



Høgskulen
på Vestlandet

BACHELOROPPGAVE

En intervjustudie om hvordan regnskapsførere og rådgivere kan bidra til å forhindre misligheter og grønnvasking

An interview study on how accountants and advisors can contribute to prevent fraud and greenwashing

Julie Assersen Anfinssen, Ragnhild Fagerheim,

Anna Konstane Kjærefjord og Sofia Perez Lewandowska

Institutt for økonomi og administrasjon/Høgskulen på Vestlandet/Fordypning regnskap og skatt

Veileder: Carmen Olsen

Innleveringsdato: 12.05.2023

Vi bekrefter at arbeidet er selvstendig utarbeidet, og at referanser/kildehenvisninger til alle kilder som er brukt i arbeidet er oppgitt, jf. Forskrift om studium og eksamen ved Høgskulen på Vestlandet, § 12-1.

Bacheloroppgave / Hovedprosjekt

Referanseside: Institutt for økonomi og administrasjon - Campus

Bergen

<i>Tittel</i> <i>Norsk:</i> En intervjustudie om hvordan regnskapsførere og rådgivere kan bidra til å forhindre misligheter og grønnvasking <i>Engelsk:</i> An interview study on how accountants and advisors can contribute to prevent fraud and greenwashing	<i>Dato:</i> 12.05.2023
<i>Forfatter(e):</i> Julie Assersen Anfinsen, Ragnhild Fagerheim, Anna Konstanse Kjærefjord og Sofia Perez Lewandowska	<i>Antall sider u/vedlegg:</i> 43
	<i>Antall sider m/vedlegg:</i> 48
<i>Fordypning:</i> Økadm., Regnskap og skatt	
<i>Veileder(e):</i> Carmen Olsen	
<i>Evt. Merknader (evt. konfidensiell):</i>	

<i>Navn Samarbeidende / Kontakvirksomhet:</i>	
<i>Kontaktperson:</i>	<i>Telefon:</i>

Sammendrag:

Misligheter og grønnvasking er to fenomener som begge kan forårsake økonomiske tap, redusert tillit til næringslivet og skade på miljøet og samfunnet. For å bekjempe både misligheter og grønnvasking kreves det økt oppmerksomhet og innsats. Vi har derfor valgt å undersøke hvordan regnskapsførere og rådgivere kan bidra til å forhindre misligheter og grønnvasking ved hjelp av følgende forskningsspørsmål:

1. Hvilke erfaringer og kunnskaper innen misligheter har regnskapsførere og rådgivere?
2. Hvilke tanker og erfaringer innen grønnvasking har regnskapsførere og rådgivere?

Vi har benyttet en kvalitativ metode for å belyse vår problemstilling. Ved å gjennomføre syv dybdeintervjuer har vi innhentet relevant informasjon til forskningsprosjektet. Etersom den ene bedriften stilte med to respondenter, har vi totalt intervjuet seks regnskapsførere og to rådgivere. Gjennom koding av datamaterialet har vi fått en oversikt over respondentenes svar, som vi har brukt videre i analysen.

Hovedfunnene i oppgaven viser forskjeller knyttet til regnskapsførere og rådgivere sine erfaringer og kunnskaper innen misligheter og grønnvasking. Erfaringene innen grønnvasking varierer med status på bærekraftsrapportering i den enkelte bedrift. Et funn gjort i studien tyder på at press påvirker både personers valg om å begå misligheter og grønnvasking. Oppgavene respondentene nevner for å bidra til å forhindre misligheter og grønnvasking knytter seg til å redusere muligheten for at det begås. Vi tror derfor at regnskapsførere og rådgivere i større grad også bør fokusere på oppgaver som bidrar til å redusere presset.

Vi tror at det viktigste bidraget i vår oppgave er undersøkelsen av sammenhengen mellom misligheter og grønnvasking, hvor de relevante funnene kan ha betydning for videre diskusjon.

Stikkord:

Misligheter	Grønnvasking	Finansiell rapportering	Bærekraftsrapportering
-------------	--------------	-------------------------	------------------------

Abstract:

Fraud and greenwashing are two phenomena that can both cause financial loss, reduced trust in business and harm to the environment and society. To combat both fraud and greenwashing an increased attention and effort is required. We have therefore chosen to examine how accountants and advisors can contribute to prevent fraud and greenwashing by using the following research questions:

1. What experiences and knowledges of fraud do accountants and advisors have?
2. What thoughts and experiences in greenwashing do accountants and advisors have?

We have used a qualitative method to shed light on our research questions. By conducting seven in-depth interviews, we have obtained relevant information for the research project. As one company presented two respondents, we have interviewed a total of six accountants and two advisors. Through coding the data material, we have obtained an overview of the respondents' answers, which is further used in the analysis.

The main findings of the thesis show the differences related to accountants' and advisers' experiences and knowledge of fraud and greenwashing. Experiences in greenwashing vary with the status of the companies' sustainability reporting. One of the findings made in the study indicates that pressure influences people's choices to commit both fraud and greenwashing. The tasks mentioned by the respondents, that contribute to prevent fraud and greenwashing, are connected to reducing the opportunity of being committed. Therefore, we think that accountants and advisors should, to a greater extent, also focus on tasks that can contribute to reducing the pressure.

We think that the most important contribution to our thesis is the examination of the connection between fraud and greenwashing, where the relevant findings may have an importance for further discussion.

Keywords:

Fraud	Greenwashing	Financial reporting	Sustainability reporting
-------	--------------	---------------------	--------------------------

Forord

Denne oppgaven markerer avslutningen på vår bachelorutdanning i økonomi og administrasjon med fordypning i regnskap og skatt, ved Høgskulen på Vestlandet, campus Bergen. Oppgaven tar for seg hvordan regnskapsførere og rådgivere kan bidra til å forhindre at misligheter og grønnvasking oppstår. Arbeidet har vært lærerikt og spennende, og vi har fått muligheten til å fordype oss i et tema vi interesserer oss for.

Vi vil takke vår veileder Carmen Olsen for godt samarbeid og god veiledning gjennom hele prosessen i arbeidet med bacheloroppgaven. Videre vil vi også takke alle respondentene som har tatt seg tid til å stille til intervju og dele egne tanker og perspektiver. Deres kunnskaper og erfaringer har vært verdifulle for oppgaven vår.

God lesing.

Bergen, 12. mai 2023

Innholdsfortegnelse

1.0 Innledning.....	1
1.1 Bakgrunn.....	1
1.2 Avgrensning.....	2
2.0 Teori.....	3
2.1 Misligheter.....	3
2.1.1 Finansiell rapportering.....	3
2.1.2 Misligheter.....	3
2.1.2.1 Uredelig regnskapsrapportering.....	3
2.1.2.2 Underslag av eiendeler.....	4
2.1.2.3 Reguleringer.....	4
2.1.2.4 Hvitvasking.....	4
2.1.3 Mislighetstriangelet.....	5
2.2 Grønnvasking.....	6
2.2.1 Bærekraft og bærekraftsrapportering.....	6
2.2.1.1 Hvem som er pålagt bærekraftsrapportering i dag.....	7
2.2.1.2 Revisorer og regnskapsførere sine ulike roller.....	7
2.2.2 Grønnvasking.....	8
2.2.2.1 Likheter mellom grønnvasking og misligheter.....	8
2.2.3 Grønnvaskingstriangelet.....	9
3.0 Metode.....	11
3.1 Valg av forskningsmetode.....	11
3.2 Datainnsamling.....	12
3.2.1 Utvalgsstrategi.....	12
3.2.2 Dybdeintervju.....	13
3.2.2.1 Intervjuguide.....	13
3.2.2.2 Gjennomføring av intervju.....	16

3.2.3 Respondenter.....	17
3.2.4 Forskningsetikk ved intervju	19
3.3 Evaluering av metode	20
3.3.1 Reliabilitet	20
3.3.2 Validitet.....	20
4.0 Analyse/drøfting.....	21
4.1 Koding av data	21
4.1.1 Åpen koding	21
4.1.2 Systematisk koding.....	22
4.1.3 Selektiv koding	23
4.2 Intervjudata	24
4.2.1 Respondentenes erfaringer og kunnskaper innen misligheter.....	24
4.2.1.1 Kjennskap og personlige erfaringer.....	24
4.2.1.2 Årsaker til at misligheter oppstår	27
4.2.1.3 Respondentenes oppgaver i bedriften for å forhindre misligheter	28
4.2.2 Respondentenes tanker og erfaringer innen grønnvasking.....	31
4.2.2.1 Respondentenes forhold til bærekraftsrapportering.....	32
4.2.2.2 Respondentenes tanker om grønnvasking.....	33
4.2.2.3 Årsaker til at grønnvasking oppstår	35
4.2.2.4 Regnskapsførers roller i fremtiden.....	37
5.0 Konklusjon og videre forskning	40
5.1 Konklusjon	40
5.1.1 Hvilke erfaringer og kunnskaper innen misligheter har regnskapsførere og rådgivere?	40
5.1.2 Hvilke tanker og erfaringer innen grønnvasking har regnskapsførere og rådgivere?	40
5.1.3 Hvordan kan regnskapsførere og rådgivere bidra til å forhindre misligheter og grønnvasking?	41
5.3 Studiens begrensninger	42
5.4 Videre forskning.....	42

6.0 Kilder.....	44
7.0 Vedlegg.....	48
Vedlegg 1 – Samtykkeskriv Sikt.....	48
Vedlegg 2 – Informasjonsskriv.....	49
Vedlegg 3 - Intervjuguide.....	52

1.0 Innledning

1.1 Bakgrunn

Misligheter og grønnvasking kan forårsake økonomiske tap, redusert tillit til næringslivet, og skade på miljøet og samfunnet (Moen & Havstein, 2017, s. 99) (Kurpierz & Smith, 2020, s. 2). Dette gjør dem til alvorlige problemer som krever økt oppmerksomhet og innsats for å bekjempe. I den forbindelse kan regnskapsførere og rådgivere ha en viktig rolle.

Det vil alltid være en risiko for at virksomheter begår eller blir utsatt for misligheter. Konsekvensene kan være enorme og omfatter gjerne et direkte økonomisk tap, omdømmetap og granskingskostnader (Tvedt & Thaysen, 2015, s. 46). I 2021 ble en advokat dømt til fengsel for grove underslag av klientmidler og grove bedragerier over flere år. Underslaget ble blant annet gjennomført ved å utarbeide uriktig regnskap og regnskapsdokumentasjon. I tillegg til fengselsstraff på 5,5 år, mistet han på ubestemt tid retten til å tilby advokattjenester og retten til å drive selvstendig næringsvirksomhet i fem år (Økokrim, 2021). Saken viser at misligheter fremdeles oppstår og krever økt fokus i næringslivet.

Bærekraft har blitt en stor trend, noe som har bidratt til at flere bedrifter grønnvasker (Lavold & Mangset, 2023). I 2021 undersøkte flere europeiske forbrukermyndigheter miljøpåstander om varer og tjenester på nett. Funnene fra denne aksjonen var at 42 prosent av miljøpåstandene inneholdt grønnvasking (Forbrukertilsynet, 2021). For å prøve å redusere grønnvasking lanserte Forbrukerrådet i 2022 «grønnvaskingsprisen». Målet med prisen er å gjøre det enklere for forbrukere å ta gode, bærekraftige valg gjennom bevisstgjøring av hvordan bedrifter kommuniserer og markedsfører bærekraft (Forbrukerrådet, 2022). Dette viser at det er et behov for økt oppmerksomhet på temaet «grønnvasking».

Flere i bachelorgruppen ønsker å jobbe som regnskapsførere etter fullført studie. Eksemplene over viser at misligheter og grønnvasking krever økt fokus og kan forekomme i arbeidslivet til en regnskapsfører. Som fremtidige regnskapsførere synes vi dette er interessante temaer å undersøke nærmere. Med fordypning i regnskap og skatt var det naturlig å ta utgangspunkt fra et regnskapsførers perspektiv. På bakgrunn av dette ønsket vi å intervjuer regnskapsførere og rådgivere for å undersøke hva de kan gjøre for å forebygge og forhindre misligheter og grønnvasking.

Med utgangspunkt i dette har vi kommet frem til denne problemstillingen:

Hvordan kan regnskapsførere og rådgivere bidra til å forhindre misligheter og grønnvasking?

Videre har vi utledet to forskningsspørsmål:

- 1. Hvilke erfaringer og kunnskaper innen misligheter har regnskapsførere og rådgivere?**
- 2. Hvilke tanker og erfaringer innen grønnvasking har regnskapsførere og rådgivere?**

Tidligere forskning viser at det er en sammenheng mellom grønnvasking og misligheter (Kurpierz & Smith, 2020, s. 4). I denne oppgaven har vi undersøkt dette forholdet nærmere. Et eksempel fra vår studie viser at halvparten av respondentene tenker at grønnvasking kan være en type mislighet, ettersom det er bevisste, uærlige handlinger som gjennomføres for å oppnå en fordel. Vi tror undersøkelsen av sammenhengen mellom misligheter og grønnvasking er vårt hovedbidrag i oppgaven.

1.2 Avgrensning

I denne oppgaven har vi avgrenset oss til å intervjuere regnskapsførere og rådgivere i Norge for å undersøke deres erfaringer innen misligheter og grønnvasking. Vi har dermed ikke inkludert kunnskaper utenfor Norges grenser. Dette ble et naturlig valg, fordi vi ønsket å fordype oss i regnskapsførerens rolle i det norske næringslivet. Det innebærer også at vi ikke forholder oss til andre perspektiv, som for eksempel kundenes. Vi har gjort en videre avgrensning ved å bare kontakte eksterne regnskapsførere og rådgivere som er tilknyttet regnskapsførervirksomheter. En ekstern regnskapsfører tilbyr regnskapstjenester til flere forskjellige kunder, mens en intern regnskapsfører håndterer regnskapet direkte for én bedrift. Ved denne avgrensningen øker sannsynligheten for at respondentene har flere ulike kunder. Dette vil bidra til at vi får samlet inn flere erfaringer og perspektiver.

Det finnes mange regelverk innen misligheter. I denne oppgaven har vi valgt å anvende noen få regelverk i Norge. Dette er regnskapsloven, regnskapsførerloven, og revisjonsstandarden ISA 240.

Forskningsartiklene vi har valgt å benytte i oppgaven er fagfellevurdert og utgitt mellom 2016 og 2022. Denne avgrensningen er gjort for å sikre at artiklene holder en oppdatert god standard og oppfyller kvalitetskrav.

2.0 Teori

I denne delen vil vi presentere relevant teori. Kapittelet er naturlig inndelt i to, ettersom problemstillingen har to hovedtemaer: misligheter og grønnvasking. Innledningsvis tar vi for oss begrepene finansiell rapportering og misligheter. Videre presenterer vi mislighetstriangelet, et rammeverk som forklarer hvorfor misligheter begås. Deretter fremlegger vi det andre temaet hvor fokuset er grønnvasking. Vi starter med å definere bærekraft og bærekraftsrapportering. Avslutningsvis defineres grønnvasking og vi presenterer grønnvaskingstriangelet, som kan forklare årsakene til at grønnvasking oppstår.

2.1 Misligheter

2.1.1 Finansiell rapportering

Finansiell rapportering er prosessen med å kommunisere informasjon om en bedrifts økonomiske resultater ut til interessentene (Trombetta, 2022, s. 315). Hva som skal rapporteres følger av regelverket for bokføring, regnskap og revisjon, og annen rapportering slik som land-for-land-rapporteringen (Finansdepartementet, 2020). Den finansielle rapporteringen innebærer å utarbeide og publisere offentlige finansielle rapporter som gir en oversikt over bedriftens økonomiske resultat. Denne rapporteringen er viktig for at bedrifters interessenter skal ha mulighet til å bedømme hvordan den økonomiske situasjonen til bedriften er og dermed kunne ta gode beslutninger (Trombetta, 2022, s. 315).

2.1.2 Misligheter

I revisjonsstandarden ISA 240 punkt 2 fremkommer det at feilinformasjon kan oppstå som følge av en feil eller en mislighet (IAASB, 2009, s. 153). Begrepene skiller seg fra hverandre ved at en mislighet er en bevisst handling, mens en feil er en utilsiktet handling. Det defineres kun som mislighet dersom handlingen er en tilsiktet feil. Det kan imidlertid være utfordrende å fastslå hvorvidt handlingen skyldes unøyaktighet eller er bevisst. I standarden blir mislighet definert som "en bevisst handling begått av en eller flere personer innen ledelsen, av personer som har overordnet ansvar for styring og kontroll, av ansatte eller av andre, som innebærer uredelighet for å oppnå en urettmessig eller ulovlig fordel". Det skilles mellom to kategorier av misligheter; (1) uredelig regnskapsrapportering og (2) underslag av eiendeler (IAASB, 2009, s. 153).

2.1.2.1 Uredelig regnskapsrapportering

Uredelig regnskapsrapportering innebærer at viktig informasjon for korrekt regnskapsrapportering

manipuleres eller forfalskes (Moen & Havstein, 2017, s. 99). Motivet bak gjennomføring av uredelig regnskapsrapportering er ofte økonomisk vinning. Ved å gi uttrykk for at den økonomiske situasjonen er dårligere enn hva den faktisk er, kan det redusere grunnlaget for skatter og avgifter, og medføre lavere kostnader. Selskaper kan også velge å rapportere om høyere inntekter enn realiteten, for å gi inntrykk av at selskapet er vellykket og dermed opprettholde høye aksjekurser, bonuser og god omtale i media. Slik manipulering av regnskapet kan føre til at det oppstår et videre press om gode resultater som blir vanskelig å opprettholde (Olsen, 2007, s. 86–87).

