

Examensarbete, 15 hp, för  
Kandidatexamen i företagsekonomi: Redovisning och Revision  
VT 2018

**Karriären inom revisionsbranschen -  
Vem är det som lyckas att bli partner i en  
stor revisionsbyrå? En kvalitativ analys av  
individens kulturella kapital och habitus.**

Jasmin Josef och Ardita Shabani

Fakulteten för ekonomi

**Högskolan Kristianstad | [www.hkr.se](http://www.hkr.se)**

## **Abstract**

### **Author**

Jasmin Josef and Ardita Shabani

### **Title**

The career in the Audit Industry - Who is successful in becoming a partner in a large auditing firm? A qualitative analysis of the individual's cultural capital and habitus.

### **Supervisor**

Caroline Pontoppidan

### **Co-examiner**

Daniela Argento

### **Examiner**

Marina Jogmark

### **Abstract**

The largest auditing firms are characterized by strict hierarchy with a career ladder. Becoming a partner in a large auditing firm means reaching the highest position within the firm and becoming a part of the firm. Of the hundreds of economists who start their career in one of the large auditing firms, it's only about one of ten who become partners. The purpose of the study is to create a deeper understanding of who makes partner in a large auditing firm and what it takes to be chosen. The purpose is also to understand the role of cultural capital and habitus for an individual's ability to succeed in becoming a partner in a large auditing firm.

In the study, a qualitative approach has been used to gain a deeper understanding of who makes partner in a large auditing firm and to fulfill the purpose of the study. In the study eight semi-structured interviews were conducted, including three managers and five partners.

Both profession theory and organizational theory has been used mostly as a background description. The main focus of the study is Bourdieu's theory of cultural capital and habitus.

Finally, we found that the one who makes partner is the one who has the ability to run the company and generate revenue for the company. It is therefore important to be market-oriented and to like doing business.

### **Keywords**

Large auditing firms, partner, career development, profession, cultural capital, habitus

# Sammanfattning

## Författare

Jasmin Josef och Ardita Shabani

## Titel

Karriären inom revisionsbranschen - Vem är det som lyckas att bli partner i en stor revisionsbyrå? En kvalitativ analys av individens kulturella kapital och habitus.

## Handledare

Caroline Pontoppidan

## Medbedömare

Daniela Argento

## Examinator

Marina Jogmark

## Sammanfattning

De stora revisionsbyråerna kännetecknas av strikt hierarki med en tydlig karriärstege. Att bli partner i en stor revisionsbyrå innebär att nå den högsta positionen inom byrån och bli en del av firman. Av de hundratals ekonomer som börjar sin karriär i någon av de stora revisionsbyråerna är det ungefär bara var tionde person som blir partner. Syftet med studien är att skapa en djupare förståelse för vem det är som lyckas att bli partner och vad som krävs för att bli utvald. Syftet är även att förstå vilken roll det kulturella kapitalet och habitus har för en individs möjligheter att lyckas bli partner i en stor revisionsbyrå.

I studien har ett kvalitativt tillvägagångssätt använts för att få en djupgående förståelse om vem det är som blir partner och uppfylla studiens syfte. Vi har genomfört åtta semistrukturerade intervjuer varav tre manager och fem partners. I studien har professionsteorin och organisationsteorin till största del använts som en bakgrundsbeskrivning. Studiens största fokus ligger dock på Bourdieus teori om det kulturella kapitalet och habitus.

Slutligen kom vi fram till att den som lyckas bli partner är den som har förmågan att driva firman framåt och generera intäkter till firman. Det är därför viktigt att vara marknadsorienterad och tycka om att göra affärer.

## Ämnesord

Stora revisionsbyråer, partner, karriärutveckling, profession, kulturellt kapital, habitus

## **Förord**

Efter flera månaders hårt arbete har vi äntligen färdigställt vårt arbete. Vi vill tacka vår handledare Caroline Pontoppidan som har stöttat oss och gett oss goda råd under processens gång.

Vi vill även tacka alla respondenter som har ställt upp i intervjuer och gjort denna studien möjlig.

Slutligen vill vi rikta ett stort tack till våra familjer som har hjälpt oss och stöttat oss under studiens gång.

## **TACK!**

Kristianstad, 25 maj 2018

---

Jasmin Josef

---

Ardita Shabani

## Innehållsförteckning

<b>1. Inledning .....</b>	<b>1</b>
1.1 Problembakgrund .....	1
1.2 Problematisering .....	3
1.3 Frågeställning.....	6
1.4 Syfte.....	6
1.5 Disposition.....	7
<b>2. Metod .....</b>	<b>8</b>
2.1 Förförståelse av metod .....	8
2.2 Vetenskaplig forskningsansats .....	8
2.3 Vetenskaplig metod.....	10
2.4 Val av teori.....	11
2.5 Empirisk metod.....	12
2.5.1 <i>Datainsamling</i> .....	12
2.5.2 <i>Intervjuer</i> .....	13
2.5.3 <i>Intervjuteknik</i> .....	15
2.6 Urval.....	15
2.7 Presentation av respondenterna.....	16
2.8 Analysmetod .....	17
2.9 Generaliserbarhet.....	17
2.10 Reliabilitet.....	18
2.11 Validitet .....	18
2.12 Forskningsetik.....	19
<b>3. Teoretisk referensram .....</b>	<b>21</b>
3.1 Förförståelse av teoretisk referensram.....	21
3.2 Professionsteori.....	21
3.2.1 <i>Abbotts professionsteori</i> .....	22
3.3 Organisationsteori.....	23
3.3.1 <i>Partnerskap som en organisationsform</i> .....	24
3.4 Bourdieus teori.....	25
3.4.1 <i>Fält</i> .....	26
3.4.2 <i>Kapital</i> .....	27
3.4.3 <i>Habitus</i> .....	30
<b>4. Empirisk analys .....</b>	<b>32</b>
4.1 Förförståelse av empirisk analys.....	32
4.2 Början av karriären i de stora revisionsbyråerna.....	32
4.3 Karriärutveckling.....	34
4.4 Partner .....	36
4.4.1 <i>Det kulturella kapitalet</i> .....	37
4.4.2 <i>Habitus</i> .....	39
4.4.3 <i>Anledningar till varför en del inte blir partners</i> .....	42
4.5 Sammanfattning av analysen .....	44
<b>5. Slutsats och diskussion .....</b>	<b>45</b>
5.1 Vem är det som lyckas bli partner i en stor revisionsbyrå?.....	45
5.2 Studiens teoretiska bidrag.....	48
5.2.1 <i>Praktisk relevans</i> .....	48
5.2.2 <i>Studiens begränsningar</i> .....	48
5.3 Förslag till vidare forskning.....	49
<b>Referenslista.....</b>	<b>50</b>

## **Bilagor**

Bilaga 1:	Intervjuguide	56
-----------	---------------	----

## **Figurer**

Figur 1.1:	En överblick över den hierarkiska strukturen.	2
------------	---	---

## **Tabeller**

Tabell 2.1:	En överblick över studiens respondenter.	16
-------------	--	----

Tabell 3.1:	Different types of capital at play in the big 4.	29
-------------	--	----

# 1. Inledning

---

*Detta kapitel presenterar bakgrunden till studien där organisationsstrukturen av stora revisionsbyråer lyfts fram. Därefter kommer en diskussion om problematiseringen som även leder till vårt syfte och vår frågeställning. Till sist presenteras uppsatsens disposition.*

---

## 1.1 Problembakgrund

Revisorn har länge klassats som en profession (Halling, 2017). Det som bland annat utmärker en profession är dess gemensamma kunskap inom ett visst område som utomstående inte har (Alvehus, 2012). Revisorer klassas därför som professionella inom sitt kunskapsområde (Halling, 2017). Det är denna kunskap som skapar förtroende för revisorerna hos olika intressenter (Halling, 2017).

Det finns olika krav för att kunna tillträda olika professioner (Abbott, 1988). För att bli en auktoriserad revisor finns det ett antal formella krav som måste vara uppfyllda, det krävs både en teoretisk och en praktisk utbildning (FAR, 2016). Efter utförandet av den teoretiska samt praktiska utbildningen ska ett kunskapsprov skrivas och godkännas (Revisorsinspektionen, 2018). Professionen sätter på så sätt formella krav för att lyckas bli en auktoriserad revisor men däremot finns det inga formella krav för hur ett partnerskap uppnås (Axelsson, 2011). Istället beskriver Mohr & Spekman (1994) att partnerskap tenderar att uppvisa beteendemässiga egenskaper.

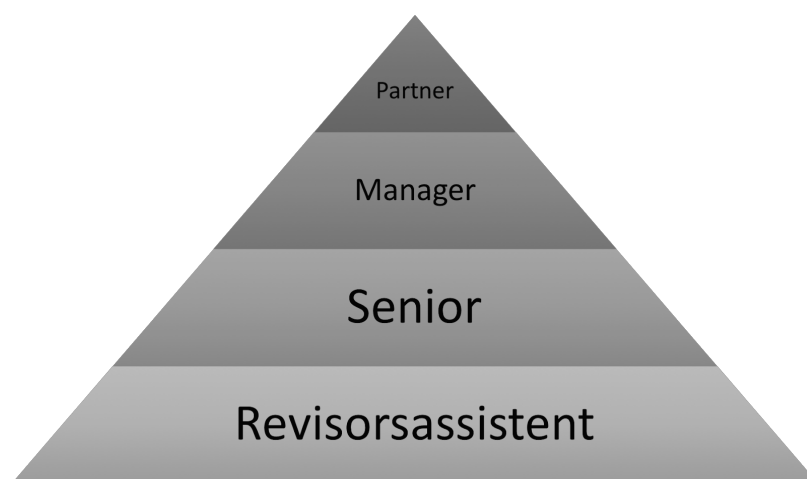
Att tillhöra en profession innebär inte alltid att den enskilde individen är självständig i sitt arbete. Alvehus (2012) beskriver professionella organisationer som byråkratiska och menar att platthet är en myt. I takt med att organisationer växer blir verksamheten mer formellt uppstyrd där det bland annat uppstår behov av hierarkier och rutiner (Alvehus, 2012).

De stora revisionsbyråerna<sup>1</sup> utmärks av strikt hierarki där revisionsteamet är organiserat i en tydlig karriärstege bestående av fyra olika nivåer (Carrington, 2014). Karriärstegen sträcker sig från redovisningsassistent till partner och däremellan finns en lång väg att gå (Carrington, 2014). Den första nivån på revisionsbyrån är revisorsassistent där arbetet

---

<sup>1</sup> Stora revisionsbyråer är en benämning på de största internationella revisionsorganisationerna som dominerar revisionen av börsbolag och andra större bolag. Det talas ofta om *the big 4* och dessa är PwC, Ernst & Young (EY), Deloitte och KPMG. Gemensamt för dessa byråer är att de har en omsättning på över en miljard kronor och över tusen anställda (Carrington, 2014).

normalt sett bygger på att utföra grovjobbet. Assistentens erfarenhet växer med tiden och då tilldelas assistenten mer komplexa arbetsuppgifter. Cirka två år senare befordras assistenten till senior där arbetsuppgifterna är mer komplexa och senioren får det operativa ansvaret. Senioren är den som leder det dagliga arbetet ute hos klienten (Carrington, 2014). Två till fem år senare befordras senioren till manager vilket är den sista nivån i hierarkin innan man har möjlighet att nå toppen och bli en påskrivande revisor, som vanligen är delägare och kallas därför för partner. En manager har vanligtvis allt ansvar för revisionen och planeringen och denna titel innehas mellan fem och tio år (Carrington, 2014).



**Figur 1.1** En överblick över den hierarkiska strukturen.

Rutinerna inom revisionsteamet bygger på en så kallad *review process*. Arbetet som utförs av den lägre nivån i hierarkin måste granskas och godkännas av de som har en högre position, och på så sätt anses revisionsteamet vara en av de mest hierarkiska organisationerna där de påskrivande revisorerna är överordnade de andra (Carrington 2014; Hunt, 1995).

Revisionsbyråer är ett bra exempel på organisationer som har en partnerstruktur. Det professionella partnerskapet medför att sådana organisationer skiljer sig från andra. Detta dels genom ägarstrukturen, dels genom utförandet av arbetet (Greenwood, Hinings & Brown, 1990).



Att bli partner innebär att bli delägare i en revisionsbyrå (Axelsson, 2011). Detta innebär även att ett ekonomiskt risktagande medföljer. I goda tider blir det möjligt att dela vinsten och i dåliga tider förlusten. Ur ett formellt perspektiv innebär partnerskap rätten till att vara med i stämman och utse styrelsen. Ur ett informellt perspektiv innebär partnerskap en ökad status för den enskilde individen som blir partner. Normalt sett är det var tionde medarbetare som blir partner. Befogenhet till partnerskap uppnås inte genom historiskt arbete. Partnerskap innebär att bära in affären i framtiden genom att uppnå de kvalifikationer som krävs (Axelsson, 2011). I artiklarna "Revision: så blir du partner" och "Lång och tuff väg för att bli partner på revisionsbyrå" berättar både Pontén, personaldirektör på Deloitte, och Fagerstedt, revisionschef på EY att en partner ska kunna utveckla och driva affären samt vara en eftertraktad revisor och stärka byråns varumärke (Axelsson, 2011; Axelsson 2017). Carter & Spence (2014) nämner att det är viktigt med goda kundrelationer. En partner bör vara delaktig i hela arbetsprocessen och säkerställa att arbetet har levererats på rätt sätt av specialisterna (Carter & Spence, 2014). Bildandet av partnerskap är främst motiverat för att få konkurrensfördelar på marknaden. Detta för att partners hjälper till att uppnå mål som företaget själv inte enkelt kan uppnå. Partnerskap gynnar företaget på flera sätt varigenom det bland annat ger tillgång till nya tekniker och nya marknader, förmågan att tillhandahålla ett bredare utbud av tjänster samt tillgång till kunskaper utanför företagets gränser (Mohr & Spekman, 1994). Revisorer bygger sin kompetens i 10-15 år innan de blir befogade för partnerskap. Denna period består i stor utsträckning av informellt lärande i samverkan med andra partners, ledande kollegor och klienter (Bevort, 2012).

## **1.2 Problematisering**

Organisationer ser människan som en resurs och det förknippas med en styrningsform som kallas för *human resource management* (HRM). Styrningsformen bygger på att personalen i en verksamhet bör ses som en resurs som utvecklas kontinuerligt, och inte som en kostnad som verksamheten vill minska (Alvehus & Jensen, 2015). Vidare är det av strategisk betydelse för organisationer att behålla och attrahera de medarbetare som fyller organisationens kompetensbehov (se t.ex. Blau & Devaro, 2007; Pergamit & Veum, 1999; Vasilios, 2011). Utredningar och forskning har visat att organisationers ambitioner är att rekrytera personer som påminner om en själv vad gäller åsikter och känslor samt som passar

bäst in i gruppen. Det fenomenet kallas för *homosocial reproduction* (Alvehus & Jensen, 2015). Det finns studier som visar att människor och minoriteter rensas bort och ledningsgrupper tenderar att innehålla samma slags personer (medelålders män, vita, med teknisk och ekonomisk utbildning), detta skapar hinder för minoriteterna (Alvehus & Jensen, 2015).

Tidigare studier visar att partnerskap i stora revisionsbyråer kan bli en ekonomisk jackpot och en egoboost (Axelsson, 2011). Många blir kallade till att bli delägare i revisionsbyråer men det är endast få som blir utvalda. Av de hundratals ekonomer som påbörjar sin karriär i någon av de stora revisionsbyråerna är det ungefär bara var tionde person som en dag kommer att bli delägare, med andra ord bli partner i revisionsbranschen. Revisionsbranschen har en distinkt karriärstruktur där olika roller stegvis framkommer i hierarkin (Greenwood & Empson, 2003). Från assistent till manager och parallellt med stegvis upp till de olika nivåerna i hierarkin förbereder sig ekonomerna till att utföra provet för att bli auktoriserade revisorer. Vidare framgår det att ekonomer som avancerar till senior manager har möjlighet till ett partnerskap inom några år (Axelsson, 2011). Dock väljer många revisorer att stanna som managers istället för att gå rakt mot ett partnerskap (Eriksson, 2006).

