSANALYS

Genom att undersöka de olika svarsomgångarna kan eventuella indikationer, om svaren inte avviker mellan svarsomgångarna, visa på att Gasellföretag generellt agerar som i de genomförda testerna. Svarsomgångarna är uppdelade i första svarsomgången och senare svarsomgångar. Två bortfallsanalyser har gjorts; först genom att testa faktorerna gentemot svarsomgång och sedan genom att testa byte av revisor gentemot svarsomgång. Om det till exempel är så att Gaseller som svarat i senare svarsomgång är sådana som värderar tillgänglighet för revisorer lägre än vad de Gaseller som svarar omedelbart gör, kan detta resultera i att inget kan sägas om hela populationen. Statistiskt signifikanta varierande svar mellan svarsomgångarna kan nämligen tyda på att de som inte svarat alls hade fortsatt denna trend och därför är det svårt att dra slutsatser om dessa uteblivna svar. Finns det däremot ingen statistiskt signifikant skillnad mellan svarsomgångarna kan ett antagande göras om att de Gaseller som inte svarat, hade svarat likadant som de Gaseller som har svarat.

Att det endast är 29,7 % av alla Gaseller som svarat är något som måste tas hänsyn till och det betyder att det är 70,3 % av Gasellerna som inte svarat, vilket utgör en stor del och därför är

detta någonting som bör finnas med i beaktning när antaganden om hela populationen av Gaseller görs. Även om tendenser på liknande svar uppvisas i bortfallsanalyserna kan det alltså vara så att populationen avviker från stickprovet.

3.11.1 BORTFALLSANALYS – FAKTORER

En frekvenstabell har upprättats för att genom denna kunna se om det finns tendenser till olikheter mellan de olika svarsomgångarna, se bilaga 3. Den visar skillnader i faktorernas medelvärden mellan svarsomgångarna. För att kunna avläsa om en skillnad finns eller inte mellan de olika svarsomgångarna har gränsvärdet på 3 använts, eftersom medelvärden under 3 visar att faktorn inte påverkar medan medelvärden på eller över 3 visar att faktorn påverkar ett revisorsbyte.

Ett t-test genomförts för varje faktor i samband med svarsomgång för att se om det finns någon signifikant skillnad mellan dessa. Finns det inte det tyder det på att ingen skillnad finns mellan svarsomgångarna och då kan även antagande göras om att Gaseller som population inte heller skiljer sig från stickprovet. Finns det däremot en signifikant skillnad kan inte något sägas om Gaseller som population, då det nämligen kan tyda på att svarsomgångarna har fångat upp personer med olika förhållningssätt till frågan, och därför kan inte heller något sägas om de som valt att inte svara. Det kan med andra ord betyda att skillnader även finns hos de Gaseller som inte undersökts.

Av de tio faktorer som undersökts i t-testet är det endast två faktorer, kreditgivare och kunskap, som är statistiskt signifikanta. Testet för kreditgivare visar att det finns en skillnad mellan svarsomgångarna, men däremot är medelvärdena för dessa omgångar fortfarande under gränsvärdet 3. Det betyder att det troligtvis inte finns någon skillnad jämfört med andra Gaseller, de som inte undersökts, alltså att de inte låter kreditgivare påverka deras revisorsbyte. Kunskap är också statistiskt signifikant men här är skillnaden att medelvärdet för första svarsomgången ligger under 3, medan medelvärdet för senare svarsomgångar ligger över 3. Därför kan inte antaganden dras om hela populationen Gaseller då svarsomgångarna skiljer sig åt. Det kan alltså betyda att de Gaseller som inte undersökts också hade svarat annorlunda jämfört med de Gaseller som har svarat på enkäten.

De resterande åtta faktorerna är inte statistiskt signifikanta vilket visar att det inte finns någon skillnad mellan första och senare svarsomgång. Av detta kan ett antagande göras om att ingen skillnad heller finns mellan de undersökta Gasellerna och de som inte är undersökta, det vill säga både de som inte svarat på undersökningen.

3.11.2 BORTFALLSANALYS – BYTE AV REVISOR

För att undersöka hur många Gaseller som bytt revisor i hela populationen har en frekvenstabell upprättats för att undersöka om det finns skillnader mellan svarsomgångarna, se bilaga 4. Genom att undersöka detta kan skillnader eller likheter mellan svarsomgångarna identifieras, och om det visar sig att ingen skillnad finns kan ett antagande göras om att denna tendens följer populationen. I bilaga 4 kan däremot ses att andelen Gaseller som bytt revisor skiljer sig markant mellan första svarsomgången och senare svarsomgångar. Detta gör att inget antagande kan göras om hur många Gaseller överlag som byter revisor.

3.12 METODKRITIK

I kvantitativa studier är ofta syftet att ta reda på *varför* saker är som de är, inte bara *att* de är som de är (Bryman & Bell 2013). Detta leder inte alltför sällan in på beroende- och oberoende variabler. Genom dessa kan samband och “orsak - verkan” upptäckas, så kallad kausalitet. Detta är någonting som denna studie ej beaktar vilket kan påverka studiens trovärdighet. På grund av studiens tidsramar har detta uteslutits.