2.1.2.2 Underslag av eiendeler

Underslag av eiendeler er en form for mislighet hvor en ansatt stjeler eiendeler som tilhører virksomheten og bruker dem til egen fordel. Personen som gjennomfører underslaget har som regel tilgang til eiendelene på grunn av sin stilling i virksomheten, og utnytter dette. Eksempelvis kan det være tyveri av inventar eller varer som tilhører bedriftens varelager. Underslag av eiendeler kan blant annet føre til omdømmetap og økonomiske tap for privatpersoner, virksomheter og samfunnet. I noen tilfeller kan det pågå i årevis før det blir oppdaget (Moen & Havstein, 2017, s. 100).

I 2018 hadde Økokrim en sak der en regnskapssjef og en bonde ble dømt for grovt underslag. Over en periode på 10 år hadde de underslått 49 millioner kroner fra Gartnerhallen. Tingretten uttalte at «denne typen økonomisk kriminalitet begås av ressurssterke personer, og er vanskelig å oppdage» (Økokrim, 2018). Dette er et eksempel på underslag av eiendeler hvor ressurssterke ansatte tilegner seg virksomhetens penger for egen vinning.

2.1.2.3 Reguleringer

Det er flere reguleringer innenfor misligheter som skal hjelpe til forebygging, tidlig oppdagelse, etterforskning og juridisk oppfølging. Eksempler på to regelverk som er med å bekjempe misligheter er regnskapsførerloven og revisorloven. Regnskapsførerloven § 4-2 (2) bokstav d sier blant annet at regnskapsførere kan underrette politiet dersom de har noe mistanke om en straffbar handling i regnskapet eller i andre tjenester (Regnskapsførerloven, 2022). Regnskapsførere spiller dermed en viktig rolle i å avdekke og forebygge misligheter gjennom sin tilgang til økonomisk informasjon og kontrollfunksjoner i bedriften. Dersom regnskapsførere har grunn til å tro at det foreligger mislighet i virksomheten, kan de umiddelbart informere politiet uten at taushetsplikten vil være et hinder.

2.1.2.4 Hvitvasking

Hvitvasking er en form for økonomisk kriminalitet hvor utbytte fra straffbare handlinger gjøres om til

lovlig inntekt eller formue (Moen & Havstein, 2017, s. 97). Eksempler på handlinger hvor hvitvasking ofte er involvert er narkotikahandel, ran, underslag, skattesvik, innsidehandel eller korrupsjon (Iversen, 2021). Hvitvasking og misligheter er nært beslektet ettersom noen misligheter kan være første ledd i hvitvasking. Et eksempel på denne sammenhengen er en sak fra 2019 der en IKEA-ansatt ble dømt for grovt underslag på over 3 millioner kroner ved å lage falske returer og underslå kontanter. Pengene brukte han på å kjøpe dyre merkevarer og dermed integrere det i legal økonomi. Hele handlingsforløpet førte til at han ble dømt for grov hvitvasking (Skille & Skarrud, 2019).

2.1.3 Mislighetstriangelet

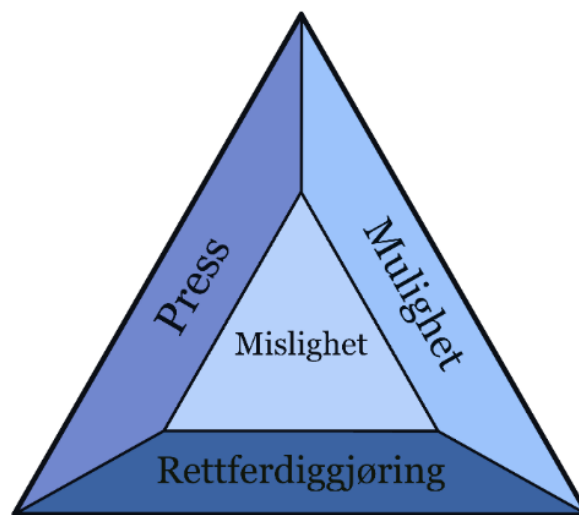
Det er ulike faktorer som kan føre til at misligheter begås. Kriminologen Donald Cressey (1953) undersøkte hvorfor personer velger å begå misligheter og utviklet på bakgrunn av dette rammeverket «mislighetstriangelet». Mislighetstriangelet beskriver hvilke tre faktorer som må være til stede for at personer velger å begå misligheter. Disse faktorene er press/motivasjon, mulighet og rettferdiggjøring (Moen & Havstein, 2017, s. 101).

Utgangspunktet for misligheter er i mange tilfeller at det oppstår press/motivasjon hos personen som utfører den kriminelle handlingen. Det skilles mellom et reelt og oppfattet press. Press kan blant annet oppstå som følge av krav om gode resultater fra ledelsen, personlig press om økt formue eller redsel for å miste jobben. Når ledere på arbeidsplasser krever bedre resultater, kan det oppstå et reelt press som gjør at motivasjonen for å gjennomføre en mislighet er til stede (Moen & Havstein, 2017, s. 101). En annen faktor som kan føre til press er omgivelsene. Omgivelser kan påvirke en persons oppførsel ved å skape et oppfattet press som kan føre til ulovlige handlinger. Eksempler på dette er behov for økt formue, høyt forbruk, stor suksess og godt omdømme (Murphy & Free, 2016, s. 45). Ettersom samfunnet og kulturen fokuserer på materialistiske verdier og prestisje som symbol på suksess, kan dette være en årsak til at presset fra omgivelsene oppstår. Resultatet er at noen mennesker velger å utføre ulovlige handlinger for å oppfylle disse kravene.

For å begå en mislighet må muligheten være til stede. Dette innebærer at den som utfører handlingen må ha stor tro på at misligheten ikke vil bli oppdaget (Moen & Havstein, 2017, s. 101). Manglende internkontroller i bedriften er en av årsakene til at misligheter oppstår, ettersom det gir mulighet til å gjennomføre misligheter. Gjennom gode rutiner og kontroller kan mistenksomme overføringer, manipulasjon av salgstall eller uttak av eiendeler kontrolleres og ulovlige handlinger oppdages. (Moen & Havstein, 2017, s. 102). Det er vanskelig å helt eliminere muligheten for at det kan begås misligheter, men ved å ha gode systemer for internkontroll, kan risikoen reduseres og forebygges (Moen &

Havstein, 2017, s. 99).

Den siste faktoren i mislighetstriangelet er rettferdiggjøring som handler om personlige holdninger (Moen & Havstein, 2017, s. 102). Karakter, etiske verdier og holdninger kan for noen rettferdiggjøre å begå en ulovlig handling (Murphy & Free, 2016, s. 44). Dette kan for eksempel innebære at en person føler seg fortjent til en bonus for høy innsats på jobb og forsvarer dermed at det er rettferdig å gjennomføre underslag av eiendeler. Det kan også være generelle holdninger hvor personer tenker at «alle andre gjør det» eller «ingen vil bli skadet av det jeg gjør». Slike holdninger kan føre til at personer opplever at misligheten er akseptabel eller til og med rettferdig (Moen & Havstein, 2017, s. 102).



Figur 1 – Mislighetstrangelet

2.2 Grønnvasking

2.2.1 Bærekraft og bærekraftsrapportering

I 1987 utarbeidet Brundtland-kommisjonen den velkjente definisjon av bærekraftig utvikling: «en utvikling som imøtekommer dagens behov uten å ødelegge mulighetene for at kommende generasjoner skal få dekket sine behov». Det er tre dimensjoner som skal jobbes med for å oppnå en bærekraftig utvikling: (1) klima og miljø, (2) økonomi og (3) sosiale forhold (FN, 2021).

Bærekraftsrapportering er en form for ikke-finansiell rapportering hvor bedrifter presenterer sine økonomiske, sosiale og miljømessige resultater (Krawczyk, 2021). Rapporteringen gir flere fordeler for den enkelte bedrift, for eksempel bedre risikostyring og beslutningsprosesser, kostnadsutt og økt tillit blant interessenter. I likhet med finansiell rapportering, er bærekraftsrapportering viktig for å øke åpenhet, troverdighet og tillit i næringslivet (Revisorforeningen, u.å.-a).

2.2.1.1 Hvem som er pålagt bærekraftsrapportering i dag

EUs bærekraftsdirektiv, Corporate sustainability reporting directive (CSRD), tredde i kraft 5. januar 2023. Direktivet innebærer at alle børsnoterte og store selskaper i EU vil, fra 2024, være pålagt å rapportere om bedriftens risiko og påvirkning knyttet til miljø og samfunn (European Commission, u.å.). CSRD vil erstatte det någjeldende direktivet Non-Financial Reporting Directive (NFRD). Finansdepartementet ønsker at norske selskaper som har vært underlagt virkeområdet NFRD skal følge samme tidslinje som EU. Disse selskapene skal dermed starte med bærekraftsrapportering fra januar 2024 (Finans Norge, 2022).

I dag er det kun store foretak som er pålagt bærekraftsrapportering på bakgrunn av regnskapsloven (rskl.) kapittel 3 «årsregnskap og årsberetning». Etter rskl. § 3-3c skal store foretak «utarbeide en redegjørelse om samfunnsansvar som minst omhandler miljø, sosiale forhold, arbeidsmiljø, likestilling og ikke-diskriminering, overholdelse av menneskerettigheter og bekjempelse av korrupsjon og bestikkelser». Dette innebærer at store foretak har plikt til å rapportere om sin bærekraftssituasjon. Store foretak defineres i rskl. § 1-5 som allmennaksjeselskaper, børsnoterte foretak og andre regnskapspliktige bedrifter dersom de tilfredsstiller bestemte krav fastsatt i forskrift gitt av departementet (*Regnskapsloven, 1999*).

Små og mellomstore bedrifter (SMB) er enda ikke underlagt lover på bærekraftsrapportering ettersom kravene i rskl. § 3-3c og utarbeidelsen av årsberetningen ikke gjelder for SMB etter rskl. § 3-3a. Små foretak er definert i rskl. § 1-6, og er bedrifter som ikke overskrider grensene for to av tre følgende vilkår: (1) salgsinntekt på 70 millioner kroner, (2) balansesum på 35 millioner kroner og (3) gjennomsnittlig antall ansatte i regnskapsåret på 50 årsverk, og som ikke defineres som store foretak. Øvrige foretak, også kalt mellomstore bedrifter, er virksomheter som ikke tilfredsstiller kravene for små eller store foretak. (*Regnskapsloven, 1999*).

2.2.1.2 Revisorer og regnskapsførere sine ulike roller

Både regnskapsførere og revisorer driver med regnskap og bedriftsøkonomi. Rollene og fokuset deres er imidlertid ulike. Kort oppsummert jobber regnskapsførere for bedrifter hvor de bidrar til at disse skal få korrekte regnskap. Dette skjer gjennom for eksempel rådgivning og direkte utarbeiding av regnskapet. På den andre siden gjennomfører en revisor kontrollen av regnskapet og er en representant for blant annet selskapets eiere, ansatte og kunder (Regnskap Norge, u.å.-b).

Selv om regnskapsførere og revisorer har ulike roller, kan begge være med i utarbeidelsen av

bærekraftsrapporter. I 2021 ble en ny, frivillig standard (NRSR) for bærekraftsrapportering for SMB utviklet av Regnskap Norge. Den administrerende direktøren i Regnskap Norge uttalte at ettersom regnskapsførere allerede fører det finansielle regnskapet for kundene, er det en gylden mulighet for at de også kan gi kunder rådgivning innen bærekraftsrapportering (Regnskap Norge, u.å.-c).

Revisorer har ansvaret for kontrollen av regnskapet og blir sett på som allmenhetens tillitsperson. På revisorforeningens hjemmeside står det at det er avgjørende at revisorer bidrar i den bærekraftige utviklingen av norske bedrifter, og hjelper med å sikre langsiktig vekst og verdiskaping. De nevner fem punkter for hvordan revisorer kan hjelpe kundene sine med bærekraft: (1) gjennom bevisstgjøring, (2) gi råd angående prioriteringer, (3) implementering av strategi, (4) verifisere data og informasjon innhentet gjennom målinger og (5) verifisere og kvalitetssikre rapporteringen (Revisorforeningen, u.å.-b).

2.2.2 Grønnvasking

Grønnvasking er en form for villedende markedsføring der et produkt eller virksomhet fremstilles mer miljøvennlig enn hva den egentlig er, ved for eksempel å bruke vage, overdrevne eller feilaktige påstander om produktet. I mange tilfeller kan grønnvasking være vanskelig å oppdage for forbrukere og kan føre til at de tar feilaktige beslutninger i troen på at de støtter en miljøvennlig praksis (Svanemerket, 2022).

Grønnvasking er et forsøk på å skaffe seg fordeler eller unngå kritikk. I dag er det ikke et direkte lovverk som sier at grønnvasking er en straffbar handling. Imidlertid kan grønnvasking være et brudd på markedsføringsloven ettersom det i mange tilfeller er villedende eller falsk markedsføring. Markedsføringsloven § 8 omtaler «villedende utelatelser» som en handling der en utelater eller skjuler vesentlige opplysninger for forbrukeren, som gjør at forbrukeren ikke kan ta en informert økonomisk beslutning (Markedsføringsloven, 2009). Det betyr at det etter markedsføringsloven er forbudt å gjennomføre en slik handling som villeder forbrukeren. For å unngå at bedrifter grønnvasker, har Forbrukertilsynet utarbeidet en veiledning om bruk av bærekraftspåstander i markedsføring (Forbrukertilsynet, 2022). I tillegg har EU lagt frem et forslag om strengere regelverk og bøter mot grønnvasking. Dersom denne endringen innføres kan det føre til at færre grønnvasker, som følge av at det da vil være et brudd på loven og gi store bøter for bedriftene (Svanemerket, 2023).

2.2.2.1 Likheter mellom grønnvasking og misligheter

John Richard Kurpierz og Ken Smith har i forskningsartikkelen «The Greenwashing Triangle: Adapting

Tools from Fraud to Improve CSR Reporting» undersøkt likhetene mellom grønnvasking og misligheter (Kurpierz & Smith, 2020, s. 2). De brukte Albretch et al. sin syv-trinns prosess som beskriver misligheters innhold; (1) en uttalelse, (2) om et materielt punkt, (3) som er falskt, (4) og laget på en bevisst eller uforsvarlig måte, (5) som er trodd, (6) og handlet ut fra offeret, (7) og til skade for offeret. Grønnvasking sammenfaller med mange av trinnene, spesielt trinnene (1) en uttalelse, (3) som er falsk og (4) laget på en bevisst eller uforsvarlig måte. I tillegg oppfylles punktene fem til syv, fordi grønnvasking kan føre til konsekvenser for forbrukere som blir overbevist til å kjøpe grønnvaskede produkter. Resultatet av dette kan være at forbrukerne tror de tar gode miljøvennlige valg, mens de i realiteten bidrar til forurensing ved å støtte disse bedriftene. Ettersom grønnvasking oppfyller seks av syv trinn i prosessen, kan det bli sett på som en underkategori av misligheter (Kurpierz & Smith, 2020, s. 4).

2.2.3 Grønnvaskingstriangelet

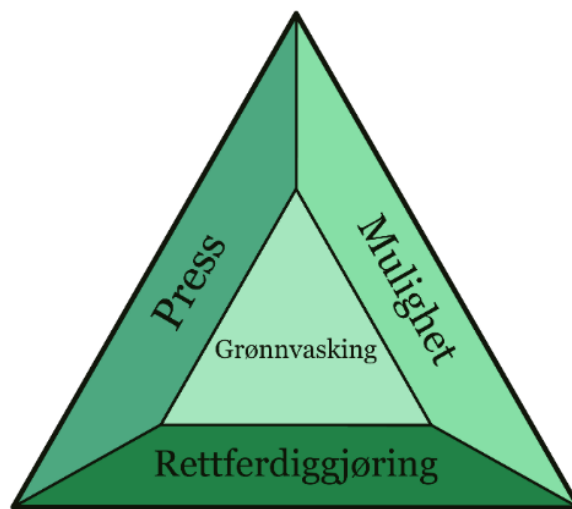
Med utgangspunkt i likhetene mellom grønnvasking og misligheter, har Kurpierz og Smith utviklet en modell som skal benyttes som et rammeverk for å oppdage, bekjempe og redusere bedrifters grønnvasking. Denne modellen blir omtalt som «grønnvaskingstriangelet», og baserer seg på teori fra mislighetstriangelet (Kurpierz & Smith, 2020, s. 2). Forskerne illustrerte at tre faktorer, press, mulighet og rettferdiggjøring, må være til stede for at bedrifter kan begå grønnvasking (Kurpierz & Smith, 2020, s. 12).

