



Handelshögskolan

VID GÖTEBORGS UNIVERSITET

FÖRETAGSEKONOMISKA INSTITUTIONEN
AVDELNINGEN FÖR REDOVISNING OCH FINANSIERING



ÅRSREDOVISNINGENS INTRESSETER

en studie mot vilka tre företag vänder sig med sin årsredovisning

Examensarbete i Externredovisning
Magisteruppsats
Vårterminen 2003

Författare:
Marcus Sillberg

Handledare:
Thomas Polesie

FÖRORD

Författaren till studien tycker det varit mycket intressant att undersöka till vilka de tre företagen vänder sig med sina årsredovisningar. Genom denna studie har jag fått ökad kunskap om årsredovisningar. Jag har kommit i kontakt med en rad mycket intressant personer som med sina kunskaper och erfarenheter gjort det möjligt att genomföra denna studie. Jag vill därför rikta ett stort tack till alla Er som jag har fått möjlighet att intervjua och som både inspirerat och motiverat mig i mitt arbete. Jag vill även tacka handledare Thomas Polesie för vägledning i arbetet.

Kungälv den 30 juni 2003

Marcus Sillberg

Sammanfattning

**Examensarbete i företagsekonomi, Handelshögskolan vid Göteborgs Universitet
Redovisning och Finansiering, Magisteruppsats Vt-03.**

Författare: Marcus Sillberg

Handledare: Thomas Polesie

Titel: Årsredovisningens intressenter – en studie mot vilka tre företag vänder sig med sin årsredovisning

Problembakgrund: Under årens lopp har årsredovisningarna utvecklats sig från att ha varit en relativt harmlös produkt till att bli en påkostad liten tunn bok. Årsredovisnings innehåll är reglerat bland annat i årsredovisningslagen, där det framgår vad som måste finnas med. Utöver den lagbundna delen lämnar även företag frivillig information som kan vara utformad av upplysande karaktär eller som rent försäljningsmaterial. Under senare år har allt fler företag valt att presentera allt mjukare fakta som tex miljöarbete och etiskställning. För den enskilda medborgaren är det nästan uteslutande årsredovisningen som ligger till grund för att skapa en uppfattning om ett företag. Vem årsredovisningen verkligen vänder sig till finns det delade meningar om. En del författare hävdar att den delgivna informationen är inaktuell medan andra har en annan uppfattning. Uppsatsens avsikt är att behandla frågan; vem vänder företagen sig till när de producerar sin årsredovisning?

Syfte: Uppsatsens syfte är att med utgångspunkt från två svenska börsnoterade och ett på annat sätt publikt företag undersöka deras årsredovisningar och försöka komma fram till vem företagen vänder sig till med årsredovisningen i sin helhet eller de olika delarna.

Avgränsningar: Uppsatsen är begränsad till att undersöka Swedish Match, Kooperativa Förbundets samt Broströms tryckta årsredovisningar. Swedish Match granskas under en längre tidsperiod än de två andra företagen eftersom jag ville undersöka vad ett VD byte innebar för framställningen av de kommande rapporterna.

Metod: I uppsatsen används det en kombination av explorativ och deskriptiv ansats och datan har inhämtats med hjälp av både primär och sekundär data. För att bredda studien, utöver de tolkningar som gjorts av materialet, har även intervjuer gjorts med företagets respektive årsredovisningsansvariga.

Resultat och slutdiskussion: Jag har kommit fram till att Swedish Match och Broström främst vänder sig till aktieägarna, nuvarande och potentiella, samt även till långivarna. Kooperativa Förbundet har inte dessa intressenter i förgrunden då de utformar sin årsredovisning. I stället vänder de sig till sina medlemmar, anställda och förtroendevalda. I samtliga företag finns det gått om frivillig information som svarar mot de troliga intressenternas önsningar. Broström är extremt med att delgiva finansiell information medan Kooperativa Förbundet är mer sparsamt med det, men desto öppnare med den mjuka informationen. Swedish Match befinner sig någonstans mitt i mellan. Förklaringen kan vara att de tidigare har bedrivit/bedriver en hälsofarlig verksamhet och därmed är restriktivare med över vad som delges. Under arbetets gång har en tanke kommit upp att företagen eventuellt skulle kunna ha två olika redovisningar. En för yrkesfolk och en annan för lekmän inom området. Uppslaget kan kanske bli ett ämne för framtida studier.

INNEHÅLLSFÖRTECKNING

1. BAKGRUND, PROBLEMMOMRÅDE, SYFTE OCH PERSPEKTIV	1
1.1 Bakgrund	6
1.2 Problemmråde	7
1.3 Syfte	7
1.4 Perspektiv	8
1.5 Avgränsningar	8
1.6 Disposition	8
2. TEORETISK REFERENSRAM	9
2.1 Årsredovisningens innehåll och dess syfte	9
2.2 Redovisningens mål	10
2.2.1 Vilka krav skall redovisningen uppfylla?	10
2.3 Årsredovisningens intressenter	11
2.4 Årsredovisning som informationsinstrument	12
2.5 Öppenhet	13
2.5.1 Tvingande informationsgivning.....	14
2.5.2 Frivillig informationsgivning.....	14
3. UNDERSÖKNINGSMODELL	16
3.1 Studiens undersökningsmodell	16
4. METOD	17
4.1 Undersökningsansatser	17
4.1.1 Olika undersökningsansatser	17
4.1.2 Val av ansats	18
4.2 Datainsamling	18
4.2.1 Kvalitativa och kvantitativa data	18
4.2.2 Primärdata och sekundärdata	19
4.2.3 Datainsamlingsmetoder	19
4.2.4 Målpopulation och urval.....	20
4.2.5 Val av datainsamlingsmetod för primärdata.....	21
4.2.6 Val av datakällor för sekundärdata	21
4.3 Validitet och reliabilitet	21
4.3.1 Validitet	21
4.3.2 Reliabilitet	22
4.3.3 Felkällor.....	22
4.4 Bearbetning och presentation av datan	24
4.4.1 Bearbetning av datan	24
5. RESULTAT OCH ANALYS AV ÅRSREDOVISNINGARNA	25
5.1 Företagspresentation	25
5.1.1 Swedish Match	25
5.1.2 Kooperativa Förbundet.....	26
5.1.3 Broström.....	26
5.2 Resultat och analys av årsredovisningarna utifrån intressentmodellen	27
5.2.1 VD har ordet.....	27

5.2.2 Förvaltningsberättelse.....	30
5.2.3 Finansieringsanalys / Kassaflödesanalys.....	32
5.2.4 Resultat- och balansräkning samt noter.....	33
5.2.5 Övergripande analys över årsredovisningarna.....	37
5.2.6 Uppsummering av kapitlet.....	43
6. SLUTSATSER.....	45
6.1 Tolkning av studien.....	45
6.2 Framtid	48
6.3 Avslutande frågor	49
LITTERATURFÖRTECKNING.....	50

Bilaga 1 – Intervjuguide

Figurförteckning

<i>Figur 2.1 Företagets olika intressenter.....</i>	<i>12</i>
<i>Figur 3.1 Undersökningsmodell.....</i>	<i>16</i>
<i>Figur 4.1 Undersökningsansatser.....</i>	<i>17</i>
<i>Figur 4.2 Modell över felkällor.....</i>	<i>23</i>
<i>Figur 5.1 Undersökningsmodell.....</i>	<i>27</i>

Tabellförteckning

<i>Tabell 4.1 Bearbetning av den insamlade datan.....</i>	<i>24</i>
<i>Tabell 5.1 Översiktstabell – Swedish Match</i>	<i>33</i>
<i>Tabell 5.2 Översiktstabell – Kooperativa Förbundet.....</i>	<i>35</i>
<i>Tabell 5.3 Översiktstabell – Broström</i>	<i>36</i>
<i>Tabell 5.4 Ratingöversikt – Swedish Match.....</i>	<i>39</i>
<i>Tabell 5.5 Femårsöversikt – Kooperativa Förbundet</i>	<i>40</i>
<i>Tabell 5.6 Kooperativa Förbundets ekologiska och sociala utveckling.....</i>	<i>41</i>
<i>Tabell 5.7 Nyckeltal över Broström</i>	<i>42</i>
<i>Tabell 5.8 Uppsummering av årsredovisningarnas intressenter</i>	<i>44</i>

1. BAKGRUND, PROBLEMMOMRÅDE, SYFTE OCH PERSPEKTIV

I detta kapitel beskrivs först uppsatsens bakgrund. Därefter presenteras uppsatsens problemområde, syfte, perspektiv och avgränsningar. Kapitlet avslutas med en disposition över uppsatsen.

1.1 Bakgrund

Enligt årsredovisningslagen (ÅRL) är bland annat aktiebolag, enskilda föreningar, handelsbolag, moderföretag m.fl skyldiga att upprätta en årsredovisning. I enlighet med ÅRL 2 kapitel 1 § måste en årsredovisning bestå av en balans- och resultaträkning, noter, en förvaltningsberättelse samt i vissa fall även en finansierings- / kassaflödesanalys. Vid upprättandet av en årsredovisning skall den utformas så att den är överskådlig samt är i enlighet med god redovisningssed. Årsredovisningen skall även vara skriven på svenska i vanlig läsbar form.¹ Årsredovisningens fokusering ligger på föregående års prestationer, trots att en affärscykel är längre än så. Det som visas i ett företags årsredovisning kan i själva verket vara ett resultat utifrån beslut som togs för fem eller sju år sedan.²

Årsredovisningarna har under årens lopp utvecklats från att ha varit en relativt harmlös produkt med skiftande kvalité till att ha blivit en flott och påkostad broschyr. Årsredovisningen skall inte enbart informera om vad som hänt i företaget under den gångna perioden utan också vara en reklamprodukt med stora fina bilder och tydlig grafik.³ Företagens allt mer fokusering på årsredovisningarna som en del i marknadsföringen har medfört att företagen blivit mer öppna på att redovisa fakta. Det är inte bara positiva omständigheter som tas upp utan även obekväma information. Företagen har mer och mer börjat redogöra för vilka hinder och problem som de står inför. I vissa fall kan det tendera till att årsredovisningarnas primära syfte att informera hur det har gått för företaget kommit i andra hand, vilket har lett till att bokslutsiffrorna inte förts fram på ett tydligt sätt.⁴

För den enskilde aktieägaren eller småspararen är årsredovisningen den enda informationskällan att tillgå. Trenden är att den informationen som ges förklarar begrepp och nyckeltal på ett tydligt sätt. Företag har också börjat redogöra för lite mjukare fakta som till exempel miljöarbete, etik och personalutbildning etc.⁵

Vem årsredovisningen verkligen riktar sig till och vilket syfte den har finns det delade meningar om. I en debattartikel i Resumé hävdar två PR-konsulter att den information som lämnas i årsredovisningen är inaktuell. De hävdar att den information som lämnas ut redan publicerats genom bokslutet och via pressmeddelanden och att informationen kan vara upp till 15 månader gammal. Vidare anser de att det är orimligt att en publikation skapas som har så

¹ FARs samlingsvolym 2001, 2001, s.278ff

² Magnusson, K-E, Så granskar du börsbolagen, Göteborgs Posten ekonomi, 2002-04-21

³ Matteoni, M, Gör en alternativ årsredovisning!, LO-tidningen, 2000-01-21 och

Petersen, L, Årsredovisningarnas bästa tid är nu, Svenska Dagbladet Näringsliv, 2002-03-30

⁴ Petersen, L, Årsredovisningarnas bästa tid är nu, Svenska Dagbladet Näringsliv, 2002-03-30

⁵ Ibid.

vitt skilda läsare med olika bakgrundskunskaper. Resultatet blir att allt för alla i stället blir inget för någon och därmed irrelevant som kommunikationskanal.⁶

Rolf Kroon instämmer i att målgruppen är stor men anser ändå att dagens årsredovisning fyller sitt syfte som den är idag. Kroon anser att den tryckta årsredovisningen kommunicerar bra med ett företags olika intressenter samt att den berättar om vad företaget har gjort och kommer att göra. Årsredovisningens utformning vill att attraktionskraften att läsa den skall öka och på så sätt bli en bas i företagets kommunikation till sina målgrupper.⁷

1.2 Problemområde

Utformning, språkval och öppenhet är viktiga delar i kommunikationsprocessen. Årsredovisningen är en del i denna processen men hur har företagen anpassat produkten till sitt sammanhang? Språket är inte helt entydigt. Ett begrepp eller ord kan stå för olika saker beroende på sammanhang och bakgrundskunskaper. Detsamma gäller den visuella utformningen, hur årsredovisningen är utformad med diagram, tabeller och bilder etc. För att försöka klargöra detta har ett huvudproblem problem definierats följt av ett delproblem.

Huvudproblem:

Vem vänder sig företagen till när de producerar sin årsredovisning?

Delproblem:

Har företagen; småspararna, anställda eller nuvarande och framtida aktieägare eller några andra i fokus vid framtagandet av årsredovisningen och i så fall på vilket sätt har redovisningen och dess delar anpassats till sin målgrupp eller sina målgrupper?

För att ge svar på problemen kommer två börsnoterade och ett icke noterat men publikt företag att granskas. Swedish Match (noterat) kommer att studeras under perioden 1997–2002, Broström (noterat) kommer att granskas under åren 1998, 2000–2002 och Kooperativa Förbundets under tidsskedet 1998–2001.

1.3 Syfte

Uppsatsens syfte är att med utgångspunkt i svenska börsnoterade eller på annat sätt publika företag undersöka deras årsredovisningar och försöka komma fram till vem företagen anser vara mottagare av årsredovisningen i helhet och dess olika delar.

⁶ Fogel, A & Womack, J, Kasta inte bort pengarna på årsredovisningen, Resumé, 2002-10-24

⁷ Kroon, R, Årsredovisningen är värd pengarna, Resumé, 2002-11-14

1.4 Perspektiv

De riktlinjer som dragits upp för uppsatsen är att försöka analysera till vilka företagen avser att kommunicera med beträffande sin årsredovisning. En sekundär tanke med uppsatsen är att det svenska näringslivet skall kunna ha nytta av de tendenser som presenteras.

Uppsatsen stöttas inte av någon uppdragsgivare. Utan är ett internt formulerat ämne inom externredovisning på Företagsekonomiska Institutionen. Det är också fråga om en akademisk magisteruppsats.

1.5 Avgränsningar

För att uppsatsen inte skall bli för omfattande är den begränsad till att undersöka Swedish Matches, Broströms samt Kooperativa Förbundets tryckta årsredovisningar. Den teoretiska referensramen kommer bara att beröra aktiebolagen och deras årsredovisningar. Swedish Match granskas under en längre tidsperiod än de två andra företagen. Detta beror på att företaget bytte VD mellan åren 1997 och 1998. Vad VD bytet innebar för framställningen av de kommande rapporterna ville granskas, därmed utvidgades tidsperioden. Broström granskas under en icke sammanhängande period då det inte gick att få fram en tryckt årsredovisning från 1999, därför glappet mellan 1998 till 2000. Uppsatsen ligger inom ramen för externredovisning, vilket gör att internredovisning enbart nämns i den teoretiska referensramen. Några redovisningstekniska granskningar görs inte heller.

1.6 Disposition

I *kapitel 1* i uppsatsen, vilket redan har behandlats, beskrivs uppsatsens bakgrund om årsredovisningar. Vidare behandlas även uppsatsens problemområde samt syfte. Studien avslutas med vilket perspektiv den är skriven ur samt vilka avgränsningar som gjorts.

I *kapitel 2* i uppsatsen behandlas det teoretiska området. Här behandlas årsredovisningens innehåll, syfte, intressenter samt den frivilliga informationsgivning som ges via årsredovisningarna.

I *kapitel 3* redogörs för den undersökningsmodell som uppsatsen kommer att basera sig på.

I *kapitel 4* presenteras olika undersökningsansatser. Olika metoder som kan användas vid insamlandet av data, såväl skriftlig som muntlig presenteras också. Utvärdering och analys av data behandlas även i kapitlet. I detta kapitel presenteras också studiens olika tillvägagångssätt vid behandling av den insamlade datan.

I *kapitel 5* presenteras de studerade företagen. Resultat och analys av det inhämtade materialet, där delarna i årsredovisningarna ställs mot vem de riktar sig till.

I *kapitel 6* det avslutande kapitlet redovisas de slutsatser som kommit fram i uppsatsen och framtida funderingar.

2. TEORETISK REFERENSRAM

I referensramen sker en diskussion över externredovisningens kommunikativa handling, målet med redovisningen samt kraven på redovisningen. De olika intressenterna vilka kan ha intresse av årsredovisningarna behandlas också. Kapitlet avslutas med en beskrivning om årsredovisningen som ett informationsinstrument samt en redogörelse över begreppet öppenhet.

2.1 Årsredovisningens innehåll och dess syfte

Begreppet redovisning har stor betydelse, därför brukar redovisningen delas upp i intern- och extern redovisning.

Den *interna redovisningen* utgör grunden för företagsledningens planering, uppföljning samt kontroll av verksamheten. Informationen kan användas för kontroll av olika ansvarsområden samt som underlag för prissättningar etc. Redovisningen är avsedd för internt bruk och är inte lagreglerad. Vanligtvis utformas den efter det enskilda företags kriterier.⁸ Denna redovisning behandlas inte vidare då den går utanför uppsatsens område.