För att klättra upp för karriärstegen beskriver Carrington (2014) ett system som de stora byråerna använder sig av, nämligen *up or out* systemet. Detta är ett sätt för revisionsbyråerna att rekrytera kompetent personal upp i hierarkin. Det är förväntat av personalen att visa sin kompetens och klättra upp i stegen, om personalen inte gör karriär förväntas de att byta jobb. Det innebär alltså att assistenterna ska ha som mål att nå den högsta positionen. Carrington (2014) antyder dock att revisionsbyråerna sällan behöver säga upp assistenter, ett sådant system gör att assistenter som inte lyckas klättra upp inser att karriären inom revisionsbranschen inte är av ett intresse och lämnar därför arbetet förr eller senare.

För att nå den högsta positionen i hierarkin och bli partner finns det inte direkt några formella krav. Processen är till stor del i en mer subjektiv form och sträcker sig över en tioårsperiod på de stora revisionsbyråerna (Axelsson, 2011). Det är de redan existerande partners som väljer vem det är som ska bli partner, av den anledningen är det viktigt att

bygga interna relationer (Axelsson, 2011). Att bli partner är dock inget löfte men möjligheterna finns. Tidigare studier visar att antalet försök till partnerskap har ökat de senaste åren, trots detta har framgången varit låg (Mohr & Spekman, 1994). Det är även förväntat av medarbetarna att arbeta sig upp i hierarkin. Revisorerna uppmuntras redan från början att sträva efter en befordran för att nå ett partnerskap (Jeppesen, 2007). Magnus Fagerstedt, chef för affärsområdet revision inom EY nämner att medarbetarna fångas upp tidigt och deras utveckling följs upp (Axelsson, 2011).

För att undersöka vem det är som lyckas klättra upp och nå ett partnerskap är det fördelaktigt att undersöka en hierarkisk verksamhet med en tydlig karriärstege, som i det här fallet revisionsbranschen (Persson, Schischke & Sharma, 2008). Tidigare studier visar att prestationsbedömningar och uppsatta krav är en viktig del av företagets kontrollsystem, detta på grund av att företaget kan styra dess medlemmar i en viss riktning (Hunt, 1995). Utförandet av arbetsuppgifter i revisionsteamet blir alltid utvärderat av de som befinner sig längre upp i hierarkin (Carrington, 2014). Det har visat sig att underordnade oftast accepterar och tar emot utvärderingar som kommer från en handledare med hög värderingsförmåga (Hunt, 1995).

Flera studier och undersökningar har påvisat att karriärbarriärer finns inom revisionsbranschen (Fearfull och Kamenou, 2010). Olika forskare talar om glastakseffekten och om hur framförallt minoriteter drabbas av den även om de har adekvat och relevant erfarenhet och utbildning (Smith, Caputi & Crittenden, 2012). Genom tidigare forskning vet vi att det finns en del faktorer, bland annat kön och etnicitet, som spelar roll i samhället och påverkar individens möjligheter att avancera i karriären (Fearfull och Kamenou, 2010). I följande studie kommer vårt fokus inte att ligga på dessa faktorer utan snarare på vem det är som lyckas att bli partner oavsett minoritet. Detta ska undersökas genom att utgå från Bourdieus teori med fokus på teorin om det kulturella kapitalet och habitus (Bourdieu, 1984). Det kulturella kapitalet finns i tre former (institutionalized, objectified och embodied)<sup>2</sup> och lägger störst vikt vid individers agerande och handlande samt utbildningar och erfarenheter (Carter & Spence, 2014). Habitus kännetecknas av sättet att förstå fältet man agerar inom och dess regler vilket kan ge oss en förståelse för varför vissa lyckas att

---

<sup>2</sup> Det kulturella kapitalets tre former förklaras utförligt i teoridelen.

nå ett partnerskap och andra inte (Carlhed, 2011). Vi betraktar de stora revisionsbyråerna som ett fält i enlighet med Bourdieus teori om fälten.

Carter & Spence (2014) nämner att det finns en hel del studier om de stora revisionsbyråerna men alldeles för få studier om identiteten av partners. Vidare menar Carter & Spence (2014) att tidigare studier har lagt störst vikt vid att undersöka själva arbetet som utförs inom revisionsbranschen men misslyckats med att beskriva vem medarbetarna är och vilka värderingar och egenskaper de har. Det kulturella kapitalet och habitus ska därför ge oss en förståelse för hur partners identifieras. Bourdieus teori kännetecknas av olika faktorer som påverkar en individs ställning i den sociala omgivningen och kan på så sätt ge oss en förklaring till vad det är som påverkar möjligheterna att nå ett partnerskap.

Bourdieu är inte en ny teoretiker i redovisningsforskning. Hans teori har tidigare använts för att studera olika problem. Carter & Spence (2014) studerar vad det innebär att vara framgångsrik inom revisionsbranschen och använder Bourdieus teori med fokus på habitus för att skapa förståelse kring detta. En annan intressant studie är Carlheds (2011) studie om hur Bourdieus teori förhåller sig till professionsteorin och vilka likheter respektive olikheter det finns. En tredje studie har också använt sig av Bourdieus teori där studien syftar till att undersöka managers möjligheter till partnerskap (Kornberger, Mouritsen & Justesen, 2011). I denna uppsatsen vill vi därmed undersöka och analysera vem det är som lyckas att nå ett partnerskap genom att använda oss av det kulturella kapitalets tre olika former och habitus.

### **1.3 Frågeställning**

Vem är det som lyckas att bli partner i en stor revisionsbyrå?

### **1.4 Syfte**

Syftet med uppsatsen är att identifiera och analysera vem det är som lyckas att nå ett partnerskap inom de stora revisionsbyråerna och därmed skapa förståelse för rollen av det kulturella kapitalet och habitus.

## 1.5 Disposition

### Kapitel 1

- I det första kapitlet presenteras en bakgrund till ämnet. Därefter kommer en problemdiskussion och slutligen syfte och frågeställning.

### Kapitel 2

- I det andra kapitlet presenteras studiens undersökningsmetod vilket beskriver hur studiens tillvägagångssätt ser ut. Först presenteras den vetenskapliga metoden och därefter presenteras den empiriska metoden.

### Kapitel 3

- I det tredje kapitlet presenteras studiens teoretiska referensram som består av professionsteorin, organisationsteorin och Bourdieus teori.

### Kapitel 4

- Det fjärde kapitlet redogör för den empiriska analysen. Empirin som har samlats in analyseras utifrån olika kategorier som är relevanta i studien.

### Kapitel 5

- I det femte och sista kapitlet besvaras studiens frågeställning med hjälp av teorin och empirin. Därefter redogör kapitlet för de teoretiska bidragen och den praktiska relevansen samt studiens begränsningar. Avslutningsvis presenteras förslag till vidare forskning.

## 2. Metod

---

*I det andra kapitlet presenteras studiens undersökningsmetod vilket beskriver hur studiens tillvägagångssätt ser ut. Först presenteras den vetenskapliga metoden som innehåller forskningsansats, reliabilitet, validitet och val av teori. Därefter presenteras den empiriska delen som innehåller datainsamlingsmetoden, urval, presentation av respondenterna, analysmetod och forskningsetik.*

---

### 2.1 Förförståelse av metod

I detta kapitel redogör vi för metodval samt datainsamling. Vetenskap innebär “känedom” och “kunskap” och är ett metodiskt samt systematiskt inhämtande av kunskap inom ett område. En forskare klassificerar och samlar in data genom observationer och experiment. Sedan analyseras data och forskaren kan i sin tur formulera resultat och dra generella slutsatser (Boyd m.fl., 1991; Molander, 1983). Eftersom vår studie syftar till att identifiera och analysera vem det är som lyckas att nå ett partnerskap inom de stora revisionsbyråerna använder vi oss av en kvalitativ metod. Detta för att få en djupare förståelse för vem det är som blir partner. I en kvalitativ metod befinner sig forskaren i den sociala verkligheten som undersöks och samlar in data som sedan ska analyseras (Denscombe, 2016). Dessutom har en abduktiv ansats tillämpats för att växla mellan teori och empiri samt upptäcka nya aspekter (Alvehus, 2013).

### 2.2 Vetenskaplig forskningsansats

Forskningsarbetet går ut på att ge en transparent bild av det som har studerats av forskaren. Det finns tre olika forskningsansatser som forskare kan välja mellan för att det ska vara möjligt att alstra teorier (Patel & Davidsson, 2011). Vårt forskningsarbete grundar sig på en abduktiv metod. Det är en analysstrategi som inkluderar både induktiva och deduktiva ansatser. Deduktiv ansats bygger på hypotes som utgår ifrån teori och information, som i sin tur prövas med hjälp av empirisk granskning (Lind, 2014). I deduktiv ansats styr teorin den empiriska granskningen eftersom teorier samlas in och därtill prövas och analyseras deras giltighet (Bryman & Bell, 2011). Induktiv ansats är motsatsen till deduktiv ansats och bygger istället på ett empiriskt material som sedan utvecklar teoretiska modeller och begrepp. Det är viktigt att beskriva den empiriska fakta (Lind, 2014). Vidare används

empirisk data för generalisering och det är empirin som styr teorin eftersom slutsatserna dras genom analys och insamling av empiri (Bryman & Bell, 2011).

Undersökningen påbörjades med observationer i form av internetsökning för att bygga ambitioner och få kunskap om omvärlden genom sinnesdata (Ahrne & Svensson, 2015). Sinnesdata är det vi människor uppfattar med våra sinnen, och inom samhällsvetenskap är "se" och "höra" de viktigaste sinnena som vi har. Vår problematisering och frågeformulering uppkom genom följande sökning och det har varit utgångspunkten för forskningsarbetet. Vi har i vår studie skapat en väg för att ta oss från brist på kunskap till att ha kunskap, från en obesvarad fråga till ett svar och från ett problem till en lösning (Ahrne & Svensson, 2015). Intervjufrågor har formulerats utifrån teorin som har tillämpats i studien för att få en mångsidig bild snarare än en enhetlig bild av framförallt respondenternas livsvärld (Rennstam & Wästerfors, 2015).

En abduktiv ansats har tillämpats i studien för att växla mellan teoretisk och empirisk reflektion, och för att arbeta med teori och samtidigt återvända till empirin och fundera ut vad den kan ha för betydelse i ljuset av teorin. Vi har valt en abduktiv ansats för att upptäcka nya aspekter av det som undersöks, detta medför att teorin utvecklas och modifieras och undersökningen möter i sin tur en förnyad teoretisk insikt (Alvehus, 2013). Dessutom bygger det abduktiva synsättet på att forskarna inte kan förlita sig på en mängd data eller en teori och påbörjar därför processen med ett problem som sedan förklaras tydligt genom datainsamlingen (Bryman & Bell, 2011).

Forskningsarbetets syfte är att förstå vem det är som lyckas nå ett partnerskap inom de stora revisionsbyråerna och förstå rollen av det kulturella kapitalet och habitus. Utifrån olika teoretiska perspektiv som har studerats kring partnerskap inom de stora revisionsbyråerna har vi fått förkunskaper om problemet vilket hänger ihop med deduktiv ansats. Vidare karakteriseras studien av en abduktiv ansats för att öka förståelse och tolka förhållandet mellan den insamlade empirin samt teorierna genom respondenternas erfarenheter och resonemang (Alvesson & Sköldberg, 2008). Abduktion bygger på forskarnas begränsningar i att tänka rationellt och kan därför associeras till den hermeneutiska cirkeln (Bryman & Bell, 2011). Hermeneutiska cirkeln bygger på en tanke som förklarar förhållandet mellan delen och helheten. Helheten och delarna kan inte förklaras utan

varandra (Olsson & Sörensen, 2011). Hermeneutiken ansågs vara en lämplig ansats för vår undersökning eftersom enligt Thuren (2013) skapar hermeneutiken en förståelse av människans resultat och handling genom att tolka respondenternas resonemang och erfarenhet kring karriärutvecklingen.

### **2.3 Vetenskaplig metod**

Samhällsforskare stöter på grundläggande svårigheter under forskningen och för att motverka svårigheterna försöker forskarna utveckla tillförlitliga metoder för att kunna få kunskap om samhällsprocesser. Kunskapen får forskarna genom olika typer av data (Ahrne & Svensson, 2015). Kvalitativa och kvantitativa metoder är två olika sätt att analysera data och det som skiljer metoderna åt är hur data analyseras och vilken roll forskaren har i studien. Olika sorters datainsamlingsmetoder är bra för att ta reda på olika sorters saker och det finns både fördelar och nackdelar med att använda respektive metod (Ahrne & Svensson, 2015). Kvalitativ metod bygger på att förstå social interaktion samt vad olika samhälleliga fenomen innebär i det sammanhang som fenomenet skapas. Vidare har kvalitativ metod utformats för att beskriva och förstå saker som inte har med siffror och göra. Kvalitativ metod syftar inte till att mäta hur många och hur mycket utan snarare till att begripa processer, kvaliteter och betydelser (Rennstam & Wästerfors, 2015). Å ena sidan bygger kvalitativ studie på att beskriva, förklara samt förstå kontexten djupare genom datainsamling såsom intervjuer. Å andra sidan bygger kvantitativ studie på siffror för att generalisera resultat och ses därför som "hårddata"<sup>3</sup> (Bryman & Bell, 2011).

Vår frågeställning har besvarats genom ett kvalitativt tillvägagångssätt eftersom syftet är att få en djupgående förståelse för vem det är som lyckas bli partner. Följande förståelse går inte att nå via kvantifiering på grund av att svaren är begränsade och ger inte möjlighet till reflektion såsom en kvalitativ studie gör (Denscombe, 2016). Dessutom är tolkningen av hur "verkligheten" ser ut centralt i undersökningen vilket innebär att det är svårt att förstå fenomenet genom kvantifiering. "Den kvalitativa forskningen är fördelaktig när det handlar om att hantera komplexa och invecklade sociala situationer på grund av dess

---

<sup>3</sup> Kvantitativ studie ses som "hårddata" eftersom metoden bygger på mätningar (Bryman & Bell, 2011).



tolkande tillvägagångssätt (Denscombe, 2009; Ahrens & Dent, 1998). Anledningen till att en kvalitativ metod har tillämpats är för att kunna få rika tolkningar (Ahrens & Dent, 1998) omkring respondenternas värld (Holme & Solvang, 1997) och mer specifikt deras kulturella kapital och habitus. Den kvalitativa metoden stödjer insamlingen av värdefulla insikter i den djupgående informationen som samlas in genom respondenternas kunskaper (Denscombe, 2016). Kvalitativ data samlas in genom intervjuer och observationer och ligger till grunden för analysen (Bryman & Bell, 2011). Det är dock viktigt att kvantitativ och kvalitativ metod inte ses som uteslutande utan snarare som kompletteringar till varandra (Allwood, 2004), och därför väljer forskarna att kombinera de olika metoderna för att komplettera metodernas brister (Denscombe, 2016).

## 2.4 Val av teori

Då studien syftar till att undersöka vem det är som lyckas att avancera i karriären och bli partner har vi i följande kapitel valt att skriva om teorier som vi anser är viktiga. Vi har valt att ta med professionsteorin och organisationsteorin till största del som en bakgrundsbeskrivning. Vi valde professionsteorin eftersom den underlättar förståelsen för vad det är som krävs för en yrkesgrupp att klassas som en profession samt vem det är som får arbeta i denna professionen. Professionsteorin och organisationsteorin ger oss tillsammans en bakgrundsbeskrivning av hur organisationer är uppbyggda samt hur vissa yrkesgrupper förfogar över ett visst yrkesmonopol. Vi valde även organisationsteorin på grund av att de stora revisionsbyråerna är organisationer som präglas av strikt hierarki där både arbets- och auktoritetsfördelningen är tydlig. I vårt fall är organisationsteorin därför av betydelse eftersom det framgår tydligt hur strukturen i revisionsbyråerna ser ut. Professionsteorin och organisationsteorin ger oss tillsammans en bakgrundsbeskrivning av hur organisationer är uppbyggda samt hur vissa yrkesgrupper förfogar över en viss yrkesmonopol. Den teori som vi till största del kommer att utgå ifrån i vår undersökning är Bourdieus teori<sup>4</sup> (Bourdieu, 1984, 1993). Anledningen till det är att Bourdieus teori går ut på att förklara hur olika faktorer påverkar en individs ställning i den sociala omgivningen och kan på så sätt ge oss en förklaring till vilka faktorer det är som påverkar möjligheterna att nå ett partnerskap. Bourdieus teori har tidigare använts i redovisningsforskning för att

---

<sup>4</sup> Bourdieus teori är väldigt komplex och svårförståelig. Av den anledningen utgick vi till största del från andra studiers tolkningar av Bourdieus teori.

undersöka olika problem med fokus på habitus och de olika kapitalen (Carter & Spence, 2014; Carlhed, 2011; Kornberg m.fl., 2011). Vårt största fokus ligger på Bourdieus koncept om det kulturella kapitalet och habitus. Genom Bourdieus teori karakteriserar vi de stora revisionsbyråerna som ett fält. Utifrån dessa koncept struktureras begränsningar och möjligheter i individens liv (Engdahl & Larsson, 2006). Anledningen till valet av vårt fokus är för att det kulturella kapitalet handlar om erfarenheter, kunskaper och andra faktorer som kan ha en påverkan på möjligheterna att nå ett partnerskap. Habitus beskriver det rätta sättet att agera och bete sig på inom ett givet fält vilket kan ge en förklaring till hemligheten bakom framgången av att nå ett partnerskap. Det kulturella kapitalet och habitus kommer i synnerhet att användas som ett hjälpmedel i undersökningen där våra intervjuer till största del kommer att baseras på detta. För att få en förståelse av Bourdieus koncept som vi använder, det vill säga det kulturella kapitalen och habitus, så har vi läst några av Bourdieus utvalda texter (Bourdieu, 1984, 1993) men det har också varit viktigt för oss att läsa tolkningar av hans arbete, såsom *Praktiskt förnuft* (Bourdieu, 1999). Vidare har det varit värdefullt att läsa redovisningsstudier där Bourdieus koncept har använts för att förstå hans teoretiska begreppsapparat.