4. EMPIRI OCH ANALYS

I detta avsnitt presenteras den insamlade data som sedan analyseras med hjälp av den tidigare referensramen. Avsnittet inleds med en förklaring av hur många Gaseller som bytt revisor, varpå en överblick över alla faktorer följer. Sedan presenteras och analyseras varje faktor var för sig.

4.1 FAKTORER BAKOM ETT BYTE

Av de Gasellföretag som svarat på enkätundersökningen är det 84 Gaseller som bytt revisor under de senaste sex åren och 148 Gaseller som inte bytt revisor under samma period. Detta resulterar i att 36,2 procent av de undersökta Gasellerna har bytt revisor, se diagram 1. Det är Gaseller som har genomgått ett revisorsbyte som undersöks vidare i följande avsnitt, se överblick i diagram 2.

Byte av revisor

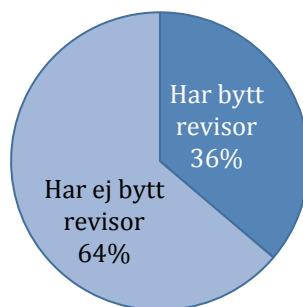


Diagram 1: Visar hur stor del av de undersökta Gasellerna som bytt revisor

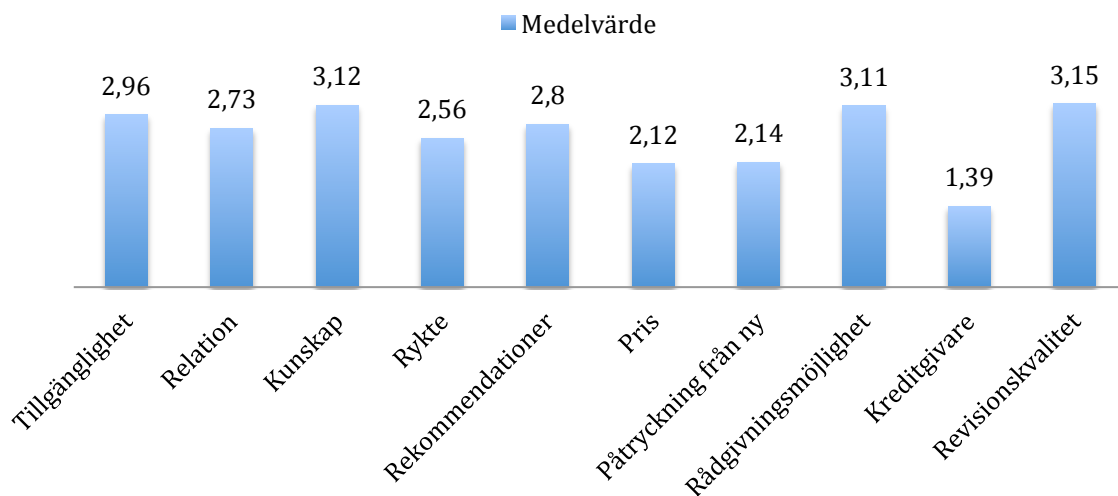


Diagram 2: Medelvärde för de undersökta faktorerna

4.1.1 BETEENDEFAKTORER

Beteendefaktorer är de faktorer som avser den påverkan som gäller revisorns beteende mot klient.

<i>Hur mycket har dessa faktorer påverkat Ert byte av revisor?</i>	Tillgänglighet	Relation	Kunskap	Rekommendationer	Rykte
Antal svar	81	81	82	81	81
Medelvärde för alla svar	2,96	2,73	3,12	2,80	2,56
Omsättning stor	2,64	1,93	2,47	2,21	2,40
Omsättning liten	3,06	2,88	3,30	2,89	2,55
P-värde	0,167	0,067	0,909	0,728	0,362
Revisionsbyrå The Big Four	2,41	3,00	2,63	2,85	2,15
Revisionsbyrå annan	3,08	2,52	3,28	2,64	2,57
P-värde	0,113	0,123	0,927	0,711	0,898

Tabell 2: Medelvärden, antal svar och p-värde för beteendefaktorer

4.1.1.1 TILLGÄNGLIGHET

Som framgår av tabell 2 är medelvärdet för tillgänglighet 2,96, alltså påverkar inte tillgänglighet ett revisorsbyte hos Gaseller. Därmed ser Gaseller inte revisorns tillgänglighet som något tillräckligt avgörande för att byta revisor enbart på grund av denna faktor.

Magri och Baldacchino (2004) nämner tillgänglighet som en av de två högst rankade faktorerna bakom ett revisorsbyte. Detta gäller oavsett Gasellföretagets storlek och vilken revisionsbyrå de har. Även Fontaine, Letaifa och Herda (2013) lyfter revisorns tillgänglighet som en viktig orsak bakom revisorsbyten. Denna tidigare studie både bekräftar och motsäger vad som gäller för Gaseller. Det motsäger att Gaseller inte anser tillgänglighet som en tillräckligt stark anledning till att byta revisor. Testerna bekräftar dock tidigare studier som säger att tillgänglighetens påverkan är oberoende företagsstorlek och vilken revisionsbyrå Gasellerna har. Detta framgår av tabell 2 då t-testerna angående storlek och byrå inte är statistiskt signifikanta varpå ingen skillnad mellan medelvärdena kan uppvisas.

