



GÖTEBORGS UNIVERSITET HANDELSHÖGSKOLAN

Hur har digitaliseringen påverkat redovisningsföretags affärsmodell?

- En studie om hur digitaliseringen påverkat affärsmodellen för redovisningsföretag samt redovisningskonsulters arbetsuppgifter och värdeskapande.

Kandidatuppsats i företagsekonomi, FEG313 15 hp
Externredovisning
Företagsekonomiska institutionen
Hösttermin 2019
Handledare: Svetlana Sabelfeld
Författare: Alexander Vallgren & Olle Josarp

Sammanfattning

Examensarbete i företagsekonomi, Handelshögskolan vid Göteborgs universitet, Kandidatuppsats, Externredovisning HT 19

Författare: Alexander Vallgren och Olle Josarp

Handledare: Svetlana Sabelfeld

Bakgrund och problem: Digitaliseringen har länge varit ett fenomen som påverkat redovisningsbranschen. Det digitala arbetssättet har ersatt det tidigare arbetet som skedde med papper och penna och i vissa fall helt automatiserat arbetsprocesser för en redovisningskonsult. Tidigare forskning menar att denna förändringsprocess kommer att utvecklas i allt snabbare takt framöver då tekniken ständigt förbättras. Digitaliseringen har inte alltid upplevts som något positivt trots att man på senare år kunnat konstatera att den medfört potential för enorma produktivitetsvinster för de företag som följer med i utvecklingen. Digitaliseringen har därmed skapat en situation där redovisningsbyråerna kan tänkas behöva se över sina affärsmodeller samt sättet man levererar kundvärde på.

Syfte: Syftet med uppsatsen är att undersöka om digitaliseringen enligt redovisningskonsulter har påverkat affärsmodellen för redovisningsbyråer och därmed även se hur redovisningskonsultens arbetsuppgifter och värdeskapande har förändrats.

Avgränsningar och metod: Studien har avgränsats till att i den mån det går enbart intervjua auktoriserade redovisningskonsulter då en längre erfarenhet och kunskap från branschen krävs för att kunna ge svar på studiens syfte och frågeställningar. Studien är baserad på en kvalitativ ansats där semistrukturerade intervjuer med respondenter från olika redovisningsbyråer legat till grund för den empiriska datan.

Resultat och slutsatser: Resultat från studien visar på att digitaliseringen har påverkar redovisningskonsulters arbetsuppgifter där stora delar av det manuella arbetet blivit automatiserat. Detta har skapat ett förändrat sätt för redovisningskonsulter att skapa kundvärde på där ett mervärde blivit det centrala. Detta mervärde skapas i form av en framåtblickande rådgivning. Sammanfattningsvis visar studien på att digitaliseringen påverkat affärsmodellen för redovisningsbyråer samt förändrat arbetsuppgifter och det värde som en redovisningskonsult skapar.

Förslag till fortsatta studier: Då studien visar på en förändring av redovisningskonsultens arbetsuppgifter skulle fortsatta studier kunna handla om hur digitaliseringen påverkar den kompetens som är aktuell för en redovisningskonsult.

Nyckelord: digitalisering, affärsmodell, värdeskapande, redovisningskonsult

Innehållsförteckning

| | |
|--|----|
| 1 Introduktion | 1 |
| 1.1 Bakgrund | 1 |
| 1.2 Problemdiskussion | 2 |
| 1.3 Syfte och frågeställning | 3 |
| 1.4 Avgränsningar | 3 |
| 2 Referensram | 4 |
| 2.1 Redovisning och redovisningskonsultens arbetsuppgifter | 4 |
| 2.2 Digitalisering | 4 |
| 2.3 Digitalisering för redovisningskonsulter | 5 |
| 2.4 Affärsmodell | 6 |
| 2.5 Värdeskapande | 7 |
| 3 Forskningsmetod | 9 |
| 3.1 Litteratur | 9 |
| 3.2 Urval av respondenter | 9 |
| 3.3 Insamling av empiriskt material | 10 |
| 3.4 Bearbetning och analys av data | 13 |
| 3.5 Forskningsetik | 14 |
| 4 Empiri | 15 |
| 4.1 Affärsmodell | 15 |
| 4.1.1 Affärsmodellens förändring | 15 |
| 4.2 Arbetsuppgifter | 15 |
| 4.2.1 Redovisningskonsultens arbetsuppgifter | 15 |
| 4.2.2 System och digitala verktyg | 16 |
| 4.2.3 Förändringar av arbetsuppgifter | 16 |
| 4.2.4 Fördelar och nackdelar med digitalisering | 18 |
| 4.2.5 Digitaliseringens påverkan på arbetsuppgifterna | 18 |
| 4.3 Värdeskapande | 19 |
| 4.3.1 Förändringar i redovisningskonsultens värdeskapande | 19 |
| 5 Analys | 21 |
| 5.1 Hur har digitaliseringen påverkat redovisningsföretags affärsmodell? | 21 |
| 5.2 Hur har redovisningskonsultens arbetsuppgifter förändrats? | 22 |
| 5.3 Hur har redovisningskonsultens sätt att skapa värde för kunderna förändrats? | 24 |
| 6 Slutsatser och förslag till fortsatta studier | 27 |
| 6.1 Slutsatser | 27 |
| 6.2 Studiens begränsningar | 27 |

6.3 Förslag till fortsatta studier

28

Bilaga 1

32

1 Introduktion

1.1 Bakgrund

Digitalisering är en strukturomvandling som är både bred och snabb. Den påverkar nästan alla och de företag som inte hänger med och anpassar sig konkurreras snabbt ut. Det finns en stor potential för enorma produktivitetsvinster då fysiska varor blir till digitala tjänster och marginalkostnader sjunker (Bremann & Felländer, 2014). I Sverige visar forskning på att femtiotre procent av dagens arbeten riskerar att ersättas av digital teknik under de kommande tjugo åren. De yrken som löper lägst risk att ersättas är yrken som kräver bland annat social förmåga, förhandling och förmågan att övertala (Stiftelsen för Strategisk Forskning, 2014).

Historiskt sett har reaktioner på digitalisering inte alltid varit positiva. På 1940-talet var datorer stora, dyra och opålitliga. Under de följande årtiondena blev datorerna snabbare, effektivare, billigare och mer användarvänliga. Ett flertal skandaler inom branschen på grund av att pappersarbetet var svårt att granska för utomstående ledde till att det redan under 1970-talet introducerades datorer inom redovisningsbranschen. Man förstod först inte nyttan av introduceringen av datorerna men i takt med att tekniken utvecklades blev även förståelsen för tekniken mer och mer accepterad (Doost, 1999). Ett av de tidigaste exemplen på samhällets reaktion på automatisering och rädslan för att nya tekniker eliminerar stora mängder jobb var samhällsrörelsen Ludditerna. De var en grupp engelska textilarbetare som i början av 1800-talet förstörde textilmaskiner som en reaktion mot automatisering. Att maskiner tar över arbeten är enligt jobbexperter endast en del av problemet. Det som oroar dem är det faktum att automatisering kan leda till att samhället inte kan skapa tillräckligt många nya jobb (Autor, 2015).

I dagens samhälle som är starkt beroende av teknik är det viktigt att hänga med i de senaste nyheterna inom din bransch. Detta kan tydligt ses om man tittar på redovisningsbranschen där det dagliga arbetet sedan länge förändrats från att traditionellt sett ske med papper och penna till att nu allt mer ske digitalt (Southern Cross University, 2015). Nya arbetsuppgifter för redovisningskonsulten kan exempelvis vara att istället för löpande bokföring arbeta mer med avstämning, analys och rådgivning (IHM, 2018). Förändringen av branschen kommer påverka företagen i stor utsträckning och inte minst för redovisningskonsulterna själva. Idag definieras redovisningskonsultens profession som en person som utför redovisningstjänster för kunder och som samtidigt ska förse kunderna med råd i ekonomiska frågor (Visma, 2018). Enligt Kempe (2013) kommer rådgivning vara det växande och viktigaste området inom redovisningsbranschen. Utvecklingen som sker till följd av digitalisering leder till att affärsmodeller ändras från grunden (Wahlberg, 2016). Kärnan i en affärsmodell är att den ska visa hur ett företag skapar värde genom en rad olika aktiviteter och processer samt hur dessa levererar värde för kunderna (Tece, 2010).

Detta har skapat nya förutsättningar för redovisningsbyråer att skapa värde. Detta har i sin tur skapat en situation där samproducering har blivit det centrala och där både företagen och kundens roll är avgörande för värdeskapande (Normann & Ramirez, 1993). Tidigare sågs det producerande företaget som det centrala och kunden endast som en mottagande part (Vargo & Lusch, 2004). Förändringen av värdeskapandet leder till att processer och arbetsätt behöver förändras och ifrågasättas för att se till att de fortfarande levererar kundvärde (Fermskog, 2017).

1.2 Problemdiskussion

Redovisningsbranschen har länge varit en omtalad bransch när det handlar om digitaliseringen (Doost, 1999). De flesta menar på att resan mot en allt mer digitaliserad bransch bara börjat och kommer att öka i hastighet framöver (FAR, u.å.). Detta kan bekräftas genom att se på redovisningsbranschen där det finns flertalet nya aktörer som helt fokuserar på det molnbaserade användarperspektivet. Dessa företag har automatiserat arbetsuppgifter som tidigare varit av stor vikt för en redovisningskonsult. Digitaliseringen har lett till flertalet förbättringar kopplat till produktivitetsökning, kostnadsminskning men även en reducering av de mänskliga felen hos de företag som tagit del av digitaliseringen (Brands & Smith, 2016).

Den klassiska bönräknarrollen där man tidigare såg redovisningskonsulten som ensam, upptagen, metodisk, konservativ och tråkig verkar ha passerat. Den klassiska stereotypen kompletteras med flera olika nyanser där vissa hävdar att redovisningskonsulten allt mer kommer agera som en businesspartner till följd av automatiseringen som sker (Friedman & Lyne, 2001). En sådan förändring skulle kunna leda till att en annan kunskap kommer eftersträvas hos arbetsgivaren vilket man redan kan se tendenser av. Man menar att en bredare förståelse för den finansiella datan kommer eftersträvas, en mer rådgivande kompetens snarare än att utföra redovisningstjänster vilket tidigare varit grundarbetet hos en redovisningskonsult (Revisionsvärlden, 2018). Dessa förändringar i redovisningskonsultens roll har beskrivits som konsekvenser av ny teknologi och ett nytt IT-system. På grund av förändrade krav förväntas redovisningskonsulter inte bara leverera data utan att också tolka och ge rådgivning baserat på den data de tar fram (Goretzki, Strauss & Weber, 2013). Elfgren (2016, s.16) beskriver situationen inom branschen:

”Redovisningskonsulting och revision kommer att försvinna, kunskapen är väldigt repetitiv och lätt att automatisera. 80/20-regeln gäller. 80 procent är basic redovisning och 20 procent är rådgivning, vilket kommer att vara tvärtom i framtiden. Det som återstår är din kunskap och din sociala kompetens. Kundupplevelsen kommer att präglats allt.” (Elfgren, 2016, s.16).

I och med den utveckling som sker förändras affärsmodeller i grunden och företag blir tvungna att ständigt förändra sig för att hänga med när samhället digitaliseras och automatiseras (Wahlberg, 2016). Affärsmodellens kärna är att den ska definiera och visa hur företaget skapar värde för kunderna. Då redovisningskonsultens roll enligt Revisionsvärlden (2018) går mer mot rådgivning än mot den traditionella rollen bestående av stor del löpande bokföring kan affärsmodellen för redovisningsbranschen tänkas ändras. Omvärlden förändras snabbt och för att kunderna ska se en som relevant måste man anpassa sig till förändringarna. Något som tidigare skapade värde för kunderna kanske inte fungerar idag (Pasanen, 2019).

Tidigare forskning har berört ämnet digitalisering och även ur ett redovisningsperspektiv. Goretzki et al (2013) har forskat om förändringar i redovisningskonsultens yrkesroll. Det har även forskats kring IT:s påverkan på redovisningssystem (Ghasemi, Shafeiepour, Aslani & Barvayeh, 2011). Det finns däremot ingen tidigare forskning om hur affärsmodellen och det värde som redovisningskonsulter levererar till kunder har påverkats i och med digitalisering. Denna forskning anser vi är relevant för redovisningsbyråer och dess framtida utveckling. Forskningen kan även bidra med ny kunskap kring förändring av affärsmodellen för redovisningsbranschen. Därav blir det en relevant infallsvinkel framförallt för redovisningsbyråer att se hur affärsmodellen, arbetsuppgifterna och det värde som redovisningskonsulterna skapar för kunderna har påverkats i takt med att digitaliseringen tagit fart.