Den *externa redovisningen* handlar om den löpande bokföringen, årsbokslutet, företags delårsrapporter samt årsredovisning och är reglerad både enligt lag och via redovisningsnormer. Den externa redovisningens syfte är att ge olika intressenter utanför företaget, såsom beslutsfattare, banker, anställda, leverantörer etc. information om företaget ur ett ekonomiskt perspektiv. Den löpande bokföringen skiljer sig åt från övriga delar i externredovisningen då den inte är löpande tillgänglig för utomstående intressenter. Årsbokslutet samt årsredovisningen grundar sig dock på den löpande bokföringens material. Årsredovisningen sammanfattar i princip de händelser som skett under det gångna året. Den externa redovisningen ligger till grund för att bestämma företags beskattning samt dess utdelning. Årsredovisningen utgör ofta grunden för aktieägarna att kunna fatta beslut om de kan ge styrelsen ansvarsfrihet för det gångna året eller inte. Redovisningen fungerar också som en kontrollfunktion och tar sikte på om företaget följt de mål som varit uppsatta samt om de uppnåtts.⁹

Efter det att bolagstämman har hållits skall årsredovisningen skickas in till Patent- och registreringsverket tillsammans med revisionsberättelsen, vart efter den blir en offentlig handling.¹⁰ Årsredovisningen skall upprättas på ett överskådligt sätt och bestå av en balansräkning, resultaträkning, noter, en förvaltningsberättelse samt i vissa fall även en finansierings- / kassaflödesanalys. Rapporten som framställs kan användas som underlag vid beslutsfattandet.¹¹ Förvaltningsberättelsen skall komplettera den information som inte framgår i balans- och resultaträkningen, finansierings- / kassaflödesanalysen samt noterna. Exempelvis kan företags filialer utomlands, företags FoU-verksamhet, betydande händelser etc. beskrivas och kommenteras närmare.¹² Många anser att förvaltningsberättelsen

⁸ SOU 1994:17, s.119f

⁹ Dahlin, L, Jönsson, T & Lundén, B, 2000, Bokslut och årsredovisning, s.181f och SOU 1994:17, s.120

¹⁰ Arvidsson m.fl., 2001, Företags- och räkenskapsanalys, s.25

¹¹ FARs samlingsvolym 2001, 2001, s.279

¹² Dahlin, L, Jönsson, T & Lundén, B, 2000, Bokslut och årsredovisning, s.239ff

utgör den viktigaste delen i årsredovisningen då denna delen är mer lätt läst och inte så komplicerad. Detta underlättar användandet för de intressenter som inte har ekonomisk kunskap för att tillgodogöra sig materialet.¹³

Kritik har dock riktats mot att den information som finns i årsredovisningarna inte är aktuell då informationen i rapporten nästan är 15 månader gammal. Den information som kan påverka kursen har redan presenterats i samband med bokslutet eller via pressmeddelanden. För professionella aktörer på kapitalmarknaden, analytiker, näringslivsjournalister, mäklare, kapitalförvaltare med flera, har årsredovisningarna fått en allt mer begränsad betydelse eftersom de kommer så sent.¹⁴ Årsredovisningarna har däremot börjat få en mer allmän roll som informationsbärare, det vill säga att företaget använder dem för att presentera sig, vilket leder till att utformningen blir allt mer likt en reklambroschyr.¹⁵

2.2 Redovisningens mål

Vid utformandet av målet med redovisningen har användarna av redovisningen stått i centrum. Den information som företagen lämnar måste användarna av informationen kunna lita på att den är sann och kunna vara användbar som beslutsunderlag. Beroende på vem som skall ta del av redovisningen är målen också olika.¹⁶

Inom redovisningen finns det tre mål. Det första målet *rationalitet* innebär att den lämnade informationen skall kunna möjliggöra effektiva beslut efter det att informationen har granskats och analyserats. *Eliminering av osäkerhet* är det andra målet och innebär att den lämnade informationen skall vara utformad så att den är till hjälp vid de externa intressenternas analyseringar samt prognostiseringar av företagets framtid. Det tredje målet *information om tillgångar och skulder*, här skall företaget lämna sådan information att det framgår vem eller vilka som har fordran på tillgångarna. Skuldernas och tillgångarnas olika värde och deras förändrade värde skall också redovisas.¹⁷

2.2.1 Vilka krav skall redovisningen uppfylla?

Ett gemensamt mål och grundläggande krav från intressenterna vad gäller utformning av företagets redovisning är att den skall vara användbar som beslutsunderlag. För att redovisningen skall uppfylla sitt mål måste ett antal kvalitativa egenskaper eller kvalitetskrav ställas på redovisningen. Den primära egenskapen är att redovisningen skall vara *relevant*, dvs att den lämnade informationen skall kunna användas för beslut och prognosframställning. Minimikravet på relevans brukar vara att informationen skall vara så begriplig att mottagaren förstår innebörden i den lämnade informationen. Dessutom skall informationen även vara aktuell, så att den data som lämnas inte ges ut med allt för långa tidsintervaller.¹⁸

¹³ Bodeson, G, 1971, Finansiell information – om öppen redovisning till en vidgad läsekrets, s.61f

¹⁴ Fogel, A & Womack, J, Kasta inte bort pengarna på årsredovisningen, Resumé, 2002-10-24

¹⁵ Petersen, L, Årsredovisningarnas bästa tid är nu, Svenska Dagbladet Näringsliv, 2002-03-30

¹⁶ Falkman, P, 2000, Teori för redovisning, s.58ff

¹⁷ Falkman, P, 2000, Teori för redovisning, s.16 och s.58ff

¹⁸ Smith, D, 2000, Redovisningens språk, s.24ff

Den andra egenskapen *validitet* behandlar upplysningarna som lämnats om de avbildar det de avsetts att avbilda. Kravet på validitet delas i sin tur in i fyra beståndsdelar. Det första minimikravet, neutralitet, innebär att trots de svårigheter som finns med att bestämma vilka händelser som skall avbildas, skall strävan vara att avbilda händelsen så som man själv uppfattar den. Det andra kravet, innebörd och form, handlar om att en eventuell affärshändelse som skiljer sig åt skall redovisas på vilket sätt händelsen påverkat företaget. Fullständighet är det tredje kravet och innebär att redovisningen skall innehålla alla väsentliga händelser som inträffat under den redovisade perioden och vars utelämnande kan medföra att informationen blir falsk eller vilseledande. Det sista kravet, väsentlighet, handlar om att informationen skall ha tillräcklig betydelse för någon intressentgrupp.¹⁹

Den tredje egenskapen, *verifierbarhet*, betyder att en transaktion skall kunna stödjas mot vad som verkligen har hänt, till exempel ett inköp av en maskin är verifierbar på grund av att det kan stödjas mot inköpsfakturan samt fraktkostnaden. Den fjärde och sista egenskapen, *jämförbarhet*, hänger samman med de två första egenskaperna. Lika händelser och tillstånd skall redovisas på samma sätt för att öka användningen av redovisningen. På så sätt går det att jämföra ett företags redovisning med ett annats. Redovisningen skall även vara jämförbar över tid vilket gör att prognoser kan skapas och följas upp. Därmed går det att säga att jämförbarhet uppnås på bekostnad av relevans och validitet.²⁰

2.3 Årsredovisningens intressenter

Den externa redovisningen spelar en betydelsefull roll i ett företags spridning av verksamhetens information till omvärlden. I en marknadsekonomi är det nödvändigt att externinformation ges. Årsredovisningen är för flera intressenter den enda eller viktigaste informationskällan där systematisk sammanställd information ges. Datan kan sedan tjäna som underlag vid jämförelser dels mellan år men även mellan olika företag. Den externa redovisningen riktar sig till många olika användare, både aktuella och potentiella (se figur 2.1).²¹

För *aktieägarna / investerarna* utgör externredovisningen det enda material som finns att tillgå för att bedöma hur ledningen har skött företaget. Informationen skall ge underlag för intressenternas beslut om att köpa, behålla eller sälja aktierna samt för bedömning av företaget att ge utdelning. Med den externa redovisningen kan ägarna bygga prognoser om framtida resultatutveckling samt göra bedömningar om utfallet under året blivit som det var planerat.²²

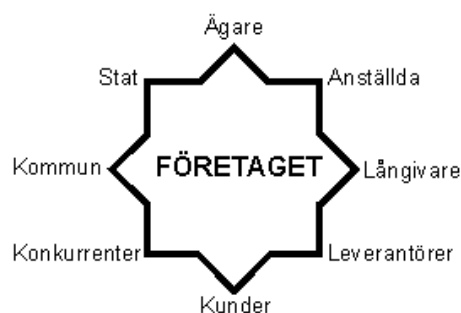
¹⁹ Smith, D, 2000, Redovisningens språk, s.24ff

²⁰ Ibid.

²¹ Sandin, A, 1996, Externredovisning – anpassad till nya årsredovisningslagstiftningen, s.5ff

²² Följande kapitel bygger på Smith, D, 2000, Redovisningens språk, s.17ff

Figur 2.1 Företagets olika intressenter



Källa: Egen

De *anställda* har ett stort intresse att företaget går bra då det skapar sysselsättning, betalar ut lön och står för anställningstryggheten. De är också intresserade av det ekonomiska läget vid löneförhandlingar samt även då bonusrelaterade belöningsystem finns.

Långgivarna, banker och kreditgivare, har ett stort intresse för hur företaget går och sköts då de är måna om att företaget kan betala sina räntor och amorteringar. Därför är långgivarna angelägna om att bli delgivna trovärdig finansiell information så att de kan göra en riskbedömning över företaget. Långgivarna är speciellt intresserade över företagets likviditet och soliditet men även på längre sikt även lönsamhetsutvecklingen, vilken gestaltas i de företagshistoriska siffrorna.

Leverantörerna har som långgivarna ett stort intresse över att få betalt för sina levererade varor, likväl som *kunden* har intresse av att leverantören levererar avtalade varor om en förskottsbetalning skett.

Externredovisningen används inte enbart av företagets direkta kommunikationssfär utan även av *konkurrenterna*. Deras intresse ligger i hur det har gått med försäljningen inom vissa geografiska- och produktområden. Informationen kan sedan ligga till grund för kommande beslut och satsningar.

Staten och *kommunen* har ett speciellt intresse av hur företaget går, på grund av att företag utgör precis som människor ett skattesubjekt. Underlaget i redovisningen används sedan som grund för bedömningar över skatten som företaget skall betala. Beräkningarna avser både bolagsskatten och mervärdesskatt. Skattemyndigheterna är också intresserade över företagets externredovisning för att kunna bedöma om de har beräknat resultatet enligt god redovisningssed.

2.4 Årsredovisning som informationsinstrument

Årsredovisningen är oftast den viktigaste kommunikationskanalen som många företag har gentemot sina intressenter. De publicerade siffrorna och diagrammen skapar oftast en tydlig bild av företaget och ligger sedan till grund för bedömningar och beslut av olika slag. Syftet

med årsredovisningen är i första hand att vara ett ekonomiskt beslutsunderlag för kommande investeringsbeslut, men även att visa upp och skapa en bild över företaget.²³

Språket är i vissa fall inte helt och hållet entydigt, vilket måste beaktas vid produktionen av redovisningen. Beroende på sammanhang kan ett ord eller fras ha olika innebörd. Använder sändaren (företaget) en språkutformning som kan innebära tveksamheter kan det leda till att den sända informationen inte kommer fram till mottagaren (intressenten). Det gäller för företaget att i möjligaste mån anpassa sina data så att de når fram och tolkas korrekt av mottagaren.²⁴

Kommunikation kan ske på två sätt. Dels personligen men även genom masskommunikation. Externredovisningen, i form av årsredovisning, sker via masskommunikation och är enkelriktad, sändaren och mottagaren är inte nära varandra, vilket förhindrar en dialog att uppstå. Masskommunikationen är svår att anpassa så att den passar in på samtliga sina målgrupper eller mot en specifik individ. Kommunikationen är inte avsedd för någon specifik person utan är istället riktad mot en grupp till exempel aktieägare, långivare etc. När årsredovisningen skapas måste sändaren beakta vilken kunskap mottagaren har för att informationen skall vara till nytta. Nackdelen med masskommunikation är att det är svårt att få reda på om mottagarna tagit emot och förstått meddelandet.²⁵

Beroende på vilket synsätt man har kan redovisningen ses utifrån olika perspektiv. Inom det ekonomiska perspektivet, där företagen nyttomaximerar, ses redovisningen som ett rationellt handlande där syftet är att fördela kapital. Det ekonomiska perspektivet behandlar till en del informationsasymmetrin. Asymmetrin tydliggörs genom att olika parter får ta del av olika information, problem kan uppstå då den lämnade informationen kan uppfattas olika av de berörda användarna.²⁶

Det sociopsykologiska perspektivet ser redovisningen som en kommunikationsprocess, där relationen mellan de berörda användarna av redovisningen får en större betydelse. Till det sociopsykologiska perspektivet kontraktsteorin som företrädesvis analyseras i principal-/agentmodeller. Kontraktsteorin handlar främst om hur kontrakt mellan olika parter (agenter) skall utarbetas. Ett agentförhållande råder då en part (principalen) anställer en andra part (agenten) för att åstadkomma något.²⁷ Exempelvis kan företagsledningen vara agenten vilka producerar årsredovisningen och användarna eller intressenterna principalerna.²⁸ Den teoretiska referensramen kommer att bygga på sociopsykologiskt perspektiv.

2.5 Öppenhet

Informationen som företag lämnar om sin verksamhet till de externa intressenterna brukar benämnas som öppenhet (eng. disclosure). Begreppet kan delas upp i två delar, tvingande- och frivillig information.

²³ Gudbjartsson, E, 2000, Kommunikation genom siffror, s.13ff

²⁴ Ibid.

²⁵ Ibid. och Bohlin, H, 1987, Aktieägarna och årsredovisningen, s.15ff

²⁶ Anthony, R, & Govindarajan, V, 2000, Management Control System, s.523f

²⁷ Ibid.

²⁸ Gudbjartsson, E, 2000, Kommunikation genom siffror, s.13

2.5.1 Tvingande informationsgivning

Den tvingande informationsgivningen är reglerad av lagar och regler och gäller endast informationen som lämnas i de finansiella rapporterna. Exempel är krav på noter, tilläggsupplysningar till balans- och resultatrapporten eller vad finansierings- / kassaflödesanalysen skall innehålla.

Informationen till intressenterna är på många sätt avgörande för att aktiemarknaden skall fungera. För att prisbildningen skall fungera krävs det att informationsflödet också fungerar på ett tillfredställande sätt. Om det börjar brista i informationen på aktiemarknaden kan det leda till att beslut om investeringar försvåras. Detta i sin tur gör att investerarna kan göra felaktiga placeringar och att prisbildningen påverkas negativt. Numera är företagen skyldiga att offentliggöra information om sin redovisning samt om övriga händelser som har inverkan på företaget i sin helhet. Det finns flera bakomliggande faktorer till att informationsgivningen regleras. Staten spelar en stor roll som införare av de regler som finns i dag. Ett syfte med att reglera informationsgivningen är att staten försöker se till att marknaden skall fungera på ett kontinuerligt sätt. På så sätt försöker staten skydda de mindre investerarna, skapa förtroende för de stora investerarna samt förhindra historiska felsteg. Syftet med att informationen skall offentliggöras och vara reglerad om vad som måste vara med är att intressenterna lättare skall kunna göra jämförelser med andra företag och ta rätt beslut.²⁹

2.5.2 Frivillig informationsgivning

Det företaget väljer att delge utöver det som regleras via lagar eller rekommendationer är den frivilliga informationen. Företagets lägsta informationsnivå utgörs således av den tvingande nivån. Den frivilliga informationen kan bland annat lämnas via årsredovisningen, delårsrapporter eller via pressmeddelanden.³⁰

Företag kan välja att lämna mer information än vad som är nödvändigt. Tanken med att ge mer information än andra företag eller konkurrenter är att minska osäkerheten om företaget och på så sätt sänka kapitalkostnaderna. Den ökade informationsgivningen kommer också att leda till att företagets trovärdighet ökar på marknaden. Investerarna blir lugnare då de slipper att spekulera om företaget. De får adekvat information från början vilket underlättar prognostiseringen om företagets framtid.³¹

Ett företags stora öppenhet innebär inte bara fördelar utan också nackdelar. Genom att företaget öppet visar hur det har gått, sina framtidsplaner, sin miljöredovisning etc öppnar det upp för att konkurrenterna lättare kan ta reda på viktig fakta och ta vara på den informationen för att stärka sin egen ställning på marknaden. En annan nackdel med en stor öppenhet är att om ett företag gått ut och lovat att de skall uppnå en viss lönsamhets- eller produktionsnivå under året kan det leda till att nödvändiga åtgärder eller investeringar skjuts på framtiden för att företaget skall kunna visa att de förväntningar som de lovade i början av perioden. Uppnås

²⁹ Samuelsson, P, 1991, Information och ansvar, s.19ff

³⁰ Adrem, A, 1999, Essays on disclosure practices in Sweden – casues and effects, s.13ff

³¹ Adrem, A, 1999, Essays on disclosure practices in Sweden – casues and effects, s.4ff

inte målet kan företaget hamna i en sämre position hos investerarna, och ges sämre villkor när företaget efterfrågar kapital.³²

Trenden går mot att företagen blir allt öppnare. De redovisar betydligt mer fakta än vad som behövs. Även fakta som kan vara besvärande tas upp. Mjuk fakta har börjat komma mer och mer i form av redovisning av företags miljöarbete eller kompetensutvecklingen av personalen.³³

³² Foster, G, 1986, Financial statement analysis, s.35ff

³³ Petersen , L, Årsredovisningarnas bästa tid är nu, Svenska Dagbladet Näringsliv, 2002-03-30

3. UNDERSÖKNINGSMODELL

I detta avsnitt presenteras den valda undersökningsmodellen för uppsatsen, vilket bygger på materialet i referensramen.