Tillgänglighet som ensam faktor är alltså ingenting som ligger bakom ett revisorsbyte hos Gasellföretag och företagsstorlek eller revisionsbyråstorlek är inte heller något som förändrar detta konstaterande. Medelvärdet för tillgänglighet är dock nära gränsvärdet 3 vilket är värt att notera.

4.1.1.2 RELATION

Som framgår av tabell 2 är medelvärdet för relation 2,73, alltså påverkar inte relation ett revisorsbyte hos Gaseller. Därmed ser Gaseller inte relationen till revisorn som något tillräckligt avgörande för att byta revisor enbart på grund av denna faktor.

Den andra av de två högst rankade faktorerna enligt Magri och Baldacchino (2004) är relationen till revisorn. Även Fontaine, Letaifa och Herda (2013) beskriver relation som den viktigaste drivkraften bakom ett revisorsbyte. Beatties och Farleys (1997) studie skiljer sig inte heller från de andra, då även den tar upp relation som en av de viktigaste anledningarna till varför företag väljer att byta revisor. Trots den starka referensram som presenterats kan inte relation styrkas som en bidragande faktor till ett revisorsbyte hos Gasellföretag. Relation är inte statistiskt signifikant vad gäller varken företagsstorlek eller byråstorlek vilket betyder på att det inte finns någon skillnad mellan medelvärdena för de olika grupperna. Det är något Magri och Baldacchino (2004) bekräftar i sitt resultat då de skriver att det inte finns någon skillnad mellan varken företagsstorlek eller byråstorlek vad gäller relationen till revisorn. Med andra ord ligger det andra faktorer bakom ett revisorsbyte hos Gaseller än de faktorer som identifierats hos företag i tidigare studier.

4.1.1.3 KUNSKAP

Som framgår av tabell 2 är medelvärdet för kunskap 3,12, alltså påverkar kunskap ett revisorsbyte hos Gaseller. Därmed ser Gaseller revisorns kunskap som något tillräckligt avgörande för att byta revisor enbart på grund av denna faktor.

Enligt Magri och Baldacchino (2004) är revisorns kompetens och kunskap inom företagets bransch en viktig anledning bakom att tillväxtföretag byter revisor. Fontaine, Letaifa och Herda (2013) nämner även de bristande kunskap om företaget och industrin som en anledning till varför företag byter revisor. Faktorn kunskap är alltså, precis som tidigare studier sagt, en faktor som påverkar ett revisorsbyte hos Gasellföretag. Det är en av få faktorer som tidigare studier betonar som viktig för just tillväxtföretag, vilket kan vara en förklaring till varför denna faktor påverkar Gasellföretag till att byta revisor. I den utvalda referensram uppges ingen skillnad mellan företagsstorlek eller revisionsbyrå vilket inte heller detta t-test påvisar, se tabell 2. Testerna är ej statistiskt signifikanta vilket tyder på att den uppvisade skillnaden mellan både omsättning och revisionsbyrå beror på en slump och alltså inte beror på en faktisk skillnad mellan grupperna.

4.1.1.4 REKOMMENDATIONER & RYKTE

Då referensramen sammankopplar rekommendationer och rykte analyseras dessa i samma avsnitt.

Som framgår av tabell 2 är medelvärdet för rykte 2,56, och medelvärdet för rekommendationer är 2,80. Alltså påverkar varken rykte eller rekommendationer ett revisorsbyte hos Gaseller. Därmed ser Gaseller inte någon av dessa två faktorer som något tillräckligt avgörande för att byta revisor enbart på grund av denna faktor.

Enligt Beattie och Fearnley (1997) är rekommendationer och rykte en konsekvens av relationen mellan företaget och revisorn då ordet sedan sprids till andra företag. Till exempel kan en dålig relation till revisorn påverka företaget vilket de sedan sprider vidare till andra. Även Magri och Baldacchino (2004) nämner rykte och rekommendation som en faktor som kan påverka ett revisorsbyte men de lägger ingen större vikt vid det. Inte heller Beattie och Fearnley (1997) lägger särskilt stor vikt på dessa faktorer då de endast nämner det som en del av relation. Hos Gaseller är inte dessa faktorer något avgörande och precis som för de andra beteendefaktorerna finns det ingen skillnad på medelvärdet mellan varken företagsstorlek eller byråstorlek då testerna inte är statistiskt signifikanta.

4.1.2 EKONOMISKA FAKTORER

Ekonomiska faktorer är de faktorer som har med kostnader för revisionen att göra. I denna studie används endast pris som en samlad faktor för de ekonomiska faktorer som kan påverka ett revisorsbyte.