## **2.5 Empirisk metod**

Empirisk metod är en vetenskaplig undersökning av verkligheten i form av bland annat intervjuer, observationer och experiment (Denscombe, 2016). I följande avsnitt kommer den empiriska metoden att presenteras.

### *2.5.1 Datainsamling*

Primärdata och sekundärdata har applicerats i forskningsarbetet och skillnaden mellan följande data är att primärdata är empiriskt material som skapas specifikt för studien, och sekundär data har skapats för en annan undersökning men tillämpas i den aktuella studien (Alvehus, 2013).

### 2.5.2 Intervjuer

Intervjuer anses vara kvalitativa metodens flaggskepp och det är en nödvändig metod om studien bygger på att försöka ta reda på hur människor känner, handlar och tänker i olika förhållanden (Alvehus, 2013). Studiens frågeställning är att undersöka vem det är som lyckas bli partner i en stor revisionsbyrå, och för att kunna besvara frågeställningen har det varit viktigt att ta reda på hur valda respondenter tänker, handlar och känner i olika situationer. Detta för att identifiera och analysera vem det är som lyckas nå ett partnerskap. Fördelen med att genomföra intervjuer är att komma åt respondentens känslor, åsikter, tankar och erfarenheter samt skapa förståelse för hur grupper och individer håller ihop och bygger upp sin sociala värld (Alvehus, 2013). Vidare nämner Alvehus att en forskare kan genomföra en intervju på tre olika sätt. De tre olika sätten är strukturerade, semistrukturerade och ostrukturerade intervjuer (Alvehus, 2013).

Strukturerade intervjuer bygger på att forskaren har stark kontroll över frågornas utformning och tillämpas oftast om det är en kvantitativ studie, och på grund av detta inte relevant för vår studie. Ostrukturerade intervjuer bygger istället på att introducera ett ämne och sedan inte ingripa så mycket utan låta respondenterna utveckla sina idéer utan att forskaren ställer frågor. Semistrukturerade intervjuer är den vanligaste typen och kännetecknas av att forskaren har ett formulär som består av bredare teman och öppna frågor som studien centreras kring (Alvehus, 2013). När vi genomförde intervjuerna introducerade vi inte ett ämne och vi har varit aktiva med följdfrågor. Det betyder att våra intervjuer inte har varit ostrukturerade utan snarare semistrukturerade. Vi har valt att genomföra semistrukturerade intervjuer eftersom det är en småskalig forskning och utgångspunkten har varit att undersöka detaljer och attityder, och de används oftast som en del av kvalitativ forskning (Denscombe, 2016). Av detta skäl har åtta semistrukturerade intervjuer genomförts i studien och det har bidragit till att respondenterna har utvecklat sina idéer och utförligt talat om frågorna som vi har tagit upp. En förklaring till detta är att semistrukturerade intervjuer bygger på att vara flexibla när det gäller frågornas ordningsföljd, det leder till att svaren är öppna och betoningen ligger på respondenten som i sin tur utvecklar sina synpunkter. Dessutom hade vi möjlighet att ändra och utveckla följdfrågorna utifrån respondenternas svar.

Vidare har vi valt det som kallas för personliga intervjuer och det innebär ett möte mellan en informant och en forskare. Anledningen till att vi använde oss av personliga intervjuer var för att det var enklare att lokalisera speciella idéer till vissa bestämda individer, och vi kunde kontrollera intervjuerna relativt lätt. För att få relativt bra svar från respondenterna och för att göra intervjuerna så produktiv så möjligt har vi varit uppmärksamma samtidigt som vi har spelat in intervjuerna och fört anteckningar. Dessutom har det varit extra viktigt att följa upp intervjuerna för att gå djupare gå in och undersöka vad som krävs för att nå ett partnerskap och även kontrollera intervjuerna genom upprepa det respondenten talade om. Detta har varit särskild viktigt eftersom vi genomförde intervjuer ansikte mot ansikte. Intervjuer ansikte mot ansikte innebär en kontakt som sker direkt mellan enskilda respondenten och forskaren (Denscombe, 2016).

Tidigare nämndes att fördelen med intervjuer är att det är en datainsamlingsmetod som är detaljerad och djupgående. En annan fördel är att intervjuerna ger forskaren värdefulla insikter som bygger på djupgående information. Dessutom är det en bra metod för att producera data på respondenternas åsikter, prioriteringar och idéer som garanterar en relativt hög svarsfrekvens (Denscombe, 2016). Intervjuer anses vara ett oslagbart verktyg eftersom på begränsad tid kan forskaren höra flera personers reflektioner och synpunkter kring ett samhällsfenomen (Ahrne & Svensson, 2015). Vidare ger intervjuer möjlighet till att samla in respondenternas normer, språkbruk och emotioner. Detta har hjälpt oss att förstå vad det är som krävs för en revisor att nå ett partnerskap och klättra upp i hierarkin. Svagheter med intervjuer är att respondenterna påverkas av det som kallas intervjuareffekten. Det innebär att en människa svarar olika beroende på vem det är som ställer frågorna. Intervjuarens ålder, kön och etniska bakgrund inverkar på hur mycket information som en respondent är villig att ge ut samt hur ärliga respondenten är i sin information. Med andra ord påverkas data av forskarens identitet (Denscombe, 2016). Detta innebär att risken för att forskarens identitet har påverkat respondenternas svar kan ha förekommit när vi genomförde intervjuerna i studien. Dock har vi försökt motverka intervjuareffekten genom att vara punktliga och artiga, neutrala och lyhörda under intervjun, för att respondenterna skulle känna sig tilltalade till mods och ge uppriktiga svar (Denscombe, 2016).

Empirin samlades in och bearbetades genom att intervjuerna transkriberades kort efter att intervjuerna genomfördes. Intervjuerna spelades in för att enklare kunna transkribera respondenternas svar. Det finns både för- och nackdelar med att spela in intervjuerna och anledningen till att vi har valt och spela in våra intervjuer har varit för att få med allt som sägs ord för ord. Risken som finns om en forskare väljer att inte spela in intervjuerna är att det som sägs kan bli förändrat genom att forskaren skriver samtidigt som respondenten svarar och chansen är stor att det som sägs inte stämmer överens med det som skrivs ner. Dessutom hinner inte forskaren skriva ner det som är nödvändigt och samtidigt vara en god lyssnare (Alvehus, 2013). För att motverka följande risker valde vi därför att spela in intervjuerna. Studien består av sammanlagt åtta intervjuer och ägt rum på Pwc och EY varav fem partner och tre managers.

### 2.5.3 Intervjuteknik

Intervjutekniken som vi använde oss var att tillämpa i början av intervjuerna "lätta" frågor som respondenterna har en uppfattning om och ligger respondenten nära (Denscombe, 2016). Intervjuguiden innehåller de frågor och ämnen som tas upp i intervjun (Rennstam & Wästerfors, 2015). De första frågorna handlade om respondenternas bakgrund för att respondenterna skulle känna sig bekväma med frågorna och sedan förekommer frågor om respondenternas karriärsteg för att få en uppfattning om hur deras karriär har sett ut. Sista frågorna i intervjuguiden är kopplade till Bourdieus teori som har tillämpats i studien. Vi har främst format följande frågor utifrån det kulturella kapitalet som kännetecknas av tre olika former: *embodied*, *objectified* och *institutionalized* (Carter & Spence, 2014). Anledningen till att frågorna är kopplade till Bourdieus teori är att kunna uppnå syftet med undersökningen samt identifiera vad som krävs för bli partner.

## 2.6 Urval

I alla undersökningar måste forskaren göra en form av urval och genomför forskaren exempelvis intervjuer måste relevanta personer intervjuas (Alvehus, 2013). Det är intressant att intervju personer som kan förhålla sig till frågeställningen som skall studeras och även få tag på personer med specifika erfarenheter (Alvehus, 2013). Vår frågeställning är vem som lyckas nå ett partnerskap och för att ta reda på det valde vi att intervju på så

sätt auktoriserade revisorer i PwC och EY. Urvalet har begränsats till revisionsbranschen och till revisorer som jobbar i de stora revisionsbyråerna. Detta för att fokuset är att studera hur karriären inom revisionsbranschen ser ut. Vidare förklarar Denscombe (2016) att det finns två vägar att göra ett urval. Antingen försöker forskaren få ett representativt urval som oftast förknippas med kvantitativ data och större surveyundersökningar eller ett explorativt urval som tillämpas i småskalig forskning och förknippas oftast med kvalitativ data. Ett explorativt urval har använts i studien för att upptäcka nya idéer samt för att få med extrema, intressanta och ovanliga exempel som ger möjlighet till att belysa det som studeras. För att åstadkomma ett explorativt urval har icke- sannolikhetsurval används som bygger på att forskaren har valfrihet i något skede av urvalsprocessen (Denscombe, 2016). Vidare bygger studien på ett icke- sannolikhetsurval eftersom vi inte har slumpmässigt valt ut respondenterna utan snarare kontaktat personer såsom auktoriserad revisor med partnerskap på grund av att de har varit lämpliga för studien. I undersökningen har även bekvämlighetsurval tillämpats på grund av begränsade resurser såsom tid, och vi har därför valt respondenter som har varit tillgängliga av urvalet och mest fördelaktiga alternativet (Denscombe, 2016).

## 2.7 Presentation av respondenterna

I vår studie har vi intervjuat åtta respondenter varav tre managers och fem partners. Samtliga respondenter har titeln auktoriserad revisorer med olika befattningar.

<b>A</b>	Man	35-40	Manager	13 år	25 min
<b>B</b>	Kvinna	30-35	Manager	8 år	30 min
<b>C</b>	Man	50-55	Partner	25 år	30 min
<b>D</b>	Man	45-50	Partner	21 år	20 min
<b>E</b>	Kvinna	50-55	Partner	19 år	20 min
<b>F</b>	Man	50-55	Partner	27 år	25 min
<b>G</b>	Man	30-35	Manager	9 år	50 min
<b>H</b>	Kvinna	45-50	Partner	13 år	40 min

**Tabell 2.1** En överblick över studiens respondenter.

## 2.8 Analysmetod

Vi har valt att spela in intervjuerna för att kunna få fram ett fullständigt material. För att underlätta analysen valde vi att därefter transkribera intervjuerna. På så sätt fångas en helhetsbild upp och det blir lättare att analysera och jämföra olika intervjuer (Trost, 2010). Analysprocessen börjar med en genomgång av hela intervjuutskriften och därefter separeras analysen i olika delar (Kvale & Brinkmann, 2009). Med separation innebär det att den intervjuades uttalanden delas upp i mindre delar, meningar eller ord. I vårt fall delade vi upp intervjuernas uttalanden i mindre meningar. Därefter kan koncentrerings eller kodning användas, detta för att ge struktur, organisering och överblick åt omfattande intervjuer. Med andra ord innebär detta att en central mening i det som sagts tas upp. Koncentrerings innebär att den intervjuades uttalanden kortas ner medan kodning innebär att nyckelord tas ut ur texten för att underlätta identifieringen av ett uttalande. Dessa verktyg hjälper till att fånga kärnan i de olika svaren från respondenterna vilket i sin tur underlättar analysen och jämförelsen (Kvale & Brinkmann, 2009). Genom att gå igenom koderna och undersöka om flera speglar samma sak kan en kategori bildas. Med andra ord innebär detta ett grupperat innehåll med gemensamt innebörd. Våra kategorier bygger både på teorin för att kunna se ett samband och dra kopplingar men även på induktivt genererade begrepp som kommer från vår data (Kornberger, Mouritsen & Justesen, 2011).

## 2.9 Generaliserbarhet

Generaliserbarhet handlar om hur pass applicerbart resultatet är av en undersökning på andra områden. Kvalitativ forskning baserar sig ofta på intensiva studier och består av ett relativt litet antal fall. Detta leder till frågor om hur stor sannolikheten är att det forskarna fann i dessa fåtal fall också kommer att finnas i liknande fall. Kvalitativa forskare hävdar därför att generaliserbarheten baserar sig på statistiska sannolikheten som består av stora urval som är representativa, med bred population (Denscombe, 2016). Då studien består av sammanlagt åtta intervjuer kan inte studiens resultat generaliseras. Dels för att det är en studie med ett relativt litet antal fall och dels för att det praktiskt taget är omöjligt att få fram samma resultat eller kopiera en social inramning (Denscombe, 2016). Därmed innebär det att studiens trovärdighet minskats på grund av det inte är lätt att generalisera resultatet.

Vår studie ger en ökad förståelse för vem det är som lyckas att bli partner i en stor revisionsbyrå men innebär dock inte att det ser ut på det viset i alla fall.

## **2.10 Reliabilitet**

Reliabilitet avser hur pålitlig och tillförlitlig studien är som forskaren utför (Bryman & Bell, 2011). Studien har hög reliabilitet om resultatet och slutsatsen blir detsamma om en annan forskare utför studien på nytt med samma mätinstrument (Alvehus, 2013). Dessutom är reliabiliteten hög om studien inte influeras av tillfälliga eller slumpmässiga betingelser (Bryman & Bell, 2011). Vidare nämner Patel & Davidson (2011) att forskaren kan använda sig av det som kallas för attitydskala för att erhålla rätt mått på reliabiliteten, och skulle inte följande mått fungera får forskaren på andra sätt upprätta tillförlitligheten för forskningen. Även fast det nästan är omöjligt att generalisera studiens resultat för att visa studiens pålitlighet och tillförlitlighet finns det dock andra sätt att visa studiens reliabilitet i en kvalitativ forskning (Denscombe, 2016). I vår studie har vi utfört intervjuer i olika revisionsbyråerna för att samla in så tillförlitligt material som möjligt och utesluta slumpen. Dessutom ökade vi reliabiliteten i vår studie genom att delta tillsammans i alla intervjuer och tilldela arbetsuppgifterna genom att den ena intervjuade respondenterna och den andra antecknade. Studiens reliabilitet ökade även genom att vi spelade in intervjuerna och det medförde till att vi hade möjlighet att lyssna på svaren i efterhand för att inte missa något under intervjun (Patel & Davidson, 2011).

## **2.11 Validitet**

Validitet handlar om hur forskaren undersöker det som ska undersökas (Alvehus, 2013). Till skillnad från kvantitativa undersökningar skapar kvalitativa undersökningar mer djupgående information (Denscombe, 2016). På grund av detta har en kvalitativ metod medfört en högre trovärdighet än vad en kvantitativ metod hade medfört till, detta för att studien krävde en djupgående information för att uppnå syftet med forskningen. Lincoln och Guba (1985) påstår att det är inte finns något sätt att visa att forskaren har "fått det rätt" i en kvalitativ studie. Med andra ord är trovärdigheten svårbedömd på grund av att resultatet inte går att generalisera i en kvalitativ studie. Validiteten påverkas av att resultatet inte är



generaliserbar med det finns dock vissa åtgärder som hjälper till med att övertyga läsarna om att informationen i studien är exakta och träffsäkra. En forskare kan använda följande kriterier för att tala om informationens exakthet och träffsäkerhet:

- *Respondentvalidering*: Forskaren kan kontrollera studiens validitet genom att forskaren återvänder till respondenterna med fynd och data. På följande sätt kan forskaren kontrollera träffsäkerheten och bekräfta förståelsen.
- *Grundade data*: Fördelen med kvalitativ data är att studien har grundats i empirisk information och fältarbete. Kvalitativa forskare tillbringa en stor del av tiden på plats vid fältarbetet. Dessutom bygger fältarbetet på detaljerad granskning av visuella bilder och de ingående texterna, och detta bidrar till studiens validitet.
- *Triangulering*: Med triangulering menas att forskaren kan öka tilliten till att informationen i studien är på rätt spår genom att utnyttja kontrasterande datakällor.