3.1 Studiens undersökningsmodell

I teoriavsnittet beskrevs att ett företag enligt lag måste ha vissa delar i sin årsredovisning, bland annat följande; balans- och resultaträkning, noter, förvaltningsberättelse samt i vissa fall även en finansierings- / kassaflödesanalys. Ett aktiebolag eller ett på annat sätt publikt företag har olika intressegrupper som är intresserade över hur det går för företaget. Jag har valt i undersökningsmodellen att studera företagens olika delar i den tryckta årsredovisningen, såväl de lagstadgade som de icke lagreglerade delarna, för att försöka få fram till vilken intressent eller vilka intressenter företagen vill rikta sig till i respektive del för att sedan komma fram till vem eller vilka årsredovisningen slutligen vänder sig till.

I undersökningsmodellen har jag även valt att granska vilka språk företagen valt att skriva sin redovisning på, så att den lämnade informationen är begriplig för de potentiella användarna. Här har jag även lagt till att undersöka VD har ordet. Har de valt att skriva den på ett krångligt och byråkratiskt språk eller ett enkelt och förklarande sätt som även sätter den ovana läsaren in i olika begrepp och betydelser. Jag har även valt att lägga till form och bild, det vill säga hur företagen valt att utforma sin årsredovisning. Har företagen valt att använda sig av bilder med sina produkter exponerade på ett lättåtkomligt sätt eller har de valt att bara ha med de allra nödvändigaste bilderna? Genom att lägga till form och bildval i uppsatsen tror jag det går att utläsa till vilka intressenter respektive företag valt att vända sig. Slutligen har jag valt att analysera de övriga delarna som finns i årsredovisningarna, till exempel Corporate Governance (ägarstyrning), aktieinformation mm.

Figur 3.1 Undersökningsmodell

Till vilka av nedanstående intressenter vänder de olika delarna sig mot i årsredovisningarna?

<u>Delar i årsredovisningen</u>	<u>Intressenter</u>
VD har ordet	} Ägare Anställda Långivare Leverantörer Kunder Konkurrenter Stat & Kommun
Förvaltningsberättelse	
Finansierings-/ kassaflödesanalys	
Resultaträkning	
Balansräkning	
Noter	
Språk, form & bilder	
Övriga delar	

Källa: Egen

4. METOD

Metodavsnittet inleds med en presentation av undersökningsansatser och följs sedan av en beskrivning av datainsamlingsmetoder. Därefter diskuteras arbetets validitet och reliabilitet. Varje del av metodavsnittet avslutas med angivelse på vilken metod som använts vid arbetet med denna uppsats. Kapitlet avslutas med en behandling av eventuella felkällor samt hur den inhämtade datan har bearbetats.

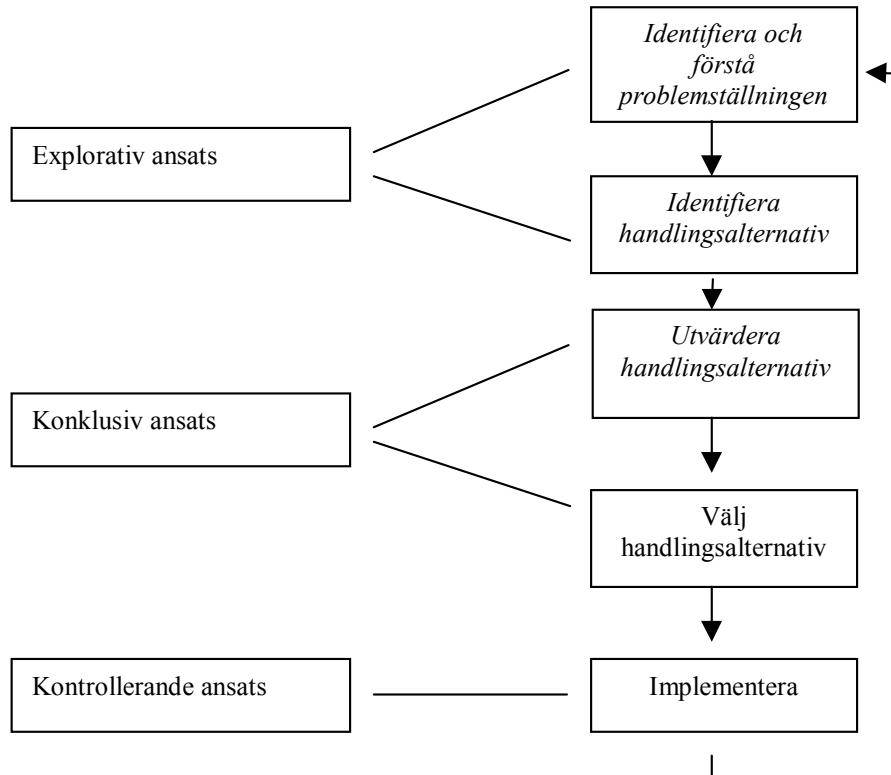
4.1 Undersökningsansatser

I följande avsnitt beskrivs olika utgångslägen – ansatser – vid olika studier. Efter att undersökningsansatserna har klargjorts avslutas delkapitlet med denna uppsats valda ansats.

4.1.1 Olika undersökningsansatser

Enligt Kinnear och Taylor kan undersökningar delas in i tre skilda kategorier beroende på val av ansats, (figur 4.1 visas de olika ansatserna). De tre olika undersökningsansatserna är explorativ-, konklusiv- samt kontrollerande ansats.³⁴

Figur 4.1 Undersökningsansatser



Källa: Kinnear, T & Taylor, J, (1996), *Marketing research: An applied approach*. s. 127

³⁴ Kinnear, T & Taylor, J, 1996, *Marketing research: An applied approach*, s. 126

Den *explorativa ansatsen* fungerar bra i ett tidigt stadium i beslutsprocessen då forskaren genomför den preliminära undersökningen av problemet. För att samla in nödvändig data används lämpligen sekundära datakällor, observationer, intervjuer med experter inom aktuellt område samt gruppintervjuer. Ansatsen är lämplig för att identifiera och definiera problemställningen. Då problemet väl har definierats kan den explorativa ansatsen även användas för att identifiera alternativa handlingsalternativ.³⁵

Den *konklusiva ansatsen* är lämplig då forskaren behöver information för att kunna utvärdera och välja handlingsalternativ. Ansatsen kännetecknas genom användandet av formella forskningsmetoder. Vidare indelning av den konklusiva ansatsen kan ske i deskriptiv respektive kausal undersökning.³⁶

Den *deskriptiva ansatsen* hjälper forskaren att göra antaganden gällande resultatet av olika handlingar, dock utan att formellt kunna fastställa ett orsak - verkan samband. Syftet med den deskriptiva ansatsen är att förse forskaren med information om specifika frågor och hypoteser. Den *kausala ansatsen* däremot, syftar till att insamla bevis för att kunna fastställa orsak - verkan samband.³⁷

Den *kontrollerande ansatsen* används för att kontrollera att planerna resulterar i önskat utfall. Syftet med denna ansats är att kontrollera och rapportera förändringar i till exempel försäljningsvolym och marknadsandel.³⁸

4.1.2 Val av ansats

I uppsatsen används det en kombination av explorativ och deskriptiv ansats. I uppsatsens startfas användes den explorativa ansatsen för att tydligt kunna identifiera och ringa in problemställningen och möjliga handlingsalternativ. Detta gjordes genom att studera relevant litteratur samt genom att samla in diverse data av sekundär natur. I uppsatsens senare skede ansågs dock att den deskriptiva ansatsen var lämpligare, eftersom syftet med uppsatsen är att beskriva vem som årsredovisningar riktar sig till.

4.2 Datainsamling

Insamlandet av data kan göras på många olika sätt och benämns med olika namn. Detta samt en del annat kommer att klargöras i detta avsnitt om datainsamling

4.2.1 Kvalitativa och kvantitativa data

Vanligtvis skiljs det mellan två huvudformer av metoder; kvalitativa- och kvantitativa metoder. Den *kvalitativa metoden* syftar till att skapa en förståelse av det studerade problemet.³⁹ Vid kvalitativa undersökningar används en så kallad intervjuguide. Den

³⁵ Kinnear, T, & Taylor, J, 1996, Marketing research: An applied approach, s. 127

³⁶ Ibid.

³⁷ Kinnear, T, & Taylor, J, 1996, Marketing research: An applied approach, 127ff

³⁸ Kinnear, T, & Taylor, J, 1996, Marketing research: An applied approach, s. 135

³⁹ Andersen, I, 1998, Den uppenbara verkligheten, s. 31

intervjuade har inga fasta alternativ att välja på utan kan med egna ord formulera sina svar. Fördelen med denna undersökningsmetod är att en djupare information går att få fram av intervjun genom att det går att följa upp frågor och svar. I och med att den intervjuade har lämnat öppna svar blir materialet svärbearbetat för att göra matematiska beräkningar på.⁴⁰ Uppsatsen kommer att använda sig av denna undersökningsform vid intervjutillfällena.

Den *kvantitativa metoden* strävar efter att förklara det studerade problemet.⁴¹ Undersökningar som genomförs genom den kvantitativa metoden består av standardiserade frågeformulär som har fasta svarsalternativ. Det insamlade materialet är relativt lättanalyserat och olika matematiska beräkningar går att genomföra. Nackdelen med metoden är att frågorna är standardiserade och den intervjuade inte kan ge någon information som inte omfattas av svarsalternativen

4.2.2 Primärdata och sekundärdata

Vanligen skiljs det mellan två olika typer av data vid vetenskaplig forskning. Om efterfrågad data samlas in för första gången av forskaren själv klassificeras denna typ av data som primärdata.⁴² Sekundärdata är data som andra personer än forskaren själv samlat in.⁴³ En fördel med att använda sekundärdata är att mycket tid och energi kan sparas.⁴⁴

För att kunna uppfylla arbetets syfte har både primär och sekundär data använts. Den sekundära datan har erhållits genom att studera litteratur som böcker, tidskrifter samt genom sökning på Internet. Hur primärdata har samlats in beskrivs nedan.

4.2.3 Datainsamlingsmetoder

Det finns ett antal olika metoder att välja mellan då det gäller insamlandet av data som ej tidigare finns tillgängliga. *Enkäter* innebär vanligtvis att ett slumpmässigt urval av personer eller företag får ett frågeformulär att fylla i som sedan skall ges tillbaka. Vanligen skickas formuläret via posten, en postenkät, men kan även delas ut direkt till de utvalda i form av en gruppenkät. En annan variant är att en besökande hos en myndighet eller liknande får ett formulär att fylla i på platsen, en så kallad besöksenkät.⁴⁵

Eftersom uppsatsen är ställd utifrån den kvalitativ metod blir det mer eller mindre naturligt att välja *intervjuer*, vilket är den effektivaste metoden för att samla in önskad data. Det förekommer tre olika typer av intervjumetoder; strukturerade, ostrukturerade och delvis strukturerade. Den strukturerade intervjumetoden innebär att forskaren använder sig av schematiska och standardiserade frågor. Denna form av strukturerade intervjuer förekommer främst när hypoteser ska prövas, när ett stort urval ska utfrågas eller när en kvantifiering av resultatet är viktigt. Den ostrukturerade intervjumetoden innebär att färdigformulerade frågor saknas och därmed är den i grunden explorativ i sitt syfte. Denna metod används främst när forskarens kunskap på området är så otillräcklig att inga relevanta frågor kan förberedas. Den

⁴⁰ Hartman, J, 1998, Vetenskapligt tänkande – Från kunskapsteori till metodteori, s.173ff

⁴¹ Andersen, I, 1998, Den uppenbara verkligheten, s. 31ff

⁴² Dahmström, K, 1996, Från datainsamling till rapport, s. 51

⁴³ Andersen, I, 1998, Den uppenbara verkligheten, s. 150

⁴⁴ Andersen, I, 1998, Den uppenbara verkligheten, s.158

⁴⁵ Dahmström, K, 1996, Från datainsamling till rapport s. 52

delvis strukturerade intervjun innebär att forskaren styr intervjun med hjälp av vissa grundfrågor som sedan kan leda in samtalet på ej förberedda stickspår.⁴⁶

Eftersom uppsatsen skall ge svar på ett antal grundläggande frågor samtidigt som den vill vara öppna för nya synvinklar som respondenten kan bidra med vid svaren används den delvis strukturerade intervjumetoden.

4.2.4 Målpopulation och urval

Målpopulationen ligger till grund för det som skall undersökas och vilket senare skall dras slutsatser utav.⁴⁷ Vanligt förekommande är det att använda sig utav ett visst urval av sin målpopulation. Utifrån denna grupp görs sedan försök att sedan dra slutsatser om hela den tänkta målpopulationen. En vanlig metod som används är urvals- eller stickprovsundersökningar. Användandet av någon av metoderna är främst för att det av praktiska och/eller ekonomiska skäl inte är lämpligt att undersöka hela målpopulationen. Förutom urvalets storlek finns det andra begränsande faktorer. Målet med studien, tidsbegränsningar, samt uppfattningar hos arbetsgivaren/uppdragsgivaren är andra element som styr urvalet.⁴⁸ I uppsatsen använde jag mig utav personer som har erfarenhet utav produktionen av årsredovisningar, vilka telefonintervjuades.

Val av urvalsmetod

Jag valde att inte använda mig av slumpmässigt urval bland alla de svenska börsnoterade företagen eller på annat sätt publika företag. Detta skulle ta alldeles för lång tid, kosta för mycket samt att jag ställer mig frågande om ett tillräckligt stort urval skulle fås ihop. Den slumpmässiga urvalsmetoden används inte heller då den undersöker ett slumpmässigt urval av hela populationen. Till stor sannolikhet skulle inte gemene man inte kunna bidra med den informationen som jag efterfrågar. Istället har icke – sannolikhetsurvalet valts att användas, där det finns tre olika urval:

- (1) *Anvisningsurval*; vilket innebär att undersökaren först intervjuar en person. Denna respondent hänvisar i sin tur vidare till någon i dennes omgivning som passar in för intervjun. Detta förfarande fortgår fram till dess att alla intervjuerna har gjorts.
- (2) *Bekvämlighetsurval*; vid detta förfaringsätt väljer intervjuarna ut sina respondenter på "bekvämlighetsbasis", ett sätt är att intervjuar kunder i en butik.
- (3) *Bedömningsurval*; grundar sig utifrån vad undersökarna eller någon expert i ett specifikt ämne tror vara bra eller relevant urval.⁴⁹

Uppsatsen grundar sig på en kombination av anvisningsurval och bedömningsurval. Anvisningsurvalet gjordes genom att vissa av respondenterna hänvisade till andra i sin närhet som skulle kunna vara till nytta för studien. Bedömningsurval gjordes till viss del, då jag själv avgjorde vilka personer som verkade kunna besvara frågorna.

⁴⁶ Merriam, S, 1994, Fallstudien som forskningsmetod, s. 86ff

⁴⁷ Lekvall, P & Wahlbin, C, 1993, Information för marknadsföringsbeslut, s.136ff

⁴⁸ Ibid.

⁴⁹ Kinnear, T & Taylor, J, 1996; Marketing Research, s28f

4.2.5 Val av datainsamlingsmetod för primärdata

För att få svar på frågeställningarna fick data till största delen baseras tolkningar av årsredovisningar samt på intervjuer, då det endast fanns ringa relevant skrivet om det specifika ämnet. I uppsatsen har djupintervjuer via telefon utförts med personer som arbetar med framställningen av redovisningen

Vid intervjuerna användes en intervjuguide (se Bilaga 1 – Intervjuguide), som var utformad utifrån den skapade undersökningsmodellen. Då bandspelare kan leda till allt för detaljerad och inte alltid relevant data lätt kan tas med, antecknades istället intervjuerna för hand. En medvetenhet om att viss information kan gå förlorad under intervjun finns. Bandspelare kan bidra till nackdelar på grund av att en del människor blir hämmade av att spelas in och börjar berätta spontant först då bandspelaren har stängts av.⁵⁰ Utifrån egna erfarenheter kan ljudkvalitén skifta, vilket medför att allt inte alltid är hörbart. Med hänsyn till ovanstående bedömdes nedteckning av intervjuerna som den bästa metoden.