<i>Hur mycket har dessa faktorer påverkat Ert byte av revisor?</i>	Pris
Antal svar	81
Medelvärde för alla svar	2,12
Omsättning stor	1,87
Omsättning liten	2,20
P-värde	0,043..**
Revisionsbyrå The Big Four	2,15
Revisionsbyrå annan	2,06
P-värde	0,160

Tabell 3: Medelvärden, antal svar och signifikans för ekonomiska faktorer

4.1.2.1 PRIS

Som framgår av tabell 3 är medelvärdet för pris 2,12, alltså påverkar priset inte ett revisorsbyte hos Gaseller. Därmed ser Gaseller inte priset för revisorns tjänster som något tillräckligt avgörande för att byta revisor enbart på grund av denna faktor.

Magri och Baldacchino (2004), Beattie och Fearnley (1997) och Fontaine, Letaifa och Herda (2013) lyfter alla pris som en faktor som påverkar revisorsbyten. Dock menar både Beattie och Fearnley (1997) och Fontaine, Letaifa och Herda (2013) att pris inte står sig som ensam faktor utan påverkar mer i samband med andra faktorer. Pris som enskild faktor är alltså ingenting som driver Gasellföretag till ett revisorsbyte, men skulle eventuellt vid andra tester som denna studie inte behandlar kunna visa på samband med andra faktorer såsom tidigare studier hävdar.

Magri och Baldacchino (2004) har kommit fram till att pris anses olika viktigt beroende på företagsstorlek och storlek på revisionsbyrå. T-testet för revisionsbyrå är inte statistiskt signifikant vilket tyder på att det inte finns någon skillnad på medelvärdena mellan vilken

** Signifikant värde

byrå företaget har. T-testet för företagsstorlek är däremot statistiskt signifikant, vilket betyder att en skillnad mellan små och stora företag finns vad gäller prisets påverkan till ett revisorsbyte. Däremot är medelvärdena för de två företagsstorlekarna fortfarande under 3, och påverkar därför inte enligt denna studiens gränsvärde. Det innebär att det inte finns någon skillnad mellan företagsstorlek om det sätts i förhållande till gränsvärdet. Däremot anser små Gasellföretag att pris är en mer avgörande faktor än vad stora Gaseller tycker. Detta är i enighet med vad Magri och Baldacchino (2004) har kommit fram till, att mindre företag påverkas mer av ekonomiska faktorer än vad större företag gör. För Gaseller är inte pris ett tillräckligt starkt incitament för att byta revisor, men kan enligt tidigare studier inte heller uteslutas som en icke påverkande faktor eftersom pris enligt referensramen oftast påverkar i samband med andra faktorer.

4.1.3 ÖVRIGA FAKTORER

Övriga faktorer är de faktorer som inte går att kategorisera som antingen beteendemässiga eller ekonomiska och är därmed antingen en kombination av de två eller något ytterligare som påverkar.

<i>Hur mycket har dessa faktorer påverkat Ert byte av revisor?</i>	Påtryckning från ny ledning/ägare	Rådgivningsmöjlighet	Kreditgivare	Revisionskvalitet
Antal svar	81	82	82	82
Medelvärde för alla svar	2,14	3,11	1,39	3,15
Omsättning stor	2,79	2,60	1,67	2,53
Omsättning liten	1,96	3,26	1,33	3,32
P-värde	0,066	0,176	0,013***	0,607
Revisionsbyrå The Big Four	1,93	2,44	1,30	2,63
Revisionsbyrå annan	2,32	3,32	1,34	3,32
P-värde	0,137	0,929	0,721	0,831

Tabell 4: Medelvärden, antal svar och signifikans för övriga faktorer

4.1.3.1 PÅTRYCKNING FRÅN NY LEDNING/ÄGARE

Som framgår av tabell 4 är medelvärdet för påtryckning från ny ledning/ägare 2,14, alltså påverkar påtryckning från ny ledning eller ägare inte ett revisorsbyte hos Gaseller. Därmed ser Gaseller inte påtryckning från ny ledning eller ägare som något tillräckligt avgörande för att byta revisor enbart på grund av denna faktor.

I sin studie skriver Magri och Baldacchino (2004) att påtryckning från ny ledning eller ägare kan vara en orsak till ett revisorsbyte. De deskriptiva testerna visar dock inte att det är något som påverkar Gaseller till ett byte, och motsätter sig därför tidigare studier. Skillnad mellan företagsstorlek eller byråstorlek finns inte heller, då testerna inte är statistiskt signifikanta, se tabell 4. Det nämns inte heller någon skillnad kring detta i tidigare studier.

*** Signifikant värde

4.1.3.2 RÅDGIVNINGSMÖJLIGHET

Som framgår av tabell 4 är medelvärdet för rådgivningsmöjlighet 3,11, alltså påverkar revisorns rådgivningsmöjlighet ett revisorsbyte hos Gaseller. Därmed ser Gaseller revisorns rådgivningsmöjlighet som något tillräckligt avgörande för att byta revisor enbart på grund av denna faktor.

