

Martin Skaugen Larsen
Magnus Olasveen
Joakim Qvigstad

Regnskapsførerens fremtid

En utvalgsstudie om automatiseringens
påvirkning på regnskapsføreren

Bacheloroppgave i Økonomi og administrasjon

Veileder: Ingjerd Thon Hagaseth

Mai 2023

Martin Skaugen Larsen
Magnus Olasveen
Joakim Qvigstad

Regnskapsførerens fremtid

En utvalgsstudie om automatiseringens påvirkning
på regnskapsføreren

Bacheloroppgave i Økonomi og administrasjon
Veileder: Ingjerd Thon Hagaseth
Mai 2023

Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet
Fakultet for økonomi
Institutt for industriell økonomi og teknologiledelse



Kunnskap for en bedre verden

Sammendrag

Tittel:	Regnskapsførerens fremtid	Dato: 22.05.23
	"En utvalgsstudie om automatiseringens påvirkning på regnskapsføreren"	
Deltaker(e)/	Martin Skaugen Larsen	
	Magnus Olasveen	
	Joakim Qvigstad	
Veileder(e):	Ingjerd Thon Hagaseth	
Oppdragsgiver:	Lykketall AS	
Nøkkelord	Regnskapsfører, automatisering, rådgiving, kundehåndtering, psykologi.	
Antall sider/ord:	Antall vedlegg: 4	Publiseringsavtale inngått: Ja
38/15 375		

Roboter som gjør regnskapet, mulighet for mindre arbeid og en usikker framtid. Dette er temaer som dukker opp i dagens jobbmarked i regnskapsbransjen. Hovedårsaken til utspringet av dette kommer fra utviklingen til teknologi som automatiserer arbeidsoppgaver for en regnskapsfører. Det som en gang ble utført med mye papirarbeid, kan nå utføres mye raskere, nesten helt av seg selv.

Denne bacheloroppgaven omhandler regnskapsførerens fremtid. Formålet er å undersøke hvordan regnskapsføreren skal tilpasse seg den teknologiske utviklingen den står ovenfor. Oppgaven legger vekt på hvordan regnskapsføreren skal opprettholde sin inntjening, og hvordan automatiseringen påvirker ansatte.

For å besvare oppgaven har det blitt gjennomført kvalitative undersøkelser i samarbeid med vår oppdragsgiver, som har gitt oss en gruppe ansatte, kunder og programutviklere som vi kunne intervjuer. Basert på funnene vil resultatene drøftes opp mot relevant teori.

Funnene viser at det på dette stadiet av utviklingen er de enkle oppgavene rundt bilagsføring som vil bli automatisert. De viser også til at rollen til regnskapsføreren går mer over til en regnskapsrådgiver enn regnskapsfører. Både kunder og ansatte gir uttrykk for at denne utviklingen er positiv, da de ansatte vil få mer kapasitet til å rådgi kundene om deres regnskap og økonomi.

Abstract

Title:	The future of the accountant	Dato: 22.05.2023
	“A sample study of the impact of automation on the role of the accountant”	
Participants/	Martin Skaugen Larsen	
	Magnus Olasveen	
	Joakim Qvigstad	
Supervisor(s)	Ingjerd Thon Hagaseth	
Employer:	Lykketall AS	
Keywords	Accountant, automation, customer counselling, customer management, psychology.	
Number of pages/words: 38/15 375	Number of appendix: 4	Availability: Open

The accountant of the future. Technology is advancing rapidly, and the ability to automate tasks presents both opportunities and threats to the accountants of today. The things that yesterday were done in a day by humans, are now being done by software within a few minutes.

The aim of this bachelor's thesis is to explore the future of accountants. It will discuss the problematics of how technology will affect the work that the accountants do, their source of income, and in what way the employees will be affected.

To answer these questions qualitative studies have been conducted through interviews with employees, customers and program developers provided by our employer. These findings will further be analyzed with relevant theories, which will help provide a more suitable answer to the problem being discussed.

Our research findings indicate that basic accounting tasks will soon be automated by software. Our findings also tell us the role of the accountant will shift towards that of an advisor about their economies and finances. Both customers and accountants express that this development represents positive progress, leading to improved and more productive relationships.

Forord

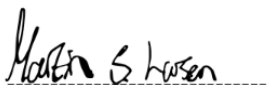
Gjennom mye jobb, drøfting og analyse sitter vi nå med vår bacheloroppgave. Denne teksten vil være vårt avsluttende verk på våres 3-årige studie i økonomi og administrasjon på NTNU Gjøvik. Prosessen har bydd utfordringer, men vi sitter igjen med mange erfaringer og godt læringsutbytte. Gruppen har jobbet godt sammen, og alle har bidratt jevnt til løsningen av oppgaven.

Bacheloroppgaven vår tar for seg ulike sider av hvordan en regnskapsførers fremtid kan se ut. Vi synes problematikken er veldig interessant, siden den vil være veldig aktuell for ulike bransjer de neste årene. I dagens teknologiske utvikling står automatisering for en stor del av regnskapsførerens fremtid, og hvordan deres hverdag vil se ut. De potensielle utfallene av regnskapsførerens fremtid, har motivert oss til å gå dypt inn i forskningen.

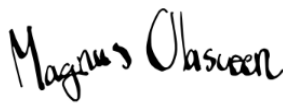
Vi vil med denne anledningen takke vår veileder Ingjerd Thon Hagaseth som har stilt opp med hjelp og innspill gjennom bachelorprosessen. Andre vi vil takke er vår oppdragsgiver Lykketall AS som har lagt rammen for oppgavens gjennomføring. Vi vil med det også takke dere som har bidratt til gruppene kunder, ansatte og systemleverandører for deres bidrag gjennom gode samtaler. Oppgaven hadde ikke vært mulig uten dere. Vi setter stor pris på informasjonen, tilgjengeligheten og tilbakemeldingene vi har fått gjennom hele denne perioden.

Gjøvik, 22. Mai 2023

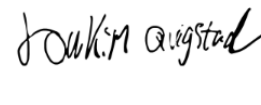
Martin Skaugen Larsen



Magnus Olasveen



Joakim Qvigstad



Innholdsfortegnelse

Sammendrag	I
Abstract.....	III
Forord.....	V
Tabelloversikt	VIII
1.0 Innledning	1
1.1 Bakgrunn for valg av tema.....	1
1.2 Formål, avgrensning og problemstilling	2
1.3 Begreper og definisjoner.....	3
1.4 Oppsummering og videre oppbygging av oppgaven	3
2.0 teori	4
2.1 Automatisering.....	4
2.1.1 Skill-Biased Technological Change.....	4
2.1.2 RPA-implementering i bedrifter	5
2.2 Differensiering	6
2.3 Kundehåndtering og CRM.....	6
2.4 Kundetilfredshet og Lojalitet	6
2.5 Psykologi.....	7
2.5.1 Emosjoner	7
2.5.2 Motivasjon	8
2.5.3 Personlighetsteorier.....	9
3.0 Presentasjon av Lykketall	10
4.0 Metode	10
4.1 Undersøkellesdesign.....	11
4.2 Valg av metode	12
4.3 Innsamlingsmetode	12
4.4 Utvalg av enheter	14
4.5 Analyse-metode av datamaterialet	14
4.6 Metodekvalitet	15
4.6.1 Intern og ekstern gyldighet	15
4.6.2 Pålitelighet og reliabilitet	16
4.7 Etikk.....	17
5.0 Funn	18
5.1 Kunder.....	18
5.2 Ansatte	22
5.3 Systemleverandører.....	24

6.0 Analyse og drøfting.....	26
6.1 Automatisering og RPA-implementering som regnskapsverktøy.....	26
6.2 Regnskapsførerens kontrollfunksjon.....	28
6.3 Verdiskapende rådgiving	30
6.4 Kundebehandlings påvirkning på kunderelasjonen	31
6.5 Endringenes påvirkning på regnskapsføreren	33
7.0 Avslutning.....	35
7.1 Oppsummering av oppgaven	35
7.2 Refleksjon over arbeidet: Hva kunne vi gjort annerledes?	37
7.3 Forslag til videre forskning	38
8.0 Referanseliste.....	39

Tabelloversikt

Tabell 5. 1, Funn kunder	18
Tabell 5. 2, Funn ansatte	23

1.0 Innledning

1.1 Bakgrunn for valg av tema

Regnskapsbransjen står ovenfor store endringer. Inntoget av nye teknologiske utviklinger som automatiserer mye av den tradisjonelle regnskapsføringen utfordrer regnskapsførerens etablerte rolle. Hvordan må regnskapsføreren utvikle seg sammen med teknologien? Vil kundene gå vekk fra regnskapsføreren, da regnskapsføreren kanskje ikke trengs for å skrive regnskap lenger, eller kan regnskapsføreren utvikle seg for å møte kundens behov? Dette er spørsmål flere innenfor regnskapsbransjen har spurt seg selv når de ser hvilken påvirkning automatiseringen kan ha på deres arbeidsoppgaver.

Fra artikkelen *The future of employment: How susceptible are jobs to computerisation?* skrevet av Frey og Osborne, diskuteres det hvordan ulike yrker vil bli påvirket av digitalisering, og ulike yrkers levetid. Artikkelen ble publisert 2013 så man kan se at det allerede har vært flere år med denne “frykten” for at arbeid skal forsvinne. Fra artikkelens “appendix” kan man lese av at yrker som er kategorisert som “Bookkeeping, Accounting, and Auditing Clerks” ligger på plass 671 av 702 med en sjanse på 98% for å bli digitalisert. Et raskt blikk på dette av regnskapsførere kan resultere til usikkerhet rundt egen fremtid (Frey og Osborne, 2013).

Som et resultat av automatiseringens store utvikling, kan flere yrker miste sin tillit til eget arbeid. Denne fremstillingen kan vi se i artikkelen Robotene og arbeidsmarkedet: Et kritisk blikk på Frey og Osbornes analyse skrevet av Ekeland og Krüger. Her ser de på hva Frey og Osborne mente i 2013, og mener de har fremstilt det for dramatisk gjennom sin metode. I artikkelen kritiserer de dem på at det er brukt gjetting til de ulike yrkene, og mye fokus på subjektive meninger. I tillegg fikk den stor medie-oppmerksomhet, så det er flere momenter rundt artiklene som har skapt frykten rundt automatisering. Men ved å se på denne kritiske vurderingen kan man se ulikt på automatisering, og at det ikke nødvendigvis vil være like truende (Ekeland og Krüger, 2020).

Gjennom nye krav og hvordan bransjen utvikler seg, vil det dukke opp nye arbeidsoppgaver til regnskapsføreren. I artikkelen *Fra bokfører til rådgiver?* tar de opp utviklingen i regnskapsbransjen, og sier at de tradisjonelle bokføringsoppgavene ikke vil være hovednæringen til bransjens inntjening. Dette kommer av teknologisk utvikling, som gjør at regnskapsføreren blir avhengig av å supplere med nye tjenester, da de tradisjonelle

oppgavene som bokføring blir hel-automatisert. Som et resultat av dette har regnskapsførerne begynt å rette seg mot rådgivning, og dette blir sett på som den nye tjenesten som skal støtte opp mot automatiseringen. Et punkt fra artikkelens konklusjon så sier forfatterne:

Vi ser også en økning i bruk av ord som strukturert og nytenkende samt vektlegging av samarbeid og relasjonsbygging. En økt etterspørsel etter personer med disse egenskapene kan tyde på at regnskaps-kontorene ønsker personer som kan bistå kundene i å løse økonomiske og strategiske problemstillinger samt å ha økt dialog med kunden. (Løvaas, et. Al, 2018, s. 178).

Av dette kan man se antydninger til at det kan bli nye trekk man ser etter i en regnskapsfører, noe som belyser hvilken retning regnskapsføreren kan utvikle seg i fremtiden (Løvaas, et. Al, 2018).

1.2 Formål, avgrensning og problemstilling

Formålet med denne oppgaven er å få kunnskap om hvordan regnskapsføreren kan tilpasse sin fremtid med økende implementering av teknologi. Forståelse for hvordan teknologiutvikling påvirker regnskapsbransjen kan være med på å forbedre løsninger som vil være nødvendige. Når bransjen blir så påvirket av automatisering vil det være avgjørende at regnskapsføreren klarer å finne andre tjenesteområder for å opprettholde sin inntjening, samt sikre dens fremtid (Løvaas, et. Al, 2018).

Oppgaven er avgrenset til å se på omstendighetene rundt vår oppdragsgiver, Lykketall AS. Lykketall som vår oppdragsgiver vil finne et utvalg som blir våre intervju kandidater, da i form av kunder, ansatte og deres systemleverandører. Vår undersøkelse vil derfor falle under ett små-n-studie, da vi vil ha et utvalg til vår studie som skal belyse ulike sider ved problemstillingen. Vi vil gjennom disse intervjuene få en god mengde data som vil bli brukt til å skape en forståelse for hvordan bransjen generelt ser ut.

Med Utgangspunkt i det overnevnte, har vi kommet frem til følgende problemstilling:

“Hvordan vil regnskapsførerens fremtid se ut, når de tradisjonelle oppgavene blir automatisert?”

Vi har valgt å bringe frem to forskningsspørsmål for å bruke disse til å svare på problemstillingen. Disse spørsmålene er: *“Hvordan skal regnskapsføreren opprettholde inntjening når automatisering av arbeidsoppgaver reduserer manuelt arbeid?”*, og *“Hvordan*

vil utviklingen påvirke ansatte?”. Ved å svare på disse forskningsspørsmålene vil det skape en forståelse, som gjør at vi bedre kan svare på selve problemstillingen.

1.3 Begreper og definisjoner

Regnskap - “Regnskap vil si å redegjøre for bedriftens virksomhet uttrykt i penger.” (Berg, 2018, s.32).

Regnskapsbransjen - “Regnskapsbransjen består av autoriserte regnskapsforetak og statsautoriserte regnskapsførere som driver virksomhet gjennom enkeltpersonforetak.” (Austheim, 2023)

Punching - “Punching er et lånord brukt om registrering av tall eller informasjon på en manuell måte” (Tripletex, 2023)

Script - I dataprogrammering er et “script” et program eller sekvens med instruksjoner som er tolket av et annet program istedenfor enn en dataprocessor, og blir utført av et operativsystem når den påkalles (Tehtarget, 2021)

Nytteverdi - “Økonomer bruker uttrykket nytte som et mål på grad av tilfredshet eller glede en konsument oppnår fra konsum av varer og tjenester” (Pindyck og Rubinfeld, 2013, s. 46).