4.2.6 Val av datakällor för sekundärdata

Med utgångspunkt från de formulerade frågeställningarna gjordes en sökning efter litteratur samt artiklar från tidningar och tidskrifter. Sökningar gjordes efter litteratur främst i olika databaser på Handelshögskolans bibliotek i Göteborg, Högskolan Trollhättan/Uddevallas bibliotek samt stadsbiblioteken i Göteborg och Kungälv. För att finna tidskriftsartiklar användes bland annat Handelshögskolans databaser men även mediearkivet, affärsdatabasen och presstext. En mängd antal övriga hemsidor och sökmotorer på Internet har också använts för att finna den information som söktes.

4.3 Validitet och reliabilitet

För att tyda uppsatsens trovärdighet delas begreppet in i två delar; validitet (giltighet) samt reliabilitet (tillförlitlighet).

4.3.1 Validitet

Begreppet validitet kan delas upp i intern och extern validitet. *Intern validitet* handlar om i vilken mån resultatet stämmer överens med verkligheten och om forskaren mäter det han/hon avser mäta. *Extern validitet* handlar om i vilken utsträckning resultaten är tillämpliga i andra situationer, det vill säga hur generaliserbara resultaten är.⁵¹

För att uppnå en hög intern validitet är uppsatsen inriktad att tolka årsredovisningar samt intervjua ett antal personer, som har varit med i framställningen av årsredovisningarna. Även genomförandet av intervjuerna spelar en stor roll för den interna validiteten. Genom att utföra intervjuer med väl förberedda frågor som ringar in problemområdet tror jag att avbildningen av verkligheten blir så bra som möjligt.

⁵⁰ Espling, 2000-03-27

⁵¹ Merriam, S, 1994, Fallstudien som forskningsmetod, s. 177ff

För den externa validiteten är valet av undersökningsenhet av största vikt, eftersom det avgör i vilken utsträckning resultaten kan appliceras på andra situationer. Frågan om generalisering är dock omöjlig utan det rör sig snarare om tendenser och mönster.

4.3.2 Reliabilitet

Reliabilitet handlar om uppsatsens tillförlitlighet och belyser dess konsekvenser, noggrannhet samt förutsägbarhet.⁵² Reliabilitet handlar också om i vilken utsträckning resultatet kan upprepas, det vill säga om undersökningen ger samma resultat om den utförs igen.⁵³ Faktorer som trötthet, stress och motivation hos personen kan ligga till grunden att låg reliabilitet nås. Reliabiliteten kan påverkas av fel i undersökningen som till exempel respondentens humör, hälsa samt miljön där intervjun äger rum.⁵⁴

Uppsatsen grundar sig främst på primärdata, där den inhämtade datan är från tolkningarna av de studerade årsredovisningarna samt de genomförda intervjuerna. Den empiriska undersökningen har skett på respektive respondents arbetsplats, där de troligtvis känner sig säkra och inger en viss trygghet. Som tidigare angetts antecknades intervjuerna för hand och den information som har gått förlorad gentemot om intervjun hade varit bandad anser jag haft ringa betydelse och att den inte hade haft något värde för uppsatsen.

Samtliga intervjuade svarade med stark frenesi på frågorna och några tecken på trötthet, stress eller låg motivation kunde inte tydas under intervjutillfällena. Samtliga intervjuer genomfördes via telefon. Vid intervjutillfällena gavs det utrymme att kunna klargöra eventuella frågetecken. Vid intervjutillfällets slut har respondenten erbjudits att ta upp något som varit oklart, och få det förtydligt för att så få missuppfattningar och fel som möjligt skulle uppstå. De har även kunnat lägga till något som de ansett inte togs upp under intervjun. Sammantaget anser jag att tillvägagångssättet har stärkt uppsatsens reliabilitet.

4.3.3 Felkällor⁵⁵

Vid utvärdering av uppsatsen måste det tas hänsyn till att det kan förekomma vissa fel. Därför är det av största vikt att vara medveten om dessa felkällor och beakta dem under hela undersökningsfasen. Resultatet kan bli påverkat av dessa felkällor men därmed behöver inte resultatet inte vara relevant. Lekvall och Wahlbin en model över olika källor där fel kan förekomma (se figur 4.2).

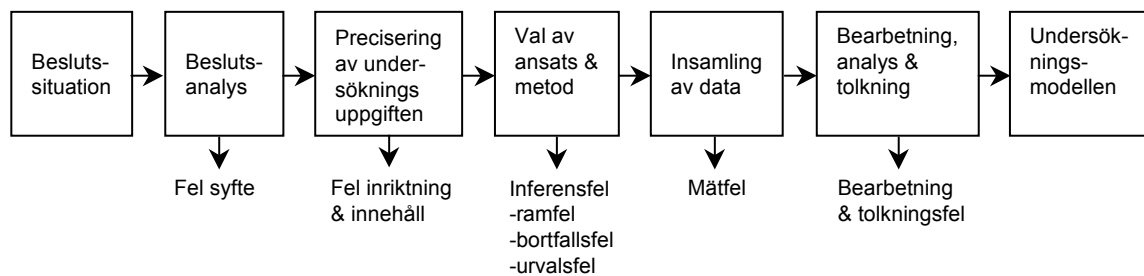
⁵² Wiedersheim, P.F & Eriksson, L.T, 1991, Att utreda, forska och rapportera, s. 29f

⁵³ Merriam, S, 1994, Fallstudien som forskningsmetod, s. 180

⁵⁴ Wiedersheim, P.F & Eriksson, L.T, 1991, Att utreda, forska och rapportera, s. 29f

⁵⁵ Kapitel baserar sig på Lekvall, P & Wahlbin, C, 1993, Information för marknadsföringsbeslut, s.246ff

Figur 4.2 Modell över felkällor



Källa: Lekvall, P & Wahlbin, C, (1993), *Information för marknadsföringsbeslut*, s.246

Fel syfte

Om uppsatsen syfte är felaktigt, grundar det sig i att problemanalysen är för grundligt underbyggd. Även om studien genomförs på bästa tänkbara sätt och uppnår det fastslagna syftet kommer det ändå att resultera i att fel frågor kommer att besvaras.

Fel inriktning och innehåll

Denna typ av fel uppstår vid felaktiga avgränsningar eller om undersökningens inriktning inte stämmer överens med dess syfte. Den insamlade datan kommer därmed leda till felaktiga beslut.

Inferensfel

Inferensfel handlar bland annat om bortfall, vilka kan påverka arbetet att dra slutsatser av undersökningen. Det finns två olika bortfallsfel, extern och intern. Externt bortfall blir det om intervjun av någon anledning blir inställd. Det interna bortfallet berör respondenten samt intervjuguiden. Kan inte respondenter svara eller om han/hon besvarar frågan felaktigt kan den frågan inte användas och därmed uppstår det internt bortfall.

Några externa bortfall har inte förekommit. Huruvida det har förekommit interna fel är svårt att värdera. Det bör belysas att de anställda representerar ett visst intresse och kan betraktas som lojala och partiska vilket har en viss betydelse på svarens innehåll. Felsvarningar från respondenternas sida anses inte ha förekommit, vilket gör att det inte finns något internt bortfall i uppsatsen.

Mätfel

Kan eller vill inte den intervjuade personen besvara en eller flera frågor uppstår det respondentfel. Är frågorna i intervjuguiden för komplicerade eller bristfälligt formulerade kan det uppstå instrumentfel. Styr intervjuaren intervjun så att vissa svar skall ges uppstår det genom hans/hennes agerande till att det uppstår en intervjuareffekt som påverkar resultatet.

Varje person som har intervjuats hade avsatt tillräckligt med tid för att göra intervjun i den takt jag ville. Inte i något fall fanns det någon tendens till stress eller tidspress vilket skapade utrymme för respondenten att väl tänka över sina svar innan dem gavs. Någon styrning för att få vissa svar har inte förekommit utan den hjälp som har getts har bara varit förtydliganden av en del frågor.

Bearbetning- och tolkningsfel

Bearbetnings- och tolkningsfel uppstår då bearbetningen och analysen av det inhämtade materialet skall göras. Felräkningar och olämpliga analysmetoder kan resultera i att analysfel uppstår. Felaktiga tolkningar kan uppstå då fel slutsatser har dragits från det framkomna resultatet. Felet har försökts att undvikas genom att analyser och bearbetningar av den insamlade datan har gjorts efter bästa förmåga.

4.4 Bearbetning och presentation av datan

Resultatet skall presenteras skriftligen efter det att en bearbetning av datan har gjorts. Slutsatserna skall sedan vara en lösning på de problem som ställts i början av studien.

4.4.1 Bearbetning av datan

Bearbetningen av det insamlade materialet startade redan efter varje intervjutillfälle när intervjuerna renskrevs och då vissa likheter och olikheter försökte finnas. Den stora bearbetningen startade när samtliga intervjuer hade gjorts. Under hela studien har den utarbetade modellen ständigt varit i fokus, och utgångspunkterna i intervjuguiden baserar sig på modellen. I tabell 4.1 redogörs det närmare hur arbetsprocessen har sett ut under studiens gång.

Tabell 4.1 Bearbetning av den insamlade datan

1 Inläsning av årsredovisningarna & renskrivning av intervjuerna	} Diskussion
2 Läsning av intervjuerna	
3 Sökande efter gemensamma och avvikande tendenser (resultat)	
4 Sökande efter orsaker till fenomenen och samband (analys)	
5 Presentation av resultat och analys i form av text	

Källa: Baserad på Gustavsson m.fl., (2000), *Den polske affärsmannens förhandlingsbeteende*, s.59

5. RESULTAT OCH ANALYS AV ÅRSREDOVISNINGARNA

I detta kapitel presenteras och analyseras det resultat som jag har kommit fram till utifrån tolkningarna av årsredovisningarna och respondenterna. Kapitlet är disponerat utifrån de åtta delarna i undersökningsmodellen. Avsnittet inleds med en presentation av de tre företag vars årsredovisningar uppsatsen baserar sig på för att sedan följas av resultat och analysdelen.

5.1 Företagspresentation

5.1.1 Swedish Match⁵⁶

Swedish Match är en global koncern med försäljning av världsledande nischprodukter inom snus, cigarrer, pipetobak, tuggtobak, tändare och tändstickor i mer än 140 länder. Företaget är verksamt med produktion i 15 länder. Swedish Matchs tobaksverksamheten har sitt ursprung i Svenska Tobaks AB, som tidigare hette Svenska Tobaksmonopolet, vilket grundades 1915. Koncernens tändsticks- och engångständarverksamhet har sitt ursprung i Svenska Tändsticks AB och grundades 1917.

Företaget har sitt säte och huvudkontor i Stockholm och sysselsätter ungefär 14 800 personer världen runt. Företaget är uppdelat i fem divisioner, North Europe, Continental Europe, North America, Overseas och Matches.

Swedish Matchs viktigaste marknader är Nordeuropa och USA och år 2002 omsatte koncernen 13 643 (13 635) MSEK. Rörelseresultatet ökade också jämfört med föregående period 2 371 (2 113) MSEK. Sedan 1996 är företaget börsnoterat på Stockholmsbörsen samt Nasdaq-börsen i USA. Den 31 december 2002 hade företaget 100 260 olika aktieägare, där de tio största stod för 41 procent av aktiekapitalet och vinsten per aktie steg med 21 procent till 4:10 (3:40) kronor.

Swedish Match affärsidé är att företaget ”skall vara det unika tobaksbolaget, som med världsledande varumärken och nischprodukter på växande marknader arbetar med samhälls – och konsumenttrenderna”. Swedish Matchs inriktning är rökfria produkter med tyngdpunkten inom snus och vill satsa på tobaksprodukter som utgör ett alternativ till cigarettökning.

Swedish Match har som strategi att stärka sig på de europeiska och nordamerikanska marknaderna. De prioriterar långsiktig tillväxt genom utvalda förvärv. Företaget skall arbeta offensivt med att bredda sitt sortiment på nya marknader genom att utnyttja sina försäljningskanaler.

⁵⁶ Swedish Match Årsredovisning 2002 och www.swedishmatch.se, 2002-04-22

5.1.2 Kooperativa Förbundet⁵⁷

I mitten av 1800-talet grundades Konsumentkooperationen, då människor började gå samman i föreningar för att kunna påverka affärsidkarna. Målet med föreningarna var att människorna skulle få bättre och billigare varor. Föreningarna startade senare sina egna affärer där de kunde garantera varornas kvalitetsnivå.

Kooperativa Förbundet (KF) har sedan starten alltid arbetat mot att bekämpa de brister som har funnits på marknaden. Under 1900-talet byggde KF upp egna industrier för att sänka priserna samt för att motverka den rådande monopoliseringen som fanns. Det unika med KF är att det är konsumenterna som styr utvecklingen utifrån deras behov och önskemål. Detta har lett till att KF varit först med olika inslag i affärsmiljön, vilket sedan anammats av konkurrenterna, till exempel självbetjäningen och snabbköpen.

År 2002 hade 2,7 miljoner människor ett medlemskap i någon av landets 67 konsumentföreningar. Dessa föreningarna äger i sin tur KF och medlemmarnas uppdrag utgör sedan rättesnöret för verksamheten i KF och i de enskilda konsumentföreningarna. KF är huvudägare i Coop Norden (som driver detaljhandel i Sverige, Norge och Danmark. I Sverige genom butikskedjorna Coop Konsum och Coop Forum) med 42 procent och är moderföretaget i KF-koncernen. I koncernen ingår Kapp Ahl, KF Media och KF Fastigheter.

KF-koncernen har under 1990-talet gått från att ha varit en konglomerat till att bli ett detaljhandelsföretag med huvudfokus på dagligvaror. Genom det allt djupare samarbetet mellan de nordiska kooperationerna har KF:s roll kraftigt förändrats. Efter det att Coop Norden bildades (2001) har KF fått tre uppdrag; förbundsuppdraget, ägaruppdraget samt affärsutvecklingsuppdraget. Trots dessa nya uppdrag är KF:s uppgift att maximera värdeskapandet för medlemmarna.

Kooperativa Förbundets resultat uppgick till –662 (402) miljoner SEK. Engångskostnader har gjort att resultatet kraftigt har försämrats. Framförallt gäller det bildandet av Coop Norden, Coop Bank samt lanseringen av varumärket Coop. Utöver detta bidrog Kapp Ahl till det negativa resultatet. Den finansiella ställningen minskade också och soliditeten uppgick till 26,5 (30,8) procent. Koncernens totala försäljning ökade lite och slutade på 32,2 (31,8) miljarder SEK. KF Media uppvisade ett ökat rörelseresultat och försäljning till 1,5 (1,3) miljarder SEK.

5.1.3 Broström⁵⁸

Broström är ett ledande logistikföretag med säte i Göteborg. Företaget har nischat in sig på att erbjuda transporter av olje- och kemikalieprodukter samt marina tjänster. Honnörs orden som råder inom Broström är kvalitet och säkerhet. Rederiet har en världsomspännande verksamhet och sysselsatte omkring 1 200 personer inom de två verksamhetsområdena, Shipping och Marine & Logistics Service.

Sedan 1998 är företaget noterat på Stockholmsbörsens O-lista och inom Attract 40 listan sedan i juli 2002. Genom nära samarbeten med det holländska rederiet Vopak kan Broström

⁵⁷ Kooperativa Förbundets verksamhet 2001 och www.kf.se, 2002-04-23

⁵⁸ www.brostrom.se, 2002-04-23

erbjuda sina kunder heltäckande logistiklösningar i hela världen. Antalet aktieägare ökade under 2002 till 4 763, vilket är en utökning med 78 procent. Det utländska ägandet uppgick vid årsskiftet till 39 procent och svarade mot 27 procent av rösterna.

Broström uppvisade år 2002 en vikande omsättning på 2 587 (2 642) miljoner SEK, vilket gjorde att resultatet också minskade till 139 (434) miljoner SEK. Avyttring av äldre tonnage samt valutakursdifferenser uppges vara orsaker till att resultatet sjönk.

5.2 Resultat och analys av årsredovisningarna utifrån intressentmodellen

Nedanstående avsnitt baserar sig utifrån och följer ordningen i den redan tidigare presenterade undersökningsmodellen, se figur 5.1. Språkdelen särredovisas inte utan behandlas i de avsnitt vilka innehåller upplysningar i form av löptext och övriga delar. Form och bild delen redovisas i det kommande avsnittet som handlar om den övergripande analysen av årsredovisningarna.

Figur 3.1 Undersökningsmodell

Till vilka av nedanstående intressenter vänder de olika delarna sig mot i årsredovisningarna?

<u>Delar i årsredovisningen</u>	<u>Intressenter</u>
VD har ordet	Ägare Anställda Långgivare Leverantörer Kunder Konkurrenter Stat & Kommun
Förvaltningsberättelse	
Finansierings-/kassaflödesanalys	
Resultaträkning	
Balansräkning	
Noter	
Språk, form & bilder	
Övriga delar	

Källa: Egen

5.2.1 VD har ordet

Swedish Match

Under den studerade perioden (1997 till 2002) av årsredovisningar från Swedish Match har företaget bytt VD en gång, 1997. Endast små skillnader i deras presentationer av det gångna året i VD har ordet kan skönjas.

