

Institutionen för ekonomi
HT-2003



Kandidatuppsats

Har intressenterna förtroende för revisorerna?

Handledare:
Sven-Olof Yrjö Collin

Författare:
Richard Petersson
Thomas Carlsson

Förord

Vi vill inleda den här uppsatsen med att tacka alla som har hjälpt oss med studien och lämnat värdefulla synpunkter på denna.

Ett stort tack går till respondenterna som ställde upp och gjorde vår undersökning möjlig genom att medverka i den.

Vi vill slutligen tacka vår opponentgrupp och Institutionen för ekonomi i Kristianstad, där ett speciellt tack går till vår handledare Sven-Olof Yrjö Collin.

Kristianstad den 7 Januari 2004

Thomas Carlsson

Richard Petersson

Abstract

The purpose of our essay is to investigate the trust in accountants. The method we used to investigate the trust was a survey and a questionnaire was used to collect the data. The data was gathered from three different groups, shareholders, lenders and tax authority. When we analysed the data we found out that the groups trust in accountants were neither strong nor weak. The results can be generalized on all the three groups because the observations were scattered around the means and we used random selection to collect the data. The report is written in Swedish, which is our mother language.

Sammanfattning

Syftet med vår uppsats har varit att undersöka intressenternas förtroende för revisorerna. Anledningen till vår undersökning är att få en uppfattning om hur förtroendet för revisorerna är idag, bl.a. mot bakgrund av den senaste tidens redovisningsskandaler och införandet av den nya Revisorslagen.

Undersökningen utgick ifrån teori om hur förtroende skapas generellt. Vi gjorde en jämförelse mellan denna teori och revisorernas uppfattning om hur förtroende skapas och kommit fram till att de stämmer bra överens med varandra. Detta gör att revisorerna har en god grund för att inge starkt förtroende hos intressenterna.

Vår data har vi samlat in med hjälp av surveymetoden där webbenkäter har använts för att få in vår data. De intressenter som ingick i undersökningen var aktieägare, stat och kommun samt långgivare. Aktieägarna representerades av kontaktpersonerna på Sveriges Aktiesparares Riksförbund, stat och kommun företrädde av skattemyndigheten och långgivarna representerades av bankerna.

Av de observationer vi erhållit i denna undersökning kan vi konstatera att aktieägarna, stat och kommun samt bankerna inte har något svagt förtroende för revisorerna. Det kan också fastslås att de inte heller har något starkt förtroende för revisorerna. Vi anser att dessa slutsatser har en allmängiltig prägel på de tre intressentgrupperna, d.v.s. att undersökningen har en generaliserbarhet att gälla samtliga individer i varje intressentgrupp. Denna generaliserbarhet grundar vi på att observationerna var relativt normalfördelade för varje intressentgrupp. Dessutom baserades undersökningen på obundet slumpmässigt urval inom varje intressentgrupp vilket gör att man kan utnyttja sannolighetsteorins lagar och resultat för att bedöma osäkerheten i resultaten.

Ovanstående resonemang pekar på att intressenterna inte har något starkt förtroende för revisorerna trots att den generella teori som vi använt oss av över förtroende, stämmer bra överens med den föreställning som revisorerna har när de skapar förtroende. Vi anser att det är benägenheten hos intressenterna som i sin tur påverkas av förmedlingen av förtroendet som brister, då revisorernas hörnstenar kompetens, oberoende och tystnadsplikt ställer tillräckligt höga krav för att ingjuta förtroende.

Innehållsförteckning

1. Inledning	1
1.1 Problembakgrund	1
1.2 Syfte	2
1.3 Disposition	2
2. Metod	3
3. Teori	4
3.1 Vad är förtroende	4
3.2 Personligt förtroende	5
3.2.1 Förmåga	5
3.2.2 Välvilja	6
3.2.3 Integritet	6
3.2.4 Benägenhet och risk	6
3.3 Företagsförtroende	7
3.4 Hur man förmedlar förtroende	8
3.5 Intressenternas behov av revision	9
3.6 Övergripande modell	10
3.7 Kapitelsammanfattning	10
4. Hur skapar revisorerna förtroende	12
4.1 Hur revisorerna skapar förtroende	12
4.1.1 Kompetens	12
4.1.2 Oberoende	13
4.1.3 Tystnadsplikt	14
4.1.4 Benägenhet	14
4.2 Hur revisorerna når ut till intressenterna	15
4.2.1 Intern marknadsföring	15
4.2.2 Interaktiv marknadsföring	16
4.2.3 Extern marknadsföring	16
4.3 Kapitelsammanfattning	16
5. Empirisk metod	18
5.1 Datainsamlingsmetod	18
5.2 Val av respondenter till undersökningen	19
5.3 Urval	20
5.4 Operationalisering	21
5.5 Metodproblem	23
5.5.1 Validitet	23
5.5.2 Reliabilitet	23
5.6 Kapitelsammanfattning	24
6. Empirisk analys	25
6.1 Struktur	25
6.2 Aktieägare	25
6.3 Banker	28
6.4 Skattemyndigheten	30

6.5 Analys av alla respondenter	31
6.6 Kapitelsammanfattning	34
7. Slutsatser.....	36
7.1 Förslag till fortsatt forskning	38

Referenslista

Appendix

Bilaga 1: Introduktionsbrev

Bilaga 2: Enkät om förtroende för revisorerna

Bilaga 3: Stolpdigram som beskriver intressentgruppernas spridning över deras totala poäng för fråga 1-8

Bilaga 4: Stapeldiagram över hur aktieägarna svarat på respektive fråga

Bilaga 5: Stapeldiagram över hur bankerna svarat på respektive fråga

Bilaga 6: Stapeldiagram över hur skattemyndigheten svarat på respektive fråga

Bilaga 7: Stapeldiagram över hur de tre intressentgrupperna tillsammans har svarat på respektive fråga

1. Inledning

Revisorns roll är att som oberoende kontrollant säkerställa redovisningen. På senare tid har revisorns arbete satts mer i centrum, dels p.g.a. ett flertal skandaler. Syftet är att undersöka om intressenterna har förtroende för revisorerna.

1.1 Problembakgrund

Senaste decenniens ekonomiska utveckling har försvårat bedömningen av företag, fusioner och förvärv har skapat gigantiska bolag som är svåra att få grepp om. Revisionsbranschens förmåga att anpassa sig till dessa förändringar och den snabba utvecklingen har lett till att revisorers arbete har satts i fokus. Behovet av tillförlitlig information om företagets ställning, verksamhet och resultat har därmed ökat.

Det är revisorns arbete som oberoende kontrollant att säkerställa information så att den är trovärdig och sann vilket leder till att intressenterna kan lita på den. Grunden till revisorernas arbete är att de inger förtroende. På senare tid har dock redovisnings-skandalerna avlöst varandra, vid Enronskandalen där vinster friserades och balansräkningar blåstes upp anklagades revisorer från Andersen för att inte ha varit tillräckligt oberoende i förhållande till Enron, men även för att ha förstört delar av dokumentationen. En annan uppmärksamman skandal är teleoperatören World Com där löpande utgifter har bokförts som investeringar. Händelser som dessa skadar revisorernas viktigaste valuta, nämligen förtroendet. Detta är ett stort problem för revisorskåren, Gunnar Widhagen, ledamot i Revisorsnämnden uttrycker det så här:

“Det är trots allt trovärdighet vi säljer och har vi inte själva trovärdighet, hur ska vi då kunna sälja?” (Holmquist, 2001)

Som sagt så är förtroendet för revisorerna en grundpelare för att de ska kunna fylla sitt syfte. Förtroende är hårdvaluta och kan raseras genom någon enstaka händelse. Förtroendet för en hel profession kan påverkas av några få aktörers misstag.

Kraven på revisorerna har höjts för att möta den ökande komplexiteten, genom den nya Revisorslagen som började gälla 1 januari 2002. Den nya lagen ger en ny syn hur revisorns oberoende skall fastställas, nämligen genom den så kallade analysmodellen. Analysmodellen innebär att revisorn prövar samtliga uppdrag innan de påbörjas och kan då fastställa de omständigheter som råder. Går det inte att säkerställa oberoendet ska revisorn avsäga sig uppdraget. Man kan säga att man övergått från att använda en generell förbudslista till att pröva omständigheterna från fall till fall. (Prop. 2000/01:146)

De olika intressenterna behöver redovisningsinformation av olika anledningar. T.ex. aktieägare behöver grund för sina investeringar och innehav, långgivare måste kunna bedöma om ett företag kan betala tillbaka sina lån och stat och kommun behöver tillförlitliga grunder beträffande företagets skatt. För att man ska kunna lita på den ekonomiska informationen måste intressenterna ha förtroende för revisorn. (FAR, 2002) Intressenterna har stora ekonomiska intressen i företag som ska revideras av revisorn. Om inte intressenten har förtroende för revisorns uppgifter vill de möjligen inte handla med företaget eller tar de eventuellt ett högre pris som avspeglar den ökade risken i att lita på den ekonomiska informationen. Detta leder till att handeln i

ekonomin kan minska alternativt kostnaderna öka om förtroendet för revisorerna är svagt. Här uppstår alltså ett problem. Intressenterna vill ha tillförlitlig information och denna säkerställs av revisorn. De senaste redovisningsskandalerna som uppdagats i USA har dock lett till att revisorskårens trovärdighet kraftigt ifrågasatts. Kan man lita på den ekonomiska informationen som företagen delger? Kraven på revisorerna har emellertid ökat genom att den nya Revisorslagen trädde ikraft, men uppfattar intressenterna revisorn som trovärdig trots allt som har hänt?

1.2 Syfte

Vårt syfte med denna uppsats är att undersöka intressenternas förtroende för revisorerna.

1.3 Disposition

Vi ska nu redogöra för uppsatsens disposition kapitel för kapitel för att på så sätt göra det lättare att orientera sig i uppsatsen.

Kapitel 2: Vi börjar med att beskriva den metod som använts för att realisera syftet med uppsatsen.

Kapitel 3: Här redovisas den teori som vi har använt oss av för att beskriva vad förtroende är rent generellt. Hur serviceföretag förmedlar sitt förtroende behandlas också liksom den intressentmodell som vi använt oss av då vi valt ut våra respondenter. Sist i kapitlet redogörs det för den övergripande modellen vi använt oss av då vi försökt att observera om revisorerna lyckats skapa ett förtroende hos sina intressenter.

Kapitel 4: Hur skapar revisorerna förtroende? Det är just det som vi vill få fram i detta kapitel. Vi applicerar den teori som återfinns i kapitel 3 för att på så sätt försöka få fram om den generella teorin om förtroende stämmer överens med revisorernas föreställning om hur de skapar förtroende.

Kapitel 5: Den empiriska metoden beskrivs i detta kapitel som inledningsvis börjar med hur vi samlat in data. Därefter redogörs för vilka respondenter som har valts samt det urval vi använt oss av. Operationalisering och metodproblem diskuteras slutligen.

Kapitel 6: Detta kapitel har vi gett namnet empirisk analys och här redogörs för analysen av data som vi fått från vår enkätundersökning.

Kapitel 7: I detta kapitel redovisas våra slutsatser när det gäller intressenternas förtroende för revisorerna. Slutligen ger vi också förslag till fortsatt forskning som kan leda fram till fortsatt förståelse inom ämnet.

2. Metod

Det här kapitlet redogör för vår positivistiska ansats samt den deduktiva metod som vi har använt oss av för att realisera syftet med uppsatsen.

Vi valde att rikta oss mot intressenterna för att se om de har förtroende för revisorerna. Vi finner det lämpligt att använda det positivistiska synsättet eftersom vi förhåller oss oberoende till undersökningen och varken försöker påverka eller påverkas av ämnet för undersökningen. (Saunders, Lewis & Thornhill, 2003) Ytterligare anledning till att vi inte valde den hermeneutistiska ansatsen är att man inom den bara tolkar svaren eftersom det inte finns någon absolut sanning, medan vi utgår från en teori och vill få fram generaliseringar av verkligheten. Målet är alltså att beskriva och förklara vad vi kommer fram till och inte som i hermeneutiska studier söka en helhetsförståelse genom att tolka en annan persons handlingar. I och med detta kan ett studieobjekt uppfattas olika beroende på vem undersökaren är. Alla har olika uppfattningar av verkligheten som sannolikt skiljer sig åt från en annans. (Saunders et al. 2003)

Vid forskning kan två olika metoder användas, induktion och deduktion. Vår uppsats är deduktiv i den bemärkelsen att den utgår från befintlig teori beträffande förtroende och hur det skapas. Vi ska undersöka många respondenter för att på så sätt försöka göra generaliseringar, eftersom vi vill dra slutsatser för hela vår målpopulationen och därför passar den deduktiva metoden oss bra. (Saunders et al. 2003)

För att samla in data vi behöver använder vi oss av en surveyundersökning. Denna observationsmetod passar oss då vi ska göra en enkätundersökning. Ytterligare fördelar med en surveyundersökning är att man kan samla in mycket data till låg kostnad, vilket är en grundförutsättning eftersom våra ekonomiska resurser är begränsade. Vidare blir det lättare att jämföra de olika intressentgrupperna som vi har valt. Liknande undersökningar med intressentuppsättningar har utförts tidigare vilket gör att erfarenheten säger oss att det mer induktiva draget med fallstudier inte behövs. Nackdelen med vårt val av datainsamlingsmetod är dock att mycket tid går åt till att förbereda och utforma enkäten samt att göra pilotstudier. Detta tar relativt mycket tid, men om förberedelserna är noggranna blir resultatet också bra. (Saunders et al. 2003)

Det är först och främst undersökningsproblemet och syftet som avgör om vi ska välja att dela in data kvantitativt eller kvalitativt. De olika metoderna är inte helt oberoende av varandra, utan oftast använder man en blandning av metoderna. Vi avser att mäta förtroendet för revisorerna genom att undersöka intressentgruppernas attityder. Att mäta attityder är ett kvalitativ undersökningsval men eftersom vi i huvudsak får våra svar i siffror är vår undersökning också kvantitativ. (Christensen, Andersson, Carlsson, & Haglund, 2001) En anledning till att vi vill ha data kvantitativ är att vi avser att kunna göra generaliseringar, d.v.s. dra slutsatser från populationen. Detta gör vi genom att data analyseras objektivt och bearbetas statistiskt.

3. Teori

I detta kapitel beskriver vi vad förtroende är, vi börjar med att beskriva de teorier som kan kopplas till personligt förtroende och företagsförtroende. Vi behandlar även hur serviceföretag når ut till sina kunder, den intressentmodell som vi använt oss av då vi valt ut våra respondenter skildras också. Avslutningsvis presenteras en övergripande modell som beskriver hur vi har tänkt när vi försökt att observera om revisorerna lyckats skapa ett förtroende.

3.1 Vad är förtroende

Samtidigt som det finns en hel del såväl teoretiska som empiriska arbeten inom området förtroende är begreppet inte lätt att precisera. Till vardags är vi mestadels överens om vad som åsyftas, men det hindrar inte att begreppet har åtskilliga komponenter som kan variera från sammanhang till sammanhang. Förtroendet för en revisor gäller inte dennes roll som t.ex. bilförare utan hur personen i fråga agerar i sin roll som professionell yrkesman i sitt område. (Österman, 1999)

Mayer, Davis och Schoorman (1995) definierar förtroende på följande vis:

“...the willingness of a party to be vulnerable to the actions of another party based on the expectation that the other will perform a particular action important to the trustor, irrespective of the ability to monitor or control that other party”

Vad författarna menar är att förtroende inte handlar om att ta en risk utan istället villigheten att ta en risk. När man visar sig sårbar innebär detta att utsätta sig för en risk, d.v.s. att man riskerar att förlora något av värde.

Definitionen innehåller också de förväntningar som uppkommer på den som inger förtroende. Man förväntar sig att motparten ska agera på ett korrekt sätt. Vidare måste handlingen som ska utföras vara viktig för den som hyser förtroende. Om den inte är av betydelsefull karaktär behövs inget förtroende. I definitionen nämns vidare att detta gäller oberoende möjligheten att kontrollera den andra parten eller inte.

Att definiera ordet förtroende är väldigt svårt. Vi har olika bakgrunder och erfarenheter vilket gör att det finns många olika uppfattningar om vad förtroende är. Sannolikt skiljer sig den ena definitionen åt från den andra. Det viktigaste att påpeka är dock att förtroende och risk hänger samman. Utan risk behövs inget förtroende. För att man ska vara villig att ta denna risk måste andra komponenter hos den parten som inger förtroende vara uppfyllda. Man har vissa förväntningar på att en part ska agera på ett önskvärt sätt, exempelvis att parten ska ha viss kompetens och agera på ett korrekt sätt. Mot denna bakgrund har vi valt att definiera förtroende på följande vis:

När man pratar om förtroende ställer man förväntningarna att motparten ska agera på ett korrekt sätt i motsats till den risk man tar då man ingår en förtroenderelation. Om sannolikheten för att förväntningarna ska slå in är större än den risk man tar har man förtroende för en viss individ.