I studien har vi genomfört olika intervjuer i olika revisionsbyråer för att se till att stärka studiens validitet. På så sätt får vi ett rikare underlag genom att intervjua respondenter från olika revisionsbyråer (Patel & Davidsson, 2011). Dessutom genomfördes intervjuerna utan press på tiden för att respondenterna skulle ha tillräckligt med god tid för att reflektera kring frågorna vi ställde. Detta ökar validiteten i studien enligt Denscombe (2016). Intervjuerna genomfördes på plats i revisionsbyråerna som är studiens fält för att bidra till studiens validitet (Denscombe, 2016). Fyra av intervjuerna varade i ca 20-25 minuter och är kortare än resterande intervjuer vilket kan ha en påverkan på validiteten. Med längre intervjuer kan mer djupgående information samlas in där respondenten har mer tid till att fundera och tänka ut exakta och tillförlitliga svar. Dock fick vi liknade svar från alla intervjuer, respondenternas svar bygger på samma förutsättningar och erfarenheter vilket i sin tur ökar validiteten. Vidare valde vi att anonymisera respondenterna för att de skulle känna sig trygga och tala fritt och ärligt (Jacobsen, 2002).

## 2.12 Forskningsetik

Det finns fyra huvudprinciper som ligger till grunden för forskningsetiska koder. Första principen handlar om att deltagarens intresse skall skyddas och det innebär att

respondenterna inte ska skadas på grund av att de deltar i forskningsarbetet (Denscombe, 2016). Respondenterna ska inte lida någon fysisk, psykologisk eller personlig skada av att delta i studien. Andra principen bygger på att respondenterna inte ska tvingas delta i undersökningen. Med andra ord ska det vara frivilligt och delta i undersökningen. Dessutom måste respondenterna ha tillräcklig information om studien för att ge en informerat samtycke om de är villiga att delta i forskningen. Vidare menas med tredje principen att forskaren ska kort förklara syftet med forskningen samt vilken typ av data som ska samlas in för respondenterna. Forskaren ska vara öppen och tydligt förklara att data ska samlas in för att studera ett särskilt ämne samt tillhandahålla objektiva och rättvisa tolkningar av fynden. Sist men inte minst handlar fjärde principen om att studien ska följa lagstiftningen. För att inte bryta mot lagen ska forskaren undvika att undersöka exempelvis känsliga ämnen. Generellt står principerna för att respektera respondenternas värdigheter och rättigheter (Denscombe, 2016).

Ovannämnda principer har vi tagit hänsyn till och därför förklarat tydligt för respondenterna syftet med forskningen samt intervjuat de som har gett en informerat samtycke till att delta i vår forskning. Vi har dessutom innan intervjuerna frågat om tillåtelse till att spela in intervjuerna. Detta för att motverka och minimera skador som respondenterna kan lida av om det sker en inspelning utan tillåtelse. Respondenterna i vår forskning är anonyma eftersom vi utgick från en viktig etisk aspekt som handlar om att respondenterna ska garanteras anonymitet (Ahrne & Svensson, 2015). Rättare sagt är respondenterna anonyma i studien för att skydda deras integritet.

### 3. Teoretisk referensram

*Detta kapitlet presenterar relevanta teorier till studien. Professionsteorin och organisationsteorin lyfts fram som en bakgrundsbeskrivning medan Bourdieus teori lyfts fram som studiens största fokus.*

---

#### 3.1 Förförståelse av teoretisk referensram

Vi använder professionsteorin och organisationsteorin för att skapa grundläggande förståelse för vad en profession är och hur organisationen ser ut, då vår frågeställning går ut på att förstå vem det är som lyckas avancera inom branschen och bli partner. Efter detta fokuserar vi på Bourdieus teori, och specifikt hans koncept om det kulturella kapitalet och habitus, för att undersöka och få en kontextuell förståelse för vilka egenskaper det är som krävs för att bli partner revisionsbranschen.

#### 3.2 Professionsteori

Inom samhällsvetenskapen betecknas professionen som en yrkesgrupp med gemensamma drag. Dessa drag avgränsar yrkesgruppen från andra yrkesgrupper. Medlemmarna inom gruppen förfogar över en viss kunskap, har autonomi i yrkesutövningen och utövar en del yrkeskoder och etik (Hellberg, 1991). Inom revisorsprofessionen har det länge varit viktigt att agera på rätt sätt och använda lämplig retorik. De viktigaste elementen i professionen är att uppvisa rätt beteende tillsammans med specialistkunskap och hög kompetens. Ju högre upp i hierarkin man kommer desto mer ökar detta kravet (Grey, 1998).

Begreppet profession har haft många olika definitioner och tolkningar under historien. Enligt Brante (2009) har professionsforskningen haft problem med att formulera en definition av studieobjektet. Brante (2005; 2009) lyfter fram ett antal definitioner av professionen som uppkommit genom tidigare studier av olika forskare. En av dessa är strukturfunktionalismen utvecklad av Parsons. Parsons definition är att en profession 1) kräver formell utbildning, 2) kan med skicklighet tillämpa kunskapen och 3) har en garanti av att kompetensen används på ett ansvarsfullt sätt med hjälp av institutionella mekanismer (Brante 2005; Brante 2009). Denna teorin utsattes dock för en del kritik på grund av att professionen främst agerar i egenintresse. Därigenom utvecklades en annan definition av Weber, nämligen nyweberianismen. Weber definierar professionen som en grupp medlemmar vars karaktärsdrag är gemensamma och som särskiljer dem från andra. Weber

kallade karaktärsdragen för stängningar. Han menar att dessa utesluter personer från gruppen som inte har samma karaktärsdrag som den resterande gruppen. Grupperna försöker sedan maximera sina belöningar och privilegier genom att utesluta andra grupper. På så sätt strävar en profession efter kunskaps- eller yrkesmonopol (Brante 2005;2009).

De flesta definitioner av professioner bygger på deras anknytning till hög formell utbildning, främst utbildning vid universitet. Universitetsutbildning kan sägas vara en inträdesbiljett till det professionella yrkeslivet. Detta antagandet har dock minskat i betydelse de senaste åren på grund av att allt fler yrkesutbildningar har blivit vanligare (Brante, 2009).

### 3.2.1 Abbotts professionsteori

Andrew Abbott, en amerikansk sociologiprofessor, har en annan syn på professioner och skriver om professioner i sin bok *The systems of professions (1988)*. Professionerna styr vår värld. Vi förlitar oss på de som har en viss kunskap som vi inte har inom ett område och låter dem lösa våra problem (Abbott, 1988). Abbotts professionsteori, till skillnad från andra professionsteorier, undviker att fokusera på idealtyper och strukturer för yrkeskontroll såsom universitetsutbildning och licenser. Abbotts fokus ligger på själva arbetet och arbetsuppgifterna (Leino och Lundmark, 2006). Dessutom menar Abbott att den verkliga utbildningen börjar efter skolan där den praktiska yrkeserfarenheten är den som spelar störst roll (Abbott, 1988). Hans definition av professionsbegreppet lyder på följande sätt: "en profession är en avgränsad grupp av individer som tillämpar en tämligen abstrakt kunskap i specifika sammanhang" (Abbott, 1988). Det innebär att kunskapssystemet kan skapa och monopolisera nya problemområden (Brante, 2009). Hans teori handlar om ett yrkes legitimitet till sitt verksamhetsområde, som han kallar för jurisdiktion. Jurisdiktionen kan ändras över tid då flera omständigheter förändras och Abbott skildrar hur olika professioner som ligger nära varandra konkurrerar om och försöker skaffa sig ett yrkesmonopol över området (Brante, 2009). Detta tyder på att Abbotts intresse ligger i vilka förändringar som sker i det professionella arbetet samt hur konflikter skapas mellan professioner (Leino och Lundmark, 2006).

### 3.3 Organisationsteori

Organisationsteorin har utvecklats av olika forskare och man brukar tala om den klassiska organisationsläran som har berört de viktigaste frågorna inom ämnet. En av de kända forskarna inom ämnet är Frederick W. Taylor. Hans teori kallas för *Scientific management* och bygger på en systematisk arbetsledning. Taylor menar att det måste råda ömsesidigt tillit mellan arbetsledaren och arbetstagaren på grund av att de arbetar mot gemensamma mål. Taylor anser att det är viktigt med maximalt välbefinnande för arbetsgivaren men även för arbetstagaren. Med detta menas att varje individ ska ha möjlighet att utvecklas och kunna nå den högsta möjliga befördran inom företaget. På så sätt ska arbetsledaren träna och utveckla varje medarbetare i företaget (Abrahamsson & Andersen, 2014). Dessutom förbinds Taylor ofta med idén, precis som Adam Smith i boken *The Wealth of Nations (1776)*, om att produktiviteten ökar vid specialisering. Med detta menar forskarna att arbetsprocessen ska delas upp i flera moment där varje individ arbetar med det man är bra på. Därefter sätts dessa samman igen (Abrahamsson, 2000).

Olika organisationer ser väldigt olika ut och kännetecknas av olika saker (Abrahamsson, 2000). Abrahamsson (2000) beskriver organisationer som planmässigt etablerade strukturer utformade av människor med syfte att uppnå gemensamma mål. Abrahamsson (2000) menar att dessa mål uppnås bäst kollektivt snarare än individuellt. Detta är vad som kallas för *den rationalistiska organisationsteorin*. För att uppnå dessa mål krävs det ett utförande av arbete. Detta arbete utförs av olika aktörer och samarbetet är oftast medvetet designat (Alvehus och Jensen, 2015).

När man talar om organisationsstruktur talar man om arbets- och auktoritetsfördelning, det vill säga hur arbetet har fördelats mellan personerna i organisationen. Arbetet fördelas bland människorna i organisationen baserat på deras kompetens, detta kallas för *horisontell differentiering*. Organisationer kan även ha en platt respektive spetsig pyramid, det vill säga antalet nivåer i organisationen. Auktoritetsfördelning varierar beroende på om organisationen har en centralisering eller decentralisering. Centralisering innebär att beslut tas på den högsta nivån medan decentralisering innebär att beslut tas så långt ner i organisationen som möjligt (Abrahamsson, 2000).

Människor som tillsammans arbetar mot gemensamma mål under en längre period skapar ett slags band där normer och uppfattningar formas. Normer påverkar beteenden i alla organisationer (Abrahamsson, 2000). Alvehus (2015) nämner något som han kallar för socialisation och med det menar han att individer tillägnar sig värderingar, normer och kunskaper som omgivningen besitter.

### *3.3.1 Partnerskap som en organisationsform*

Bildandet av partnerskap bland företag blir allt vanligare, detta är främst motiverat för att hitta och behålla konkurrensfördelar på marknaden. En partner ska förstå organisationen och dess mål för att kunna bidra till uppnåendet av dessa mål (Mohr & Spekman, 1994). I artikeln *Characteristics of partnership success* påstår Mohr & Spekman (1994) att en partner ska ha en nära relation till organisationen. Med detta menar han att det ska föreligga engagemang och förtroende, vissa typer av kommunikationsbeteenden, såsom informationsdelning mellan parterna och konfliktlösningstekniker som tenderar till en gemensam problemlösning snarare än fokus på egenintresse och dominans. En partners framgång i en organisation baseras på olika faktorer enligt Mohr. För det första nämner Mohr & Spekman (1994) ett antal attribut som en partner ska ikläda sig. Dessa är engagemang, samordning, ömsesidigt beroende och förtroende. Med ett stort engagemang kan båda parterna uppnå både individuella och gemensamma mål utan att vara opportunistiska. Detta för att en engagerad partner kommer att anstränga sig för att lösa olika problem och fokusera på långsiktiga mål. Ett annat attribut är samordning. Med samordning innebär det en uppsättning av uppgifter som varje part förväntar sig att den andra ska utföra. Vidare nämns det att stabilitet uppnås genom en ökad samordning. Det krävs även ett ömsesidigt beroende av alla parter. Det ömsesidiga beroendet innebär att båda parterna inser att målen uppnås bäst kollektivt än individuellt. För att detta ska fungera nämner Mohr & Spekman (1994) ett sista attribut, vilket är förtroende. Vad som menas med det är att förtroendet är starkt relaterat till företagets önskemål att samarbeta. För det andra talar Mohr & Spekman (1994) om kommunikation. För att ett bra samarbete ska föreligga krävs det en bra kommunikation. Dessutom anser Mohr & Spekman (1994) att kvaliteten av kommunikationen är en viktig aspekt av informationsöverföringen. Kvaliteten inkluderar sådana aspekter som exaktheten, aktualiteten, tillräckligheten och trovärdigheten. För att det ska råda ett bra samarbete är det även viktigt att partners delar

information med varandra, detta för att de ska ha ett nära band till varandra och kännedom om varandras arbeten. En bra kommunikation bygger även på ett deltagande från alla parter. Detta för att det hänvisar till i vilken utsträckning parterna gemensamt engagerar sig i planering och målsättning. Sist men inte minst nämns det att konflikter lätt kan uppstå mellan olika parter. Det är därför viktigt med olika konfliktlösningar för att kunna uppnå de gemensamma målen (Mohr & Spekman, 1994).

### **3.4 Bourdieus teori**

För att undersöka och analysera vad som krävs för att bli partner utgår vi från en del av Pierre Bourdieus teoretiska arbete. Pierre Bourdieu var en fransk sociolog och forskare som utvecklade teorier kring vad som påverkar människans kulturella vanor. Mest känd är han för sina teorier kring ekonomiskt och kulturellt kapital. Dessa teorier har använts i redovisnings forskning (Aburous, 2016; Ikin, m.fl., 2012). Kapitalformerna tillsammans med begreppen habitus och sociala fält utgör analytiska verktyg med vilka Bourdieu menar att man kan beskriva individers och grupper motivation, handlingar och sätt att tänka. I denna uppsatsen handlar dessa individer och grupper om partners i stora revisionsbyråer. Med begreppen fält, kapital och habitus försöker Bourdieu att belysa sammanhangen mellan social bakgrund, individuell livsstil och kulturellt bruk.

Bourdies teori går ut på att förklara hur status och privilegier spelar roll i samhället. Bourdieus studier om sociala sammanhang benämner han som det sociala rummet. Det sociala rummet kan ses som ett system av relationer mellan olika sociala grupper såsom klasser och yrkesgrupper. Bourdieus studier av det sociala rummet motsvarar det som andra forskningsstudier kallar för klassanalys (Broady, 1998b). Enligt Bourdieu finns det en del olika faktorer som påverkar individers möjligheter i det sociala rummet, detta hjälper oss att förstå vem det är som lyckas att bli partner. Enligt Bourdieu föds man inte till partner utan det är något som man utvecklas till under karriären. Dessutom menar Bourdieu att de som har lyckats att bli partners är de som förstår spelet (Carter & Spence, 2014). Bourdieus teori påminner en del om professionsteorin. Han har inte utvecklat en begreppsapparat om professioner men en hel del om sociala praktiker som i sin tur kan relateras till professionell praktik inom ett visst fält. Detta innebär att Bourdieus syn på samhället är ett samhälle bestående av olika grupperingar vars medlemmar har skapat ett likformigt system av

dispositioner för perception, tänkande och handlande. Bourdieu använder sig av begreppen fält, habitus och kapital. Dessa begrepp hänger samman och inget av dem kan förstås utan de andra (Carlhed, 2011).