1.4 Oppsummering og videre oppbygging av oppgaven

Over har vi nå presentert tema for oppgaven, og tidligere forskning til det som vil skape bakgrunnen til vår oppgave. Gjennom formål og avgrensning til oppgaven har vi kommet frem til en problemstilling som belyser hva resten av teksten skal omhandle. Tekstens videre oppbygging vil vise til relevant teori. Det vil gjøres en presentasjon av oppdragsgiver, da de brukes som eksempel på hvordan regnskapskontorer kan tilpasse seg teknologiutvikling. Etter kommer det en forklaring av vårt forskingsarbeid, der vi drøfter og forklarer våre metodiske valg. Videre blir funnene presentert, og de blir deretter analysert og drøftet i en egen del. Til slutt vil vi bruke drøftingen til å komme med forslag til problemsstillingen, samt gi en refleksjon av oppgaven og potensiell ny forskning.

2.0 teori

I denne delen av oppgaven vil vi redegjøre for teori som skal brukes i drøftingen og sammenlignes med funnene vi har gjort. Teoriene som er valgt kommer ut ifra relevans til forskningsspørsmålene som hører til problemstillingen, og vil belyse kjernen i både forskningen og drøftingen.

2.1 Automatisering

Gjennom historien har verden og spesielt næringslivet blitt påvirket av flere industrielle revolusjoner. Det startet med den første revolusjonen på begynnelsen av 1700-tallet, og har nå dratt verden inn i den tredje, muligens begynnelsen av den fjerde. Den tredje revolusjonen med utviklingen av datamaskiner og systemer for prosessering, lagring og distribusjon av data har hatt stor innvirkning på næringslivet. Regnskapsbransjen som i all hovedsak besto av fysiske papirer, har blitt mer digitalisert og automatisert (Heggernes, 2020, s. 44-45).

Automatisering handler om at systemer og prosesser blir selvvirkende og selvregulerende, altså det menneskelige aspektet er ikke lenger nødvendig for å utføre arbeidet.

Automatisering blir ofte sett på som nødvendig for å skape ett konkurransefortrinn i en organisasjon, men automatiseringen kan bringe med seg både fordeler og ulemper (Lee og Manoj, 2022, s. 84).

2.1.1 Skill-Biased Technological Change

En av ulempene som er forårsaket av automasjon kan være at mennesker mister jobbene sine på grunn av at den menneskelige arbeidskraften på noen områder ikke lenger er sentral.

Forskere studerer kontinuerlig arbeidsmarkedet for å lete etter konkrete sammenhenger som kan gi en indikasjon på hvilke jobber som vil falle eller øke i tilgjengelighet. Skill-Biased Technological Change (SBTC) er en teori som omhandler at etterspørselen etter godt kvalifiserte arbeidstagerer har en korrelasjon med teknologiutviklingen, mens middels og lavt kvalifiserte arbeidstagerer er de som står i fare for å miste jobbene som en konsekvens av teknologiutviklingen. Denne teorien får sin støtte ved at de høyt kvalifiserte arbeidstagerne komplementeres av teknologien, som skaper høyere produktivitet. De lavt kvalifiserte arbeidstagerne vil i større grad bli erstattet av denne teknologien. Selv om dagens arbeidsmarkeder er svært teknologisk preget, vil det ikke være mulig å full-automatisere enhver arbeidsoppgave. Det er mulig å se at oppgaver som er veldig rutinepreget vil være lettere å automatisere enn oppgavene som ikke er så preget av rutine. Her vil også mennesket

stå sentralt, hvis ulike oppgaver har behov for dens egenskaper og evne vil det være vanskelig å automatisere den (Fauske, 2020).

2.1.2 RPA-implementering i bedrifter

Ved endringer i markedet og samfunnet, som kan komme av teknologisk utvikling, må bedrifter klare å tilpasse seg. På grunn av dette vil implementering av Robotic Process Automation (RPA) være tiltak som vil styrke en bedrifts posisjon ved radikale teknologiske endringer. RPA kan defineres som robot software som bruker automatisert teknologi som kan gjenskape menneskelige arbeidsoppgaver. Ved å angi ulike oppgaver med fremgangsmåter til en robot software, i form av et script, vil RPA utføre oppgaven automatisk og raskere enn hva et menneske tradisjonelt ville gjort (IBM, 2023).

RPA-implementering vil gi bedrifter mer verdiskapende arbeid. I artikkelen *Early evidence of digital labor in accounting: Innovation with Robotic Process Automation* skrevet av Kokina og Blanchette, beskrives en studie som tar for seg bedrifters implementering av RPA og deres erfaring med dette. Gjennom denne artikkelen kan vi finne et ønske om verdiskapende arbeid. Dette kommer frem i sitatet:

Many state that their goal is to transition their employees' tasks from manual to higher value tasks (e.g., analytical tasks and customer-facing tasks). As a result, Company D expresses its RPA impact in terms of labor hours saved. (Kokina og Blanchette, 2019, s. 10)

RPA vil bidra til at det manuelle arbeidet vil gå over til automatiserte oppgaver, noe som er mindre tidkrevende. Kjennetegn på slike arbeidsoppgaver vil være repeterende, og ha kjente mønstre som hovedaktivitet. Implementasjonen av RPA vil gjøre at det blir mer tid spart, slik at man får mer tid til enda mer krevende oppgaver enn de som kan utføres enkelt. Et resultat av dette vil gi bedrifter mer tid til verdiskapende arbeid (Kokina og Blanchette, 2019).

Når Robot software har blitt brukt opptil flere ganger til sin oppgave, og med forbedringer ved hvert forsøk, vil den bli mer presis og konsistent på utførelsen. Som et resultat av dette vil prosessene til tjenestene som bedriftene utfører bli mer fast, og det vil være mindre sjans for feil ved dem. En annen bedrift i artikkelen til Kokina og Blanchette legger til "In addition to saving time spent on manual tasks, another impact of RPA is error rate reduction and improvement in process quality" (Kokina og Blanchette, 2019, s. 10).

2.2 Differensiering

Michael Porter hevdet i sin tid at det var bare tre fundamentale strategier en organisasjon kan utnytte, altså de tre generiske strategiene. Enhver organisasjon trenger å velge en av disse generiske strategiene for å være konkurransedyktig på markedet, samt at strategien burde gi et bærekraftig konkurransefortrinn. Porter delte disse generiske strategiene inn i kostnadslederskap-, differensiering- og fokusstrategi (Lynch, 2021, s. 287-289).

Differensiering forekommer når ett produkt eller en tjeneste av ett spesifikt selskap tilfredsstiller kundens behov bedre enn tilsvarende produkter fra andre selskaper. Når et selskap befinner seg i den posisjonen at kunder foretrekker dens produkt eller tjeneste på markedet, kan dette gi en mulighet til å sette prisen høyere enn den gjennomsnittlige prisen på tjenesten. For at differensiering skal fungere må selskapet identifisere et segment der de kan tilfredsstille behov. Det vil her være viktig at kunden føler at den oppnår en høyere nytteverdi ved hjelp av bedre service, høyere kvalitet eller bedre utførelse for at den skal betale en høyere pris enn gjennomsnittet. For å kunne differensiere et produkt eller en tjeneste argumenterte Porter at det er nødvendig at selskapet pådrar seg ekstra kostnader i form av reklame slik at produktet og merkevaren har muligheten til å bli differensiert. Denne argumentasjonen kan også være et problem for selskapet hvis den ikke klarer å estimere riktig på kostnadsbruken for å differensiere, og dermed ikke klarer å hente inn igjen kostnadene ved høyere priser (Lynch, 2021, s. 289).

2.3 Kundehåndtering og CRM

En kunderelasjon er det som en kan se på som forholdet mellom en bedrift og kunde, og hvordan disse samhandler mellom hverandre. En slik relasjon vil enhver bedrift se på som viktig siden gode relasjoner beholder kunder, og kan vises som et godt bilde utad som er godt for bedrifters renommé. Dette viser at bedrifter vil se behovet for å håndtere kunderelasjonene, og derfor er customer relationship management (CRM) helt nødvendig for å lykkes. CRM er en god strategi og ledelsesform, og tar for seg styringen av kunderelasjoner i en bedrift. Styrkene til denne styreform er at den gir potensialet for vekst og suksess for bedrifter i dagens omgivelser som er preget av rask teknologisk utvikling og endring. I tillegg vil den gjør at bedrifter bli enda mer kjent med sine kunder, som vil knytte enda sterkere bånd med dem (Rababah, Mohd og Ibrahim, 2011).

2.4 Kundetilfredshet og Lojalitet

Evans og Lindsay beskriver kundetilfredshet som “the result of delivering a product or service that meets customer requirements” (Evans og Lindsay, 2020, s. 98). For en bedrift er

kundetilfredshet viktig, da det kan brukes som en indikator som forteller om hvor fornøyde kundene er etter å ha brukt et produkt eller tjeneste. Når en bedrift sitter med disse målene vil den klare å identifisere hva den bør fortsette med, og hva som ikke er like lønnsomt å drive med. Data som vil vise dette kan være ulik feedback fra kundene. Dette kan være erfaringer som er knyttet til bruken av et produkt eller tjeneste, slik at bedriftene kan få med seg hva det var som skapte tilfredsheten til kunden (Evans og Lindsay, 2020, s. 121).

Ivaretagelse på feedback er viktig for å bevare det gode rykte til en bedrift. Viktigheten av dette kan vises fra forskning som sier at kunder vil fortelle dobbelt så mange bekjente om en dårlig erfaring, enn hva den ville sagt om en god erfaring (Evans og Lindsay, 2020. S. 98). Bedrifter bør ta til seg slike funn, analysere kundens forståelse av bedriften, ulike klager fra kunden og bruke dette til vurdering av tiltak som kan føre bedriften i riktig retning (Evans og Lindsay, 2020. S. 124-125).

Kundelojalitet viser til graden av engasjement eller tilknytningsform kunder har til et produkt eller tjeneste fra en bedrift. Måter å registrere dette på er ved å se de kunder som vil velge en bedrift fremfor en annen (Framnes, Pettersen og Thjømøe, 2018, s. 258). Måter bedrifter kan måle lojalitet på blant sine kunder, kan være ved å se på sannsynligheten for at kunder anbefaler produkt eller tjeneste til andre, fortsetter å kjøpe samme produkt eller bytter til en annen forhandler. Dette kan man se fra gode erfaringer, service eller behandling fra en bedrift. Eksempler på dette kan være kundelojalitet knyttet til bilmerker, telefonmerker eller hvilken matbutikk kundene velger å kjøpe fra (Evans og Lindsay, 2020, s. 130). Likt som kundetilfredshet er også lojalitet viktig for bedrifter. Det er nemlig slik siden en eksisterende kunde er 5 ganger billigere enn en ny kunde. Utsagnet kan forklares fra kostnader knyttet til markeds kampanjer for å skaffe nye kunder, mot det å ha en fast lojal kunde (Evans og Lindsay, 2020, s. 98).

2.5 Psykologi

Når teknologi endrer vilkårene i en bransje som det regnskapsbransjen står ovenfor, så er psykologi et viktig element å ta hensyn til. Hvordan ansatte og kunder reagerer er viktig å se på, derfor vil det her redegjøres for generell psykologi.

2.5.1 Emosjoner

Emosjoner er en "samlebetegnelse på følelser, affekter og humørtilstander" (Kaufmann og Kaufmann, 2015, s. 87). Humørtilstander er en tilstand som enten kan være positive eller negative. Om humørtilstanden er positiv kan man være mer åpen for kreativitet og endringer,

mens om humørtilstanden er negativ vil man oppleves som mer tilbakeholdende. Forskning viser at begge tilstandene kan være positive i en organisasjon, da man trenger de som ser etter nye løsninger på utfordringer, samtidig som at man trenger de som holder litt tilbake (Kaufmann og Kaufmann, 2015, s. 87-88).

Emosjoner, altså følelser, affekter og humørtilstander, vil ofte være knyttet opp mot situasjonen en befinner seg i. Om arbeidshverdagen til en ansatt står ovenfor store endringer kan den oppleve både positive og negative emosjoner rundt dette, og den ansattes reaksjon vil ofte være grunnlagt i emosjonene. Positive emosjoner på arbeidsplassen kan blant annet lede til spontanatferd. Dette er atferd som ikke er påkrevd, altså noe den enkelte gjør på eget initiativ. (Kaufmann og Kaufmann, 2015, s. 92 og 97). Ved sterkt ubehagelige opplevelser kan angst bli en faktor for den ansatte. Angst er en opplevelse som gir et sterkt ubehag hos individet som opplever det, selv om årsaken ikke alltid er klar (Kaufmann og Kaufmann, 2015, s. 101).

2.5.2 Motivasjon

Motivasjon er et begrep som brukes for å forklare individers motiver ved deres handlinger. For bedrifter og organisasjoner er det viktig at de ansatte opplever motivasjon for arbeidet de gjør, slik at de vil yte og bidra til organisasjonens arbeid. For å forklare hva som motiverer mennesker har det blitt gjort et skille på forskjellige kilder til motivasjon. Blant disse finner du behovsteorier, sosiale teorier og situasjonsteorier. Behovsteorier er teorier som skal forklare motivasjon ut ifra grunnleggende behov hos individet. Sosiale teorier er teorier som forklarer motivasjon ut ifra individet sett opp mot andre individer. Situasjonsteorier forklarer motivasjon opp mot egenskaper ved selve arbeidet som skal utføres (Kaufmann og Kaufmann, 2015, s. 113-114).

Blant situasjonsteoriene er teorien om jobb-behov og jobbkrav (Kaufmann og Kaufmann, 2015, s. 140). Teorien ser på skillet mellom grunnleggende behov som må være dekket for at jobben skal gjøres, og trekk som kan være dekket for at arbeidet som oppleves som mer motiverende for den ansatte. I teorien, som ble utviklet av den norske arbeidslivsforskeren Einar Thorsrud, ble det utviklet seks behov som vil gjøre arbeidet mer motiverende for den ansatte. Disse seks behovene tar for seg trekkene: hvor utfordrende arbeidet er, grad av variasjon i jobben, evne til å lære av jobben, grad av beslutningsmyndighet og ansvar, grad av sosial støtte, behov for at arbeidet skal kunne relateres til individets sosiale liv og behovet for at jobben en yter leder til en ønsket fremtid (Kaufmann og Kaufmann, 2015, s. 140-141).