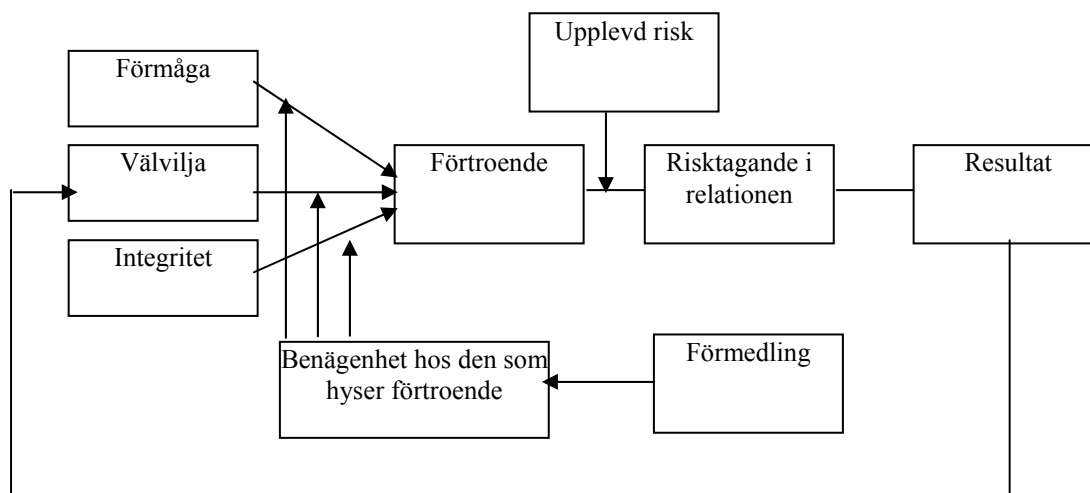
Teoretiker har delat upp begreppet förtroende i personligt förtroende och företagsförtroende. Vi utgår från dessa begrepp då förtroendet för en profession dels byggs upp av förtroendet för organisationen, men även av förtroendet för de enskilda

individerna. Personligt förtroende kännetecknas av relationen mellan två individer. Företagsförtroende å andra sidan karakteriseras av attityden till en grupp människor som bildar en enhet. (Hall, Camacho, Dugan & Balkrishnan, 2002)

3.2 Personligt förtroende

I detta avsnitt görs en genomgång av Mayer et al. (1995) modell över personligt förtroende. För att kunna skapa en förståelse för begreppet förtroende är det viktigt att få kunskap om varför vissa egenskaper och händelser hos en individ gör att denne mer eller mindre skapar förtroende. Enligt Mayer et al. (1995) återkommer ständigt tre karakteristiska begrepp i litteraturen som används för att förklara eller beskriva det personliga förtroendet. Dessa är förmåga, välvilja och integritet. Varje faktor bidrar till ett unikt perspektiv att se på en individ som inger förtroende. Nedan beskriver vi de tre centrala begreppen, samt benägenhet och risk som också är två viktiga beståndsdelar i modellen.

Modell över personligt förtroende



Modellen visar att de tre grundpelarna för att skapa personligt förtroende är förmåga, välvilja och integritet. En ytterligare aspekt som tillkommer är benägenheten hos den som hyser förtroende. Den upplevda risken påverkar också förtroendet. Förmedling av förtroendet fanns inte med i modellen ursprungligen så vi har utökat modellen med denna komponent. Anledningen till detta är att vi anser att förmedlingen påverkar benägenheten hos den som hyser förtroende i stor utsträckning vilket gör att den är av stor betydelse.

3.2.1 Förmåga

Som Mayer et al. (1995) nämner kan förmåga ses som en samling av färdighet, kompetens och egenskap som gör det möjligt för en part att få inflytande i ett speciellt område. Om en person har hög kompetens inom ett visst område skapar denna person mer förtroende än en individ som inte är så kompetent inom just det området. Ett antal teoretiker har dragit samma slutsatser, d.v.s. att förmågan har stor betydelse när det gäller att bygga upp ett förtroende.

Här kan man även beakta ytterligare en aspekt d.v.s. förmedlandet. Eftersom förtroende är relationsbaserat så är det viktigaste hur kompetensen upplevs. Detta innebär att även om en person är väldigt kompetent, men upplevs som inkompetent så får han/hon inget förtroende. Alltså är förmedlingen oerhört viktigt.

3.2.2 Välvilja

Begreppet välvilja handlar om relationen mellan den part som inger förtroende och den part som hyser förtroende. För att förtroende skall skapas i relationen är det viktigt att den som hyser förtroende kan lita på att den part som skall inge förtroende inte enbart har egocentriska vinstmotiv. Den part som hyser förtroende måste lita på att motparten inte arbetar för sitt eget bästa utan för den part som hyser förtroendes bästa. Många forskare har inkluderat begrepp liknande välvilja och kommit fram till att välvilja är en bas för att bygga upp förtroende. (Mayer et al. 1995)

Enligt resonemanget ovan är det nödvändigt att välvilja finns i relationen för att förtroende skall skapas. Slutsatsen blir att för att en person ska ingå i en relation där han/hon måste lita på motparten är att man trots detta väntar sig att man tjänar på det, en viktig del i detta är att man känner att motparten är välvillig. För att skapa intrycket att den part som inger förtroende är välvillig blir förmedlingen viktig även här.

3.2.3 Integritet

Enligt Mayer et al. (1995) är integritet helgjutighet, vilket innebär att veta sitt mål och kunna handla efter sin övertygelse. Dessutom ska man kunna stå emot påtryckningar. Ordet innebär vanligen okränkbarhet, oberoende, självständighet och frihet från inblandning.

Innebörden är att det är viktigt för den som skapar förtroende att hålla fast vid principer som motparten anser som acceptabla. Anses inte principerna vara acceptabla kommer inte den som ska inge förtroende heller att inneha integritet. Integriteten påverkas av om individens handlingar överensstämmer med vad han/hon säger. Det är viktigt att nå ut till dem som hyser förtroende att man har godtagbara principer och att man följer dessa, så även här har förmedlingen en avgörande roll.

3.2.4 Benägenhet och risk

Förtroende skapas inte enbart av vad som nämnts ovan. Människor har en inneboende benägenhet att hysa förtroende och denna benägenhet skiljer sig från person till person. Det handlar alltså om huruvida en person har förmågan att lita på andra. En del personer litar alltid på andra människor oavsett omständighet medan andra aldrig hyser förtroende för andra parter. (Mayer et al. 1995)

Under vissa omständigheter skapar situationen förutsättningar för tillit. Benägenheten att lita på andra människor är situationsanpassad. I en del situationer kan förtroendet för en individ vara väldigt högt eftersom det är korrekt att lita på personen under vissa

omständigheter. Likaså kan man ha väldigt lågt förtroende för samma person i en annan situation. Förmedlingen av förtroendet påverkar också benägenheten i stor utsträckning. Om man är bra på att förmedla sina attribut kommer motparten sannolikt vara mer benägen att hysa förtroende.

Som modellen över förtroende visar är risk en beståndsdel i resonemanget kring förtroende. När man går in i en förtroenderelation är det nödvändigt att utsätta sig för risk, utan risk så blir förtroendet onödigt eftersom man ändå inte kan förlora något. Förtroende leder således enligt författarna till ett risktagande i en relation, och typen av risk beror av den specifika relationen.

3.3 Företagsförtroende

På samma sätt som man kan lita på människor kan företag vara föremål för förtroende. Vi kan ha förtroende i att företag uppför sig ansvarsfullt mot sina aktieägare och övriga intressenter. Enligt Nootboom och Six (2003) kan företaget försöka styra sina medarbetare att agera pålitligt, plikttroget och ärligt, d.v.s. "att följa regler och normer" för att uppnå detta förtroende. Att ha tillit för en viss individ kan grunda sig på det förtroendet som man har för den organisation som individen tillhör. Å andra sidan kan tilltro till en organisation vara baserat på förtroendet till de olika individer som befinner sig i den.

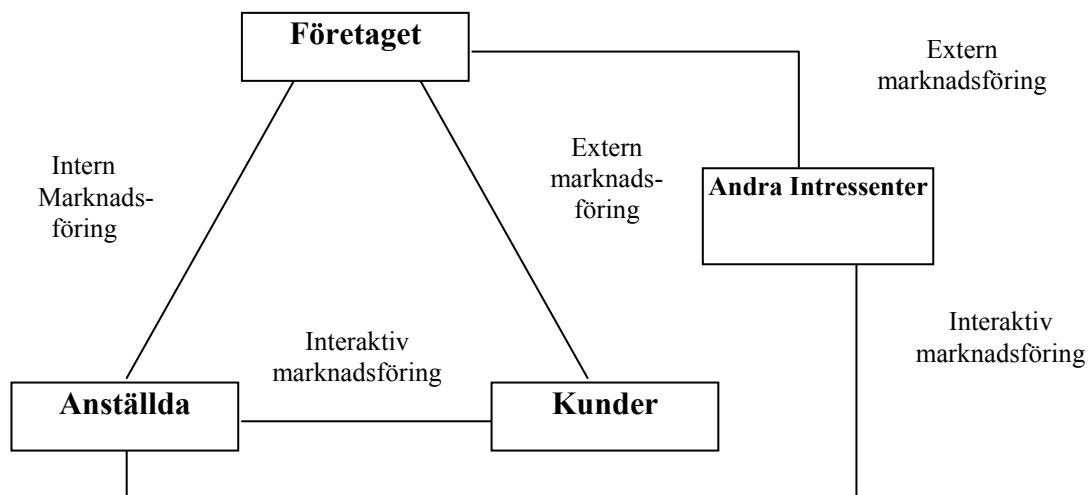
Ett annat sätt att se på förtroende är mellan klienten och yrkesmannen, d.v.s. förtroende i professionella relationer. Klienter och yrkesmän har ofta en nära relation till varandra. Detta är ett måste för att yrkesmännen ska kunna göra sitt jobb, eftersom han/hon behöver all information om klientens behov och för att detta skall ske är förtroende en nödvändig ingrediens. Det finns en asymmetrisk styrkerelation mellan parterna, och den svagare parten är beroende av den starkare parten och måste lita på den. Exempelvis är patienten den svagare parten i relationen till läkaren. Alltså är förtroende ett måste för att övervinna denna asymmetri och därför en nödvändig ingrediens för relationen mellan klient och yrkesman. (Brien, 1998)

Ponera relationen mellan en medlem av en profession och dennes relation till kollegorna. En individ som tillhör en viss profession agerande återspeglar alla medlemmar av professionen. En yrkesman som inte inger något förtroende åt omvärlden skadar anseendet hos hela professionen. Yrkesmannen har därför en förpliktelse att vara trovärdig för att på så sätt inte skada kollegorna. Sammanfattningsvis kan man säga att när man erhåller medlemskap i exempelvis en kår ger man en utfästelse att agera enligt normer och regler som gäller i kåren. (Brien, 1998)

3.4 Hur man förmedlar förtroende

Hur de som ska hysa förtroende uppfattar den som skall inge förtroende är avgörande när det gäller att skapa förtroende. Alltså är det väldigt viktigt att man når ut till sin

målgrupp och marknadsför sig. Ett företag kan t.ex. genom marknadsföring framställa sig på ett visst sätt och på så vis skapa förtroende, för att skapa personligt förtroende är relationen mellan kunden och den anställde avgörande. För att förstå detta har vi undersökt hur serviceföretag marknadsför sig. Vi utgick från denna modell, Tre typer av marknadsföring i serviceföretag: (Kotler, Armstrong, Saunders, & Wong, 1999)



I modellen finns intern, extern och interaktiv marknadsföring. Den interna marknadsföringen innebär kontakten mellan företaget och de anställda, företaget måste vara effektiva på att träna och motivera sina anställda. För att företaget alltid ska kunna ha hög kvalitet på sin servicenivå krävs det att alla är kundorienterade. Den interaktiva marknadsföringen innebär kontakten mellan kunderna och de anställda, och servicekvaliteten beror till stor del på relationen mellan köparen och säljaren. De anställda kan inte anta att klienten blir nöjd endast genom att tillhandahålla bra teknisk service, de måste även t.ex. vara trevliga för att klienten skall bli nöjd. Extern marknadsföring är kontakten mellan företaget och kunderna, det gäller att synas så att kunderna blir medvetna om företaget. (Kotler et al. 1999)

Till modellen har vi lagt till en egen del, nämligen övriga intressenter. Till denna grupp hör alla de som är intresserade av hur tjänsten utförs, men som inte är själva kunden. Anledningen till detta intresse kan vara att man utsätter sig själv för en risk genom att t.ex. lita på ett utlåtande. Denna grupp kan påverkas av både företaget genom t.ex. marknadsföring, men även av de anställda genom t.ex. tidigare kontakter med intressenten och föreläsningar.

3.5 Intressenternas behov av revision

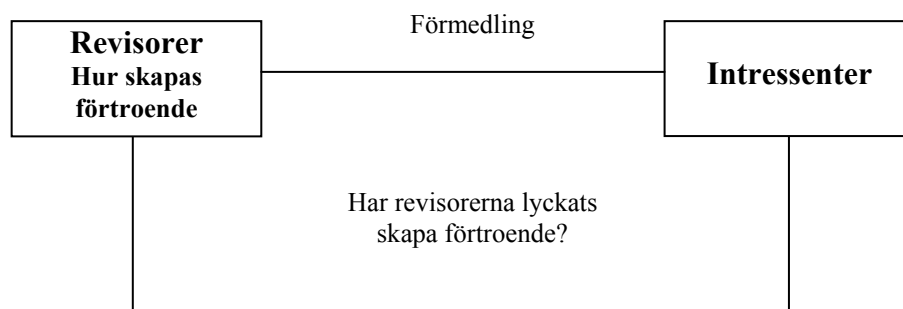
Vem är i behov av revision? För att reda ut vilka som är i behov av revisionen har vi nedan beskrivit revisorernas olika intressenter för att på så sätt få en förståelse för den intressentmodell som vi utgått ifrån då vi valt våra respondenter.

Om ett företags redovisning har granskats genom revision så har informationen säkerställts. Revisionen medför att intressenterna vågar lita på den informationen som presenteras. För att förstå för vem revisionen görs måste man inse vilka som är revisorns intressenter. Till intressenterna hör de som på ett eller annat sätt har ett intresse för revisionen. FAR Revisionsbok 2002 har valt att dela in intressenterna i sju olika enheter. Dessa är stat och kommun, ägare, kreditgivare, leverantörer, styrelse och företagsledning, anställda samt kunder. Alla dessa intressenter har direkt eller indirekt nytta av vad revisorn gör. Nedan beskrivs de olika intressenterna för att på så sätt få en förståelse av de olika behoven hos varje intressent när det gäller revisionen. (FAR, 2002)

- **Kreditgivare** – Banker och andra långivare måste kunna bedöma om ett företag kan betala tillbaka sina lån. För att minska osäkerheten är det viktigt att långivarna kan lita på att låntagarnas ekonomiska information är riktig, varvid revisorns arbete får stor betydelse för långivarna. Har långivaren inte förtroende för revisorn litar de antagligen inte på redovisningen som ligger som säkerhet för långivningen.
- **Aktieägare** – Personer som ska investera i aktier använder ofta företagens ekonomiska rapporter som grund för sina investeringar. Revisorns roll är att kontrollera att dessa ger rättvisande information så att investeringarna inte sker på felaktiga grunder.
- **Stat och kommun** – Stat och kommun kan bestå av ett flertal intressenter i sig. En myndighet som alltid har behov av att företagets ekonomiska information är reviderad är skattemyndigheten. Redovisningen ligger till grund för skatter och avgifter. Stämmer inte denna går de miste om intäkter, alltså är revisorns roll viktig för dem. Dessutom ger den offentliga sektorn stöd till olika företag, även här måste redovisningen vara korrekt så att företag inte får bidrag när man inte är berättigad till det.
- **Leverantörer** – Att våga leverera och ge kredit till kunden grundar sig på att den ekonomiska informationen om den tilltänkta kunden är trovärdig.
- **Kunder** – För att veta om företaget kan förväntas att sköta sina leveranser behöver företagens kunder ha trovärdig information.
- **Anställda** – De anställdas nytta av revisionen är mer av en personlig och känslomässig karaktär. En trygghet skapas hos de anställda om det finns en vetskap om att den ekonomiska informationen är tillförlitlig.
- **Styrelse och företagsledning** – I och med revisionen kan styrelsen och ledningen få ett perspektiv på händelser och företeelser som annars kanske inte skulle komma fram.

Enligt resonemanget ovan måste intressenten alltså lita på företaget. Ju högre risk en intressent tar desto större är behovet av att en tillförlitlig revision är gjord. Man kan alltså utröna ett samband här mellan behovet av tillförlitlig ekonomisk information och den risk som intressenten tar då den inleder en relation med ett företag.

3.6 Övergripande modell



Tanken bakom denna modell är att få en övergripande bild av hur vi har tänkt när vi har försökt att observera om revisorerna lyckats skapa ett förtroende. Vi har undersökt hur revisorn skapar förtroende bl.a. med sina tre hörnstenar, kompetens, oberoende och tystnadsplikt. Därefter har vi kommit fram till hur förmedlingen sker till intressenterna och avslutningsvis har vi försökt att göra en effektivitetsmätning.

3.6 Kapitelsammanfattning

Vad är förtroende? Det är just det som vi har försökt att definiera i det här kapitlet. En viktig aspekt är att förtroende och risk hänger samman. Utan risk behövs inget förtroende. För att man ska vara villig att ta denna risk måste dock de förväntningar man har på motparten vara högre än den risken man tar.

Förtroende kan delas in i personligt förtroende och företagsförtroende. Personligt förtroende kännetecknas av relationen mellan två individer och tre karakteristiska begrepp återkommer ständigt i litteraturen för att beskriva begreppet. Dessa är förmåga, välvilja och integritet. Förtroende skapas inte enbart av vad som ovan nämnts, människor har också en benägenhet att hysa förtroende och denna är situationsanpassad. Företagsförtroende å andra sidan karakteriseras av attityden till en grupp människor som bildar en enhet.

För att skapa förtroende är förmedlingen till den som ska hysa förtroende väldigt viktig. Den består av intern, extern och interaktiv marknadsföring. Den interna marknadsföringen innebär kontakten mellan företaget och de anställda vilken skapar en grund för den interaktiva marknadsföringen som omfattar kontakten mellan kunderna och de anställda. Extern marknadsföring är kontakten mellan företaget och kunderna, det gäller att synas så att kunderna blir medvetna om företaget.

För att förstå vilka respondenter vi har valt måste man inse vilka som är revisorns intressenter. Till intressenterna hör de som på ett eller annat sätt har ett intresse för revisionen. Dessa är stat och kommun, ägare, kreditgivare, leverantörer, styrelse och

företagsledning, anställda samt kunder. Ju högre risk en intressent tar desto större är behovet av att man har förtroende för revisorn.

Avslutningsvis har vi presenterat en övergripande modell där tanken är att få en bild av hur vi har tänkt när vi har försökt att observera om revisorerna lyckats skapa ett förtroende.

