

Om Forskning og revisjon



Kyrre Kjellevold (29) 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 verdsettelsespecialister. I denne spalten vil han presentere relevante forskningsfunn fra inn- og utland i et forsøk på å gjøre forskningen mer tilgjengelig for praktiserende revisorer.

Hvor personlig bør CEO være i selskapsrapporteringen?

Børsnoterte selskaper både ansetter og leier inn utallige rådgivere for å hjelpe dem å nå bedre ut til eksisterende og potensielle investorer. Det forventes at dagens CEOer har «medietekke», og kan fronte selskaper både på papir og nett, og på stadig flere sosiale plattformer.

I økende grad forsøker forskere å finne ut hvordan et selskaps valg av kommunikasjonsform og kanal påvirker investorens beslutninger basert på den informasjonen som kommuniseres. Både hvordan de tolker informasjonen, og hvordan dette påvirker prisingen av selskapet.



Positive og negative nyheter får markant større effekt på deltakernes verdsettelse av et selskap når CEO benytter «jeg» i teksten, eller inkluderer et bilde av seg selv i rapporten til markedet.

Bruk av bilder eller personlig pronomen

Et amerikansk forskerteam publiserte i vår en eksperimentell studie som undersøkte konsekvensene av at CEO benytter det personlige pronomenet, «jeg», i stedet for «vi», eller et bilde av seg selv, i rapporten til markedet.

Forskerne viser gjennom fire eksperimenter at det å inkludere enten personlig pronomen eller bildet av CEO i brevet til investorene forsterker effekten informasjonen har på brukeren. Positive og negative nyheter fikk markant større effekt på deltakernes verdsettelse av selskapet når CEO benyttet «jeg» i teksten, eller inkluderte et bilde av seg selv i rapporten.

Påvirker tilliten til ledelsen og informasjonen

Videre analyser viser at en personlig touch fra CEO forsterket deltakernes følelse av hvorvidt de kunne stole på informasjonen de ble gitt i selskapsrapporten, deres vurdering av hvorvidt selskapsledelsen selv stolte på informasjonen og tilliten de hadde til selskapsledelsen.

Mulige konsekvenser

En klar lærdom å ta med seg videre fra studiet er at det kan være en mulig kostnad ved å la ledelsen identifiseres med negative nyheter, og at slik informasjon bør rapporteres upersonlig.

Resultatene er nok ikke overraskende for de som driver med selskapskommunikasjon. Et par studier av amerikanske selskapsdata viser nemlig at bruken av personlig pronomen og bilder av CEO i den finansielle rapporteringen er korrelert med selskapets finansielle prestasjoner.

Kilde: Asay, Libby og Rennekamp (2018)

Når valg av kommunikasjonskanal påvirker revisors skepsis

Jeg har tidligere i denne bloggen skrevet at valget av kommunikasjonskanal (telefon, personlig møte eller epost) for forespørslers til klienten kan få konsekvenser for informasjonsutvekslingen.



En studie viser at klienten blir mindre villig til å dele informasjon med revisjonsteamet hvis en forespørsel kommer på epost, fremfor gjennom en telefonsamtale eller ved personlig oppmøte.

En studie av Saiowitz og Kida (2018) fant at klienten blir mindre villig til å dele informasjon med revisjonsteamet hvis forespørselen kommer på epost, fremfor gjennom en telefonsamtale eller ved personlig oppmøte.

Bekymret for lite klientkontakt

Revisjonsforskerne Bradley Bennet og Richard Hatfield har videre undersøkt konsekvensene som valg av kommunikasjonsform kan ha på revisjonen gjennom partnerintervjuer, surveys og et eksperiment med revisorer fra Big 4.

De intervjuede partnerne uttrykte bekymring for at unge revisjonsmedarbeidere mister evnen til å bygge relasjoner til klienten og «lese» ledelsen, ved å velge elektroniske kommunikasjonskanaler i stedet for telefonsamtaler eller møter.

Unge foretrekker epost

Videre finner de gjennom surveys at selv om både partnere og associates/seniors mener det er greit å bruke elektronisk kommunikasjon for å be om informasjon/dokumenter fra klienten, har de ulikt syn på bruken av epost for spørsmål om svindel, oppfølging av anomalier eller for å foreslå regnskapsendringer.