Hovedgrunnen til at grønnvasking oppstår er at bedriftene føler seg presset (Kurpierz & Smith, 2020, s. 2). Bedrifter opplever et stort sosialt press om å tilpasse seg omstendighetene, ettersom etterspørselen etter CSR-rapportering har økt. CSR-rapporten er ikke fullstendig utviklet, og det er ikke strenge krav mot uredelig rapportering. Dette kan føre til at ledere blir motivert til å fremstille virksomheten sin miljøvennlig (Kurpierz & Smith, 2020, s. 9). Å redusere presset for å begå grønnvasking er komplisert og vanskelig, fordi press er en kombinasjon av høye standarder og store insentiver. Når interessentene får økt interesse for bærekraft, blir presset til grønnvasking høyere (Kurpierz & Smith, 2020, s. 13).

Mulighet er den andre faktoren som må være til stede for at grønnvasking begås (Kurpierz & Smith, 2020, s. 12). I forrige avsnitt ble det nevnt at CSR-rapporten fortsatt er under utvikling og mangler strenge krav og retningslinjer (Kurpierz & Smith, 2020, s. 9). Dette gir bedriftene muligheter til å gjennomføre uredelig rapportering, fordi de ikke risikerer å bli straffet dersom de blir oppdaget. For å redusere mulighetene må det implementeres internkontroller, sterke rapporteringsstandarder og

grundig journalføring. Dette var også viktige faktorer da bedrifter startet med finansiell rapportering, som førte til færre misligheter (Kurpierz & Smith, 2020, s. 13).

Den siste faktoren i grønnvaskingstriangelet er rettferdiggjøring (Kurpierz & Smith, 2020, s. 12). Dersom en person har gode holdninger og god moral, kan vedkommende velge å avstå fra å grønnvaske til tross for at press og mulighet er til stede (Kurpierz & Smith, 2020, s. 6). Rettferdiggjøring er en indre psykologisk tilstand, og derfor den vanskeligste faktoren å eliminere (Kurpierz & Smith, 2020, s. 9). Forskerne beskriver at rettferdiggjøring kan reduseres dersom bedriften tilføres idealer med gode holdninger (Kurpierz & Smith, 2020, s. 13).



Figur 2 – Grønnvaskingstriangelet

3.0 Metode

I dette kapittelet vil oppgavens metode bli presentert, hvor vi beskriver ulike valg og vurderinger som er tatt for å besvare problemstillingen. Innledningsvis blir det gjort rede for valg av forskningsmetode, etterfulgt av en beskrivelse av datainnsamlingen. Datainnsamlingen tar for seg utvalgsstrategien vår, intervjuguidens utforming, gjennomføringen av dybdeintervjuene, en oversikt over de utvalgte respondentene, samt en beskrivelse av forskningsetikken. Avslutningsvis evaluerer vi metoden vi har benyttet og gir en vurdering av datamaterialets kvalitet basert på validitet og reliabilitet.

3.1 Valg av forskningsmetode

Samfunnsvitenskapelig metode er en «systematisk og planmessig framgangsmåte for å etablere pålitelig kunnskap og holdbare teorier innenfor fagområdet» (Grønmo, 2017, s. 41). Valget av hvilken forskningsmetode som skal brukes avhenger av oppgavens problemstilling, og vi ønsker å velge den metoden som egner seg best for å belyse problemstillingen vår.

Det skilles mellom kvalitativ og kvantitativ metode, der forskjellen mellom metodene er knyttet til de ulike egenskapene ved dataene som samles inn og analyseres (Grønmo, 2017, s. 22). Ved å benytte en kvalitativ metode studeres få enheter, for å oppnå dybde og forståelse av spesifikke fenomener. Dataene som samles inn lar seg ikke tallfeste og fremstilles derfor vanligvis i form av tekst (Grønmo, 2023a). I kvantitativ metode omfatter studien mange enheter, fordi man ønsker å forklare ulike samfunnsforhold. I motsetning til kvalitative studier, vil dataene som innhentes bli uttrykt i form av tall eller andre mengdetemer (Grønmo, 2023b).

For å finne hvilken metode som var best egnet for vår oppgave, tok vi utgangspunkt i hvilken type problemstilling vi hadde valgt. Det skilles mellom tre typer problemstillinger: (1) beskrivende (eksplorerende), (2) forklarende og (3) forstående. I beskrivende problemstillinger er formålet å se på hvordan et samfunnsforhold faktisk er, hvordan det endres og hvordan det varierer. (Grønmo, 2017, s. 79). Vår problemstilling stiller spørsmål til hvilke erfaringer regnskapsførere og rådgivere har innen misligheter og grønnvasking. Dette indikerer at problemstillingen er beskrivende, ettersom vi skal undersøke hvilke erfaringer respondentene har, og om det varierer mellom respondentene. Vi har valgt en kvalitativ studie, ettersom eksplorerende undersøkelser ofte baserer seg på kvalitative tilnærminger, og det gir oss muligheten til å gå i dybden ved å studere spesifikke forhold (Grønmo, 2017, s. 100).

3.2 Datainnsamling

3.2.1 Utvalgsstrategi

I ethvert forskningsprosjekt er det hensiktsmessig å ha en utvalgsstrategi for å velge ut hvem studien skal omfatte. Ved strategisk utvelgning i kvalitative studier rekrutteres respondenter basert på systematiske vurderinger av hvilke enheter som, ut fra teoretiske og analytiske formål, er mest relevante og interessante (Grønmo, 2017, s. 103). For å besvare forskningsspørsmålene i studien, har vi valgt å avgrense hvilke forhold som skal studeres. Utvelgelsen av respondenter baserte seg på eksterne regnskapsførere og rådgivere innen regnskapsbransjen, med relevante kunnskaper om misligheter og grønnvasking.

Utvalgsstørrelsen definerer hvor mange respondenter som skal inkluderes i studien, og varierer fra å være små til store. Valget avhenger av både metodologiske og ressursmessige vurderinger. De metodologiske vurderingene gir grunnlag for hvor stort utvalget må eller bør være for å kunne gjennomføre studien, mens de ressursmessige vurderingene dreier seg om hvor stort utvalget kan eller skal være (Grønmo, 2017, s. 106). Vi ønsket å inkludere både store og små regnskapsbyråer i vårt utvalg. For å velge hvilke store regnskapsbyråer vi skulle inkludere, benyttet vi Centiga sin oversikt over de 10 største regnskapsbyråene for 2022 (Nielsen, 2022). Ved utvelgelsen av de små regnskapsbyråene, benyttet vi Regnskap Norge sin oversikt over autoriserte medlemsbedrifter (Regnskap Norge, u.å.-a).

Vi hadde et mål om å intervju fem respondenter fra ulike regnskapsbyråer. For å oppnå dette, sendte vi i første omgang e-post til 19 bedrifter i ulike størrelser. Av disse bedriftene svarte tre positivt på forespørselen, syv bedrifter kunne ikke stille til intervju og ni bedrifter besvarte ikke e-posten. Etter to uker uten respons, sendte vi purring til de som ikke hadde svart. Samtidig bestemte vi oss for å kontakte flere bedrifter på grunn av den lave responsraten. Vi søkte på nett etter flere aktuelle bedrifter og sendte e-post til 13 nye. Av de bedriftene vi purret på, takket én bedrift ja til deltakelse, mens to bedrifter svarte at de ikke kunne delta. De resterende seks bedriftene ga ingen tilbakemelding. Av de siste 13 bedriftene vi kontaktet, ønsket én å delta, fire kunne ikke delta og åtte bedrifter ga ingen respons. Totalt hadde vi nå fem bedrifter å intervju, i tråd med vårt opprinnelige mål.

Vi følte at utvalget var noe begrenset og valgte derfor å kontakte flere bedrifter. I tillegg til å følge opp de bedriftene som ikke svarte, sendte vi e-post til 14 andre regnskapsbyråer. Dessverre var det også lite respons fra disse bedriftene, da kun to bedrifter ønsket å stille til intervju. Videre forsøkte vi via telefon og LinkedIn å kontakte noen av de store bedriftene som ikke hadde besvart våre henvendelser.

Vi fikk stort sett ikke svar fra de bedriftene vi ringte, bortsett fra én bedrift som sa at hen skulle ringe oss tilbake, noe personen ikke gjorde. Meldingene som ble sendt på LinkedIn ble ikke besvart. Dermed endte vi opp med et utvalg på syv respondenter.

På forhånd var vi forberedt på at noen bedrifter antakelig ikke hadde mulighet til å bidra i forskningsprosjektet vårt. Vi tok derfor kontakt med flere bedrifter i forhold til ønsket mengde for utvalget vårt. For bedriftene som takket nei, var den gjentakende begrunnelsen at bransjen var i en travel og hektisk periode med blant annet årsoppgjør. Dermed hadde de ikke anledning til å avsette tid utover leveranse til deres kunder. Andre grunner inkluderte sykdom på kontoret, at regnskapskontorer med andre typer kunder ville være mer nyttige for oss enn deres bedrift, at selskapet var under avvikling, og at bedriften hadde forpliktet seg til å bistå i andre oppgaver.

Totalt tok vi kontakt med 46 bedrifter, hvorav syv ønsket å delta i intervjuene. Vi sendte hovedsakelig e-post til personer i lederposisjoner, men i noen tilfeller var det vanskelig å finne kontaktopplysninger. I disse tilfellene valgte vi å kontakte en generell e-postadresse som tilhørte bedriften. Hensikten med å kontakte personer i lederposisjoner, istedenfor direkte til ulike regnskapsførere eller rådgivere, var at vi ønsket å få henvisninger til aktuelle ansatte i bedriften som de mente kunne bidra til å besvare problemstillingen vår på best mulig måte.

3.2.2 Dybdeintervju

For å samle inn kvalitativ data har vi benyttet dybdeintervjuer, ettersom vi er interessert i respondentens personlige erfaringer, opplevelser og meninger. Et dybdeintervju kan variere mellom ytterpunktene strukturert og ustrukturert. Mellom disse finner vi en semistrukturert form som kjennetegnes ved at den tar utgangspunkt i en overordnet intervjuguide, mens tema, spørsmål og rekkefølge kan variere. Det bidrar til at vi kan bevege oss fritt frem og tilbake i intervjuguiden for å skape best mulig flyt i intervjuet (Johannessen et al., 2021, s. 107-108). Vi har valgt å gjennomføre alle dybdeintervjuene med en semistrukturert form, hvor deltakerne står fritt til å svare på den måten de ønsker (Magnusson & Marecek, 2015, s. 47).

3.2.2.1 Intervjuguide

Intervjuene tar utgangspunkt i en intervjuguide, som er en viktig del av forberedelsen til den kvalitative datainnsamlingen. Intervjuguiden skal i grove trekk beskrive hvordan gjennomføringen av intervjuet skal være, samt hvilke temaer som skal tas opp med respondenten (Grønmo, 2017, s. 168). Den bidrar blant annet til at intervjuer ikke sporer av under intervjuet, at det blir stilt passende

oppfølgingsspørsmål og at det blir innhentet relevant informasjon for studien. Studiens respondenter fikk tilsendt intervjuguiden på forhånd, som både kan by på fordeler og ulemper. Ulempen med å sende intervjuguiden på forhånd er at vi muligens får mindre ærlige svar ved at respondentene kan prøve å skjule negative forhold i bedriften. Vi vurderte det likevel som en stor fordel, fordi vi ønsket at svarene fra respondentene skulle være så utfyllende som mulig. Respondentene hadde da muligheten til å forberede seg på hva intervjuet skulle handle om. Dersom respondentene ikke hadde fått intervjuguiden tilsendt på forhånd, måtte de tatt stilling til spørsmålene underveis i intervjuet. Dette kan da medføre at svarene respondentene gir blir mindre utfyllende enn ønsket.

Proessen med å utforme en intervjuguide starter med å gjennomgå studiens problemstilling og forskningsspørsmål, som er de spørsmålene vi ønsker å svare på i forskningsprosjektet (Magnusson & Marecek, 2015, s. 50). I vår studie hadde vi to forskningsspørsmål vi ønsket å undersøke:

1. Hvilke erfaringer og kunnskaper innen misligheter har regnskapsførere og rådgivere?
2. Hvilke tanker og erfaringer innen grønnvasking har regnskapsførere og rådgivere?

For å utforme mer konkrete spørsmål til intervjuguiden, startet vi med å dele den inn i to temaer basert på de to forskningsspørsmålene våre. Det første temaet handler om regnskapsførerens og rådgiverens rolle i å avdekke straffbare handlinger, mens det andre handler om deres roller i forhold til grønnvasking. Videre formulerte vi intervju spørsmål som vi ønsket å stille respondentene. Disse spørsmålene skal bidra til å besvare forskningsspørsmålene. Intervju spørsmålene hjelper respondentene med å dele sine egne erfaringer og personlige refleksjoner. Svarene fra hver respondent danner datamaterialet som senere skal analyseres for å belyse problemstillingen og forskningsspørsmålet (Magnusson & Marecek, 2015, s. 50).

Totalt stilte vi fem spørsmål knyttet til misligheter og seks spørsmål som omhandlet grønnvasking. I tillegg stilte vi oppfølgingsspørsmål når det var nødvendig å innhente mer informasjon eller når noe var uklart. Nedenfor er noen eksempler på intervju spørsmål som vi utarbeidet for temaet om regnskapsførerens og rådgiverens rolle i å avdekke straffbare handlinger:

- Kan du fortelle om dine personlige erfaringer med kunder der misligheter har blitt diskutert eller avdekket?
- Det kan være flere faktorer til at misligheter oppstår, hva opplever du som den/de mest fremtredende faktorene?
- Hva tenker du er din oppgave i bedriften for å bidra til å forhindre at straffbare handlinger / misligheter oppstår?

Før selve intervjuet startet, la vi vekt på å etablere en god relasjon med respondenten for å skape en komfortabel atmosfære for intervjuet. Vi introduserte bachelorgruppen, forskningsprosjektet og formålet med intervjuet. Videre informerte vi respondenten om at samtalen ville bli tatt opp på lyd, noe som også ble informert om i informasjonsskrivet som ble tilsendt på e-post i forkant. Vi gjentok denne informasjonen for å sikre oss om at respondenten ga samtykke til lydopptak.

Intervjuguiden vår er delt inn i fire deler. Den første inneholder spørsmål om respondenten selv, den andre om regnskapsførerens og rådgiverens rolle i å avdekke straffbare handlinger, den tredje om regnskapsførerens og rådgiverens rolle i forhold til grønnvasking, og den fjerde inneholder avslutningsspørsmål. I første del inkluderte vi tre demografiske spørsmål, dvs. spørsmål om respondentens stilling, utdanning og antall års erfaring innen regnskapsføring og/eller rådgivning (Magnusson & Marecek, 2015, s. 56). Hensikten med å samle inn slik bakgrunnsinformasjon, var å kunne undersøke om eventuelle forskjeller mellom respondentenes svar i hoveddelen av intervjuet kunne knyttes til deres stilling eller antall års erfaring.

Hoveddelen av intervjuet tar for seg både del to og del tre av intervjuguiden. Her er fokuset å samle historier, erfaringer og refleksjoner fra respondentene. De første spørsmålene er utformet slik at de skulle være enkle å svare på. Bakgrunnen for dette var at respondentene ikke skulle føle seg usikre på hva de skulle svare, og for å unngå å berøre følsomme eller sensitive temaer hos respondentene (Magnusson & Marecek, 2015, s. 56).

I andre del av intervjuguiden fokuserte vi på misligheter. Vi startet med å informere respondenten om regnskapsførerloven § 4-2 (2) bokstav d. Videre forklarte vi definisjonen av misligheter, før vi begynte å stille spørsmål om respondentens personlige erfaringer og forhold knyttet til temaet. Hensikten med disse spørsmålene var å få oversikt over respondentenes varierende kjennskaper innen misligheter. Vi ønsket også å finne ut hva respondentene opplever som de mest fremtredende faktorene til misligheter. Formålet med dette spørsmålet var å sammenligne respondentenes svar opp mot mislighetstriangelet, og se om det var forskjeller i deres oppfatninger. Deretter stilte vi spørsmål om respondentenes roller i bedriften for å bidra til å forhindre straffbare handlinger og misligheter, og om bedriften de jobber i har egne retningslinjer for å forhindre dette. Hensikten med disse spørsmålene var å undersøke hva regnskapsførere og rådgivere kan bidra med for å redusere de ulike faktorene i mislighetstriangelet.

Intervjuguidens tredje del fokuserer på respondentenes forhold til grønnvasking. Før vi begynte å stille spørsmål, forklarte vi definisjonene til begrepene bærekraftsrapportering og grønnvasking. Deretter

stilte vi spørsmål knyttet til bærekraftsrapportering for å innhente informasjon om respondenten sin bedrifts praksis på dette området. Vi vil også undersøke om det har sammenheng med respondentenes svar på de videre spørsmålene. Vi spurte respondentene om å definere grønnvasking, for å undersøke deres forståelse, og for å avdekke deres forhold til fenomenet. Ettersom forskning viser at grønnvasking kan være en type mislighet, spurte vi respondentene om deres tanker til dette, og om respondentene ser eventuelle likheter. Videre spurte vi hvilke faktorer de mener er mest fremtredende til at grønnvasking oppstår. Hensikten er å undersøke om respondentenes tanker om årsaker til grønnvasking samsvarer med grønnvaskingstriangelet. Til slutt spurte vi respondentene om hvilke fremtidige roller regnskapsførere kan ha når det gjelder rapportering på bærekraft, og å forhindre og avdekke grønnvasking. Hensikten med dette spørsmålet er undersøke hva regnskapsførere kan bidra med i bærekraftsrapporteringen, og hvordan faktorene i grønnvaskingstriangelet kan reduseres.