Beattie och Fearnley (1997) nämner revisionsbyråns utbud av icke-revisionstjänster som en av flera betydande faktorer till att byta revisor. Studien visar att möjlighet till ytterligare rådgivning, extratjänster och hjälp är något många företag förväntar sig att byråerna ska erbjuda. Alltså kan rådgivningsmöjligheter vara både något som får företag att byta *från* en revisor, men även *till*. Fontaine, Letaifa och Herda (2013) nämner också ytterligare rådgivning utöver byråns kärnverksamhet som en värdeskapande faktor som kan ligga till grund för beslut om att byta revisor. I enighet med referensramen byter alltså Gaseller revisor på grund av bristande möjlighet till rådgivning. Tidigare studier säger inget om skillnader mellan företags- eller byråstorlek och det visar inte heller t-testet, se tabell 4. Alltså finns det inte någon signifikant skillnad mellan dessa.

4.1.3.3 KREDITGIVARE

Som framgår av tabell 4 är medelvärdet för kreditgivare 1,39, alltså påverkar kreditgivarna inte ett revisorsbyte hos Gaseller. Därmed ser Gaseller inte kreditgivarna som något tillräckligt avgörande för att byta revisor enbart på grund av denna faktor.

Magri och Baldacchino (2004) förklarar att kreditgivare kan påverka ett företag till att byta revisor. Detta går emot det som de statistiska testen visar eftersom denna faktor inte är något som påverkar Gaseller. T-testet för företagsstorlek är statistiskt signifikant, vilket innebär att det finns en skillnad i hur små Gaseller värderar kreditgivarens åsikter jämfört med hur stora Gaseller värderar detsamma. Stora Gaseller tycks värdera kreditgivarens åsikter högre. Dock är båda dessa medelvärden under gränsvärdet 3 vilket innebär att kreditgivare inte är något som påverkar någon Gasell, oavsett storlek. T-testet för byråstorlek är inte signifikant och därför finns det ingen påverkan på faktorerna som beror på vilken revisionsbyrå företagen anlitar, och inte heller referensramen nämner någon skillnad mellan vilken revisionsbyrå företagen har.

4.1.3.4 REVISIONSKVALITET

Som framgår av tabell 4 är medelvärdet för revisionskvalitet 3,15, alltså påverkar revisionskvaliteten ett revisorsbyte hos Gaseller. Därmed ser Gaseller revisionskvaliteten som något tillräckligt avgörande för att byta revisor enbart på grund av denna faktor.

Revisionskvalitet är en viktig faktor som både Magri och Baldacchino (2004) och Beattie och Fearnley (1997) lyfter i sina studier. Fontaine, Letaifa & Herda (2013) tar även de upp revisionskvalitet i sin studie som en viktig värdeskapande faktor som även det kan ligga bakom ett revisorsbyte. Precis som i tidigare studier är revisionskvalitet en avgörande faktor till varför Gaseller byter revisor. Någon skillnad mellan varken företags- eller byråstorlek finns inte heller enligt t-testerna, då dessa tester ej är statistiskt signifikanta. Tidigare studier säger inte heller något om att en skillnad finns.

5. SLUTSATS

I detta avsnitt presenteras studiens slutsats som besvarar frågeställningen. Därefter ges idéer på fortsatta studier som dykt upp under uppsatsens process.

5.1 SLUTSATS OCH FORSKNINGSBIDRAG

Resultatet av studien visar att det endast är tre faktorer som påverkar en Gasell till att byta revisor; kunskap, rådgivningsmöjlighet och revisionskvalitet, se tabell 5. Den faktor som påverkar Gasellerna mest till ett byte är revisionskvalitet. Kunskap och rådgivningsmöjlighet är nästintill lika viktiga då det inte finns någon markant skillnad mellan dessa, utan det är endast tiondelar som skiljer faktorerna åt. Rådgivningsmöjlighet och revisionskvalitet är inom kategorin övriga faktorer vilket alltså betyder att 50 % av faktorerna inom denna kategori påverkar ett revisorsbyte. Den tredje påverkande faktorn, kunskap, är en beteendefaktor och därmed är endast 20 % av kategorins faktorer påverkande. Ekonomiska faktorer har inte uppvisat någon påverkan på Gaseller enligt denna studie, vilket går i linje med studiens referensram som menar att pris inte är någon enskild påverkande faktor. De tre faktorerna som visat sig påverka en Gasell, inom kategorierna beteendefaktorer och övriga faktorer, är även något som tidigare studier förklarar som anledningar till ett revisorsbyte. Däremot är det ingen studie som lyfter någon av dessa tre faktorer som extra viktig då de istället fokuserar på faktorn relation. Relation är ingen faktor som påverkar Gaseller vilket tyder på en skillnad mellan tidigare undersökta företag och Gaseller som undersökt grupp. Även resterande faktorer har tidigare studier nämnt som påverkande, och detta är ytterligare någonting som tyder på en skillnad mellan Gaseller och andra företag.