Jobbkarakteristikamodellen er en annen av situasjonsteoriene som er utviklet av psykologene Hachman og Oldham. Modellen tar for seg mer systematiske modeller for å forklare motivasjonen i arbeid. De beskriver oppnåelse av motivasjon opp mot fem trekk: variasjon i ferdigheter som blir tatt i bruk, oppgaveidentitet, altså hvilken del av arbeidet det enkelte individet utfører, oppgavebetydning, da hvilken betydning og mening den ansatte evner å føle opp mot arbeidet den gjennomfører, autonomi, beskrevet i form av ansvar og frihet den som gjennomfører arbeidet har og grad av tilbakemelding som beskriver hvordan den som utfører arbeidet klarer å måle resultatene av arbeidet (Kaufmann og Kaufmann, 2015, s. 142-144).

2.5.3 Personlighetsteorier

Trekkteorier er samling av teorier innenfor psykologi som skal forklare personligheten til mennesker ut fra personlighetstrekk ved individet. John Holland er en psykolog som brukte kunnskapen om personlighetstyper til å forklare hvordan forskjellige individer gjør yrkesvalg. Dette på bakgrunn av antagelsen om at mennesker velger jobber som passer deres personlighetstype. Holland beskrev seks jobbpersnolighetstyper: realistisk, utforskende, artistisk, sosial, foretaksom og konvensjonell. Han forklarte dette fenomenet i form av en sekskant som er kjent som Hollands sekskant, der de karriererelaterte personlighetstypene er satt opp som hvert sitt ytterpunkt. De seks personlighetstypene Holland har belyst i teorien er: realistisk, utforskende, artistisk, sosial, foretaksom og konvensjonell. (Kaufmann og Kaufmann, 2015, s. 174-175).

Holland beskriver individer med realistiske yrkesinteresser med at de liker konkrete oppgaver. Det vil si klart definerte oppgaver der resultatet av arbeidet er lett å se. Individer i denne kategorien er å anse som tilbakeholdne og mindre sosiale. På den andre siden av skalaen viser Holland til kategorien med sosiale individer. Denne gruppen liker å samarbeide med andre mennesker for å løse oppgaver. Mellom de sosiale og realistiske kategoriene har Holland satt foretaksom og konvensjonell. Foretaksomme individer er å anse som svært sosiale, og de blir beskrevet som individer som liker å kunne bruke sin sosiale kunnskap for å påvirke andres holdninger. Konvensjonelle individer er beskrevet som systematiske mennesker som ønsker strukturerte og forutsigbare oppgaver (Kaufmann og Kaufmann, 2015, s. 174-175).

Roberts et al. kom med en annen teori som tar for seg forskjellige personligheter i forbindelse med jobb. Teorien forsøker å beskrive hvordan personlighetstrekk henger sammen med yrkesprestasjoner. Enkelte av faktorene teorien tar for seg er at mennesker oppsøker arbeid

som passer personlighetene deres, og at mennesker som ikke føler de passer i et arbeid naturlig vil finne seg andre jobber (Kaufmann og Kaufmann, 2015, s. 173-174).

3.0 Presentasjon av Lykketall

I denne delen av oppgaven vil vi gi en beskrivelse av vår oppdragsgiver som beskrevet av daglig leder:

Vår oppdragsgiver til denne bacheloroppgaven er Lykketall AS. De er et regnskapsbyrå som holder til på Dokka. De har også kontorer på Gjøvik og i Oslo, noe som gir dem tilstedeværelse flere steder i landet. De har stort fokus på heldigitale løsninger, og de går til og med så langt som å si at kunder som ønsker å bruke “penn og papir” må finne seg andre regnskapsførere. Lykketall bruker Tripletex sine regnskapsprogrammer for aktiv regnskapsføring. På grunn av deres bruk av digitale løsninger har de mulighet til å ha kunder over hele landet.

Som resultat av deres bruk av regnskapsprogrammer som automatiserer arbeidsoppgaver er de frampå med å ta i bruk programmer som automatiserer arbeidet. Gjennom det klarer de å effektivisere arbeidet sitt. Dermed har de utviklet seg fra å være tradisjonelle regnskapsførere til å åpne fokuset på kundeservice i form av rådgiving, og man ser at alle ansatte i bedriften i større grad enn før er i direkte kontakt med kunden.

4.0 Metode

“Hensikten med forskning er å frambringe gyldig og troverdig kunnskap om virkeligheten. For å klare dette må forskeren ha en strategi for hvordan han eller hun skal gå fram. Denne strategien er metoden” (Jacobsen, 2015, s.15). Slik blir det framstilt av Jacobsen hvorfor det er viktig med metode. Denne strategien er ment for at man skal klare å finne frem til svar på fenomener som det er lite kunnskap rundt, og skape oppklaringer på utfordringer som man utsettes for. Som et resultat av dette vil vi skape en større forståelse for den virkeligheten mennesket er en del av, og lever i.

I denne delen av vår bacheloroppgave skal det presenteres frem hvordan vi har gått frem metodisk. Vi vil ta for oss undersøkelsesdesign, valgt metode, utvalg, datainnsamling, metodekvalitet og etikk. Vår problemstilling: «*Hvordan vil regnskapsførerens fremtid se ut, når de tradisjonelle oppgavene blir automatisert?*» binder seg til et felt med usikkerhet for regnskapsbransjen, som vil bestemme og påvirke hvordan vi vil arbeide metodisk.

4.1 Undersøkelsesdesign

For å velge undersøkelsesdesign bør man først ha en god forståelse for sin problemstilling. Det er problemstillingen sin karakteristikk som bestemmer hvilken tilnærming man bør ha, og hvordan man skal samle inn data (Jacobsen, 2015, s.78). Ser vi tilbake til vår problemstilling “*Hvordan vil regnskapsførerens fremtid se ut, når de tradisjonelle oppgavene blir automatisert?*” så stiller vi et spørsmål vi ikke vet mye om, og ønsker å se hva regnskapsføreren skal gjøre. På grunn av dette går vi bort fra beskrivende og forklarende problemstillinger, da disse begrenser seg ved å kun forklare hvorfor og hvordan situasjonen er. Dette kan forklares i forskjellen mellom en problemstilling som diskuterer problematikken rundt hvorfor regnskapsføreren utvikler seg i en spesifikk retning, mot problemstillingen vi har konstruert, som byr på utforskning. Målet med problemstillingen vi har valgt er å skape mer klarhet og kunnskap rundt regnskapsførerens fremtid. Derfor er problemstillingen eksplorerende (Jacobsen, 2015, s. 80).

Videre arbeid etter analyse av problemstillingen er å anskaffe et passende undersøkelsesdesign. Valget for designet er kritisk siden det vil støtte gyldigheten til hele gjennomføringen, og om det vil belyse vår problemstilling (Jacobsen, 2015, s. 89). Vi kom fram til at vår problemstilling var eksplorerende. Derfor vil forskningen være fokusert på å skaffe mer detaljert forståelse av fenomenet. Av disse beskrivelsene vil designet være preget av et intensivt opplegg. Dette opplegget er karakterisert med få enheter og mange variabler (Jacobsen, 2015, s. 90). Et slikt opplegg vil passe godt sammen med måten vi ønsker å belyse vår problemstilling, siden få enheter med flere nyanserte variabler kan gi informasjon om temaer vi ikke har mye kunnskap om. Derfor vil det være ideelt å gå etter små-N-studier. Dette vil prege utvalget til vår undersøkelse, og gyldigheten. Her vil det være et utvalg av få enheter, som tilhører ulike kontekster. Når flere ulike enheter innenfor et felt kommer med sine meninger, vil vi få bedre forståelse for fenomenet vi forsker på (Jacobsen, 2015, s. 106). Som et resultat av en eksplorerende problemstilling, vil et intensivt opplegg med små-N-studier føre forskningen i en god retning.

4.2 Valg av metode

Når forskere skal velge måter å hente inn data må de bestemme seg for hvilken type informasjon de ønsker, og hvordan det skal samles inn. De typiske innsamlingsmetodene innenfor vitenskapen er kvantitative og kvalitative metoder. Kvantitative metoder kjennetegnes med å omdanne og representere innhentet informasjon i form av tall, og innsamling av data i store mengder. På den andre siden har vi kvalitative metoder som tar for seg data i form av ord, og med færre enheter. Det være seg meninger eller andre svar fra deltakere som har vært med i undersøkelser (Jacobsen, 2015, s.125).

I vår oppgave har vi kommet fram til å bruke en kvalitativ metode for innsamling av data. Ved en slik tilnærming er det bruk av få enheter, og at man går i dybden ved å ta inn ord og meninger som data. Hovedgrunnen til at vi valgte denne tilnærmingen kommer av at fremgangsmåten på kvalitativ metode passer overens med intensive opplegg og små-N-studier. Videre valgte vi den fordi metoden vil gi oss mer forståelse og bredere kunnskap ved at det er færre intervjuobjekter som gir oss mer nyansert data, og fleksibilitet i undersøkelsene. Ved å velge denne metoden vil det også vise utfordringen med å generalisere få enheter, og fleksibiliteten kan gjøre det uforutsigbart ved hyppige endringer i forsøket underveis. På den andre siden kunne også en kvantitativ tilnærming vært et valg. Metoden kunne gitt oss mye data fra flere personer slik at vi kunne fått enda flere innspill til generalisering. Men etter vurdering av mulighetene til oppdragsgivers intervjuobjekter og kvantitativt arbeidsomfang, ser vi at vi kan skape et bedre resultat av en kvalitativ metode (Jacobsen, 2015, s. 130-132).

4.3 Innsamlingsmetode

Etter at undersøkelser har tatt for seg valget av metodisk tilnærming og fremgangsmåte gjennom sitt design, vil forskerne komme til valget av innsamling av data. Her skal de ta for seg alternativer som på best mulig måte skal klare å samle inn data for sitt forskingsarbeid. Derfor må valget tas etter vurderinger som gjør slik at forskere ser at de vil få inn riktig data til sin problemstilling (Jacobsen, 2015).

For kvalitative metoder er det ulike måter å gjøre dette på. Noen av disse er: det individuelle intervjuet, fokusgruppeintervju, observasjon og dokumentundersøkelse. Etter vurdering av hvordan vi ønsker å belyse vår problemstilling, har vi valgt å ta det individuelle intervjuet. Grunnen til at vi valgte dette var at vi ønsket å se hva det enkelte individet sier, og hvordan det fortolker vår problemstilling. På denne måten vil vi klare å komme enda nærmere det vi ønsker å forske på (Jacobsen, 2015, s. 145-147).

Intervjuene ble strukturert i form av et intervjuobjekt som ble intervjuet av en gruppe på tre, der én var intervjustyrer og de to andre stilte spesifikke spørsmål. Intervjuene har blitt gjennomført over Microsoft Teams. Valget av å gjøre disse gjennom Teams kom primært av fleksibilitet. Her kunne vi avtale godt med våre kontakter når det passet å gjennomføre intervjuene, og gjøre det på en måte som passet best for begge parter. Dette førte til at valg av tid og sted ikke ble et problem underveis i forskningen. Selv om vi ikke var der fysisk til stede, var det fremdeles en nærhet. Intervjuene ble ført som en helt normal dialog, hvor det ble stilt spørsmål og svarene kom fra respondentene etter. Derfor kan vi påstå at intervjuet var synkront. En effekt av at intervjuet var synkront er at svarene fra respondentene vil ha mer troverdighet, siden tiden mellom spørsmål og svar er kort som gir lite påvirkning til respondenten (Jacobsen, 2015, s. 147).

I forkant av intervjuene ble det sendt spørsmål, og dette hadde sin hensikt å forberede intervjuobjektet. Forberedelsen var i form av en intervjuguide som hadde noen få spørsmål, i tillegg til en tekst som snakket bredt om hva temaet var for helle undersøkelsen. Hver guide var laget for hver vår kategori som var kunde, ansatt og systemleverandør. Informasjonen her vil vise til hva som var avgrenset, og hva respondenten kunne sette seg inn i før intervjuet for å støtte tankeprosessen. Dette vil si at intervjuet hadde en pre-strukturering. Selv om pre-strukturering kan gjøre at man leder objektet i en retning, har vi valgt å ha en optimal grad av dette. Intervjuguiden har blitt konstruert på en måte som kun viser temaer, og spørsmålene er formulert på en måte som ikke direkte fører til et svar. På denne måten kan vi styrke vår gyldighet ved at vi forsikrer oss om at vi får ærlig svar fra respondentene (Jacobsen, 2015, s.149-150)

Intervjuenes struktur og design gjorde at vi fikk innsamlet den informasjonen vi ønsket. Hvert intervju varierte på tid ut ifra hvem vi intervjuet, alt fra 15, 30 til 40 minutter. Ved hvert intervju ble det tatt opptak, slik at vi kunne transkribere intervjuene. Andre punkter som vi ser på som viktige fra intervjuene, er gjennomføring gjennom teams og dens følger. I dette scenarioet sitter personen bak en skjerm, og dette kan gjøre at respondenten får en annen opplevelse enn hva den vill hatt fysisk. Derfor har vi tatt til rette når funnene fra dette skal vurderes, siden video-chat kan ha en påvirkning.

4.4 Utvalg av enheter

Et viktig punkt for undersøkelser er dens utvalg av enheter. Det som ligger i dette er at man skal klare å velge et utvalg som skal representere, og gi fra seg den informasjon som på best mulig måte vil gi svar til en problemstilling. For å styrke dette bør punkter som tema, fenomen, tid, kontekst og personer være i bakhodet ved utvelgelsen. Typiske trekk ved utvalg i en kvalitativ tilnærming er at det ikke er et høyt antall av enheter. Dette kommer av dens omfang, og ved mange enheter i en kvalitativ metode byr på mye arbeid (Jacobsen, 2015, s. 177).