1.3 Syfte och frågeställning

Syftet med denna uppsats är att undersöka hur digitaliseringen enligt redovisningskonsulter har påverkat affärsmodellen för redovisningsföretag och därmed även se hur redovisningskonsultens arbetsuppgifter och värdeskapandet har förändrats. För att få svar på ovanstående syfte har följande frågeställningar fastställts.

Hur har digitaliseringen påverkat redovisningsföretags affärsmodell?

- Hur har redovisningskonsultens arbetsuppgifter förändrats?
- Hur har redovisningskonsultens sätt att skapa värde för kunderna förändrats?

1.4 Avgränsningar

För att samla in empiri till studien har vi genomfört semistrukturerade intervjuer med ett antal redovisningskonsulter. Vid val av dessa redovisningskonsulter har vi avgränsat oss till personer som har varit verksamma och arbetat inom redovisningsbranschen en längre tid. Vi har i största möjliga mån försökt att hitta respondenter som är auktoriserade redovisningskonsulter men undgått denna avgränsning vid två tillfällen då vi ansåg att respondenterna hade tillräckligt lång erfarenhet trots avsaknad av auktorisation. Anledningen till denna avgränsning är att en auktorisation förutsätter att man har vissa praktiska erfarenheter och har arbetat inom redovisningsbranschen i ett visst antal år. Denna avgränsning bidrar till att intervjuobjekten har den erfarenhet som krävs för att kunna besvara frågeställningen.

2 Referensram

2.1 Redovisning och redovisningskonsultens arbetsuppgifter

I takt med att samhället utvecklats och moderniserats har redovisningens roll blivit allt bredare och viktigare. Från att tidigare härstamma från förvaltning av gods och näringsidkare till att idag vara en betydande del i en modern organisatorisk och social styrning (Burchell, Clubb, Hopwood, Hughes, Nahapiet, 1980). I dagens samhälle har stadgade lagar fastställts där företagen är skyldiga att rapportera extern redovisning som ska ge en rättvisande bild av företag. Redovisningens syfte är därmed att sammanställa och dokumentera den ekonomiska informationen om ett företag. Denna information som fastställs ligger sedan till grund för många av de ekonomiska beslut som leder väg för företagen och även alla dess olika intressenter (Ghasemi et al., 2011). Sammanställningen av denna information sker vanligtvis med hjälp av en redovisningskonsult där dess kunskap och arbete blir av ytterst vikt för ett lyckat genomförande. Redovisningen som tas fram ligger sedan till grund för revisionen där en oberoende revisor granskar och tar ställning till om redovisningen visar en rättvisande bild (Srf konsulterna, u.å).

Med de krav som finns på redovisningen blir redovisningskonsultens roll en viktig del för att systemet ska fungera och gå att lita på. Definitionen av en redovisningskonsult är enligt Visma (2018) en person som utför redovisningstjänster för kunder och som samtidigt skall personen förse kunderna med råd i ekonomiska frågor. De huvudsakliga arbetsuppgifter kan variera beroende på vilket företag som man befinner sig på. Detta kan innebära att man kan ha hand om den löpande bokföringen, löner, deklaration eller upprätta årsredovisningen. En redovisningskonsult kan även specialisera sig inom något av ovanstående områden alternativt ägna sig åt affärsutveckling och företagsrådgivning (Visma, 2018). En nyexaminerad person som söker till redovisningsbranschen får vanligtvis titeln redovisningsassistent eller junior redovisningskonsult. Arbetsuppgifter under denna första perioden består främst av löpande bokföring vilket kan ses som de enklare och standardiserade arbetsuppgifterna inom yrket (Srf konsulterna, u.å).

Många företag som anlitar en redovisningsekonom är måna om att anställa personer som besitter rätt kompetens vilket enligt FAR (u.å) ska ses som en trygghet för arbetsgivaren. En redovisningskonsult har därmed möjlighet att bli auktoriserad vilket är en kvalitetsstämpel som visar att man har den kvalitet som krävs för yrket. Redovisningskonsulter som besitter denna titel har genomgått dels en akademisk utbildning och har dessutom tre till fem års arbetslivserfarenhet från yrket. En auktoriserad redovisningskonsult ska följa svensk standard för redovisningstjänster vilket kallas Reko som är ett regelverk framtaget av branschens intressenter. Auktorisationen förutsätter dessutom att man ständigt genomgår löpande utbildning vad gäller nya regler och praxis för att hela tiden kunna säkerställa att man följer svensk standard (FAR, u.å).

2.2 Digitalisering

Den ursprungliga definitionen av digitalisering är omvandling av information från analog till digital representation men handlar i dagsläget också allmänt om övergången till ett digitalt informationsamhälle. Denna övergång påverkar samhällsutvecklingen då den skapar nya och förändrade arbetssätt (Lindholm, u.å.). Digitalisering av affärsprocesser innebär att gå över från att bedriva affärsverksamhet på ett traditionellt sätt till att istället bedriva den digitalt. Det handlar om utvecklingen av ny kompetens som leder till olika fördelar. Dessa fördelar kan delas upp i tre

huvudkategorier som är informationssamling, effektivitetsförbättringar och kundfokus. Informationssamling handlar om att internet skapar möjlighet att samla in stora mängder data på ett effektivt och billigt sätt vilket inte är möjligt i en icke-digital miljö. Effektivitetsförbättringar genom minskade transaktionskostnader och kundfokus fördelar genom att digitaliseringen gör det möjligt att enkelt interagera med kunder (BarNir, Gallagher & Auger, 2003).

Automatisering är att införa steg i en process som mer eller mindre gör att den går av sig självt där syftet kan vara att avlasta ett arbete och höja effektiviteten i processen (Rundqvist, u.å.). Den påverkan som automatisering har på yrkesroller kan delas upp i tre olika faser. I första fasen förstärker tekniken de processer som redan finns, vilket exempelvis kan ske genom att redovisningskonsulter får hjälpmedel som datorer och därmed kan förenkla dokumenthantering. I fas två kompletterar tekniken och övertar vissa arbetsuppgifter. Ett exempel är självscanning i livsmedelsbutiker vilket gör att kassapersonal inte behövs på samma sätt som tidigare. I den tredje och sista fasen så ersätts arbetsuppgiften helt eller delvis. Än så länge så kan automatiseringen på bästa sätt användas genom att människor arbetar tillsammans med datorer. Då kan människans kreativitet användas tillsammans med datorernas beräkningskapacitet (Krafft & Kempe, 2016).



Figur 1: Nyckeln till framtiden (Krafft & Kempe 2016).

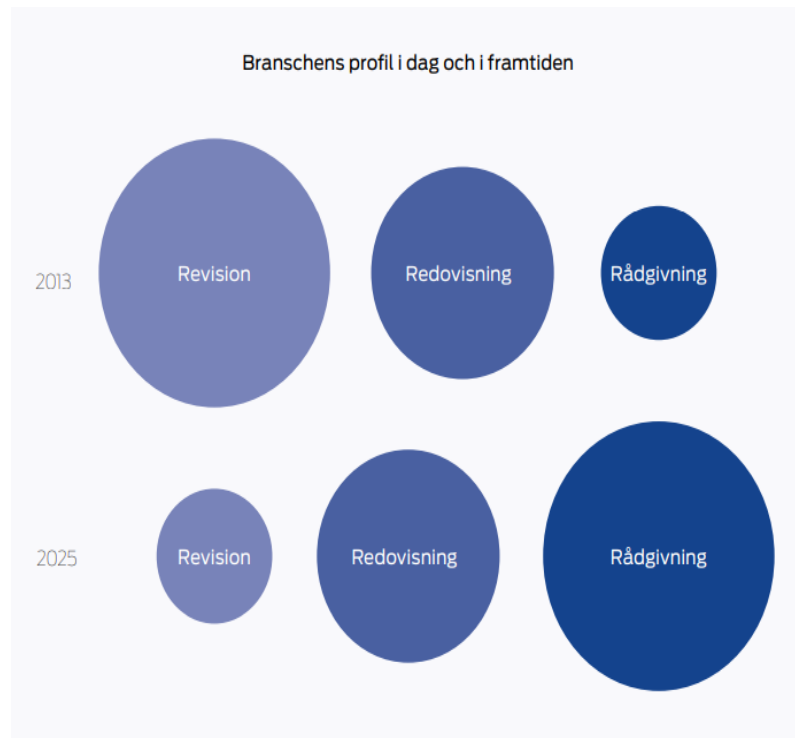
2.3 Digitalisering för redovisningskonsulter

Teknologiska förändringar påverkar vilka jobb som finns. Under de senaste två århundradena har det kommit varningar om att automatisering och ny teknologi kommer eliminera stora mängder medelklassjobb. Automatisering och teknologiska förändringar har dock inte gjort mänskligt arbete otidsenligt. Förändringarna har istället lett till att företag har mindre behov av vissa typer av jobb (Autor, 2015).

Inom redovisning finns det många arbetsuppgifter som innebär bearbetning av stora mängder data, exempel på sådana arbetsuppgifter kan vara fakturering och bokföring. Dessa rutinmässiga processer är en betydande kostnad för företagen och incitament att minska kostnaderna har därför lett till en tidig introduktion av datorsystem. Digitalisering har påverkat vissa delar av redovisningsyrket mer än andra. Arbetsuppgifter som bokföring, vilket bygger på behandling av numeriska data med hjälp av enkla algoritmer, har enkelt kunnat datoriseras och de datorsystem som finns har därmed nästan helt ersatt de manuella systemen. Arbetsuppgifter som istället kräver höga nivåer av personlig kontakt och professionellt omdöme för varierande bedömningar har i motsats visat sig vara svårare att automatisera (Wilson & Sangster, 1992).

Nya arbetsuppgifter för redovisningskonsulten kan vara att istället för löpande bokföring arbeta mer med avstämning, analys och rådgivning. Nya arbetsuppgifter som dessa leder till att systemkunskap och digital expertis kommer att efterfrågas hos arbetsgivare (IHM, 2017). Kempe

(2013) presenterar i sin artikel "*Framtidens rådgivning, redovisning och revision-en resa mot 2025*" en bild över redovisningsbranschens profil idag och i framtiden. Där visar han hur rådgivning blir en allt större del av arbetsuppgifterna inom redovisningsbranschen.



Figur 3. *Framtidens rådgivning, redovisning och revision-en resa mot 2025* (Kempe,2013).

Digitalisering har påverkat redovisning genom att skapa möjligheter för företag att använda och utveckla datoriserade system. Sådana system har förbättrat funktionaliteten hos redovisningen genom att öka aktualiteten på den information som tas fram. Detta leder till att redovisningskonsulter kan presentera rapporter och analyser som ger en bild av den aktuella ställningen. Majoriteten av de datoriserade systemen har även interna kontrollsystem vilket gör att säkerheten på informationen blir bättre. Datorsystem bidrar även med möjlighet till snabbare processer där redovisningskonsulten kan hantera stora mängder data snabbare och med kortare ledtider vilket både ökar effektivitet och minskar kostnader. (Ghasemi et al., 2011) Till följd av digitalisering av redovisning skapas det mer tid för redovisningskonsulter att fokusera på att analysera och rådgiva baserat på de redovisnings resultat som tas fram (Bhimani & Willcock, 2014).

2.4 Affärsmodell

Wahlberg (2016) beskriver att utvecklingen som sker i och med digitalisering gör att affärsmodeller förändras i grunden. Han skriver att företag tvingas se över sina affärsmodeller och att det är viktigt att ständigt förnya sig för att inte hamna efter. Det finns många olika definitioner av begreppet affärsmodell men en av de mest använda är "företagets underliggande logik för hur det skapar och fångar värde". Begreppet affärsmodell omfattas av företagets värde, värdekedjans arkitektur och vinstmodellen. Skillnaden mellan en affärsmodell och en affärsplan är att den tidigare är mer dynamisk och flexibel då den ständigt omarbetas, utvecklas och

anpassas. Att förändra affärsmodellen kan vara en del av lösningen när företag tvingas anpassa sig till digitaliseringen (Esbri, 2018).