Det som skiljer sig åt är att den första VD:n var lite mer öppen att ta med obekväma information. Till exempel nämner VD:n i sitt ord från 1997 att företaget verkar på en krympande, hårt beskattad och reglerad marknad och att flera av deras verksamhetsområden

går allt sämre. VD:n nämner också att branschen blivit allt mer utsatt för påtryckningar på grund av att vissa av deras produkter är ohälsosamma. Framför allt produktionen av cigaretter.

Den efterträdande VD:n har en betydligt positivare ton i sin framställning av de gångna åren och utvecklingen i branschen. I årsredovisningen 1998 beskriver VD:n hur företaget skall komma till rätta med den vikande trenden som finns inom företaget. Bland annat nämns att en grundlig genomgång av verksamheten, strategierna och kostnadsbindningen skall genomföras för att kunna öka resultatet. För att bli mer effektiva och lönsamma håller de på att omorganisera. Swedish Match har även startat ett kostnadsbesparingsprogram för att öka lönsamheten. VD:n berättar även om hur stora de är inom respektive verksamhetsområde samt att de har en stor framtidstro på de rökfria produktområdena.

I efterföljande års avsnitt redogörs det för om företaget uppnått målen som presenterades åren innan. Där målen uppnåtts framhävs de positiva resultaten väldigt tydligt. I de fall framgång inte nåtts berörs ej orsakerna. Däremot skrivs att de skall fortsätta arbetet med att komma till rätta med problemet/en.

I VD har ordet från 1999 nämns de anställda för första gången, men bara i förbifarten, när VD:n beskriver hur Swedish Match lyckats nå viktiga framsteg.

Utöver de rent ekonomiska faktorerna berörs miljön för första gången årsredovisningen 1998. Företaget skall under den kommande perioden genomföra en analys över hur produktionen och företaget påverkar miljön. Under året skall de arbeta fram en strategi för att minimera miljöpåverkan. I de efterföljande årens VD har ordet nämns inget om hur miljöarbetet har gått eller går.

I årsredovisningen för år 2000 vänder VD:n sig direkt till aktieägarna och inleder med att skriva "Ärade aktieägare". Detta årets VD har ordet är skrivet på ett betydligt positivare och lättsammare sätt än föregående års. Aktieägarna berörs ett flertal gånger och VD:n beskriver hur aktieägarnas kapital har vuxit på ett snabbt sätt och att ägarna också skall få del av kapitalet genom en ökad utdelning.

2001 års VD har ordet har en betydligt mer dämpad ton om framtiden. En kraftig exponering av hur företaget utvecklats historiskt sett och hur de kunnat tillmötesgå aktieägarna med en stabil tillväxt och successivt ökad utdelningen tas upp. I 2002 års rapport är tongångarna ungefär desamma som för 2001. Det som skiljer är att VD:n har större fokusering på framtiden och hoppas att EU kommer att släppa säljförbudet för snus. Vidare berättar VD:n att företaget har en långsiktig tillväxtpotential som kommer att gynna aktieägarna på långsikt.

I samtliga årsredovisningar försöks tobakens negativa effekter dämpas. Framför allt under åren 1997 till 1999 då de hade cigarettproduktion. Därefter beskriver VD:n att Sverige är det land som kommit längst i världen med att minska rökningen, i motsats till snusningen som har ökat och kommer att öka.

Med VD har ordet anser jag att Swedish Matchs främst riktar sig till aktieägarna och långivarna. I detta avsnitt beskriver företagens VD sin verksamhet lite mer öppet och ledigt. Inga krångliga formuleringar eller ord finns. En stark optimism och ständiga argument för hur de skall komma till rätta med sin sviktande försäljning och kunna tjäna mer pengar framgår löpande. Vissa år riktar VD:n sig direkt till aktieägarna och berättar hur företaget har

tillmötesgått dem under året och åren. När företaget befarats stå inför viss osäkerhet har de förklarat underliggande faktorer, antagligen för att lugna aktieägarna och långivarna. Anette Kaunitz, projektledare för framställningen av årsredovisningar, medger i intervjun att deras huvudsakliga målgrupper för årsredovisningarna är de berörda. Med VD har ordet vill de speciellt vända sig till de intressenter vars kunskaper är begränsade inom ekonomiområdet.

Denna del anser jag också riktar sig till de anställda och kunderna, genom att VD:n talar om hur han ser på framtiden. På så sätt kan VD:n lugna de anställda med att arbetena kommer att vara kvar. Kunderna kommer att få hjälp med sin försäljning i framtiden och att deras kunder i sin tur inte kommer att minska. Kaunitz berättar vidare i intervjun att de inte vänder sig till kunderna vid framställandet av sin årsredovisning, men medger att de liksom huvudentressenterna kan ta del av den informationen som ges i löptexten.

Kooperativa Förbundet

Kooperativa Förbundets - VD har ordet - under perioden 1998 till 2001 handlar mycket om det gångna året och är öppna med informationsgivningen. Framför allt skrivs det om hur Kooperativa Förbundet skall kunna utveckla sig inom miljöområdet och bli ledande inom det. VD:n berättar också om hur lyckade de redan gjorda satsningar inom området har blivit och att flera konkurrenter börjar ta efter miljökonceptet. En stor del av det som VD:n har skrivit handlar om framtiden, hur ledningen skall fortsätta att arbeta för medlemmarnas bästa, hur det går med tänkta och genomförda sammanslagningen mellan de nordiska konsumentkooperationerna, hur framtidstrenderna verkar bli och hur trenderna skall bemötas etc. I samtliga VD har ordet avsnitt diskuteras de ekonomiska aspekterna med stor sparsamhet. Det enda som tas upp i siffror är hur det har gått för KF-koncernen, de andra ekonomiska faktorerna beskrivs bara om en betydande förbättring eller försämring har skett. Tyngdpunkten i VD har ordet från 2001 ligger på att informera om den nya koncernen (Coop-Norden) som förbundet hade bildat. Språket som VD har ordet är skrivna på är mycket enkelt och förklarande. Några invecklade ord eller fraser finns inte. Läsare utan ekonomisk kunskap kan lätt ta del av avsnittet och sätta sig in i hur föregående år varit och hur framtiden spås. De intressenter som jag tror VD har ordet riktar sig till är framför allt medlemmarna tillika ägarna, då avsnittet är skrivet med ett enkelt och ledigt språkbruk samt förklarar olika händelser. Andra intressenter som avsnittet vänder sig till är de anställda och kunderna. Här kan intressenterna få information om Kooperativa Förbundet på ett mycket informativt sätt och samtidigt få reda på hur framtiden kommer att se ut. Mikael Bevin, koncernredovisningschef för Kooperativa Förbundet, bekräftar under intervjun att de intressenter som finns i centrum när produktionen av materialet görs framförallt är medlemmarna och de anställda. Sekundärt finns även kunderna i tankarna när denna del görs. De försöker i största möjliga mån anpassa språkvalet och de givna upplysningarna till att dessa grupper lätt skall kunna ta åt sig det som skrivs, vilket tydligt framkommer vid läsandet av denna del.

Broström

En stark positivism om framtiden och att de gjorda valen var rätt gjorda är den röda tråden som genomsyrar VD har ordet i årsredovisningarna 1998, 2000, 2001 och 2002. I denna del berättar VD:n om den gångna perioden. Den övervägande delen handlar om ekonomiska begrepp och nyckeltal. Jämförelser mellan tidigare års utfall görs. Mål sätts upp vad de olika måtten skall vara i framtiden samt genomsnittligt över tid. Vissa delar i VD har ordet är invecklat skrivna på fackspråk, dels på ekonomi- men även rederispråk. VD:n för fram att deras valda strategi under året, men även mer långsiktigt, är den rätta och att företaget går bättre än branschens genomsnitt. I årsredovisningen från 2001 är VD:n något avvaktande och

försiktig med vad som skall ske med Broström under den kommande perioden, på grund av oron på världsmarknaden. Trots sin dämpade framtidstro är VD:n optimistisk vad gäller aktieutvecklingen. VD:n anser att företaget är ett bra objekt att investera i. Jag bedömer att öppenheten är störst i denna delen av samtliga studerade företag. Inget av de andra företagen har med så mycket användbara upplysningar som underlag för framtida prognoser och bedömningar. Anser att denna del av årsredovisningen framförallt riktar sig till aktieägare såväl nuvarande som potentiella och långivare. I samtliga VD har ordet framgår det fortlöpande att Broström är ett företag som ligger före sin tid och att ökade säkerhetskrav bara kommer att gynna företagets transporter, då tonnaget redan är byggt med all tänkbar säkerhetsutrustning. Detta kommer att gynna resultatet och aktieutvecklingen, på lång sikt. Det går även att utläsa att VD:n försöker lugna de anställda och berättar att Broström är en trygg arbetsgivare och kommer så att vara även i framtiden. Under intervjun bekräftar Katrin Lemming, Informationsansvarig, att de grupper som de vill vända sig mot med årsredovisningen är aktieägarna och långivarna, men även till befintlig och blivande personal och kunder. Lemming motiverar sin stora öppenhet med att Broström försöker i så stor utsträckning som möjligt att delge sådan information som aktieägarna och långivarna efterfrågar. Syftet med det är bland annat att öka Broströms attraktionskraft, i första hand, bland de potentiella aktieägarna.

5.2.2 Förvaltningsberättelse

Swedish Match

Årsredovisningarna från 1997 och 1998 har båda en förvaltningsberättelse. I de följande årens redovisningar finns det inget som heter förvaltningsberättelse. Däremot finns det ett avsnitt som heter koncernöversikt och som i stort sett innehåller likvärdiga uppgifter jämfört med årsredovisningarna de föregående två åren. Anser det egendomligt att företaget inte har döpt detta avsnitt till förvaltningsberättelse, då det enligt lag finns reglerat att en årsredovisning skall innehålla en förvaltningsberättelse. Kaunitz kunde inte ge någon förklaring till varför de döpt detta avsnitt till koncernöversikt och inte till förvaltningsberättelse.

Förvaltningsberättelserna från 1997 och 1998 är skrivna på ett mer ”ekonomiskt sätt”. Avsnittet går mer in på detaljer och siffror vad som skett under året, vilket VD har ordet inte gjorde. I förvaltningsberättelserna förklarar företaget orsakerna bakom de olika siffrorna till exempel varför rörelseresultatet sjönk under 1998, produkternas olika försäljningsvolymmer etc. Avsnittet behandlar även vilka skattekostnader företaget haft, gjorda förvärv och investeringar, finansiering, toppchefernas incitaments program etc. Aktieägarna har även ett utrymme där företaget berättar hur styrelsen skall tillmötesgå ägarna på bästa sätt. Styrelsen lämnar också ett förslag om hur stor aktieutdelningen skall vara. I 1998 års förvaltningsberättelse berättas det om att företaget har fått en ny VD, vilket inte tidigare framgån.

De årsredovisningar som har en koncernöversikt istället för en förvaltningsberättelse skiljer sig delvis åt i den bemärkelsen att dessa avsnitten är mer informativa. Bland annat framgår policy för utdelningen, vilket tidigare ej framkommit. I koncernöversikten för åren 1999 och 2000 står det att företagets utdelningspolitik är att ge en utdelning på 40–50 procent av koncernens nettoresultat. Efter år 2000 har företaget ökat intervallet till 30–50 procent. Någon förklaring ges inte. Nytt i koncernöversikten är också att det står berättat om koncernens planer på återköp av sina aktier för att minska aktiekapitalet, orsakerna till detta framgår inte heller.

Förvaltningsberättelsen och koncernöversikten anser jag främst riktar sig till de aktieägare som är mer insatta i olika ekonomiska termer. Avsnittet är skrivet på ett lite invecklat sätt. En annan intressentgrupp som kapitlet ger relevant information till är långgivarna. Här får dessa två intressenter förklarat de bakomliggande faktorerna varför nyckeltalen och övriga finansiella tal har ändrat sig. Konkurrenterna skulle också kunna använda sig utav denna del på grund av att detta avsnitt kan informera om vilka investeringar företaget har gjort. Precis som i avsnittet VD har ordet anser Kaunitz att de i första hand vänder sig till aktieägarna och långgivarna, dock är Kaunitz mycket väl medveten om att konkurrenterna tar del av årsredovisningarna och utgör på så sätt en sekundär intressent. Kaunitz vidhåller att de inte försöker hålla tillbaka information bara för att konkurrenterna tar del av materialet, utan den information som ges i texten är de mer eller mindre tvungna att ge då Swedish Match måste upprätthålla förtroendet hos aktieägarna.

Utöver dessa intressenter anser jag att de anställda, leverantörer, stat och kommun också kan vara användare utav den delgivna informationen. De anställda, för att ta reda på företagets ekonomiska stabilitet, om det kanske börjar bli en otrygg arbetsplats eller tvärt om. Leverantörerna kan ta reda på om risk finns för betalningssvårigheter. Stat och kommun kan undersöka om de på något sätt måste förbereda sig inför eventuella varsel eller att företaget inte kan betala erforderlig skatt.

Kooperativa Förbundet

Förvaltningsberättelserna är mer ekonomiskt inriktade och är skrivna på ett akademiskt språk. Däremot är de inte svärbegripliga. Delarna i årsredovisningarna beskriver de olika företagen i Kooperationen (bl.a. Kapp Ahl och KF Media) och hur utvecklingen varit hos dessa, dels ekonomiskt men även försäljningsmässigt. I förvaltningsberättelserna berättas det också om vilka revideringar som gjorts i verksamhetsidén för att passa in i dagens verksamhet samt hur marknaden varit och kommer att utveckla sig. Gjorda och förestående organisations- och verksamhetsförändringar, varumärkesstrategier och framtidssatsningar berörs också. I slutet av förvaltningsberättelserna lämnar styrelsen och VD förslag om hur de fria medlen skall disponeras.

De intressenter som Kooperativa Förbundet troligen vänder sig till är framför allt sina medlemmar⁵⁹ (och i sin tur medlemmarnas förtroendevalda), anställda och leverantörer. I den här delen av årsredovisningen kan de lätt ta del av hur KF utvecklat sig samt hur Kooperationen kommer att verka för att förbättra sin ställning på marknaden och samtidigt agera för medlemmarnas bästa. En sekundär intressent skulle kunna vara stat och kommun som kan ta del av förvaltningsberättelsen. De kan använda berättelsen för att göra bedömningar av hur det går för koncernen och de enskilda bolagen och eventuellt göra vissa förberedelser för att ta emot tillåtet personal eller anställningar. Bevin håller med om att förvaltningsberättelsen främst är ämnad för medlemmarna, de förtroendevalda, anställda samt leverantörerna. Däremot tillbakavisar han att stat och kommun samt investerare finns i deras åtanke när de utvecklar förvaltningsberättelsen men medger att de som alla andra kan ta del av den för att få en större och djupare uppfattning av KF. Bevin tillägger att den information som de delger sina långgivare är av en annan karaktär än den som finns i förvaltningsberättelsen.

⁵⁹ Dels som ägare men även som långgivare i och med att medlemmarna lånar ut kapital till Kooperativa Förbundet via Medmera kortet.

Broström

Sett över tid så är förvaltningsberättelserna starkt inriktade på företagets ekonomiska händelser, men även branschen och samhället. Berättelserna har blivit allt mer informationsrika. 1998 års förvaltningsberättelse är på knappt två sidor, medan 2002 års är på fyra sidor. I den först studerade berättelsen tar företaget förutom de positiva händelserna även upp ogynnsamma händelser och orsakerna bakom dem. Från 2000 berättar bara Broström om de händelser som påverkat företaget positivt, några negativa faktorer berörs ej. Efter 2000 finns det ingen information om hur den framtida strategin ser ut, vilka målen är samt några framtida hinder i deras verksamhet. Framtidsutsikterna berörs ytterst lite, och det som sägs är nästan lika från år till år. Den senaste förvaltningsberättelsen har starkt inriktats på de ekonomiska bitarna. Här berörs företagets kassaflöde, deras finansiella ställning, likviditet, ansvarsförbindelser, olika finansieringar och nyckeltal samt deras valutaexponering. Broström anger själva att orsaken till förvaltningsberättelsens större utrymme beror på att analytiker, investerare och långgivare, främst från utlandet, efterfrågar en mer uttömmande berättelse än vad som tidigare givits. Svaret på vilka intressenter företaget vänder sig till med sin förvaltningsberättelse är redan besvarat. Jag anser dock att även de av de anställda, leverantörer samt de aktieägare vilka kan tillgodogöra sig datan samt stat och kommun utgör målgrupper för denna del då jag antar att dessa intressenter är intresserade av hur det går för företaget.

5.2.3 Finansieringsanalys / Kassaflödesanalys

Swedish Match

Redovisningarna från samtliga år innehar en kassaflödesanalys. Åren 1997 och 1998 har en betydligt mer detaljerad analys av företagets kassaflöde. Från 1999 och framåt har Swedish Match infört en mindre detaljerad uppställning enligt den indirekta metoden. Några upplysningar till varför bytet har gjorts framgår inte i årsredovisningen för 1999. Kassaflödesanalyserna är helt fristående från närliggande text eller noter som förklarar siffrorna. Bristen på kompletterande information till kassaflödesanalysen gör att användandet begränsas till enbart de intressenter som har kunskap om redovisning. De intressenter som kan tillgodogöra sig analysen anser jag i första hand är långgivarna, leverantörerna samt i vissa fall även aktieägarna. Dessa intressenter bedöms sitta inne med sådan kunskap som gör att de kan använda sig av analysen för att göra bedömningar av Swedish Match. Kaunitz berättar att de avsnitt som innehåller mycket siffermaterial i tabellform först och främst vänder sig till de intressenter vilka kan ta del av siffrorna, därför kompletteras inte dessa siffror med några förklaringar.