Utvalget til vår undersøkelse var preget av oppdragsgiver. Ved begynnelsen av utvalget startet vi i gruppen å diskutere hvem vi ønsket å intervju. Det vi kom frem til av kategorier var; ansatte, kunder og systemleverandører. Vi så på disse som hensiktsmessige siden vi kunne trekke ut deres synspunkter, og ved hjelp av erfaringene få en god fremvisning av regnskapsbransjen og dens utfordringer. Videre vurderte vi de ulike kriteriene for kategoriene. På ansatte og systemleverandører hadde vi ikke noe spesifikke kriterier, så vi tok de som Lykketall hadde tilgjengelig for oss. I kategorien kunder hadde vi kriterier. For å få et best mulig spenn av kunder spesifiserte vi våre inkluderingskriterier som små, mellomstore og store bedrifter. Hensikten for dette er å styrke gyldigheten til forskningen ved å inkludere de riktige enhetene, og ekskludere de som er irrelevante. Fra dette fikk vi noen av Lykketalls kunder, og ut ifra utvalget av respondenter kommer dette av informasjon, siden hvert intervjuobjekt kan stille med informasjon etter sin bedriftsstørrelse. På den andre siden fikk vi ikke store bedrifter av oppdragsgiver, noe som kan svekke den eksterne gyldigheten i resultatene våre (Jacobsen, 2015, s. 181-183).

4.5 Analyse-metode av datamaterialet

Vi vil i denne metode-delen ta for oss hvordan vi skal analysere datamaterialet.

Fremgangsmåter for analyse er å ta for seg ulike alternativer som vil sortere og behandle funn fra undersøkelser. Det kan ofte være mye materiale å ta for seg, og dette må i et system for å skape kontroll. Når en har satt i gang dette vil man klare å se antydninger til sammenhenger, mønster eller andre momenter som flytter forskeren nærmere et svar. Forhold som viser hvordan man analyserer kvalitative metoder vil være å dokumentere, utforske, systematisere og kategorisere og sammenbinde (Jacobsen, 2015, s.199).

Etter at intervjuene var gjennomført startet transkriberingsprosessen. Vi bearbeidet transkriberingen for å analysere datamaterialet. Prosessen ble utført ved å høre på video- og

lydopptak, der vi skrev ned individuelt hva som ble sagt fra intervjuene. Videre arbeidet vi med å skille ut det som var relevant.

For at vi skulle holde orden på alt datamaterialet, kategoriserte vi de ulike svarene slik de kom fra gruppene: Kunde, ansatt og systemleverandør. Videre vil hver kategori få koden “Kunde n”, “Ansatt n” og “systemleverandør n”. På denne måten vil vi sortere alt på en god måte, vite hva som har blitt sagt av hvem, som vil gi oss en bedre oversikt når vi videre vil vurdere våre funn.

Vi brukte en tabell med våre kategorier for å se hva hovedtrekkene var ved intervjuene. Etter å ha sett på all transkriberingen kunne vi lage oss et bilde av hva som ofte gikk igjen, og fra det lage generelle setninger på de forskjellige meningene. En videreføring vil gi oss mulighet til å konstruere en tabell som oversiktlig vil vise til hver kategori, og hva de har som sine meninger. Når vi vet dette kan vi se hva som ofte går igjen, ved å avkrysse for hvem som sier hva, og trekke konklusjoner på hva som er hovedfunn. Etter arbeidet så vi i gruppen at det gikk igjen oftere svar på kunder og ansatte enn det det gjorde på systemleverandørene. Derfor trakk vi konklusjonen på at vi brukte tabeller til kunder og ansatte, og vanlig tekstframvisning for systemleverandørene for å skape en best mulig fremvisning av våre funn.

4.6 Metodekvalitet

Å vurdere en undersøkelses metodekvalitet er viktig slik at man kan identifisere mulige styrker og svakheter ved de valgte metodene. Innenfor denne vurderingen er det viktig å se på punktene gyldighet og pålitelighet. Disse kan ha stor innvirkning på graden av kvalitet knyttet til selve studiet som blir utført, og hvor mye man kan stole på resultatene. Vi vil i denne delen snakke om gyldighet og pålitelighet, og videre se hvordan disse er i vår undersøkelse (Jacobsen, 2015, s.227).

4.6.1 Intern og ekstern gyldighet

Intern gyldighet vurderer i hvilken grad en undersøkelses funn oppfattes som riktig. Måter som påvirker denne graden av gyldighet, kan være forhold som beror forsøket som bestemmer om funnene fra undersøkelsen skaper en sann beskrivelse av virkeligheten (Jacobsen, 2015, s. 228-229). Den første måten å vurdere vår interne gyldighet er å se på våre intervjuobjekter. Et viktig punkt for dette er at vi har fått et utvalg som er bestemt av oppdragsgiver, så hvordan dette kan representere virkeligheten må tas godt til vurdering. Punkter å ta for seg da til videre analyse vil være “å sette egen bedrift i et godt bilde” og “velge de kundene som man vet er fornøyde”. Når oppdragsgiver kun har valgt ut kundene de

selv ønsker, kan de gå over til et bekvemmelighetsutvalg, som kan gjøre at andre viktige intervjuobjekter har blitt utelatt (Jacobsen, 2015, s. 305). Selv om utvalget kan redusere vår grad av intern gyldighet, kan det også styrkes med at vi ba oppdragsgiver om et spesifikt utvalg med kriterier. Vi var kommet til enighet med at det var ansatte, kunder og systemleverandører som var de aktuelle, og dette fikk vi. Hver respondent satt på informasjonen vi trengte, som ga oss gode svar. Disse punktene kan styrke den interne gyldigheten når utvalget var valgt ut for oss.

Ekstern gyldighet tar for seg hvordan funn fra undersøkelser kan generaliseres, og overføres til andre populasjoner og kontekster som er utenfor forsøket. Faktorer som vil påvirke den eksterne gyldigheten vil være antallet som er valgt, og om utvalget er representativ for videre generalisering av konklusjonene (Jacobsen, 2015, s.237). Gjennomføringen vår har bestått av 2 ansatte, 4 kunder og 2 systemleverandører. Antallet er valgt ut fra et kvalitativt syn, så dette forklarer et lavere tall enn hva det er i større undersøkelser. Styrken i dette er at vi har bedre mulighet til å avdekke en problemstilling med nyansert meninger fra et utvalg som kan snakke for regnskapsbransjen.

Selvfølgelig kan man trekke frem punktet at det kunne vært flere, men sammen med Lykketall AS og dens størrelse og kapasitet vil dette være nok. Selv om det kan være nok vil det også ha noe å si for generaliseringen. Et utvalg som bare er fra Lykketall AS, og ikke fra andre bedrifter, kan ha svakhet ved å konkludere om funnene kan generaliseres. Et annet punkt å trekke fram er om Lykketall AS med sin hovedkundebase i Innlandet, kan brukes til å generalisere for hele regnskapsbransjen. De er kanskje ikke den største, men styrker ved Lykketall er at de er veldig frempå med digitalisering og det som kunder etterspør i dag av tjenester. Lykketall har programmer og verktøy som blir brukt av mange regnskapsførere, noe som viser at de ikke er en uvanlig aktør i bransjen. Ved å anvende disse punktene kan man redusere problematikken rundt generalisering og overførbarhet rundt kvalitative datainnhentinger, da dette kan være krevende, slik at den eksterne gyldigheten til undersøkelsen blir sterkere.

4.6.2 Pålitelighet og reliabilitet

Andre viktige punkter for å se metodens kvalitet er å se pålitelighet og reliabilitet. Med dette menes trekk ved selve undersøkelsen som kan ha spilt inn ved funnene som har oppstått. Underveis i et forsøk kan det være at både den som stiller spørsmålene og den som svarer blir påvirket, og dette kan ha noe å si for resultatene. Andre måter kan være selve konteksten forsøket er i (Jacobsen, 2015, s. 241-243).

Gruppens tilværelse i intervjuene kan være en faktor for funnene. Vår undersøkelse har vært sterkt preget av intervjuer via Microsoft Teams, så dette kan ha vært en faktor for funnene. Når alt har skjedd over kamera kan intervjuereffekten variere. Som regel har tre stykker intervjuet en person. Ved at respondentene har vært i undertall, og at møtet var over skjerm, kan det ha gitt ulike påkjenninger til både intervjuobjekt og gruppen som gjennomførte intervjuet. Ut ifra gjennomføring, vil vi si at dette ikke var tilfelle. Hver person var godt forberedt, og deres kompetanse ga dem selvtillit ved at det var studenter som stilte spørsmål, og det derfor ikke var ubalansert maktforhold mellom partene. På denne måten kan man se at funnene knyttet til selve undersøkelsen er pålitelige.

Underveis i våre intervjuer skrev vi notater for å holde orden på hele gjennomføringen. Dette er et punkt som kan styrke påliteligheten, siden det vil motivere til å være mer oppmerksom. Et resultat av dette vil gi mer nøyaktighet, og sjansen for å gå glipp av viktig informasjon blir mindre (Jacobsen, 2015, s, 245). Vi tilstrebet akkurat dette punktet slik at gruppen var “til stedet” når intervjuene var i gang. I tillegg fulgte vi med på intervjuguiden slik at vi visste hvor langt vi var kommet, hva det nåværende spørsmålet var og hva som var det neste. Underveis i intervjuene ble det også tatt opptak via Microsoft Teams, Google Meet eller ved vanlig lydopptak på mobil hvis det var nødvendig. På denne måten var det mer sikkert at alt som ble sagt ble tatt vare på, og at vi kunne bruke opptakene til transkribering. Ved at dette blir fulgt vil man være mer sikker på at det som er blitt skrevet ned faktisk stemmer, og at det vil gi gode resultater.

4.7 Etikk

For at undersøkelser skal bli til, er det behov for personer eller andre forskningsobjekter. Ved at disse skal være innblandet, og bidra med sine meninger og opplysninger, er det etiske retningslinjer som må følges. Disse er skapt for å verne de som er med i forsøket, slik at de er beskyttet mot unødvendige konsekvenser som følger av å delta. Det er også mye administrativt som må følges i form av tillatelser, og andre godkjenninger slik at forsøk og undersøkelser kan gjennomføres (Jacobsen, 2015, s. 45).

Våre etiske prinsipper til oppgaven baserer seg på å beskytte intervjuobjektene. Tidlig i prosessen startet vi å melde vår bacheloroppgave til NSD. Hensikten var å fylle kravene for å drive en undersøkelse hvor man tar inn ulike opplysninger fra intervjukandidatene. Som et

resultat fikk vi et skjema som inneholdt info om undersøkelsen, dens hensikt og formål, og hvordan respondentene skal samtykke for å delta. På denne måten vil det være frivillig å delta, og intervjuobjektene vil bli informert om hva som vil påvirke dem. Intervjuene ble tatt opp, og dette med samtykkes-spørsmål i forkant av selve intervjuet, slik at vi kunne bruke det til senere transkribering. Opptaket vil kun brukes til transkribering og vil bli slettet når bachelor oppgaven er avsluttet. Det vil heller ikke bli presentert på en måte som gjør at man direkte kan tilknytte et svar til noen av respondentene, og funnene blir anonymisert. Konfidensialitet og anonymitet vil være på deres side (Jacobsen, 2015, s. 46-47).

5.0 Funn

I denne delen vil vi presentere funnene fra intervjuene som har blitt gjennomført i sammenheng med oppgaven. Fra kvalitative ansikt-til-ansikt intervjuer har vi snakket med kunder, ansatte og systemleverandører fra vår oppdragsgiver, og fått deres inntrykk rundt regnskapsbransjen og hva fremtiden har å bringe. Delen vil bestå av en oppdeling i tre deler: kunder, ansatte og systemleverandør og funnene fra disse. For kunder og ansatte har vi brukt tabeller for å fremvise enkelt hva funnene var, på grunn av at det var flere gjengangere hos disse, mens på systemleverandørene har vi ikke dette siden det var flere nyanserte svar. Stoffet som skal presenteres her vil bli tatt med videre til å støtte opp mot problemstillingen i vår drøfte-del. Funnene er basert på vedlegg 4: Redigert Transkribering.

5.1 Kunder

I intervjuene med kundene til Lykketall har vi samlet våre funn fra fire forskjellige kunder. Hver kunde er styreleder eller daglig leder av bedriften de representerer. Tabellen som tilhører denne delen fungerer på den måten ved at hvert kryss er bekreftelse fra respondentene til utsagnet. Vi vil presentere hver kunde i den rekkefølgen som vi intervjuet dem.

Intervjugruppe: Kunder	Kunde 1	Kunde 2	Kunde 3	Kunde 4
Fornøyd med Lykketalls tjenester	x	x	x	x
Ønsker rådgivning rundt økonomi og regnskap	x	x	x	x
Behov for hjelp til regnskapsføring	x	x	x	x
Villig til å betale høyere pris for rådgiving	x	x	x	x
Verdsetter personlig relasjon med regnskapsfører	x	x	x	x
Verdsetter automatisert regnskapsføring	x	x	x	x

Tabell 5. 1, Funn kunder

Kunde nr. 1

Kunde 1 fra vårt utvalg er en liten bedrift som driver med ulike håndverkstjenester. Da vi gjennomførte vårt intervju med denne kunden uttrykte den tidlig at deres behov for en regnskapsfører var stort. Oppgaver som generell regnskapsføring, lønn, moms og årsoppgjør listet kunden opp som viktig for dem. Alt dette var knyttet opp mot stor tilfredshet, som var på grunn av kvalitet rundt regnskapsføringen og enkle digitale løsninger. Kunden forklarer dette som: “Så jeg fikk hu til å sette opp alt for meg digitalt for meg, så det var målet mitt og synes det fungerer jævnlig bra nå”.

Videre forteller kunden at den er avhengig av deres tjenester. Kunden er det fordi den fakturerer mye av sine egne kjøp selv fra ulike grossister, som den videre sender til Lykketall. Her ifra så sørger Lykketall med føring og betaling, slik at alt skal stemme for regnskapet og at det ikke skal bli noe skyldig til grossisten.

Et annet punkt som kunden trekker frem er hvordan lykketall gjør kundens arbeidsdag lettere. Når kunden kan gjøre det meste på Tripletex og får rådgivning fra Lykketall, blir summen av dette det som viser hva kunde 1 synes er viktig i en regnskapsfører. Løsninger fra Tripletex gjør at hans ansatte kan timesføre sine arbeidstimer, som gjør det lettere for kunde 1 å følge opp på sine ansatte. Kunden påpeker at bilagsføring er bra, men det er rådgivning som er viktigst. Den legger til at kunnskap innenfor økonomi ikke er på det beste hos seg selv, så ved at lykketall kommer med råd og tips med avgjørelser hjelper mye for bedriften.

Kunden er villig til å betale prisen for tjenestene uansett forholdene. Kunden forteller oss at når tjenestene fra Lykketall gjør at ting går raskere for dem, så får den mer tid til å gjøre det kunden ønsker. De digitale tjenestene har byttet ut mye papirarbeid, og krevende oppgaver som frigjør mer tid. Kunden forklarer at den ved å kjøpe tjenestene av Lykketall sparer tid, og med det kan gjøre mer verdiskapende arbeid selv. På denne måten viser kunden at den ser verdien av Lykketalls tjenester.