Kärnan i en affärsmodell är att den ska definiera på vilket sätt företaget skapar värde för kunderna. Affärsmodellen visar hur ett företag skapar och levererar värde till sina kunder (Teece, 2010). Den enklaste beskrivningen av en affärsmodells syfte är att den ska identifiera och guida kring hur man tjänar pengar. Affärsmodellen sammanfattar hur inputs i företaget transformeras genom en rad olika aktiviteter och processer till att i slutändan bli outputs i form av värdeskapande för kunderna (Betz, 2002). När företag utsätts för förändringar i miljön behöver de reagera genom att ändra de resurser som värdeskapandet är baserat på och ändra sitt sätt att göra affärer. När det gäller affärsmodellinnovation så hävdar forskare att det handlar om att leta efter nya sätt att skapa och fånga värde, att ändra källan för värdeskapande (Tullio, Valentinetti & Rea, 2018).

Den traditionella balansen mellan kunder och leverantörer har förändrats i och med utvecklingen av den globala ekonomin. Kunderna har fler valmöjligheter till följd av ny kommunikations- och datateknik samt öppnare global handel. På grund av att maktbalansen mellan kunderna och leverantörerna har förändrats behöver företag vara mer kundfokuserade. Den nya miljön har lett till att det inte räcker att bara tänka på hur man täcker kundernas behov. Hur man fångar värde genom att tillhandahålla nya tjänster och produkter blir också centralt. Utan en välutvecklad och välanpassad affärsmodell kommer innovatörer misslyckas med att leverera och fånga värde (Teece, 2010).

2.5 Värdeskapande

Hur företag levererar värde till kunder har inte alltid varit en självklarhet. En förklaring av begreppet kundupplevt värde ges av Monroe (1990) som definierar det som köparens jämförelse av de upplevda fördelarna som tjänsten ger och de uppoftningar som kunden ger i samband med anskaffandet. Man menar att dessa upplevda fördelar behöver överstiga kostnaden för de uppoftningar som måste genomgå för att värde skall skapas vilket även är situationen för motparten (Monroe, 1990).

Normann och Ramirez (1993) beskriver hur värdeskapande under industrisamhället kunde ses som en kedja där företagen stod i fokus snarare än kunden. När samhället blivit allt mer tjänsteorienterat kan detta synsätt ses som föråldrat där mer fokus hamnat på kunden menar Normann och Ramirez (1993). Vargo & Lusch (2004) förklarar att man tidigare hade ett generellt smalt synsätt kring värdeskapande och menar att värde var något som skapades genom att företag levererade någon form av output till en potentiell köpare.

För att kunderna ska se ens värdeskapande som relevant behöver företagen anpassa sig till förändringar som sker i omvärlden. En process som tidigare skapat värde kan med samhällets föränderliga miljö snabbt gå ur tiden (Pasanen, 2019). Idag verkar företagen på en marknad av betydligt större konkurrens, föränderlig miljö och framförallt nya digitala teknologier vilket har skapat nya förutsättningar för företag att skapa värde på. Denna föränderliga miljö har skapat en situation där samproduceringsvärde blivit det centrala där både kunden och företagets roll hamnat i centrum (Normann & Ramirez, 1993). I detta modernare synsätt av värdeskapande involveras kunden och kan även i vissa situationer ses som den främsta bidragaren till värdeskapande. Man menar med detta synsätt att företagen snarare levererar potentiell nytta och att det är kundens roll att realisera värdet för båda parter (Eichentopf, Kleinaltenkamp & Van Stiphout, 2011).

Med detta modernare synsättet ses värdeskapande som en interaktion mellan företaget och kunden (Normann & Ramirez, 1993). Den mottagande partens roll, kundens, blir därav allt viktigare i värdeskapandet från att tidigare endast betraktats som en mottagande part och befunnit sig i slutet av en så kallat värdekedja (Vargo & Lusch, 2004).

3 Forskningsmetod

3.1 Litteratur

Bell & Waters (2016) skriver i sin bok "Introduktion till forskningsmetodik" ett kapitel om att söka litteratur. Kapitlet beskriver hur en litteratursökning går till och kan enligt Bell & Waters (2016) användas som hjälp för en student som ska göra sin första undersökning. Detta kapitel använde vi som guide vid vår litteratursökning. Litteratur till uppsatsen har hämtats genom supersökfunktionen på Göteborgs universitetsbibliotek där vi använt sökord som "digitalisering", "redovisningskonsult" och "kundvärde" med mera. Vi har även studerat referenslistor från tidigare uppsatser inom ämnet digitalisering och redovisning. Källor från dessa referenslistor har vi sedan använt oss av samt använt för att söka oss vidare. Litteratur till metoddelen har vi lånat på Stadsbiblioteket i Göteborg. Sökfunktionen "Google Scholar" har också använts för att söka efter vetenskapliga tidskrifter och publikationer.

3.2 Urval av respondenter

Urval av respondenter för undersökningen gjordes inledningsvis genom att söka bland kontakter till oss båda uppsatsskrivare. Utöver detta skickade vi även mail till redovisningsföretag i Göteborgsområdet. Vid urvalet avgränsade vi oss till att endast vara intresserade av respondenter som varit verksamma som redovisningskonsulter under en längre tid och det var önskvärt att de hade en auktorisation. Detta för att säkerställa att intervjuerna skulle bidra till att svara på vår frågeställning. I mailen som vi skickade presenterade vi oss själva samt studiens syfte, vidare bad vi att få intervjua redovisningskonsulter som uppfyllde de krav vi hade satt för studien. Ungefär hälften av de företag vi kontaktade hade en redovisningskonsult som kunde ställa upp på en intervju och det blev då i dessa företag vi fann vårt urval av respondenter. I studien intervjuades åtta redovisningskonsulter från sju olika redovisningsföretag. En översikt över redovisningskonsulterna samt företagen finns i tabell 1.

| Företag | Intervjuperson samt intervjudatum (Samtliga respondenter arbetar som redovisningskonsulter) | Tid inom yrket | Benämning i arbetet | Översikt |
|--|---|--|---------------------|---|
| Medelstor redovisningsbyrå | Respondent 1 Intervjudatum: 2019-11-28 - Ej auktoriserad | 4 år | R1 | Registreringsår: xxxx Antal anställda: x |
| Stor redovisningsbyrå | Respondent 2 - Auktoriserad Intervjudatum: 2019-11-25 | 20 år | R2 | Registreringsår: xxxx Antal anställda: x |
| Stor redovisningsbyrå | Respondent 3 Intervjudatum: 2019-12-04 - Ej auktoriserad | 3 år | R3 | Registreringsår: xxxx Antal anställda: x |
| Accountor Ekonomi & Rådgivning AB | Malin Åhvall Intervjudatum: 2019-11-20 - Ej auktoriserad | 4 år | R4 | Registreringsår: 2000 Antal anställda: ca 300 (Alla bolag, 2019) |
| Bokio AB | Adil Virk - Auktoriserad Intervjudatum: 2019-11-25 Nathalie Trang - Auktoriserad Intervjudatum: 2019-11-28 | 2 år, tidigare revision 7 år | R5 R6 | Registreringsår: 2015 Antal anställda: ca 50 (Bokio, 2019) |
| Grant Thornton Sweden AB | Annelie Nilsson - Auktoriserad Intervjudatum: 2019-11-28 | 12 år | R7 | Registreringsår: 1989 Antal anställda: ca 1200 (Grant Thornton, 2019) |
| Wint Group AB | Alexandra Franzén - Auktoriserad Intervjudatum: 2019-11-26 | 12 år | R8 | Registreringsår: 2014 Antal anställda: ca 70 (Alla bolag, 2019) |

Tabell 1: Sammanställning av respondenter samt företag

3.3 Insamling av empiriskt material

För att samla in empiriskt material har vi gjort en kvalitativ studie där vi genom semistrukturerade intervjuer har samlat in den kvalitativa datan. Enligt Bryman (2011) tenderar kvalitativa studier att vara flexibla där fokus kan anpassas efter de viktigaste frågorna som dyker upp under intervjuerna. Intervjuaren vill vid kvalitativa intervjuer ha fylliga och detaljerade svar (Bryman, 2011). Då syftet med studien är att undersöka hur digitaliseringen har förändrat affärsmodellen, redovisningskonsulters arbetsuppgifter och det värde de skapar för kunderna passade en kvalitativ studie bäst.

Intervjuerna varade i 30–45 minuter och alla förutom två intervjuer gjordes på plats på respondenternas kontor. Två intervjuer fick göras via telefon då respondenterna inte hade möjlighet att träffa oss. Enligt Gillham (2008) är värdet av distansintervjuer i största allmänhet att folk kan intervjuas oberoende vart de befinner sig vilket också var anledningen till att vi gjorde en telefonintervju. Inför intervjuerna förberedde vi oss med en intervjuguide vilken ligger som bilaga 1 i arbetet. I inledningen av intervjuerna gick vi igenom bakgrundsinformation kring studien för att ge respondenten en tydlig bild av syftet med intervjun. Inledningsvis tog vi även upp de etiska förutsättningarna kring möjlighet till anonymitet, inspelning av intervju och vem som kommer kunna ta del av materialet. Enligt Lantz behöver respondenten få all information för att kunna besluta om den vill medverka i studien (Lantz, 2013). Tre av respondenterna önskade att få vara anonyma och dessa benämner vi därför som R1, R2 och R3 i hela studien. De första frågorna i intervjun ställdes för att få den bakgrundsinformation om respondenten som vi behövde. Vidare ställdes de i förväg bestämda frågorna med inslag av olika följdfrågor utifrån det respondenten svarade.

Intervjuguide som finns tillgänglig som bilaga 1 är byggd efter vår referensram och våra frågeställningar. Vi använde referensramen som grund för att välja frågorna till den förutbestämda guiden. Den innehåller frågor som tillsammans hjälper oss att besvara våra frågeställningar men samtidigt bekräfta, motsäga eller utveckla vår referensram. Vi byggde intervjuguiden genom att först välja tio frågor som vi ansåg kunde hjälpa oss att samla in empirin. Frågorna är uppdelade så att några handlar om arbetsuppgifter, några om värdeskapande och några om affärsmodellen. Utöver de förutbestämda frågorna så lämnade vi även utrymme för följdfrågor så att vi kunde få mer utvecklade svar och en bättre diskussion. Tabell 2 är en sammanställning av vilken teori som inspirerat vilken frågeställning. Tabell 2 visar kopplingen mellan teorin, frågeställningarna och intervjufrågorna.

| Tidigare forskning/teorier som inspirerat intervjufrågorna | Frågeställning | Intervjufrågor |
|--|---|--|
| <p>1.Utvecklingen som sker i och med digitaliseringen gör att affärsmodeller förändras i grunden (Wahlberg, 2016).</p> <p>2.Den traditionella balansen mellan kunder och leverantörer har förändrats på grund av utvecklingen av den globala ekonomin (Teece, 2010).</p> <p>3.Frågan om fördelar och nackdelar är en bred fråga som vi valde för att kunna få in mer åsikter och tankar kring digitalisering och automatisering. Den är inte kopplad till någon specifik teori.</p> | <p>Hur har digitaliseringen påverkat redovisningsföretags affärsmodell?</p> | <p>1.Tror du att redovisningsföretag nu och i framtiden behöver förändra sin affärsmodell på grund av digitalisering?</p> <p>2.Anser du att digitaliseringen har påverkat kundernas förhandlingsstyrka och förändrat maktbalansen på redovisningsbranschen?</p> <p>3. Vilka fördelar och nackdelar ser du med digitalisering och automatisering?</p> |
| <p>4.De huvudsakliga arbetsuppgifter kan variera beroende på vilket företag som man befinner sig på (Visma, 2018).</p> <p>5.Digitalisering har påverkat redovisning genom att skapa möjligheter för företag att använda och utveckla datoriserade system (Ghasemi et al., 2011).</p> <p>6.Nya arbetsuppgifter för redovisningskonsulten kan vara att istället för löpande bokföring arbeta mer med avstämning, analys och rådgivning (IHM, 2017).</p> <p>7.Automatiseringens påverkan på yrkesroller beräkningskapacitet (Krafft & Kempe, 2016).</p> <p>8.Rådgivningen blir en allt större del av arbetsuppgifterna inom redovisningsbranschen (Kempe,2013).</p> | <p>Hur har redovisningskonsultens arbetsuppgifter förändrats?</p> | <p>4. Vilka är dina huvudsakliga arbetsuppgifter som redovisningskonsult?</p> <p>5.Vilka system/digitala verktyg använder ni er av?</p> <p>6.Anser du att digitalisering bidragit till att yrkesrollen har utvidgats och därmed skapat nya arbetsuppgifter?</p> <p>7.Hur har automatisering påverkat dina arbetsuppgifter? Känner du att de förstärker, kompletterar eller ersätter arbetet som redovisningskonsult?</p> <p>8.Hur ser fördelningen ut mellan löpande bokföring och rådgivning? Har den skiftat under tiden som du arbetat som konsult?</p> |
| <p>9.Processer som tidigare skapat värde kan med samhällets föränderliga miljö snabbt gå ur tiden (Pasanen, 2019).</p> <p>10.Den föränderliga miljön har skapat en situation där samproduceringsvärde blivit det centrala där både kunden och företagets roll hamnat i centrum (Normann och Ramirez, 1993) Med detta modernare synsätt menar man att företagen snarare levererar en potentiell nytta men att det är kundens roll att realisera värdet för båda parter (Eichentopf, Kleinaltenkamp & Van Stiphout, 2011).</p> | <p>Hur har redovisningskonsultens sätt att skapa värde för kunderna förändrats?</p> | <p>9.Hur skapar du som redovisningskonsult värde för dina kunder idag kontra tidigare?</p> <p>10.Har ditt sätt att skapa värde för kunderna förändrat i och med digitalisering?</p> |