4. Hur skapar revisorerna förtroende

I detta kapitel applicerar vi den teori som återfinns i kapitel 3 på hur revisorerna skapar förtroende. Vi kommer att jämföra hur FAR:s föreställning om hur revisorerna skapar förtroende (kompetens, oberoende och tystnadsplikt) stämmer överens med den teori som vi har. Vidare beskrivs hur kvalitetskontroll och tillsyn av revisorerna passar in i teorin. Avslutningsvis jämförs revisorernas förmedling av förtroende med den modell i teori avsnittet som vi använde oss av.

4.1 Hur revisorerna skapar förtroende

Enligt FAR skapar revisorerna förtroende med tre olika grundkrav. Dessa är kompetens, oberoende och tystnadsplikt. Dessa krav regleras i ABL, Revisorslagen, Revisorsförordningen och i föreskrifter från Revisorsnämnden. Enligt Mayer et al. (1995) är de tre grundkraven för att skapa förtroende förmåga, välvilja och integritet. Dessa tre krav ingår i den modell vi använde för att beskriva personligt förtroende och nedan följer en förklaring av revisorns hörnstenar och hur de passar in i modellen.

4.1.1 Kompetens

Revisorernas kompetens har vi kopplat till egenskapen förmåga, eftersom det innebär att man är kompetent inom området. De är starkt överensstämmande och revisorns kompetens kan likställas med modellens förmåga.

Kraven har successivt skärpts, särskilt avseende teoretisk kompetens för godkännande. Gällande bestämmelser för teoretisk och praktisk utbildning finns i Revisorsnämndens föreskrifter (RNFS 1996:1) om utbildning och prov. Godkännande och auktorisation av revisorer finns lagstadgat i Revisorslagen 4-7 §§.

För att bli godkänd revisor krävs det 120 poäng på universitet/högskola samt prov för revisorsexamen. Dessutom krävs praktisk utbildning som pågår under minst tre år som följer ett allsidigt sammansatt utbildningsprogram.

Kraven för auktorisation är 160 poäng på universitet/högskola samt prov för högre revisorsexamen. Den praktiska utbildningen skall omfatta minst fem år och ska till en viss del omfatta kvalificerad medverkan vid revision av företag som p.g.a. sin storlek eller av annan anledning är svåra att revidera. Ytterligare krav på kompetens regleras i ABL 10 kap. 11-15 §§.

Som ovanstående text visar är det höga krav på teoretisk kompetens som Revisorsnämnden ställer för att kunna bli kvalificerad revisor. Individer litar på att revisorn har en teoretisk kompetens då den finns lagstadgad. Enligt Mayer et al. (1995) är förmågan en grundläggande komponent för att förtroende ska uppstå, och revisorerna har en "lagstadgad kompetens" som alla inom kåren måste ha. Detta gör att kompetenskriteriet blir väl uppfyllt för att bli en del i att skapa förtroende.

4.1.2 Oberoende

Oberoendet är kopplat till integritet i modellen. Ordet integritet innebär vanligen okränkbarhet, oberoende, självständighet och frihet från inblandning. Oberoende är att agerandet inte påverkas av någon annan. Detta gör att de är starkt överensstämmande. Man kan inte ha hög integritet och samtidigt vara beroende.

Den ekonomiska information som företagen riktar mot sina intressenter är av avgörande betydelse för ett fungerande näringsliv. Det är av stor vikt att det finns en tilltro till företagets information. Syftet med revisionen är att tillhandahålla en granskning av informationen och skapa det nödvändiga förtroendet för den. Det är mot denna bakgrund av största betydelse att företagets intressenter kan lita på att revisionen genomförs på ett objektivt sätt. Opårtiskhet och självständighet är vid sidan av yrkeskompetensen revisorns huvudsakliga medel för att garantera revisionens kvalitet. (Prop. 2000/01:146)

Enligt FAR (2002) använder sig revisorerna av analysmodellen för att testa sitt oberoende. Sverige är det första landet i världen som lagfäster analysmodellen vid prövning av en revisors självständighet och opårtiskhet. Revisorslagen och även förarbetena till denna lag ger endast en begränsad vägledning av hur analysmodellen skall tillämpas i praktiken. I och med detta har det mesta lämnats öppet för utveckling genom god revisorssed och praxis. Anledningen till modellen är att det inte räcker att revisorn är opårtisk och självständig i objektiv bemärkning, utan det är dessutom viktigt att revisorer inte åtar sig uppdrag där det förekommer förhållanden som gör att opårtiskheten och självständigheten kan ifrågasättas. Modellen består av följande steg som revisorn skall följa:

*Analysera om det finns någon omständighet som kan rubba förtroendet för revisorns opårtiskhet och självständighet. Delarna som skall beaktas är hot mot egenintresse, självgranskning, partställning, vänskap och skrämsel. Eftersom man inte kan ange alla situationer som kan påverka revisorns opårtiskhet och självständighet finns det en generalklausul. Den innebär att revisorn skall avböja eller avsäga sig uppdraget, om det föreligger något annat förhållande som kan rubba revisorns opårtiskhet eller självständighet.

*Prova om omständigheterna i det enskilda fallet är sådana att opårtiskheten och självständigheten inte behöver ifrågasättas.

*Vidta särskilda åtgärder så att det inte längre finns anledning att ifrågasätta opårtiskheten och självständigheten.

*Noga dokumentera alla delarna av analysen så att det är möjligt att kontrollera den i efterhand om oklarheter uppstår.

Analysmodellen skall användas vid alla revisions- och andra granskningsuppdrag som innefattas i definitionen revisionsverksamhet. Alltså skall den användas även vid granskningsuppdrag som mynnar ut i en rapport avsedd att visas upp för annan än uppdragsgivaren.

Som ovanstående text visar testar revisorerna sitt oberoende med hjälp av analysmodellen. Enligt Mayer et al. (1995) är integritet en grundläggande komponent för att förtroende ska uppstå, och revisorerna har en lagstadgad analysmodell som testar oberoendet, som vi tidigare har kopplat ihop med integritet. Detta gör att oberoendekriteriet blir väl uppfyllt för att bli en del i att skapa förtroende.

4.1.3 Tystnadsplikt

I modellen över personligt förtroende kommer tystnadsplikten in under två komponenter. Den första är integritet eftersom tystnadsplikten är lagstadgad och integritet är dels att följa normer och regler. Den andra är välvilja, för litar klienten inte på att revisorn inte sprider företagshemligheter delar han/hon inte med sig av informationen heller.

Tystnadsplikten för en revisor är mycket viktig, utan den skulle klienterna inte ha förtroende för revisorn och förse all den information som behövs för granskning. Det får inte finnas någon som helst misstanke att uppgifterna som revisorn får förs vidare. Om inte revisorn får nödvändig information från företaget skulle det i många fall bli en dålig revision. (FAR, 2002) Tystnadsplikten regleras i lag i 10 kap. 37 § ABL och 26 § i Revisorslagen.

Det finns dock undantag från tystnadsplikten då revisorn har upplysningsplikt. Revisorn är skyldig att svara på frågor från bolagsstämman om informationen inte kan skada bolaget. Exempel på sådan här information kan vara affärshemligheter eller hemlig teknisk metod. Dessutom är revisorn skyldig att ge upplysningar till medrevisor, ny revisor, moderbolagsrevisor och konkursförvaltare. En revisor ska också lämna upplysningar till åklagaren under förundersökning i brottmål. (FAR, 2002) För andra intressenter kan dock tystnadsplikten ses som negativ eftersom de inte får tillgång till all den informationen om företaget som skulle vara möjligt om revisorn berättade allt. Intressenterna skulle då minska risken och ha möjlighet att göra ännu säkrare bedömningar.

4.1.4 Benägenhet

En ytterligare komponent i modellen är benägenhet. Denna kopplar vi ihop med företagsförtroende. Om man vet att en viss individ tillhör en viss organisation och tilliten till organisationen är stor, är man mer benägen att lita på individen. Troligtvis är man mer benägen att lita på en revisor än en lekman då man vet att revisorn tillhör en viss grupp som ska agera på ett korrekt sätt.

För att öka benägenheten att hysa förtroende för revisorerna utför Revisorsnämnden tillsyn på auktoriserade och godkända revisorer, samt registrerade revisionsbolag. Revisorsnämndens tillsyn ska säkerställa att revisionsverksamheten är av hög kvalitet och uppfyller högt ställda etiska krav. (www.rn.se)

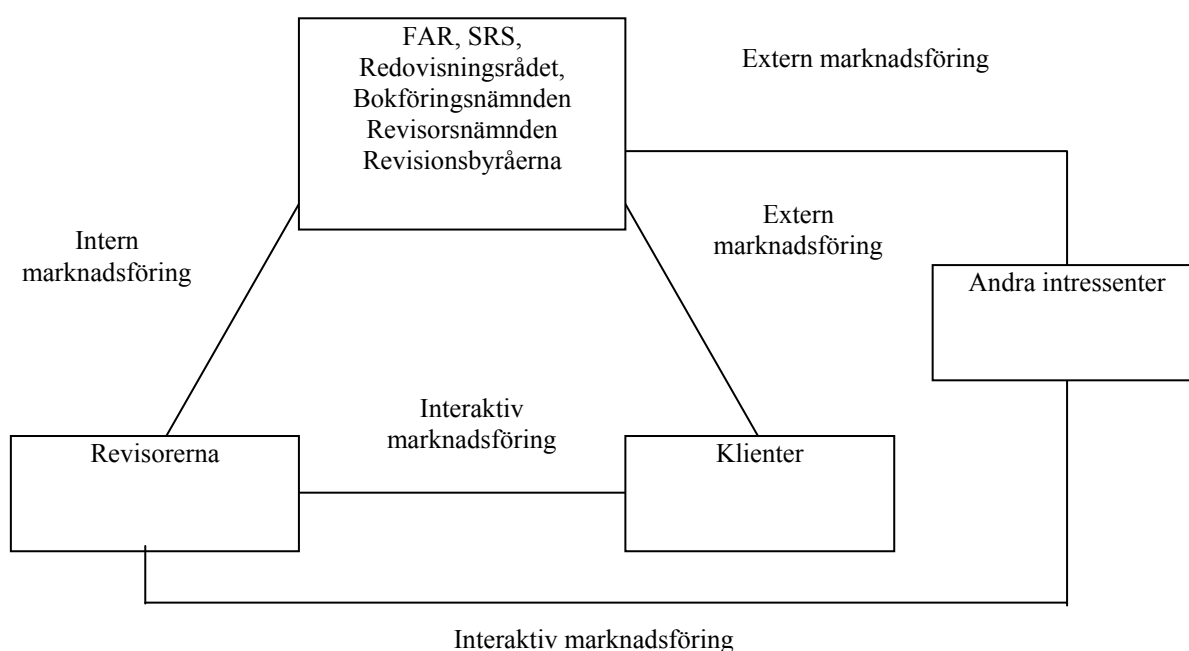
FAR samt SRS är två intresseorganisationer för kvalificerade revisorer och försöker ytterligare öka benägenheten att hysa förtroende för revisorerna genom att göra kvalitetskontroller på de egna ledamöternas och deras byråers arbete.

Kvalitetskontrollen tar sikte på tillämpning av god revisorssed och god revisions sed samt på den kvalitetsnivå verksamheten bedrivs och syftet är en gemensam strävan att visa att respektive organisations ledamöter är värda det förtroende som yrket kräver.

Den nya Revisorslagen som trädde ikraft den 1 januari 2002 är också ett verktyg för att öka benägenheten för att hysa förtroende för revisorerna. Den nya lagen ställer hårdare krav på revisorerna.

4.2 Hur revisorerna når ut till intressenterna

I teorikapitlet utgick vi från modellen tre typer av marknadsföring för serviceföretag (Kotler et al. 1999), när vi förde över modellen på revisorerna blev den som följer:



Modellen beskriver hur intresseorganisationer, t.ex. FAR och Revisorsnämnden försöker påverka revisorerna att agera på ett visst sätt. Detta är den interna marknadsföringen. Den visar också att revisorerna påverkar både klienter och andra intressenter via interaktiv marknadsföring. Den externa marknadsföringen innebär att intresseorganisationerna försöker påverka klienters och andra intressenters omdöme om revisorerna. Modellen beskriver alltså vad som görs för att förmedla att revisorerna förtjänar förtroende.

4.2.1 Intern marknadsföring

Förhållandet mellan revisorerna och FAR, SRS, etc. är det vi tidigare har beskrivit, d.v.s. oberoendet, kompetens, tystnadsplikt, tillsynen, kvalitetskontrollen och den nya Revisorslagen, i avsnitt 4.1. Byråernas egna kontroll av de anställda är också en form av intern marknadsföring.

4.2.2 Interaktiv marknadsföring

Mot intressenterna försöker revisorerna skapa förtroende genom: Kontakter mellan en enskild revisor och dess klient, föreläsningar och debattinlägg i tidskrifter, revisionsberättelser och att vara berättigade att använda titlarna auktoriserad eller godkänd revisor.

En intressent är beroende av revisorn på många olika sätt, intressenten kan t.ex. dels få sin verksamhet reviderad av en revisor, dels använder intressenten andra företags redovisningar som är granskade av revisorer som grund för t.ex. kreditbeslut. För att intressenten ska få förtroende för revisorn måste han dels vara tillmötesgående och trevlig, dels noggrann och kompetent.

Ett sätt för revisorerna att nå ut till klienten och övriga intressenter är att hålla föreläsningar och komma med debattinlägg i tidskrifter som t.ex. Balans. Debattinläggen gäller ofta nyheter inom redovisning och hur detta påverkar revisorns arbete. Detta är ett sätt för revisorn att marknadsföra sig själv och sin kompetens.

Revisionsberättelsen är den enda offentliga rapporten som revisorn ger ut och genom den lämnar revisorerna information om revisionen till intressenterna. En revisionsberättelse utan anmärkning är ingen garanti för att allt står rätt till, det innebär endast att revisorn genom planeringen och genomförandet av revisionen i rimlig grad har försäkrat sig om att det inte finns några väsentliga fel.

Som vi tidigare nämnt så kan en revisor vara antingen godkänd eller auktoriserad. De höga krav som ställs för att få använda någon av titlarna gör att titlarna i sig blir synonyma med kompetens. Detta leder till att en revisor som är auktoriserad eller godkänd automatiskt får ett förtroende av intressenten.

4.2.3 Extern marknadsföring

Branschorganisationer som t.ex. FAR ger ut rekommendationer som företagen bör följa. Dessa ges ut för att redovisningen skall bli enhetligare och detta underlättar även revisorns jobb. Som vi tidigare nämnt utförs även tillsyn och kvalitetskontroll, alla dessa åtgärder är till för att öka förtroendet för revisorerna.

4.3 Kapitelsammanfattning

I detta kapitel har vi applicerat den teori som återfinns i kapitel 3 på hur revisorerna skapar förtroende. Vi har kommit fram till att de tre grundläggande komponenterna förmåga, välvilja och integritet kan appliceras på de tre hörnstenarna som revisorerna skapar förtroende med, d.v.s. kompetens, oberoende och tystnadsplikt.

En ytterligare komponent i Mayers et al. (1995) modell är benägenhet. Denna kopplar vi ihop med företagsförtroende. För att öka benägenheten att hysa förtroende för revisorerna utövar Revisorsnämnden tillsyn som ska säkerställa att revisionsverksamheten är av hög kvalitet och uppfyller högt ställda krav. FAR och SRS gör kvalitetskontroller vilket är ett led i att försöka öka benägenheten att hysa förtroende för revisorerna.

Vi har även begrundat vad revisorerna gör för att förmedla förtroende till sina intressenter där vi utgått från vad ett serviceföretag gör för att skapa förtroende. Teorin utgick ifrån att organisationen bedriver intern, extern och interaktiv marknadsföring. Revisorerna bedriver på ett eller annat sätt alla dessa typer av marknadsföring och försöker på så sätt öka förtroendet för sig.

Efter att vi jämfört den teorin vi har om förtroende generellt och hur revisorerna anser att de skapar förtroende stämmer teorierna bra med varandra. De komponenter som Mayer et al. (1995) anser skapar förtroende finns på ett eller annat sätt med i den föreställning som revisorerna har då de skapar förtroende. Detta gör att det borde finnas ett förtroende hos intressenterna för revisorerna.

5. Empirisk metod

I detta kapitel inleder vi med att beskriva vår datainsamlingsmetod och även våra åtgärder för att minska bortfallet. Därefter beskrivs våra intressentgrupper och urvalsmetoden. Vidare behandlas också utformningen av enkäten och hur den kopplas till teorin och avslutningsvis våra metodproblem.

5.1 Datainsamlingsmetod

Det finns olika metoder för att samla in primärdata. Enligt Dahmström (2000) är utgångspunkten vid enkäter, intervjuer och bokföring/observation att samla in data som inte finns tillgänglig sedan tidigare, d.v.s. primärdata. Eftersom vi gör en surveyundersökning där avsikten är att försöka göra generaliseringar av verkligheten är enkäter ett bra alternativ. Detta eftersom vi vill få fram om revisorerna har ett förtroende hos sina intressenter. Vid enkäter kan man nå ut till många respondenter till en låg kostnad samt att det inte är lika tidskrävande som intervjuer eller observationer. Att nå ut till respondenter spridda över ett stort geografiskt område är också en fördel. Om vi hade valt att samla in vår primärdata genom intervjuer eller observationer hade vi inte kunnat nå ut till så många respondenter p.g.a. tidsbegränsningen. Detta hade lett till att vi inte hade kunnat göra några generaliseringar av revisorernas förtroende hos sina intressenter. Vidare är enkätmetoden fördelaktig för oss då man kan kvantifiera resultatet och därmed dra slutsatser från populationen.