I siste og fjerde del av intervjuguiden stilte vi noen avslutningsspørsmål. Vi spurte først om respondentene ønsket å legge til noe relevant i intervjuet som kunne være nyttig for oppgaven og temaet. Dette spørsmålet ga respondentene muligheten til å reflektere over svarene sine, og eventuelt legge til informasjon som de mente var nødvendig. Videre spurte vi om de hadde noen forslag til andre personer som vi kunne ta kontakt med, slik at vi kunne inkludere flere relevante respondenter i studien. Avslutningsvis takket vi dem for å ha tatt seg tid til å delta i arbeidet vårt med bacheloroppgaven.

3.2.2.2 Gjennomføring av intervju

Vi gjennomførte intervjuene i perioden 15. til 24. mars. Valg av sted for intervjuet varierte mellom å være hos den enkelte bedrift, på Høgskulen på Vestlandet eller digitalt over teams, alt etter som hva respondenten foretrakk. I intervjuprosessen valgte vi at to personer fra gruppen skulle være til stede i hvert intervju. Den ene hadde ansvar for å holde intervjuet, mens den andre tok enkle notater underveis og stilte eventuelle oppfølgingsspørsmål dersom det var nødvendig. Vi synes at dette var den mest optimale måten å gjennomføre intervjuet på, slik at vi oppnådde en god flyt i samtalen, samtidig som vi unngikk å snakke i munnen på hverandre. Intervjuene hadde en varighet på 20-60 minutter, med unntak av et intervju som varte i 1 time og 18 minutter. Det ble tatt lydopptak av alle intervjuene fordi vi ønsket å konsentrere oss om samtalen. Selv om vi tok enkle notater underveis, passet vi på at fokuset var på samtalen da respondenten kan oppleve at det er forstyrrende når intervjuer noterer. I etterkant av intervjuene ble lydopptakene transkribert og brukt videre i analysedelen. Lydopptakene var kun tilgjengelige for studentene i bachelorgruppen vår.

Et problem som kan oppstå ved å benytte lydopptak i intervju er at det kan påvirke respondentens atferd i negativ retning. Respondenten kan reagere på å bli intervjuet, og vi som intervjuer får gjerne ikke så mye informasjon som vi ønsket fordi respondenten holder tilbake (Grønmo, 2017, s. 21). Dette kalles for reaktivitet, og vi ønsker å oppnå så liten grad av reaktivitet som mulig. For å minimere denne risikoen informerte vi respondentene på forhånd om at det under intervjuene ville bli tatt lydopptak. Dette ble inkludert i informasjonsskrivet som ble sendt per e-post i forkant av intervjuene, og alle respondentene måtte skrive under på en samtykkeerklæring. Hensikten var å hjelpe respondentene med å forberede seg, og redusere sjansen for at gjennomføringen av forskningen påvirker respondentenes atferd når de blir studert.

3.2.3 Respondenter

Som nevnt i punkt 3.2.1 baserte vi utvalgsstrategien vår på både store og små regnskapsbyråer. For å komme i kontakt med de ulike byråene tok vi i bruk verktøy som E-post, telefon og LinkedIn. Noen bedrifter svarte med en gang, andre bedrifter purret vi gjentatte ganger på, og noen fikk vi aldri svar fra. Totalt svarte 23 bedrifter, hvorav syv hadde mulighet til å stille til intervju. Gjentakende for bedriftene som takket nei til deltakelsen var at de ikke hadde ledig kapasitet og tid til å prioritere intervju, fordi regnskapsbransjen er i den travleste perioden i året. Vi intervjuet syv respondenter, og har inkludert seks¹ av respondentene videre i vårt arbeid.

Tabellen nedenfor gir en oversikt over de seks respondentene som har blitt intervjuet knyttet til vårt forskningsprosjekt. For å overholde anonymiteten til hver enkelt respondent, har vi navngitt de med en tilhørende bokstav fra A-F. Når respondentene siteres i oppgavens analysedel, vil vi benytte disse forkortelsene. Den ene bedriften stilte med to respondenter, E1 og E2. Ettersom de utfylte hverandre og svarte på ulike spørsmål, blir de i analysedelen sett under ett og oppført som respondent E. Tabellen på neste side inneholder informasjon om intervjuenes varighet, bedriftenes størrelse, den enkeltes stilling og erfaring.

¹ Vi har i etterkant av intervjuene avtalt med én respondent om å ikke inkludere hen i oppgaven vår ettersom personen ønsket en omfattende justering av transkriberingen, noe vi ikke hadde kapasitet til.

Respondent	Intervjuets varighet	Bedriftens størrelse	Stilling	Erfaring
A	26 min	SMB	Daglig leder, regnskapsfører	Respondenten er daglig leder i selskapet og er statsautorisert regnskapsfører. Hen har jobbet innenfor fagområdet økonomi i 18 år, både i utlandet og i Norge.
B	23 min	Stor bedrift	Daglig leder, rådgiver	Respondenten er daglig leder i selskapet og jobber med digitale løsninger på bærekraftsrapportering og tilhørende rådgivningstjenester. Hen har jobbet aktivt med regnskapsbransjens rolle i det grønne skiftet. Tidligere har responderten hatt ulike lederroller og jobbet som revisor i ulike selskaper.
C	20 min	SMB	Daglig leder, regnskapsfører	Respondenten er daglig leder i selskapet og er statsautorisert regnskapsfører. Hen har jobbet med fagområdet regnskap i 8-9 år.
D	1 time og 18 min	SMB	Regnskapsfører	Respondenten er én av eierne i selskapet og er statsautorisert regnskapsfører. Hen har jobbet med fagområdet økonomi i Forsvaret, kommunen og regnskapsbyrå. Til sammen har responderten 35 års erfaring, hvorav 10 år i regnskapsbransjen.
E1	23 min	SMB	Forretningsutvikler, rådgiver	Respondenten jobber som forretningsutvikler og med generell ledelse i selskapet. Hen er utdannet siviløkonom, er autorisert

				finansanalytiker og autorisert bærekraftsanalytiker. Hen har i flere år jobbet med rådgivning innenfor feltet økonomi.
E2	23 min	SMB	Daglig leder, regnskapsfører	Respondenten er daglig leder i selskapet og har vært i stillingen i 12 år. I tillegg har hen jobbet i ulike andre selskaper innenfor fagområdet finans, blant annet som revisor.
F	32 min	Stor bedrift	Avdelingsleder, regnskapsfører	Respondenten er avdelingsleder for kundeleveranse i selskapet. Respondenten har 3 års erfaring innenfor regnskapsbransjen, fordelt på å være regnskapsfører og avdelingsleder.

Tabell 1 – Oversikt over respondentene

3.2.4 Forskningsetikk ved intervju

Forskningsetikk handler om de etiske aspektene, hvor forskeren skal sikre at all forskning skjer i henhold til forskningsetiske normer (*Forskningsetikk*, 2018). Dermed har vi som bachelorgruppe et ansvar for å følge disse normene. Ved intervju innhenter vi ulike personopplysninger. For å kunne starte prosessen med å intervjuer, må vi i forkant sende inn et meldeskjema om vår behandling av personopplysninger i forskningen til Sikt – Kunnskapssektorens tjenesteleverandør. De skal vurdere om vår behandling av personopplysninger er i samsvar med personvernregelverket, og dersom det er i samsvar, godkjennes meldeskjemaet. Når vurderingen er godkjent, kan vi begynne å intervjuer de aktuelle respondentene som ønsker å delta i vårt forskningsprosjekt. Se vedlegg 1 for Sikt sin vurdering av vårt meldeskjema for behandling av personopplysninger.

Respondentene som er tilknyttet forskningsprosjektet vårt har samtykket med underskrift til behandling av sine personopplysninger i tråd med personvernforordningen art. 6 nr. 1 bokstav a. I forkant av samtykkeerklæringen sendte vi e-post til hver enkelt i utvalget vårt med informasjon om hvem vi er, samt tema og problemstilling for vårt forskningsprosjekt. I tillegg la vi ved et informasjonsskriv som gav nærmere informasjon om forskningsprosjektet og hvordan innhentet data

skulle behandles (vedlegg 2). Når det var avklart hvem som kunne stille til intervju sendte vi intervjuguiden (vedlegg 3) og informasjon om oppgaven til hver enkelt respondent, slik at de fikk en oversikt over hvilke temaer og spørsmål som intervjuet skulle inneholde.

3.3 Evaluering av metode

Vi valgte å benytte en kvalitativ metode hvor vi fokuserte på å innhente data ved hjelp av dybdeintervju for å belyse vår problemstilling. For å evaluere metoden ser vi dette i lys av datamaterialets reliabilitet og validitet som skal bidra til å sikre kvaliteten på intervjuene. Datamaterialets kvalitet blir høyere jo høyere grad av reliabilitet og validitet (Grønmo, 2017, s. 239).

3.3.1 Reliabilitet

Reliabilitet refererer til datamaterialets pålitelighet, og uttrykker i hvilken grad det er samsvar mellom ulike innsamlinger av data om samme fenomen, som baserer seg på samme undersøkelsesopplegg (Grønmo, 2017, s. 242). Det vil si at reliabiliteten knytter seg til prosjektets data, nærmere bestemt hvilke data som blir brukt, hvordan innsamlingen er og hvordan de blir bearbeidet (Johannessen et al., 2021, s. 250). I forkant av intervjuene sendte vi ut informasjonsskriv og intervjuguide til hver enkel respondent slik at de kunne forberede seg. Dette er med på å styrke påliteligheten. Intervjuene tok utgangspunkt i så konkrete spørsmål som mulig for å unngå at respondentene skulle misforstå spørsmålene og gi feilinformasjon. Vi tok lydopptak av hvert intervju, og etter at vi hadde fullført intervjuene, transkriberte vi opptakene. Lydopptak bidrar til at transkriberingen av hvert intervju blir enklere, fordi vi får mer presise og korrekte gjengivelser av informasjonen som fremkommer i intervjuet. Dette styrker studiens reliabilitet.

3.3.2 Validitet

Validitet refererer til datamaterialets gyldighet. Dersom en oppnår høy grad av validitet, har undersøkelsesopplegget og datainnsamlingen resultert i data som er relevant for problemstillingen (Grønmo, 2017, s. 241). I begynnelsen av prosjektet brukte vi god tid på å lese og forstå relevante kilder, slik at vi oppnådde bredere kunnskap og forståelse om temaet. Dermed var det enklere å utarbeide problemstilling og intervjuguide for oppgaven. Gode bakgrunnskunnskaper og forståelse for temaet bidrar til at vi innhenter relevant data knyttet til problemstillingen, som styrker vår validitet. Vi intervjuet relevante respondenter som vi mente ville ha nyttige kunnskaper og erfaringer. Intervjuguiden ble utformet på en slik måte at både vi og respondentene skulle forstå spørsmålene, slik at kommunikasjonen mellom oss ble enklere. Dette bidrar til at respondentene kommer med relevant informasjon knyttet til problemstillingen, og styrker vår validitet.

4.0 Analyse/drøfting

I dette kapitlet skal vi gjennomgå datamaterialet vi har opparbeidet oss gjennom intervjuene. Kapitlet har to deler: koding av data og intervjudata. Vi starter med å gi en beskrivelse av hvordan vi har utført kodingen av intervjuene for å få en systematisk oversikt. Dette blir utgangspunkt for del to, som tar for deg den videre analysen av funnene våre. Her er det særlig lagt vekt på respondenters svar som kan knyttes direkte til de to forskningsspørsmålene og den tilhørende problemstillingen. Vi skal se på datamaterialet i lys av aktuell teori presentert i oppgavens kapittel 2.

4.1 Koding av data

Etter at intervjuene er gjennomført, starter prosessen med å organisere og strukturere materialet vi har innhentet gjennom intervjuene. I kvalitative analyser benyttes koding av data som skal bidra til å få bedre oversikt over dette materialet (Grønmo, 2017, s. 266). Kodingen gjennomføres i tre trinn: (1) åpen koding, (2) systematisk koding og (3) selektiv koding (Grønmo, 2017, s. 286). Disse trinnene vil vi gå gjennom nedenfor. For å bevare et nært forhold til selve datamaterialet, blir begrepene og kategoriene vi utarbeider i kodingen, sjeldent løsrevet fra datamaterialet det genereres fra (Grønmo, 2017, s. 271). Vi gjennomførte kodingen for å få en oversikt, for deretter å studere de transkriberte intervjuene grundigere, og finne sammenhengene i respondentenes svar.

4.1.1 Åpen koding

Første trinn er åpen koding. Kodene skal fremstå som en første kategorisering og klassifisering av de viktige innholdselementene i datamaterialet (Grønmo, 2017, s. 267). Vi startet med å gjennomgå de transkriberte intervjuene og markerte viktige ord og setninger som var blitt sagt. I dette trinnet var de to forskningsspørsmålene og problemstillingen en god retningslinje for hva som var særlig viktige innholdselementer. Vi lagde videre et Excel-dokument med en oversikt over alle spørsmålene i intervjuguiden. I dokumentet noterte vi korte setninger og stikkord med det essensielle respondentene svarte på hvert spørsmål. Det ble her viktig å inkludere mange stikkord for å skape en god oversikt over de ulike intervjuene.

Et eksempel fra vårt datamateriale, på åpen koding, er knyttet til hva respondentene tenker deres oppgave i bedriften er, for å bidra til å forhindre at straffbare handlinger / misligheter oppstår. I Excel-filen utformet vi tabellen, som vist på neste side, med oversikt over respondentenes svar:

Misligheter spørsmål 4: Hva tenker du er din oppgave i bedriften for å bidra til å forhindre at straffbare handlinger / misligheter oppstår?	
Respondenter	Stikkord
Respondent A	Arbeidsdeling
	Obligatoriske kontroller
	Stille kunder riktige spørsmål
Respondent B	Overordnede analyser
	Ser variasjoner
Respondent C	Informere
	Gode rutiner og retningslinjer
	Kommunikasjon
Respondent D	Hvitvaskingsansvarlig
	Undervisninger
	Fokus på de unge
	Gi et svar som kan brukes i lignende problemstilling
Respondent E	Kunnskap til kundene
	Dobbel godkjenning
Respondent F	Hente inn dokumentasjon på alle
	Riktig regnskapsføring
	Sammenligne regnskapet med tidligere år
	Flere godkjenninger
	Holdninger
	Oversikt over utstyr i firmaet

Tabell 2 –Et eksempel på åpen koding av datamateriale til spørsmål 4 innen misligheter

4.1.2 Systematisk koding

Andre trinn er systematisk koding som handler om å utvikle kodingen videre, der hensiktene er å danne grunnlag for kategorier (Grønmo, 2017, s. 268). Dette trinnet er mer systematisk enn det første, ettersom vi må analysere stikkordene og setningene for å finne hvilke svar som kan tolkes likt, til tross for at respondentene i noen tilfeller bruker ulike ord og begreper. Vi opprettet et nytt ark i Excel med oversikt over alle spørsmålene fra intervjuguiden, der det fremkommer hvilke kategorier som blir nevnt av de ulike respondentene.

Med utgangspunkt i stikkordene fra eksempelet på åpen koding i tabell 2, har vi i den systematiske kodingen identifisert seks hovedkategorier, som blir presentert i tabellen nedenfor:

Misligheter spørsmål 4: Hva tenker du er din oppgave i bedriften for å bidra til å forhindre at straffbare handlinger / misligheter oppstår?						
	Kategorier					
Respondent	Arbeidsdeling	Kontroller	Kommunikasjon	Rutiner	Holdninger	Årvåkenhet
A	X	X	X			
B						X
C			X	X		
D			X			
E	X		X			
F	X	X		X	X	X

Tabell 3 – Et eksempel på systematisk koding av datamateriale til spørsmål 4 innen misligheter

4.1.3 Selektiv koding

Tredje og siste trinn er selektiv koding. Her går en i dybden på hvert begrep og ser det i sammenheng med de ulike kategoriene og tekstelementene som er særlig relevante for det enkelte begrepet (Grønmo, 2017, s. 270). Vi utformet flere tekster der vi studerte de ulike kodene og sammenlignet svarene til hver respondent. Dette skapte en mer informativ analyse som utdypende viser hvorfor respondentene er enige eller uenige, eller hvorfor de nevnte ulike begreper. Dette var til god hjelp i den videre analyseringen av det innsamlede datamaterialet.

Nedenfor vises et eksempel på selektiv koding med utgangspunkt i samme spørsmål som de to foregående eksemplene. Teksten er et utdrag fra kodingen til kategorien «kommunikasjon» som ble identifisert i den systematiske kodingen:

«Kommunikasjon er den mest fremtredende kategorien, nevnt av fire respondenter. Imidlertid trekker de frem denne kategorien fra to ulike perspektiv. Respondent A, C og E nevner kommunikasjon fra et perspektiv ut mot kundene, både gjennom god informasjonsdeling med kundene og ved å stille kundene de riktige spørsmålene. Respondent D har et motsatt perspektiv hvor hen fokuserer på bedriften sin innad, med særlig vekt på å veilede de nye og unge i bedriften ved 'å gi et svar som de kan bruke videre til neste problemstilling'».