Tabell 2: Sammanställning av koppling mellan teori, frågeställningar och intervjufrågor

Ett attraktivt sätt att samla in kvalitativa data är genom undersökningar som grundar sig på intervjuer (Bryman, 2011). Insamling av empiri till denna studie har gjorts genom semistrukturerade intervjuer. En semistrukturerad intervju är en av två huvudsakliga typer av kvalitativa intervjuer. Vid en kvalitativ intervju riktas intresset mot den som intervjuas och dennes ståndpunkter. För att få kunskap om vad respondenten anser vara relevant och viktigt är det önskvärt att låta intervjun röra sig i olika riktningar. I kvalitativ forskning kan de som intervjuar ställa nya frågor baserat på det som respondenten svarar vilket inte är möjligt i en kvantitativ studie då det skulle äventyra standardiseringen vilket i sin tur påverkar reliabiliteten och validiteten. Om undersökningen inleds med ett förhållandevis tydligt fokus är det med störst sannolikhet troligt att semi-strukturerade intervjuer kommer att användas för att angripa frågeställningen (Bryman, 2011). I denna uppsats finns ett fokus på digitalisering vilket gör att en semi-strukturerad intervju blir användbar.

Varje intervju spelades in för att sedan transkriberas och sammanställas tillsammans med de andra intervjuerna i empirin. De transkriberade intervjuerna blev vårt råmaterial som sedan analyserades. Transkribering har gjorts kort efter varje intervju för att enklare kunna komma ihåg vad respondenterna menade om det fanns meningar eller resonemang som var otydliga i inspelningen. Vi har inte transkriberat allt utan istället lyft fram det viktigaste i varje intervju. Innan varje transkribering lyssnade vi även igenom hela intervjun, detta för att få en tydlig struktur.

3.4 Bearbetning och analys av data

För att få en överblick över empirin analyserade vi det transkriberade materialet och bröt ner det i mindre delar. De delar som liknade varandra kopplade vi sedan samman. På så sätt skapade vi en struktur och tydlighet som hjälpte oss att dra slutsatser och att besvara våra frågeställningar. Empirin delades in i tre delar med affärsmodell, arbetsuppgifter och värdeskapande som huvudrubriker. Ordningen på huvudrubrikerna bestämdes efter hur affärsmodellens förändring till följd av digitaliseringen påverkar arbetsuppgifterna och därmed även värdeskapandet för redovisningskonsulten. Under dessa huvudrubriker finns underrubriker som strukturerar empirin. Empirin presenterar och återger de svar som vi fått under intervjuerna. Empirin är uppdelad så att den inleds med hur respondenterna tror att digitaliseringen har påverkat affärsmodellen för redovisningsföretag, vidare så går den över på hur arbetsuppgifterna har förändrats för redovisningskonsulten i och med digitalisering. Slutligen så lyfter den fram svar kring om redovisningskonsultens sätt att skapa värde för kunderna har förändrats. Denna struktur är anpassad efter frågeställningarna och hur affärsmodellens förändring leder till att arbetsuppgifterna förändras och då även det värde som skapas för kunderna.

Analysen gjordes sedan separat för varje frågeställning där empirin ställs mot teorin. Vi har i analysen tolkat, jämfört och förklarat teorin från vår referensram med empirin från intervjun. I analysen har vi även försökt hitta mönster i respondenternas svar och den teori som finns i referensramen. Detta är något som vi inte gjort i empirin då vi där endast lyfte fram och presenterade respondenternas svar. Liknande processer sker sällan linjärt utan att bearbeta det insamlade materialet och gå tillbaka och justera någon fas är något som med fördel ska genomföras för att få en så tydlig och neutral bild som möjligt (Yin, 2013). Som Yin (2013) nämner gjordes denna process inte linjärt utan vi gick tillbaka och läste igenom och bearbetade empirin löpande när vi gjorde analysen.

Empirin delades in i tre delar som blev arbetsuppgifter, digitalisering samt värdeskapande. Analysen gjordes separat för varje frågeställning där empirin ställdes mot teorin. Liknande processer sker sällan linjärt utan att bearbeta det insamlade materialet och gå tillbaka och justera någon fas är något som med fördel ska genomföras för att få en så tydlig och neutral bild som möjligt (Yin, 2013).

3.5 Forskningsetik

Det huvudsakliga slutmålet med all typ av forskning är att det skall leda fram till ny kunskap för samhället. Därav är det av betydelse att forskningen som tas fram är så trovärdig som möjligt samt att den inriktas på väsentliga frågor som driver på utvecklingen av samhället. För att detta ska fungera har fyra övergripande etik-regler tagits fram av vetenskapsrådet vilka ska ses som krav på den forskning som bedrivs. Dessa fyra etik-regler är informationskravet, samtyckeskravet, konfidentialitetskravet samt nyttjandekravet (Patel & Davidson, 2011).

Dessa krav har beaktats i detta forskningsarbete genom hela processen. Vid första kontakt med respondenterna har vi presenterat oss och förklarat vår roll i detta arbetet samt vad syftet med själva forskningen är. Att denna informationen kommer direkt till respondenten är ett sätt för oss att säkerställa att vi följer informationskravet samt att det bidrar till att personen i fråga vet vad som kan förväntas och vad personen ger sig in på (Gillham, 2008). Nyttjandekravet följs då respondenterna informerats om varför just dem är kontaktade och önskas medverka samt att de insamlade uppgifterna endast kommer användas till denna forskning (Vetenskapsrådet, 2002).

Under själva intervjun har respondenterna återigen informerats om arbetets syfte och vad som ska undersökas. Intervjupersonerna har även blivit frågade om det går bra att spela in intervjuerna för att underlätta efterarbete vilket samtliga respondenter accepterat. Samtliga respondenter har även innan inspelningen startat informerats om att de får avbryta sin medverkan om det inte skulle kännas rätt vilket enligt Vetenskapsrådet (2002) är ett sätt för att uppfylla samtyckeskravet.

Efter att intervjuerna har ägt rum har transkribering av intervjuerna skett. Denna transkribering har sedan legat till grund för en utskrift som skickats till de respondenter som önskat ta del av intervjun för att personen ska få en överblick om vad som sagts samt ha en möjlighet till att ändra på något som personen anses vara felaktigt. Informationen som framkommit från intervjuerna har under processens gång hanterats och förvarats under uppsyn för att säkerställa att konfidentialitetskravet följs (Vetenskapsrådet (2002)).

4 Empiri

4.1 Affärsmodell

4.1.1 Affärsmodellens förändring

Samtliga respondenter är eniga om att redovisningsföretag kommer att behöva förändra sina affärsmodeller. R8 lyfter fram att alla behöver vara mer digitala då den nya generationen av företag kommer ha det som ett krav. Företagare kommer framöver inte vara villiga att betala för sin löpande bokföring, då den kommer att ske automatiskt. Redovisningsföretagen kommer istället behöva sälja kunskap för att skapa mervärde och kundnöjdhet. (R8) Det handlar om att anpassa sig till marknaden. Eftersom redovisningen är en del i alla verksamheter så kommer redovisningen behöva bli digital när allt annat också blir det (R1).

Enligt R2, har de tidigare använt en prissättningsmodell där de kunnat ta betalt per timme men i samband med digitaliseringen, vänder trenden mot försäljning av ett värde för en tjänst. R7 berättar att de tidigare tagit betalt per timme men att de nu försöker komma bort från det så mycket som möjligt. Hon berättar att det för dem handlar om att förklara för kunden värdet i vad de gör.

Redovisningsföretag behöver satsa mer på att skapa någon form av mervärde för kunderna. De traditionella affärsmodellerna kommer att finnas kvar ett tag och det kommer fortfarande gå att ta betalt per timme. Redovisningsföretagen kommer nu i en ökad grad behöva stå till svars för vad man tar betalt för. (R5) Transparens och informationen som finns tillgänglig på nätet är till kundens fördel. Detta leder till att kvaliteten blir mycket viktigare än att bara kunna producera kvantitet. (R6)

Det kommer att bli än mer automatiserat då man fortfarande idag sköter delar av arbetet manuellt. Ökad automatisering leder till det mer noggrant går att veta hur lång tid en arbetsuppgift tar och då går det att ta ett fast månadsarvode istället för att köra på löpande räkning. (R3) Även R4 tar upp att de idag är mycket vanligare att ge kunderna ett fast pris där de i förväg vet vad det kommer att kosta.

4.2 Arbetsuppgifter

4.2.1 Redovisningskonsultens arbetsuppgifter

Samtliga respondenter arbetar som redovisningskonsulter men deras huvudsakliga arbetsuppgifter skiljer sig åt. För R4 beror arbetsuppgifterna på vilket företag hon arbetar med, men hos de flesta företag är uppgiften att göra avstämning och att skicka ut balans och resultatrapporter. Hon gör bokslut och hos vissa kunder gör hon även en del löpande bokföring. För R6 som arbetar på Bokio, som är ett startup företag, ser dagarna olika ut. Hon har kundkontakt och har ansvar för att leverera de tjänster som kunderna efterfrågar, men hennes huvudsakliga arbetsuppgift är att få Bokios affärsmodell att fungera. R3 sköter hela bokföringen, bokslut, årsredovisning samt deklARATIONER.

R1 gör själv inte så mycket löpande redovisning eftersom hon har arbetat en längre tid inom branschen. Istället är det mer rådgivning, avstämning, bokslut och avrapportering till kund. För

hennes ingår det även mycket arbete med att organisera och lägga upp saker för just den enskilda kunden. När man är nyanställd redovisningskonsult på företaget där R1 arbetar börjar man alltid med ett redovisningsuppdrag för att få kunskapen om den löpande redovisningen på plats. För R8, R5 och R2 är den huvudsakliga arbetsuppgiften att kvalitetssäkra. Enligt R2 ska man som redovisningskonsult kvalitetssäkra månadsbokslut, upprätta årsbokslut, bolagsdeklarationer och årsredovisningar. R7 arbetar mycket med rådgivning när kunder vill expandera, det vill säga att vara ett bollplank för kunderna i deras tillväxtresa. Det är även en del lite mer avancerade bokslut med t ex koncernredovisningar som ingår i hennes tjänst.

4.2.2 System och digitala verktyg

Majoriteten av respondenterna arbetar helt eller delvis i digitala system som det företag som de arbetar på själva har utvecklat. R5 och R6 på Bokio samt R8 på Wint använder endast det system som deras företag själva har utvecklat. Systemen är i ständig förbättring och arbete kan i dessa system ske digitalt och är till viss del automatiserat. Allt finns på ett och samma ställe och är onlinebaserat förklarar R6. R4 på Accountor arbetar både med ett eget utvecklat redovisningsprogram som är helautomatiserat men även med Fortnox. R1 arbetar i Fortnox men även i ett molnbaserat system som de tagit fram själva.

För de respondenter som inte arbetar i ett egenutvecklat system är det Fortnox kompletterat av andra system som gäller för alla förutom R3. R3 använder sig av tredjepartsprogram där både kunden och konsulten har tillgång till samma program och samma siffror. Detta skapar enligt R3 ett värde då kunden själv kan gå in och hämta hem rapporter när som helst. R2 använder Fortnox och till det har man kopplat Medius. R7 arbetar med Fortnox och ett system som de kallar för kundportalen. I den portalen är Fortnox navet och sedan finns det flera olika försystem. Dessa kan man plocka på utifrån vad man har för behov som bolag (R7).