Christensen et al. (2001) har valt att dela in enkät som insamlingsteknik i tre olika slags grupper, postenkäter, webbenkäter och besöksenkäter. Att använda oss av besöksenkäten uteslöt vi direkt p.g.a. den höga kontaktkostnaden och tidsbegränsningen. Vi hade helt enkelt inte haft tid eller pengar att besöka varje respondent för att försöka få svar på våra frågor. Då återstod två val, postenkät eller webbenkät. Vi valde att använda oss av webbenkäten. Huvudorsaken till detta val var att det är betydligt billigare och det möjliggjordes också genom att alla våra respondenter i de olika intressentgrupperna har e-mail adresser. Att skicka enkäterna per post och dessutom bifoga ett frankerat svarsbrev hade varit alldeles för dyrt eftersom vi har många respondenter att skicka till.

Christensen et al. (2001) menar att fördelarna med att använda webbenkäter är att det är kostnadseffektivt, snabbt och enkelt. Det kostar ingenting att skicka ett e-mail, det går snabbt och är enkelt. Det var som vi nämnt den ekonomiska aspekten som vägde tyngst då vårt val föll på webbenkät. Att sprida enkäten via Internet medför dock många nackdelar. Problemen rör framförallt bortfallet och tekniska problem enligt Dahmström (2000). Författaren menar att bortfallet är oacceptabelt högt om respondenten inte har som alternativ att besvara enkäten och skicka in den på traditionellt sätt. Detta beror framförallt på tekniska problem. Antingen är man ovan vid att besvara en enkät via Internet eller så har man liten datorvana. Detta gör att en osäkerhet skapas och att man väljer att inte svara på enkäten. Givetvis uppstår inte dessa problem då man svarar genom postenkäter. Men som vi tidigare nämnt har vi valt bort den möjligheten.

En annan nackdel som Dahmström (2000) nämner är att det kan vara svårt att adressera webbenkäten till rätt person. I en del fall har vi varit tvungna att ringa och ta reda på e-mail adressen till en viss person vilket är väldigt tidskrävande då man har många respondenter att kontakta.

Som ovan nämnts finns det många problem med att använda webbenkät. Hur har vi då gått tillväga för att försöka få ett så litet bortfall som möjligt? För det första har vi skickat enkäten direkt till respondenten. Detta gör att enkäten inte behöver vidarebefordras inom organisationen där problem kan uppstå. En annan aspekt som vi tänkt på är att inte skicka enkäten som en bilaga. I dagsläget florerar många virus på Internet och det vanligaste sättet att bli smittad är att öppna en bifogad fil. Därför har vi valt att lägga introduktionsbrevet och enkäten direkt i mailet. En fördel som vi har är att en del av våra respondenter är datorvana vilket borde generera i en högre svarsfrekvens. På skattemyndigheten och banken är datorn ett verktyg som alla mer eller mindre använder. Aktiespararnas kontaktpersoners datorvana vet vi dock inget om. En annan preventiv åtgärd som har tagits för att mildra bortfallet är att vi skickat med våra e-mail adresser och telefonnummer så de svarande snabbt och enkelt kan få svar på sina eventuella frågor. Det har framförallt varit Aktiespararnas kontaktpersoner som ringt oss då de har haft problem med att besvara enkäten då en del inte varit så datorvana. Att följa upp bortfallen med påminnelser är också en åtgärd vi vidtagit. Varje respondent har fått ett unikt id-nummer vilket gör att vi på ett enkelt sätt har kunnat se vilka som inte svarat och på så sätt skicka påminnelse. Avslutningsvis har vi försökt att utforma vår enkät så enkelt som möjligt för att på detta sätt förhindra bortfall. För att inga missförstånd skulle uppstå i enkäten testade vi den på familj och vänner och undersökte hur de tolkade frågorna. Vi bedömde även tidsmässigt hur lång tid det tog för varje respondent att besvara enkäten och det visade sig att det inte tog mer än 3 minuter i de allra flesta fall vilket tyder på att enkäten är lättförstådd.

Vidare borde den som fått webbenkäten vara den som också svarar eftersom det i vanliga fall bara är innehavaren som kommer åt sin e-mail. Vi har även kontrollerat att svaren kommit in från den adress vi skickade till och att det unika id-nummret som varje respondent tilldelats stämt överens. I samtliga fall har vi fått svar från den e-mail adress som vi skickade till vilket borde göra att det är rätt person som har svarat.

5.2 Val av respondenter till undersökningen

När vi valde vilka intressenter vi skulle rikta vår undersökning mot utgick vi från intressentmodellen. I förhållande till den tid vi har till vårt förfogande kan inte alla intressenter ingå i undersökningen, detta för att kunna undersöka tillräckligt många respondenter inom varje grupp för att dra några slutsatser. Hade vi undersökt alla intressenter hade insamlandet av materialet varit för tidskrävande. Vi har endast haft 10 veckor på oss vilket gör det svårt att skapa stora mängder data. Med anledning av detta så har vi valt ut de intressenter som vi anser tar störst risk i att lita på revisorernas utlåtanden. Dessa är kreditgivare, aktieägare och stat och kommun. Banker och andra kreditgivare ställs inför ett stort dilemma, dels att låntagare lyckas dölja sin dåliga kreditvärdighet, dels att företag tar stora risker när företaget väl har fått lånet. För att minska osäkerheten är det viktigt att långivarna kan lita på att låntagarnas ekonomiska information är riktig, varvid revisorn arbete får stor betydelse för långivarna. Har långivaren inte förtroende för revisorn litar de antagligen inte på

redovisningen som ligger som säkerhet för långivningen. Personer som ska investera i aktier använder ofta företagens ekonomiska rapporter som grund för sina investeringar. Revisorns roll är att kontrollera att dessa ger rättvisande information så att investeringarna inte sker på felaktiga grunder. Redovisningen ligger till grund för skatter och avgifter. Stämmer inte denna går stat och kommun miste om intäkter, alltså är revisorns roll viktig för dem. Dessutom ger den offentliga sektorn stöd till olika företag, även här måste redovisningen vara korrekt så att företag inte får bidrag när man inte är berättigad till det. Vi har alltså valt de intressenter som vi anser tar de största riskerna i att lita på revisorernas utlåtanden. Detta kan dock ifrågasättas. För någon annan kan det vara andra intressenter som anses ta de största riskerna.

Vi begränsade våra populationer genom att låta långivare representeras av de fyra största bankerna, Handelsbanken, SEB, Nordea och Föreningssparbanken. Anledningen till att dessa banker valdes var för att de tillsammans står för en stor marknadsandel i Sverige. Vi valde banker eftersom det vanligaste sättet att få kredit är att ta lån i bank. P.g.a. att det finns så många aktieägare hade det varit väldigt tidskrävande att sammanställa dem och därefter slumpa ut våra respondenter, därför valde vi att göra en förenkling och tillfråga kontaktpersoner i Sveriges Aktiesparares Riksförbund. Denna förenkling är inte helt representativ för populationen aktieägare, men vi tyckte att det var det bästa alternativet både tidsmässigt och ekonomiskt. Vi sparade mycket tid då vi inte behövde leta efter ett register med aktieägare eftersom Sveriges Aktiesparares Riksförbunds hemsida har kontaktpersonerna uppräddade. Dessutom fanns e-mail adresser tillgängliga direkt på hemsidan vilket gjorde att vi kunde använda oss av webbenkäter vilket inte kostar något. Slutligen lät vi skattemyndigheten representera stat och kommun, detta gjorde vi eftersom skatten är en väldigt viktig inkomst för staten.

5.3 Urval

Utifrån de grupper vi valde gjorde vi ett stratifierat urval för att få fram våra respondenter. Vi delade som tidigare nämnts upp intressenterna i tre olika grupper, sedan gjorde vi ett obundet slumpmässigt urval ur varje grupp. Obundet slumpmässigt urval är ett exempel på sannolikhetsurval. Enligt Klefsjö & Hellmer (1991) är fördelen med ett sannolikhetsurval att man kan utnyttja sannolikheteoriens lagar och resultat för att bedöma osäkerheten i resultaten. Vidare är det möjligt att ge objektiva mått på säkerheten i slutsatserna i form av exempelvis konfidensintervall med viss konfidensgrad. För att göra vårt obundna slumpmässiga urval använde vi en slumpgenerator som vi hittade på nätet. (www.vaksalaskolan.uppsala.se/webb/lotteri) Vi har med andra ord (symboliskt) lagt samtliga respondenter i en urna och stoppat ner handen i urnan och slumpmässigt tagit enheter av elementen.

När vi resonerade om hur många respondenter vi skulle ha med i vår undersökning tog vi hjälp av Centrala Gränsvärdessatsen. Den säger att en summa och ett stickprovsmedelvärde av slumpvariabler är ungefär normalfördelad om antalet termer i summan respektive medelvärdet är någorlunda stort. En tumregel är att om antal respondenter är lika med eller större än 30 respondenter kan man använda Centrala Gränsvärdessatsen. Detta betyder att om vi har fler eller lika med 30 respondenter kan vi anta att stickprovsmedelvärdet är normalfördelat. En stor fördel är då att stickprovsmedelvärdet är ungefär lika med det "sanna väntevärdet" för hela

populationen. Detta gör att vi kan dra generaliseringar med viss säkerhet (exempelvis konfidensintervall) för det ”sanna värdet” i vår målpopulation. (Klefsjö & Hellmer, 1991) För att öka säkerheten i våra beräkningar var vårt mål att försöka få svar från 30 respondenter i varje grupp. Detta gjorde att vi valde att tillfråga 60 respondenter från varje intressentgrupp då vi visste att bortfallet vid webbenkäter är stort.

När vi skulle välja ut vilka banker som skulle medverka i undersökningen valde vi att ta 15 stycken kontor från de fyra största bankerna (Handelsbanken, Föreningssparbanken, SEB samt Nordea). Vi gjorde upp en lista över alla kontor och numrerade dem, sedan slumpade vi fram 15 nummer med hjälp av slumpgenerator och valde de kontoren som hade dessa nummer till respondenter, detta gjorde vi för varje bank. Vi skickade enkäten till kontorschefen i de allra flesta fall då det var möjligt. I några enstaka fall skickade vi till företags rådgivaren på det aktuella kontoret. E-mail adresserna till respondenterna på Handelsbanken och Föreningssparbanken hittade vi på respektive banks hemsida, medan vi fick ringa till Nordea och SEB för att få fram dessa adresser.

När vi gjorde vårt urval av Aktiespararna valde vi att plocka fram en lista på kontaktpersonerna på varje lokalavdelning, sedan numrerade vi dessa och använde oss av slumpgeneratorn för att få fram 60 nummer. De kontaktpersoner som hade dessa nummer vi fick fram ingick i vår undersökning. E-mail adresserna till de olika avdelningscheferna fanns på respektive avdelnings hemsida.

Beträffande skattemyndigheten så tog vi fram alla kontor och numrerade dessa, ännu en gång använde vi slumpgeneratorn för att få fram 60 respondenter. Företagshandläggare på dessa kontor ingick i undersökningen. När vi hade fått fram de kontor som skulle ingå i undersökningen ringde vi till dessa och fick på så sätt deras e-mail adresser.

5.4 Operationalisering

Vi utgick från en studie som har gjorts för att mäta förtroende för läkare. (Hall et al. 2002) Som vi tidigare nämnt så skiljer man på individuellt förtroende som karaktäriseras av en relation mellan två individer som t.ex. mellan en specifik revisor och en klient, och förtroende för hela revisorskåren. Här fokuserades det på förtroendet för professionen. Studien fokuserade på att förtroendet för professionen är relaterat till förtroendet för de enskilda medlemmarna av professionen.

I början av enkäten hade vi en siffra för att kunna se vilka respondenter som hade svarat, detta gjorde vi för att underlätta utskickandet av påminnelsebrev.

Vi använde inte modellen som användes i studien för att mäta förtroende för läkare rakt av. Dock användes frågor från deras undersökning som vi kunde koppla till vår teori, oftast något modifierade för att passa vår undersökning. Som vi tidigare beskrivit byggs förtroende upp med förmåga, välvilja och integritet. För att göra en bra undersökning krävs det att man försöker täcka in alla dessa tre områden.

Förmågan kopplades samman med revisorns kompetens. Som det tidigare nämnts är förmågan en samling av färdigheter, kompetens och egenskaper som möjliggör att en part har inflytande i ett specifikt område. För att på ett bra sätt mäta denna förmåga valde vi dessa frågor som båda har med revisorernas förmåga att göra:

- * En revisor gör sällan felaktiga beslut.
- * Revisorer är inte så kunniga som de borde vara.

Om revisorn gör felaktiga beslut är det i grund och botten dennes kompetens som är för dålig. Det är därför nödvändigt att ha med en fråga som fokuserar på detta.

Välvilja kopplade vi samman med tystnadsplikt då tystnadsplikten är en viktig komponent för att hjälpa revisorerna i sin välvilja att skapa förtroende inför intressenterna. För att förtroende ska uppstå måste den som inger förtroende ha en välvillig inställning till den andre. Det handlar om att utföra något positivt i relationen. För att bedöma om revisorn anses välvillig valde vi att ställa följande frågor:

- * Revisorns beslut grundar sig på hur mycket pengar han/hon kan tjäna.
- * Revisorn fattar aldrig beslut som är grundade på vad som är bekvämt för honom/henne.

Om revisorernas beslut grundar sig på hur mycket pengar han/hon kan tjäna eller efter vad som är bekvämt, åsidosätter revisorerna intressenternas intressen. Om så är fallet utför revisorerna inget positivt i relationen och kan därmed inte anses vara välvilliga mot sina intressenter. Det kan även tänkas att de saknar integritet då deras agerande följer vinstmotiv och inte motivet att följa principerna.

Integriteten kopplade vi samman med oberoende, men även tystnadsplikten påverkar denna faktor. Integritet är helgjutighet, vilket innebär att veta sitt mål och kunna handla efter sin övertygelse. Dessutom ska man kunna stå emot påtryckningar. För att på bästa sätt mäta integriteten valde vi dessa frågor:

- * Revisorerna kan mycket väl ge sken av att de vet, trots att de egentligen inte är helt säkra.
- * Det kan hända att revisorer delar med sig av känslig information till individer som inte borde fått veta något.
- * En revisor skulle aldrig vilseleda någon.

Innebörden är att det är viktigt för den som skapar förtroende att hålla fast vid principer som motparten anser som acceptabla. Om revisorerna exempelvis delar med sig av känslig information eller vilseleder någon, påverkas revisorernas integritet eftersom dessa handlingar inte anses vara acceptabla av motparten. Det är därför vi valt dessa tre frågor för att mäta revisorernas integritet.

Den sista frågan vi ställde är en sammanvägning av de tre olika aspekterna som skapar förtroende. För att förtroende ska skapas krävs det oftast att alla beståndsdelarna är uppfyllda, d.v.s. att man har förtroende för revisorns förmåga, välvilja och integritet.

* Allt som allt, du litar på revisorer fullständigt.

Skalan vi använde till den första delen av undersökningen var som följer:

1	2	3	4	5	6	7
Inte alls						Instämmer helt

I studien vi utgick ifrån användes endast en femgradig skala, anledningen till att vi istället valde att använda en sjugradig skala var att det ger respondenterna möjligheten att mer precist definiera hur de ställer sig till de olika påståendena. En annan aspekt är att vi valde att inte ha med alternativet vet ej. Detta för att på så sätt tvinga respondenterna till att ha en uppfattning, nackdelen med detta är att vissa frågor kan bli obesvarade.

På den sista frågan gjorde vi en liten undersökning om hur revisorerna ligger till förtroendemässigt i förhållande till några andra professioner. Inspiration till denna jämförelse fick vi av medieakademiens årliga undersökning förtroendebarmetern. (Förtroende för samhällsinstitutioner, massmedier och företag, 2003) De professioner vi valde att jämföra revisorn med var politiker, läkare, journalister och professorer. Vi valde dessa för att de alla har yrken som mer eller mindre bygger på förtroende och blir således en bra jämförelse med revisorn. Frågan går ut på att rangordna de fem olika yrkena från 1 (minst förtroende) till 5 (mest förtroende).

5.5 Metodproblem

Saunders et al. (2003) menar att det är två begrepp som kan sammankopplas med trovärdigheten i vetenskapliga studier. Dessa begrepp är validitet och reliabilitet. Nedan beskrivs de två begreppen och vad som är karakteristiskt för dem i vår undersökning.

5.5.1 Validitet

En bra undersökning karakteriseras av hög validitet, d.v.s. att man mäter det man faktiskt mäter. När man studerar egenskaper såsom ålder och vikt kan man definiera mätbara variabler utan några problem. I vår undersökning mäter vi attityder om revisorernas förtroende vilket gör att det genast blir svårare. Varje respondent har sinsemellan olika bakgrund och har således olika uppfattningar om olika företeelser. Det är alltså viktigt att mätinstrumenten är korrekt operationaliserade så att det mäter det som avsiktligt studeras. Detta eftersträvade vi genom att operationaliseringarna skulle överensstämma med de teoretiska inslagen.

5.5.2 Reliabilitet

Reliabilitet betyder i vilken grad ett undersökningsresultat kan upprepas om studien läggs upp på ett identiskt eller likartat sätt. Det är mätmetodens förmåga att stå emot slumpmässiga fel som står i fokus. Om det inte finns några slumpmässiga fel i

mätningen är den fullständigt reliabel. Reliabiliteten påverkas av hur mätningarna har utförts och på noggrannheten i informationsbehandlingen.

Vi har försökt att få en så hög reliabilitet som möjligt genom att göra sannolikhetsurval från vår målpopulation. Dahmström (2000) menar att när man använder sig av denna typ av urval kan man beräkna väntevärdesriktiga skattningar av okända parametrar i populationen, exempelvis medelvärdet. Detta gör att i genomsnitt över alla tänkbara stickprov som mäter revisorernas förtroende överensstämmer stickprovsmedelvärdet med populationsmedelvärdet. Ett annat sätt att höja reliabiliteten i vår undersökning var att göra vår enkät så enkel som möjligt så att frågorna inte missuppfattas. Respondenterna hade också möjlighet att kontakta oss via mail eller telefon vid eventuella oklarheter kring enkäten. Vid databearbetningen av materialet gick vi igenom materialet två gånger för att upptäcka fel vid inmatningen av data.