Amerikanske senior og associates viste en langt mer liberal holdning til bruk av elektronisk kommunikasjon for slike revisjonshandlinger. Dette er i tråd med en tidligere studie som indikerte at nye revisjonsmedarbeidere er mer komfortable med å kommunisere med klientens ledelse over epost enn ansikt-til-ansikt.

Ble mindre skeptiske

Bennet og Hatfield gjennomførte også et eksperiment der de viste at bruk av

epost påvirker revisors evne til å stille kritiske spørsmål og fange opp avvik i klientens forklaringer når det underliggende temaet var komplekst og det var mulig med mange tolkninger/spørsmål.

Deltakerne i eksperimentet stilte også generelt færre spørsmål, og deltok i mindre «relasjonsbygging», når kommunikasjonen gikk via epost i stedet for personlig møte.

Husk dette

Studien viser at at en gjennomtenkt bruk av elektronisk kommunikasjon kan være lurt i revisjonsmetodikken. Mer komplekse revisjonshandlinger bør ikke gjennomføres over epost. Som forfatterne av studiet selv skriver: Nøkkelen for revisjonselskapene er korrekt matching av kommunikasjonsform og revisjonshandling.

Kilde: Bennet og Hatfield (2018)

Praktiseringen av tvangsmulkt

I 2017 fastsatte skattemyndighetene tvangsmulkt i over 144 000 vedtak og med mer enn én milliard kroner, hvorav 435 millioner kroner ble betalt. I det følgende ser vi på formålet bak reglene, anvendelsesområdet, vilkår og saksbehandling, samt praksis knyttet til klage over og lemping av tvangsmulkt.



Advokat
Egil Stefan Eilertsen
Partner i Advokatfirmaet Harboe



Advokat
Einar Harboe
Partner i Advokatfirmaet Harboe

Fokus på ny skatteforvaltningslov

I en artikkelserie vil vi sette søkelys på spørsmål knyttet til ny skatteforvaltningslov. Det vil omfatte regelendringer i forhold til tidligere lovgivning, eller at praktiseringen er endret som følge av lovendringen. Forfatterne er advokater i Advokatfirmaet Harboe & Co AS.

Hva er tvangsmulkt?

Tvangsmulkt etter reglene i skatteforvaltningsloven og A-opplysningsloven er et administrativt ilagt gebyr som har som formål å motivere den som har plikt til å avgi opplysninger til skatteetaten og andre offentlige organer, til å oppfylle opplysningsplikten selv om fristen for å avgi opplysningene er utløpt. Tvangsmulkt kan også ilegges for å fremtvinge gjennomføring av bokføringspålegg.¹

Det er gitt egne regler om tvangsmulkt på skatteområdet i Skatteforvaltningsloven og A-opplysningsloven.²³ Reglene har så mange likhetstrekk at det er hensiktsmessig å omtale dem under ett. Om ikke annet fremgår, er det reglene i skatteforvaltningsloven som omtales.

I denne artikkelen vil vi fokusere på tvangsmulkt ved manglende opplysninger, men de generelle reglene i skatteforvaltningsloven gjelder også ved bruk av tvangsmulkt ved bokføringspålegg.

Mer om formålet

Som nevnt innledningsvis, har tvangsmulkt som formål å fremtvinge levering av pliktige opplysninger. Dette formålet har kommet direkte til uttrykk i skatteforvaltningsloven. Selv om det samme formålet ikke fremgår av A-opplysningsloven, må det legges til grunn at bestemmelsen der har samme formål.

Dersom skattemyndighetene skal kunne nå sin målsetning om rett skatt i rett tid, må de opplysningspliktige oppfylle sin opplysningsplikt i tide. Det er vesentlig at formålet er å fremtvinge opplysninger, og ikke å sanksjo-

¹ Jf. skatteforvaltningsloven § 14-1 første ledd siste punktum og § 11-1.

² Lov av 22. juni 2012 nr. 43.

³ I tillegg er det gitt regler om tvangsmulkt overfor kassasystemleverandører i Lov om kassasystem av 19. juni 2015 nr. 58.