4.2.3 Förändringar av arbetsuppgifter

Redovisningskonsulten får mer av en rådgivande roll istället för att fokusera på att göra den löpande redovisningen. Rollen blir mer kvalitativ där man istället för att granska bakåt i tiden blickar mer framåt med vad man kan bidra med. Det kan handla om rådgivning kring analyser, kassaflöden och framtida investeringar (R6). R4 förklarar att fördelningen mellan den löpande bokföringen och rådgivning har skiftat och att kunderna efterfrågar en helt annan typ av rådgivning idag. Den rådgivning som efterfrågas handlar mer om hur företagets olika processer kan förbättras. Alltså en mer framåtblickande rådgivning där stort fokus hamnar på att försöka öka företagets lönsamhet vilket det tidigare inte funnits tid för då de löpande delarna hanterades manuellt (R4). Skiftet beror enligt R4 på digitaliseringen då kunderna vet att redovisningsföretagen inte behöver lägga lika mycket tid på den löpande delen som tidigare.

R6 förklarar att eftersom det löpande sker automatiskt blir det mer fokus på vad som ger mervärde till kunden. Exakt hur det kommer att se ut procentuellt vet hon ej men att det kommer att ske ett skifte mot mer rådgivning tror hon. Enligt R6 har digitaliseringen och transparensen gjort att kunderna kan vara mycket mer krävande idag och mer insatta i vad de köper. R1 lyfter fram att man hela tiden måste anpassa sig till marknaden och se vad kunden efterfrågar. I intervjun berättar R1 att "bokföringen går snabbare och ibland gör man ingen bokföring alls då programmet gör det och då kan vi ju inte ta betalt för något som vi inte lagt ner tid på då kunden vet att det sker automatiskt och då måste vi ta betalt för något annat." (R1)

Till följd av det som nämns i citatet ovan har det enligt R1 blivit mer rådgivning och i en övergångsfas mycket arbete med att anpassa upplägg för kunden och se vad som passar för just deras företag. R1:s uppfattning är också att redovisningskonsulten tidigare gjorde mycket bokföring och hade kanske inte så bra koll på verksamheten i övrigt men nu kräver kunderna mer av en helhetslösning. Även R3 arbetar med att hjälpa kunder i en övergångsfas med att sätta upp nya program och med hur de ska byta från ett program till ett annat. De jobbar med att analyserar hur kunderna arbetar nu och hur de behöver ändra sina arbetsprocesser för att passa in i de nya programmen. Övergångsfasen till att göra kunderna mer digitala skapar nya arbetsuppgifter (R1, R3).

R7 förklarar hur rådgivning initialt inte var en så stor del av hennes arbetsuppgifter men att just den delen har vuxit vilket hon kopplar till att hon själv har utvecklats och fått nya arbetsuppgifter. De nya arbetsuppgifterna kan vara att agera bollplank för kunderna i deras tillväxtresa. Hon hjälper kunderna med rådgivning både i tillväxtresan men även när och om det går lite sämre. Rollerna mellan en revisor och en redovisningskonsult har förändrats. Idag när man är en senior redovisningskonsult jobbar man kanske en del med den rådgivning som revisorn också arbetar med. Redovisningskonsulten utförde tidigare stansningen och jobbet för att sedan lämna över till revision där de tog över och kontrollerade. Då stod enbart revisorn för rådgivningen och så ser det inte riktigt ut idag (R7).

För R8 skapar digitalisering och automatisering tid till att ge ett mervärde till kunden. Mervärdet kan vara i form av rådgivning via månadsvisa samtal med kunderna och genom att vara ett bollplank för kunderna där bokföringen blir till underlag för att man ska kunna ta rätt beslut som rådgivare (R8). R8 märker att fler kunder vill komma till ett samtal där man pratar framåtorienterat. Diskussionerna handlar ofta om hur det går för bolaget och en jämförelse med andra bolag inom sin bransch med hjälp av all data som man får in (R8). R5 ser en liknande situation som R8 och nämner att det är mer mervärdestänkt nu. Enligt R5 beror detta på att om tjänster blir automatiserade är kunden inte beredd att betala för det på samma sätt som tidigare. Bolagen i sig måste tjäna pengar på någonting, om det inte är på den löpande redovisningen måste man satsa på något annat. Därav har rådgivning blivit en viktig del för att lyckas leverera ett mervärde. Redovisningskonsulten går utifrån detta mer mot en managementkonsultroll där målet är att maximera för kunderna istället för som historiskt kolla vad som hänt tidigare kvartal (R5).

För R2 och R7 har det skett en förändring men den tror de delvis kan bero på att de har blivit mer seniora. R2 förklarar att det där han arbetar finns en rollfördelning där juniora konsulter sköter den löpande bokföring medan de mer erfarna konsulterna kvalitetssäkrar och upprättar månadsbokslut. I dessa olika roller ingår det då för redovisningskonsulten att arbeta med rådgivning. För de mer juniora konsulterna innebär det att variationen bland arbetsuppgifterna blir större då det löpande har automatiserats och inte längre är lika tidskrävande medans fokus hos den seniora redovisningskonsulten hamnar på rådgivningen (R2).

På redovisningsbyrån som R7 arbetar på består dagarna för de som är nyanställda av att lägga upp betalningar och att kontrollera att systemen pratar med varandra som det ska och att det blir rätt. Det är mer arbete med att kontrollera än att sitta och stansa nuförtiden. I nästa steg av karriärutvecklingen så börjar man gå över till att göra mer bokslut, skriva månadsrapporter och stämma av arbete som någon mer junior har gjort. Man handleder, kvalitetssäkrar och lär upp. I nästa steg är det mycket rådgivning mot kund men också lite mer avancerade bokslut och sådana saker. Det är digitaliseringen som har orsakat en förändrad roll för de nyanställd och lett till att de nu arbetar med mer kontroll än att sitta och stansa (R7).

R3 och R5 har personligen inte varit med om något större skifte. R3 tror dock att det har förändrats ganska mycket för enmanskonsulter som nu enkelt kan bokföra själva och där redovisningskonsulten bara behöver hjälpa till med rådgivning och mer kvalificerade uppgifter. R3 arbetar personligen med mycket löpande bokföring och den rådgivning som han gör handlar mer om administrativa frågor.

4.2.4 Fördelar och nackdelar med digitalisering

Digitaliseringen har lett till att det nu inte är någon som sitter och stryker med rödpenna utan det är något som görs i program, vilket enligt respondenterna går väldigt mycket fortare. Nästintill samtliga respondenter ser tidsbesparing som en vinning till följd av digitalisering och automatisering. Redovisningskonsulten sparar tid vilket gör att det skapas mer utrymme för att skapa mervärde genom rådgivning för kunden. Det löpande arbetet tar kortare tid och det ger redovisningskonsulter tid att jobba mer aktivt med rådgivning. Redovisningskonsulten kan även hjälpa till att förbättra företagets olika processer (R4, R7, R8). R5 lyfter fram att tidsbesparingar i och med att monotona arbetsuppgifter försvinner mer och mer är en balansgång. Han menar att när det tar mindre tid per bolag blir det istället så att man som redovisningskonsult får och kan hantera fler kunder.

Något som kan vara en nackdel är enligt R5 att när saker och ting förändras så är det alltid någon som kommer att få "lida" för det. R5 förklarar att förändringar skapar både nya möjligheter men samtidigt begränsningar. Redovisningsföretag kan exempelvis få en skev arbetsbelastning eller det kan bli så att Bolagsverket och Skatteverket förlorar kontrollen. En nackdel är att bokföringslagen inte hänger med i digitaliseringen. Det som digitaliseringen bidrar med är väldigt positivt men att man enkelt sveps med i hur snabbt det går och då glömmar vad som enligt lagens mening fortfarande behöver göras (R6).

4.2.5 Digitaliseringens påverkan på arbetsuppgifterna

Automatiseringen är just nu på en kompletterande nivå. Automatisering kommer på sikt ta över delar av redovisningskonsultens arbete. Om några år kommer arbetsuppgifterna inte bestå av att göra de löpande bitarna på samma sätt eftersom att tolkningsfunktioner och system utvecklas och blir bättre. Redovisningskonsultens roll i den löpande bokföringen kommer dock inte bli helt ersatt. Detta eftersom att det alltid kommer behövas en mänsklig faktor som ska stämma av att allt blir rätt (R3, R4, R7).

R3 berättar att det utöver komplettering finns situationer där arbetet har ersatts. Ett exempel är där kunderna helt och hållet sköter sin egen bokföring med hjälp av programmen och där redovisningskonsultens uppgift endast blir att stämma av (R3). För R7 är den löpande delen någonstans på skalan mellan att kompletteras och ersättas av automatisering. Även rådgivningen har de mycket digitala hjälpmedlen för med program som exempelvis kan göra konkurrentanalyser. Hon laddar ner och får fram olika grafer, hon behöver tänka och göra en analys men behöver inte sitta och räkna fram nyckeltal utan detta får hon från de program de arbetar med. Hon förklarar att saker som att jämföra företag, varför de tjänar mer än andra, är sådant som inte kommer fram automatiskt. Där får hon analysera och ställa motfrågor till sina kunder.

R8 vill gärna att automatiseringen ska ta över den löpande delen. Hon förklarar att det är automatiseringen som är deras nästa steg och de är det som dem arbetar med just nu. "Allt som vi kan lära systemet att göra tar ju bort tid för oss att sitta och göra det, vilket vi har behövt göra

tidigare” (R8). R8 menar att automatiseringen sparar tid då man kan lära systemen att göra vissa arbetsuppgifter. Automatiseringen är dock i olika steg inom olika arbetsuppgifter. Redovisningskonsulten kommer kanske till sist endast sitta och göra stickprov och se att det fungerar. En del arbetsuppgifter kommer kanske hela tiden att skötas manuellt (R8). Den del i Fortnox som har att göra med att tolka fakturor kan enligt R1 ses som en arbetsuppgift där automatisering till viss del har ersatt. R1 berättar att de skickar iväg fakturor till en tolkningscentral där de automatkonteras. Det är en form av ersättning men sedan måste man se till att det blir rätt, det har snarare blivit en form av kontrollfunktion (R1).

R5 tror att allt som går att automatisera kommer att automatiseras. Enligt honom gör automatiseringen nu alla tre saker och inom närtid kommer ingen kommer att sitta med löpande bokföring. Han beskriver i intervjun, ”jag tror inte ens att redovisningsekonom i den bemärkelse kommer att finnas kvar utan det kommer att vara mer som rådgivare” (R5). Den traditionella benämningen på en redovisningskonsult som arbetar med löpande bokföring kommer att försvinna och frågan är bara om den försvinner inom fem eller tio år (R5).

Digitaliseringen kommer inte ersätta redovisningskonsultens roll helt och hållet. Rollen kommer istället bli mer kvalitativ där man istället för att kolla bakåt i tiden när det kommer till bokföring kollar mer framåt med vad man kan bidra med (R6). Tidsbesparingar leder till mer analys och att man förhoppningsvis även får mer tid till rådgivning och sådant som driver bolagets utveckling framåt. Redovisningskonsulten blir mer av ett bollplank vilket är en roll som digitaliseringen inte kommer kunna ersätta. Även om biten med att stansa och lägga in fakturor kan automatiseras tror de inte att den kvalitativa delen kommer automatiseras (R2, R6).

4.3 Värdeskapande

4.3.1 Förändringar i redovisningskonsultens värdeskapande

Processen för värdeskapande har, enligt majoriteten av respondenter, påverkats av digitaliseringen. Det handlar om att försöka förstå kundens situation och utifrån den kunna bidra med råd och vägledning vilket blir det centrala i värdeskapandet för kunden. Ett skifte har uppstått i samband med att processer har blivit automatiserade. Den löpande bokföringen är inte värdeskapande i sig utan det sker eftersom att man har lagkrav som säger att denna data ska presenteras. Kunden eftersträvar en vägledning samt en tolkning av de siffror som presenteras. (R7) R8 förtydligar denna syn kring värdeskapande och menar att den löpande bokföringen främst skett då informationen behövde presenteras men att dagens redovisningskonsulter allt mer blir som ett bollplank för ens kunder.

Enligt R6 har digitaliseringen av redovisningsbranschen lett till ett ökat behov av att besitta en auktorisation. Detta förklarar R6 till följd av att automatiseringen gjort det möjligt att ägna mer tid åt kvalitativa delar inom redovisningsarbetet. Redovisningskonsultens uppgifter blir mer och mer framåtorienterat där de löpande delarna automatiseras och blir ett underlag till en kvalitativ diskussion med kunden.