Kooperativa Förbundet

I alla de studerade årsredovisningar finns det en finansieringsanalys för KF-koncernen. Uppställningen av analyserna är identiska under perioden, med undantag för siffrorna som ändrar sig efter respektive års analys. Några kommentarer eller hänvisningar till noter lämnas inte heller här och begränsar användandet. Saknaden av förklaringar till finansieringsanalysen gör att denna del skiljer sig åt jämfört med de andra delarna i årsredovisningen som varit tydligt utformade. De intressenter som finansieringsanalysen vänder sig till är antagligen medlemmar och förtroendevalda med kunskap inom ekonomi samt leverantörer och långgivare. Utifrån analysen kan de sedan göra bedömningar och prognoser utifrån materialet. I intervjun med Bevin framgick det bland annat att denna delen främst riktar sig till medlemmarnas förtroendevalda bland de olika konsumentföreningarna i landet. Bevin förklarar att de förtroendevalda i större utsträckning kan förstå materialet. Sedan får de

förtroendevalda i sin tur, då frågor uppstår, ge förklaringar över materialet till de lokala medlemmarna.

Broström

1998 års kassaflödesanalys är gjord utifrån den indirekta metoden och några tilläggsupplysningar till analysen finns inte. Från år 2000 och framåt har Broström bytt till en kassaflödesanalys enligt den direkta metoden och är uppställd enligt RR 7. Någon förklaring till bytet har ej givits. Däremot lämnas det kompletterande noter till analysen vilka ger vissa förtydliganden angående siffermaterialet i analysen. Intressenterna som Broström huvudsakligen vill rikta sig till med analysen är troligtvis; långivarna och aktieägarna såväl befintliga som nya. Även de anställda, vilka kan ta till sig materialet, och leverantörer kan utgöra en intressentgrupp för denna information då de också är intresserade över hur företaget utvecklats sig. I intervjun framkommer det också att de befintliga och blivande kunderna i lika hög grad utgör en målgrupp som de nämnda, då årsredovisningen används som en del i kontakten med kunderna.

5.2.4 Resultat- och balansräkning samt noter

Swedish Match

Resultaträkningarna under perioden har i stort sätt sett likadan ut. Det som skiljer sig åt är att 1999 lades det till ett genomsnittsmått hur många aktier som var utställda samt vinsten på aktien i SEK. Någon kommentar till detta finns inte. Däremot finns det ett litet tillägg varför posten genomsnittligt antal aktier efter utspädning finns med från år 2001. Posten har lagts till på grund av att vissa i ledningen haft optioner som de kunnat lösa in och även så gjort under perioden. I och med denna komplettering har även en uppdelning gjorts på posterna vinst per aktie och vinst per aktie efter utspädning.

Balansräkningarnas uppställning skiljer sig också åt mellan perioden 1997/98 och 1999 och framåt. De första åren var balansräkningens uppställning lite mer detaljerad och mer informativ än vad den blev 1999. I uppställningen av balansräkningen från 1999 och framåt har företaget slagit samman vissa poster, vilket kan försvåra användandet, men förklaringar ges längre bak bland noterna.

Tabell 5.1 Översiktstabell – Swedish Match

	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Omsättning (MSEK)	7 465	8 194	9 420	11 533	13 635	13 643
Tillgångar (MSEK)	7 132	10 562	16 670	16 281	16 623	15 447
Skulder (MSEK)	3 484	7 089	9 373	9 159	9 440	8 553
Eget kapital (MSEK)	2 972	2 160	5 940	4 584	4 105	4 007
Anställda (antal)	6 467	10 314	11 797	13 672	14 343	14 795

Källa: Swedish Matchs årsredovisningar mellan 1997 till 2002

Under den studerade perioden har omsättningen, tillgångarna samt det egna kapitalet nästan fördubblats, medan skulderna nästan tredubblats. Anledningarna till de markanta ökningarna beror främst på att Swedish Match har varit aktiva med att köpa upp närliggande

tobaksverksamheter inom det rökfria segmetet. Samtidigt har ledningen gjort avyttringar av sådan verksamhet som stagnerat eller minskat i omsättning samt där ledningen inte har sett att det har funnits någon potential att omsättningen skulle bli bättre framöver. Under 1999 såldes cigarettverksamheten och under samma år köpte Swedish Match upp flera stora tobaksaktörer i USA och Sydafrika med stora omsättningar. Dessa företag samt de tidigare uppköpta, vilka ökade i omsättning, stod för de kraftiga omsättnings- och tillgångsökningarna. Tillgångarna har även ökat på grund av att företaget gjort stora investeringar i immateriella anläggningstillgångar. Mellan 1998 och 1999 tredubblades nästan det egna kapitalet, vilket berodde på att årets resultat ökade från 726 till 4 656 MSEK. Ökningen berodde nästan uteslutande på avyttringen av cigarettverksamheten som stod för 4 102 MSEK. Swedish Match finansierar huvudsakligen sin verksamhet genom ett svenskt certifikatsprogram med en låneram på 2 000 MSEK, ett internationellt företagsobligationsprogram samt räntebärande lån. 2002 var de olika lånen på 1 761, 3 204 samt 5 508 MSEK.

De intressenter som jag anser resultat- och balansräkningen riktar sig till är, som vid finansierings- / kassaflödesanalysen, personer med ett befintligt kunnande inom ekonomi och revision. Kaunitz bekräftade även detta under intervjun. Bedömer även att dessa delar riktar sig till en del av aktieägarna (som är insatta i ekonomi och revision), långgivarna, leverantörerna och i viss mån också konkurrenterna. Dessutom kan konkurrenterna använda materialet om Swedish Match för att göra jämförelser mellan sig men även med andra företag. Detsamma gäller för långgivarna och leverantörerna för att grunda kommande beslut på. Kaunitz påstår att dessa delar inte görs för leverantörerna och konkurrenterna. Den information som leverantörerna delges är mer anpassad för dem, vilket inte resultat- och balansräkningarna är, men Kaunitz håller med att de likväl som alla andra kan ta del och använda sig av innehållet.

När jämförelser görs inom perioden visar det sig att Swedish Match lämnade relativt lite information i sina noter 1997. Under följande perioder har Swedish Match blivit allt mer öppnare och redovisar successivt mer detaljer om vad som finns bakom siffrorna i resultat- och balansräkningen. 2002 års noter är väldigt öppna, bland annat redogörs det av pensioner och andra förpliktelser. Företag måste lämna kompletterande upplysningar i notform enligt lag, vilket Swedish Match gör. Om noterna riktar sig till någon speciell intressegrupp är svårt att bedöma. Jag anser att de som tar del av resultat- och balansräkningen antagligen också tittar bland noterna. Utöver dessa skulle de anställda och aktieägare med ekonomisk kompetens också kunna ta del av noterna, främst då noterna som beskriver siffrorna i resultat- och balansräkningarna. Under intervjun med Kaunitz framgår det att noterna är en del av resultat- och balansräkningarna och intressenterna är desamma som för dessa.

Kooperativa Förbundet

Precis som finansieringsanalysen så har inte heller resultaträkningen ändrats under perioden. Resultaträkningen är uppställd i rapportform med funktionsindelning och innehåller det den skall göra enligt FARs samlingsvolym 2001. Resultaträkningen tydliggörs genom hänvisningar till noter längre bak i årsredovisningen om vad som döljs bakom de redovisade siffrorna i resultaträkningen. Balansräkningen är också den uppställd enligt FARs rekommendation och tydliggörs av noterna längre bak i rapporten. I Kooperativa Förbundets notavdelning inleds varje årsredovisning med en kort sammanfattning av vad som skett under perioden. Informationen som lämnas gäller enbart sådana faktorer som påverkat koncernen rent ekonomiskt. Bland annat tas upp om eventuella försäljningar, köp eller likvidationer gjorts under den gångna tidsperioden. Noterna är tydliga, upplysande och inte skrivna på något krångligt sätt vilket gör att fler kan ta del av det som står i dem. Hur stora arvoden och

pensioner ledningen har framgår med viss tveksamhet. Denna information kunde vara mer uttömmande. Dock framkommer det att stämman bestämt arvodenas storlek men de presenteras inte närmare bland noterna.

Tabell 5.2 Översiktstabell – Kooperativa Förbundet

	1998	1999	2000	2001
Omsättning (MSEK)	30 562	32 078	31 761	32 198
Tillgångar (MSEK)	15 462	16 356	16 809	17 006
Skulder (MSEK)	9 114	10 310	10 985	12 275
Eget kapital (MSEK)	4 860	4 849	5 027	4 396
Anställda (antal)	18 186	17 606	17 988	17 361
Antal medlemmar (tusen)	2 433	2 489	2 563	2 678

Källa: Kooperativa Förbundets årsredovisningar 1998 till 2001

Under den studerade perioden har Kooperativa Förbundet löpande gjort nyetableringar, köp och avyttringar av olika enheter. Bland annat gjordes 1999; uppköp av den norska butikskedjan Adelsten med 98 butiker i Norge och Sverige, 21 nyetableringar av olika butiker varav en i Polen, ombyggnationer av stormarknader, uppköp av de resterande 47 procenten till fullt aktieinnehav i Bokus. Samtidigt avyttrades Juvelbagerierna AB och BT Industries AB. De enheter som avyttrats är de som har haft en vikande försäljning och inte spåtts någon vändning eller inte platsat in i den nya verksamhetsplanen. Skuldökningen 1998 till 1999 berodde på att de kortfristiga skulderna ökat. Framförallt var det posterna skulder till innehavare av MedMerakort, kreditinstitut samt leverantörsskulder som ökade. Skuldernas ökning mellan åren 2000 till 2001 berodde på att de kortfristiga skulderna till kreditinstitut och till MedMerakortinnehavare hade vuxit. Orsaken till att skulderna till MedMerakortsinnehavare ökat beror antagligen på att antalet medlemmar har tilltagit. Minskningen i omsättning från 1999 till 2000 beror på olika avyttringar av City Stormarknad, Stor & Liten samt Bokus. Utöver detta har en del Prix-butiker avyttrats i samband med att Prix-kedjan integrerats ihop med Gröna Konsum. KF finansierar sin verksamhet långsiktigt genom att Kooperativa Förbundets ekonomiska förening tillför KF kapital, sparmedel från medlemmarna i konsumentföreningarna, placeringar från vissa anslutna medlemsorganisationer samt upplåning hos olika kreditinstitut.

Resultat- och balansräkningarna vänder sig till de intressenter som kan tillgodogöra sig det som står i dem. De intressenter jag anser som primära mottagare av resultat- och balansräkningen är de personer som är förtroendevalda av medlemmarna, medlemmar med förståelse över ekonomi och revision samt leverantörer. Mer sekundärt skulle kunna tänkas att även anställda, konkurrenter och långgivare⁶⁰ utgör målgrupper som användare av den lämnade ekonomiska datan. Informationen kan som i Swedish Matches fall ligga till grund för kommande beslut hos intressenterna. Bevin anser att resultat- och balansräkningarna vänder sig till samma intressenter som finansieringsanalysen gör, medlemmarnas förtroendevalda bland de olika konsumentföreningarna i landet.

⁶⁰ Långgivare i detta fall är inte medlemmar, utan banker, kreditinstitut eller liknande.

I och med att den lämnade informationen i noterna är tydligare än enbart resultat- och balansräkningarna blir användarna fler också. Det är dock svårt att göra bedömning vilka intressenterna är då det enligt lag måste lämnas förklaringar. Jag ser det som att de intressenter som kan ta del av informationen främst är medlemmarnas förtroendevalda och långgivare⁶¹ men även anställda, konkurrenter, vissa medlemmarna och leverantörer. Bevin menar att noterna inte vänder sig till långgivarna utan dessa får en helt annan information, vilka ständigt uppdateras. Däremot anser Bevin som Kaunitz att noterna tillhör resultat- och balansräkningarna och vänder sig därmed till samma intressenter. Bevin reserverar sig lite och medger att fler kanske kan använda sig av noterna än av de rena siffrorna i resultat- och balansräkningarna då noterna är lite mer förklarande, men några specifika intressenter vill Bevin inte ange.

Broström

Resultaträkningarna har i stort sett varit likadana till utförandet. Det som har tillkommit är att aktiens genomsnittskurs enbart var utställd i SEK/USD år 1998. Därefter sätts även aktiens genomsnittskurs ut i SEK/EUR. I 2002 års resultaträkning gjordes tillägget med posterna; årets resultat per aktie samt årets resultat per aktie med utspädning. Några förklaringar till att dessa tillägg har gjorts framgår inte någonstans. Antagligen är det så att posten har lagts i och med att Broström under 2001 bjudit ut teckningsoptioner till sina anställda. Balansräkningen är uppställd liksom resultaträkningen enligt FARs rekommendation och förtydligas med nothänvisningar. Några ändringar i balansräkningen mellan åren har inte skett. Trenden under den studerade perioden visar att företaget blivit öppnare med informationsgivning bland noterna. Utvecklingen har gått till att mer visa vad som finns bakom siffrorna i resultat- och balansräkningarna. Bland 1998 års noter framgick det att styrelsen och ledningen hade arvoden men inte med hur mycket. 2002 redogörs det över ersättningarna och vilka belopp. Informationen ges inte bland noterna utan i ett separat avsnitt som behandlar styrelsen och ledningen. I noten om ersättning till dessa görs hänvisningen till efterkommande redogörelse.

Tabell 5.3 Översiktstabell – Broström

Broström	1998	2000	2001	2002
Omsättning (MSEK)	2 127	2 499	2 642	2 587
Tillgångar (MSEK)	4 195	4 421	5 364	5 694
Skulder (MSEK)	2 456	2 599	3 079	3 357
Eget kapital (MSEK)	955	1 152	1 456	1 402
Anställda* (antal)	965	958	840	831
Antal fartyg	52	49	58	61

*exklusive inhyrd personal

Källa: Broströms årsredovisningar 1998, 2000, 2001 och 2002

Tillgångarnas ökade värde hänger samman med att Broström aktivt hållit på att sälja av sitt äldre tonnage och ersätter det med nyare. Ur ett historiskt perspektiv är det nästan enbart posten fartyg bland tillgångarna som ökat. Vissa små variationer i de andra posterna förekommer men ej av större karaktär. Trenden hos de andra posterna bland tillgångarna är att

⁶¹ Långgivare i detta fall är inte medlemmar, utan banker, kreditinstitut eller liknande.

de i stället sjunker. Skuldernas förändringar hänger ihop med tillgångarnas förändringar. I och med att Broström har avyttrat flera fartyg och köpt in nya fartyg har också skulderna ökat. Den skuldpost som markant har ändrat sig under perioden är den långfristiga skuldposten, skulder till kreditinstitut, vilken har ökat. Det egna kapitalet har också vuxit under perioden vilket kan förklaras med att främst de balanserade vinsterna samt att årets resultat har ökat under åren. Aktiekapitalet har även det ökat men inte i den utsträckningen att posten har någon större betydelse över ökningen i det egna kapitalet. Från 2001 till 2002 har det egna kapitalet minskat i viss omfattning, vilket dels beror på att reservfonden minskade, men även att årets resultat sjönk jämfört med året innan. Mellan åren 1998 till 2002 har Broström haft en offensiv expansion vad gäller anskaffning av nya fartyg. Under perioden har Broström valt att omplacera kapital från kassa och bank till kortfristiga placeringar. 1998 hade Broström drygt en 500 MSEK i denna posten men bara knappt hundratusen i kortfristiga placeringar. År 2002 fanns det 800 000 SEK i posten kortfristiga placeringar men bara drygt 100 000 SEK i kassa och bank, vilket kan tolkas att omplaceringen ger en bättre förräntning. Finansieringen har delvis gjorts genom försäljningen av de äldre fartygen, upptagande av lån (förlagslån) men främst genom olika finansiella leasingavtal. Genom att Broström har valt att finansiera sin verksamhet via leasing påverkar det värdet på tillgångarna. Tillgångssidan visar inte den totala resursvolymen, vilket medför att en justering måste göras med det planmässiga restvärdet för de leasade tillgångarna för att tillgångarna skall stämma. Har inte läsaren vetskap om detta ger de tryckta siffrorna missvisande bild över tillgångarnas värde.

Resultat- och balansräkningens intressenter är samma som för finansieringsanalysen; långivare, aktieägare, anställda samt vissa kunder och leverantörer och eventuellt även konkurrenter. Dessa intressenter har det främsta intresset av vad som står i resultat- och balansräkningen. I enlighet med rådande lag så lämnar Broström tilläggsupplysningar i noterna. Om denna information lämnas till någon speciell intressentgrupp är svårt att tolka. Det som går att säga är att de intressenter som tar del av resultat- och balansräkningen troligen också utgör målgruppen för noterna. I enlighet med vad som sades i finansieringsanalysen anser Lemming att de intressenterna även är aktuella som målgrupper över resultat- och balansräkningen samt noterna. Lemming medger att konkurrenterna troligtvis tar del av deras årsredovisning, men avvisar att de finns med i tankarna när dessa delarna produceras. Däremot bekräftas det att i de övriga delarna i årsredovisningen, som de själva väljer att ta med, finns konkurrenterna med i förgrunden så att de inte får för mycket information som sedan kan skada Broström.