Kunde nr. 2

Vår andre kunde var styreleder i et kundeserviceselskap som håndterer ulike kundekontakter. Kundekontaktene blir behandlet gjennom ulike kanaler som mail, telefon eller epost. Når det kom til hva kunden brukte regnskapsføreren til forklarte de det som en kontrollfunksjon. For dem er det viktig at alle transaksjoner skal føres riktig, og der kommer regnskapsføreren inn. Selv om kunde nr. 2 kan gjøre det meste gjennom Tripletex på egenhånd, kan det alltid

oppstå feil om det skulle vært en teknisk- eller menneskelig-feil. På grunn av dette ser Kunde nr. 2 verdi i en regnskapsfører.

Kunde nr. 2 uttrykker at den verdsetter både god regnskapsføring og rådgiving, men om den måtte velge synes den rådgivingen er det som skaper mest verdi. Det kan vi se fra svaret kunde nr. 2 ga da vi spurte om rådgiving: “Ja, det er egentlig det viktigste Lykketall bidrar med. I tillegg til at det er orden i forhold til moms og skatt og alle disse tingene som må være riktig, lønn og sånt, så er det en utrolig viktig rolle”.

Kunde nr. 2 tror de tradisjonelle regnskapsoppgavene er “passé”. Oppgavene som kunden mente det ville bli mindre av var: bilagsføring, finne riktig koder for kontoer og “punching” av regnskapet og de med mindre avhengighet av mennesker. Av erfaringer mente kunden at dette ville skje på grunn av den raskt utviklende teknologiutviklingen.

Ved spørsmålet om Lykketalls tjenester er de fornøyde, og har sterk kundetilfredshet. Lykketall stiller med gode digitale tjenester som gjør det lett for kunden å kommunisere med dem. De har kontakt ca. en dag annenhver uke med Lykketall angående regnskapsbaserte spørsmål. Kunden forteller at de også er i kontakt med Lykketall ca. en dag i uka i forbindelse med regnskapskontroll og rådgiving. På denne måten synes kunden at de har funnet en god balanse med bistand fra Lykketall.

Kunden mente at “på-skrudde” regnskapsførere er viktig for å levere et bra produkt. Ved spørsmålet om kundens tidligere erfaringer svarte kunden:

Det ser jeg også på andre selskaper, det at de blir veldig fokusert på det regnskapstekniske, at det er kjempebra.

... og da er liksom “the golden rule” er gjort, men og det å si ifra som var litt tilfellet for oss, det å ha nok innsikt til å se at “vet du hva, folkens, dere får betalt moms nå, men dere har ikke råd til lønning om tre måneder, dette går ikke sammen folkens”, det ansvaret fraskriver ofte regnskapsfører seg litt da, ikke sant?

... så da tror jeg som sagt at de regnskapsførerne som ikke klarer å kombinere rådgiving inn i innsiktsdata leveranse, altså en kombinasjon av teknologi og riktig påskrudd hode.

Kunde nr. 3

Vår tredje kunde har rolle som daglig leder i sin bedrift, og stilte på vegne av den til intervju. Kunden driver også et enmanns AS i tillegg. Bedriften driver primært med kommunikasjon- og rådgivningstjenester. Kunden forteller oss at deres behov for regnskapsfører kommer i form av bilagsføring og bokføringsarbeid. Kunden forklarer at den ikke ønsker å gjøre regnskapsføringen, selv om den har kompetansen. Det forklarer den slik: “... regnskapsføringa synes jeg er dritkjedelig.” Kunden legger til at den føler den får mer tid til å drive mer verdiskapende arbeid, når regnskapsføringen blir gjort av en regnskapsfører. Et annet punkt som kunden trekker frem, er å ha en regnskapsfører som en sparringspartner. Dette sier kunden “Ha en samarbeidspartner. Så for meg er regnskapsføreren mer enn si kall det en sparringspartner, og som jeg kan si prate med”. Her forklarer kunden at den får råd og tips på det den skulle trenge å prate sammen.

Under spørsmål om hva kunden verdsetter utenom regnskapsføringen, forklarer kunden at den personlige relasjonen til regnskapsføreren er noe som gjør dem fornøyd. Kunden forklarte at den personlige relasjonen gjorde kommunikasjonen både bedre og mer effektiv enn den ville vært uten relasjonen.

Kunden har inntrykk av at utviklingen i regnskapsbransjen beveger seg mot mer rådgivning. Etter diskusjoner om hvordan bransjen ser ut, og hvordan den vil utvikle seg fremover sier kunden:

Regnskap var jo gjerne en bransje som trakk til seg en del sånne introverte typer som likte å sitte inne på kontoret sitt og lukke døra som drev med ringpermer og bilaga sine...

... Nå tror jeg de heller sier litt mer, slå på tråden og si atte “vet du hva, vi har sett på papira dine her, og vi tror at du faktisk kan spare sånn og sånn hvis du hadde gjort det og det, og hvis du hadde gjort slik så kan du tjene mer”. Det er jo det man er på jakt etter

Kunde nr. 4

Kunde nr. 4 er daglig leder i en bedrift som arbeider med arrangering av villmarksopplevelser og aktiviteter i skog og fjell. Arbeidet er som regel i samarbeid med frivillige organisasjoner, og sosialt entreprenørskap i perioder av året. Kunden forteller at behovet den trenger fra en regnskapsfører er: “en person som kan holde orden, er oppdatert i sitt fagområde,

løsningsorientert og stiller med enkle systemer.” Disse punktene forteller kunden den er veldig fornøyd med det Lykketall gjør for bedriften.

Ved intervjuet med kunden forteller den oss at det som Lykketall gjør for dem er føring av lønn når det er arrangementer, og rådgiving ved behov. Kunden har som regel høysesong ved sommertider, og har derfor ikke alltid behov for støtte sammenliknet med andre bedrifter. Kunden kan likevel fortelle at det hun får av rådgiving er noe hun setter stor pris på.

Ved spørsmålet “Hadde du da valgt å ikke være kunde hos Lykketall lenger hvis alt ble automatisert siden du får produktet uansett?” ser vi at kunden legger relasjonen til lykketall foran de digitale løsningene. Dette forteller kunden ved svaret:

Jeg tror jeg hadde kommet til å være kunde der uansett jeg, det er helt greit for meg at det er helt automatisert, det gjør meg ingenting. Men jeg synes jo den kontakten som du kan med en regnskapsfører da, når du lurert på noe er grei.

Kunden forklarer at den setter pris på den personlige relasjonen til regnskapsføreren. Sist kunden byttet regnskapselskap var da hennes regnskapsfører gikk fra å være ansatt i en annen regnskapsbedrift, til å opprette Lykketall AS. Rundt spørsmål om tidligere erfaringer med regnskapsførere, kom kunden frem med problemer rundt det tradisjonelle papir-arbeidet. Dette var det som motiverte kunden til å vurdere og tenke nytt, og bytte til noe annet. Holdningen til kunden kan vi se ved sitatet; “Så jeg valgte jo henne, jeg kunne jo ha valgt et annet regnskapsbyrå, men jeg vet liksom hvordan hun jobber og hva slags moral hun har og da er det ikke så vanskelig”.

5.2 Ansatte

Vi har under prosessen hatt samtaler med to av Lykketall sine ansatte for å bringe frem ulike synspunkter fra folk som allerede er godt etablert i bransjen. Disse synspunktene vil videre brukes til å styrke eller svekke ulike teorier og konklusjoner oppgaven reiser. Tabellen oppsummerer hva de ansatte uttrykker av meninger, der kryss etter påstand viser til at den ansatte er enig i påstanden.

Intervjugruppe: Ansatte	Ansatt 1	Ansatt 2
Bruker mer tid på regnskapsføring enn rådgiving	x	x
Ser for seg mer rådgiving i fremtiden	x	x
Ønsker å bruker mer tid på rådgiving enn regnskapsføring	x	x
Opplever at kontakt med kunder øker	x	x
Anser Lykketall som fremtidsrettet pga. teknologi	x	x
Ser trussel av forsvinnende arbeidsoppgaver	x	x

Tabell 5. 2, Funn ansatte

Begge de ansatte vi har snakket med er regnskapsmedarbeidere, og har noen års erfaring i bransjen. De ansatte fremmer at Lykketall er en bedrift som legger fokus på at alle ansatte skal jobbe for å skape ett godt rykte for bedriften slik at de blir anbefalt videre av kunder. Ansatt 1 sier “Vi prøver jo alle sammen og bygge ett nettverk altså nettverksbygging for å få ett godt rykte og renommé. Vi fokuserer mer på det enn markedsføring.”.

Lykketall er en bedrift som har valgt å være fremtidsrettet med å sette stort fokus på de digitale løsningene, og automatiseringen som finnes i bransjen. De ansatte har en felles enighet om at Lykketall ligger langt frem i løypa når det kommer til digitalisering og automatisering. Ansatt 1 sier at selskapet har valgt å ekskludere alle kunder som ønsker å levere «permen» med regnskap, dette gjør at alt går digitalt og selskapet kan dermed føre løpene som vil gjøre at de hele tiden vil være ajour. Det at selskapet fører løpende regnskap for kunden mener de ansatte kan være med å bidra til ett konkurransefortrinn, her trekker den ansatte frem ett eksempel;

... hvis en ser på avstemminga og innsending av moms da for eksempel. Så har jeg jo pratet med andre regnskapsfører som jobber mer manuell som får de “permene” levert rett før frist, og må sitte å scanne og føre manuelt og ja, bruke da ratt en halv dag eller ratt mer og, en dag på å sende inn en momsoppgave ...

Den ansatte fremmer videre at hvis alt er ført riktig, så vil de bruke 15 til 20 minutter maks på å kontrollere og dermed utføre samme oppgave.

Ved spørsmål om hvordan selskapet utnytter dette fortrinnet som skapes med de digitale løsningene svarer ansatt 1; “Vi har jo ett mål om å tilføre kunden mer rådgiving og innblikk i regnskapet da, få de til å forstå regnskapet.” De blir lagt videre vekt på at de ønsker å være kundens nummer 1 på rådføring. Pr/nå antar begge de ansatte at de bruker rundt 20 prosent av tiden sin knyttet til kontakt med kunder. Dette er noe de begge ser for seg kommer til å øke med tiden som går, og når de får god kontakt med kunden vil dette skape en relasjon som vil

gjøre det lettere å fremme rådgivning. Selv om begge de ansatte ser trusler av forsvinnende arbeidsoppgaver i form av bilagsføringer og enkle regnskapsoppgaver, ser de begge lyst på bransjen. De ønsker å videreutvikle seg til å bli mer en rådgiver som har fokus på å sette kunden i rampelyset, og bidra med rådgivning både på regnskapsbiten og det mer selskapsgenerelle. Ansatt 1 mener også at de som regnskapsførere kan utfordre andre yrker når de blir dyktige på rådgiving. Dette forklarer den ansatte slik:

... jeg kan vel si at regnskapsføreren utfordrer andre yrker, rett og slett. Du har jo, for eksempel de som kun som rådfører med lønn og HR, men dette der er jo noe som vi regnskapsfører kan rådføre i. Hvis vi tar den, og kan både regnskap, rådføring om å utvikle selskapet, HR og lønn. Kan vi tilby mer enn noen med bare HR og lønn.

5.3 Systemleverandører

For å få et helhetsbilde av teknologiutvikling i regnskapsbransjen har vi intervjuet to selskaper som Lykketall benytter seg av tjenestene til. Systemleverandør 1 er Tripletex, som er utvikler og leverandør av regnskapsprogrammet som Lykketall benytter seg av. Systemleverandør 2 er Subtrackr. De har utviklet et program som skal hjelpe bedrifter med å holde oversikt over sine abonnemeter.

Tripletex

Under samtalen med Tripletex flikk vi fordypet vår kunnskap om hvordan teknologien påvirker regnskapsbransjen i dag. Vi fikk også et innblikk i hvordan framtidens regnskapsføring ser ut.

Per dags dato tilbyr Tripletex et bredt utvalg av regnskapsløsninger, blant annet lønnsoppgjør, fakturering av regninger, generell regnskapsføring og telefonapplikasjon. Representanten fra Tripletex forklarer at de sitter med et team på 130 utviklere som alle bidrar til utvikling og videreutvikling av deres programmer. Han forklarer at det spesielt er automatisering av bilagsføring som kommer til å bli utført av regnskapsprogrammet i nær fremtid. "... jeg tenker det at å punche billag, der er vi langt forbi."

Under spørsmål om hva regnskapsføreren skal holde på med når føringen blir mer og mer automatisert svarer Tripletex at de ser at regnskapsføreren vil være viktig i flere roller mellom programmet og sluttkunden. Representanten uttrykker seg slik:

Vi ser det er en rykende utvikling på automasjon, men jeg tror fortsatt da at i mange år til har regnskapsføreren en viktig rolle i forhold til kvalitetssikring, kan ha en rolle

i forhold til opplæring av AI, kan ha en rolle i forhold til feilkorrigerende og skape trygghet og tillitt til sluttkunden, ekstremt viktig at du har fagpersoner her som forstår det.

Tripletex opplever stor grad av tillit til sin programvare, spesielt blant sluttkunden. De forklarer at selv om det er en risiko for at maskinen gjør feil, så er det også slik at "... mennesker gjøre feil de også.". Derfor er ikke tillit til programvaren og maskinen en stor utfordring for dem. De poengterer derimot at det er noe de anser som en utfordring for regnskapsføreren selv. Siden maskinen evner å føre regnskapet så raskt og godt som det gjør, mener Tripletex at regnskapsføreren må modnes og utvikle seg med teknologien. Selv om tillitten er der, ser Tripletex også muligheten for feil i føringen. Videre fra samme spørsmål svarer også representanten "... regnskap kommer til å ha feil, og har alltid hatt feil i sin tid og kommer til å ha feil fremover også". Representanten utdyper: "Hvis man er regnskapsfører i dag og tenker at man skal jobbe imot, tenker at dette vil vi ikke, da taper du, det er jeg helt sikker på."