Värdeskapandet för redovisningskonsulter har förändrats. Redovisningskonsulten levererade tidigare värde genom att sköta kundernas löpande delar inom arbetet. Tidigare behövde de ägna mer tid åt att ta fram rapporterna men automatisering och digitalisering har underlättat detta arbete vilket skapat tid för annat. Rådgivning och vägledning har blivit det centrala i det som kunderna efterfrågar (R4). R4 berättar i intervjun, ”nu är det ett helt annat tänk och jag tror att det

är oerhört viktigt att hänga med på denna förändring och de byråer som inte gör det kan nog tyvärr få det tufft och inte bli särskilt långvariga på marknaden” (R4, 2019). Ovanstående bekräftas av R3 som menar att en övergång till ett mer webbaserat system underlättar processen för både kunden och redovisningskonsulten vilket då skapar tid för mer kvalitativt arbete för båda parter.

Digitaliseringen har ökat transparensen mellan redovisningsbyråerna och kunderna. Tidigare har kunden inte kunnat följa processen lika väl som nu då kunderna kan gå in och se på siffrorna digitalt tillsammans med redovisningskonsulten. Den ökade transparensen har gjort kunderna mer måna om att de ska betala för någonting som skapar värde för dem snarare än någonting som bara måste göras och som dessutom nu kan ske per automatik (R5).

Interaktionen mellan kunden och redovisningskonsulten har förändrats till stor del av digitaliseringen. Tidigare skapades en relation till kunden genom de möten man hade. Dessa möten och att bygga en relation till kunden kunde i sig vara en del av värdeskapandet (R1). R2 bekräftar denna syn på värdeskapande och förtydligar hur man tidigare arbetade med papper och pärmar vilket gjorde det personliga mötet viktigt. Däremot ser R2 ingen avsevärd skillnad på det värde som levereras till kunden idag utan menar på att värdet är det samma oavsett om det sker digitalt eller inte.

5 Analys

5.1 Hur har digitaliseringen påverkat redovisningsföretags affärsmodell?

Samtliga respondenter är eniga om att redovisningsföretag kommer att behöva förändra sina affärsmodeller. Enligt R1 handlar det om att anpassa sig till marknaden. R1 förklarar att när allt annat blir digitalt så måste även redovisningen bli det. Även R8 tror att alla kommer behöva bli mer digitala då den nya generationen kommer att kräva ett digitalt arbetssätt. Detta går att koppla till det som Wahlberg (2016) skriver om att utvecklingen som sker i och med digitalisering gör att affärsmodeller förändras i grunden. Wahlberg (2016) förklarar att det är viktigt för företag att ständigt förnya sig.

För R5 och R8 skapar digitalisering tid till att ge ett mervärde. R5 förklarar att om den löpande bokföringen blir automatiserad så är kunderna inte villiga att betala för den och då måste företagen satsa på något annat. Där lyfter han fram att rådgivningen har blivit en viktig del och ser det som att redovisningskonsulten går mer mot en managementkonsultroll. Att det skapas tid till att ge mervärde går i enlighet med det Bhimani och Willcock (2014) nämner om att digitalisering av redovisning skapar mer tid för redovisningskonsulter att fokusera på att analysera och rådgiva baserat på de redovisningsresultat som tas fram. Denna teori bekräftas även av R2 som berättar att tidsbesparingar leder till mer analys och att man förhoppningsvis även får mer tid till rådgivning.

R2, R3, R4 samt R7 berättar att man mer och mer går ifrån att ta betalt per timme. Esbri (2018) säger att en förändring av en affärsmodell kan vara en del av lösningen för ett företag som tvingas anpassa sig till digitaliseringen. R3 talar om att man genom ökad automatisering mer noggrant kan veta hur lång tid en arbetsuppgift tar och därmed kan man ta ett fast månadsarvode istället för att köra på löpande räkning. Bets (2002) förklarar att den enklaste beskrivningen av syftet med en affärsmodell är att den ska identifiera och guida kring hur man tjänar pengar. Respondenterna lyfter fram att sättet att ta betalt på till viss del behöver förändras i och med digitalisering. R8 tror exempelvis att företagare framåt inte kommer vara villiga att betala för sin löpande bokföring utan att man istället måste sälja kunskap för att skapa mervärde och kundnöjdhet.

Affärsmodellen visar hur företaget skapar och levererar värde till kunderna (Teece, 2010). För R7 handlar det nu om att förklara värdet i vad de gör för kunden. R5 tror att de traditionella affärsmodellerna kommer att finnas kvar vilket inte går i enlighet med Wahlberg (2016) som skriver att utvecklingen som sker i och med digitalisering gör att affärsmodeller förändras i grunden. R5 tror dock att det går mer åt mervärdeshållet för redovisningsföretagen vilket tyder på att även han ser en förändring likt de övriga respondenterna.

Det går att se ett tydligt mönster bland de 4 respondenter som arbetar på större redovisningsföretag. De lyfter fram i sina intervjuer att man mer och mer går ifrån att ta betalt per timme vilket kan ses som ett sätt att anpassa sig till digitaliseringen. Detta går i enlighet med det som Esbri (2018) nämner. Anledningen till att de större bolagen förändrar sina affärsmodeller kan bero på att de varit etablerade på marknaden under en längre tid. De har då affärsmodeller som inte är anpassade efter digitaliseringen och då blir en förändring nödvändig. Wahlberg (2016) förklarar att det är utvecklingen som sker i och med digitaliseringen som gör att företagen behöver se över sina affärsmodeller för att inte hamna efter.

De respondenter som istället arbetar på mer nystartade redovisningsföretag lyfter inte på samma sätt fram att deras affärsmodell behöver förändras. Detta skulle kunna kopplas till att de mer nystartade företagen uppkommit när det digitala varit mer självklart och därför så krävs inte en förändring på samma sätt. De mer nystartade företagen kunde anpassa sina affärsmodeller direkt efter de rådande förhållandena på marknaden till skillnad från de större företagen som istället behöver förändra. Att de nya företagen har kunnat anpassa sig direkt går att koppla till Tullio et al (2018) som pratar om att affärsmodellinnovation handlar om att hitta nya sätt att skapa och fånga värde. De större företagen har behövt förändra sina affärsmodeller, precis som Wahlberg (2016) nämner, för att uppnå det som Tullio et al (2018) säger. De mindre bolagen har istället direkt kunnat anpassa sig då de sett att det funnits möjlighet att på ett nytt sätt skapa och fånga värde för kunderna genom att använda digitaliseringen. Utifrån detta så går det att urskilja ett mönster i hur affärsmodellen har påverkats för de större respektive de mindre företagen.

5.2 Hur har redovisningskonsultens arbetsuppgifter förändrats?

Visma (2018) beskriver att en redovisningskonsult är en person som utför redovisningstjänster för dess kunder och som samtidigt ska förse kunderna med ekonomiska råd. Vidare förklarar man att de huvudsakliga arbetsuppgifterna kan variera beroende på vilket företag man befinner sig på men att typiska arbetsuppgifter exempelvis kan vara att ta hand om den löpande bokföringen, löner, deklarationer eller upprätta årsredovisningar men likaså affärsutveckling eller företagsrådgivning. Majoriteten av respondenterna bekräftar Vismas definition av vad en redovisningskonsult gör men även den stora variationen.

Enligt R4 är hennes arbetsuppgifter varierande beroende på vilket företag hon arbetar för, men den större delen av tiden går åt att göra avstämningar samt att skicka ut balans och resultatrapporter. Respondent 1 förklarar att den större delen av arbetstiden går till rådgivning och avstämning med mindre fokus på den löpande bokföringen. Resterande respondenter berättar att är deras huvudsakliga arbetsuppgift är att kvalitetssäkra den löpande bokföringen. Ghasemi et al (2011) förklarar att digitalisering påverkat redovisningen genom att skapa möjligheter att använda datoriserade system istället för mänsklig kraft, vilket öppnar upp för andra möjliga arbetsuppgifter. Även Wilson och Sangster (1992) ser att redovisningsbyråer kan automatisera de mest rutinemässiga arbetsprocesserna, dvs den löpande bokföringen. Respondenterna bekräftar till stor del detta skifte då samtliga byråer har introducerat digitala system där delar av arbetsuppgifterna automatiserats. Här går det även att utveckla vad Wilson och Sangster (1992) nämner genom att lägga till att automatisering leder till att det blir mindre fokus på den löpande bokföringen.

R5 och R8 arbetar båda på byråer där man själva utvecklat digitala system som ska automatisera stora delar av arbetet. De båda respondenterna förtydligar att det ständigt sker utveckling och förbättringar kopplat till de program man tagit fram men att mycket besparingar skapats i form av tid för redovisningskonsulten då stor del automatiserats. De övriga respondenterna har köpt in färdigutvecklade system. Detta bekräftar Wilson och Sangster (1992) tankar om att digitaliseringen skapat möjligheter att minimera kostnader och minimera tiden som redovisningskonsulten ägnar åt löpande bokföring. Däremot ser vi att samtliga respondenter månatligen behöver gå in i systemen för att kvalitetssäkra vilket tyder på att det är svårt att helt automatisera arbetsprocesserna. Detta skulle i sin tur kunna användas för att begränsa Wilson och Sangster:s (1992) teori och lägga till att digitalisering troligtvis inte kommit hela vägen när det gäller att minimera tiden som läggs på den löpande bokföringen. Det finns alltså utrymme för att minimera kostnader och tiden ännu mer.

Samtliga respondenter håller med om att digitalisering har skapat nya arbetsuppgifter. Enligt IHM (2017) kan nya arbetsuppgifter för redovisningskonsulten vara att istället för löpande bokföring arbeta mer med avstämning, analys och rådgivning. IHM:s påstående bekräftas av R1, R4, R6 och R7 som alla säger att de fått en mer rådgivande roll. R7 tror att skiftet från löpande bokföring till mer rådgivning till viss del kan bero på att hon själv utvecklats och fått nya arbetsuppgifter och inte endast behöver bero på digitaliseringen. Hon tror dock att man som senior redovisningskonsult idag arbetar en del med den rådgivning som revisorn också arbetar med. Hon menar att förr stod enbart revisorn för rådgivningen vilket inte är fallet idag. R3 arbetar större delen av sin tid med löpande bokföring och ägnar nästan ingen tid åt rådgivning, vilket skiljer sig från övriga respondenters beskrivning och motsäger IHM:s (2017) teori.

R1 och R3 berättar att en ny arbetsuppgift för dem är att hjälpa kunderna i en övergångsfas till ett mer digitaliserat system genom att sätta upp nya program. IHM (2017) säger att systemkunskap och digital expertis, i framtiden, kommer efterfrågas av arbetsgivare. Något som R1 och R3 redan märkt av. Dessa nya arbetsuppgifter går även att direkt koppla till digitaliseringen som i sin tur har lett till att de skapats nya arbetsuppgifter. Detta går i enlighet med (Lindholm, u.å) som förklarar att övergången påverkar samhällsutvecklingen och skapar nya och förändrade arbetssätt. Att redovisningskonsulterna får nya arbetsuppgifter som kräver en ny slags kompetens kan ses som ett nytt och förändrat arbetssätt.

Kempe (2013) visar med Figur 3 hur rådgivningen blir en allt större del av arbetsuppgifterna inom redovisningsbranschen. Denna syn delar majoriteten av respondenterna som tycker att fördelningen mellan löpande bokföring och rådgivning har skiftat till rådgivnings fördel. R6 menar att eftersom mindre tid går åt till det löpande arbetet kommer mer fokus läggas på det som ger mervärde åt kunden. Hon tror att det kommer innebära att mer tid ägnas åt rådgivning. Även R8 ser en skillnad där de idag inte lägger så mycket tid på det löpande då det till stor del sker automatiskt.

Autor (2015) påstår att förändringar i och med automatisering och teknologiska förändringar har lett till att företag har mindre behov av vissa typer av jobb. R2 och R7 tror att de ”juniora” i yrket har påverkats mer av automatiseringen inom branschen. Att deras egen yrkesroll förändrats tänker de mer beror på att de arbetat länge och har mer erfarenhet, vilket gör att de får andra arbetsuppgifter i företaget. R5 tror inte att förändringen av arbetsuppgifter gäller alla och motsäger därmed Kempe (2013). R3 tänker däremot likt Kempe att enmanskonsulter, som nu enkelt kan, med stöd av automatiserade processer, bokföra själva, endast behöver hjälp av redovisningskonsulten med rådgivning och mer kvalificerade uppgifter. Där har redovisningskonsulten enligt R3 fått en förändrad yrkesroll med mer tid för rådgivning och mer kvalificerade uppgifter. Det som R3 nämner går även i enlighet med de nya arbetsuppgifter som IHM (2017) nämner.