#### 3.4.1 Fält

När Bourdieu talar om samhället undviker han att tala om samhället som en enda helhet. Enligt Bourdieu är samhället uppdelat i olika specialiserade grupper, detta är vad Bourdieu kallar för fält (Carter & Spence, 2014). Dessa grupper har specifika regler och värderingar som särskiljer dem från andra grupper (Carlhed, 2011). Ett fält kan jämföras med en spelplan där det framgår spelregler som strukturerar ett socialt spel. Individen måste ha tillgång till symboliska kapitalformer för att kunna delta i ett fält (Engdahl & Larsson, 2006). För att få tillträde till ett fält ska man ikläda sig dessa värderingar och anpassa sig efter fältets regler. Vissa beteenden och sociala relationer blir rutinerade och normaliserade inom fältet över tid (Carter & Spence, 2014). Bourdieu beskriver även att det finns olika positioner inom ett fält där det även råder en kamp om de dominant positionerna. Han beskriver det på följande sätt:

A field of power struggles among the holders of different forms of power, a gaming space in which those agents and institutions possessing enough specific capital (economic or cultural capital in particular) to be able to occupy the dominant positions within their respective fields confront each other using strategies aimed at preserving or transforming these relations of power (Carter & Spence, 2014, 955).

Positionen inom fältet skapas genom interaktion mellan särskilda normer, individens habitus, individens sociala, ekonomiska och kulturella kapital (Carlhed, 2011). Detta förklaras tydligare i följande avsnitt. Bourdieu beskrev positioner inom ett fält som *positions of possibility*. Vad Bourdieu menar är att positionerna inte är varaktiga utan återspeglar maktpositioner (Bourdieu, 1990). Både Bourdieus teori och professionsteorin hävdar att utbildning är samhällets viktigaste socialiseringsmekanism som även har en stängningsfunktion. Utbildning ses därför som en inträdesbiljett till en viss social position (Carlhed, 2011).



### 3.4.2 Kapital

Bourdieu undviker att tala om klass och profession när han förklarar olika dominansstrukturer i fälten. Dessa dominansstrukturer förklaras istället i termer av dominerande grupper med en kapitalsammansättning som har ärvts eller förvärvats (Carlhed, 2011). De sociala relationerna på fältet kan därför ses som en kamp om dominans över de mest prestigefyllda positionerna. Det krävs även att människor har en tendens att spela spelet och förstå spelets regler för att ett fält ska fungera. Individens sammansättning och innehav av sociala och materiella tillgångar har enligt Bourdieu betydelse för styrkan av deras placering och relationer i sociala sammanhang. Bourdieu kallar dessa tillgångar för kapital och varje fält är uppbyggt av olika former av kapital, dessa är *ekonomiskt kapital*, *socialt kapital* och *kulturellt kapital*. I huvudsak är kapital en resurs som värderas och används i ett fält för att skapa distinktion (Carlhed, 2011).

Bourdieu talar även om *symboliskt kapital* men detta är inget kapital i sig utan endast ett tillstånd hos de olika kapitalformerna. När ett kapital har erkänts som legitimt av de andra inom fältet blir det ett symboliskt kapital (Carlhed, 2011). Det symboliska kapitalet inom ett fält är därför synonymt med distinktion (Carter & Spence, 2014). Broady har definierat det på följande sätt ”symboliskt kapital är det som av sociala grupper igenkänns som värdefullt och tillerkännes värde” (Broady 1998a, s. 13-15).

Ekonomiskt kapital beskriver innehavet av pengar som tjänats inom fältet samt ekonomiska tillgångar. Inom revisionsbranschen är detta exempelvis intäktsgenerering, vinstutdelning, kundfakturor etc. När det gäller *Big 4* partners framgår det tydligt att de är framgångsrika och lyckats ackumulera ekonomiskt kapital (Carter & Spence, 2014). Det är därför av intresse att ta reda på vilka andra kapital det är som har betydelse för hur en revisor lyckas bli partner.

Socialt kapital bygger på det sociala nätverket, det vill säga hur aktörernas sociala nätverk och relationer till andra ser ut. I samband med revisorsprofessionen har det visat sig vara viktigt med socialt kapital för erhållandet av en dominant position inom fältet av *the big 4* (Carter & Spence, 2014).

Kulturellt kapital är en kapitalform som består av sådant som utbildningar och förmågan att formulera sig. Det anses alltså bestå av erfarenheter, kunskaper, sättet att uppfatta saker på samt sättet att tänka och prata på. Det kulturella kapitalet kan även fånga dominansförhållanden i samhället, detta för att vissa kulturella kapital anses mer värda än andra typer av symboliskt kapital. Ett exempel är hög utbildning som har tillskrivits ett högt värde ur samhällets perspektiv (Broady, 1991). Kapitalformen kan därför förstås i termer av utbildning då det vanligen rör sig om hur väl man relaterar till det klassiska bildningsidealet, men även hur välinformerad man är om det faktum att utbildningsväsendet, yrkeslivet och den sociala världen erbjuder ett spektrum av olika möjligheter. Det kulturella kapitalet förkroppsligas till stor del i uppväxtmiljön men kan även förvärfvas genom utbildning och även växlas in mot andra typer av kapital. Kulturellt kapital förekommer i tre former. Den första formen, *institutionalized cultural capital*, är en form av titlar, examina och utmärkelser. Den andra formen, *embodied cultural capital*, beskriver det förkroppsligade tillståndet och förknippas med habitus. Den tredje är formen, *objectified cultural capital*, det vill säga innehavet av vissa materiella föremål (Schilling, 2004). *Institutionalized*, redogör för olika former av diplom såsom universitetsexamen samt fortbildning och i vårt fall i vilken utsträckning dessa spelar roll för en individs framgång inom branschen (Carter & Spence, 2014). *Embodied* handlar om beteende, agerande, kroppsspråk och tal. Inom fältet revisionsbranschen och i vårt fall partners, innebär detta bland annat hur partners beter sig, agerar och vilket kroppsspråk de har. På så sätt kan det ge en förklaring på det som utgör en effektiv kundhantering, tidshantering och förmågan att utföra vissa uppgifter. Den sista formen, *objectified*, fokuserar på materiella föremål såsom personliga egendomar, kontorsmöbler och konstverk. I vårt fall ligger fokuset på vilka materiella egendomar partners har och ifall det finns en tydlig likhet mellan olika partners materiella tillgångar.

Nedan följer en tabell som beskriver de olika kapitalen:

<b>Economic capital</b>	Money: revenue generation; profit-per-partner; client billings
<b>Social capital</b>	Internal and external networks: family background; mentors; work teams; contacts in other partnership offices; client portfolios; contacts with clients and potential clients; business networking events; relationships with politicians and celebrities; charity work.
<b>Institutionalized cultural capital</b>	Credentials: CA designation; university degree; executive education; business or civic awards; individual sporting achievements.
<b>Embodied cultural capital</b>	Behavior and conduct: advice and technical expertise offered; client management; anticipating/creating client needs; maintaining good rapport with colleagues and clients; physical appearance; dress sense; social skills
<b>Objectified cultural capital</b>	Physical goods: office furniture; artwork; personal property (cars, houses, jewelry); standardized products such as tax vehicles or special purpose entity schemes
<b>Symbolic capital</b>	Any form of capital that is recognized as legitimate and valuable in a particular field. Partner capital portfolios offer the best example of which capitals are symbolic in the Big 4

**Tabell 3.1** Different types of capital at play in the big 4 (Carter & Spence, 2014, s. 958).

Bourdieu ger oss flera exempel på hur de olika typerna av kapital framhävs i verkligheten och förklarar hur habitus hänger ihop med dessa typer av kapital. Ett tydligt exempel är hur kulturella kapital visar på dominansförhållanden i samhället där de symboliska tillgångarna i form av hög kunskap och högre examen är vanligt bland de dominerande klasserna. Vidare menar Bourdieu att värdesättningen av olika typer av kapital skapas i familjer. I intellektuella familjer är det kulturellt kapital som är det dominerande kapitalet i form av högre utbildning medan det ekonomiska kapitalet värderas högre i arbetarfamiljer (Broady, 1990).

De individer som har en hög andel av ett specifikt symboliskt kapital inom ett fält bildar på så sätt en autonom pol i fältet. De olika formerna av kapital kan sägas vara en resurs som värderas och används i ett fält för att skapa distinktion. Olika kapital värderas på olika sätt i olika fält och Bourdieus ansats kan bidra till en förståelse för hur dessa former av kapital kan vara skyddande barriärer av de sociala fälten. Kapitalsammansättningen hos en grupp

gör det möjligt att fånga in sociala grupperingar i en bredare dimension än att endast studera de sociala grupperingar ur ett vertikalt perspektiv, dvs utifrån klasser (Carlhed, 2011).

Genom ackumulering och värdering av olika typer av kapital uppstår det distinktion inom ett givet fält. Kapitalen är därför något som styr för att få vara med i spelet. Med andra ord innebär detta att framgångsrika individer inom ett visst fält kan skilja sig från mindre framgångsrika individer med hänvisning till de individuella kapitalportföljerna.

Bourdieu har arbetat med olika kapital för att förstå individer i samhället. Denna undersökningen är ägnad till att analysera vem det är som lyckas att bli partner i en stor revisionsbyrå. Då vi vill förstå detta tar vi utgångspunkt i det kulturella kapitalet och avstår från ett fokus på det ekonomiska och sociala kapitalet. Det kulturella kapitalet berör individens karakteristiska drag och är därför av stor betydelse i denna undersökningen (Carter & Spence, 2014). Detta kapitalet fokuserar på erfarenheter, kunskaper och andra faktorer som kan ha en påverkan på möjligheterna att nå ett partnerskap. De andra kapitalen är inte relevanta i denna studien. Ekonomiskt kapital har inget med frågeställningen att göra eftersom det berör det ekonomiska tillståndet vilket vi inte vill belysa (Carlhed, 2011). Det sociala kapitalet analyserar en partners nätverk och inte själva partnern. Det sociala kapitalet kan ha betydelse för processen att uppnå ett partnerskap men det förklarar inget om en individs karaktärsdrag och är därför inte vårt fokus (Carlhed, 2011).

### *3.4.3 Habitus*

En annan aspekt i Bourdieus fältanalys utöver kapitalen är habitus. Enligt Bourdieu består ett fält av specifika spelregler. Habitus är ett sätt genom vilket individerna förstår dessa regler (Carter & Spence, 2014). Habitus inkluderar en individs inlärda handlingsdispositioner såsom sättet att tala på, tänka och känna. Habitus är det som påverkar en individs möjligheter till olika positioner inom fältet. Med andra ord kan habitus förminska eller utöka en individs möjligheter till en viss position i fältet. Det innebär att individer som förstår spelreglerna intar på så sätt de höga positionerna inom fältet (Carter & Spence, 2014; Bourdieu 1995). Habitus kan även förklaras på följande sätt:

En socialiserad och strukturerad kropp, en kropp som har införlivat de inneboende strukturerna i en värld eller i en viss sektor av denna värld, ett fält, och som strukturerar hur agenterna uppfattar och handlar i denna värld (Bourdieu 1995, s.131)

Habitus innebär även en allvarlig förståelse av fältet vilket ger möjlighet till en förståelse av spelet och att kunna engagera sig i spelet. Vidare hävdar Bourdieu att skickliga individer inom fältet är djupt engagerade i spelet och konkurrerar med varandra om de höga positionerna (Carter & Spence, 2014). En skicklig individ inom fältet förstår spelreglerna och förstår på så sätt vilka handlingar och åtgärder som är rätt i en given situation. Detta innebär att individen har en känsla för spelet (Engdahls & Larsson, 2006). Å ena sidan kan habitus vara en begränsande faktor då den begränsar individernas beteenden vad gäller deras önskemål och möjligheter. Å andra sidan kan den vara till hjälp för individerna att förstå fältets regler vilket möjliggör förmågan att avancera inom fältet. Begreppet habitus kan sägas vara ett system som tillåter människor att tänka, handla och orientera sig i den sociala världen. En människa skapar sitt habitus i samband med livets gång. Habitus kan sägas vara de vanor som införlivas i familjen och skolan och som sedan fungerar som ett omedvetet handlingsmönster (Broady, 1998b). Detta konstruerar ett gemensamt beteende inom fälten (Carter & Spence, 2014). Dessa ses som strukturer som både begränsar och vägleder sociala handlingar (Carlhed, 2011). Habitus är dock inget som uppstår genom födseln utan förvärvas genom socialisering i fältet man tillhör (Carter & Spence, 2014). Utifrån habitus kan vi på så sätt ställa oss frågan: *Vilka är dessa spelregler som partners har lyckats förstå?*

## 4. Empirisk analys

---

*I detta kapitlet har en analys av datainsamlingen gjorts. Analysen bygger på intervjuerna där vi har valt ut olika kategorier som vi anser är relevanta till studien. Slutligen kommer en sammanfattning av analysen.*

---

### 4.1 Förförståelse av empirisk analys

Vi har strukturerat vår empiriska analys i fem delar; 1) början av karriären i de stora revisionsbyråerna, 2) karriärutveckling, 3) partner, 4) anledningar till varför en del inte blir partners och 5) sammanfattning av analysen. Den första delen av analysen innehåller en bakgrundsbeskrivning av vad det är som krävs för att tillträda en stor revisionsbyrå samt en bakgrundsbeskrivning av karriärutvecklingen inom byrån. Utifrån det kan vi göra en koppling till både professionsteorin och organisationsteorin där det tydligt framgår att utbildning har en stängningsfunktion och att organisationerna har en tydlig hierarkisk struktur.

Därefter har empirin analyserats utifrån det kulturella kapitalet och habitus hos managers och partners (Bourdieu, 1984). En analys utifrån kapital och habitus har skapat en förståelse för varför och vilka egenskaper som gör att en del lyckas att nå ett partnerskap medan andra inte lyckas. Avslutningsvis kommer en kort sammanfattning av hela analysen.

### 4.2 Början av karriären i de stora revisionsbyråerna

Första stycket beskriver att utbildning krävs för att bli anställd på en stor revisionsbyrå. Det andra stycket beskriver vad som sker precis efter en anställning. En profession karaktäriseras som en yrkesgrupp med gemensamma drag som avgränsar yrkesgruppen från andra yrkesgrupper (Hellberg, 1991). För att få börja arbeta i en stor revisionsbyrå kunde vi tydligt se ett samband mellan respondenterna. Alla respondenter som blev intervjuade hade en hög formell utbildning inom ekonomi, detta betyder att utbildning i det här fallet har en stängningsfunktion (Brante, 2005) och är ett gemensamt drag hos medarbetarna inom byråerna (Hellberg, 1991). Det innebär att det finns tydliga krav för att få tillträda revisionsprofessionen (Abbott, 1988). Vidare strävar en profession efter kunskaps- eller yrkesmonopol (Brante 2005;2009). Utifrån respondenternas svar strävar byråerna att medarbetarna klättrar upp i byrån och blir auktoriserade revisorer. En anledning till det är att auktorisation ger monopol.

I de stora revisionsbyråerna finns det en utbildningstrappa som nyanställda måste följa. Respondenterna talade även en hel del om interna utbildningar. Det innebär att de första åren inom branschen består väldigt mycket av utbildningar och lärande. “Det är ett yrke där man aldrig blir fullärd utan man lär sig saker hela tiden” (Respondent C). Detta leder till att de anställda inom revisionsbyråerna utvecklar och förfogar över en viss kunskap som skiljer dem från andra yrkesgrupper (Hellberg, 1991). Inom branschen framstår det tydligt att utbildning är ett kapital som medarbetarna förfogar över och detta är vad Bourdieu kallar för *institutionalized cultural capital* (Carter & Spence, 2014). Vi får på så sätt en uppfattning om att det som professionsteorin konstaterar om utbildning är det som karaktäriseras som *institutionalized cultural capital*. Med andra ord möts professionsteorin och *institutionalized cultural capital*. Utbildningarna som medarbetarna har inom yrkesgruppen leder till ett särskiljande från andra yrkesgrupper och skapar på så sätt distinktion (Carlhed, 2011).

Vi har ett ganska stort utbildningscenter men det är inte bara det jag lär mig ifrån, utan det är mer när det kommer frågor från kunder och då känner jag det här kan jag inte och då måste jag läsa, fråga, prata. - Respondent B.