Tripletex har stor tro på at regnskapsføreren vil klare å benytte seg av informasjonen programmet samler for så å kunne rådgive sluttkunden. De legger fram et eksempel der man kan bruke tallene fra regnskapet til et enkeltpersonsforetak for å gi råd om å endre selskapsform til aksjeselskap. Derfor mener Tripletex også at det er viktig at de klarer å legge til rette for at regnskapsføreren kan være en "viktig og aktiv part" i samarbeidet mellom programmet og kunden.

Subtrackr

Subtrackr er utvikler av en programvare som skal hjelpe brukeren med å holde oversikt over alle løpende abonnementer. Regnskapsførere, som Lykketall, benytter seg av programmet deres for å holde oversikt over alle de løpende abonnementene til sine kunder.

Representanten fra Subtrackr har klare tanker om hvilken jobb en regnskapsfører gjør. For han er det viktig med en regnskapsfører som kan "... føre regnskapet vårt, og gjøre årsavslutning, moms og komme med gode råd". Gjennom å være tett på teknologiutviklingen selv har også Subtrackr fått med seg behovet for utvikling i regnskapsbransjen. De gir uttrykk for at de har god tro på at de kan bistå regnskapsføreren med sin programvare når regnskapsføreren skal gi gode råd til sine kunder. Programmet deres samler viktig informasjon og skaper en rapport ut av det som regnskapsføreren kan se på sammen med kunden, noe som skal gjøre rådgivinga lettere for regnskapsføreren og mer forståelig for

sluttkunden. Representanten mener denne utviklingen vil gå veldig raskt, og anslår at de som ikke henger med på utviklingen i bruk av AI og andre digitale hjelpemidler vil være “ferdig om 5 år, satt på spissen”.

6.0 Analyse og drøfting

Denne delen av oppgaven vil være selve diskusjonen rundt problemstillingen vår “*Hvordan vil regnskapsførerens fremtid se ut, når de tradisjonelle oppgavene blir automatisert?*”. For å klare å belyse den fremtidige rollen til regnskapsføreren, og dens evne til å opprettholde inntjening ved mindre tradisjonelt arbeid, vil vi først se på automatiseringens påvirkning til arbeidsoppgaver tilhørende regnskapsføreren. Videre vil differensierings strategi bli drøftet som ett moment som kan vise måter å være konkurransedyktig på. Et annet punkt vi vil ta opp er hvordan kundehåndtering bidrar til verdiskapning, og hvordan det kan være en potensiell kilde til inntjening for regnskapsføreren. Til slutt vil vi se på hvilken påvirkning de potensielle endringene i arbeidsoppgaver vil ha på regnskapsføreren.

6.1 Automatisering og RPA-implementering som regnskapsverktøy

Automatisering og RPA er noe som setter sitt preg på alle bransjer, både i positiv og negativ forstand. Disse to påvirker regnskapsbransjen i høyest grad ved bokføringsaspektet, og det vil komme digitale løsninger som skal gjøre det lettere for både utsteder og kunden til å føre regnskapet. En følge av dette vil gjøre at prosesser i arbeidet får færre feil, og mer effektiv utføring av ulike arbeidsoppgaver (Kokina og Blanchette, 2019). Vi vil i denne delen se på hva RPA bidrar med til utføring av arbeidsoppgaver for regnskapsføreren. Viktige punkter som vil vise ulike sider av dette er hvordan det blir brukt, og konsekvensene av implementasjonen.

RPA er et verktøy som regnskapsføreren må bruke på en god måte. Som det tidligere er nevnt vil denne teknologien stille opp med løsninger som kan bidra med redusert manuelt arbeid. Ved at RPA-programmet får et script som på forhånd forteller hva programmet skal gjøre, vil den få evnen til å ta over bestemte oppgaver til en regnskapsfører (IBM, 2023). RPA vil så videre gjøre oppgavene som regnskap- og bokføring til å gå mye raskere enn hva det ville gjort med menneskelig arbeidskraft. Av den grunn vil vi se at automatiseringen vil prege regnskapsføreren sterkt, siden 57% av omsetningen til regnskapsbransjen består av slike oppgaver (Vedlegg 1: Figur av omsetning per tjenestoområde av Regnskap Norge 2023). Fra

Lykketalls ansatte ser vi at de sammenlikner seg selv med andre som ikke bruker like mye digitale tjenester, og mener at de kan utføre bokføring mye raskere. Derfor kan man se at RPA og automatisering vil frigjøre mye tid for en regnskapsfører, når den har store deler av sin arbeidsdag forbundet med bokføring. Som et resultat vil det også være kritisk for regnskapsføreren å utnytte den sparte tiden, og bruke den på å utføre andre verdi-skapende oppgaver som kan opprettholde inntjening (Kokina og Blanchette, 2019).

Mer presise prosesser, og mindre feil kan spare ressurser for en regnskapsbedrift. I enhver bedrift er det ulike instruksjoner og gjøremåter på det som blir utført hver dag for å skape verdi. Selv om disse kan sitte godt i minnet hos de ansatte, kan det fortsatt være at de gjentar ulike feil. Som hjelp for dette kan RPA, som er kodet til å utføre på en riktig måte, komme frem med prosesser som har færre feil. De tidligere prosessene som har blitt utført med prøving og feiling kan gi fra seg resultater som videre kan kvantifiseres, og arbeides med, slik at de kommer opp til perfektjon. Som et resultat av dette vil regnskapsføreren ha et program som gjennomfører prosesser bedre, og med mindre feil. Dette vil prege både kunde og regnskapsfører positivt siden det vil levere en tilnærmet feilfri tjeneste. En regnskapsfører som leverer en god tjeneste er viktig, som vi kan se fra funnene fra kundene til Lykketall. De ønsker digitale løsninger som hjelper de med sin virksomhet, og når disse har færrest mulig feil vil de bli fornøyde. En positiv følge av dette vil være at regnskapsførere vil slippe å sløse bort ressurser på de repeterende oppgavene på grunn av færre feil, og bruke de på et mer givende område, som de ansatte påpeker (Kokina og Blanchette, 2019).

Bruk av RPA kan også gjøre det komplisert for en regnskapsfører. RPA bringer mye godt til bedrifter, men dette vil kun gå hvis programmet fungerer som det skal. I intervjuet med Tripletex forklarte representanten at det kan være tilfellet med deres program. Mulige hendelser for dette kan være tekniske feil, mulige "bugs" eller andre ting som oppstår slik at programmet ikke fører riktig. Program kan være innstilt med at de godkjenner et regnskap hvis de ser at ulike felt er fylt inn, men har disse for eksempel feil momssats blir ikke regnskapet riktig. En risiko med programmet er at man stoler på sitt program, som skal ha færre feil, og det kan føre til gjentatte ganger med feil-innsendinger av regnskapet om man ikke følger med godt nok. Situasjonen her kan lede til frustrasjon på begge sider, og mulig endring av kundens tanker om sin regnskapsfører. En kundes negative opplevelser kan fort spre seg, og rykte til en bedrift kan stå på spill. Et slikt tilfelle vil mange bedrifter holde seg unna, når det kan få deres renommé og kundebase til å svekkes.

Selv om tekniske feil kan oppstå, vil en menneskelig regnskapsfører kunne gi støtte. Det at dagens regnskapsfører kan havne i en rolle som omhandler å holde kontroll på automatisering i form av å korrigere eventuelle feil, kan bidra til å skape en trygghet til sluttkunden.

Tryggheten som skapes mellom regnskapsføreren og sluttkunden kan være helt sentralt for bransjens fremtid (Rababah, Mohd og Ibrahim, 2011). Ved å trekke frem vedlegg 1, kommer det frem at dagens omsetning i bransjen på rådgivningsområdet bare står for 8,2 prosent (vedlegg 1). Dette vil være ett området som har rom til å vokse, og ved økt trygghet mellom føreren og kunden kan dette tjenesteområdet være en faktor som bidrar til å opprettholde inntjening av tapte bokføringstimer. Under intervju med de ansatte har det blitt fremmet at dagens regnskapsførere er klare til å steppe inn i rollen som rådgiver. Ansatt 1 sier at de har som mål om å tilføre kunden mer rådgivning og innblikk i regnskapet slik at sluttkunden kan få bedre forståelse for sitt eget regnskap. Så rådgivningsområdet vil være ett området der det vil oppstå muligheter for å skape inntjening, men her vil det være helt sentralt at regnskapsbransjen har godt kvalifiserte folk som kan gi gode og skreddersydde råd, og gjennom det skape god relasjon og trygghet til kunden (Rababah, Mohd og Ibrahim, 2011).

Her kan man se at RPA og automatisering kan bidra til å la regnskapsfører se mulige områder hvor de kan skape mer verdi. Da en oppgave som krever repeterende arbeid blir overlatt til en robot, frigjør dette regnskapsføreren til å arbeide mer med krevende oppgaver. Det teknologiske gjør at man kan utføre prosesser mer konsistent, slik at sjansen for feil blir mindre. Disse faktorene kan vise mulige måter regnskapsførerne kan opprettholde inntjening.

6.2 Regnskapsførerens kontrollfunksjon

Regnskapsbransjen har raskt blitt påvirket av industri 4.0 ved at systemene er kyber-fysiske. De ulike systemene snakker med hverandre, og gjør det lettere å ferdigstille ett sluttresultat for kunden. Dette har gjort at sluttkunden også kan ha en aktiv rolle i føringen av sitt eget regnskap, da ved bilder av kvitteringer og lignende som kunden laster opp i systemet, så fører automatikken dette fortløpende. Det at systemene blir mer automatisert gjør hele prosessen raskere, men det kan også påvirke regnskapsførerens inntjening ved at det blir mindre faktureringsstimer (Heggernes, 2020, s. 44-45).

Det at automatiseringen fører til at tiden som blir brukt til bokføring går ned, trenger ikke nødvendigvis å være dårlig. Som nevnt tidligere vil systemene være veldig avhengig av at automasjonen går feilfritt. Ved intervju med Tripletex kommer det frem at det kan oppstå feil i automatiseringen, som gjør at ulike aktiviteter kan bli bokført feil. Representanten sier:

Vi ser det er en rykende utvikling på automasjon, men jeg tror fortsatt da at i mange år til har regnskapsføreren en viktig rolle i forhold til kvalitetssikring, kan ha en rolle i forhold til opplæring av AI, kan ha en rolle i forhold til feilkorrigerings og skape trygghet og tillitt til sluttkunden, ekstremt viktig at du har fagpersoner her som forstår det.

Så ved at timene som brukes til ren bokføring blir redusert, vil ikke det nødvendigvis føre til reduserte fakturerings timer, siden det må være en fagperson som holder styr på at automasjonen faktisk fungerer som den skal. Mennesket vil fremdeles ha en sentral rolle i regnskapet til kunden, ved å kvalitetssikre den automatiske bokføringen.

Ved å sette problematikken om at reduserte arbeidstimer i bokføring fører til redusert inntjening opp mot SBTC teorien, kan det komme frem ett argument om at dagens regnskapsførere blir komplimentert av den teknologiske utviklingen og motsatt.

Automatisering gjør at mye går av seg selv, og det menneskelige aspektet står ikke lenger så mye i fokus. Men ved regnskap trengs det menneskelig kompetanse ved å se at føringene faktisk gir mening, og at det som føres faller innenfor lover og regler som er satt. Så det kan tyde på at det ikke er mulig at automatiseringen tar helt over dette feltet. Det vil alltid være behov for menneskelig tolkning, de komplimenterer hverandre (Fauske, 2020).

David H. Autor har innenfor litteraturen publisert en artikkel der han uttaler seg om automatisering:

Automation does indeed substitute for labor—as it is typically intended to do. However, automation also complements labor, raises output in ways that lead to higher demand for labor, and interacts with adjustments in labor supply. (Autor, 2015, s. 5)

Autor hadde samme tanker ved sin artikkel der han sier at automasjon og arbeidskraft komplementerer hverandre, og utfallet av dette kan øke kvaliteten av outputen fordi det blir ett høyere kompetansekrav. Her er det viktig å se på kvaliteten av arbeidskraften, ved teorien kommer det frem at arbeidskraften som komplementerer teknologiutviklingen må være av typen høy kvalitet, og ofte av lang utdanning. Det kreves utdanning, og et høyt nivå med erfaring for å entre regnskapsføreryrke. Så derfor kan funnene tyde på at regnskapsføreren vil få en viktig rolle fremover ved å komplimentere automatiseringen gjennom å bli en kvalitetssikrer. Derfor vil ikke reduksjonen i rene bokføringstimer nødvendigvis være så dramatisk (Autor, 2015).

6.3 Verdiskapende rådgiving

Regnskapsbransjen lever av å tilby ett ganske standardisert produkt, du får føringen av ditt regnskap gjort av alle leverandørene i bransjen. Kvaliteten på selve føringen vil også være nokså lik med tanke på at alle regnskapsførere fører etter samme prinsipper og regler. Når den tjenesten er ganske standard, vil det være fornuftig å skille seg ut fra mengden med å tilby kunden gode løsninger på andre områder. Her kan differensieringsteorien til Porter spille en sentral rolle. Ved å differensiere seg på en god måte kan virksomheten klare å oppnå konkurransefortrinn ved å skille seg ut på en positiv måte som gir merverdi for den aktuelle kunden (Lynch, 2021, s. 289).

Når automatiseringen tar over føringen av regnskapet, må regnskapsføreren finne en måte å bevare kunden på. Hvis regnskapsføreren ikke gir noe annen nytte til kunden enn selve føringen, vil ikke kunden lenger ha behov for dens kompetanse siden regnskapet nesten gjør seg selv. Rådgivning av kundens regnskap og det generelle rundt bedriften kan være ett område regnskapsføreren burde gi gode råd på for å bevare kunden og tilfredsstille dens behov. Dette viser også de ansatte i Lykketall til, hvor de mener rådgivning vil være et voksende område. Hvis rådgivningen blir gjort på en bra måte, vil regnskapsføreren klare og differensiere seg og dermed bli foretrukket (Løvaas, et. Al, 2018).

Tanken om bra rådgivning som ett område å differensiere seg på, virker til å få god støtte av funnen som ble gjort gjennom intervjuene med kundene til Lykketall. Kunde 1 sier den er avhengig av tjenesten den får gjennom Lykketall. Denne tjenesten gir kunden mulighet til å gjøre det meste i regnskapsprogrammet, og det utføres rådgivning ved siden av. Kunden sier videre at bilagsføring er bra, men det er rådgivning som er den viktigste faktoren for bedriften. Kunde 4 har også samme tanker, det er kontakten til regnskapsfører som verdsettes mest, ikke selve føringen av regnskapet. Hvis regnskapsføreren klarer å gjøre slik at kunden ser verdi av å ha regnskapsfører, vil dette være med på å holde den fremtidige inntjeningen til regnskapsføreren oppe.