R3, R4 och R7 tycker att automatisering är på en kompletterande nivå. Krafft och Kempe (2016) skriver i sin modell om automatiseringens påverkan på yrkesroller. I fas två som är komplettering så kompletterar tekniken och övertar vissa arbetsuppgifter. Att tre av respondenterna nämner att de tycker att automatiseringen är på en kompletterande nivå visar på att det som Krafft och Kempe (2016) nämner sker i verkligheten. Krafft och Kempe (2016) exemplifierar den kompletterande nivån med hjälp av självscanning i livsmedelsbutiker vilket gör att kassapersonal inte behövs på samma sätt som tidigare. Detta kan då kopplas till att komplettering för de tre respondenterna leder till att de som redovisningskonsulter inte behövs på samma sätt som tidigare. Detta kan även vara ett tecken på det som (Lindholm, u.å) säger om att digitalisering påverkar samhällsutvecklingen då den skapar nya och förändrade arbetssätt.

Enligt Respondenterna har digitalisering lett till att vissa av redovisningskonsultens arbetsuppgifter på olika sätt förstärkts, kompletterats eller till och med ersatts. Majoriteten av respondenterna lyfter fram att den löpande delen har kommit längre i automatiseringsprocessen. Arbetsuppgifter som rådgivning och analys kräver dock fortfarande att redovisningskonsulten behöver använda sin kunskap, men datorn hjälper till med beräkningarna. Ghasemi et al (2011) menar att digitalisering har påverkat redovisning genom att skapa möjligheter för företag att använda och utveckla datoriserade system vilket respondenterna bekräftar. Respondenterna bekräftar även det Krafft och Kempe (2016) nämner om att automatiseringen än så länge används bäst genom att människor arbetar tillsammans med datorer.

Respondenterna är eniga om att digitalisering har skapat nya arbetsuppgifter. Vilka de nya arbetsuppgifterna är skiljer sig till viss del mellan respondenterna vilket stämmer överens med det som Visma (2018) nämner om att de huvudsakliga arbetsuppgifterna kan variera beroende på vilket företag man befinner sig. Sex av åtta respondenter berättar att rådgivningen har blivit en allt mer central del av deras arbete. Så säger också Kempe (2013) som i Figur 3 visar hur rådgivning blir en allt större del av arbetsuppgifterna inom redovisningsbranschen. Förklaringar till denna förändring varierar mellan respondenterna, men att automatisering frigör tid, att kunderna inte är villiga att betala på samma sätt som tidigare för något som nu görs automatiskt och att digitalisering har påverkat arbetsuppgifterna är några förklaringar de nämner. Detta stämmer överens med Bhimani och Willcock:s (2014) teori om att digitalisering har skapat mer tid för redovisningskonsulter att analysera och rådgiva. Respondenternas svar om att kunderna inte är villiga att betala på samma sätt som tidigare skulle kunna vara en utveckling av Bhimani och Willcock:s (2014) teori. Digitaliseringen har förändrat kundernas förhandlingsstyrka och tvingat redovisningskonsulter att arbeta mer med analyser och rådgivning för att tillfredsställa kunderna. Digitaliseringen har alltså inte bara skapat tid utan den har även tvingat fram en förändring.

Två av respondenterna tror dock att förändringen mot mer rådgivning till viss del kan bero på att de blivit mer seniora. I och med att urvalsgruppen består av redovisningskonsulter som alla arbetat under en längre period så skulle det kunna vara anledningen till att många anser att rådgivning blivit en mer central del av deras arbete. R5 lyfter till skillnad från de andra respondenterna fram att det faktum att automatisering frigör tid är en balansgång. Han menar att när det tar mindre tid per bolag blir det istället så att man som redovisningskonsult får och kan hantera fler kunder. Automatisering är enligt R5 inget som givet kommer att leda till det som Bhimani och Willcock (2014) nämner. Detta skulle i sin tur också kunna vara en påverkan av digitalisering på redovisningskonsultens arbetsuppgifter.

5.3 Hur har redovisningskonsultens sätt att skapa värde för kunderna förändrats?

Teece (2010) förklarar att den traditionella balansen mellan kunder och leverantörer har förändrats till följd av utvecklingen av den globala ekonomin. R6 lyfter fram att transparensen och informationen som finns tillgänglig på nätet är till kundens fördel. Den beskrivna situationen som Pasanen (2019) förklarar bekräftar av Normann & Ramirez (1993) som lyfter tankarna ytterligare ett steg och beskriver hur denna komplexa värld som företagen verkar inom har förändrat hela processen för att skapa värde. Författarna förklarar vidare att man tidigare såg företagen som den centrala delen i värdeskapandet men att man idag allt mer ser det som en samproducerande del där både företaget och kunden hamnar i fokus. Detta synsätt förstärks genom R5 som förklarar hur transparensen mellan redovisningsbyråerna och kunderna har ökat

till följd av digitaliseringen. R5 förklarar att kunderna tidigare inte kunnat följa processen lika väl som man idag har möjlighet till. Tidigare var siffrorna från redovisningen placerade i pärmar och nu finns de istället tillgängliga dygnet runt för både kunden och redovisningskonsulten. R5 förklarar vidare hur denna transparens har gjort kunden mer medveten om att det som tidigare skapade värde idag i stor utsträckning automatiserats. Därmed menar R5 att kunderna inte längre är villiga att betala för de delarna utan endast är beredda att betala för något som skapar värde och inte bara måste göras då lagkrav säger det.

Normann och Ramirez (1993) beskriver att nya digitala teknologier skapat nya förutsättningar för företag att skapa värde. R4 menar att värdeskapande tidigare var att sköta kundernas löpande bokföring. Hon menar att digitalisering skapat tid för rådgivning och vägledning och att det nu är det centrala i det som kunderna efterfrågar. Pasanen (2019) beskriver hur omvärldens komplexitet försvårar för ett företag att skapa kundvärde. Nya teknologier och förändrade preferenser resulterar i att företag hela tiden måste anpassa sig, samt vara beredda på att ändra sitt sätt att skapa värde för kunden. Denna komplexitet som Pasanen (2019) pratar om bekräftas av R7 som förklarar att en redovisningskonsult ständigt måste förstå kundens situation och utifrån den kunna bidra med råd och vägledning. R7 och R8 förklarar hur digitalisering påverkat värdeskapandet och menar att processen för att få fram kundvärde har förändrats till följd av nya teknologier. De menar att en redovisningskonsult tidigare ägnade större delar åt den löpande bokföringen vilket nu automatiserats och skapat tid för annat. R8 förtydligar genom att förklara att förändringen av processen har skapat tid för att leverera mervärde åt kunden då kunderna efterfrågar mer förståelse för den finansiella data snarare. R8:s resonemang bekräftar därmed Pasanens (2019) tankar om att företagen måste anpassa sitt sätt att leverera kundvärde på.

Normann och Ramirez (1993) skriver om att förändringar har skapat en situation där samproduceringsvärde blivit det centrala. R3 menar att det handlar om att göra arbetet enklare för både kunden och konsulten. Det webbaserade systemet sparar tid åt kunden, vilket i sig skapar ett värde. R3 säger att det skapas värde när kunden känner sig trygg med systemen. Kunden behöver inte lägga tid på att åka och lämna in papper, utan har möjlighet att löpande ladda upp foton på fakturor och kvitton. Eichentopf et al (2011) menar att företagen på detta sätt levererar en potentiell nytta och att det är kundens roll att realisera värdet för båda parter.

Både R1 och R3 anser att en stor utmaning inom branschen är att få kunder digitaliserade då det skapar värde för både kunderna och dem själva som redovisningskonsulter. Däremot stöter de båda respondenterna dagligen på motstånd bland kunder som inte är redo att gå över till det digitala arbetssättet. Att respondenterna ser detta som en stor utmaning och att båda kan se ett värdeskapande genom att få med kunderna kan kopplas samman med Eichentopf et al (2011) beskrivning om den potentiella nyttan. R1 och R3 belyser vikten av att företagen levererar en potentiell nytta men att kunden måste realisera värdet av den genom att implementera det digitala arbetssättet. Om redovisningskonsulterna inte får över sina kunder till det digitala arbetssättet finns det en potentiell nytta som inte kan realiseras. Dessa antaganden förstärker även Normann och Ramirez (1993) synsätt om det moderna värdeskapandet som skapas genom en interaktion mellan företagen och kunden.

Till följd av att redovisningskonsultens arbetsuppgifter påverkats av digitalisering är sju av åtta respondenter enade om att sättet som man skapar kundvärde på har förändrats vilket tyder på att en förändring har skett. De sju enade respondenterna menar att den förändrade teknologin gjort det möjligt för dem att leverera ett mervärde som tidigare inte hunnits med vilket stämmer överens med Bhimani och Willcock (2014) syn på saken. En av respondenterna, R2 går emot ovanstående respondenter som inte ser någon påverkan på värdeskapandet av digitalisering utan

menar istället att det värde man levererar är det samma. Däremot är samtliga respondenter enade om att redovisningsföretag kommer att behöva förändra sina affärsmodeller.

Affärsmodellen ska enligt Teece (2010) visa hur företag skapar och levererar värde till kunderna vilket med respondenternas förändrade syn på värdeskapandet bekräftar Wahlbergs (2016) teorier om att utvecklingen som sker gör att affärsmodeller förändras i grunden. Respondenternas svar visar på att digitalisering bidragit med en ökad transparens mellan redovisningskonsulten och kunden till vilket R5 menar att kundens medvetenhet ökat. Den ökade medvetenheten kan hos kunden resulterat i att sättet för att skapa kundvärde på till viss del förändrats vilket även bekräftas av Normann och Ramirez (1993) samt Pasanen (2019). Ur studien syns ett tydligt mönster där kunderna inte längre är villiga att betala för den löpande bokföringen på samma sätt som tidigare. Detta då den till stor del automatiserats. Tidigare så var den löpande bokföringen väldigt tidskrävande men automatisering har minimerat tidsåtgången vilket både respondenterna och referensramen bekräftar. När kunderna genom digitalisering och den transparens som finns blir medvetna om att tidsåtgången minskat så är de inte villig att betala samma premie för tjänsten. Här så måste redovisningsföretagen förändra sina affärsmodeller, skapa nya arbetsuppgifter för redovisningskonsulterna och därmed även förändra det värde som levereras till kunderna.

I samband med att ovanstående skett ger R7 och R8 en förklaring om att tid som tidigare inte funnits skapats då automatiseringen gjort de löpande processerna snabbare. Denna automatisering samt ökade transparensen har enligt respondenterna och teorin gjort att kunderna efterfrågar en fördjupad förståelse för den finansiella datan och framåtblickande rådgivning vilket då kan tolkas som det moderna synsättet för en redovisningskonsult att skapa värde på.

6 Slutsatser och förslag till fortsatta studier

6.1 Slutsatser

Studiens resultat visar på att digitaliseringen har påverkat redovisningsföretagens affärsmodeller. Respondenterna är eniga om att redovisningsföretagen kommer behöva förändra sina affärsmodeller i framtiden till följd av den utveckling som sker i och med digitaliseringen. Däremot kan vi se en skillnad vad gäller stora och små redovisningsbyråer. Respondenterna från de stora redovisningsbyråerna bekräftar att man behövt förändra sina affärsmodeller likt Wahlberg (2016) skriver till följd av utvecklingen som sker. De mindre och nystartade företagen har uppkommit då digitaliseringen varit mer självklar vilket gör att en förändring av affärsmodellen inte blir aktuell. Dessa företag har istället direkt kunnat hitta nya sätt att skapa och fånga värde på med hjälp av digitaliseringen vilket bekräftar Tullio et al (2018) teorier om affärsmodellinnovation. Ett exempel på hur affärsmodellen påverkats är att sättet att ta betalt på skiftar mer och mer från att ta betalt per timme till att istället sälja en tjänst till en fast kostnad. Digitaliseringen har också skapat tid till att ge ett mervärde i form av exempelvis rådgivning till kunderna.

Redovisningskonsultens arbetsuppgifter har förändrats genom att rådgivning blivit en allt mer central del. Både respondenternas svar och referensramen bekräftar denna förändring av redovisningskonsultens arbetsuppgifter. Studien visar att andelen rådgivningen har ökat till följd av att den löpande bokföringen automatiserats och därmed frigjort tid att ge ett mervärde till kunderna. Detta mervärde ges till kunderna via exempelvis rådgivning och analyser. Det har även skapats nya arbetsuppgifter till följd av digitalisering.