Kategori	Faktor	Påverkar	Signifikant skillnad - omsättning	Signifikant skillnad - byråstorlek
Beteendefaktorer	Tillgänglighet	Nej	Nej	Nej
	Relation	Nej	Nej	Nej
	Kunskap	Ja	Nej	Nej
	Rykte	Nej	Nej	Nej
	Rekommendationer	Nej	Nej	Nej
Ekonomiska faktorer	Pris	Nej	Ja	Nej
Övriga faktorer	Påtryckning från ny ledning/ägare	Nej	Nej	Nej
	Rådgivningsmöjlighet	Ja	Nej	Nej
	Kreditgivare	Nej	Ja	Nej
	Revisionskvalitet	Ja	Nej	Nej

Tabell 5: Sammanfattning av studiens resultat

Undersökningen av stora och små Gaseller i förhållande till faktorerna resulterar i vissa skillnader. Det finns en signifikant skillnad mellan små och stora Gaseller vad gäller pris och

kreditgivare. Små Gaseller anser att pris är en mer avgörande faktor än vad stora Gaseller tycker, men ingen av grupperna anser att pris är en tillräckligt stark faktor för att byta revisor då båda medelvärdena är under gränsvärdet 3. Magri och Baldacchino (2004) kommer även de fram till att det finns en skillnad i hur stora och små företag värderar pris som faktor och att det är de små företagen som påverkas mest av priset. Stora Gaseller anser att kreditgivare är en viktigare faktor än vad små Gaseller gör men inte heller här är något av dessa medelvärden över gränsvärdet 3. Här finns det däremot ingen tidigare studie som styrker detta, då detta inte är någonting som framkommit tidigare.

När Gasellerna istället delas upp i stora och små revisionsbyråer uppvisas ingen signifikant skillnad mellan dessa grupper i förhållande till faktorerna. Alltså värderas faktorerna likvärdigt oavsett om Gasellerna har en revisionsbyrå av The Big Four eller en annan mindre byrå. Detta skiljer sig från tidigare studier som har fokuserat mycket på detta och har visat på en relativt stor skillnad i vad företagen värderar som viktigt, beroende på vilken revisionsbyrå de anlitar. Därmed är anlita revisionsbyrå ytterligare något som skiljer Gaseller från tidigare undersökta företag.

5.2 FÖRSLAG PÅ VIDARE STUDIER

Under uppstarten av uppsatsen var tanken att undersöka om Gasellföretag byter från en mindre till en större revisionsbyrå vid ett revisorsbyte. Det här är något som strukits under uppsatsens gång då det inte följer uppsatsens röda tråd och upplägg, men detta område är fortfarande intressant att undersöka. Genom enkäten som skickades ut tillfrågades Gasellerna vilken byrå de har idag och även vilken byrå de hade tidigare och svaren av enkätundersökningen framgår av tabell 6.

Magri och Baldacchino (2004) förklarar att tillväxtföretag ofta byter till en större byrå, The Big Four. De menar att Gaseller efterfrågar The Big Four för att de tror att de byråerna kan tillhandahålla större kompetens och mer specialiserad kunskap utifrån deras tillväxtbehov. De säger också att företag byter till The Big Four eftersom de räknar med att de ska vara mer tillgängliga. Detta stämmer inte överens med de inkomna enkätsvaren som snarare visar att Gaseller byter från en mindre byrå till annan en mindre byrå. Det kan kopplas till vad Beattie och Fearnley (1997) behandlar i sin studie där de beskriver att små företag föredrar mindre byråer, för att de kan bemöta företagets behov på ett bättre och mer förstående sätt än vad en stor byrå kan göra. Magri och Baldacchino (2004) nämner även de att små företag föredrar mindre revisionsbyråer då många anser sig bli behandlade som främlingar av revisorer i The Big Four vilket bidrar till en sämre relation. Enkätsvaren i förhållande till de nämnda tidigare studierna gör att det vore intressant att undersöka detta ämne närmare.

En annan infallsvinkel på ämnet som dykt upp under arbetets gång är att det hade varit intressant att jämföra Gaseller med andra aktiebolag och jämföra om samma faktorer ligger bakom ett revisorsbyte för både Gaseller och andra aktiebolag. Det hade även varit intressant att undersöka om Gaseller byter revisor oftare än andra aktiebolag då studien av Magri och Baldacchino (2004) menar att tillväxtföretag byter oftare på grund av deras föränderliga kontext som kommer av den snabba tillväxten. Det skulle även gå att utveckla denna studie

ytterligare genom en kvalitativ studie eller genom en djupare kvantitativ studie som behandlar sambandsanalys för att se om och hur faktorerna hänger ihop eftersom detta går mer in på djupet hos Gasellerna och deras revisorsval.

REFERENSLISTA

Beattie, V. & Fearnley, S. (1998). Auditor changes and tendering. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 11(1), ss. 72 - 98. DOI: 10.1108/09513579810207319

Bolagsverket (2012). *Större och mindre företag*, 11 juni.
<http://www.bolagsverket.se/ff/foretagsformer/aktiebolag/arsredovisning/storre-1.3317> [2015-12-04]

Bolagsverket (2014). *Ändra eller välja bort revisor – aktiebolag*, 4 december.
<http://www.bolagsverket.se/ff/foretagsformer/aktiebolag/driva/revisor/andra-1.3724> [2015-11-19]

Bolagsverket (2015). *Revisor – aktiebolag*, 20 juli.
<http://www.bolagsverket.se/ff/foretagsformer/aktiebolag/starta/revisor/aktiebolagsrevisor-1.3179> [2015-11-19]

Bryman, A. & Bell, E. (2013). *Företagsekonomiska forskningsmetoder*. 2. uppl., Stockholm: Liber.