Det å differensiere seg gjennom å tilby god rådgivning i tillegg til standard regnskapsoppgaver, kan virke å være en vei å gå for fremtidige regnskapsførere. Men selv om dette feltet virker lovende, vil den føre med seg problematikk som må løses på en god måte. De å tilby rådgivning til en spesifikk kunde vil være noe som er veldig personlig, og inneholder liten grad av standardisering. En regnskapsfører vil ikke ha muligheten til å ha ett oppsett med råd den kan gi til alle kundene, her må regnskapsføreren analysere regnskapet og gjennom samtaler med kunden skreddersy råd som er det beste for den aktuelle kunden. Dette

er noe som er tidkrevende, og i tillegg krever stor kompetanse av regnskapsføreren. Hvis kompetansen til de ansatte ikke er tilstede, kan rådene som blir gitt ende opp med å skape misnøye. Hvis rådgivning er veien å gå, er regnskapsføreren helt avhengig av å holde seg oppdatert, slik at den er kapabel til å gi de beste rådene (Løvaas, et. Al, 2018).

Som sagt vil det å gi gode råd også være tidkrevende, det inngås mange timer i analysering og kommunikasjon for å komme frem til de beste rådene. Så ved dette i tankene vil prisingen av rådgivningstjeneste være helt sentral. Kunde 1 hevder at prisen han betaler for tjenesten ikke har så mye å si hvis han selv føler at han får nok nytteverdi av den, han er villig til å betale uansett forholdene. Hovedargumentet fra dette funnet vil være begrepet nytteverdi. Regnskapsføreren vil sette seg i en god posisjon ved å identifisere hvor nytteverdien til kunden ligger og prise seg deretter. Dette er igjen en tidkrevende og lite standardisert prosess, fordi kunder vil ikke ha samme nytteverdier, så det kan bli komplisert å prise seg best mulig til kundene. Men igjen så kan det skape tilfredshet og lojalitet hvis kunden føler at verdien som blir skapt er mer enn prisen som blir betalt for tjenesten (Løvaas, et. Al, 2018).

6.4 Kundehåndteringens påvirkning på kunderelasjonen

Kundehåndtering og CRM er et sentralt punkt for regnskapsførere som ønsker å skape verdi gjennom sine tjenester. For å gjøre dette må de klare å nå ut til sine kunder slik at deres behov blir dekket, som vil resultere i en god relasjon mellom dem. Når dette er oppnådd vil de sitte med fornøyde kunder, som mest sannsynlig vil fortsette å henvende seg til dem flere ganger. Regnskapsførerens framgangsmåte rundt kundehåndtering kan gjøres på flere måter, men man må også se opp for mulige fallgruver.

Lojale kunder kan være viktige kunder for regnskapsføreren. At kunder er lojale kan opprettholde inntjening, gjennom at de fortsetter å betale for tjenestene regnskapsføreren tilbyr. Kundene kan ha opparbeidet en relasjon over tid, med gode erfaringer, som gjør dem lojale mot bedriften (Framnes, Pettersen og Thjømmøe, 2018, s. 258). Fra kunde nr. 4 fra våre intervjuer kan man se at relasjonen er det som bestemmer om man vil bytte sin regnskapsfører eller ikke. Likevel kan kundelojalitet framstå som en falsk trygghet, slik at regnskapsføreren glemmer kunden. Derfor er det viktig å være klar over hvorfor kunden ble lojal i utgangspunktet. Stiller de ikke bra nok til dette, kan de risikere å miste en kunde. Av dette kan man se at det er viktig å behandle kunden sine slik at man ikke mister sjansen av å opprettholde inntjeningene (Rababah, Mohd og Ibrahim, 2011).

Kundetilfredshet kan fortelle hva regnskapsføreren gjør riktig i sin bedrift, og for å identifisere fremtidige fokusområder. Som regel er det hva kunden sier om en bedrift, som bestemmer om den gjør noe vellykket eller ikke. Som hjelp kan tilfredsheten brukes som en indikator som forteller hvilke tjenester som gjør kundene mest fornøyd (Evans og Lindsay, 2020, s. 121). Fra våre funn forteller Lykketalls kunder gjentakende at rådgivning og kontrollfunksjoner er det som gjør dem tilfreds, og ønsker å ha en regnskapsfører. Av disse to tjenestene ser vi at de er svært fornøyde, så for Lykketall og andre regnskapsførere vil det hjelpe å fokusere på de tjenestene der det er stor tilfredshet. I tillegg har kundene fra intervjuene fortalt at de er villige til å betale prisen uansett hva den er, siden de er så fornøyde med produktet de får fra regnskapsføreren. Ved å skape tilfreds kunder vil man klare å skille ut hva som gir mest verdi for kunden og regnskapsføreren, slik at det blir lettere å se fokusområder som opprettholder inntjeninger.

En lojal kunde, kan ikke alltid være en sikker kunde for regnskapsførere. Kunders interesser og behov kan endre seg med tiden, og kan gjøre at de søker etter andre muligheter for å dekke dette. Da kan det være mulighet for andre ny-inntrengere på markedet for å tilby det udekkede behovet. Hvis dette skjer, og de allerede etablerte regnskapsførerne ikke ser dette, kan kunder vende seg bort fra dem på grunn av at kundene ser at deres behov vil bli dekket et annet sted. Grunnen til dette kan vi ta fra boken til Framnes, Pettersen og Thjømøe: "Det er vanskelig å få kundene til å ignorere eller ikke vurdere andre tilbud" (Framnes, Pettersen og Thjømøe, 2018, s. 261). Ser kundene at pris, kundebehandling og programvare dekker deres nye behov kan det være en sjanse for at et nytt partnerskap vurderes. Andre grunner til at lojaliteten reduseres kan være av mindre tilfredshet over tid. Får kundene gjentatte dårlige opplevelser vil den nok starte prosessen i å se etter nye regnskapsførere. Som et resultat av dette kan regnskapsførere se at deres kunders lojalitet kan svinge ved endringer i markedet, tilfredsheten og behov for regnskapsføring.

Variierende tilfredshet og lojalitet, kan motstrides ved tilstrebing av god kundeføring. Det kan være vanskelig å jobbe imot kunders skiftende meninger og nye konkurrenter, men ved å alltid jobbe for å gi en god opplevelse vil man klare det. Regnskapsføreren kan oppnå gode opplevelser ved å gjøre analyser av markedet, se hvor den teknologiske utviklingen går og identifisere hva som kan bli kunders nye behov. Da vil de klare å stille opp mot det som kreves, og relasjonen mellom regnskapsfører og kunde vil bli sterkere (Rababah, Mohd og Ibrahim, 2011).

6.5 Endringenes påvirkning på regnskapsføreren

Regnskapsførere som ikke blir med på utviklingen er “ferdig om fem år, satt på spissen”. Representanten fra Subtrackr var klar i sin påstand, men hva legger han egentlig i det å være ferdig? De ansatte i Lykketall virker å være enig med Subtrackr, og utdyper med å forklare at de som regnskapsbyrå har tatt et bevisst valg om å gå heldigitalt. Det vil si at de kun har kunder som er villige til å legge vekk “permen”, og heller la alt av regnskapet bli skrevet og arbeidet med digitalt. De begrunner dette i at det går raskere, så de ender opp med å bruke mindre tid på det som tradisjonelt ville tatt mye tid for dem. For å sammenligne utdyper ansatt 1 at oppgaver som før ville tatt en halv dag å utføre, nå vil kunne bli ført på 15 minutter. De ansatte opplever at de blir mer regnskapskontrollører enn regnskapsførere.

Endring og utvikling i arbeidshverdagen vil være utfordrende for mange regnskapsførere, og det kan skape både positive og negative emosjoner. Positive emosjoner kan vise seg i evne og vilje til å ta del i utviklingen, som vi kan se hos de ansatte i Lykketall. De gir uttrykk for å være spent på utviklingen som skjer i bransjen, der det ser ut til at regnskapsførerenes rolle vil basere seg mer på å være en kontrollør og økonomisk rådgiver enn å føre regnskapet selv. Fra intervjuene kan man se tydelig forekomst av spontanatferd blant de ansatte. De uttrykker en følelse av å være en del av organisasjonen, og setter Lykketalls interesser som sine egne. Dette ser vi blant annet i hvordan ansatt 1 fokuserer på bedriftens målsetting om å tilføre kunden mer verdi gjennom rådgiving, som sin egen (Kaufmann og Kaufmann, 2015, s. 87-88).

På den andre siden av skalaen kan man oppleve at endringer bringer med seg angst. Psykologene Geir og Astrid Kaufmann beskriver hvordan hendelser styrt av angst kan hindre individer å tenke klart, noe som vil hindre dem å fullføre oppgaver de egentlig skal gjøre. Om teknologi truer de kjente tilstandene og byr på radikale endringer er det naturlig at det kan virke skremmende ovenfor den ansatte. Det kan gjøre den usikker rundt dens fremtid. Om en regnskapsfører opplever angst rundt teknologiutviklingen i bransjen kan det hindre den å se etter mulighetene utviklingen byr på, da individet blir for opphengt i frykten som skaper angsten (Kaufmann og Kaufmann, 2015, s. 101).

Teknologiutviklingen vil motivere den ansatte til å gjøre bedriften konkurransedyktig i flere segmenter. Dette skyldes at overgangen fra regnskapsfører til regnskapsrådgiver vil gi den muligheten til å utvide sitt kundefokus. Dermed kan de inkludere andre aspekter ved bedrifters økonomi, som blant annet HR-tjenester. Dette påpeker ansatt 1 selv, da spørsmålet

om konkurransebildet i framtiden ble stilt. Ansatt 1 forklarte at regnskapsføreren sitter på mye kunnskap om økonomi, og gjennom å teste kunnskapen i kontakt med flere bedrifter jevnlig, mener ansatt 1 at de selv vil være blant de som er best kvalifisert til å ta for seg mange av sine kunders avgjørelser. Så i samarbeid med kunden mener ansatt 1 at de som regnskapsførere kan redusere behovet bedrifter har for interne økonomi-ansatte (Kaufmann og Kaufmann, 2015, s. 140-141).

Roller som regnskapsrådgiver og økonomisk rådgiver vil by på mer motiverende utfordringer enn rollen som regnskapsfører. Under intervjuene med de ansatte i Lykketall kommer det blant annet frem at de ansatte har tro på at de kan bistå i større grad med rådgiving enn de gjør per nå, da den tradisjonelle regnskapsføringen tar opp mye av tiden deres. Et eksempel på typen rådgiving er som anbefalingen kunde 1 beskrev, da den fikk råd om å endre selskapsform fra enkeltpersonforetak til aksjeselskap. Tradisjonell regnskapsføring blir av mange ansett som kjedelig, blant annet kunde 3. En av årsakene til dette kan være at det går mye i det samme, det er bilag som skal føres og det har inntil nylig vært behov for å gjøre dette arbeidet manuelt, noe ansatt 1 beskriver som tidkrevende. Ut ifra disse punktene kan man få inntrykk av at regnskapsføringen i seg selv ikke går under kriteriene “utfordrende arbeid” eller stor grad av “variasjon i jobb”, som Thorsrud mener er viktige motivasjonskriterier (Kaufmann og Kaufmann, 2015, s. 140-141).

Det som derimot byr på både nye utfordringer og variasjon er rådgiving, da det krever av rådgiveren at den faktisk setter seg inn i organisasjonen. Flere av kundene vi har intervjuet beskriver hvordan de verdsetter rådgivingen og hvordan det var en avgjørende faktor for å velge Lykketall som regnskapsfører. Kunde 2 beskriver blant annet et forhold han hadde til et annet regnskapsbyrå, der han opplevde at de hadde stålkontroll på regnskapet og føringen av det. Det han derimot opplevde at de manglet var egenskapen eller viljen til å gi råd og forslag ut ifra regnskapet. Rådgivingen går også innenfor et annet av kriteriene til Thorsrud. Grad av sosial støtte øker betraktelig når man blir rådgiver, da kontakten med kundene øker, samtidig som at behovet for dialog og diskusjon med kolleger trolig også vil bli større. Derfor kan rådgiving være mer motiverende for den ansatte (Kaufmann og Kaufmann, 2015, s. 140-141).

På den andre siden kan man se at mennesker er forskjellige. Ut ifra samtalen med kunde 3 kommer påstanden om at regnskapsføring ofte har vært en bransje som har trukket til seg litt introverte individer, som gjerne kunne jobbe med å føre regnskapet uten mye kontakt med kunden regnskapet hørte til. Beskrivelsen virker til å passe både den realistiske og den

konvensjonelle personlighetstypen som Holland beskrev i sin teori (Kaufmann og Kaufmann, 2015, s. 174-175).

Når bransjen ser ut til å stå ovenfor et skifte fra regnskapsføring til rådgiving, vil det også være viktig at den ansatte passer inn i sin nye rolle. Rollen som rådgiver har Holland beskrevet som mer passende til et individ av personlighetstypen foretaksom. Derfor kan det være problematisk om regnskapsføreren ikke har en personlighet som passer den nye rollen. Vi ser fra de ansatte i Lykketall at de ser fram til endringen, og de poengterer også at sin rolle kan bli som kontrollør og rådgiver (Kaufmann og Kaufmann, 2015, s. 174-175).

Likevel kan andre regnskapsførere oppleve det annerledes, da de ifølge personlighetsteorier kommer innenfor arbeidsoppgaver som de ikke ønsker å jobbe med. Det kan forklares med teoriene til Roberts et al., som påstår at mennesker velger jobber som passer deres personligheter. Dermed kan endringer i arbeidsoppgaver gjøre så de som tidligere passet inn i jobben som regnskapsfører finne ut at oppgavene ikke lenger er overens med deres personlighet. Da kan det skje en effekt Roberts et al. beskriver som utseleksjon. Individuer som passer i jobben blir, mens de som ikke passer inn ender opp med å finne nye jobber (Kaufmann og Kaufmann, 2015, s. 173-174).

7.0 Avslutning

Avslutningsvis vil vi i denne delen gjøre en oppsummering av de viktigste punktene fra drøftedelen, og deretter utføre en gjennomgang av refleksjoner vi har gjort i løpet av prosessen med å skrive bacheloroppgaven. Til slutt vil vi komme med våre tanker om hvilken forskning som kan gjennomføres videre, med mål om å komme med et mer omfattende svar på problematikken.