Redovisningskonsultens sätt att skapa värde för kunderna har förändrats genom att nu leverera ett mervärde i form av fördjupad förståelse för den finansiella datan samt mer rådgivning. Tidigare skapade redovisningskonsulten värde för kunderna genom att till störst del göra den löpande bokföringen. Nu skapar de ett värde i form av mervärde utöver att de också hjälper till med den löpande bokföringen. Att redovisningskonsulterna gör mer än den löpande bokföringen är inget nytt men studien visar på ett tydligt skifte där den löpande bokföringen blir mer och mer sekundär.

Sammanfattningsvis så visar studien på att digitaliseringen påverkat affärsmodellen för redovisningsföretag då arbetsuppgifter och värdeskapandet påverkats vilket är en del av affärsmodellen. Denna förändring har lett till att arbetsuppgifterna för redovisningskonsulten har förändrats till att bestå av mer rådgivning samt skapat nya arbetsuppgifter kopplade till digitalisering. Förändrade affärsmodeller och arbetsuppgifter har i sin tur lett till att det värde som redovisningskonsulten levererar till kunderna förändrats. Värdet består nu av att skapa ett mervärde för kunderna utöver att hjälpa dem med den löpande bokföringen.

6.2 Studiens begränsningar

Vad gäller att förlita sig på studiens resultat så bör man vara medveten om de begränsningar studie har. Studien är gjord med åtta respondenter som är valda av oss uppsatsskrivare. Vi har själva valt vilka företag och respondenter vi tillfrågat om en intervju. Urvalet består sedan av de respondenter som var villiga att ställa upp. Studiens resultat baseras på intervjuer med dessa åtta

respondenter. Det är viktigt att vara medveten om att de som tackade nej till att ställa upp skulle kunna ha kommit med andra svar. Intervjuerna har transkriberats tätt inpå varje intervju men det finns fortfarande en risk att vi har missuppfattat eller misstolkat något som sagts under intervjuerna. Det finns även en risk att respondenterna medvetet eller omedvetet vinklat sina svar. Urvalsgruppen med åtta respondenter är anpassad efter studiens tidsram men för att få en högre reliabilitet och validitet i slutsatserna så hade det varit bra med fler intervjuer.

Studien har bland annat undersökt om det värde som redovisningskonsulten skapar för kunderna har förändrats. Det är viktigt att vara medveten om att slutsatsen på denna frågeställning är baserad på intervjuer med redovisningskonsulter. För att få ett mer tillförlitligt resultat så hade det varit bra att även intervjua kunderna.

6.3 Förslag till fortsatta studier

Vårt förslag till fortsatta studier är att studera hur digitaliseringen påverkar den kompetens som en redovisningskonsult behöver ha. I och med att studien visar på att det sker en förändring av redovisningskonsultens arbetsuppgifter så anser vi att det skulle vara intressant att studera vilken slags kompetens som krävs för att klara av de nya arbetsuppgifterna. Studier om hur denna kompetens ska säkras och vem som ska ansvara för det kompetensgap som uppstår skulle också kunna vara intressanta förslag till fortsatta studier. Utöver detta så skulle det även vara intressant att göra en studie om värdeskapande ur kundernas perspektiv. I denna studie har vi endast utgått ifrån värdeskapande ur redovisningskonsultens perspektiv. Byter man perspektiv kan man få en annan synvinkel på om och hur det värde som redovisningskonsulten levererar till kunderna har förändrats till följd av digitaliseringen.

7 Källförteckning

7.1 Litteratur

Bell, J & Waters, S. (2016). *Introduktion till forskningsmetodik*. 5. uppl. Lund: Studentlitteratur AB

Bryman, A. (2011). *Samhällsvetenskapliga metoder*. 2. uppl. Solna: Liber

Gillham, B. (2008). *Forskningsintervjun- Tekniker och genomförande*. Malmö: Studentlitteratur AB

Lantz, A. (2013). *Intervjumetodik*. 3. uppl. Lund: Studentlitteratur AB

Patel, R & Davidson, B. (2011). *Forskningsmetodikens grunder: att planera, genomföra och rapportera en undersökning*. 4., [uppdaterade] uppl. Lund: Studentlitteratur

Yin, Robert K. (2013). *Kvalitativ forskning från start till mål*. 1. uppl. Lund: Studentlitteratur

7.2 Vetenskapliga artiklar

Autor, David H (2015). Why are there still so many jobs? The history and future of workplace automation. *Journal of Economic Perspectives*, 29(3), 3-30

BarNir, A., Gallagher, J. M. & Auger, P. (2003). Business process digitization, strategy, and the impact of firm age and size: the case of the magazine publishing industry. *Journal of Business Venturing*, 18(6), 789-814.)

Betz, F. (2002) Strategic Business Models. *Engineering Management Journal*, 14:1, ss.21-28.

Brands, K. & Smith, P. (2016). READY OR NOT, HERE COMES ACCOUNTING AUTOMATION. *Strategic Finance*, 97(9), ss. 70–71.

Breman, A. & Felländer, A. (2014). Diginomics – nya ekonomiska drivkrafter. *Ekonomisk debatt*, 42(6), 28-38

Burchell, S. Clubb, C. Hopwood, A. Hughes, J & Nahapiet, J. (1980). The roles of accounting in organizations and society. *Accounting, Organizations and Society*, 5(1), pp.5-27.

Di Tullio, P., Valentinetti, D. & Rea, M. (2018) Integrating The Business Model Puzzle: A Systematic Literature Review. *International Journal of Business Research and Management (IJBRM)*, Volume (9) : Issue (1) : 2018

Doost, R. (1999) Computers and accounting: where do we go from here? *Managerial Auditing Journal*. Vol 14 (9), p. 487-488.

Eichentopf, T., Kleinaltenkamp, M. & van Stiphout, J., (2011) Modelling customer process activities in interactive value creation. *Journal of Service Management*, 22(5), pp.650–663.

Friedman, A. & Lyne, S. (2001) The beancounter stereotype: towards general model of stereotype generation. *Critical Perspectives on Accounting*. 423-451

Ghasemi, M. Shafeiepour, V. Aslani, M. & Barvayeh, E. (2011). The impact of Information Technology (IT) on modern accounting systems. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 28, 112-116.

- Goretzki, L., Strauss, E. & Weber, J. (2013). An institutional perspective on the changes in management accountants' professional role. *Management Accounting Research*, 24 (1), 41-63.
- Kempe, M. (2013). Framtidens rådgivning, redovisning och revision- en resa mot år 2025. *Kairos Future, FAR*.
- Krafft, G. & Kempe, M. (2016). Nyckeln till framtiden: framtidens redovisning, revision och rådgivning i det digitala landskapet. *Kairos Future, FAR*.
- Monroe, K. B. (1990). Pricing – Making Profitable Decisions. *New York, McGraw- Hill Book Company*.
- Normann, R. & Ramírez, R. (1993). From value chain to value constellation: designing interactive strategy. *Harvard business review*, 71(4), pp.65–77.
- Stiftelsen för Strategisk Forskning (2014), Vartannat jobb automatiseras inom 20 år – utmaningar för Sverige, *Stiftelsen för Strategisk Forskning, Stockholm*.
- Teece, David J. (2010). Business Models, Business Strategy and Innovation. *Long Range Planning*, vol 43, ss.172-194
- Vargo, S. & Lusch, R (2004). Evolving to a new dominant logic for marketing. *Journal Of Marketing*, 68(1), pp.1–17.
- Wilson, R.A. & Sangster, A. (1992). The automation of accounting practice. *Journal of Information Technology*. 7(2), 65-75.

7.3 Övrigt

- Alla bolag (2019) *Accountor Ekonomi & Rådgivning AB*. <https://www.allabolag.se/5565837803/bokslut> (Hämtad 2019-11-22)
- Alla bolag (2019) *Wint Group AB*
<https://www.allabolag.se/5569956914/wint-group-ab> (Hämtad 2019-11-22)
- Bokio. (2019) *Vi är Bokio*.
<https://www.bokio.se/vi-ar-bokio/> (Hämtad 2019-11-22)
- Elfgren, Björn. (2016) Nyckeln till framtiden: framtidens redovisning, revision och rådgivning i det digitala landskapet. *Kairos Future, FAR*.
- FAR. (u.a) *Vad gör en auktoriserad redovisningskonsult?*
<https://www.far.se/medlemskategorier/redovisningskonsult/vad-gor-en-auktoriserad-redovisningskonsult/> (Hämtad 2019-12-18)
- Fermskog, D. (2017) *Förändring sker hela tiden men företagen förändras inte av sig själv även om många verkar tro det*. LinkedIn. <https://www.linkedin.com/pulse/f%C3%B6r%C3%A4ndring-sker-hela-tiden-men-f%C3%B6retagen-f%C3%B6r%C3%A4ndras-inte-fermsko> (Hämtad 2019-11-22)
- Grant Thornton. (2019) *Om oss*.
<https://www.grantthornton.se/om-oss/> (Hämtad 2019-11-22)
- IHM. (2017). *Framtidens redovisningskonsult*.
<https://www.ihm.se/i-fokus/blogg/framtidens-redovisningskonsult/> (Hämtad 2019-11-11)

Lindholm, C. [u.å.]. Digitalisering. *Nationalencyklopedin*.

<https://www.ne.se/upplagsverk/encyklopedi/1%C3%A5ng/digitalisering> (Hämtad 2019-11-07)

Pasanen, M. (2019) *Vad skapar värde för kunderna?*. Knowit Blogs .[Blogg]. 3 oktober.

<https://blogg.knowit.se/insight-se/vad-skapar-v%C3%A4rde-f%C3%B6r-dina-kunder> (Hämtad 2019-11-22)

Revisionsvärlden (2018) *Krönikor*

<https://revisionsvarlden.se/> (Hämtad 2019-12-28)

Rundqvist, B. [u.å.]. Automatisering. *Nationalencyklopedin*.

<https://www.ne.se/upplagsverk/encyklopedi/1%C3%A5ng/automatisering> (Hämtad 2019-11-07)

SRF. (u.å). *Redovisningskonsult - ett framtidsyrke?*

<https://www.srfkonsult.se/studerande/redovisning/redovisningskonsult-ett-framtidsyrke/>

(Hämtad 2019-11-11)

Southern Cross University. (2015). *Accounting in a digital world*. [Blogg]. 15 september.

<https://online.scu.edu.au/blog/accounting-digital-world/> (Hämtad 2019-11-22)

Vetenskapsrådet. (2002). *Forskningsetiska principer inom humanistisk-samhällsvetenskaplig forskning*.

https://www.gu.se/digitalAssets/1268/1268494_forskningsetiska_principer_2002.pdf (Hämtad 2019-12-20)

Visma. (2018). *Redovisningskonsult - Vad är en redovisningskonsult?*

<https://vismaspcs.se/ekonomiska-termer/vad-ar-redovisningskonsult> (Hämtad 2019-11-11)

Wahlberg, M. (2016). *Ny affärsmodell en viktig konkurrensfaktor för framtiden*. Norrköping science park.

<https://www.nosp.se/1499-2/> (Hämtad 2019-11-19)

Bilaga 1

Intervjuguide

Inledning

- Är det okej att vi spelar in intervjun?
- Hur länge har du arbetat som redovisningskonsult?
- Är du auktoriserad redovisningskonsult?
- Vilket företag arbetar du på?

Huvudfrågor

- Vilka är dina huvudsakliga arbetsuppgifter som redovisningskonsult?
- Vilka system/digitala verktyg använder ni er av?
- Anser du att digitalisering bidragit till att yrkesrollen har utvidgats och därmed skapat nya arbetsuppgifter?
- Vilka fördelar och nackdelar ser du med digitalisering och automatisering?
- Hur har automatisering påverkat dina arbetsuppgifter? Känner du att de förstärker, kompletterar eller ersätter arbetet som redovisningskonsult?
- Hur ser fördelningen ut mellan löpande bokföring och rådgivning? Har den skiftat under tiden som du arbetat som konsult?
- Tror du att redovisningsföretag nu och i framtiden behöver förändra sin affärsmodell på grund av digitalisering?
- Hur skapar du som redovisningskonsult värde för dina kunder idag kontra tidigare?
- Har ditt sätt att skapa värde för kunderna förändrat i och med digitalisering?
- Anser du att digitaliseringen har påverkat kundernas förhandlingsstyrka och förändrat maktbalansen på redovisningsbranschen?