Respondenten menar att arbetsprocessen ständigt bidrar till en kompetensutveckling och därför är yrkeserfarenheten en stor del av karriären. Utifrån respondentens ovanstående svar kan vi göra en koppling till Abbotts (1988) professionsteori om att det inte endast är den formella universitetsutbildningen som spelar roll inom branschen utan även den praktiska yrkeserfarenheten. Revisorsassistenterna i de stora revisionsbyråerna tilldelas enklare arbetsuppgifter i olika avdelningar i början av karriären och arbetar med olika typer av bolag, exempelvis kommunala bolag, större ägarledda bolag, mindre ägarledda bolag och börsbolag. De stora revisionsbyråerna är väldigt duktiga på att ta hand om sina nyanställda och erbjuder en bred utbildning (Respondent C). Detta är främst motiverat för att de ska tillägna sig kunskap och kännedom om de olika delarna inom arbetet och på så sätt få en allmän kunskap.

Vår empiriska data visar att början på revisions karriären ses här som den första anställningen i en revisionsbyrå. Vår genomgång av början av karriären i en stor revisionsbyrå visar att det krävs en formell utbildning för att få börja arbeta i en stor

revisionsbyrå. Vi kom även fram till att det inte endast är den formella utbildningen som spelar roll utan även interna utbildningar och den allmänna kunskapen som en arbetare får i början av karriären.

### 4.3 Karriärutveckling

Första stycket beskriver att revisorsassistenter tilldelas enklare arbetsuppgifter inom olika områden. Byråerna ger de anställda möjlighet till utveckling för att sedan kunna avancera i byrån. Det andra stycket beskriver att det även är viktigt med eget initiativtagande och ansvarstagande för att vara med och driva olika projekt för att klättra upp i hierarkin. Det tredje stycket beskriver vilka egenskaper som har varit mest betydelsefulla för managers och partners för att nå dit de är idag.

Utifrån respondenternas förklaringar framgår det tydligt hur organisationsstrukturen ser ut i byråerna. Organisationsstruktur bygger mycket på hur arbetsfördelningen ser ut inom organisationen. Organisationsteorin beskriver att arbetet fördelas bland människorna i organisationen baserat på deras kompetens, detta kallas för *horisontell differentiering* (Abrahamsson, 2000). Som tidigare nämnts tilldelas revisorsassistenter enklare arbetsuppgifter inom olika områden i början av karriären för att få en allmän kunskap. Med utgångspunkt i detta får vi en uppfattning om att revisorsassistenter inte har en bred kompetens och dessa arbetsuppgifter är till för att breda ut kompetensen. “Alla som börjar har fått vara mini trainee på de olika avdelningarna som vi har” (Respondent, B). Dessutom nämner respondent C att revisionsbyråerna har någon form av fadderverksamhet som bygger på att medarbetarna tilldelas olika typer av uppdrag i början av karriären. Arbetsfördelningen tyder på att byråerna präglas av strikt hierarki (Carrington, 2014). Respondenterna var däremot överens om att byråerna är väldigt duktiga på att ge sina anställda möjligheter till utveckling och fortbildning inom byrån. Taylors organisationsteori visar även att arbetsledaren ska träna och utveckla varje medarbetare i företaget (Abrahamsson & Andersen, 2014). De stora revisionsbyråerna har därför en utbildningstrappa som ser till att medarbetarna får den utbildningen och kunskapen som krävs för att successivt klättra upp i hierarkin (Respondent A). Vidare framgår det att respondenterna stannar på samma nivå i hierarkin i ca 1-3 år och blir därefter beförtrade. För sofliga respondenter kunde befördringen ske snabbare jämfört med andra. Hastigheten



av karriärutvecklingen beror dels på vilka erfarenheter arbetaren har med sig sedan tidigare, dels på hur stor vikt arbetaren lägger vid arbetet.

Jag började i Helsingborg och så jobbade jag där som associate i 1 år sen blev jag befordrad till senior associate och anledningen till att jag blev befordrad så snabbt var dels för att jag jobbade väldigt många timmar och dels för att jag hade väldigt mycket erfarenheter. - Respondent B.

Respondenten menar att erfarenheterna och den nedlagda tiden på arbetet har varit till stor hjälp för att kunna avancera inom byrån. För att klättra upp i hierarkin krävs det dock mer än kunskaperna och erfarenheterna som förvärvas under karriärutvecklingen. Respondenterna nämner en hel del om hur viktigt det är att ta ett stort ansvar och ta initiativet själv till att vara med och driva projekt. Det gäller att visa framfötterna och utmana sig själv. Det är viktigt att anta utmaningar och våga testa nya saker i början av karriären. "Jag tror att det handlar väldigt mycket om när man får en möjlighet då ska man inte tänka 'det där har jag aldrig gjort innan så det kan jag inte göra' utan man får liksom testa nya saker" (Respondent A). Det gäller att inte vara rädd för att misslyckas (Respondent A). På så sätt visar medarbetaren intresse och breder ut sitt kunskapsområde. Så småningom erhåller medarbetarna en del erfarenheter och kunskaper inom de olika områdena. Genom att senare bli en auktoriserad revisor blir även arbetet mer självständigt och revisorn specialiserar sig och driver egna projekt. I synnerhet innebär det att revisorn arbetar med det hen är bra på. Respondent B uttrycker det på följande sätt "när du har blivit en auktoriserad revisor blir karriärvägen väldigt fri, du bestämmer själv vilket specifikt område du vill inrikta dig på". Detta kan kopplas till organisationsteorin om horisontell differentiering som innebär att arbetet fördelas bland medarbetarna baserat på deras kompetens. Därtill kan vi göra koppling till Adam Smiths idé om att produktiviteten ökar när arbetarna specialiserar sig på de arbetsområden som de är bra på (Abrahamsson, 2000).

När respondenterna beskrev vilka egenskaper som har varit mest betydelsefulla för att nå dit de är idag fick vi liknande svar. De ansåg att det är viktigt att vara kundorienterad för att förstå kundens behov och kunna hjälpa till på bästa sätt. Med andra ord är det viktigt att sätta sig in i både medarbetarnas och kundernas situation (Respondent G). Dessutom gäller det att vara resultat- och målinriktad och på så sätt vara driven och arbeta mot uppsatta mål. Detta för att driva byrån framåt. I en organisation strävar medarbetarna att uppnå gemensamma mål (Abrahamsson, 2000) och detta gav en förståelse till varför samtliga

respondenter ansåg att ovannämnda egenskaper var av stor betydelse. På så sätt kan vi tyda på att det gemensamma målet är att driva firman framåt. Respondent G beskriver yrket som ett serviceyrke och menar att det är viktigt att vara en serviceminded person från grunden. Denna egenskapen är av stor betydelse eftersom arbetet sker mellan människor, “det är ju ändå människor som gör affärer” (Respondent C). Respondenternas beskrivning gällande egenskaperna som har varit mest betydelsefulla hänger ihop med det som Bourdieu kallar för *embodied cultural capital*. Detta kapitalet beskriver hur medarbetarna ska agera och hur viktigt det är att upprätthålla goda relationer med både kollegor och kunder (Carter & Spence, 2014). På så sätt får vi en uppfattning om att det som organisationsteorin konstaterar som gemensamt beteende som utformas utifrån gemensamma mål inom organisationer är det som Bourdieu kallar för *embodied cultural capital*. Med andra ord möts organisationsteorin och *embodied cultural capital*.

Vår empiriska data visar att början av karriären bygger på en hel del lärande inom olika områden. De stora revisionsbyråerna har en utbildningstrappa som möjliggör att medarbetarna successivt klättrar upp. Det är även viktigt att anta olika utmaningar och vara med och driva projekt för att visa intresse och avancera till högre positioner. Dessutom är egenskaper såsom kundorientering och resultatnriktning betydelsefulla för att driva firman framåt och på så sätt uppnå gemensamma mål.

#### **4.4 Partner**

I detta avsnittet presenteras vem det är som blir partner i en stor revisionsbyrå. Avsnittet är uppdelat i tre delar. I den första delen presenterad det kulturella kapitalet och vilken roll det har. I den andra delen går vi in på habitus och förklarar vilken roll habitus spelar när det kommer till uppnåendet av partnerskap. Slutligen förklaras ett antal anledningar till varför en del inte lyckas bli partners.

“Karriärvägen till ett partnerskap är väldigt lång och det krävs ett hårt arbete för att nå dit” (Respondent F). Som tidigare nämnts är högskoleutbildningen en inträdesbiljett till branschen. Men för att lyckas inom branschen och klättra upp till ett partnerskap krävs det mer än så, och det är inte alla som lyckas. Vi har intervjuat ett antal partners och fått en förståelse för vem det är som lyckas att nå ett partnerskap och varför somliga stannar kvar

i lägre nivåer i hierarkin. Genom att utgå från Bourdieus teori om det kulturella kapitalet och habitus kunde vi se likheter mellan teorin och empirin. Däremot fick vi även en del data som inte stämde överens med Bourdieus teori och fick på så sätt nya insikter om vem det är som blir partner.

#### 4.4.1 *Det kulturella kapitalet*

Denna delen analyser partners egenskaper utifrån det kulturella kapitalets tre olika delar: *institutionalized*, *embodied* och *objectified*. Bourdieus teori handlar om olika kapitalsammansättningar som individerna inom ett fält har. En dominant position inom fältet uppnås enligt Bourdieu med hjälp av kapitalsammansättningen som individen förfogar över (Carlhed, 2011). Ett kulturellt fält definieras bland annat som en rad institutioner, regler, ritualer, kategorier och titlar som tillåter vissa diskurser. Av denna definitionen framgår det att revisionsprofessionen utgör ett separat identifierbart kulturfält (Hamilton, 2009).

Alla respondenter som blev intervjuade hade en hög formell utbildning inom ekonomi vilket innebär att det första kapitalet, *institutionalized*, har ett stort värde inom fältet. Detta innebär på så sätt att utbildningen blir ett symboliskt kapital (Broady, 1991). Det framgår dock att alla medarbetare inom branschen har denna typ av utbildning, men det som skiljer partners från andra medarbetare är interna ledarskapsutbildningar. Anledningen till det är att en partner ska vara en duktig ledare och det framgick att respondenterna som är partners har tidigare i karriären varit chefer inom olika avdelningar. Detta innebär i sin tur att partners förfogar över en högre kapitalsammansättning vilket var en av anledningarna till att chansen till de höga positionerna ökade (Broady, 1991).

När vi bad respondenterna att beskriva vilka normer och uppförandekoder det finns inom byråerna svarade samtliga att det finns uppförandekoder som gäller för alla i byrån. Dock är kraven väldigt höga på partners eftersom de representerar firman och ska agera som förebilder för alla andra i firman. "Självklart så måste vi visa professionalitet och agera utifrån byråns värderingar, vi är förebilder" (Respondent E). I Bourdieus teori klassas detta som *embodied cultural capital* och innebär att alla i fältet ska agera och bete sig på samma sätt. I detta fallet är det kulturella kapitalet *embodied* väldigt starkt hos partners eftersom

kraven är högt ställda på dem. Av respondent C framgår det att det är partners som sätter agendan för hur medarbetarna ska vara och bete sig. Bland partners talas det därför mycket om beteenden och ageranden samt hur partners ska förhålla sig till resten av personalen. Detta innebär att det är partners som väljer hur detta kapitalet ska tillämpas och vad som är viktigt. Det är därför inget som en partner har med sig sedan tidigare som Bourdieu påstår utan detta kapitalet skapas och tillämpas av partners. Dessutom finns det normer och värderingar som alla medarbetare i byråerna måste följa för att anpassa sig till fältets normer. Anledningen till att alla medarbetare ska anpassa sig efter byråernas uppförandekoder är för att en interaktion ska skapas för att tillsammans uppnå målen som finns i byråerna.

För att kunna undersöka det tredje och sista kapitalet, *objectified*, bad vi respondenterna att förklara ifall det finns likheter mellan partners när det kommer till materiella tillgångar. Respondenterna var alla överens om att materiella tillgångar är väldigt individuellt och skiljer sig mellan partners beroende på intressen. Det handlar om prioriteringar och har ingenting med partnerrollen att göra (Respondent C). Å ena sidan finns det självklart ett samband mellan partners vilket är deras stora ekonomiska möjligheter. I synnerhet innebär detta att en del prioriterar att bo på ett visst sätt och på så sätt går det att se likheter. Till största del är materiella tillgångar väldigt individuellt och är baserat på prioriteringar. Detta motsäger det som Bourdieu talar om i sitt kapital och materiella tillgångar kan därför inte klassas som ett symboliskt kapital. Å andra sidan framgår det att en partner anpassar sig efter kunderna. "Skulle jag till en stor kund som är formell skulle jag inte gått i jeans" (Respondent H). Detta tyder på att materiella tillgångar har en betydelse till viss del men det är inget avsevärt. I slutändan bestämmer en partner själv över vilka materiella tillgångar hen vill äga.

Utifrån respondenternas förklaringar fick vi en uppfattning om att partners förfogar över vissa kapital som anses vara symboliska kapital inom fältet. Det vill säga att de högsta positionerna kan uppnås med hjälp av kapitalen. Utifrån detta får vi en förståelse för vilken roll det kulturella kapitalet spelar. För att tillträda professionen och avancera inom byrån spelar det kulturella kapitalet en stor roll. Kapitalen kan sägas vara nyckeln till att få vara med i professionen (Carter & Spence, 2014). Kapitalen kan därför ses som ett hjälpmedel för att uppnå ett partnerskap men ett partnerskap uppnås inte om intresset och driften inte

finns. Innehavet av kapitalen påverkar i sin tur processen mot ett partnerskap men för att uppnå det sista steget i hierarkin, det vill säga bli partner, kommer vi in på Bourdieus koncept om habitus.

#### 4.4.2 *Habitus*

Denna delen analyserar, utifrån Bourdieus koncept om habitus, hur ett partnerskap uppnås. Med hjälp av habitus kan vi göra en tolkning av vem det är som uppnår ett partnerskap. Revisorers habitus bildades och förvärvades genom utbildningsperioden (Hamilton, 2009). Utifrån respondenterna har vi fått en uppfattning om att karriären spelar en stor roll för uppnåendet av ett partnerskap. Karriärutvecklingen för samtliga partners som blev intervjuade ser väldigt lika ut. De som har lyckats att bli partners har under sin karriär varit med och antagit olika utmaningar, vågat testa nya saker och arbetat mycket och hårt. Det är dock inte antalet arbetstimmar som är viktiga för att kunna nå ett partnerskap utan snarare delaktigheten. "Vill man vara med och driva olika projekt och gå olika utbildningar då blir det automatiskt att man jobbar många timmar" (Respondent H). Dessutom kunde vi se att alla partners som blev intervjuade hade tidigare i karriären tagit interna roller i form av chefskap. Utifrån det får vi en uppfattning om att partners har varit aktiva och lagt ribban högt. En ytterligare aspekt är att en partner ska vara en bra ledare och kunna driva firman. Förutom ledarskap är det även viktigt med expertis överlag (Respondent G). Detta nämns även av Abdolmohammadi och Shanteau (1992) och de menar att en partner är en specialist och ska därför vara en expert inom ett område.

En viktig del av karriärutvecklingen bygger på vilken inställning individen har. Mycket av de egenskaper som en individ har finns med från grunden. Med en positiv inställning blir allt mycket enklare och roligare medan en negativ inställning leder till svårigheter att utvecklas. "Om man ser att allt är jobbigt då blir det jättejobbigt" (Respondent B).

Partner: Jag blev gruppchef mitt tredje år här. Det var otroligt lärorikt men det var otroligt jobbigt också naturligtvis, man fick ett väldigt stort ansvar. Det var väldigt tufft där i början men samtidigt var det väldigt roligt och jag kämpade på - Respondent H

Partner: Det var nog för att jag tycker om att jobba med människor. Jag är inte den som bara sitter och gör mitt utan jag tyckte att det behövdes göras förbättringar och effektiviseringar så jag var nog rätt så aktiv och tyckte mycket och sa mycket om vad jag tyckte och tänkte liksom. Så det var väldigt behändigt för honom, så då kände han att han ville nog lämna över det till mig. Han behövde liksom inte styra så mkt för jag tog ju tag i det mesta, så då blev det så - Respondent H

Utifrån ovanstående svar kan vi konstatera att respondent H var positivt inställd till sitt gruppchefskap och lyckades därför jobba upp sig i branschen. Respondent H förklarar även varför hon blev gruppchef efter en kort period. Det visar oss att ett eget initiativtagande och förmågan att förbättra och styra olika projekt är av betydelse för att få en möjlighet till de interna rollerna och avancera i karriären. Utifrån detta har vi fått en uppfattning om att individerna har under karriärutvecklingen skapat sig en förståelse för branschen och på så sätt kunna engagera sig i arbetet. Detta innebär även att en förståelse har skapats för vad det är som krävs för att avancera i byrån (Engdahl & Larsson, 2006).