Cortinhas, C. & Black, K. (2014). *Statistics for business and economics*. 1 uppl., West Sussex: John Wiley & Sons.

Dagens Industri. (2014). Det här är Di Gasell. *Dagens Industri*, 16 december.
<http://www.di.se/gasell/undersidor/gasellfakta/det-har-ar-di-gasell/> [2015-11-12]

Davidsson, P. & Delmar, F. (2006). High-growth firms and their contribution to employment: the case of Sweden 1987-96. I Davidsson, P., Delmar, F. & Wiklund, J. (red.) *Entrepreneurship and the Growth of Firms*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing, Inc, ss. 156-178.

Fontaine, R., Letaifa, S. B. & Herda, D. (2013). An Interview Study to Understand the Reasons Clients Change Audit Firms and the Client's Perceived Value of the Audit Service. *Current Issues in Auditing*, 7(1), ss. A1-A14. DOI: 10.2308/ciia-50476

Henrekson, M. & Johansson, D. (2010). Gazelles as job creators: a survey and interpretation of the evidence. *Small Bus Econ*, (35), ss. 227-244. DOI: 10.1007/s11187-009-9172-z

Kiepels, C. (2014). Tre saker som utmärker gasellföretagen. *Dagens industri*, 18 december.
<http://www.di.se/gasell/artiklar/2014/12/18/tre-saker-som-utmarker-gasellforetagen/> [2015-11-19]

Kiepels, C. (2015). Årets Gasellföretagare har skapat 15 000 nya jobb. *Dagens Industri*, 3 november.
<http://www.di.se/gasell/artiklar/2014/11/7/arets-gasellforetagare-har-skatat-15-000-nya-jobb/> [2015-11-12]

Magri, J. & Baldacchino, J. P. (2004). Factors contributing to auditor-change decisions in Malta. *Managerial Auditing Journal*, 19(7), ss. 956-968. DOI: 10.1108/02686900410549466

Markland, B. (u.å.). *revision*.

<http://www.ne.se/uppslagsverk/encyklopedi/l%C3%A5ng/revision> [2016-01-04]

Rosén, A-S. (u.å.). *Likertskala*.

<http://www.ne.se/uppslagsverk/encyklopedi/l%C3%A5ng/likertskala> [2016-01-04]

BILAGA 1

Revisorsbyten i Gasellföretag

*Obligatorisk

1. Vilket företag representerar Du? *

2. Vilken position på företaget har Du? *

Om Du besitter flera positioner kan Du välja flera alternativ.

- VD
- Ekonomichef
- Ägare
- Övrigt:

3. Vilken revisionsbyrå har Ni idag? *

- Deloitte, EY, KPMG eller PwC
- BDO eller Grant Thornton
- Annan revisionsbyrå

4. Har Ni bytt revisor under de senaste 6 åren (år 2010 - 2015)? *

Om Ni ej har bytt kan Ni hoppa till fråga 10.

- Ja
- Nej

5. Hur många gånger har Ni bytt revisor de senaste 6 åren (år 2010 - 2015)?

- 1 gång
- 2 gånger
- 3 gånger
- 4 gånger
- > 5 gånger

6. Vilket eller vilka år bytte Ni revisor?

Har Ni bytt revisor flera gånger kan Ni välja flera svarsalternativ.

- 2015
- 2014
- 2013
- 2012
- 2011
- 2010

7. Vilken revisionsbyrå hade Ni tidigare?

Om Ni gjort fler än ett byte, välj den byrå Ni hade innan senaste bytet.

- Deloitte, EY, KPMG eller PwC
- BDO eller Grant Thornton
- Annan revisionsbyrå

8. Vem har beslutat om att byta revisor?

- Företaget - VD/ledning/ekonomi/övrig
 Revisorn
 Båda

9. Hur mycket har dessa faktorer påverkat Ert byte av revisor?

	1 - Inte påverkat alls	2	3	4	5 - Påverkat mycket
Relation	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tillgänglighet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kreditgivare	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Revisionskvalitet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Rykte	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Rådgivningsmöjlighet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pris	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Påtryckningar från ny ledning/ägare	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kunskap	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Rekommendationer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Finns det någon annan faktor som påverkat Ert byte av revisor?

10. Vilka faktorer gör att Ni är nöjda med Er nuvarande revisor?

Svara endast på frågan om Ni inte bytt revisor.

	1 - Inte påverkat alls	2	3	4	5 - Påverkat mycket
Pris	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tillgänglighet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Relation	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kunskap	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Rykte	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Rådgivningsmöjlighet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kreditgivare	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Revisionskvalitet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Finns det någon annan faktor som gör att Ni är nöjda med Er nuvarande revisor?

BILAGA 2

Inledningsbrev 1:

Hej,

Vi är två studenter från Handelshögskolan i Göteborg som just nu skriver vår kandidatuppsats. Vi är intresserade av Gasellföretag eftersom tillväxttakten är så stark och vi vill nu se om det påverkar faktorerna som ligger bakom ett revisorsbyte. Vi har därför valt att skriva om hur ofta och varför Gasellföretag byter revisor.