Bortfallet i vår undersökning blev dock relativt stort. Detta gör att osäkerheten i våra skattningar kan vara stora eftersom vi inte vet om de som valt att inte delta i undersökningen på något sätt skiljer sig ifrån dem som valt att svara på frågorna. Vi har dock gjort en bortfallsuppföljning baserat på kön för att på så sätt få reda på om det kan vara snedvridningar i resultaten baserat på kön.

5.6 Kapitelsammanfattning

I detta kapitel inledde vi med att beskriva att vi använt oss av enkätundersökning via mail p.g.a. att det är ekonomiskt fördelaktigt. Anledningen till att vi valde enkäter var att vi då kunde nå ut till en betydligt större grupp respondenter, vilket ökar möjligheten att dra generaliseringar av verkligheten. Nackdelen är att bortfallet riskerar bli stort, för att minska detta skickade vi påminnelser och lämnade även våra telefonnummer i inledningsbrevet. Vi klistrade även in enkäten i själva mailet eftersom många inte vill öppna bifogade filer p.g.a. risken för virus.

Vi valde att göra en stickprovsundersökning eftersom det hade varit i stort sett omöjligt att genomföra en totalundersökning. De intressenter vi valde att tillfråga var banker, skattemyndigheter och aktieägare och för att välja ut respondenterna från respektive grupp använde vi oss av en slumpgenerator.

När vi utformade vår enkät utgick vi från en studie som mäter förtroendet för läkare, vi modifierade vissa av deras frågor för att passa in vår undersökning. Vi kopplade samman vår teori om personligt förtroende med revisorns hörnstenar och fick på detta sätt fram vår enkät.

Sist behandlade vi metodproblemen, eftersom vi mäter attityder så blev det svårare att få validitet. För att få så hög reliabilitet som möjligt har vi gjort ett sannolikhetsurval ur våra intressentgrupper, vi har även försökt att göra vår enkät så enkel som möjligt så att den inte skall missuppfattas.

6. Empirisk analys

I detta kapitel redogörs för analysen av data som vi fått från vår enkätundersökning. Vi börjar med att analysera varje grupps förtroende för revisorerna för sig för att avslutningsvis göra en gemensam analys av grupperna.

6.1 Struktur

Då vårt syfte med denna uppsats är att undersöka intressenternas förtroende för revisorerna kommer vi i vår empiriska analys att först redovisa varje respondentgrupp för sig. Vi börjar med att redovisa bortfallet för varje respondentgrupp samt det partiella bortfallet. Orsaker till bortfallet diskuteras också. Därefter redovisas fråga för fråga för respektive respondentgrupp. Ett medelvärde med konfidensintervall för den sammanlagda poängen för fråga 1-8 redogörs det också för, då vi vill få mer säkerhet i våra skattningar och kunna jämföra de tre grupperna med varandra.

Efter att varje respondentgrupp har redovisats för sig kommer en sammanvägning av alla grupper att göras. Vi redogör för varje fråga för sig med alla grupper sammanslagna för att se vad förtroendet för revisorerna är totalt hos de tre olika intressenterna. Detta kommer att utmytna i ett sammanvägt medelvärde med konfidensintervall för fråga 1-8. Detta medelvärde är en "förtroende poäng" för de tre respondentgrupperna tillsammans. En jämförelse om det är någon skillnad på de tre respondentgrupperna kommer att göras med hjälp av konfidensintervall, och slutligen redovisas den sammanvägda poängen för fråga 9 för alla respondenter.

Vi kommer att använda oss av en skala där observationerna kan variera från 1-7. Skalan är indelad så att 1-2 indikerar svagt förtroende för revisorerna, 3-5 varken svagt eller starkt förtroende och 6-7 starkt förtroende. Anledningen till att vi valt denna skala är att den är lätt att förstå samt att den ger en bra bild över hur starkt eller svagt förtroendet för revisorerna är.

6.2 Aktieägare

Av 60 stycken aktieägare svarade 24. Vi anser att anledningen till det stora bortfallet är att vi använde oss av en webbenkät. Det var ett fåtal som ringde till oss och frågade om hjälp när de skulle skicka iväg svaren. Anledningen var att de inte var datorvana. Detta är en indikation på att delar av respondentgruppen aktieägare inte hade så stor datorvana vilket gjorde att det möjligtvis fanns en del som ansåg att de inte var så pass kunniga att de kunde skicka iväg svaren. Problemet med vårt bortfall är att vi inte vet vilka egenskaper de individer som inte valt att svara har och om de skiljer sig ifrån de som har svarat. För att se om det fanns någon systematik i bortfallet valde vi att analysera om det fanns några skillnader när det gäller kön. Andelen män som svarade var 37 % och andelen kvinnor som svarade var 40 %. Skillnaden blev liten och vi kan inte se några indikationer på att exempelvis kvinnor har svarat i större utsträckning än män.

Partiellt bortfall är enligt Dahmström (2000) när respondenten har svarat men en eller ett flertal frågor är obesvarade på enkäten. Detta kan bero på t.ex. glömska, okunskap, missuppfattning eller vägran. På fråga 1-8 fanns inget partiellt bortfall för

aktieägarna, medan det partiella bortfallet på fråga 9 var 3 stycken vilket berodde på att de hade missuppfattat frågan.

I och med att aktieägarna var mindre än 30 stycken kan vi inte använda oss av Centrala Gränsvärdessatsen som säger att en summa och ett stickprovsmedelvärde av slumpvariabler är ungefär normalfördelad om antalet termer i summan respektive medelvärdet är någorlunda stort. En tumregel är att antalet respondenter är lika med eller större än 30 stycken. Vi har dock gjort ett stolpdiagram över aktieägarnas spridning på deras totala poäng för fråga 1-8. Poängen kunde variera från 8-56 där vi har "vänt poängen" för de negativa påståendena. Observationerna har delats in i grupper för att underlätta. Detta stolpdiagram återfinns i bilaga 3 och visar att stickproven är relativt normalfördelade. En stor fördel är då att stickprovsmedelvärdet är ungefär lika med det "sanna väntevärdet" för hela populationen. Detta gör att vi kan dra generaliseringar med viss säkerhet (exempelvis konfidensintervall) för det "sanna värdet" i vår målpopulation.

Vi kommer nu att beskriva hur aktieägarna har svarat på respektive fråga. På de första 8 frågorna skulle respondenten fylla i en intervallskala från poängen 1-7. Intervallpoänget 1 betyder att man inte instämmer alls och intervallpoänget 7 tyder på att man instämmer helt. Frågorna 2,3,5 och 6 är negativt inriktade och frågorna 1,4,7 och 8 är positivt inriktade. På de negativa frågorna har vi vänt medelpoängen vilket gör att det går lättare att jämföra frågorna. Medelpoängen kan variera från 1-7 där 7 indikerar ett starkt förtroende för revisorerna och 1 ett svagt förtroende.

Stapeldiagram över hur aktieägarna har besvarat varje fråga finns i bilaga 4. Nedan redovisas aktieägarnas medelpoäng fråga för fråga.

Fråga 1: En revisor gör sällan felaktiga beslut : 4,58

Fråga 2: Revisorer är inte så kunniga som de borde vara : 4,25

Fråga 3: Revisorns beslut grundar sig på hur mycket pengar han/hon kan tjäna : 5,33

Fråga 4: Revisorn fattar aldrig beslut som är grundade på vad som är bekvämt för honom/henne : 4,46

Fråga 5: Revisorererna kan mycket väl ge sken av att de vet, trots att de egentligen inte är helt säkra : 4,00

Fråga 6: Det kan hända att revisorer delar med sig av känslig information till individer som inte borde fått veta något : 5,29

Fråga 7: En revisor skulle aldrig vilseleda någon : 5,08

Fråga 8: Allt som allt, du litar på revisorer fullständigt : 4,71

De frågor som fick högst poäng var 3 (5,33) och 6 (5,29). Detta indikerar på att aktieägarna inte tycker att revisorererna grundar sina beslut på hur mycket pengar dom kan tjäna samt att revisorererna inte delar med sig av känslig information. Den fråga

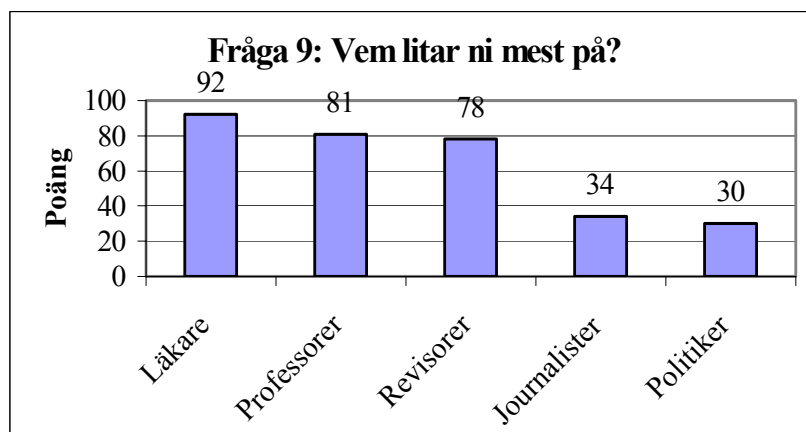
som fick lägst poäng var 5 (4,00) vilket tyder på att aktieägarna anser att revisorerna mycket väl kan ge sken av att de vet, trots att de egentligen inte är helt säkra.

Vi kommer nu att beskriva den sammanlagda medelpoängen för aktieägare för fråga 1-8. Alla poäng ifrån 1-8 adderas och varje respondent får en summa. När frågorna har varit negativt inriktade har vi ”vänt på poängen”, d.v.s. om respondenten har svarat en 7 på en negativ fråga kommer den poäng som går till den slutliga summan vara 1 poäng. De sammanlagda summorna utmynnade till ett medelvärde som blev 4,71 på en skala där värdena varierar från 1 till 7. Detta medelvärde kan man säga vara aktieägarnas ”förtroende poäng”.

Vad säger då “förtroende poängen” 4,71 för gruppen aktieägare. För att få mer säkerhet i våra skattningar har vi gjort ett konfidensintervall som med 95 % säkerhet säger att medelvärdet för aktieägarnas “förtroende poäng” kommer att ligga mellan 4,25 och 5,20 på en skala där 1 indikerar inget förtroende och 7 starkt förtroende. Som högst kommer aktieägarnas medelvärde ligga på 5,20 med 95 % säkerhet. Detta medelvärde indikerar på att aktieägarna varken har något svagt eller starkt förtroende för revisorerna.

Fråga 9: Vem litar ni mest på? Rangordna de 5 kategorierna (Läkare, Journalister, Professorer, Revisorer, Politiker) med siffrorna 1,2,3,4,5 (1=minst förtroende och 5=mest förtroende)

Vi räknade samman poängen för de enskilda yrkena och rangordningen blev enligt diagrammet nedan. Att komma ihåg är att det partiella bortfallet var 3 stycken. Detta gör att det blev 21 stycken som svarade på denna fråga.



Revisorerna kom på en tredje plats på denna förtroendebarmeter och läkarna är de som man har störst förtroende för enligt aktieägarna.

Sammanfattningsvis kan vi säga att aktieägarnas ”förtroende poäng” ligger mellan 4,25 och 5,20 med 95 % säkerhet vilket indikerar på att aktieägarna varken har ett starkt eller svagt förtroende för revisorerna. Aktieägarna placerar revisorerna på tredje plats i förtroendebarmetern och läkarna och professorerna visade sig ingjuta mest förtroende för aktieägarna.

6.3 Banker

Av totalt 60 stycken svarade 25 stycken, detta var den högsta svarsfrekvensen av de tre grupperna, men bortfallet var ändå stort och vad detta beror på är svårt att säga. Vi visste innan att respondenterna är datorvana vilket borde göra att svarsfrekvensen var högre. Ett fåtal svarade att de inte hade tid att svara på enkäten vilket eventuellt indikerar på att respondenterna är stressade, tidsbristen är möjligtvis en orsak för fler än de som meddelade oss. En annan orsak kan vara att de var tjänstlediga eller hade semester då vi fick automatiska e-mail från respondenten som beskrev att de var borta av just de ovannämnda orsakerna.

När vi gjorde vår bortfallsanalys kom vi fram till att det bara var 21 % av kvinnorna hade svarat medan 49 % av männen hade svarat. Eftersom det var så stor skillnad i svarsfrekvensen mellan könen undersökte vi om deras svar skilde sig åt, men så var inte fallet. Värt att notera var att endast 4 kvinnor svarade.

På frågorna 1-8 var det inget partiellt bortfall. På fråga 9 var det partiella bortfallet 2 stycken då de hade glömt frågan eller missuppfattat den.

Även bankerna var mindre än 30 stycken vilket gör att vi inte kan använda oss av Centrala Gränsvärdessatsen. Vi har dock gjort ett stolpdigram på samma sätt som vi gjorde med aktieägarna och detta återfinns i bilaga 3. Även detta visar att observationerna är relativt normalfördelade vilket gör att vi kan dra generaliseringar med viss säkerhet.

Vi kommer nu att beskriva hur bankerna har svarat på respektive fråga på samma sätt som aktieägarna i avsnittet innan. Medelpoängen kan variera från 1-7 där 7 indikerar ett starkt förtroende för revisorerna och 1 ett svagt förtroende.

Även för bankerna finns det stapeldiagram över hur de har besvarat varje fråga, dessa finns i bilaga 5. Nedan redovisas bankernas medelpoäng fråga för fråga.

Fråga 1: En revisor gör sällan felaktiga beslut : 4,76

Fråga 2: Revisorer är inte så kunniga som de borde vara : 4,24

Fråga 3: Revisorns beslut grundar sig på hur mycket pengar han/hon kan tjäna : 5,52

Fråga 4: Revisorn fattar aldrig beslut som är grundade på vad som är bekvämt för honom/henne : 3,80

Fråga 5: Revisorererna kan mycket väl ge sken av att de vet, trots att de egentligen inte är helt säkra : 4,24

Fråga 6: Det kan hända att revisorer delar med sig av känslig information till individer som inte borde fått veta något : 5,40

Fråga 7: En revisor skulle aldrig vilseleda någon : 4,36

Fråga 8: Allt som allt, du litar på revisorer fullständigt : 4,68

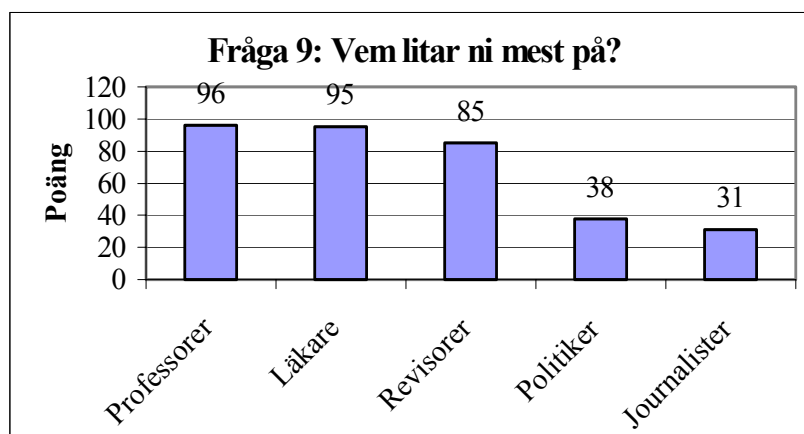
Den fråga som fick högst poäng var nummer 3 (5,52) vilket tyder på att bankerna anser att revisorernas beslut inte grundar sig på hur mycket pengar de tjänar. Även fråga 6 (5,40) fick hög poäng vilket indikerar på att bankerna inte anser att revisorerna delar med sig av känslig information. Den fråga som fick lägst poäng var fråga 4 (3,80) vilket visar på att bankerna anser att revisorerna till viss mån är bekväma i sina beslut.

Vi kommer nu att beskriva den sammanlagda medelpoängen för bankerna för fråga 1-8. Alla poäng ifrån 1-8 adderas och varje respondent får en summa. Detta medelvärde kan man säga vara bankernas ”förtroende poäng”.

Vad säger då ”förtroende poängen” 4,63 för gruppen banker. För att få mer säkerhet i våra skattningar har vi gjort ett konfidensintervall som med 95 % säkerhet säger att medelvärdet för bankernas ”förtroende poäng” kommer att ligga mellan 4,22 och 5,03 på en skala där 1 indikerar inget förtroende och 7 starkt förtroende. Som högst kommer aktieägarnas medelvärde ligga på 5,03 med 95 % säkerhet vilket indikerar på att bankerna varken har något svagt eller starkt förtroende för revisorerna.

Fråga 9: Vem litar ni mest på? Rangordna de 5 kategorierna (Läkare, Journalister, Professorer, Revisorer, Politiker) med siffrorna 1,2,3,4,5 (1=minst förtroende och 5=mest förtroende)

Vi räknade samman poängen för de enskilda yrkena och rangordningen blev enligt diagrammet nedan. Att komma ihåg är att det partiella bortfallet var 2 stycken. Detta gör att det blev 23 stycken som svarade på denna fråga.



Revisorerna kom på en tredje plats även denna gång och professorerna är de som man har störst förtroende för enligt bankerna.

Sammanfattningsvis kan vi säga att bankernas ”förtroende poäng” ligger mellan 4,22 och 5,03 med 95 % säkerhet vilket indikerar på att bankerna varken har ett starkt eller svagt förtroende för revisorerna. Bankerna placerar revisorerna på tredje plats i förtroendebarmetern och professorerna och läkarna visade sig ingjuta mer förtroende än revisorerna hos bankerna.

6.4 Skattemyndigheten

Här svarade 22 stycken av 60, även här är bortfallet större än vi väntade oss. Vad detta beror på vet vi inte, men en teori är att de får många e-mail och därför tar bort de som inte rör arbetet direkt utan att läsa dem. Det kan även bero på att skattemyndigheten vid tidpunkten för enkäten har mycket att göra, och p.g.a. tidsbristen inte har svarat. För skattemyndigheten svarade 34 % av männen och 38 % av kvinnorna vilket gör att vi inte kan se några indikationer på att exempelvis kvinnor har svarat i större utsträckning än män.