Av respondenterna som vi intervjuade framstod det tydligt att partners är väldigt olika i personligheterna. En partner kan vara allt från introvert till en väldigt öppen person (Respondent F). Respondenterna var dock överens om att det är viktigt med olika personligheter eftersom en mångfald skapas och medarbetarna kan dra nytta av varandra.

Partner: "Som personer tror jag att vi är väldigt olika. Det vi har gemensamt är att vi vill vara med och driva framåt. Sen är det olikheterna som skapar mångfalden skulle jag säga och en inspirerande miljö. Som personer gynnas vi av att vi är olika." - Respondent E

Partner: "Man måste även kunna delegera, man är ju inte duktig på allt. Man ska liksom skapa bra personer runt en" - Respondent H.

Respondenterna menar att det är viktigt att kunna analysera människor för att veta vilka styrkor personerna har och på så sätt kunna utnyttja varandra. Utifrån detta får vi en uppfattning om att partners använder varandras styrkor för att gemensamt kunna utföra olika arbetsuppgifter och projekt. Trots de olika personligheterna finns det gemensamma likheter bland partners. För att bli partner inom en stor revisionsbyrå kan det liknas vid vad Bourdieu kallar för habitus. Det vill säga att individer som är djupt engagerade i fältet och förstår spelreglerna har större möjligheter att uppnå de höga positionerna (Engdahl & Larsson, 2006). Revisionsbyrån kan ses som ett fält där en del av medarbetarna kan ses som framgångsrika medan andra inte är det (Bourdieu, 1990). Vad som menas med detta är att de framgångsrika är de som förstår spelet inom branschen och har därför ett starkt habitus (Engdahl & Larsson, 2006). Det är dessa individer som lyckas nå ett partnerskap. En partner ska vara djupt engagerad i arbetet och ha en vilja att driva firman framåt. Med

andra ord är drivet en spelregel. Respondent C betonar att drivet är hela poängen med partnerrollen och uttrycker sig på följande sätt:

Partner: Man måste vara en väldigt driven person och vilja driva och utveckla saker. Det tror jag är en grundförutsättning, det är ju liksom hela poängen med partner rollen tycker jag nu när jag har lång erfarenhet av det och när jag tittar på nya partners är ju att driva firman vidare och utveckla firman till att bli bättre. Det är en väldigt viktig egenskap, att man har ett driv.

Partner: Man får jobba ganska mycket och hårt i den här branschen skulle jag vilja säga och det gjorde jag. Jag skaffade väldigt mycket kunder och hade rätt stor framgång på marknaden genom att få nya uppdrag och sådär. Sen efter ett tag fick jag lite uppgifter i form av gruppefskap.

De som är framgångsrika inom branschen är de som har ett driv. "Som partners är vi alla olika men det vi har gemensamt är drivet" (Respondent D). Det räcker inte att vara duktig i jobbet, det är drivkraften och förmågan att göra firman bättre som är en viktig parameter. "Man ska inte endast vara duktig på att utföra revision, det är ju många som är det, men man måste ha den här andra biten också. Det är inte många som har den" (Respondent C). Tidigare studier har även påvisat att detta är en viktig parameter (Abdolmohammadi & Shanteau, 1992). Abdolmohammadi och Shanteau menar att en erfaren person inte kan bli en effektiv expert om personen inte har ett starkt ledarskap, marknadsfokus och auktoritet. Utifrån vad våra respondenter har svarat har vår studie påvisat att ovannämnda attribut är av betydelse för en partner. En partner har därmed en stor förståelse för spelet och har därför lyckats nå den högsta positionen genom att ha förstått vad det är som krävs för att bli partner.

Partnerskap innebär att vara en del av firman (Axelsson, 2011) och det gäller givetvis att ha ett stort marknadsfokus för att kunna driva firman framåt. Enligt Kornbergers (2011) studie definieras partners som ägare vilka har ansvaret över strategin medan de i lägre positioner såsom seniorer utför arbetet. "Man ska tycka att det är roligt att göra business. Man är lite av en entreprenör själv som partner" (Respondent H). Respondenten menar att det är viktigt att bygga upp en egen kundvolym och ha en stor framgång på marknaden. Detta innebär att ett socialt kontaktnätverk är av stor betydelse för att utöka sin kundkrets. Det sociala kontaktnätverket ska bestå av både interna och externa relationer (Respondent H). De interna relationerna är gynnsamma för att kunna ta del av varandras kunskap medan de externa relationerna bygger på att öka sin kundkrets. Genom sina befintliga kunder går

det att skaffa fler kunder och öka kundkretsen. På så sätt skapar partnern ett "namn" på marknaden som bygger på de här olika relationerna mellan människor. Utifrån betydelsen av det sociala kontaktnätverket kan vi dra koppling till Bourdieus sociala kapital där han påstår att det är viktigt med ett socialt kapital för erhållandet av en dominant position inom fältet (Carter & Spence, 2014). Det framgår tydligt av intervjuerna att en partner, det vill säga den som har en dominant position inom branschen, har ett väldigt stort kontaktnätverk. Anledningen till att partners ska ha ett stort kontaktnätverk är för att skaffa sig kunder som i sin tur generera intäkter till firman. Målet är att ha en stor kundvolym, "det spelar ingen roll om man har ett få antal stora kunder eller flera små kunder, det viktiga är att man har volymen som genererar stora intäkter, annars blir du inte partner" (Respondent B). Detta belyser även Carter & Spence (2014) i sin studie. Det framgår i studien att det viktigaste elementet för en manager att bli partner är att kunna generera stora intäkter till firman. Med andra ord innebär detta att en partner ska öka tillväxten i firman.

Vår empiriska data visar att karriärutvecklingen spelar en stor roll för befordran inom byråerna. Det är under karriärutvecklingen som en individ skapar en integration med byrån och engagerar sig i arbetet. Det är viktigt att anta utmaningar och driva olika projekt under hela karriären för att lyckas bli partner. Drivet kan sägas vara en spelregel och habitus är ett sätt genom vilket individer förstår dessa regler. Den som är driven blir därför partner.

#### *4.4.3 Anledningar till varför en del inte blir partners*

I denna delen presenteras varför en del inte lyckas att bli partners utifrån respondenternas resonemang. Samtliga respondenter lyfter fram att det inte är alla som jobbar i revisionsbranschen som blir partners. Det finns olika anledningar till varför. En faktor är att det tar väldigt lång tid. Det gäller att vara aktiv, bygga upp en egen kundstock, skapa ett namn på marknaden och kunna driva firman framåt. Att bli partner innebär ett väldigt stort ansvar och en hög tillgänglighet är ett krav då det ingår att driva många projekt och leda firman. Det är inte alla som är villiga att ta det ansvaret och nöjer sig därför med en lägre position. Respondent C anser att de flesta skulle ha potentialen att ta det steget, men det är inte alla som vill det. Det är trots allt ett stort ansvar att vara med och driva en marknadsledande byrå och det är inte alla som är beredda på att satsa på det.



Manager: Vi har folk som har varit på min nivå i 20 år och är supernöjda med det. För det innebär att de kan styra sin arbetstid och att de inte behöver vara ansvariga. Det kräver en helt annan typ av tillgänglighet. 40 timmar i veckan räcker inte. - Respondent B.

Av ovanstående svar kan vi tolka att respondent B menar att många är bekväma med sin arbetsroll och ser inte ett partnerskap som ett mål. "Det är inte så att vi får en dålig lön, jag hade kunnat ligga på denna nivån och vara nöjd" (Respondent B). Många väljer därför att stanna kvar i lägre nivåer i hierarkin med tanke på den höga lönen, de flexibla arbetstiderna samt mindre ansvar över firman. Tidigare slutsatser av en annan studie visar att en manager måste klättra upp till toppen för att kunna behålla sin arbetsplats i revisionsbyrån. "*There was no time for standing still or simply being a manager for a minute*" (Kornberger, Justesen & Mouritsen, 2011). Utifrån ovanstående svar av våra respondenter kan vi konstatera att en manager kan behålla sin position i flera år. Vår studie visar därför att ett uppnående av ett partnerskap inte är ett krav för att stanna kvar i byrån jämfört med Kornbergers studie.

Det handlar inte endast om att en del inte vill bli partners, det är många som vill det men det är inte alla som lyckas. Anledningen till följande orsak är att en del, som tidigare nämnts, inte har drivkraften. "En partner måste vara marknadsorienterad, serviceminded, en bra ledare och kunna driva firman, har man inte dessa egenskaper blir man inte partner" (Respondent F). Detta är en av anledningarna till varför inte alla lyckas bli partners, det är ett yrke som inte passar alla helt enkelt. Dessa individer har kapitalen som krävs för att få vara med i professionen men de har inte habitus. Det innebär att deras möjligheter till den högsta positionen minskar (Engdahls & Larsson, 2006). Dessutom är det viktigt att som partner lägga ner mycket tid på arbetet eftersom en partner är en del av företaget och måste därför upprätthålla firman. Vidare förklarade respondenterna ständigt att kraven är väldigt tufft ställda för att bli partner i de stora revisionsbyråerna. För det första innebär det av strategiska skäl att om kraven inte skulle vara tufft ställda hade det funnits väldigt många på toppen vilket i sin tur även hade minskat attraktionskraften (Respondent C). För det andra präglas de stora revisionsbyråerna av strikt hierarki vilket innebär att alla medarbetare inte ska vara på toppen av hierarkin (Carrington, 2014). Det är endast de personer som har förmågan att styra och driva firman framåt (Respondent D).

Vår empiriska data visar att det finns olika anledningar till varför en del inte blir partners. En del är nöjda med deras nuvarande position och är inte villiga att ta ett stort ansvar som att driva en marknadsledande byrå. Den viktigaste orsaken är att en del inte har drivkraften och förstår på så sätt inte spelreglerna.

#### **4.5 Sammanfattning av analysen**

Analysen börjar med en bakgrundsbeskrivning av att tillträda de stora revisionsbyråerna samt karriärutvecklingen inom branschen. Samtliga respondenter hade en hög formell utbildning vilket innebär att utbildningen har en stängningsfunktion till byråerna. Dessutom spelar yrkeslivserfarenheter en stor roll eftersom det är en stor del av karriären och kompetensen. I början av karriären tilldelas arbetarna enklare arbetsuppgifter inom olika områden för att få en allmän kunskap. Med tiden då kunskaperna ökar kan arbetarna avancera upp i hierarkin och genom att bli en auktoriserad revisor blir karriären friare och arbetet blir mer självständigt och specialiserat.

Partnerskap kan till en viss del förklaras utifrån kapitalsammansättningar. Det innebär att partners till viss del har gemensamt kapital. Av vår analys framgår det att det kulturella kapitalet kan vara till hjälp för att uppnå ett partnerskap. En medarbetare inom byrån kan dock förfoga över dessa kapital men ändå inte nå ett partnerskap, det är här habitus kommer in. För att bli partner krävs det ett intresse för affärer och förmågan att driva firman framåt. Avslutningsvis är det inte alla som blir partner och det finns ett antal anledningar till varför. Att vara partner innebär ett stort ansvar och det är inte alla som vill ta det ansvaret. Dessutom väljer många att stanna kvar i lägre nivåer eftersom de är nöjda med lönerna. Den viktigaste faktorn till varför en del inte blir partners är att de inte är drivna och då uppnås inte ett partnerskap.

## 5. Slutsats och diskussion

---

*I det sista kapitlet kommer frågeställningen att besvaras och syftet fullbordas utifrån teorin och empirin. Därefter redogör kapitlet för de teoretiska bidragen och den praktiska relevansen samt studiens begränsningar. Avslutningsvis presenteras förslag till vidare forskning.*

---

Syftet med den här studien var att identifiera och analysera vem det är som lyckas att nå ett partnerskap inom de stora revisionsbyråerna och därmed skapa en förståelse för rollen av det kulturella kapitalet och habitus. Genom att uppfylla syftet vill vi bidra till att förstå hur karriärutvecklingen ser ut i de stora revisionsbyråerna och därmed öka kunskapen om vem det är som lyckas att bli partner. Med denna studien vill vi även skapa en uppfattning för nyutexaminerade ekonomer för hur karriären i revisionsbranschen ser ut. I vår studie har olika teorier tillämpats för att få en bakgrundsbeskrivning och förståelse för studiens syfte och frågeställning. Professionsteorin och organisationsteorin har använts som bakgrundsbeskrivning av revisionsprofessionen och revisionsbyråns organisation. Studiens fokus ligger dock på Bourdieus teori om det kulturella kapitalet och habitus. Utifrån studiens syfte har vi kommit fram till att respondenterna påvisar att det finns ett antal parametrar som en individ måste ha för att lyckas bli partner.

I följande avsnitt kommer vi att fullborda syftet genom att besvara vår frågeställning i löpande text.

### 5.1 Vem är det som lyckas bli partner i en stor revisionsbyrå?

Tidigare studier har visat att av de som påbörjar sin karriär i någon av de stora revisionsbyråerna är det ungefär endast vart tionde person som blir partner (Axelsson, 2011). Utifrån intervjuerna kunde vi tydligt se att det krävs någon form av en formell utbildning för att få tillträda en stor revisionsbyrå. Detta är något som kallas för stängningsfunktion i professionsteorin (Brante, 2005). Det framgick även av respondenterna att yrkeserfarenheten också är en viktig faktor i karriären och inte endast utbildningen. Detta innebär att arbetsprocessen bidrar till en kompetensutveckling. Vi kom fram till att karriärutvecklingen spelar en väldigt stor roll för att bli partner. I revisionsbranschen påbörjas karriären med enkla arbetsuppgifter inom olika områden för att åstadkomma en allmän kunskap. De stora revisionsbyråerna har en utbildningstrappa

som medarbetarna följer för att kunna klättra upp i hierarkin. Detta för att attrahera och behålla kompetent personal (se t.ex. Blau & Devaro, 2007; Pergamit & Veum, 1999; Vasilios, 2011). För att avancera i revisionsbranschen är det mer än utbildningar och erfarenheter som spelar roll. Vi kom fram till att det är viktigt att under hela karriären vara aktiv och vara med och driva olika projekt. Detta styrks även av samtliga respondenter om att ett avancemang tar olika lång tid beroende på hur delaktig en medarbetare är. Det gäller att anta olika utmaningar och inte vara rädd för att misslyckas. Detta leder till att medarbetaren utvecklas och breder ut sitt kunskapsområde.

Utifrån de olika resonemangen kan vi se likheter mellan respondenternas förklaringar och på så sätt identifiera vem det är som lyckas att bli partner. Vår studie har påvisat att karriärvägen till ett partnerskap är väldigt lång. Med hänsyn till respondenternas svar kunde vi göra en koppling till det kulturella kapitalet och habitus och vilken roll dessa spelar.

I vissa sammanhang spelar det kulturella kapitalet en stor roll medan i andra sammanhang har det inte en lika stor betydelse. Vi kom fram till att de kulturella kapitalen *institutionalized* och *embodied* har en stor betydelse. Detta dels för att olika utbildningar, både interna och externa, krävs för att kunna lyckas inom branschen och dels för att det råder en del normer och uppförandekoder som alla medarbetarna inom byrån måste följa. Kraven är dock högt ställda för partners eftersom de representerar firman. Vidare är *objectified* ett kapital som inte har stor betydelse för partnerskap eftersom materiella tillgångar skiljer sig åt bland partners och det handlar mer om prioriteringar och intressen.

Vår studie visar dock att det kulturella kapitalet inte ska betraktas som en inträdesbiljett till den högsta positionen. Med andra ord innebär det inte att ett innehav av det kulturella kapitalet automatiskt leder till ett partnerskap. Det kulturella kapitalet är snarare ett hjälpmedel för att identifiera partners. Vi finner att de flesta har kapitalen men inte habitus. Det som leder till ett partnerskap är intresset för affärer och driften och inte innehavet av kapital. För att bli partner har vi dragit slutsatsen att det inte endast räcker med att vara duktig på jobbet och att utföra revision. Det är mycket mer än så som krävs. Genom respondenternas karriärer kunde vi tydligt se ett samband bland partners vilket är deras initiativtagande. Under karriären hade de tagit flera interna roller i form av olika ledarskap och alltid arbetat hårt med att driva olika projekt. På grund av detta är det väldigt viktigt att

ha en positiv inställning till arbetet för att kunna prova på nya utmaningar och utvecklas. Utifrån detta har en uppfattning skapats om att en individ skapar en förståelse för branschen under sin karriärutveckling vilket innebär att de har skapat en förståelse för vad det är som krävs för att avancera.