4.2 Intervjudata

Vi fortsetter analysen med en grundigere gjennomgang og sammenligning av det innsamlede datamaterialet og respondentens svar på de ulike spørsmålene. For å holde god oversikt, har vi valgt å bruke intervjuguiden som utgangspunkt og følge denne systematisk. På bakgrunn av dette har vi delt analysen inn i to hoveddeler: misligheter og grønnvasking. Vi starter i del 4.2.1 med å analysere respondentenes svar knyttet til misligheter, og fortsetter i del 4.2.2 med analysering av svarene knyttet til grønnvasking.

Før den videre analysen, vil vi komme med en bemerkning om at vi opplevde noen respondenter som forsiktige med hva de sa om sine egne kunder, for å ikke sette dem i et dårlig lys. For eksempel sa respondent E at «det er jo alltid noen som ønsker å få penger da, fra systemene til en annen konto, men ikke våre kunder sant». Bakgrunnen til dette kan være at misligheter er et sensitivt tema. Respondent D var også tydelig på at de bare ønsker ærlige kunder, og at dersom de tror det er noe mistenkelig, avslutter de kundeforholdet.

4.2.1 Respondentenes erfaringer og kunnskaper innen misligheter

Etter den innledende delen av intervjuet, hvor respondentene ble spurt om deres stilling og erfaring, stilte vi respondentene fem hovedspørsmål innen temaet «misligheter». Vi skal nå analysere respondentenes svar og har delt inn spørsmålene i tre deloverskrifter: kjennskap og personlige erfaringer, årsaker til at misligheter oppstår og respondentenes oppgaver i bedriften for å forhindre misligheter.

4.2.1.1 Kjennskap og personlige erfaringer

I denne delen vil vi presentere respondentenes kjennskap og erfaringer knyttet til misligheter, ved å analysere to hovedspørsmål og et tilleggsspørsmål. Det første spørsmålet omhandler respondentenes forhold til misligheter og gir et innblikk i hvor stor kjennskap de har til temaet. Det andre spørsmålet knytter seg til respondentenes personlige erfaringer der misligheter har blitt diskutert eller avdekket. Spørsmålet gir oss en oversikt over respondentenes varierende erfaringer innen misligheter. Tilleggsspørsmålet handler om hvorvidt respondentene opplever misligheter som et økende eller avtagende problem, for å få et dypere innblikk i deres erfaringer.

Respondentene ble først stilt spørsmålet «hva er ditt forhold til misligheter?». Samtlige sier at de har kjennskap til misligheter, og at de dermed er oppmerksomme på det. To av respondentene poengterer at de vet misligheter foregår, men at det er vanskelig å oppdage og avdekke. Respondent E og F er klar

over denne utfordringen, og forteller at de har skjerpede rutiner og «er ekstra på vakt». Tre respondenter forteller at det er mange kunder med manglende kunnskaper innenfor regnskapsføring som ender opp med å gjøre ubevisste feil i regnskapet. For eksempel utdyper respondent F:

«Det kan være vanskelig å skille mellom hva som er en bevisst [ulovlig] handling fra kunden og hva som bare skyldes at kundene er uvitende om at dette ikke er lov».

Av den grunn har regnskapsførerne ofte mistanker om misligheter i regnskapet, men det blir ikke rapportert fordi de oppdager at dette skyldes ubevisste handlinger fra kunden. Dette poengterer også respondent D ved å si at «99% av alt [feilene de oppdager i regnskapet] har en naturlig forklaring».

Videre spurte vi respondentene: «kan du fortelle om dine personlige erfaringer med kunder der misligheter har blitt diskutert eller avdekket?». Fire respondenter har konkrete eksempler på tilfeller der misligheter har vært på agendaen. Respondent F forteller om en hendelse der en mislighet ble oppdaget:

«Vi har hatt en case der vi mener at det var tydelig forsøkt på å misbruke de fordelene man hadde gjennom et selskap».

Videre utdyper respondenten at de hadde en kunde som kjøpte varer hos en leverandør i selskapets navn, og fikk dermed noen rabatter hen ikke hadde rett på som privatperson. Denne misligheten ble oppdaget ved at de innhentet kontoutdrag fra kundens leverandører og sammenlignet dette med fakturaene selskapet hadde betalt. Det viste seg at flere av fakturaene manglet ettersom kunden hadde betalt disse privat, til tross for at de var utstedt til selskapet. Dette eksempelet kan knyttes direkte opp mot definisjonen på misligheter, hvor en ansatt utnytter stillingen sin for å oppnå en fordel.

Respondent C forteller om et annet eksempel på et tilfelle der en mislighet ble begått. Hen hadde en kunde som gjennom to år betalte ut lønn uten å rapportere om det, og dermed unngikk å betale arbeidsgiveravgift. Når en ansatt skulle ut i pappapermisjon, fikk han opplyst at det ikke var registrert at han hadde jobbet de siste to årene. Dette førte til at sjefen ble politianmeldt og bedriften gikk konkurs. Eksempelet viser at misligheter kan foregå over en lenger periode før det blir oppdaget, og at konsekvensene kan bli alvorlige.

Respondentene fikk tilleggsspørsmålet «opplever du misligheter som et økende eller avtakende problem?». Hensikten var å undersøke om respondentene opplever en endring i antall tilfeller av misligheter. Svarene fordeler seg jevnt. Tre av respondentene uttrykker at misligheter er et økende problem, mens de tre resterende opplever at det er avtakende.

Respondent B, D og E gir uttrykk for at det er et økende problem. Blant annet sier respondent B at man «skulle tro at det blir vanskeligere å underslå når ting er digitalt». Videre utdyper hen at til tross for dette, finner de kriminelle stadig nye løsninger som kryptovaluta, skatteparadis og andre steder hvor de kan gjemme transaksjoner. Respondent D mener det er et økende problem blant de «kreative, unge og nye som skal ta lette løsninger». Respondenten sier videre at problemet er at dagens samfunn i økende grad blir digitalisert. For eksempel leverer kundene i dag bilagene elektronisk, kontra tidligere da de leverte bilagene i en perm til regnskapsføreren, som deretter la disse inn manuelt. Det er viktig å være særlig kritisk til bedrifter med mange bilag i året, ettersom det da er vanskeligere å oppdage regnskapsmanipulasjon. I likhet med respondent B og D fremhever respondent E at misligheter oppleves som et økende problem på grunn av digitalisering.

På den andre siden opplever respondent A, C og F at misligheter er et avtakende problem. Respondent A uttrykker at det er et avtakende problem i deres bedrift, fordi «vi er veldig strikte» ved at bedriften har gode rutiner og kontroller. Respondent F har jobbet tre år i regnskapsbransjen og stort sett jobbet med de samme kundene i hele perioden. Derfor mener respondenten at «det kanskje er litt for lite grunnlag for å på en måte si om det går i den ene eller andre retningen». Dersom respondenten skal velge, tror hen at det er et avtakende problem på grunn av digitalisering hvor en har tilgang på mer data og systematisering. Respondent C tenker også at det er et avtakende problem, men utdyper det ikke videre.

Sammenligner vi respondentenes svar, ser vi at digitalisering både blir brukt som argumentasjon for at misligheter er et økende og et avtakende problem. Digitalisering kan gjøre det enklere å begå misligheter ved at nye former for svindel oppstår og at det dermed også blir vanskeligere å oppdage slike handlinger. På den andre siden kan digitaliseringen bidra til å redusere muligheten for misligheter. Teknologi som maskinlæring kan hjelpe med å identifisere uvanlige transaksjoner og potensielle misligheter raskere enn manuelt arbeid. Dermed kan teknologien bidra til å forebygge misligheter.

Vi opplevde at noen av respondentene blandet begrepene hvitvasking og misligheter. For eksempel når respondentene senere i intervjuet blir spurt om hva de gjør når de oppdager en mislighet, sier den ene respondenten blant annet:

«Den største mislighetsrisikoen som vi opplever nå, det er vel egentlig det som går på utbetalinger og bank. Hvor mye de prøver seg på bankene».

Siste setning i sitatet indikerer at respondenten vinkler en mislighetsrisiko inn mot eksterne parter som svindler selskaper gjennom banksystemet. Dette kan være første ledd i hvitvasking, men defineres ikke

som mislighet ettersom det ikke er en person internt i selskapet som utfører handlingen. Tidligere i teoridelen ble det definert at misligheter er en bevisst ulovlig handling, mens hvitvasking er å gjøre utbytte fra straffbare handlinger om til lovlig inntekt eller formue. Både hvitvasking og misligheter er ulike former for økonomisk kriminalitet. De er noe overlappende ettersom noen misligheter også kan defineres som hvitvasking, men ikke alt.

4.2.1.2 Årsaker til at misligheter oppstår

Mislighetstriangelet er et rammeverk som forklarer hvorfor personer velger å begå misligheter. Rammeverket beskriver de tre faktorene press/motivasjon, mulighet og rettferdiggjøring som må være til stede for at en person skal kunne begå en mislighet. I lys av dette valgte vi å spørre respondentene om hva de oppfatter som den/de mest fremtredende faktorene til at misligheter oppstår. Hensikten var å undersøke om deres oppfatninger om hvorfor personer begår mislighet samsvarer med Cressey sin teori.

Fire av respondentene nevner økonomisk motiv som en viktig årsak til at misligheter begås. Respondent B svarer på spørsmålet at det «er mange grunner, men i bunn og grunn ligger det et økonomisk motiv». Eksempler som trekkes frem blant respondentene er økonomiske vanskeligheter, salgstill og et ønske om å spare skatt eller andre kostnader. Respondent F tenker at årsaken til mislighet kan være at «man ønsker å oppnå salgstill fordi man måles på det». I dette legger respondenten at det oppstår et reelt eller oppfattet press om å nå disse salgsmålene. Videre utdyper respondenten at dette kan føre til misligheter fordi det, spesielt i større selskap, kan være forventninger fra ledelsen om å oppnå en inntjening som er vanskelig å nå. Eksemplene fra respondent B og F kan resultere i at personer tar kortsiktige og uetiske beslutninger, og på denne måten velger å begå misligheter. Dette kan tolkes som en type økonomisk press, mens det å spare skatt eller andre kostnader kan tenkes som en form for motivasjon for å få en økonomisk gevinst. Med andre ord kan økonomiske motiv oppfattes som faktoren press/motivasjon i mislighetstriangelet.

En annen årsak fra rammeverket er muligheter, noe som blir nevnt av tre respondenter. Respondent A og D trekker frem at muligheten ligger i å lure systemet. Til tross for at mange bedrifter har internkontroller, blir misligheter likevel begått. Respondent D sier at «det er alltid en mulighet for å gjøre noe lurt, men noen er litt mer kreative». I dette legger respondenten at det er vanskelig å eliminere muligheten for å begå misligheter, fordi det alltid vil være noen som tenker nytt og kreativt for å oppnå en fordel. Respondent F trekker frem at muligheten til å gjennomføre en mislighet oftere er til stede i små selskaper. Dette gjelder særlig i selskaper med én ansatt som også er eneste eier,

fordi det kan være lettere å skjule misligheter når ikke andre ansatte er til stede og overvåker.

Den siste faktoren i mislighetstriangelet er rettferdiggjøring. Blant de seks respondentene som ble intervjuet, var det bare respondent F som nevnte denne faktoren. Hen nevner at årsaken kan være at man opplever å investere mye tid i jobben og derfor føler «at man fortjener mer av overskuddet» fra selskapet. I dette legger respondenten at holdninger kan forsvare at en mislighet er akseptabel. Årsaken til at kun en respondent nevner rettferdiggjøring, kan være at det er vanskelig å endre personers holdninger og verdier, noe som kan føre til at det er en vanskelig faktor å påvirke.

Tre av respondentene trekker frem uvitenhet som en årsak til at misligheter oppstår. Respondent C sier: «hovedsaken til at man begår mislighet er uvitenhet og uryddighet». Hen utdyper videre at personen som utfører den ulovlige handlingen ikke vet hva som skal gjøres og har lite kontakt med regnskapsfører. Feilinformasjon kan, som nevnt i teorikapittelet, oppstå som følge av en feil eller en mislighet. Det vil kun være en mislighet dersom handlingen er gjennomført tilsiktet. Når respondentene trekker frem manglende kunnskaper som en årsak, er dette derfor en utilsiktet feil og skal ikke defineres som en mislighet. Respondent E sier at

«hvis det skulle oppstå, vil det i stor grad være manglende kunnskap på regelverk [...], men da kommer det ikke inn under sånn type bevisst mislighold».

Her resonnerer respondenten seg frem til at uvitenhet ikke går under definisjonen mislighet, men fortsetter å snakke om uvitenhet som en avgjørende faktor til at misligheter oppstår.

4.2.1.3 Respondentenes oppgaver i bedriften for å forhindre misligheter

Den tredje og avsluttende delen knyttet til misligheter omhandler respondentenes oppgaver i bedriften for å forhindre misligheter. I den sammenheng stilte vi respondentene to spørsmål. Vi startet med å spørre hva deres oppgave i bedriften er for å bidra til å forhindre at straffbare handlinger / misligheter oppstår, og deretter om de har egne retningslinjer i bedriften for å forhindre dette. Hensikten med disse spørsmålene var å finne ut hvordan regnskapsførere og rådgivere kan bidra til å redusere de ulike faktorene i mislighetstriangelet.

Respondentene ble stilt spørsmålet: «hva tenker du er din oppgave i bedriften for å bidra til å forhindre at straffbare handlinger / misligheter oppstår?». Gjennom den systematiske kodingen ble seks kategorier identifisert: kommunikasjon, arbeidsdeling, kontroller, holdninger, årvåkenhet og rutiner. Den mest fremtredende kategorien, og som fire av seks respondenter nevnte, var «kommunikasjon». Respondent A, C og E nevner kommunikasjon fra et perspektiv rettet mot kundene. Respondent A

poengterer viktigheten av å stille kundene de riktige spørsmålene for å forhindre misligheter. Respondent C og E nevner kommunikasjon i forbindelse med god informasjonsdeling med kundene. Dette er viktig for at regnskapsførere og rådgivere skal oppnå bedre forståelse for hvem kundene er, og dermed ha større grunnlag til å avdekke eventuelle misligheter og redusere faktoren «mulighet».

I likhet med respondentene A, C og E, har også respondent D fokus på kommunikasjon, men trekker det frem fra et annet perspektiv rettet mot de nye og unge i bedriften. For eksempel, når de unge stiller spørsmål til en case, poengterer respondenten at det er viktig «å gi et svar som de kan bruke videre til neste problemstilling. At du lærer noe mer». I dette legger respondenten at de unge er uerfarne. Ved å diskutere caser får de flere erfaringer som blir viktige videre i jobben, når de på et senere tidspunkt står overfor lignende situasjoner.

Tre respondenter, A, E og F, nevner at arbeidsdeling er en annen viktig oppgave for å forhindre misligheter i å oppstå. Her trekkes det frem i forbindelse med å ha en oppdragsansvarlig og kundekonsulent på hvert oppdrag, og å ha dobbel godkjenning på fakturaer. Når flere personer må godkjenne samme faktura, minsker risikoen for at dette for eksempel er en fiktiv faktura eller et privatkjøp som ikke tilhører bedriften. Ved god arbeidsdeling reduseres dermed muligheten til å begå misligheter. Dette poengterer respondent F ved at det er mindre sannsynlig at noen vil prøve å begå en mislighet dersom de vet det er en ekstra kontroll. Videre forteller hen hvordan fakturaer blir håndtert gjennom arbeidsdeling i bedriften:

«Nå er vi blitt et ganske stort selskap, så alle fakturaer som gjelder denne avdelingen her, de vil jeg få til godkjenning, og så vil de gå videre til min leder for godkjenning. Og så er det noen på regnskap, altså på regnskapsavdelingen, som gjerne betaler ut hver faktura».

Kontroller er i nær relasjon til kategorien «arbeidsdeling», ettersom det blir en form for kontroll når flere ansatte må godkjenne for eksempel fakturaer. Denne kategorien blir nevnt av respondent A og F. Blant annet sier respondent A at de har obligatoriske kontroller som skal gjennomgås og kontrolleres. Respondent F forteller at de har en IT-avdeling med oversikt over utstyret i bedriften. Ettersom de ansatte er klar over denne oversikten, gjør det «at de har litt vanskeligere for å prøve å stjele [for eksempel] en skjerm». Kontroller er dermed nødvendig for å redusere muligheten til at misligheter oppstår.

Gode holdninger og årvåkenhet er andre viktige punkter som ble nevnt av respondentene. Dette er

mer overordnede oppgaver som er nødvendig å vektlegge i alle deler av arbeidet til regnskapsførere og rådgivere. Respondent F er den eneste som nevner at det er viktig å jobbe med gode holdninger. Dette kan oppnås ved å ha gode idealer i bedriften, og kan dermed redusere rettferdiggjøringen til å begå misligheter. Årvåkenhet ble nevnt av respondent B og F, og er nødvendig når en ansatt utfører ulike kontroller. Det vil også redusere mulighetene til å begå misligheter. Respondentene trekker frem at de må gjennomføre overordnede analyser og se på variasjoner som oppstår fra år til år. På den måten er de årvåke ved at de kan oppdage feil i regnskapet tidligere, og avverge misligheter og andre ubevisste feil. Respondent F forklarer:

«Når det kommer til blant kunder, så er det jo å hente inn disse dokumentasjonene på alle kjøp, alle transaksjoner. Så ber vi om dokumentasjon på hva som er kjøpt og hvem det er kjøpt av. Hvis vi er litt usikre på noe som er kjøpt inn til bedriften, altså en vare som ikke er typisk for det virksomheten holder på med, så spør vi gjerne hva det skal brukes til».