På fråga 1-8 var det inget partiellt bortfall, däremot var det en respondent som missuppfattat fråga 9 varpå vi fick ett partiellt bortfall där.

Antal respondenter på skattemyndigheten var mindre än 30 stycken vilket gör att vi inte kan använda oss av Centrala Gränsvärde-satsen. Vi har dock gjort ett stolpdiagram på samma sätt som vi gjorde med bankerna och aktieägarna och detta återfinns i bilaga 3. Även detta visar att observationerna är relativt normalfördelade vilket gör att vi kan dra generaliseringar med viss säkerhet.

Nedan kommer vi att beskriva hur skattemyndigheten har svarat på respektive fråga. Som vi tidigare nämnt skulle respondenten med hjälp av en intervallskala på 1-7, bedöma 8 olika påståenden.

I bilaga 6 finns stapeldiagram för hur skattemyndighetens svar fördelade sig på de olika frågorna. Här nedan redovisar vi skattemyndighetens medeltal på de olika frågorna, höga poäng indikerar ett starkt förtroende.

Fråga 1: En revisor gör sällan felaktiga beslut : 4.23

Fråga 2: Revisorer är inte så kunniga som de borde vara : 4.27

Fråga 3: Revisorns beslut grundar sig på hur mycket pengar han/hon kan tjäna : 4.73

Fråga 4: Revisorn fattar aldrig beslut som är grundade på vad som är bekvämt för honom/henne : 4.05

Fråga 5: Revisorerna kan mycket väl ge sken av att de vet, trots att de egentligen inte är helt säkra : 3,59

Fråga 6: Det kan hända att revisorer delar med sig av känslig information till individer som inte borde fått veta något : 4.68

Fråga 7: En revisor skulle aldrig vilseleda någon : 3.77

Fråga 8: Allt som allt, du litar på revisorer fullständigt : 4,09

Snittpoängen för de olika påståendena var som lägst för fråga 5 (3,59) och högst för fråga 3 (4,73). Poängen låg runt 4 på de flesta frågorna och det sammanvägda

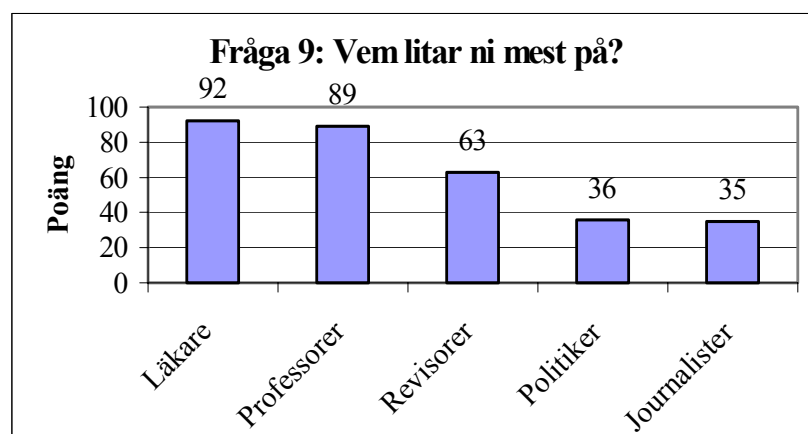
medelvärdet för alla frågorna blev 4,18 hos skattemyndigheten. Denna summa är skattemyndighetens ”förtroende poäng”.

För att få mer säkerhet i våra skattningar har vi gjort ett konfidensintervall som med 95 % säkerhet säger att medelvärdet för skattemyndighetens ”förtroende poäng” kommer att ligga mellan 3,65 och 4,70 på en skala där 1 indikerar inget förtroende och 7 starkt förtroende. Som högst kommer skattemyndighetens medelvärde ligga på 4,70 med 95 % säkerhet vilket indikerar på att skattemyndigheten varken har något svagt eller starkt förtroende för revisorerna.

Den avslutande frågan skulle besvaras genom att rangordna fem olika yrken från 1-5.

Fråga 9: Vem litar ni mest på? Rangordna de 5 kategorierna (Läkare, Journalister, Professorer, Revisorer, Politiker) med siffrorna 1,2,3,4,5 (1=minst förtroende och 5=mest förtroende)

När vi räknade samman poängen för de olika yrkena blev det som följer:
Det partiella bortfallet var 1 stycken vilket gör att 21 stycken svarade på frågan.



Detta visar att läkare och professorer innehar högre förtroende än revisorerna, medan politikerna och journalisterna innehar lägst förtroende.

Sammanfattningsvis kan vi säga att skattemyndighetens ”förtroende poäng” ligger mellan 3,65 och 4,70 med 95 % säkerhet vilket visar att skattemyndigheten varken har ett starkt eller svagt förtroende för revisorerna. Skattemyndigheten har mest förtroende för läkarna medan revisorerna kommer på tredje plats i förtroendebarmetern och journalisterna kom sist.

6.5 Analys av alla respondenter

Totalt svarade 71 stycken av 180, detta leder till att svarsfrekvensen blev 39 %. Svaren var relativt jämt fördelade mellan de olika grupperna. Bäst var bankerna med 25 svar, därefter kom aktieägarna på 24 och sist kom skattemyndigheten med 22 svar. Fördelningen mellan könen var att 40 % av männen svarade och 35 % av kvinnorna svarade, alltså var det relativt jämt fördelat.

Nedan beskriver vi hur alla intressenterna tillsammans har svarat på respektive fråga. Även här indikerar höga poäng ett starkt förtroende.

Hur svaren fördelade sig på de olika frågorna för alla respondenter finns i bilaga 7 och här nedan redovisar vi medeltalen på de olika frågorna.

Fråga 1: En revisor gör sällan felaktiga beslut : 4,54

Fråga 2: Revisorer är inte så kunniga som de borde vara : 4,25

Fråga 3: Revisorns beslut grundar sig på hur mycket pengar han/hon kan tjäna : 5,21

Fråga 4: Revisorn fattar aldrig beslut som är grundade på vad som är bekvämt för honom/henne : 4,10

Fråga 5: Revisorerna kan mycket väl ge sken av att de vet, trots att de egentligen inte är helt säkra : 3,96

Fråga 6: Det kan hända att revisorer delar med sig av känslig information till individer som inte borde fått veta något : 5,14

Fråga 7: En revisor skulle aldrig vilseleda någon : 4,42

Fråga 8: Allt som allt, du litar på revisorer fullständigt : 4,51

Tabellen nedan visar de tre grupperna tillsammans och deras medelvärde över hur de har svarat på respektive fråga.

	Aktieägare	Bank	Skattemyndigheten	Medelvärde
Fråga 1	4,58	4,76	4,23	4,54
Fråga 2	4,25	4,24	4,27	4,25
Fråga 3	5,33	5,52	4,73	5,21
Fråga 4	4,46	3,80	4,05	4,10
Fråga 5	4,00	4,24	3,59	3,96
Fråga 6	5,29	5,40	4,68	5,14
Fråga 7	5,08	4,36	3,77	4,42
Fråga 8	4,71	4,68	4,09	4,51
Medelvärde	4,71	4,63	4,18	4,52

Vi började med att se om det fanns någon signifikant skillnad på de tre grupperna genom att jämföra respektive medelvärden mot varandra. För att jämföra använde vi oss av de 95 % konfidensintervall för respektive grupps ”förtroende poäng”.

Aktieägare : Medelvärdet ligger mellan 4,25 och 5,20.

Banker : Medelvärdet ligger mellan 4,22 och 5,03.

Skattemyndigheten : Medelvärdet ligger mellan 3,65 och 4,70.

Alla konfidensintervall löper över varandra vilket gör att det inte finns någon skillnad när det gäller förtroendet för revisorerna mellan grupperna.

Vi gjorde även 90 % konfidensintervall över de tre gruppernas ”förtroende poäng” för att se om det fanns en svag signifikant skillnad mellan gruppernas förtroende för revisorerna. Resultatet blev enligt nedan.

Aktieägare : Medelvärdet ligger mellan 4,33 och 5,11.

Banker : Medelvärdet ligger mellan 4,29 och 4,96

Skattemyndigheten : Medelvärdet ligger mellan 3,74 och 4,61.

Även här löper konfidensintervallen över varandra vilket gör att vi även på den här nivån kan säga att det inte finns någon skillnad mellan förtroendet för revisorerna mellan grupperna.

Vi gjorde även konfidensintervall för varje grupp på respektive fråga för att se om det fanns några skillnader i attityder på respektive fråga. Den enda fråga som visade att det fanns en svag signifikant skillnad var fråga 7 (En revisor skulle aldrig vilseleda någon). Skillnaden uppkom mellan aktieägarna och skattemyndigheten. Ett 90 % konfidensintervall för aktieägarna för medelvärdet på fråga 7 blev mellan 4,53 och 5,64, och för skattemyndigheten 3,14 och 4,40. Detta indikerar en svag signifikans på att skattemyndigheten i högre grad anser att revisorerna kan agera vilseledande än aktieägarna.

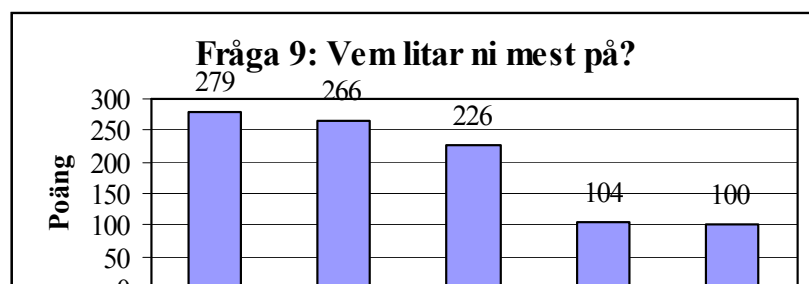
Snittpoängen för de olika påståendena var som lägst för fråga 5 (3,96) och högst för fråga 3 (5,21). Det sammanvägda medelvärdet för alla frågorna blev 4,52 för alla respondenter, detta är den samlade ”förtroende poängen”. Tar vi fram ett 95 % konfidensintervall för denna poäng blir den mellan 4,27 och 4,78.

Sammanfattningsvis kan man säga att totalt för alla respondenter ligger “förtroende poängen” på 4,52. Det 95 % konfidensintervallet blir mellan 4,27 och 4,78. Alltså kan vi konstatera att intressenterna inte har något starkt förtroende för revisorerna, men att de inte heller har något svagt förtroende för dem.

Den avslutande frågan skulle besvaras genom att rangordna fem olika yrken från 1-5.

Fråga 9: Vem litar ni mest på? Rangordna de 5 kategorierna (Läkare, Journalister, Professorer, Revisorer, Politiker) med siffrorna 1,2,3,4,5 (1=minst förtroende och 5=mest förtroende)

När vi räknade samman poängen som alla respondenterna hade gett till de olika yrkena blev det som följer.



De tre grupperna har mest förtroende för läkarna medan journalisterna är de som man litar minst på. Revisorerna kom på en tredje plats på denna förtroendebarmeter.

Nedan följer en tabell som visar hur de olika grupperna har fördelat poängen på respektive yrke. Kom ihåg att det var 21 stycken aktieägare, 23 stycken banker och 21 stycken från skattemyndigheten som har svarat.

Aktieägare	Poäng	Banker	Poäng	Skattemyndigheten	Poäng
Läkare	92	Professorer	96	Läkare	92
Professorer	81	Läkare	95	Professorer	89
Revisorer	78	Revisorer	85	Revisorer	63
Journalister	34	Politiker	38	Politiker	36
Politiker	30	Journalister	31	Journalister	35

Som tabellen visar skiljer sig de olika intressentgrupperna inte speciellt mycket åt. Dock har vi funnit en statistisk säkerställd skillnad mellan skattemyndighetens poäng för revisorerna och de övriga intressentgrupperna. För att testa detta räknade vi ut snittpoängen som de olika intressentgrupperna gav till revisorerna, och gjorde sedan ett 95 % konfidensintervall på detta. Aktieägarnas intervall blev mellan 3,33-4,10, Bankernas snittpoäng blev mellan 3,32-4,07 och slutligen skattemyndighetens poäng blev mellan 2,8-3,2. Detta visar alltså att i förhållande till de övriga yrkena har skattemyndigheten lägre förtroende för revisorerna än de andra intressentgrupperna.

6.6 Kapitelsammanfattning

Vi började med att beskriva hur vi lade upp analysen, därefter gick vi in och undersökte en intressentgrupp i taget. Av aktieägarna svarade 24 stycken av 60 och det partiella bortfallet på fråga 9 blev 3 stycken p.g.a. att de hade missuppfattat frågan. Vi gjorde även stolpdiagram över aktieägarna för att se om svaren var normalfördelade. De var relativt normalfördelade och detta gjorde att vi kunde dra generaliseringar med viss säkerhet för det ”sanna värdet” i gruppen aktieägare. Aktieägarnas sammanlagda medelvärde blev 4,71, vilket indikerar att de varken har svagt eller starkt förtroende för revisorerna. På fråga 9 fick läkarna mest förtroende och revisorerna kom på tredje plats.

Av bankerna var det 25 stycken av 60 som svarade och det partiella bortfallet på fråga 9 var 2 stycken. Även bankerna var relativt normalfördelade och deras sammanlagda medelvärde blev 4,63. Alltså har bankerna ungefär samma förtroende för revisorerna som aktieägarna, d.v.s. varken svagt eller starkt. Hos bankerna hade professorerna bäst förtroende och revisorerna kom på tredje plats.

Skattemyndigheten hade svarsfrekvensen 22 stycken av 60 och på fråga 9 var det ett fall av partiellt bortfall. Även populationen skattemyndigheten var relativt normalfördelad. Den sammanlagda medelpoängen blev 4,18. Skattemyndigheten fick alltså den lägsta siffran av de olika intressentgrupperna, men har ändå varken svagt eller starkt förtroende för revisorerna. På fråga 9 hade läkarna bäst förtroende och revisorerna kom ännu en gång på tredje plats.

Sist beskrev vi vad resultatet blev för alla respondenter tillsammans, och redovisade även om det fanns några skillnader mellan intressentgrupperna. Totalt svarade 71 av 180 respondenter och det partiella bortfallet på fråga 9 blev 6 stycken. Den totala ”förtroende poängen” för alla grupper tillsammans blev 4,52 vilket indikerar att intressenterna aktieägare, banker samt skattemyndighet varken har något svagt eller starkt förtroende för revisorerna. Vi undersökte med hjälp av både 90 % och 95 % konfidensintervall om det fanns någon statistiskt säkerställd skillnad för förtroendet för revisorerna mellan intressentgrupperna, men så var inte fallet. Dock fick vi fram att det var en svag signifikant skillnad mellan aktieägare och skattemyndighet på fråga 7 som behandlar om revisorerna agerar vilseledande. Skattemyndigheten anser att revisorerna kan agera mer vilseledande än aktieägarna.

Beträffande fråga 9 så visade den att de tre grupperna har mest förtroende för läkarna medan journalisterna är de som man litar minst på. Revisorerna kom på en tredje plats. När vi undersökte om det fanns någon skillnad mellan de olika grupperna så visade det sig att i förhållande till de övriga yrkena har skattemyndigheten lägre förtroende för revisorerna än de andra intressentgrupperna.

7. Slutsatser

I detta avslutande kapitel kommer vi att redogöra för de slutsatser som vi gjort i vår undersökning om intressenternas förtroende för revisorerna. Vidare kommer våra egna reflektioner också att lyftas fram. Avslutningsvis redogörs för förslag på fortsatta studier som kan leda till fortsatt förståelse inom ämnet.

Har intressenterna ett förtroende för revisorerna? Det är just denna frågeställning vi sökt svar på i vår uppsats. Vi kan dock bara begränsa våra slutsatser till att gälla intressenterna aktieägare, stat och kommun samt långgivare. Aktieägarna representeras av kontaktpersonerna på Sveriges Aktiesparares Riksförbund, stat och kommun företräds av skattemyndigheten och långgivarna representeras av bankerna.

Av de observationer vi erhållit i denna undersökning kan vi konstatera att aktieägarna, stat och kommun samt bankerna inte har något svagt förtroende för revisorerna. Det kan också fastslås att de inte heller har något starkt förtroende för revisorerna. Vi anser att dessa slutsatser har en allmängiltig prägel på de tre intressentgrupperna, d.v.s. att undersökningen har en generaliserbarhet att gälla samtliga individer i varje intressentgrupp. Denna generaliserbarhet grundar vi på att observationerna var relativt normalfördelade för varje intressentgrupp. Dessutom baserades undersökningen på obundet slumpmässigt urval inom varje intressentgrupp vilket gör att man kan utnyttja sannolikhetsteorins lagar och resultat för att bedöma osäkerheten i resultaten.

Jämförelser mellan de olika intressentgrupperna pekade på att det inte finns någon skillnad mellan de olika grupperna beträffande deras förtroende för revisorerna. Det finns dock en indikation att skattemyndigheten har ett lägre förtroende för revisorerna än vad aktieägare och banker har, men någon generell slutsats kan vi inte dra. Emellertid finns det en svag signifikant skillnad mellan skattemyndighetens och aktieägarnas attityd till om revisorerna agerar vilseledande. Skattemyndigheten anser att revisorerna kan agera mer vilseledande än vad aktieägarna anser. Anledningen till att det finns en svag signifikans att skattemyndigheten har ett lägre förtroende för revisorerna kan vara att de inte i lika stor omfattning behöver lita på revisorn eftersom de kan göra egna granskningar.

Vi har inspirerats av Mayers et al. (1995) generella modell över personligt förtroende och kommit fram till att revisorn som analysobjekt passar bra in i modellen. Revisorerna har alla de attribut som behövs för att skapa ett starkt förtroende.