7.1 Oppsummering av oppgaven

Gjennom denne oppgaven har vi arbeidet med å få frem problematikken rundt regnskapsførerens fremtid i forbindelse med teknologiutvikling og automatisering av arbeidsoppgaver. For å arbeide med dette har vi prøvd å svare på problemstillingen:

Hvordan vil regnskapsførerens fremtid se ut, når de tradisjonelle oppgavene blir automatisert?

For å besvare problemstillingen har vi videre sett på forskningsspørsmål rundt å opprettholde inntjening, og hvordan endringen fra regnskapsfører til regnskapsrådgiver vil påvirke dagens regnskapsførere.

Automatisering og RPA kan gi flere nye muligheter for regnskapsføreren. Det vi har sett er at de ansatte fra Lykketall ønsker å bruke flere digitale løsninger slik at de kan gjøre sine tjenester på en god og effektiv måte. I tillegg til dette er også kundene fornøyde, på den måten at de kan gjøre mye selv. Av dette kan man se en felles tilfredshet til dagens teknologiske utvikling. Når Lykketall bruker sine digitaliserte løsninger som støttes av RPA til å levere tjenestene sine, vil de klare å komme til et nivå hvor de kan levere en tjeneste som gjør kundene fornøyde. I tillegg vil de klare å skaffe mer tid når tidskrevende oppgaver blir raskere utført, som gjør at det blir mulig å differensiere seg inn på andre verdiskapende arbeid som rådgivning. Tjenesten blir også bedre kvalitetsmessig, siden RPA vil tilby robotisert bokføring som kan ha mindre sjanse for feilføringer. Her er det viktig å huske på at automatiseringen også kan gjøre feil, så regnskapsføreren vil ha en sentral rolle ved å kvalitetssikre regnskapet. Så vi kan se at teknologiutviklingen og regnskapsføreren komplimenterer hverandre, som kan skape den beste kundeopplevelsen.

Kunderelasjonen er et viktig punkt for tjenesten fra en regnskapsfører. Skal man skape en visjon rundt regnskapsførerens fremtid må man klare å se hva som blir etterspurt, og hva som er relevant for akkurat denne rollen. Som vi ser av flere kunder er det god kundefølelse og relasjonsbehandling som er viktig. De mener også at selve bokføringer er viktig, men at kundebehandlingen verdsettes mer enn dette. Kundene ønsker en regnskapsfører som kan stille opp når det trengs, og i tillegg være en partner som jobber for at gode beslutninger skal bli tatt. Disse faktorene kan skape god tilfredshet som vil bevare kundene til regnskapsføreren, noe som vil være gode forutsetninger for fremtiden.

Vi ser en tydelig påvirkning fra teknologiutviklingen på både ansatte og kunder. Fra funnene våre får vi at ansatte og kunder ser fram til mer rådgiving. Kundene føler samarbeidet med regnskapsføreren gir mye ekstra verdiskapning når de får gode råd om hvordan de skal drifte sine virksomheter i fremtiden. Samtidig gir de ansatte uttrykk for at det å kunne bruke mer tid med kunden gir dem mer motivasjon rundt deres arbeid. Disse observasjonene går i tråd med teoriene om motivasjon og emosjoner som er redegjort for i teksten, spesielt med fokus på hvordan trekk ved oppgavene som blir utført kan være motivasjonsfaktorer for den ansatte.

Da rådgivingsarbeidet både er mer variert og mer utfordrende enn regnskapsføringen, vil dette trolig også skape mer motivasjon for oppgavegjennomføringen. Det kan også skape mer positive emosjoner hos den ansatte, som vi ser fra intervjuene. De gir uttrykk for at rådgivingsarbeidet gjør at de kan delta i verdiskapningen på en annen måte enn kun å levere et ferdig regnskapsprodukt. Når de ansatte opplever positive emosjoner og ekstra motivasjon for arbeidet leder det også til spontanatferd, der de gjør arbeid som skaper mer verdi, uten at det er forventet. Samtidig ser vi det vil være viktig å tenke over personlighet og evne hos den enkelte ansatte, da det er påvist at mennesker er forskjellige. Endring i arbeidsoppgaver kan medføre at ansatte med personlighet som passer tradisjonell regnskapsføring ikke opplever trivsel med nye oppgaver. Det kan lede til at disse individene søker seg til andre yrker.

Gjennom oppsummeringen har vi prøvd å belyse utfordringen regnskapsbransjen står ovenfor, og dens fremtid. Vi ser antydning til en klar påvirkning fra teknologiutviklingen. Svarene vi har fått tyder på at regnskapsførerne bør utvikle seg til å bruke sin kompetanse til rådgiving. Oppgaven er ment å belyse problematikken og potensielle løsninger rundt den, framfor å komme med en fasit. Besvarelsen kan være et bidrag til videre forskning, som diskuteres i delkapittel 7.3.

7.2 Refleksjon over arbeidet: Hva kunne vi gjort annerledes?

Mot slutten av arbeidet har vi reflektert rundt behovet for å intervjuer en større gruppe kunder og regnskapsførere, og da spre oss vekk fra Lykketall. Grunnen til dette er at vi ikke kan trekke våre slutninger over hele regnskapsbransjen på basis av gruppen vi har intervjuet, da vi kun har intervjuet to ansatte og fire kunder. Sett med et annet perspektiv var målet for oppgaven å belyse hvordan regnskapsføreren kan jobbe i framtiden, og hvordan den kan utvikle sin rolle i forbindelse med teknologiutviklingen. Derfor kan våre funn fremdeles brukes som en forklaring på en retning regnskapsføreren kan utvikle seg i. Selv om kundegruppen vi har intervjuet ikke er så stor, ser vi at det er enighet blant kundene om hva de verdsetter i forholdet mellom dem og regnskapsføreren. Derfor har vi konkludert med at vi fortsatt får besvart oppgaven med forskningen vi har gjort, samtidig som at det vil være gunstig å gjøre videre forskning på resten av bransjen for å få et mer helhetlig bilde av situasjonen de står i.

I våre intervjuer hadde vi alt over teams, noe som ga oss god data, men kunne vært samlet inn annerledes. Vi kunne sett for oss og gått enda mer inn for å skaffe fysiske ansikt-til-ansikt intervjuer. Intervjuereffekt og pålitelighet ved metoden kan bli annerledes ved denne type intervju siden alle er der fysisk til stede, og da kan det være en mulighet til å få andre svar.

Vi har også reflektert rundt våre muligheter rundt metodetriangulering ved å slå sammen en kvantitativ studie med vår kvalitative. Det ville gitt oss muligheten til å ha større grunnlag i våre funn for å dra slutninger som kan trekkes over hele bransjen. Dette er en problematikk vi har drøftet over i forhold til tidsbruk. Vi tror at teksten i seg selv ville vært veldig lik slik den er nå, men med et større utgangspunkt i forhold til funn. Det kunne gitt flere drøftingsmomenter i tilfelle vi ville møtt på funn som sier imot de vi har gjort i vår forskning.

7.3 Forslag til videre forskning

Da vi ser det som problematisk at vi selv ikke har intervjuet et større spekter av kunder av regnskapsførere, vil vi anse det som et interessant felt å forske videre på i større grad. Å benytte seg av funnene fra våre kvalitative undersøkelser for så å skape kvantitative undersøkelser i form av spørreundersøkelser. Deretter sende disse til et større utvalg av bedrifter som vil gi en mer empirisk bakgrunn for å komme med påstandene vi har kommet med. Det vil her være viktig å gjøre et skille mellom bedrifter som har regnskapsfører som en intern ressurs i organisasjonen, og bedrifter som benytter seg av regnskapskontor for regnskapstjenestene. Blant bedriftene som har regnskapsførere som interne ressurser vil det være viktig å se på om de har andre roller i bedriften, eller om de er kun regnskapsførere, da det er en viktig faktor for regnskapsførerens kapasitet til å omstille seg i framtiden.

Som i punktet over mener vi det vil være gunstig å gjennomføre kvantitative undersøkelser også blant regnskapsførere, spesielt med fokus på psykologi-delen i drøftingen vår.

Regnskapsføreren er den som blir mest påvirket av utviklingen, da utviklingen ser ut til å gå i den retningen at regnskapsførerens rolle må endres for å ikke bli utskiftet. Derfor vil det være viktig å se om våre påstander rundt motivasjon og emosjoner faktisk stemmer opp mot alle regnskapsførere. For å oppsummere påstandene så omhandler de hvordan endringer i roller og arbeidsoppgaver påvirker regnskapsførernes forhold til arbeidet.

Vi anser det også som veldig interessant å forske videre på hvordan utviklingen til AI-programmer vil påvirke regnskapsføreren videre i framtiden. Siden vi viste antydning til at regnskapsføreren går mer mot en rådgiver, lurer vi på hva som da vil skje med regnskapsføreren når den får en større konkurrent på rådgivingsbiten. Det er naturlig å anta at AI-en vil være et billigere alternativ for kunden som rådgiver. Samtidig kan tillit være et viktig spørsmål, da individer både kan oppleve mistillit til mennesker og maskiner. Når AI-en oppnår tilstedeværelsen og nivået som beskrevet over, mener vi det vil være interessant og viktig å gjennomføre en studie tilsvarende den vi har gjennomført i denne oppgaven.

8.0 Referanseliste

- Austheim, S., (2023), *Fakta om regnskapsbransjen*, Tilgjengelig fra: <https://www.regnskapnorge.no/om-oss/bransjeutvikling/> (Hentet: 20.05.2023)
- Autor, D. H. (2015) Why Are There Still So Many Jobs? The History and Future of Workplace Automation, *Journal of Economic Perspectives*, 29 (3), s. 5. doi: <https://doi.org/10.1257/jep.29.3.3>
- Berg, T., (2018), *Grunnleggende økonomistyring*, utg. 2, Oslo: Cappelen Damm
- Ekeland, A. og Krüger, I.B. (2020) Robotene og arbeidsmarkedet: Et kritisk blikk på Frey og Osbornes analyse, *Praktisk økonomi og finans*, 36(1), pp. 47–58. 10.18261/issn.1504-2871-2020-01-07
- Evans, J. R. og Lindsay, W. M. (2020) *Managing for Quality and Performance Excellence*, 11. Utg. Boston: Cengage
- Fauske, M. F. (2020) *Automatisering I fremtidens arbeidsliv – hva sier forskningen?*. (FFI-rapport 20/03037). Kjeller: Forsvarets forskningsinstitutt. Tilgjengelig fra: <https://ffi-publikasjoner.archive.knowledgearc.net/bitstream/handle/20.500.12242/2816/03037.pdf> (Hentet: 14. April 2023).
- Framnes, R., Pettersen, A. og Thjømmø, H. M. (2018), *Markedsføringsledelse*, 9. Utg. Oslo: Universitetsforlaget
- Frey, C. B. og Osborne, M. (2013). The future of employment: How susceptible are jobs to comuterisation? *Oxford Martin Programme on Technology and Employment*. Tilgjengelig fra : <https://www.oxfordmartin.ox.ac.uk/downloads/academic/future-of-employment.pdf> (hentet: 21. Mai 2023)
- Heggernes, T. A. (2021), *Digital forretningsforståelse*. 3. UTG. Bergen: Fagbokforlaget
- IBM (2023) *What is robotic process automation (RPA)?* Tilgjengelig fra: <https://www.ibm.com/topics/rpa> (Hentet: 21. Mai 2023)
- Jacobsen, D. I. (2021) *Hvordan gjennomføre undersøkelser?* 3. utg. Oslo: Cappelen Damm Akademisk

Kaufmann, A., Kaufmann, G., (2015), *Psykologi i organisasjon og ledelse*, 5. UTG. Bergen: Fagbokforlaget

Kokina, J. og Blanchette, S. (2019). Early evidence of digital labor in accounting: Innovation with Robotic Process Automation. *International Journal of Accounting Information Systems*, 35 (100431), s.10. doi: <https://doi.org/10.1016/j.accinf.2019.100431>

Lee, J.K. og Manoj, K.M. (2022) *Operations management*. 13. Utg. Harlow: Pearson Education Limited.

Lykketall (2023) *Om oss*. Tilgjengelig fra: <https://lykketall.com/om-oss> (Hentet: 10. April 2023).

Lynch, R. (2021) *Strategic management*. 9. utg. London. Sage

Løvaas, I., Madsen, D. Ø., Stenheim, T. og Korhonen-Sande, S. B. (2018) Fra bokfører til rådgiver? *Beta (Oslo, Norway)*, 32(2), s. 165–180. doi: <https://doi.org/10.18261/issn.1504-3134-2018-02-03>.

Pindyck, R.S. og Rubinfeld, D.L. (2013) *Introduksjon til mikroøkonomi*. Oversatt fra *Microeconomics* av T. Synnestvedt. 7. utg. Harlow: Pearson education limited.

Rababah, K., Mohd, H. og Ibrahim, H. (2011). Customer relationship management (CRM) processes from theory to practice: The pre-implementation plan of CRM system. *International Journal of e-Education, e-Business, e-Management and e-Learning*, 1(1), s. 22. Tilgjengelig fra: https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/31400708/process-libre.pdf?1392351499=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DProcess.pdf&Expires=1684681314&Signature=N5-uBaipWWZlhAdzzigDAdF8yfEpvUP2f~OJWcRjT4n2hH-H5ixmdB7SOds6gO9zTxTBB1T7VYDRMspdWArbLfEvEgh1gVd~uxZmjJ8c70zztm9Zv8heblGeYZI7sSqfn3JN3FL8sIJ~pEa4vmOT~fm4eMPxPQnRmGpp0TS8pOGAiLXS3mXrsZAf1PxpPftI~rDoMAQe2HKsIBwCLfrITULpIX6YOGYioX1larQtftXmrcWapmgSVDLTpLp9Ml886F0ouc7ngfqm1RGVIYJI~FjDs0EccTCa~fR-F1F~9k1qnR470cqD~phdjSHnYVgyLY3kLmxShd1v9fu~T0hp4A_&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA (Hentet: 1. Mai 2023)

Techtarget, (2021), *Script*. Tilgjengelig fra: <https://www.techtarget.com/whatis/definition/script> (Hentet: 20. Mai 2023)

Tripletex, (2023), *Hva er punching?*, Tilgjengelig fra:
<https://www.tripletex.no/ordbok/punching/> (Hentet: 20. Mai 2023)