Den siste oppgaven «rutiner» blir nevnt av respondent C og F. For eksempel mener respondent F at det er viktig «å sørge for at regnskapet er ført riktig, altså at man [for eksempel] periodiserer inntekter på riktig år». Dersom noen bevisst unngår å periodisere korrekt, begår vedkommende en mislighet. Rutiner og retningslinjer er dermed viktige elementer som er med på å redusere muligheten til å begå misligheter.

De fleste oppgavene respondentene nevner er med på å redusere muligheten i mislighetstriangelet. Én respondent nevner holdninger som reduserer faktoren rettferdiggjøring, men ingen nevner oppgaver som er med på å redusere press. I del 4.2.1.2 sier respondentene at den mest fremtredende faktoren til misligheter er press. Til tross for dette er det ingen som nevner oppgaver som bidrar til å redusere presset. En grunn til dette kan være at det er en vanskelig faktor å redusere fordi det for eksempel er utfordrende å påvirke omgivelsene.

Avslutningsvis for temaet «misligheter» spurte vi respondentene: «Har dere egne retningslinjer i bedriften som skal forhindre at straffbare handlinger/ misligheter oppstår?». Spørsmålet ble ikke stilt til respondent B, ettersom vedkommende jobber i bærekraftavdelingen i bedriften og dermed ikke direkte med regnskap. Av resterende respondenter svarte fire av fem at de har egne retningslinjer på misligheter. Respondent D sier at de ikke har retningslinjer konkret mot misligheter, men at «det ligger inne via hvitvaskingsregelverket». Årsaken skyldes strengere regelverk på hvitvasking og blir derfor høyere prioritert.

Respondent C forteller at de har retningslinjer i bedriften. Hen kommer med et eksempel for hva ansatte må gjøre når de får mistanke om en mislighet. Retningslinjene beskriver alle ledd fra mistanken oppstår, til hva som skal gjøres og hvem de skal kontakte. Hen presiserer at de samme retningslinjene og rutinene må gjelde både internt i bedriften og eksternt hos kunden. I motsetning til respondent C som trekker frem retningslinjer knyttet til kommunikasjon, fokuserer respondent A på retningslinjer innen obligatoriske oppgaver. Respondent A sier at de også har retningslinjer og rutiner, blant annet for obligatoriske kontroller og arbeidsdeling.

Respondent F trekker frem at de har en egen avdeling som jobber med risiko knyttet til hvitvasking og misligheter. Dersom de oppdager noe som er mistenkelig, kan de melde inn en sak til denne avdelingen. Hen utdyper hvorfor de har denne avdelingen:

«De [i avdelingen] har jo gjerne mer erfaring med sånne ting [misligheter og hvitvasking] enn vanlige regnskapsførere. For det er ikke ofte man er borti sånne saker, mens [...] de gjerne er borti flere saker».

I denne avdelingen har de dermed mer erfaring på hva de bør innhente av dokumentasjon og informasjon fra kunden. Hen utdyper at det kan være vanskelig å vurdere hva som er gode nok dokumentasjoner. Avslutningsvis sier hen:

«Det er ikke vår jobb å grave veldig mye. Vi skal ta det vi oppdager underveis, altså det som vi ser. Og så er det opp til Finanstilsynet og Økokrim å faktisk finne ut om det er en straffbar handling som er begått eller om det ikke er det».

Det er varierende hvor stort fokus misligheter har i bedriftene. Ytterpunktene er respondent D, som ikke har retningslinjer og rutiner direkte knyttet opp til misligheter, og respondent F, som har en egen avdeling for risikovurderinger. Resterende respondenter trekker frem eksempler på ulike retningslinjer. Selv om ikke alle nevner de samme, betyr ikke det nødvendigvis at de mangler slike retningslinjer. Bakgrunnen for dette kan være at de ikke ble spurt om å kommentere alle retningslinjene de har i bedriften. Den store variasjonen mellom respondent D og F kan skyldes størrelsen på bedriftene. Respondent D representerer en relativt liten bedrift med færre ressurser i forhold til store foretak som respondent F representerer.

4.2.2 Respondentenes tanker og erfaringer innen grønnvasking

Den siste delen av intervjuet omhandlet temaet «grønnvasking», hvor vi ser på respondentenes tanker og erfaringer. Dette delkapittelet har fire underoverskrifter: respondentenes forhold til

bærekraftsrapportering, respondentenes tanker om grønnvasking, årsaker til at grønnvasking oppstår og regnskapsførers roller i fremtiden.

4.2.2.1 Respondentenes forhold til bærekraftsrapportering

Innledningsvis startet vi med å spørre om respondentene tilbyr bærekraftsrapportering og hvordan de eventuelt hjelper kundene sine med dette. Hensikten med dette er å få innblikk i hvorvidt respondentenes bedrifter tilbyr bærekraftsrapportering, for å videre undersøke i del 4.2.2.2 om dette har sammenheng med respondentenes kjennskaper til grønnvasking.

Halvparten av respondentene, A, D og E, tilbyr ikke bærekraftsrapportering enda. Respondent A forklarer at de ikke tilbyr bærekraftsrapportering ettersom de er et relativt nytt firma. Hen sier videre:

«det er jo absolutt et mål. [...] Jeg vil gjerne ha det på plass, om det ikke blir i år, så skal det bli neste år».

Bakgrunnen til at respondent D og E ikke har begynt med rapportering er at foreløpig få bedrifter er ikke underlagt kravene til bærekraftsrapportering. Respondentene poengterer at etterspørselen om rådgiving på bærekraftsrapportering sannsynligvis vil øke når flere bedrifter blir underlagt krav. Dette viser at det er behov for økt kunnskap og bevissthet om bærekraftsrapportering blant regnskapsbyråer og kunder. Imidlertid forbereder respondentene seg gjennom kursing og ved å implementere gode systemer for rapportering.

De resterende respondentene, B, C og F, tilbyr bærekraftsrapportering. Respondent C har nylig begynt med dette, og har inngått et samarbeid med en plattform som integreres mot regnskapssystemene og utarbeider et klimaregnskap. Hen opplever at bærekraftsrapportering foreløpig er et behov de må skape blant kundene sine. I bedriftene til respondent B og F har de egne bærekraftsavdelinger som hjelper aktuelle kunder med rapportering. Respondent B poengterer at det finnes mange ulike løsninger i markedet for klimaregnskap. Hen legger til at mange bruker standarden «Nordic Sustainability Reporting Standard», som er en ny standard for nordiske SMB.

Ut fra datamaterialet ser vi at det kan være en sammenheng mellom størrelsen på en bedrift og om de tilbyr bærekraftsrapportering. Respondent B og F representerer store foretak og tilbyr bærekraftsrapportering til sine kunder. De resterende fire respondentene jobber i SMB. Tre av disse tilbyr ikke bærekraftsrapportering, noe som kan ha sammenheng med at det ofte er færre ressurser i små bedrifter. Det er et økt fokus på bærekraft, noe som fører til at bedrifter føler seg presset til å være bærekraftige for å oppnå profittmaksimering. Dette kan være en årsak til at respondent C tilbyr og

respondent A ønsker å begynne med bærekraftsrapportering, til tross for at de tilhører SMB.

4.2.2.2 Respondentenes tanker om grønnvasking

Grønnvasking er et begrep som har fått økende oppmerksomhet de siste årene. Som definert i teoridelen, er grønnvasking en form for villedende markedsføring, der et produkt eller en virksomhet fremstilles mer miljøvennlig enn det som er tilfellet. Vi ønsket å undersøke respondentenes forståelse og avdekke deres forhold til temaet, og spurte derfor respondentene om hvordan de definerer grønnvasking.

Det er betydelige forskjeller mellom respondentenes kunnskapsnivå om grønnvasking. Halvparten av respondentene har god forståelse og en klar definisjon på hva grønnvasking innebærer. Respondent E betrakter at

«poenget med grønnvasking er å fremstå som veldig klimavennlig, uten at man er mer klimavennlig eller bærekraftig enn andre».

I dette legger respondenten at det er lett å fremheve de delene av et produkt som er bærekraftig og unngå å rapportere det som ikke er miljøvennlig. På den måten blir det misvisende for forbrukeren dersom den delen som rapporteres er ubetydelig for helheten. Respondent B og F har lignende definisjoner om at grønnvasking handler om å fremstå/påstå at man er mer bærekraftig/miljøvennlig enn realiteten.

De tre resterende respondentene har ikke en klar definisjon på hva grønnvasking er. Når respondent A blir spurt om grønnvasking er svaret; «Jeg har knapt hørt begrepet grønnvasking. Grønnvasking, det er et nytt begrep». Videre sier respondenten at det kanskje er å si at man gjør noe for miljøet som man ikke gjør. Respondent D påpeker at «nei, jeg har vel ikke tenkt så mye over grønnvasking» ettersom de ikke har et aktivt forhold til det på rådgivningssiden. Respondent C uttrykker at hen «har egentlig ikke noen tanker eller klar kjennskap til det». Både respondent A, C og D har stort sett små kunder som ikke er pålagt bærekraftsrapportering. De gir derfor lite bærekraftsrådgivning, noe som kan forklare hvorfor de ikke har en klar definisjon på grønnvasking. Både respondent C og D nevner likevel at de vil ha økt fokus på dette i fremtiden.

I 2024 innføres nye krav til bærekraftsrapportering for børsnoterte og store selskaper. Kravene fører til at disse selskapene må rapportere om deres påvirkning og risiko knyttet til miljø og samfunn. Etter hvert som flere bedrifter blir pålagt rapportering, kan det føre til at regnskapsførere og rådgivere får et mer aktivt forhold til bærekraft og grønnvasking i sin rådgivning. Respondentene som i dag ikke

tilbyr bærekraftsrapportering, kan da få økt bevissthet og kunnskap om grønnvasking.

I forskningsartikkelen «The Greenwashing Triangle: Adapting Tools from Fraud to Improve CSR Reporting» kommer Kurpierz og Smith frem til at det er likheter mellom misligheter og grønnvasking. I den sammenheng ønsket vi videre å spørre om respondentene tenker at grønnvasking kan være en type mislighet. Hensikten med spørsmålet var å finne ut om respondentene ser likheter mellom grønnvasking og misligheter.

Det kommer tydelig frem at de tre respondentene som har en klar definisjon på grønnvasking, er enig i at dette er en form for mislighet, mens de resterende respondentene sier seg uenig eller er usikre til påstanden. Respondent C var en av de som ikke hadde mye kjennskap til grønnvasking og uttaler at «om jeg nå på dette tidspunktet her ser det som kriminalitet; nei». Dette begrunner hen i at det ikke er et klart regelverk som sier at grønnvasking er en ulovlig handling, og ser derfor ikke en klar sammenheng mellom disse to begrepene. Heller ikke respondent A hadde hørt mye om begrepet grønnvasking, men fikk definisjonen lest opp under intervjuet. Hen er usikker til påstanden, men resonnerer seg frem til at grønnvasking kan være en form for mislighet:

«Jeg har ikke tenkt så mye rundt det, men vil si at det er en relasjon der mellom grønnvasking og misligheter».

I dette legger respondenten at det er en relasjon mellom de to begrepene ettersom grønnvasking er bevisst uærlig markedsføring, noe som kan gi økte inntekter.

Respondent B, E og F hadde god kunnskap om dette temaet og alle konkluderte med at det er en klar sammenheng mellom grønnvasking og misligheter. På spørsmålet svarer respondent F:

«Ja, jeg tenker jo at det kan være riktig at det er en mislighet. Altså fordi man gjør jo en bevisst handling for å oppnå en fordel som man ellers ikke ville hatt».

Respondenten poengterer at det er økt fokus på miljø, og at en ved å være miljøvennlig kan få flere potensielle kunder og ansatte. Dette begrunner hen i at enkelte kunder og jobbsøkere velger bort de som ikke er miljøvennlige, og at en dermed får et fortrinn ved å markedsføre på bærekraft. Respondent E sier at hen er enig i påstanden fordi «det undergraver hele poenget med rapportering på bærekraft». Respondenten mener at grønnvasking bidrar til «tåkeprat» og villedende markedsføring, som gjør at bedrifter kan oppnå en markedsfordel, og at det på denne måten blir en mislighet.

Respondent B er enig i at grønnvasking er en type mislighet, og trekker frem et eksempel på at det i

Danmark har blitt innført ett nytt avsnitt i markedsføringsloven. Respondenten forteller at som følge av dette har «du ikke lov til å markedsføre noe som bærekraftig hvis ikke du kan dokumentere det». Videre poengterer hen at brudd på markedsføringsloven kan sanksjoneres med bøter. På bakgrunn av dette anser derfor respondent B at grønnvasking er en type mislighet.

4.2.2.3 Årsaker til at grønnvasking oppstår

Som nevnt tidligere i teorikapittelet om grønnvasking, har forskerne Kurpierz og Smith utviklet grønnvaskingstriangelet som er et rammeverk for å oppdage, bekjempe og redusere bedrifters grønnvasking. Modellen illustrerer ulike faktorer som bidrar til at grønnvasking begås. På grunn av likhetene mellom grønnvasking og misligheter, opererer grønnvaskingstriangelet med de samme faktorene som mislighetstriangelet: press, mulighet og rettferdiggjøring. På bakgrunn av dette valgte vi å spørre respondentene om hvilke faktorer de mener er mest fremtredende til at grønnvasking oppstår. Hensikten er å undersøke om deres tanker om årsaker til grønnvasking samsvarer med forskningen til Kurpierz og Smith.

Fem av respondentene tror det foreligger et økonomisk motiv til at grønnvasking begås. Respondent C mener at årsaken knytter seg til penger, og sier at «penger er roten til alt ondt». Respondent A tror det handler om bedrifters ønske om raskere salg av sine produkter. Hen forteller videre at personer gjerne velger å si at produktene er miljøvennlige uten å sjekke om det er realiteten. De fremstår dermed egoistiske, fordi de ønsker å selge produktene sine kjapt, for å tjene penger raskt. Respondent B uttrykker at forbrukerne ønsker å ta bærekraftige valg, og at bedrifter derfor ser en fordel av å fremstille seg bærekraftig. Dette kan resultere i bedre salg av bedriftens produkter eller tjenester. Respondent D sier at årsaken til at noen grønnvasker skyldes profittmaksimering. For å oppnå størst mulig inntekter, innser bedriftene at de er nødt til å opptre miljøbevisst. I motsetning til de andre respondentene, trekker respondent F frem at bedrifter ønsker å fremstå bærekraftige for å kvalifisere seg til å motta ulike støtteordninger fra staten. Bedriftene ser altså nytten av å fremstå bærekraftig for å oppnå ulike goder som de ellers ikke ville fått.

Respondentenes synspunkter om at økonomiske motiver kan være årsaker til at det begås grønnvasking, kan ses i sammenheng med, og tolkes som et økonomisk press. Ut fra eksemplene respondentene gir, får vi inntrykk av at bedriftene som grønnvasker ønsker å skaffe seg fordeler som raskere salg, økt fortjeneste og tildeling av støtteordninger. Disse fordelene ønsker bedriftene å oppnå ved å fremme et falskt eller misvisende miljøbilde. Bedriftene oppfatter at bærekraft er lønnsomt, og det økonomiske presset som skapes, bidrar til at bedrifter engasjerer seg i å begå grønnvasking.

Tre respondenter trekker frem at omdømme påvirker hvorfor bedrifter grønnvasker. Blant annet sier respondent C at

«å fremstille seg selv som grønn og bærekraftig vil se bra ut utad, og som kanskje kan gjøre at du kan tjene mer penger».

Det å «se bra ut utad», handler gjerne om at bedriftene gir et positivt inntrykk og oppfattes som en pålitelig virksomhet. Dette er viktig for å opprettholde et godt omdømme. Dersom bedriftenes omdømme er bra, kan det bidra til å bygge tillitt og lojalitet blant interessentene og påvirke deres valg. Dette kan igjen ha en innvirkning på bedriftens inntjening og lønnsomhet. Respondent D mener at de som grønnvasker ønsker «å faktisk komme i et bedre lys», spesielt ovenfor sine interessenter. Bedriftene fremstiller seg derfor mer miljøvennlige enn de egentlig er.

Respondent E uttrykker at

«rapportering [om bærekraft] har vært frivillig [...], men det tar seg veldig bra ut, og derfor er det veldig fristende å markedsføre seg på bærekraft».

Hen utdyper videre med et eksempel hvor bedrifter bevisst endrer fargen i logoen til grønn for å fremstå «finere». Enkelte bedrifter har også bilder av skog og trær på nettsidene sine, selv om det ikke har relevans for virksomheten. Et annet eksempel respondenten trekker frem, er bedriftenes valg om å etablere noe som er mer miljøvennlig enn resten av virksomheten. Dette blir brukt som en del av markedsføringen for hele bedriften, til tross for at det ikke representerer kjernevirksomheten. Det innebærer at bedriften gir inntrykk av å være miljøvennlige, selv om realiteten er annerledes.