När det gäller förmedlingen av förtroendet har vi utgått från Kotler et al. (1999) teori över hur ett serviceföretag gör för att skapa förtroende. Teorin utgick ifrån att organisationen använder sig av intern, extern och interaktiv marknadsföring. Den interna marknadsföringen för revisorerna består av att intresseorganisationer som t.ex. Revisornämnden försöker påverka revisorerna att agera på ett visst sätt. Den externa marknadsföringen innebär att intresseorganisationerna försöker att påverka klienter och andra intressenters omdöme om revisorerna. I den interaktiva marknadsföringen försöker revisorerna påverka klienter och andra intressenter, detta görs t.ex. genom föreläsningar och debattinlägg.

Enligt ovanstående sammanfattning stämmer den generella teorin om förtroende bra överens med hur revisorerna anser att de skapar förtroende. Detta gör att revisorerna har starka förutsättningar att enligt vår teori skapa förtroende. Trots detta ingav

revisorerna inget starkt förtroende, anledningen till detta är antingen att förmedlingen inte fungerar eller att revisorernas tre hörnstenar kompetens, oberoende och tystnadsplikt inte ställer tillräckligt höga krav. Förmedling av förtroende är starkt överensstämmande med intressenternas benägenhet att hysa förtroende, som i sin tur är en viktig komponent för att förtroende ska skapas. Vi bedömer att det är benägenheten som brister eftersom vi anser att revisorernas hörnstenar ställer tillräckligt höga krav för att skapa ett starkt förtroende. Eftersom utbildningskraven är höga är de kompetenta och det finns även lagstiftning som reglerar oberoendet och tystnadsplikten.

Beträffande fråga 9 som var en förtroendebarmeter där man skulle placera in olika kategorier av yrken beroende på vem man litade mest på, visade det sig att revisorerna kom på en tredje plats och att det var läkarna man hade mest förtroende för. Professorer kom på en andra plats medan politiker och journalister var de man hade minst förtroende för. Man kan ställa sig frågan varför revisorerna har lägre förtroende än de övriga två professionerna, läkare och professorer? En tänkbar tolkning är att de senaste redovisningsskandalerna har visat att revisorerna kan agera i egenintresse. En läkares beslut handlar om liv och död, vilket möjligtvis gör att man omedvetet hyser ett högt förtroende för dem eftersom man kan bli så beroende av dem. Läkarna agerar också utan egenintresse vilket gör att man hyser högt förtroende för dem. Att professorerna också inger högre förtroende än revisorerna kan bero på att de agerar enbart i vetenskapligt intresse utan några egenintressen samt att de granskas mycket av varandra inom kollegiet. Ovanstående påståenden kan vara tänkbara motiv till att revisorerna har ett mindre förtroende än läkare och professorer.

Vårt att notera är att politiker och journalister som är allmänhetens främsta företrädare har ett lågt förtroende hos intressentgrupperna. Vad beror detta på? Förmodligen är det så att politikerna under en lång period visat att de kan agera i egenintresse. Varje år framkommer det nya negativa uppgifter som gör att man till slut inte hyser förtroende för dem även om det bara är ett fåtal som raserar förtroendet för hela gruppen. Journalisterna var de som man litade minst på. Detta beror enligt oss på att de inte behöver agera förtroendeingivande. Journalisterna fokuserar istället på att hitta nya vinklingar vilket gör att man kan sälja sina tidningar.

För att revisorerna ska uppnå läkarnas och professorernas nivå av förtroende krävs det att man visar att man inte agerar i egenintresse såsom politiker och journalister kan göra. Den nya Revisorslagen som fokuserar på oberoendet är ett bra instrument för att uppnå högt förtroende, men det krävs också att revisorerna inte bara producerar förtroende för sig själva utan att de också ser förmedlingen av förtroendet som ett viktigt redskap för att visa att man agerar utan egenintresse.

Vi har även funnit en statistisk säkerställd skillnad mellan skattemyndigheten och de övriga intressentgrupperna beträffande denna fråga, skattemyndigheten har lägre förtroende för revisorerna i jämförelse med de andra yrkena än de övriga intressenterna. Även här anser vi att skattemyndigheten inte behöver lita på revisorerna i lika hög grad som de andra yrkena eftersom de har möjligheten att ta fram all information själva för att göra egna granskningar.

Sammanfattningsvis kan vi konstatera att den generella teori som finns över förtroende stämmer bra överens med den föreställning som revisorerna har när de skapar förtroende. Detta gör att de har en god grund för att inte starkt förtroende. Trots detta har vår undersökning visat att intressenterna inte har något starkt förtroende för revisorerna. Vad beror detta på? Vi anser att det är förmedlingen som har att göra med benägenheten hos intressenterna som brister eftersom vi bedömer att kraven som ställs på revisorerna är tillräckligt höga. Eftersom utbildningskraven är höga är de kompetenta och det finns även lagstiftning som reglerar oberoendet och tystnadsplikten.

7.1 Förslag till fortsatt forskning

För att få en ännu bredare bild på intressenternas förtroende för revisorerna vore det intressant att göra en undersökning baserat på revisorernas samtliga intressenter. Detta skulle generera en helhetsbild över förtroendet för revisorerna och ge resultat som visar förtroendet hos övriga intressenter som inte var med i vår undersökning.

Man kan också tänka sig att undersöka varför förtroendet inte är starkt för revisorerna. Vad är det som brister? Vi tror, men kan inte påvisa att det är benägenheten som är sammankopplad med förmedlingen av förtroendet som brister? Man skulle kunna tänka sig att inrikta undersökningen på revisorernas förmedling av förtroende. Möjligtvis är det så att revisorerna bara producerar förtroendet för sig själva och inte framhäver förmedlingen av förtroendet. En sådan typ av undersökning skulle kunna generera intressanta slutsatser om revisorernas förmedling av förtroendet och vad som är bra och dåligt med den.

En annan intressant synvinkel är att undersöka om intressenternas förtroende för revisorerna skiljer sig åt i olika länder. I Sverige har vi en kultur som gör att vi är benägna att hysa förtroende medan kulturen i andra länder kan avspegla en misstro mot samhället. Möjligen är förtroendet för revisorerna lika högt i två av dessa kulturer och frågan uppstår då vilken skillnad det finns i de olika länderna att förmedla förtroendet på. Om en kultur med misstro mot samhället har ett starkt förtroende för revisorerna kan det vara intressant att lära sig av de aspekter som gör att förmedlingen av förtroendet fungerar så bra.

Referenslista

Litteratur

Christensen, L. Andersson, N. Carlsson, C. & Haglund, L. (2001). *Marknadsundersökning-en handbok 2:a uppl.* Lund: Studentlitteratur.

Dahmström, K. (2000). *Från datainsamling till rapport 3:e uppl.* Lund: Studentlitteratur.

FARs revisionsbok. 5:e uppl. (2002). Stockholm: Far förlag.

Håkansson, G. (2001). *Att skriva vetenskapliga rapporter 3:e uppl.* Lund: Innoventure it.

Klefsjö, B. & Hellmer, S (1991) *Räkna med slumpen.* Lund: Studentlitteratur.

Kotler, P. Armstrong, G. Saunders, J. & Wong, V. (1999). *Principles of marketing, second European edition.* Prentice Hall inc.

Nooteboom, B. & Six, F. (2003). *The trust process in organizations.* Edward Elgar. Cheltenham, UK. Northampton, MA, USA.

Saunders, M. Lewis, P. & Thornhill, A. *Research methods for business students third edition.* Prentice hall

Österman, T. (1999). *Förtroende* Stockholm: Styrelsen för psykologiskt försvar.

Tidskrifter och artiklar

Brien, A. (1998). Professional ethics and the culture of trust, *journal of business ethics, volym 17*, sid 391-409.

Holmquist, B, (2001), Revisorn, oberoendet och analysmodellen, *Balans nr 10, volym 27*, sid 20-32.

Hall, M. Camacho, F. Dugan, E. & Balkrishnan, R. Trust in the medical profession: *Conceptual and measurement issues, volym 37*, sid 1419-1439.

Mayer, R. Davis, J. & Schoorman, D. (1995). An integrative model of organizational trust, volym 20, sid 709-734. *Academy of management review.*

Elektroniska källor

<http://www.revisorssamfundet.se>

<http://www.nordea.se>

<http://www.handelsbanken.se>

<http://www.seb.se>

<http://www.foreningssparbanken.se>

<http://www.rsv.se>

<http://www.aktiespararna.se>

<http://www.far.se>

<http://www.rn.se>

<http://www.vaksalaskolan.uppsala.se/webb/lotteri.htm>

Medieakademin. (2003). Förtroendebarmetern 2003.

<http://www.fb.se/medieakademin/>

Lagar och förordningar

Revisorslagen (2001:883)

Aktiebolagslagen (1975:1385) kap 10

Proposition till revisorslag 2000/01: 146 sid 56

Revisorsnämndens föreskrifter 1996:1

Appendix

Bilaga 1

Hej!

Har du förtroende för revisorerna? Det är just det som vi vill ha svar på genom vår undersökning.

Vi är två studenter som läser på Högskolan i Kristianstad. Just nu skriver vi vårt examensarbete med inriktning mot redovisning och revision. Anledningen till vår undersökning är att vi vill få en uppfattning om hur förtroendet för revisorerna är idag, bl.a. mot bakgrund av den senaste tidens redovisningsskandaler och införandet av den nya revisorslagen.

Vi hoppas att ni vill avvara 5 minuter av er tid att svara på enkäten nedanför. Eftersom vårt urval inte är så stort kan en obesvarad enkät innebära en missvisande bild av verkligheten. Era svar kommer att behandlas konfidentiellt.

Det enklaste sättet att besvara enkäten är att välja svara i ert mailprogram och sedan besvara enkäten. Ett alternativ är att kopiera enkäten och klistra in den i ett nytt mail. Därefter är det bara att skicka tillbaka svaren till någon av våra e-mail adresser som står nedan.

Vänligen skicka in svaren till oss (Richard eller Thomas) så att de är oss tillhanda senast den X.

Vill ni erhålla en sammanfattning i elektronisk form kan ni nämna det i mailet.

Om ni har några frågor är det bara till att höra av er till nån av oss.

Tack på förhand!

Richard Petersson
Tel: 044-XXXXXX
Email: peterssonr@hotmail.com

Thomas Carlsson
Tel: 044-XXXXXX
Email: rcv0454@hkutbfs.hkr.se

Handledare: Sven-Olof Yrjö Collin
Docent/Associate Professor
Tel: 044-203119
Email: Sven-Olof.Collin@e.hkr.se

Bilaga 2

Enkät om förtroende för revisorerna

X (Denna siffra är för att vi ska kunna se vilka som har svarat, så vi är tacksamma om ni bifogar den i mailet.)

1 2 3 4 5 6 7
 Instämmer inte alls Instämmer helt

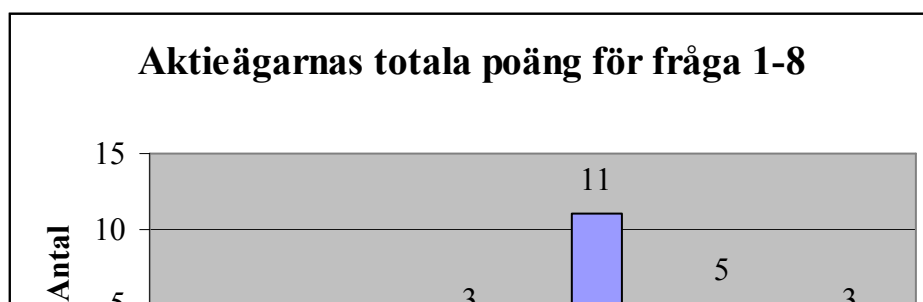
9. Vem litar ni mest på? Rangordna de 5 kategorierna med siffrorna 1, 2, 3, 4, 5
 (1=minst förtroende och 5= mest förtroende)

- Läkare
- Journalister
- Professorer
- Revisorer
- Politiker

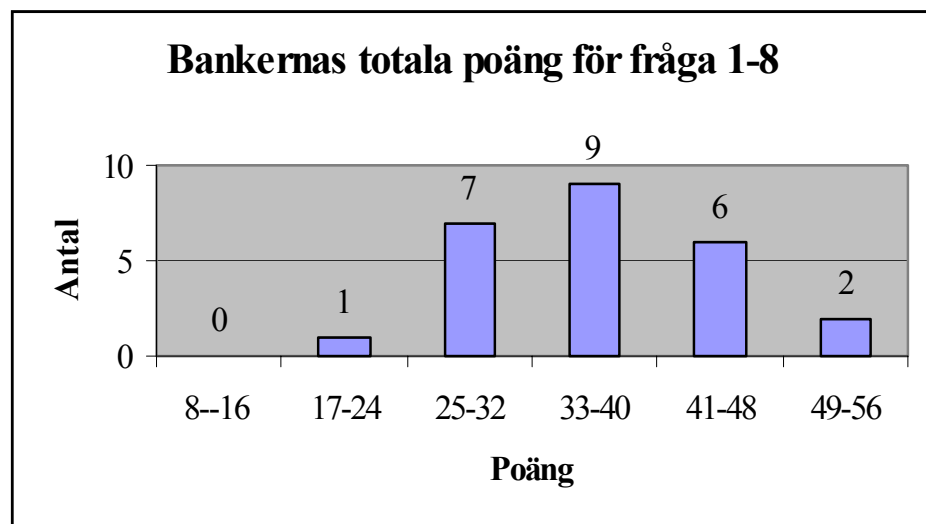
Tack för er medverkan!

Bilaga 3. Stolpdiagram som beskriver intressentgruppernas spridning över deras totala poäng för fråga 1-8.

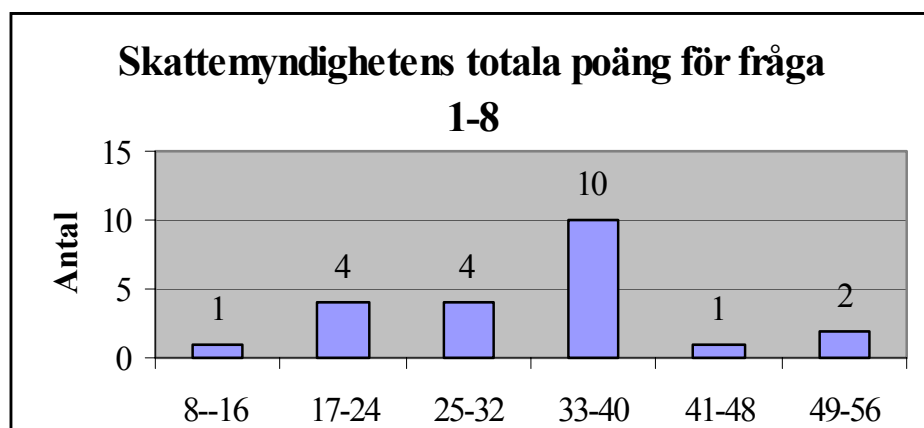
Aktieägare



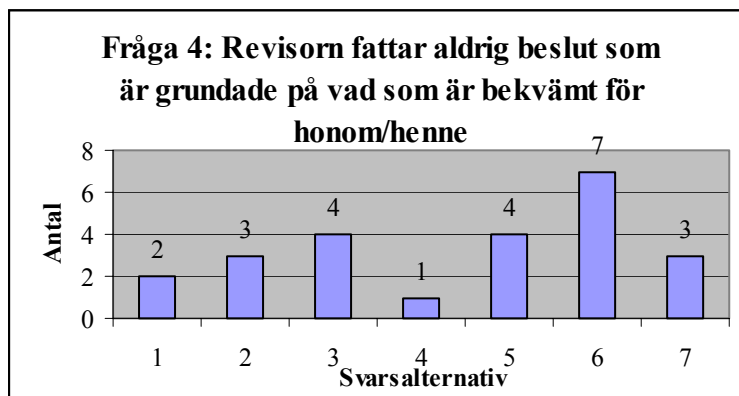
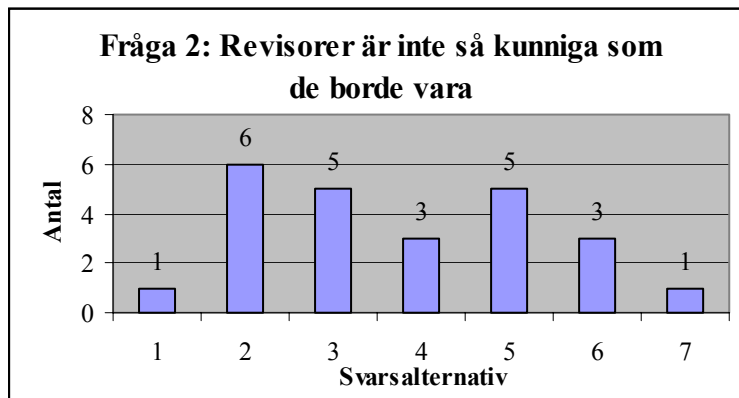
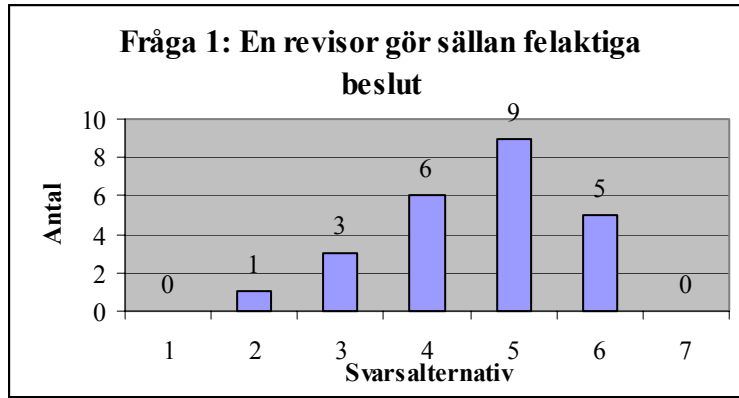
Banker