En partner är en del av firman och måste därför vara med och driva firman framåt. Det innebär att det är väldigt viktigt att ha ett marknadsfokus, vara en entreprenör och tycka om att göra affärer. För att kunna göra affärer krävs det en stor kundvolym som genererar intäkter till firman. Detta leder till att det ökar firmans tillväxt och det är just det som förväntas av partners. Med andra ord innebär detta att en partner ska ha en stor framgång på marknaden och därför är ett socialt kontaktnätverk av stor betydelse. Det är de redan existerande partners som väljer vem det är som ska bli partner (Axelsson, 2011) och vår studie har visat att den som blir utvald är den som har dessa attribut. Utifrån dessa attribut kan vi dra koppling till Bourdieus teori om habitus. Individer som innehar dessa attribut har på så sätt lyckats nå den dominerande positionen. Detta innebär att individen har lyckats förstå spelets regler för vad som krävs för att bli en partner. Med andra ord innebär det att den som inte lyckas bli partner är en person som inte förstår spelet och har därför inte lyckats nå den dominanta positionen, det vill säga ett partnerskap. Personer som inte blir partners har inte förmågan att driva firman framåt. Det spelar ingen roll vilken personlighet en individ har, eller vilka kapital en individ förfogar över, har du inte ett drivet blir du inte partner. Utifrån detta kan vi dra slutsatsen om att drivet är en viktig parameter för att bli partner. Många väljer dock att stanna som managers (Eriksson, 2006) på grund av att de inte vill ta ansvaret som en del av en firma och är nöjda med sin nuvarande befattning och lön.

Avslutningsvis kan vi dra slutsatsen om att driften är den viktigaste parametern. Det innebär att en partner ska kunna driva firman och det görs genom att ha ett marknadsfokus, kundvolym, och ett starkt ledarskap för att på så sätt generera intäkter till firman. Kapitalen kan sägas vara ett hjälpmedel för att avancera i professionen men habitus är det som leder till partnerskap.

## 5.2 Studiens teoretiska bidrag

Den här studien har bidragit till en djupare förståelse för vem det är som lyckas att bli partner i en stor revisionsbyrå. Därigenom har studien även gett en bild av hur karriären till ett partnerskap ser ut. Då tidigare studier har fokuserat en hel del på olika minoriteter och hur deras karriär ser ut i revisionsbranschen har denna studien givit tydliga indikationer på vem det är som blir partner bortsett från minoriteter. Studien har även gett en förståelse för hur andra faktorer än utbildning och erfarenheter som spelar roll för ett uppnående av ett partnerskap. Vårt val av Bourdieus teori har hjälpt oss att komma runt minoriteter såsom kön och etnicitet. Med hjälp av Bourdieus teori har vi lyckats fånga individerna inom ett fält, i det här fallet revisionsbranschen, och studerat vem det är som blir partner bortsett från minoriteter. Flera tidigare studier om partnerskap har även använt Bourdieus teori.

### 5.2.1 Praktisk relevans

Att det finns en möjlighet till att bli partner i en stor revisionsbyrå kan vara lockande för en del. Studien kan därför vara intressant för de som vill göra karriär i revisionsbranschen. Denna studie kan ge en praktisk relevans till både nyexaminerade redovisningsekonomer och nuvarande arbetare inom revisionsbranschen som vill nå ett partnerskap. Studien visar vem det är som blir utvald till partner och kan ge en bild på vad det är som krävs. Studien kan även vara till hjälp för de som läser till redovisningsekonomer för att se vilka karriärmöjligheter det finns samt få en inblick i revisionsbranschen.

### 5.2.2 Studiens begränsningar

Studiens urval bestod sammanlagt av åtta intervjuer som genomfördes i PwC och EY. En utav anledningarna till varför vi intervjuade auktoriserade revisorer i enbart PwC och EY var på grund av att det var en intensiv period, och väldigt svårt och få kontakt med andra stora revisionsbyråer. Dessutom intervjuade vi inte fler än åtta respondenter på grund av tidsmässiga och geografiska begränsningar som medförde till svårigheter att nå ut till flera respondenter och ett större urval. Vi beaktade att revisorerna hade ställt upp i flera intervjuer tidigare och kunde därför inte ta emot oss. Dock var vi nöjda med våra åtta intervjuer eftersom det fanns flera samband mellan respondenternas svar som ledde till att vi kunde dra kopplingar med data som samlades in.

### **5.3 Förslag till vidare forskning**

Då denna studie har syftat till att identifiera vem det är som lyckas att bli partner i en stor revisionsbyrå hade det även varit intressant att jämföra små och stora byråer när det kommer till partnerskap. Det vill säga hur uppnåendet av partnerskap skiljer sig åt beroende på om det är en stor eller liten revisionsbyrå. En annan intressant forskning hade varit att studera hur revisorsassistenter ser på möjligheterna att uppnå ett partnerskap. Detta hade gett en bild på hur assistenterna ser på sig själva och på själva karriärmöjligheterna som finns. På så sätt kan en förståelse skapas för hur assistenterna förhåller sig till viljan att avancera och bli partners. Då det förekommer geografiska begränsningar hade empiriinsamlingen även kunnat ske med hjälp av telefonintervjuer istället för endast personliga intervjuer. På så sätt ökar chansen till fler intervjuer vilket i sin tur ökar empiriinsamlingen.

## Referenslista

Abbott, A. (1988). *The system of professions: An Essay on the Division of Expert Labor*. The University of Chicago Press.

Abdolmohammadi, M. J. & Shanteau, J. 1992. Personal attributes of expert auditors. *Organizational Behavior and human decision processes*, 53, 158-172.

Aburous, D. (2016). *Understanding cultural capital and habitus in Corporate Accounting: A postcolonial context*. *Spanish Journal of Finance and Accounting*, 45:2, s. 154-179.

Abrahamsson, B. (2000). *Organisationsteori: Moderna och klassiska perspektiv*. Lund: Studentlitteratur.

Abrahamsson, B., & Andersen, A. J. (2014). *Organisation- att beskriva och förstå organisationer*. ( 4:e uppl.). Liber AB.

Ahrens, T., & Dent, J. (1998). *Accounting and organizations: realizing the richness of field research*. *London School of Economics and Political Science*, 10 (1).

Ahrne, G. & Svensson, P. (2015). *Handbok i kvalitativa metoder*. Stockholm: Liber AB.

Allwood, C. M. (2004). *Perspektiv på kvalitativ metod*. Lund: Studentlitteratur.

Alvehus, J. (2012). *4 myter om professionella organisationer*. Lund: Studentlitteratur.

Alvehus, J. (2013). *Skriva uppsats med kvalitativ metod: En handbok*. Stockholm: Liber AB.

Alvehus, J & Jensen, T. (2015). *Organisation*. Lund: Studentlitteratur.

Alvesson, M. & Skoldberg, K. (2008). *Tolkning och reflection; vetenskapsfilosofi och kvalitativ metod*. (2., [uppdaterade] uppl.) Lund: Studentlitteratur.



Axelsson, O. (2011). *Revision: Så blir du partner*. Civilekonomen.

Axelsson, O. (2017). *Lång och tuff väg för att bli partner på revisionsbyrå*. Civilekonomen.

Bevort, F. (2012). *Making sense of management with logics: An ethnographic study of accountants who become managers*. Copenhagen Business School.

Blau, F., & Devaro, J. (2007). *New evidence on gender differences in promotion rates: An empirical analysis of a sample of new hires*. *Industrial Relations*, 46(3), 511-550.

Boyd, R. m.fl. (1991). *The Philosophy of Science*. Massachusetts institute of technology.

Bourdieu, P.(1984). *Distinction: A Social Critique of the Judgment of Taste*. Cambridge MA: Harvard University Press. 170, 466.

Bourdieu, P. (1990), '*Structures, habitus, practices*'.in *The Logic of Practice*. Cambridge: Polity.

Bourdieu, P. ( 1993). *The Field of Cultural Production*. Cambridge: Polity.

Bourdieu, P. (1999). *Praktiskt förnuft : bidrag till en handlingsteori*. Bokförlaget Daidalos.

Brante, T. (2005). *Om begreppet och företeelsen profession*. *Tidskrift för Praxisnära forskning*, (1).

Brante, T. (2009). *Vad är en profession? Teoretiska ansatser och definitioner*. I L. Maria (Red.), *Vetenskap för profession* (s. 15-34). Högskolan i Borås.

Broady, D.(1990). *Sociologi och epistemologi Om Pierre Bourdieus författarskap och den historiska epistemologin*. Gotab. Stockholm.

Broady, D. (1991). *Sociologi och epistemologi: Om Pierre Bourdieus författarskap och den historiska epistemologin* s Stockholm: HSL Förlag s169

Broady, D. (1998a). "Inledning: en verktygslåda för studier av fält", *Kulturens fält, Daidalos*.

Göteborg., s. 11-26. Citatet från s. 13-15.

Broady, D. (1998b). *Kapitalbegreppet som utbildningssociologiskt verktyg*. Skeptronhäften / Skeptron Occasional Papers, 15.

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

Carlhed, C. (2011). *Fält, habitus och kapital som kompletterande redskap i professionsforskning*. Socialvetenskaplig tidskrift, 18 (4).

Carrington, T (2014). *Revision*. ( 2:a uppl.).

Carter, C. & Spence, C. (2014). *Being a Successful Professional An Exploration of Who Makes Partner in the Big 4*. Contemporary Accounting Research, 31 (4), 949-981.

Denscombe, M. (2016). *Forskningshandboken: För småskaliga forskningsprojekt inom samhällsvetenskaperna*. (3:a uppl.). Lund: Studentlitteratur.

Engdahl, O., & Larsson, B. (2006). *Sociologiska perspektiv: Grundläggande begrepp och teorier*. Lund: Studentlitteratur.

Eriksson, M. (2006). *Karriärmöjligheter som revisor*. Allt om revision.

FAR. (2016). *Auktoriserad revisor – inför examen*. Utbildningar & Litteratur.

Fearfull, A., & Kamenou, N. (2010). *Work and career experiences of ethnic minority men and women*. Equality, Diversity and Inclusion: An International Journal, 29(4), 325- 331.

Greenwood, R., Hinings, C. & Brown, J. (1990). "P2-form" *Strategic management: corporate practices in professional partnerships*. Academy of Management Journal, 33(4), 725-755

Greenwood, R. and Empson, L. (2003), "*The professional partnership: Relic or exemplary form of governance?*". Organization Studies, 24 (6), 909–933.

Grey, C. (1998). *On being a professional in a "Big Six" firm*. Accounting, Organizations and Society, 23 (5), 569 - 587.

Halling, P. (2017). *Vad händer med revisorernas professionalism när dokumentstyrningen tar över?*. Tidningen Balans.

Hamilton, G. (2009). *The Third Policeman: 'The true and fair view', language and the habitus of accounting*. University College Dublin, 20 (8), 910-920.

Hellberg, I. (1991) *Professionalisering och modernisering*. Stockholm: Arbetslivscentrum.

Holme, I.M., & Solvang, B.K. (1997). *Forskningsmetodik*. Lund: Studentlitteratur.

Hunt, S. C. (1995). *A review and synthesis of research in performance evaluation in public accounting*. Journal of accounting literature, 14, 107-139.

Ikin, C., Johns, L., & Hayes, C.(2012). *Field, capital and habitus: An oral history of women in accounting in Australia during World War II*. 17(2) 175–192.

Jacobsen, I. D. (2002). *Vad, hur och varför? - Om metodval i företagsekonomi och andra samhällsvetenskapliga ämnen*. (1:a uppl.). Lund: Studentlitteratur.

Jeppesen, K. K. (2007). *Organizational risk in large audit firms*. *Managerial Auditing Journal*, 22(6), 590-603.

Jonnergård, K., Stafsudd, A., & Elg, U. (2010). *Performance evaluation as gender barrier in professional organizations: A study of auditing firms*. *Gender, work & organization*, 17(1), 721-747.

Kornberger, M., Justesen, L., & Mouritsen, J. (2011). ‘When You Make Manager, We Put a Big Mountain in Front of You’: *An Ethnography of Managers in a Big 4 Accounting Firm*. *Accounting, Organizations and Society*, 36(8), 514-533.

Kvale, S. & Brinkmann, S. (2009). *Den kvalitativa forskningsintervjun*. (2. uppl.) Lund: Studentlitteratur.

Leino, T., & Lundmark, E. (2006). "Arbetet handlar faktiskt om mer än att bara stämpla ut böcker och vara trevlig" *Arbetsuppgifter på svenska folkbibliotek 1990-2000 ur ett kritiskt diskursanalytiskt perspektiv*. Högskolan i Borås.

Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic inquiry*. Beverly Hills, CA: Sage.

Lind, R. (2014). *Vidga vetandet: En introduktion till samhällsvetenskaplig forskning*. Lund: Studentlitteratur.

Mohr, J., & Spekman, R. (1994). *Characteristics of Partnership Success: Partnership Attributes, Communication Behavior, and Conflict Resolution Techniques*. *Strategic Management Journal*, 15 (2), 135-152.

Molander, B. (1983) *Vetenskapsfilosofi - en bok om vetenskapen och den vetenskapande människan*. Stockholm: Norstedt.

Olsson, H., & Sörensen, S. (2011). *Kvalitativa och kvantitativa perspektiv- Forskningsprocessen*. Stockholm: Liber AB.

Patel, R. & Davidson, B. (2011). *Forskningsmetodikens grunder- Att planera, genomföra och rapportera en undersökning*. Lund: Studentlitteratur.

Pergamit, M.P., & Veum, J.R. (1999). *What is promotion? Industrial and Labor relations Review*, 47(2), 173-178.

Persson, S., Schischke, S., & Sharma, D. A. (2008). *Den svenska revisionsbranschen - upplevs den som hierarkisk?*. Ekonomihögskolan: Lunds universitet.

Rennstam, J. & Wästerfors, D. (2015). *Från stoff till studie: om analysarbete i kvalitativ forskning*. Lund: Studentlitteratur.

Revisorsinspektionen. (2018). *Utbildning*. Myndighet.

Schilling, A. (2004). *Fördelning av symboliskt kapital hos olika typer av konsulter i samband med en fusion*. Handelshögskolan i Stockholm.

Smith P., Caputi P. & Crittenden N. (2012). *How are women's glass ceiling beliefs related to career success?*. *Career Development International*, 17 (5), 458-474.

Thurén, T. (2007). *Vetenskapsteori för nybörjare*. (2., [omarb.] uppl.) Stockholm: Liber

Trost, J. (2010). *Kvalitativa intervjuer*. (4., [omarb.] uppl.) Lund: Studentlitteratur.

Vasilios, K. D. (2011). *Job Satisfaction and Promotions*. *Industrial Relations*, 50(1), 174-194.

## **Bilaga 1 - Intervjuguide**

1. Vad har du för utbildning? Har ni många interna utbildningar?
2. Hur länge har du arbetat på...? Och i branschen?
3. Kan du kort beskriva din karriär som revisor, från redovisningsassistent till din nuvarande befattning
4. Hur skulle du beskriva dig själv som person? Som revisor/partner?
5. Vilka egenskaper har varit mest betydelsefulla för dig för att kunna nå dit du är i dag?
6. Vilka informella krav är det som krävs för att lyckas bli partner?
7. Varför tror du att det är så få revisorer som lyckas bli partners?
8. Som revisor, har du som mål att bli partner? Om ja, ser du att det finns möjligheter för dig att bli partner?
9. Vad har du och andra partners gemensamt? ex utbildning, beteende etc.
10. Om du fick beskriva en partner med tre egenskaper, vilka är dessa egenskaper?
11. Vad förväntas av dig som partner? Hur ska du prestera?
12. Hur ska en partner bete sig? - Har ni några gemensamma normer?
13. Har ni något speciellt sätt att uttrycka er på? Måste ni visa professionalitet eller pratar ni fritt?
14. Tycker du att det är viktigt med ett socialt kontaktnätverk ? Har du ökat ditt nätverk under arbetet?
15. När det kommer till materiella föremål, har det någon betydelse för er? - har ni några likadana föremål/egendomar? Ex bilar, hus etc.
16. Om du skulle tipsa en nyexaminerad ekonom om hur man lyckas bli partner, vad skulle dina tips vara?