Dersom vi studerer årsakene knyttet til bedriftens omdømme i sammenheng med grønnvaskingstriangelet, vil denne faktoren være et press. Det skapes et ytre press på bedriften om å opptre på en bestemt måte. Dersom en bedrifts omdømme er bra, er ønsket om å opprettholde dette stort, noe som fører til et press for bedriften om å fremstå bærekraftig. Et dårlig omdømme vil også skape press, fordi en bedrift ønsker å forbedre sitt omdømme ved å fremstå bærekraftig. Bærekraft er ønskelig, og derfor er presset til grønnvasking høyt.

Respondent C, D og F tror at et ønske om å tiltrekke seg interessenter kan være en faktor for at bedrifter grønnvasker. Respondent C uttrykker at dersom en bedrift fremstår «grønn» eller «bærekraftig», så vil de bruke det som en merkevare for å få flere kunder. Respondent D trekker frem et eksempel der en bedrift kan si at de er klimanøytrale, ved å erstatte papir og permer med elektroniske løsninger, for å markedsføre bedriften sin. Dermed oppnår de et fortrinn og kan rekruttere nye ansatte og kunder. Respondent F sier også, i likhet med de andre, at ved å fremstå

bærekraftig, kan bedrifter tiltrekke seg potensielle kunder og ansatte. Det betyr at bedrifter kan tiltrekke seg interesse og støtte fra miljøbevisste interessenter ved å fremstå mer bærekraftig enn de faktisk er.

I likhet med de to foregående årsakene, vil det å tiltrekke seg interessenter også være et press. Som respondentene nevner, ønsker bedrifter å fremstå bærekraftige for å appellere til miljøbevisste interessenter, slik at de kan rekruttere kunder og ansatte. For å imøtekomme interessentenes krav, kan det oppleves som et press for en bedrift å fremstå bærekraftig. Blant de seks respondentene var det bare respondent E som nevnte at gruppepress kan være en årsak til at bedrifter grønnvasker. Hen forklarer dette ved å påpeke at hvis alle andre gjør det, så kan det være fristende for bedriftene å følge etter.

En annen faktor i grønnvaskingstriangelet er «muligheter», som ble nevnt av to respondenter. Respondent C og E trekker frem at muligheten er manglende lovverk for bærekraftsrapportering og grønnvasking. For eksempel sier respondent E at «mye har vært frivillig [...], sånn at da er det bare å fortelle det du vil». Likevel nevner andre respondenter, i intervjuene, at bedrifter ser fordelene av å presentere sine produkter og tjenester som miljøvennlige, for å oppnå raskere salg og økt fortjeneste. Dermed kan vi tolke at bedriftene ser muligheten til å presentere seg mer miljøvennlige enn realiteten, fordi det ikke finnes lover og regler som krever at bedrifter for eksempel må dokumentere dette. Den siste faktoren i rammeverket er «rettferdiggjøring», og ble nevnt av respondentene som en fremtredende årsak for at grønnvasking begås.

4.2.2.4 Regnskapsførers roller i fremtiden

I den fjerde og avsluttende delen knyttet til grønnvasking, spurte vi respondentene hva regnskapsførernes roller i fremtiden kan være for å rapportere om bærekraft og forhindre og avdekke grønnvasking. Hensikten med dette spørsmålet er å undersøke hva regnskapsførere kan bidra med i bærekraftsrapporteringen og hvordan faktorene i grønnvaskingstriangelet kan reduseres. Ved hjelp av en systematisk kodingsprosess, identifiserte vi fire kategorier: rapportering, kontroller, dokumentasjon og informering.

Samtlige respondenter mener at rapportering på bærekraft vil være en av regnskapsførernes viktigste rolle i fremtiden. Respondent E trekker frem at regnskapsførerne bør lage så komplette rapporter som mulig, uten at den blir for overveldende. Respondent C utdyper at når regnskapsførere i større grad blir involvert i klimaregnskapet, er det viktig å

«sørge for at vi [regnskapsførere] gir gode og nøyaktige rapporter til våre kunder, som da kan rapportere det videre til myndighetene».

I dette legger respondent C og E at gode og nøyaktige rapporter bidrar til at det blir vanskeligere å grønnvaske, og faktoren «mulighet» reduseres.

En annen kategori som ble identifisert, er «kontroller». Fire av respondentene understreker at regnskapsførere bør kontrollere at bærekraftsrapporteringen og dokumentasjonen er korrekt. Ved å utføre slike kontroller bidrar det til å redusere muligheten til å grønnvaske, ettersom kundens risiko for å bli oppdaget øker. Respondent A sier at en regnskapsfører kan forhindre grønnvasking «ved å kontrollere at alt skjer riktig for seg, at vi [regnskapsførere] står for det de [kundene] rapporterer». Regnskapsfører kan dermed bidra til at kundene oppfyller kravene til bærekraftsrapportering og øker tilliten til rapportene. Respondent E utdyper at det er viktig å kontrollere hva som blir satt som mål hos kundene, og hva som faktisk blir oppnådd, fordi «hvis man bare kommuniserer 'vi skal redusere utslipp med 50%', men sier ikke når» så blir det ikke troverdig. Respondent B trekker frem ulike modeller som kan brukes som verktøy for å evaluere hvor bærekraftig et produkt er, og dermed kontrollere at kundenes informasjon stemmer. For eksempel nevner hen Environmental Product Declaration (EPD) og Life Cycle Impact Assessment (LCIA).

Halvparten av respondentene mener at å innhente dokumentasjon på bærekraft vil være en av regnskapsførernes roller i fremtiden. Regnskapsførere med god kompetanse innen rapportering og dokumentasjon på bærekraft, kan bidra til å hjelpe bedrifter med å samle inn, organisere og presentere data på en oversiktlig måte. Dette vil også bidra til å redusere muligheten til å grønnvaske. Respondent F mener at å hente inn god dokumentasjon kan bidra til redusert risiko for at kunder grønnvasker, og gjøre det enklere for regnskapsførere å identifisere og avdekke grønnvasking. Også respondentene B nevnte dette ved å si at

«det er ikke bare revisorene som kan gjøre en bekreftelse på at [...] dette er riktig, [altså] den informasjonen som selskapet påstår. Det kan også en regnskapsfører gjøre, og vise til dokumentasjon, gå gjennom dokumentasjonen og bekrefte at det er riktig.»

Respondent D er den eneste som sier at en viktig oppgave i fremtiden er å informere kundene om bærekraftsrapportering. Hen utdyper videre at mindre bedrifter sjeldent ser nytten av å rapportere på bærekraft, fordi SMB ikke er pålagt å gjøre det i henhold til lover og regler. Det kan derfor være

regnskapsførernes jobb å markedsføre og overbevise bedriftene om å se verdien av bærekraftsrapportering. Selv om SMB ikke er pålagt å rapportere på bærekraft, kan det likevel være en fordel å gjøre det, ettersom det kan bidra til et konkurransefortrinn og tiltrekke nye kunder som ønsker å ta bærekraftige valg.

Samtlige oppgaver respondentene trekker frem er med på å redusere muligheten i grønnvaskingstriangelet. Ingen av oppgavene respondentene nevner bidrar til å redusere press og rettferdiggjøring. Til tross for dette sier respondentene i del 4.2.2.3 at press er den mest fremtredende faktoren til at grønnvasking begås. Årsaken til dette kan være at det, som nevnt i teoridelen, er komplisert og vanskelig å redusere presset. Dette skyldes blant annet at økt interesse for bærekraft hos interessentene, bidrar til høyere press til grønnvasking hos bedriftene.

5.0 Konklusjon og videre forskning

I denne avsluttende delen av oppgaven vår skal vi komme med en konklusjon til de to forskningsspørsmålene og hovedproblemstillingen. Vi vil videre presentere studiens begrensninger og våre anbefalinger til videre forskning.

5.1 Konklusjon

5.1.1 Hvilke erfaringer og kunnskaper innen misligheter har regnskapsførere og rådgivere?

Vårt første forskningsspørsmål tar utgangspunkt i å finne hvilke erfaringer og kunnskaper regnskapsførere og rådgivere har innen misligheter. Intervjuene viser at antall personlige erfaringer regnskapsførere og rådgivere har, avhenger i stor grad av arbeidserfaring og om de tilhører et stort eller lite foretak. Samtlige respondenter hadde kjennskap til misligheter og er oppmerksomme på dette. Flere poengterer at det er viktig å skille mellom ubevisste og bevisste feil. Det er bare bevisste feil som defineres som misligheter. Kunder med manglende kunnskaper innen regnskapsføring gjør i større grad ubevisste feil, for eksempel feil periodisering av inntekter og kostnader, noe som ikke defineres som misligheter.

Med utgangspunkt i mislighetstriangelet har vi undersøkt hvilke årsaker som begrunner hvorfor personer begår misligheter. Vi fant at den mest fremtredende faktoren er press/motivasjon, som skyldes ulike økonomiske motiv. Blant annet nevnes økonomiske vanskeligheter og et ønske om å spare skatt eller andre kostnader. Samtidig sier tre respondenter at mulighet er en viktig årsak og én respondent nevner rettferdiggjøring. På bakgrunn av intervjuene kan vi dermed konkludere med at respondentene tror at press/motivasjon er den viktigste begrunnelsen for hvorfor personer velger å begå misligheter.

Det er mange oppgaver regnskapsførere og rådgivere kan gjennomføre for å bidra til å forhindre at misligheter oppstår. Vi fant at de mest fremtredende oppgavene, som reduserer muligheten, er kommunikasjon og arbeidsdeling. For å forhindre misligheter er det dermed viktig at regnskapsførere og rådgivere blant annet stiller kundene de riktige spørsmålene og har to ansvarlige regnskapsførere på hvert oppdrag. Vi fant at ingen respondenter nevner oppgaver som bidrar til å redusere presset, til tross for at dette er den mest fremtredende faktoren for at misligheter begås.

5.1.2 Hvilke tanker og erfaringer innen grønnvasking har regnskapsførere og rådgivere?

Ved vårt andre forskningsspørsmål ønsker vi å finne svar på hvilke tanker og erfaringer regnskapsførere

og rådgivere har innen grønnvasking. Gjennom dybdeintervjuene fant vi at respondentenes varierende kunnskaper om grønnvasking i stor grad kan skyldes om bedriftene tilbyr bærekraftsrapportering eller ikke. Etter hvert som flere bedrifter blir pålagt rapportering, kan det føre til at regnskapsførere og rådgivere får et mer aktivt forhold, og dermed bredere kunnskap, til bærekraft og grønnvasking i sin rådgivning. Vi fant også sammenhenger mellom respondentenes synspunkter om grønnvasking som en type mislighet, og hvordan de definerte grønnvasking. De tre respondentene som mente at grønnvasking kan være en type mislighet, er også de som hadde en klar definisjon på hva grønnvasking er. Det betyr at de i stor grad ser likhetene mellom de to fenomenene. Respondentene som derimot var uenige eller usikre, begrunnet dette med manglende regelverk og få kunnskaper om grønnvasking. Lite kunnskap kan skyldes at de i stor grad har små kunder som ikke er pålagt krav til bærekraftsrapportering.

Med utgangspunkt i grønnvaskingstriangelet har vi sett på hvilke faktorer som kan føre til grønnvasking. Vi fant at den mest fremtredende faktoren er press, hvor respondentene trakk frem ulike økonomiske motiv, omdømme, tiltrekke seg interessenter og gruppepress. Videre mener to respondenter at mulighet er en årsak til at grønnvasking begås, fordi det ikke er klare regelverk som regulerer bærekraftsrapportering og grønnvasking. Den siste faktoren «rettferdiggjøring» blir ikke nevnt av noen respondenter.

Det er mange oppgaver regnskapsførere kan bidra med i fremtiden for å rapportere på bærekraft og forhindre og avdekke grønnvasking. Vi fant at en viktig rolle for regnskapsførerne vil være å utforme gode og nøyaktige rapporter, slik at muligheten til å grønnvaske reduseres. Samtidig vil også kontrollering være nødvendig, ved at regnskapsførerne sørger for at bedrifters bærekraftsrapportering og dokumentasjon er korrekt. Selv om press er den mest fremtredende faktoren til at grønnvasking begås, fant vi at ingen respondenter trekker frem oppgaver som bidrar til å redusere dette.

5.1.3 Hvordan kan regnskapsførere og rådgivere bidra til å forhindre misligheter og grønnvasking?

I lys av de to forskningsspørsmålene ønsker vi å undersøke hovedproblemstillingen vår, som omhandler hva regnskapsførere og rådgivere kan bidra med for å forhindre at misligheter og grønnvasking oppstår. Hovedfunnene i oppgaven viser at regnskapsførere og rådgivere har større erfaringer innen misligheter enn grønnvasking. Respondentene trekker frem press som den mest fremtredende årsaken til at personer begår misligheter og grønnvasking. Dette støtter teorien til Cressey om mislighetstriangelet, og Kurpierz og Smith sin teori om grønnvaskingstriangelet, om at press er den vanligste årsaken til at misligheter og grønnvasking oppstår. Til tross for dette, nevner

ingen av respondentene oppgaver som kan bidra til å redusere presset. Vi tror derfor det er viktig at regnskapsførere og rådgivere har fokus på å redusere presset, for å forhindre at misligheter og grønnvasking begås. Vi fant at å gjennomføre kontroller, sikre at all dokumentasjon er korrekt og kommunisere godt med kundene er tre viktige oppgaver for å forhindre både misligheter og grønnvasking. Dette bidrar til å redusere faktoren «mulighet» og underbygger teoriene om mislighetstriangelet og grønnvaskingstriangelet, som blant annet sier at internkontroller er nødvendig for å redusere muligheten.

På grunn av varierende kunnskaper innen grønnvasking, fant vi at halvparten av respondentene tenker at grønnvasking er en type mislighet. De resterende tre er uenig eller usikre til påstanden. Vi tror hovedbidraget i denne oppgaven er at vi har undersøkt sammenhengen mellom misligheter og grønnvasking. Dette tror vi er relevante funn som kan ha betydning for den videre debatten.

5.3 Studiens begrensninger

Som i alle studier har også denne oppgaven sine begrensninger. En av begrensningene er at vår studie inkluderer få respondenter, ettersom vi tar utgangspunkt i data fra seks intervjuer. Dette fører til begrenset intervjudata og vi kan dermed ikke generalisere resultatet. En annen begrensning er respondentenes varierende kunnskapsnivå om misligheter og grønnvasking. En mulig årsak er respondentenes ulike bakgrunner og erfaringer, og at grønnvasking er et relativt nytt tema. Flere respondenter jobber i små regnskapsbyråer hvor mesteparten av kundene er små bedrifter. Disse er ikke underlagt krav om bærekraftsrapportering, noe som resulterer i manglende erfaring innen grønnvasking.

Vi opplevde at kodingsprosessen var komplisert og skapte noen utfordringer. Under den systematiske kodingen var det utfordrende å kategorisere datamaterialet, der flere sitater kunne tolkes i mer enn én kategori. Selv om vi kom frem til en god og oversiktlig sammenheng, er det viktig å påpeke at kodingen er påvirket av våre egne oppfatninger og forståelser av studien. Dette skyldes våre sosiale bakgrunner og samfunnsmessige erfaringer.

5.4 Videre forskning

I videre forskning vil det være interessant å undersøke konsekvensene av de nye kravene til bærekraftsrapportering, som børsnoterte selskaper blir stilt overfor fra 2024. Kravene vil føre til at selskaper må rapportere på en mer detaljert og standardisert måte, noe som vil gjøre det enklere å sammenligne bærekraftsrapportering på tvers av ulike selskaper og sektorer. En mulig utvidelse av

forskningen er å undersøke om kravene vil føre til mer nøyaktig og pålitelig rapportering, eller om det gir økt risiko for grønnvasking. Grønnvasking er et relativt nytt begrep som ikke alle respondentene våre hadde god kjennskap til. Det vil dermed være spennende å undersøke om regnskapsførere og rådgivere har flere tanker og erfaringer om grønnvasking i årene som kommer. I studien har vi undersøkt om respondentene tenker at grønnvasking er en type mislighet. Videre forskning kan også undersøke om flere vil betrakte grønnvasking som en form for mislighet når det stilles strengere krav til bærekraftsrapportering.

6.0 Kilder

European Commission. (u.å.). *Corporate sustainability reporting*. Hentet 6. mai 2023, fra https://finance.ec.europa.eu/capital-markets-union-and-financial-markets/company-reporting-and-auditing/company-reporting/corporate-sustainability-reporting_en

Finans Norge. (2022, november 14). *EU parlamentet vedtar nytt direktiv om bærekraftsrapportering*. <https://www.finansnorge.no/artikler/2022/q4/eu-parlamentet-vedtar-nytt-direktiv-om-barekraftsrapportering/>

Finansdepartementet. (2020, januar 29). *Finansiell rapportering* [Redaksjonellartikkel]. Regjeringen.no; regjeringen.no. <https://www.regjeringen.no/no/tema/okonomi-og-budsjett/finansmarkedene/finansiell-rapportering/id2688139/>

FN. (2021, oktober 28). *Bærekraftig utvikling*. <https://www.fn.no/tema/fattigdom/barekraftig-utvikling>

Forbrukerrådet. (2022, september 28). Zalando tildeles Grønnvaskingsprisen. *Forbrukerrådet*. <https://www.forbrukerradet.no/siste-nytt/zalando-tildeles-gronnvaskingsprisen/>

Forbrukertilsynet. (2021, februar 2). *Mange europeiske bedrifter bruker potensielt villedende miljøpåstander i markedsføring*. Forbrukertilsynet. <https://www.forbrukertilsynet.no/mange-europeiske-bedrifter-bruker-potensielt-villedende-miljopastander-i-markedsforing>

Forbrukertilsynet. (2022). Forbrukertilsynets veiledning om bruk av bærekraftpåstander i markedsføring. *Forbrukertilsynet*. <https://www.forbrukertilsynet.no/lov-og-rett/veiledninger-og-retningslinjer/forbrukertilsynets-veiledning-om-bruk-av-barekraftpastander-markedsforing>

Forskningsetikk. (2018, november 26). <https://www.hvl.no/forskning/forskningsetikk/>

Grønmo, S. (2017). *Samfunnsvitenskapelige metoder* (2. utgave). Fagbokforlaget.