5.2.5 Övergripande analys över årsredovisningarna

I den övergripande analysen ingår punkterna språket samt form och bilder. Första intrycket, upplysningar om aktierna, Corporate Governance (ägarstyrning), övrig information etc. bedöms också för att ta reda på helheten över årsredovisningen för att ligga till grund för en bedömning av vem som rapporterna vänder sig till.

Swedish Match

I det stora hela är Swedish Match årsredovisningar under den studerade perioden väl skrivna, på ett enkelt och lättförståeligt sätt, vilket gör att mottagaren kan förstå den lämnade informationen. Årsredovisningarnas disposition är logiskt uppbyggda vilket underlättar användandet av rapporterna. Detta kan tyda på att det inte bara är personer med kunskaper inom ekonomi som kan ta del av rapporten. Vissa delar till exempel förvaltningsberättelserna är skrivna på ett mer formellt sätt där vissa invecklade ord används och som ej förklaras.

Under den utforskade perioden kan noteras att företaget har öppnat sig vad gäller informationsgivningen. Swedish Match var initialt relativt restriktiva och tog nästan bara med det nödvändigaste. Efterhand har de öppnat sig och berättar mer om sin personal, miljöpåverkan och åtgärder, ställningen gentemot yngre tobaksanvändare, ledningens ersättningar och föreliggande rättsprocesser. Däremot har informationen inom respektive produktområde varit mycket välbeskriven om vad som hänt under respektive period och vad som förväntats i framtiden. Produktbeskrivningsdelarna har varit mer utformade som reklamavsnitt än ekonomiskt informationsgivande. Kaunitz förklarar detta genom att de känner sig mer eller mindre tvingade att ta med sådana upplysningar för att öka sitt förtroende bland sina nuvarande och kommande aktieägare.

Informationen över aktien har under den studerade tidsramen ungefärligen varit densamma. Det som skiljer 1998 och 1999 års del åt från de andra är att dessa delarna ligger precis i början på årsredovisningarna. Från 2000 ligger avsnittet nästan längst bak, vilket kan tolkas som om att denna delen har minskat i betydelse att föra fram. Troligtvis var aktieinformationen viktigare att föra fram då på grund av att aktien släpptes till försäljning 1996 och det var viktigt att visa aktieutvecklingen i ett tidigt skede i årsredovisningen. Avsnittet vänder sig utslutande sig till de nuvarande aktieägarna och de potentiella. I denna delen får läsaren en mycket god överblick över hur aktien har utvecklat sig sedan börsintroduktionen.

I de tidiga årsredovisningarna var bilderna på produkterna mer inriktade på människorna som använde varorna. Utvecklingen har fokuserats på att mer visa upp produktens förpackning och varumärken. Under de sista åren har de anställda fått större utrymme i bilderna. Inte bara kostym och slips klädda män utan män och kvinnor som arbetar med produktionen av varorna visas upp. Den ökade fokuseringen på produkterna tolkar jag som att årsredovisningen idag används som en del i företagets kommunikation ut mot sina kunder, där varumärkena är viktiga att lyfta fram, vilket även bekräftas av Kaunitz. Under åren har framställningen av till exempel omsättning, marknadsandelar, rörelseresultat etc varierat mellan att visualiseras via diagram eller i tabellformat. I 2002 års redovisning görs en kompromiss där både diagram men även tabeller används. Anser att diagram är den bästa varianten då det snabbt går att uppfatta det som visas, till exempel ungefär vilken omsättning produktområdet snus har jämfört med de andra. Strategin att båda delarna finns med kan vara att de försöker att bredda sig och även göra sig förstådda hos andra grupper än långivare och potentiella aktieägare.

De anställda har också fått ett större utrymme i årsredovisningarna de senaste åren i och med att ett ny del har lagts till som handlar om personalen och hur företaget vill satsa på och utveckla den interna kompetensen i stället för att ta in extern arbetskraft.

Ett kapitel om Swedish Matchs riskhantering har också tillkommit. I detta avsnitt behandlas valuta-, ränte-, likviditets- och kreditrisker. Här redogör företaget även för vilken kreditrating Swedish Match har hos Standard & Poor's och Mody's, där det framgår av tabell 5.4 att företaget under åren legat på en stabil nivå. Denna information riktar sig till aktieägarna, långivarna och i viss mån även till de anställda enligt Kaunitz för att ge information om var Swedish Match befinner sig.

Tabell 5.4 Ratingöversikt – Swedish Match

	1998			1999			2000			2001			2002		
	Standard & Poor's	Standard & Poor's	Mody's	Standard & Poor's	Standard & Poor's	Mody's	Standard & Poor's	Standard & Poor's	Mody's	Standard & Poor's	Standard & Poor's	Mody's	Standard & Poor's	Standard & Poor's	Mody's
Lång rating	A-	A-	Baa1	A-	A-	Baa1	A-	A-	Baa1	A-	A-	Baa1	A-	A-	Baa1
Kort rating	A2/K1	K-1/A-2	-	K-1/A-2	K-1/A-2	-	K-1/A-2	K-1/A-2	-	K-1/A-2	K-1/A-2	-	K-1/A-2	K-1/A-2	-

Källa: Swedish Matchs årsredovisningar mellan åren 1998 till 2002

Miljön har också fått en allt större del i rapporten där Swedish Match berättar om sin vision och policy för miljöanpassningen. Swedish Match motiverar tillägget med att myndigheter och samhället ställer krav på att företag skall anpassa sig för att påverka miljön så lite som möjligt. Miljödelen riktar sig antagligen till stat och kommun men även till en intressent som inte nämnts tidigare, invånarna i samhället. Invånarna kan via denna redogörelse få en uppfattning om företagets attityd och agerande för miljön. Men några konkreta mål eller tillvägagångssätt för att nå en bättre hållbar utveckling ges i en mycket ringa omfattning.

Efter det att Swedish Match sålde cigarettproduktionen har de valt att ta med vilken policy de har för tobaksanvändandet. Deras huvudsakliga åsikt är att personer under 18 år inte skall bruka deras tobak samt att produkterna och marknadsföringen vänder sig till vuxna konsumenter. Stat och kommun samt aktieägarna utgör den huvudsakliga målgruppen för informationen. Kaunitz menar att de vill visa vilket socialt ansvar de tar inom området.

Från 1998 års årsredovisning har avsnittet Corporate Governance lagts till, vilket behandlar bolagstämman i stora drag, styrelsens uppdrag, antal styrelsemöten, styrelseordförandens arbete, VDns uppgifter, nominerings- samt kompensationskommittéernas uppdrag. Under åren har denna delen vuxit sig allt större. I årsredovisningen från 2002 har styrelsen lagt till ett stort avsnitt som handlar om att de har beslutat om att tillsätta en revisionskommitté vars uppgift är att granska kvalitén och riktigheten i koncernens finansiella redovisning och tillhörande rapporter. Det framkommer också att styrelsen har det övergripande ansvaret för bolagets interna kontroll och att all ekonomisk information som publiceras är tillförlitlig. Denna del har antagligen lagts till för att minska oron hos samtliga intressenter över att företaget skall få uppleva något liknande som hände med amerikanska företaget Enron. Informationen är troligen tänkt att förvissa långivarna, aktieägarna och anställda om att företaget är medvetet om problemen men att de tar sitt ansvar för att minimera förestående risker.

Kooperativa Förbundet

Kooperativa Förbundets årsredovisningar under den undersökta perioden visar sig vara skrivna på ett enkelt och tilltalande sätt. Några invecklade ord eller formuleringar förekommer inte. Det lediga sättet som rapporterna är gjorda på ökar användbarheten hos mottagarna. Förvaltningsberättelserna är de enda delarna i årsredovisningarna som är skrivna på ett något mer formellt sätt och kan upplevas lite invecklade, dock ej svårförståeliga. Årsredovisningarnas lättsammare utförande beror enligt Bevin på att deras huvudsakliga intressenter är medlemmarna och sina kunder. Då merparten inte alltid kan ta del av en finansiell faktsäckad årsredovisning anpassar de redovisningen utifrån vilka som kommer

att läsa den. Bevin framför också att de har ett betydligt större utrymme att ta med icke lagstadgad information. Förklaringen till detta är att KF inte är ett börsnoterat företag och då inte är beroende av vad aktieägare förväntar sig skall finnas med. Utöver de redan redogjorda delarna lämnar KF inte mycket mer ekonomisk information. I början av årsredovisningarna ger de dock en liten sammanfattning över det gångna året med en historisk tillbaka blick fem år tillbaka.

Tabell 5.5 Femårsöversikt – Kooperativa Förbundet

	1997	1998	1999	2000	2001
<i>Resultat efter finansiella poster (mkr)</i>	382	187	328	402	-662
<i>Omsättningshastighet, sysselsatt kapital (ggr)</i>	3,2	3,2	3,2	2,9	2,9
<i>Avkastning på sysselsatt kapital (%)</i>	7,2	4,6	5,7	6,3	Negativt
<i>Räntetäckningsgrad (ggr)</i>	2,3	1,7	2,4	2,4	Negativt
<i>Skuldsättningsgrad (ggr)</i>	0,4	0,32	0,61	0,66	1,1
<i>Soliditet (%)</i>	33,9	32,2	30,4	30,8	26,5
<i>Antal medlemmar (tusen)</i>	2 378	2 433	2 489	2 563	2 678

Källa: Kooperativa Förbundets årsredovisning 2001

Det negativa resultatet förklaras av att olika kostnader av engångskarraktär har belastat resultatet. Framför allt är det bildandet av Coop Norden, Coop Bank samt lanserandet av det nya varumärket Coop som drar ner resultatet. Soliditetens nedgång beror på de stora investeringarna som gjorts inom koncernen. Bortsett från det så har KF varit ett stabilt företag som inte rört på sig särskilt mycket. Denna delgivna informationen är till för att ge läsarna en överblick över hur Kooperationen har utvecklats på det ekonomiska planet, vilket även bekräftas av Bevin.

Årsredovisningen från 1998 var ”traditionellt” utformad i ett A4 format. 1999 bytte Kooperativa Förbundet formen på sina årsredovisningar till att mer bli som en bok i ett lite mindre format än A5, tryckt på miljövänligt papper. Den nya redovisningsformen innehåller en betydligt större fokusering på miljön, engagemanget i hållbar utveckling, medarbetarna samt hälsan inom KF etc. Omstruktureringen av årsredovisningen beror enligt Bevin på att de försöker anpassa sig så mycket det går att följa verksamhetens affärsidé, där miljön och det sociala ansvaret står i centrum.

Årsredovisningen har också gått från att ha varit en mer reklaminriktad produkt 1998, med en mängd bilder på sortimentet, anställda och anläggningar till att mer vara inriktad mot kunderna och de olika verksamhetscheferna. Utformningen av årsredovisningen från 2001 har gått tillbaka lite till 1998 års utförande. Nu är åter inriktningen på de anställda, men ej på cheferna. Bilderna och layouten är väl disponerad vilket underlättar läsandet av årsredovisningarna. Hade det varit färre bilder och diagram hade rapporterna troligtvis uppfattats som tunga att läsa igenom då vissa delar är väldigt textintensiva. De diagram som de använder sig utav är mycket enkla och lättförståeliga, då det inte finns många olika variabler i diagrammen.

KF har blivit öppnare vad gäller att redovisa miljöpåverkan, KRAV-märkningar, elanvändning och socialt ansvar. I tabell 5.6 ges några av de ekologiska och sociala mått som

finns i redovisningen. I de respektive delarna beskrivs de uppsatta målen, hur nära målen de kommit och hur målen skall uppnås. Utöver att ledningen redovisar förbundets olika ekonomiska resultat redovisar de också sitt ekologiska resultat samt olika miljöresultat. Förbundets anställda har fått en betydligt större del i årsredovisningen. Här redogörs det för anställda (män och kvinnor), könsfördelning (totalt anställda och i ledningen) föräldraledighet respektive vård av barn. Denna information anser jag ämnad för medlemmarna men även för stat och kommun samt samhället i stort. Med denna frivilliga informationen anser jag att KF vill visa vilket ansvar de tar gentemot miljön och de anställda samt att de bryr sig om båda delarna. Bevin bekräftar detta och menar att syftet att ta med denna information delvis görs för att passa in i affärsidén, men även att sätta i gång en process där andra företag följer efter och också visar vilket socialt- och miljöansvar de tar.

Tabell 5.6 Kooperativa Förbundets ekologiska och sociala utveckling

<i>Coop Sverige</i>	<i>1999</i>	<i>2000</i>	<i>2001</i>
<i>KRAV-märkta livsmedel i vikt (ton)</i>	c:a 23 000	22 800	30 000
<i>Koldioxidutsläpp i kg per omsatt miljon</i>	3313	2962	3197
<i>Elanvändning i kWh per kvadratmeter</i>	1353	1328	1311
<i>Antal anställda kvinnor resp. män</i>	-	66%, 34%	60%, 40%

Källa: Kooperativa Förbundets årsredovisningar 2000 och 2001

Årsredovisningarna har under perioden blivit mer informationsrika. Nackdelen med den stora öppenheten som Kooperativa Förbundet har är att årsredovisningarna nästan blir för informationspackade, vilket kan leda till att läsandet kan försvåras. I årsredovisningarna berättar ledningen och styrelsen om hur KF lever upp till det som medlemmarna vill att förbundet skall verka och utvecklas inom. Det skrivs också om de justeringar som gjorts för att nå de uppsatta målen inom den hållbara idén, ”Tillsammans”. I årsredovisningarna skriver ledningen också om de planer som finns för att öka Kooperationens samarbete mellan de nordiska konsumentkooperationerna, samt nyttan med samarbetet. Här görs återspeglings på KF historiska utveckling. Denna information är troligen ägnad för medlemmar, anställda, leverantörer och i viss mån också kunder. Bevin berättar att ledningen gärna vill informera medlemmarna i så stor utsträckning som möjligt då de är delägare samt visa att de agerar på bästa sätt och utifrån medlemmarnas målsättningar.

Broström

Broströms årsredovisning har genomgått en rejäl utveckling. Årsredovisningen har gått från att ha varit relativt oansenlig, med bara den nödvändigaste informationen, till att ha blivit en mycket uttömmande redovisning med ett stort djup inom den ekonomiska datan. Med dessa fakta kan välgrundade analyser göras. I och med att årsredovisningen blivit djupare har språkvalet i vissa fall blivit mer invecklat. Detta kan missgynna användandet av årsredovisningen för de som inte är insatta i ekonomi och fartygssektorn. De huvudsakliga intressenterna för årsredovisningen som språkdelen vänder sig till är långivare, nuvarande och potentiella aktieägare, leverantörer och kunder. Detta bekräftas också av Lemming, men gör tillägget att de även vänder sig till befintliga och blivande kunder och personal. Enligt Lemming används årsredovisningen i vissa fall som en ren företagspresentation och där med måste språkbruket vara på en särskild nivå.

Broström har hela tiden varit öppen med sin affärsidé, sina visioner, strategier och ekonomiska mål. Under perioden har de blivit ännu öppnare med att beskriva omkringliggande omvärlds- och marknadsfaktorer, hur marknadsutvecklingen varit samt medarbetarna. Dessa delar är mycket välskrivna och här sätts läsaren in i företaget och branschen på ett mycket angenämt sätt. De intressenter som företaget riktar sig till med dessa delar är antagligen aktieägarna, de anställda, långivarna, leverantörer och i vissa fall även kunderna. Lemming poängterar att de försöker vara så öppna som möjligt med sin informationsgivning. Dock måste de ligga på en sådan nivå så att de inte blir skadade ur konkurrenshänseende. Framförallt följer de fastlagda borsregler, konkurrensregler och borsetik. Utöver dessa försöker de anpassa sig i så stor utsträckning som möjligt till Aktiespararnas årsredovisningskriterier över hur en bra årsredovisning skall vara utformad. Broströms mål är att ständigt förbättra sin årsredovisning i syfte att få en bättre produkt som lever upp till de förväntningarna som intressenter har.

Utöver de lagstadgade delarna i årsredovisningen har Broströms även valt att ha med en del som handlar om aktiemarknadens analys av rederiet, årssammandrag från 1995 till 2002 i resultat- och balansräkningen, kassaflödesanalyser samt en mängd andra nyckeltal (se tabell 5.7). Sammandrag av olika aktiedata ges också mellan 1998 till 2002. Företaget har också gjort en sammanställning över riskfaktorer samt en känslighetsanalys över Broström. Rederiet har även gjort ett eget aktieindex, där Broström jämförs med likvärdiga aktörer, där det framgår att Broström går bättre än liknande företag. Samtliga delar anser jag vänder sig till de intressenter vilka kan ta del av den lämnade informationen. De som jag ser som huvudsakliga målgrupper är framförallt långivarna, investerarna samt aktieägarna. Sekundära intressenter är anställda, leverantörer, kunder men även konkurrenter. Lemming anser att den finansiella informationen som de lämnar är i första hand anpassad till finans- och aktiemarknadens aktörer. Lemming säger att intressenters kunskap om och inställning till Broström som företag har stor betydelse för företagets fortsatta utveckling. Att informera finansmarknaden om bolagets utveckling samt att attrahera investerare till aktien är en viktig uppgift som de olika finansiella delarna har i årsredovisningen. Årsredovisningen är också en del i kommunikationen att informera personal, leverantörer och samarbetspartners om bolagets utveckling och ekonomiska situation samt förbättra relationerna med befintliga kunder och kommande affärskontakter.

