

## Om Forskning og revisjon



Kyrre Kjellevoid (28) er mottaker av Revisorforeningens doktorgradsstipend og har nettopp påbegynt andre året av sin doktorgrad i revisjon og finansregnskap ved Norges Handelshøyskole. For tiden er han på forskningsopphold ved University of Alabama i Tuscaloosa (USA) der han forsker på revisjonen av virkelige verdier og bruken av verdsettelsesspesialister. I denne spalten vil han presentere relevante forskningsfunn fra inn- og utland i et forsøk på å gjøre forskningen mer tilgjengelig for praktiserende revisorer.

### Når revisjonskontoret leverer dårlig revisjonskvalitet

Revisorer er ikke feilfrie, og man trenger ikke gå tilbake til Enron for å finne tilfeller der revisjonsteamet har sovet i timen eller latt seg forføre av klientens ledelse. Konsekvensene kan bli enorme når tilliten til revisor forsvinner, som Arthur Andersen fikk erfare. Enron var riktignok en enorm glipp, og slike tilfeller forekommer sjeldent. Langt oftere skjer det at selskaper må korrigere regnskapet på bakgrunn av vesentlige regnskapsfeil, uenigheter med tilsynsmyndigheter etc. Da kan revisor ofte stå igjen som syndebooken.

### Hva skjer med den lokale markedsandelen?

Quinn T. Swanquist and Robert L. Whited fikk i 2015 publisert en studie om hvilke etterspørselskonsekvenser

det har for det ansvarlige revisjonskontoret at en klient må korrigere regnskapet. En slik korreksjon kan anses som et uttrykk for at det ble levert lav revisjonskvalitet på det spesifikke oppdraget, og kan få omdømmekonsekvenser for det ansvarlige revisjonskontoret.

Forskningsspørsmålet de forsøkte å besvare var om dette fører til at de taper i konkurransen mot andre revisjonskontorer, og dermed opplever fall i markedsandelen året etter at korrigeringen ble kjent? Ved å benytte amerikanske arkivdata på revisjonsselskaper og revisjonsklienter spesifisert på såkalte metropolitan statistical areas (MSAs), dvs. områder med høy befolkningstetthet og økonomisk konsentrasjon, søkte forfatterne av studiet å finne ut hvilken effekt klientens korrigeringer hadde på den lokale konkurransen mellom revisjonsselskaper.

### Taper markedsandeler

Resultatet av studiet viser at revisjonsselskapenes lokalkontorer, både Big 4 og ikke-Big 4, taper markedsandeler i perioden etter at klienter har korrigert regnskapet. Det økonomiske tapet blir beregnet til å være fra 1,87 til 3,21 prosent av et revisjonskontors markedsandel i det økonomiske området.

Videre viser de amerikanske dataene at revisjonskontor med klienter som har måttet korrigere regnskapet, både har større sannsynlighet for at eksisterende kunder avslutter kundeforholdet og mindre sannsynlighet for at nye kunder velger dem. I det amerikanske utvalget er den marginale økningen i sannsynligheten for å miste kundeforhold ved klientkorrigering på 12,3 prosent for et revisjonskontor med gjennomsnittlig størrelse.

### Verst når konkurransen er høy og revisjonsselskapet er lite

Samtidig viser studiet at når konkurransen om kundene er lav, altså at det er få revisjonskontorer i det økonomiske området, reduseres den negative effekten for revisjonsselskapene av at revisjonsklienter må korrigere regnskapene.

Selv om den økonomiske konsekvensen kan dokumenteres for revisjonskontorer til både Big 4 og ikke-Big 4, finner forfatterne bevis som tyder på at konsekvensene for et Big 4-kontor reduseres for hver korrigering en klient må gjøre.

### Revisors valg av kommunikasjonskanal med klient

Flere studier peker på at millennials (de født etter 1980) foretrekker e-post fremfor direkte kommunikasjon eller telefonoppringning. Konsekvensene dette kan få for revisjonen har vært debattert.



En nylig publisert eksperimentell studie utført av Aaron Saiewitz og Thomas Kida (2018) undersøker konsekvensene som revisors valg av kommunikasjonskanal og språklig tone har på klientens avgjørelse om hva slags informasjon han vil dele med revisor og klientens adferd i etterfølgende forhandling om en nedskrivning.

#### **E-post, telefon eller personlig oppmøte**

Eksperimentet ble gjennomført ved å rekruttere 183 MBA-studenter med profesjonell erfaring som representerte klientens ledelse (proxy). Et randomisert utvalg av dem fikk se henholdsvis en henvendelse fra en tenkt revisor, enten i e-postformat, som lydfil (tilnærming til telefonsamtale) eller som video (tilnærming av ansikt-til-ansikt). Henvendelsen gjaldt et spørsmål om et problem som knyttet verdien på lagerbeholdningen til et tenkt selskap.

I tillegg ble det gjort variasjoner i språket som ble benyttet i kommunikasjonen mellom deltakerne. Noen av MBA-studentene mottok forespørselen fra revisor i et profesjonelt ladet språk, mens andre fikk en mindre profesjonell utgave.

#### **Forskningsdesign med flere deler**

Etter å ha mottatt forespørselen i et av de tre kommunikasjonsformatene og et av de to språkformene, kunne deltakerne velge fra et utvalg informasjonsbiter de ville benytte for å svare revisor. Noen av informasjonsbitene ville støtte en nedskrivning av lagerbehold-

ningen, mens andre ikke ville støtte en slik avgjørelse. Forskjellen mellom de to ble den variabelen som forskerne ønsket å måle effekten av kommunikasjonsform og språk på.

I del to av eksperimentet ble deltakerne presentert for revisors forhandlingsforslag knyttet til en inntektsreduerende nedskrivning av lagerbeholdning. Deltakerne ble der spurt om de var enige i forslaget, for deretter å svare på spørsmål om hvordan ledelsen burde reagere på kravet.

#### **Resultater og veien videre**

Resultatet viser at deltakerne valgte å dele mer informasjon som motsa en overvurdering av lagerbeholdningen når de mottok revisors forespørsel i

e-postformat eller med et mindre profesjonelt språk. Altså førte bruk av e-post og et mindre profesjonelt språk til mer biased informasjon. I tillegg ble disse deltakerne mer aggressive i senere forhandlinger og det var mindre sannsynlig at de ville godta revisors nedskrivingsforslag uten kamp.

Studien viser altså at refleksjon rundt valg av kommunikasjonskanal og språk kan ha avgjørende betydning for den revisjonskvaliteten revisor klarer å levere. Dette blir spesielt viktig når en tenker på at andre studier dokumenterer at revisor også kunne ha vært flinkere til å finne motstridende beviser for ledelsens forklaring.



*Refleksjon rundt valg av kommunikasjonskanal og språk kan ha avgjørende betydning for den revisjonskvaliteten revisor klarer å levere.*

## Bygg din bedrift med gode medarbeidere.

Som spesialisten innen økonomi og regnskap gir vi deg verdiskapning gjennom gode medarbeidere. *Se mer på [bjorgfjell.no](http://bjorgfjell.no)*



**BJØRG FJELL**  
Rekruttering