Vi har valt ut Er eftersom ni fick Gasellutmärkelsen år 2014. Grattis!

Vi skulle verkligen uppskatta om Du vill fylla i vår enkätundersökning som behandlar ämnet, och enkäten beräknas ta ca 2-3 minuter att fylla i.

Enkätsvaren behandlas konfidentiellt och det är enbart vi uppsatsskrivare som har tillgång till Era svar. Anledningen till att vi behöver era företagsnamn är för att kunna se vilka som svarat och vilka vi ska skicka en påminnelse till.

Vänligen vidarebefordra enkäten till ansvarig person om den kommit fel.

Tack på förhand!

Med vänliga hälsningar,

Linnea Bennersten

gusbenneli@student.gu.se

Kristina Byström

gusbystkr@student.gu.se

Inledningsbrev 2:

Hej,

Tidigare i veckan skickade vi en enkät till Dig gällande revisorsbyten i Gasellföretag. Vi är två studenter från Handelshögskolan i Göteborg som just nu skriver vår kandidatuppsats.

Vi skulle verkligen uppskatta om Du vill fylla i vår enkätundersökning som behandlar ämnet, och enkäten beräknas ta ca 2-3 minuter att fylla i.

Enkätsvaren behandlas konfidentiellt och det är enbart vi uppsatsskrivare som har tillgång till Era svar.

Vänligen vidarebefordra enkäten till ansvarig person om den kommit fel.

Har Du redan svarat på denna enkät ber vi om ursäkt för denna påminnelse och tackar för Ditt svar.

Tack på förhand!

Med vänliga hälsningar,

Linnea Bennersten

gusbenneli@student.gu.se

Kristina Byström

gusbystkr@student.gu.se

Inledningsbrev 3:

Hej,

I slutet av förra veckan skickade vi en påminnelse till dig om enkäten gällande revisorsbyten i Gasellföretag. *För att kunna använda oss av enkätsvaren i vår kandidatuppsats behöver vi 13 svar till, och därför hör vi nu av oss till Dig igen.*

Vi skulle verkligen uppskatta om Du vill fylla i vår enkätundersökning som tar ca 2-3 minuter att fylla i.

Enkätsvaren behandlas konfidentiellt och det är enbart vi uppsatsskrivare som har tillgång till Era svar.

Vänligen vidarebefordra enkäten till ansvarig person om den kommit fel.

Har Du redan svarat på denna enkät ber vi om ursäkt för denna påminnelse och tackar för Ditt svar.

Tack på förhand!

Med vänliga hälsningar,

Linnea Bennersten

gusbenneli@student.gu.se

Kristina Byström

gusbystkr@student.gu.se

BILAGA 3

Faktor	Svarsomgång	Medelvärde	P-värde
Tillgänglighet	Första	2,9	0,256
	Senare	3,0	
Relation	Första	2,6	0,774
	Senare	2,9	
Kunskap	Första	2,9	0,004**
	Senare	3,4	
Rykte	Första	2,3	0,358
	Senare	2,8	
Rekommendationer	Första	2,8	0,083
	Senare	2,8	
Pris	Första	2,2	0,383
	Senare	2,1	
Påtryckning från ny ledning/ägare	Första	2,3	0,061
	Senare	1,9	
Rådgivningsmöjlighet	Första	2,8	0,115
	Senare	3,4	
Kreditgivare	Första	1,3	0,035**
	Senare	1,5	
Revisionskvalitet	Första	2,8	0,210
	Senare	3,5	

Tabellen visar medelvärde och signifikansnivå för de olika svarsomgångarna, uppdelat i faktorer

** Signifikant värde

BILAGA 4

	Gaseller som bytt revisor	Gaseller som ej bytt revisor	Andel som bytt
Första svarsomgången	46	101	31 %
Senare svarsomgång	38	47	45 %

Tabellen visar antal och andel undersökta Gaseller som bytt revisor eller ej, uppdelat i svarsomgångar

BILAGA 5

DIAGRAMFÖRTECKNING

Diagram 1: Visar hur stor del av de undersökta Gasellerna som bytt revisor (s 24)

Diagram 2: Medelvärde för de undersökta faktorerna (s 24)

FIGURFÖRTECKNING

Figur 1: Visualisering av studiens avsmalning (s 8)

Figur 2: Visualisering av studiens valda kategorier (s 14)

Figur 3: Visualisering över studiens utformning (s 15)

Figur 4: Visualisering av kapitel fyra's upplägg (s 20)

TABELLFÖRTECKNING

Tabell 1: Tabell över vilken enkätfråga som hämtats från vilken tidigare studie (s 16)

Tabell 2: Medelvärden, antal svar och signifikans för beteendefaktorer (s 25)

Tabell 3: Medelvärden, antal svar och signifikans för ekonomiska faktorer (s 27)

Tabell 4: Medelvärden, antal svar och signifikans för övriga faktorer (s 28)

Tabell 5: Sammanfattning av studiens resultat (s 30)