Grønmo, S. (2023a). Kvalitativ metode. I *Store norske leksikon*. http://snl.no/kvalitativ_metode

Grønmo, S. (2023b). Kvantitativ metode. I *Store norske leksikon*. http://snl.no/kvantitativ_metode

Iversen, M. L. (2021, september 16). *Hvitvasking—Økokrim*.
<https://www.okokrim.no/hvitvasking.422268.no.html>

IAASB. (2009). *ISA 240 Revisors oppgaver med og plikter til å vurdere misligheter ved revisjon av regnskaper*. In. New York: International Federation of Accountants (IFAC).

Johannessen, A., Christoffersen, L., & Tufte, P. A. (2021). *Forskningsmetode for økonomisk-administrative fag* (4. utgave). Abstrakt forlag.

Krawczyk, P. (2021). Non-Financial Reporting—Standardization Options for SME Sector. *Journal of Risk and Financial Management*, 14(9), 417. <https://doi.org/10.3390/jrfm14090417>

Kurpierz, J. R., & Smith, K. (2020). The greenwashing triangle: Adapting tools from fraud to improve CSR reporting. *Sustainability Accounting, Management and Policy Journal*, 11(6), 1075–1093.
<https://doi.org/10.1108/SAMPJ-10-2018-0272>

Lavold, V., & Mangset, L. E. (2023, januar 9). *Klimasatsingen i finansnæringen: Er alt grønnvasking?*
<https://energiogklima.no/meninger-og-analyse/kommentar/klimasatsingen-i-finansnaeringen-er-alt-gronnvasking/>

Magnusson, E., & Marecek, J. (2015). *Doing Interview-based Qualitative Research: A Learner's Guide* (1. utg.). Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107449893>

Markedsføringsloven. (2009). *Lov om kontroll med markedsføring og avtalevilkår mv. (Markedsføringsloven)—Lovdata*. <https://lovdata.no/dokument/NL/lov/2009-01-09-2>

Moen, T.-G., & Havstein, B. (2017). *Regnskapsorganisering: Virksomhetsstyring og intern kontroll* (7. utg.). Cappelen Damm.

Murphy, P. R., & Free, C. (2016). Broadening the Fraud Triangle: Instrumental Climate and Fraud. *Behavioral Research in Accounting*, 28(1), 41–56. <https://doi.org/10.2308/bria-51083>

Nielsen, T. (2022, februar 28). *Regnskapsbyrå: Topp 10 regnskapsbyråer i Norge [Se oversikten]*. CENTIGA®. <https://centiga.no/blogg/regnskapsbyra/>

Olsen, A. B. (2007). *Økonomisk kriminalitet; avdekking, gransking og forebygging* (1. utgave). Universitetsforlaget.

Regnskap Norge. (u.å.-a). *Finn en regnskapsfører*. Regnskap Norge. Hentet 10. mai 2023, fra <https://www.regnskapnorge.no/finn-en-regnskapsforer/>

Regnskap Norge. (u.å.-b). *Hva er egentlig forskjellen på regnskapsfører og en revisor?* Regnskap Norge. Hentet 10. februar 2023, fra <https://www.regnskapnorge.no/magasin/hva-er-egentlig-forskjellen-pa-regnskapsforer-og-en-revisor/>

Regnskap Norge. (u.å.-c). *Ny standard for bærekraftsrapportering utvider tjenestepekteret til regnskapsbransjen*. Regnskap Norge. Hentet 17. februar 2023, fra <https://www.regnskapnorge.no/faget/artikler/bransjeaktuelt/ny-standard-for-barekraftsrapportering-utvider-tjenestepekteret-til-regnskapsbransjen/>

Regnskapsførerloven. (2022). *Lov om regnskapsførere* (LOV-2022-12-16-90). Lovdata. <https://lovdata.no/lov/2022-12-16-90/§4-2>

Regnskapsloven. (1999). <https://lovdata.no/pro/#document/NL/lov/1998-07-17-56/%C2%A73-3c>

Revisorforeningen. (u.å.-a). *Bærekraftsrapportering*. Den norske Revisorforeningen. Hentet 15. februar 2023, fra <https://www.revisorforeningen.no:443/fag/barekraft/barekraft-for-revisor---kunnskapsportalen/barekraftsrapportering/>

Revisorforeningen. (u.å.-b). *Revisors rolle*. Den norske Revisorforeningen. Hentet 17. februar 2023, fra <https://www.revisorforeningen.no:443/fag/barekraft/artikler-barekraft/revisors-rolle/>

Skille, A., & Skarrud, E. (2019, mars 16). *Svindlet IKEA – dømt til to år i fengsel*. NRK. https://www.nrk.no/trondelag/svindlet-ikea_-_domt-til-to-ar-i-fengsel-1.14475367

Svanemerket. (2022, november 28). *Hva er grønnvasking og hvordan gjenkjenner du det?* Svanemerket. <https://svanemerket.no/miljo/leve-mer-miljoventlig/slik-gjenkjenner-du-gronnvasking/>

Svanemerket. (2023). *Nå vil EU få has på grønnvasking*. Svanemerket.
<https://svanemerket.no/nyheter/na-vil-eu-fa-has-pa-gronnvasking/>

Trombetta, M. (2022). Financial reporting and macroeconomics. *The European Journal of Finance*, 28(4–5), 314–325. <https://doi.org/10.1080/1351847X.2021.1877166>

Tvedt, T., & Thaysen, K. (2015). Misligheter og revisors rolle. *Revisjon og regnskap*, 6, 46–49.

Økokrim. (2018, april 6). *To dømd for grovt underslag—Økokrim*. <https://www.okokrim.no/to-doemde-for-grovt-underslag.6106240-411472.html>

Økokrim. (2021, oktober 1). *Advokat dømt til fengsel for grove underslag av klientmidler og grove bedragerier—Økokrim*. <https://www.okokrim.no/advokat-doemt-til-fengsel-for-grove-underslag-av-klientmidler-og-grove-bedragerier.6413558-411472.html>

7.0 Vedlegg

Vedlegg 1 – Samtykkeskriv Sikt



[Meldeskjema](#) / [Hvordan kan regnskapsførere bidra til å forhindre misligheter og grø...](#) / Vurdering

Vurdering av behandling av personopplysninger

Referansenummer
772858

Vurderingstype
Standard

Dato
03.03.2023

Prosjektittel

Hvordan kan regnskapsførere bidra til å forhindre misligheter og grønnvasking?

Behandlingsansvarlig institusjon

Høgskulen på Vestlandet / Fakultet for økonomi og samfunnsvitenskap / Institutt for økonomi og administrasjon

Prosjektansvarlig

Carmen Olsen

Student

Julie Assersen Anfinsen

Prosjektperiode

09.01.2023 - 08.06.2023

Kategorier personopplysninger

Alminnelige

Lovlig grunnlag

Samtykke (Personvernforordningen art. 6 nr. 1 bokstav a)

Behandlingen av personopplysningene er lovlig så fremt den gjennomføres som oppgitt i meldeskjemaet. Det lovlige grunnlaget gjelder til 08.06.2023.

[Meldeskjema](#)

Kommentar

OM VURDERINGEN

Sikt har en avtale med institusjonen du forsker eller studerer ved. Denne avtalen innebærer at vi skal gi deg råd slik at behandlingen av personopplysninger i prosjektet ditt er lovlig etter personvernregelverket.

FØLG DIN INSTITUSJONS RETNINGSLINJER

Vi har vurdert at du har lovlig grunnlag til å behandle personopplysningene, men husk at det er institusjonen du er ansatt/student ved som avgjør hvilke databehandlere du kan bruke og hvordan du må lagre og sikre data i ditt prosjekt. Husk å bruke leverandører som din institusjon har avtale med (f.eks. ved skylagring, nettspørreskjema, videosamtale el.)

Personverntjenester legger til grunn at behandlingen oppfyller kravene i personvernforordningen om riktighet (art. 5.1 d), integritet og konfidensialitet (art. 5.1. f) og sikkerhet (art. 32).

MELD VESENTLIGE ENDRINGER

Dersom det skjer vesentlige endringer i behandlingen av personopplysninger, kan det være nødvendig å melde dette til oss ved å oppdatere meldeskjemaet. Se våre nettsider om hvilke endringer du må melde: <https://sikt.no/melde-endringer-i-meldeskjema>

OPPFØLGING AV PROSJEKTET

Vi vil følge opp ved planlagt avslutning for å avklare om behandlingen av personopplysningene er avsluttet.

Lykke til med prosjektet!

Vil du delta i forskningsprosjektet

«En kvalitativ studie om hvordan regnskapsførere/rådgivere kan bidra til å forhindre misligheter og grønnvasking?»

Dette er et spørsmål til deg om å delta i et forskningsprosjekt hvor formålet er å studere regnskapsførere/rådgivere sin rolle i arbeidet med å forhindre misligheter og grønnvasking. I dette skrivet gir vi deg informasjon om målene for prosjektet og hva deltakelse vil innebære for deg.

Formål

Forskningsprosjektet inngår i bacheloroppgaven vår som følger studieløpet i økonomi og administrasjon med fordypningen regnskap og skatt. Vi ønsker å se nærmere på regnskapsførere/rådgivere sin rolle i arbeidet med å forhindre misligheter og grønnvasking. Problemstillingen vi skal jobbe ut ifra er «En kvalitativ studie om hvordan regnskapsførere/rådgivere kan bidra til å forhindre misligheter og grønnvasking?».

Hvem er ansvarlig for forskningsprosjektet?

Høgskulen på Vestlandet, ved veileder Carmen Olsen, er ansvarlig for forskningsprosjektet. Prosjektet skal gjennomføres av Anna Konstanse Kjærefjord, Julie Assersen Anfinsen, Sofia Perez Lewandowska og Ragnhild Fagerheim.

Hvorfor får du spørsmål om å delta?

Som en del av dette forskningsprosjektet ønsker vi å intervju fem regnskapsførere/rådgivere i ulike regnskapsbyrå. Du oppfyller kriteriene som informant og vi ønsker derfor din deltakelse i studien.

Hva innebærer det for deg å delta?

Hvis du velger å delta i prosjektet, innebærer det at du svarer på spørsmål relatert til regnskapsførere/rådgivere sin rolle i arbeid med å forhindre misligheter og grønnvasking. Intervjuet vil ha en tidsramme på 30-60 minutter. Det vil benyttes lydopptak under intervjuet slik at intervjuet kan transkriberes i etterkant. Din identitet vil anonymiseres og lydopptak slettes når prosjektet er avsluttet.

Det er frivillig å delta

Det er frivillig å delta i prosjektet. Hvis du velger å delta, kan du når som helst trekke samtykket tilbake uten å oppgi noen grunn. Alle dine personopplysninger vil da bli slettet. Det vil ikke ha noen negative konsekvenser for deg hvis du ikke vil delta eller senere velger å trekke deg. Du kan når som helst trekke deg ved å sende en e-post til kontaktperson Annakonstansek@gmail.com

Ditt personvern – hvordan vi oppbevarer og bruker dine opplysninger

Vi vil bare bruke opplysningene om deg til formålene vi har fortalt om i dette skrivet. Vi behandler opplysningene konfidensielt og i samsvar med personvernregelverket. De som vil ha tilgang til informasjonen er studentene Anna Konstane Kjærefjord, Julie Assersen Anfinsen, Sofia Perez Lewandowska og Ragnhild Fagerheim, samt veileder Carmen Olsen. All informasjon beskyttes slik at ingen uvedkommende får tilgang til personopplysningene. Informasjonen oppbevares på studentenes personlige datamaskiner med passordbeskyttet tilgang.

Hva skjer med personopplysningene dine når forskningsprosjektet avsluttes?

Bacheloroppgaven vil etter planen avsluttes 8. juni 2023. Innsamlet intervjudata slettes/anonymiseres når prosjektet er avsluttet og godkjent.

Hva gir oss rett til å behandle personopplysninger om deg?

Vi behandler opplysninger om deg basert på ditt samtykke.

På oppdrag fra Høgskulen på Vestlandet har Sikt – Kunnskapssektorens tjenesteleverandør vurdert at behandlingen av personopplysninger i dette prosjektet er i samsvar med personvernregelverket.

Dine rettigheter

Så lenge du kan identifiseres i datamaterialet, har du rett til:

- innsyn i hvilke opplysninger vi behandler om deg, og å få utlevert en kopi av opplysningene
- å få rettet opplysninger om deg som er feil eller misvisende
- å få slettet personopplysninger om deg
- å sende klage til Datatilsynet om behandlingen av dine personopplysninger

Hvis du har spørsmål til studien, eller ønsker å vite mer om eller benytte deg av dine rettigheter, ta kontakt med følgende personer:

Bachelorstudenter:

Anna Konstane Kjærefjord

Annakonstanse@gmail.com

Julie Assersen Anfinsen

julieassersenanfinsen@gmail.com

Sofia Perez Lewandowska
Sofiaperezlew00@hotmail.com

Ragnhild Fagerheim
ragnhildf00@gmail.com

Høgskulen på Vestlandet ved prosjektansvarlig/veileder:
Carmen Olsen
carmen.olsen@hvl.no

Vårt personvernombud ved Høgskulen på Vestlandet:
Trine Anikken Larsen
Trine.Anikken.Larsen@hvl.no

Hvis du har spørsmål knyttet til vurderingen som er gjort av personverntjenestene fra Sikt, kan du ta kontakt via:

- Epost: personverntjenester@sikt.no eller telefon: 73 98 40 40.

Med vennlig hilsen

Carmen Olsen
(Førsteamanuensis/veileder)

Samtykkeerklæring

Jeg har mottatt og forstått informasjon om prosjektet "En kvalitativ studie om hvordan regnskapsførere/rådgivere kan bidra til å forhindre misligheter og grønnvasking", og har fått anledning til å stille spørsmål.

Jeg samtykker til:

- å delta i intervju
- at mine opplysninger behandles frem til prosjektet er avsluttet

(Signert av prosjektdeltaker, dato)

Intervjuguide til regnskapsførere og rådgivere om misligheter og grønnvasking

1. Om deg

Hvilken stilling har du? Hvilken utdanning har du? Hvor mange års erfaring har du innenfor regnskapsføring/rådgivning?

2. Om regnskapsførers/rådgivers rolle i å avdekke straffbare handlinger

Regnskapsførerloven § 4-2 (2) d sier at regnskapsførere kan underrette politiet dersom de har noe mistanke om en straffbar handling i regnskapet eller i andre tjenester.

Definisjon misligheter: en bevisst handling begått av en eller flere personer innen ledelsen, av personer som har overordnet ansvar for styring og kontroll, av ansatte eller av andre, som innebærer uredelighet for å oppnå en urettmessig eller ulovlig fordel.

1. Hva er ditt forhold til misligheter?
2. Kan du fortelle om dine personlige erfaringer med kunder der misligheter har blitt diskutert eller avdekket?
3. Det kan være flere årsaker til at misligheter oppstår. Hva opplever du som den/de mest fremtredende faktorene?
4. Hva tenker du er din oppgave i bedriften for å bidra til å forhindre at straffbare handlinger/misligheter oppstår?
5. Har dere egne retningslinjer i bedriften som skal forhindre at straffbare handlinger/misligheter oppstår?

3. Om regnskapsførers/rådgivers rolle i forhold til grønnvasking

Definisjon bærekraftsrapportering: er en form for ikke-finansiell rapportering hvor bedrifter presenterer deres bærekraftsmål og tilknyttede aktiviteter.

Definisjon grønnvasking: er en form for villedende markedsføring der et produkt eller en virksomhet fremstilles som mer miljøvennlig ved å bruke vage, overdrevne eller feilaktige påstander, enn det som faktisk er tilfelle.

1. Hvordan vet kundene at dere driver med bærekraftsrapportering?
2. Hvordan hjelper dere kundene med bærekraftsrapportering?
3. Hvordan definerer du grønnvasking?
4. Forskingen ser på grønnvasking som en typet mislighet. Hva tenker du om dette?
5. Det kan være flere årsaker til at grønnvasking oppstår. Hva tenker du er den/de mest fremtredende faktorene?
6. Hva tenker du kan være en regnskapsførers rolle i fremtiden for å være med å rapportere om bærekraft og forhindre/avdekke grønnvasking?

Avslutning

Takker for din deltakelse i vårt arbeid med bacheloroppgaven.