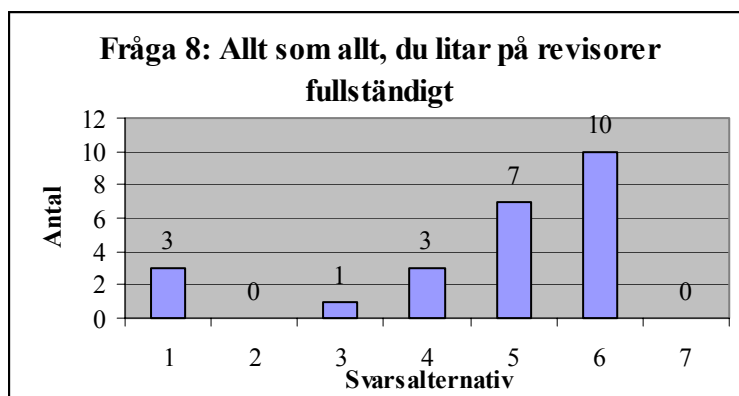
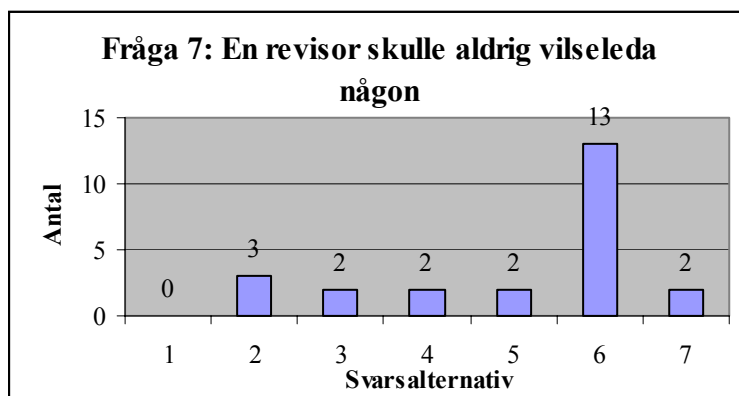
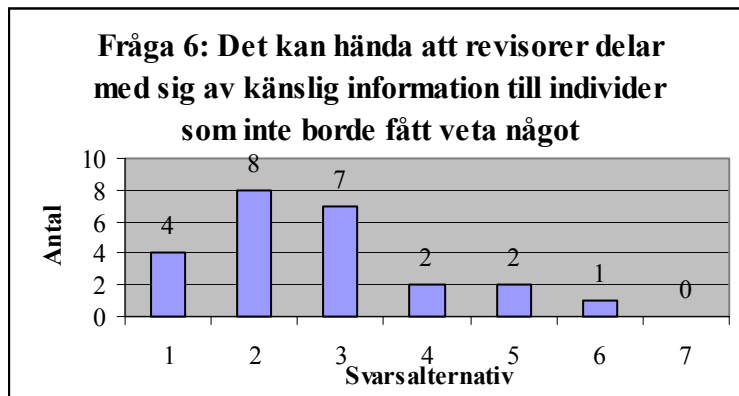


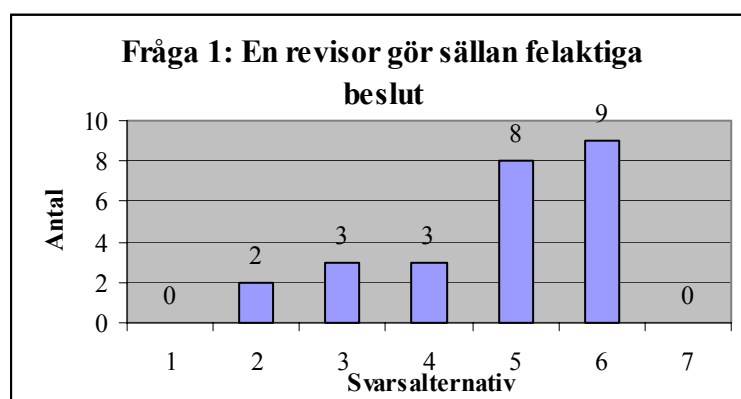
Skattemyndigheten

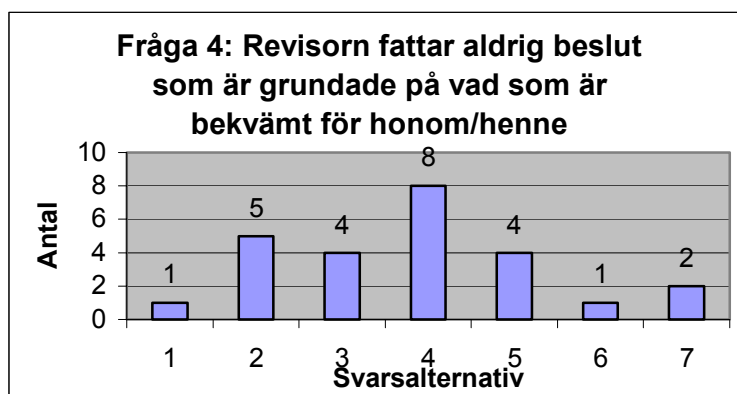
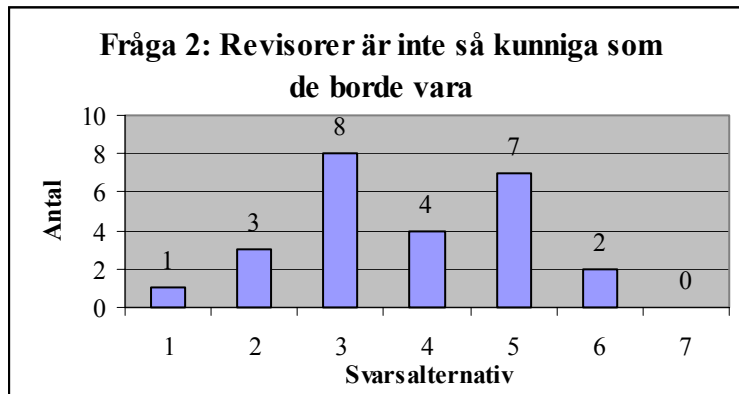


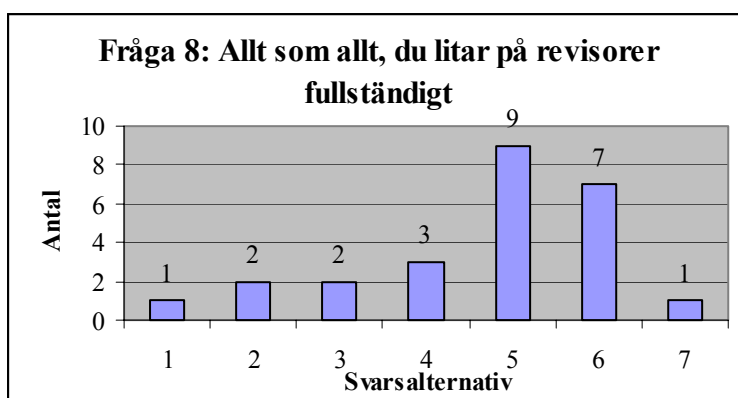
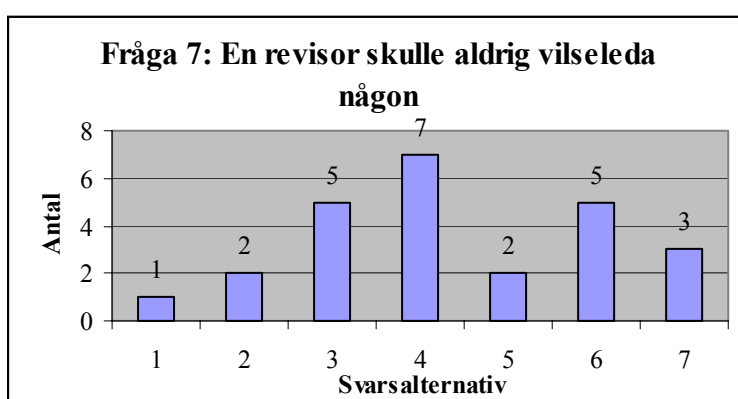
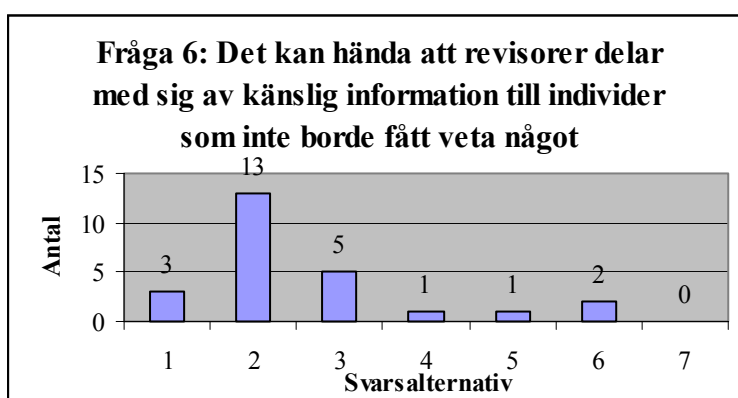
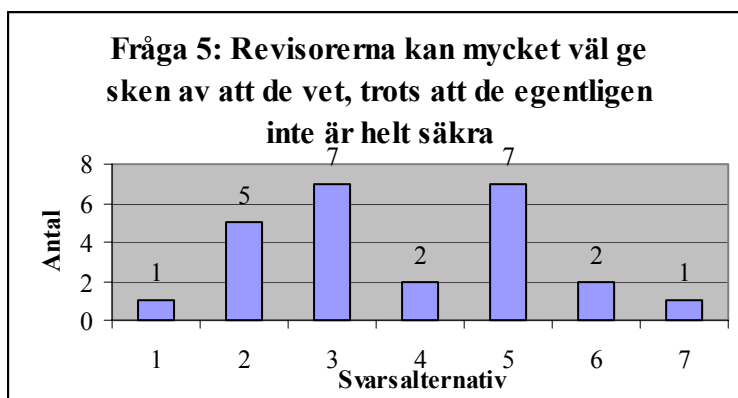
Bilaga 4. Stapeldiagram över hur aktieägarna svarat på respektive fråga.



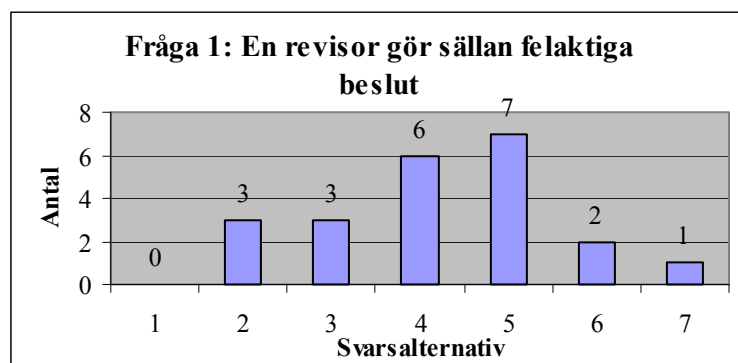


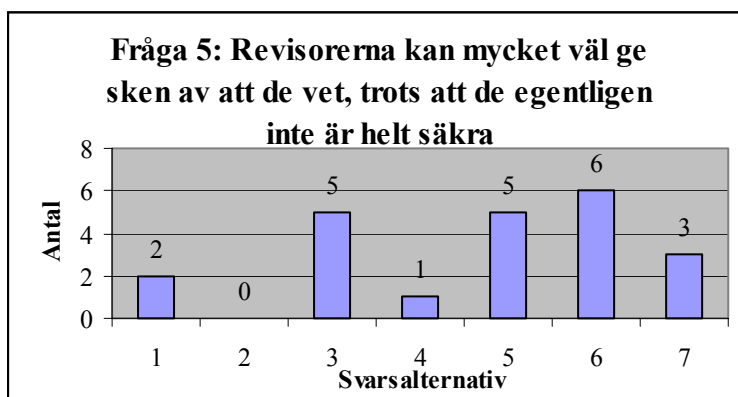
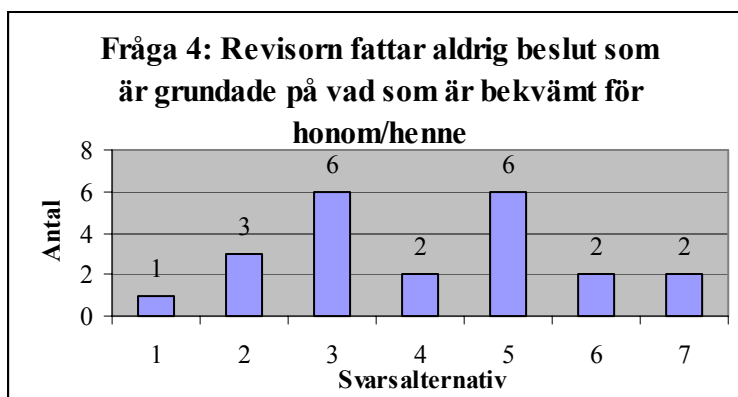
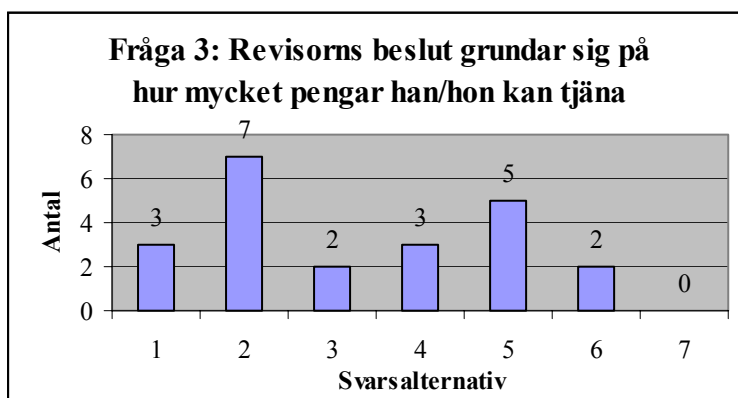
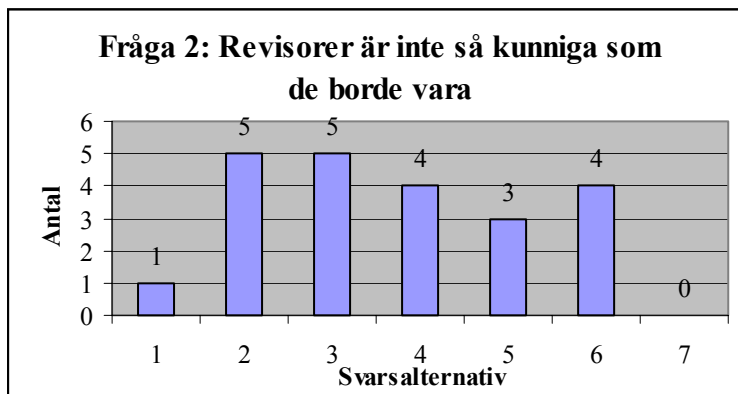
Bilaga 5. Stapeldiagram över hur bankerna svarat på respektive fråga.

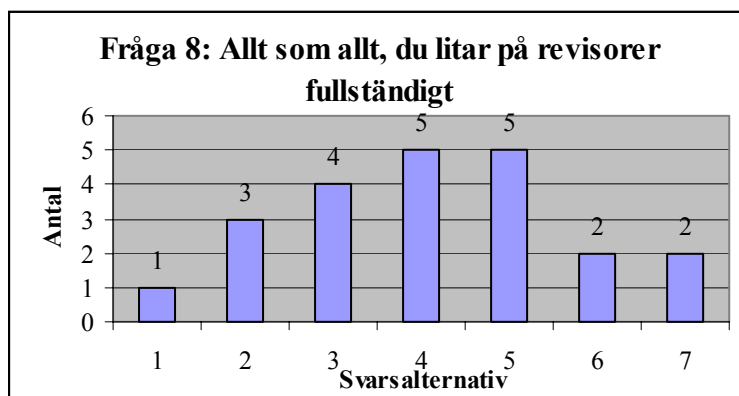
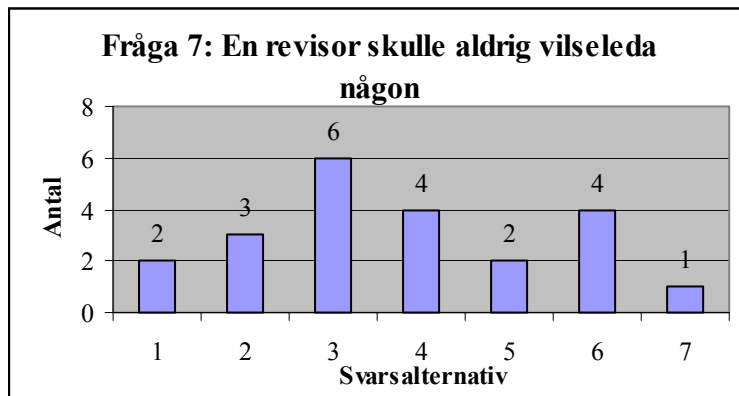
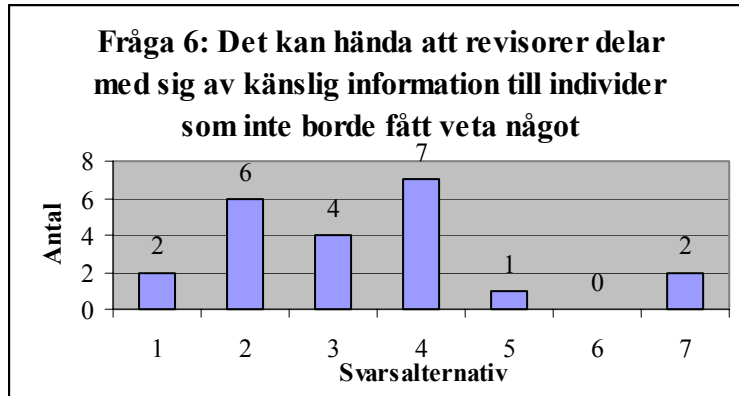




Bilaga 6. Stapeldiagram över hur skattemyndigheten svarat på respektive fråga.







Bilaga 7. Stapeldiagram över hur de tre intressentgrupperna tillsammans har svarat på respektive fråga.