Tabell 5.7 Nyckeltal över Broström

	1998	1999	2000	2001	2002
<i>Resultat efter finansiella poster (mkr)</i>	29	-30	319	434	139
<i>Avkastning på sysselsatt kapital (%)</i>	8,3	5,2	16,2	17,7	7,2
<i>Avkastning på eget kapital (%)</i>	2,4	Negativ	21	23,6	6,7
<i>Räntetäckningsgrad (ggr)</i>	1,2	0,9	2,3	2,8	1,8
<i>Skuldsättningsgrad (ggr)</i>	1,5	2,1	1,4	1,0	1,3
<i>Soliditet (%)</i>	22,8	20,4	26,1	27,4	24,9
<i>Förädlingsvärde per anställd TSEK</i>	470	438	777	1031	754
<i>Rörelseresultat per anställd TSEK</i>	141	79	456	626	342

Källa: Broströms årsredovisning 2002

Den radikala förbättringen av resultatet mellan 1999 till 2000 berodde på en stark världsekonomi, ökad oljekonsumtion och en kall nordamerikansk vinter. 2001 års förbättrade

resultat grundar sig i en starkare ställning på marknaden och en ökad försäljning av transporter. Resultatet 2002 belastades av en mycket svag fraktmarknad, avyttring av äldre tonnage samt negativa valutadifferenser, vilket avspeglar sig i de övriga nyckeltalen.

Precis som Swedish Match har även Broström en avdelning i sin årsredovisning från 2000 som benämns Corporate Governance eller ägarstyrning. Detta avsnitt behandlar förra årets bolagsstämma, en extra bolagsstämma som genomfördes 2000, styrelsen olika rättigheter och skyldigheter, VDns uppdrag, koncernledningsmöten samt olika kommittéer och policies i 2000 och 2001 års redovisningar. 2002 breddades delen med att även innehålla information rörande ersättningar för styrelsen, VDn samt andra ledande befattningsinnehavare, bonussystem samt revision. I dessa delarna framgår det tydligt hur ledningen styr Broström och vilka ansvar och skyldigheter de har gentemot sina ägare. De intressenter som jag anser denna delen vänder sig till är framför allt aktieägarna och långivarna, såväl befintliga som framtida. Men de vänder sig också till de anställda, kunder och leverantörer där de tydligt kan utläsa hur företaget styrs, verksamhetens regleringar (policies) och vilka ersättningar de styrande har. Lemming bekräftar att de vänder sig till de intressenterna som jag har kommit fram till.

Avsnittet Broströmaktien har under den studerade perioden varit densamma med undantag från 2000 då det lades till upplysningar om att bolagsstämman beslutade att ett optionsprogram för koncernens nyckelpersoner skulle införas. Avsnittet vänder sig troligtvis uteslutande sig till de nuvarande aktieägarna och de potentiella. I denna delen får läsaren en mycket god överblick över hur aktien har utvecklats sedan börsintroduktionen. Finansmarknaden samt analytiker utgör också en intressegrupp för denna informationen anser Lemming.

Bilderna under den studerade perioden har i stort haft samma inriktning. Några utfyllnadsbilder som inte har med verksamheten att göra förekommer inte. Motiven på bilderna är hämtade dels från den direkta verksamheten, på fartyg och transporter, men även över de anställda. Från 1998 till 2002 har personalen fått en allt större roll som motiv. Företagets strategi att exponera personalen kan tolkas som att företaget värdesätter sin personal högt. Intrycket att bilderna skulle försöka sälja Broströms tjänster fås ej utan finns där för att lätta upp den text- och informationsspäckade årsredovisningen. Broström har i samtliga studerade årsredovisningar haft med en mängd olika diagram. Dessa är väldigt lätt tolkade då det i de flesta fallen enbart är en eller två variabler som åskådliggörs. De tydliga diagrammen ger läsaren en snabb överblick om vad som annars står vid sidan som text. Broström visar allt från deras historiska omsättning till valutakursutvecklingen, åldersstrukturen över fartygen och de anställda. Informationen som diagrammen lämnar är troligen ämnad för samtliga intressenter, där de får en snabb information över Broström.

5.2.6 Uppsummering av kapitlet

Utifrån ovanstående analys av de studerade årsredovisningarna från respektive företag kan en matris (tabell 5.8) summera upp vilka intressenterna är i de respektive delarna. Siffrorna i cellerna indikerar vilken rangordning som delen i årsredovisningen avser att informera. Till exempel framgår det att avsnittet VD har ordet hos Kooperativa Förbundet i första hand vänder sig till ägarna (i detta fallet medlemmarna) och i andra hand till de anställda och kunderna.

Tabell 5.8 Uppsummering av årsredovisningarnas intressenter

	Ägare			Anställda			Långgivare			Leverantörer			Kunder			Konkurrenter			Stat & kommun					
VD har ordet	1	1	1	2	2	2	1	1	1				2	2	2	2	2	2	3					
Förvaltningsberättelse	1	1	2	3	1	2	1	1	1	3	1	1	2		2	2			3	2	3	3	2	3
Finansieringsanalys	2	1	1			2	1	1	1	1	1	1	2		2									
Resultaträkning	1	1	1	2	2	2	1	2	1	1	1	1	2		2	2	2	2	2					
Balansräkning	1	1	1	2	2	2	1	2	1	1	1	1	2		2	2	2	2	2					
Noter	2	2	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2		2	3	2	2	2					
Språk, form & bilder	2	1	1	2	1		1	2	1	2			1	3	2	2						3	1	
Övriga delar	1	1	1	2	1	1	1	2	1	3	1	1	2	3	1	2	3	2	3		2	3	1	3
Swedish Match																								
Kooperativa Förbundet																								
Brostöm																								

Vid utläsandet av tabellen går det att konstatera att ägarna, långgivarna samt de anställda är de intressenter som företagen väljer att inrikta sina årsredovisningar mot. Däremot väljer företagen att inte prioritera stat och kommun, utifrån min och respondenternas bedömningar.

6. SLUTSATSER

I detta kapitel presenteras de slutsatser som jag har kommit fram till med hjälp av i föregående kapitel redovisat resultat och analys. Dessa slutsatser drar jag utifrån min teoretiska studie samt primärdata som samlats in i samband med intervjuer.

6.1 Tolkning av studien

Den genomförda studien kopplas nu samman med den frågeställning som presenterades i kapitel ett. De frågor som kom fram genom problemdiskussionen vilken jag hade för avsikt att besvara var följande:

Huvudproblem:

Vem vänder sig företagen till när de producerar sin årsredovisning?

Delproblem:

Har företagen; småspararna, anställda eller nuvarande och framtida aktieägare i fokus vid framtagandet av årsredovisningen och i så fall på vilket sätt har redovisningen och dess delar anpassats till sin målgrupp eller sina målgrupper?

På frågan vem de studerade företagen försöker vända sig till när de producerar sin årsredovisning går det generellt att svara; till samtliga intressenter på ett eller annat sätt. Framförallt går det att se att företagen försöker anpassa sina årsredovisningar mot aktieägarna, både befintliga och potentiella, och långivarna. Den sorts information och på vilket sätt den är skriven tyder på att det är till dessa intressenter som de huvudsakligen avser att vända sig till. Detta har även framkommit i intervjuerna. Sekundärt kommer leverantörerna, de anställda, kunderna och sist kommer, konkurrenterna samt stat och kommun.

Samtliga företag har med den lagbundna informationen. Swedish Match har dock valt att döpa om sin förvaltningsberättelse till koncernöversikt. Vilket är anmärkningsvärt då det enligt lag heter förvaltningsberättelse. En annan slutsats som kan dras av det genomgångna materialet är att informationen som ges styrs av två saker, lagar och frivillighet. Den frivilliga informationsmängden varierar kraftigt. Broström är det företag som lämnar mest frivilliga upplysningar vad gäller finansiell information. För den som inte är insatt i ekonomiska siffror eller har ett genuint intresse för informationen kan det redovisade materialet stundtals kännas tungrott. Kooperativa Förbundet däremot är betydligt mer sparsamma vad gäller delgivandet av den finansiella informationen. Men den information av finansiell karaktär som lämnas är lättförståelig och förklarande. De är extremt öppna när det gäller att upplysa om miljöpåverkan, de anställda, olika sociala faktorer samt ger ingående beskrivningar av verksamheten. Swedish Match har en mer restriktiv hållning och är sparsamma med både finansiell- och kompletterande information. Swedish Match tenderar att under den studerade perioden att bli allt öppnare.

Orsakerna till att dessa olika bolag har en så åtskild informationsgivning kan finnas i deras mognad på marknaden. Broström tillhör det enda av de studerade företagen som har en starkt uttalad fokusering att kraftigt expandera inom sitt segment, säkra transporter. I detta läget är de i behov av kapital. Företaget har valt att anpassa sin årsredovisning så att den passar in och ger underlag för beslut av långgivare och investerare, men även för kunder och leverantörer. Broström har valt att ha med en mängd information om bland annat företagets finansiella ställning, branschutveckling under de senaste åren och framtiden, konkurrenterna och deras utveckling etc. Swedish Matchs återhållsamhet att ge mer upplysningar än vad som är lagstadgat kan bero på att de tidigare har verkat inom ett kontroversiellt affärsområde, cigarettproduktion. Detta kan sitta kvar i företagskulturen trots att cigarettproduktionen såldes 1999. Swedish Match berättar i sin senaste årsredovisning att de långsamt skall växa med organiska medel, vilket gör att de inte är lika benägna att ställa sig in hos nya långgivare och investerare. Deras återhållsamhet i informationsgivandet kan eventuellt också förklaras genom att Swedish Match i Sverige inte har varit vana med att visa upp sig i och med att de har bedrivit och bedriver en verksamhet som enligt lag inte får göras reklam om. En viss återhållsamhet av placeringen av deras produkter i affärerna kan också tydas, vilket också kan ha en betydelse över företagets sätt att kommunicera mot sin omgivning. Detta kan vara ett par orsaker till varför de inte är / varit så öppna med att berätta om sig.

Kooperativa Förbundets inriktning att inte ha med mer finansiell information än vad som är nödvändigt, kan bero på att Kooperationens årsredovisning är utformad att passa sina medlemmar. Anpassningen av årsredovisningen mot personer som inte är insatta i ekonomi tydliggörs genom att den är skriven på ett mycket enkelt och begripligt sätt. Årsredovisningen är nästan utarbetad som en liten lärobok och förklarar olika saker och ting på ett lätt sett. Utformningen gör att läsaren knappt behöver ha några kunskaper om ekonomi men ändå kan ta del av det som står. De finansiella upplysningarna kompletteras av en stor mängd frivillig information, vilket kan hänga ihop med att Kooperativa Förbundet har en uttalad målsättning att bland annat minska miljöpåverkan samt att bidra till ett hållbart samhälle där även deras sociala ansvar kommer in. Kooperationens öppenhet kan vara ett led i att uppmärksamma övriga inom samma eller likande branscher att det inte bara är de rena siffrorna som bär upp ett företag på lång sikt. Även företagets engagemang gentemot sin personal och deras närmiljö har en betydelse för hur företaget kommer att gå. Det framkommer bland annat i Kooperativa Förbundets årsredovisningar att ledningen lyssnar på vad medlemmarna efterfrågar. Ett exempel är att medlemmarna önskade fler KRAV-märkta produkter. Svaren på önskemålen presenteras senare i miljörapporten genom att visa utvecklingen över antalet KRAV-märkta produkter. Jag tror att ledningen är väl medveten om att den information som lämnas läses av samtliga intressenter även vissa av de kunder som icke är medlemmar. I och med detta vill de gå i bräschen för att ta med icke finansiell information. Ett syfte med den lämnade informationen kan vara att locka andra att också ta sitt ansvar och bli öppnare inom de sociala och miljömässiga delarna.

Jag har redan varit inne på att Kooperativa Förbundets årsredovisningar är enkelt skrivna. Broströms årsredovisningar är motsatsen till Kooperationens. Redovisningarna är skrivna på ett fack- och ekonomiskt inriktat språkbruk, vilket gör att användbarheten begränsas att rikta sig till de som kan tillgodogöra sig sådant språk. Orsaken kan även här vara att Broström riktar sig till aktieägare/investerare och långgivare i första hand. Aktieägarna, såväl befintliga som blivande, är speciellt intresserade av olika data som kan påverka aktien och företagets utveckling, vilket Broströms årsredovisningar är fullmatade med. Dessa grupper kan med stor säkerhet bruka den delgivna informationen, vilket personer med ringa kunskap om ekonomi inte kan göra. Swedish Match ligger någonstans emellan. Deras årsredovisningar har gått från

att ha varit likt en reklamprodukt till att bli en strikt inriktad rapport fokuserad på de ekonomiska bitarna. Trots denna omläggning kan det inte sägas att språkbruket blivit svårare. Jag upplever det nästan tvärt om i och med att de har blivit mer informationsgivande. Swedish Match har kanske valt att formulera sig på ett enklare sätt och ge förklaringar till vissa invecklade områden. I och med att de inte direkt är i behov av långivares och investerares kapital försöker de vända sig mot en större publik för att få ett mer spritt aktieäggande även till dem som inte har fullständiga kunskaper inom ekonomi och revision.

Resultat- och balansräkningarna, noterna och finansieringsanalyserna är i stort sett lika hos samtliga studerade företag. Dessa delar av årsredovisningen riktar sig huvudsakligen till långivarna, ägarna, de anställda, leverantörerna samt kunderna i denna uppräknade ordning. Förutsättningen är att den som tar del av informationen har någon kunskap om ekonomi och på så sätt kan ta del av upplysningarna. Noterna ger kompletterande förklaringar till resultat- och balansräkningarna, men en viss ekonomisk grund måste besittas för att tillgodogöra sig innehållet. Stat och kommun kan även ha nytta av denna information för att eventuellt göra beräkningar på om den inbetalda skatten är den rätta. De kan även få uppfattningar om hur det går för företaget och på så sätt eventuellt förbereda sig för kommande varsel, nedläggningar eller eventuella nyanställningar. De anställda tror jag utgör en mindre grupp, som tar del av informationen. De hämtar troligtvis sin information från förvaltningsberättelsen, VD har ordet eller från de övriga delarna. Vad som framgår är också att de studerade företagen har valt att finansiera sina verksamheter på helt olika sätt, från finansiell leasing till att få medel via sina medlemmar.

Trenden hos samtliga studerade företag är att deras årsredovisningar har blivit allt tjockare för varje år. Detta trots att den lagbundna informationen icke ökar i samma utsträckning som den frivilliga. Trots att rapporterna har ökat i textmängd så har inte informationen ökat i samma takt. Istället finns det en tendens att upprepningar allt oftare görs, vilket bidrar till att redovisningarna blir allt tjockare. En annan orsak kan vara att den allmänna trenden bland årsredovisningar går mot att de blir tjockare och mer innehållsrika och därmed anpassar företagen sig efter den utvecklingsriktningen. De olika studerade årsredovisningarna har utvecklats sig i positiv riktning genom att de blivit enklare, rent visuellt, vilket hjälper läsaren att få en bra överblick över verksamheten då fler rubriker och diagram har lagts in. Bildmaterialet som de olika företagen valt att använda sig ut av passar också in i sammanhangen. Swedish Match har omstrukturerat sin årsredovisning från att mer vara inriktad på att försöka sälja sina produkter till att bara visa upp produkterna, detta kan hänga ihop med att de försöker vända sig till andra målgrupper med sin årsredovisning nu än tidigare.

Ett annat motiv till att de studerade företagens årsredovisningar har blivit bättre med tiden kan vara att de har uppmärksammat vikten av att koordinera allt material som delges offentligt. I och med detta kan de studerade företagen ha valt att anpassa sina årsredovisningar med den övriga markandsföringen som förs i de respektive företagen. KF har till exempel valt att anpassa sina årsredovisningar till en mer miljövänligare linje än tidigare. Helt i linje med att KF försöker att anpassa sig så mycket som möjligt så att de inte belastar miljön i onödan, KRAV-märkta produkter, gröna Konsum egna rättvisemärkta produkter etc. Deras hemsida går även den i samma linje som årsredovisningen och butikernas utformning och inriktning. På KFs hemsida går det också att ladda ner tidigare lämnade årsredovisningar och rapporter. Swedish Match å sin sida är öppnare med sin hemsida än med sina årsredovisningar. Här går det att få svar på det mesta som rör företaget och deras produkter. På hemsidan finns en speciell plats som berör företagets ekonomiska ställning, här går det även att få fram

ekonomiska upplysningar samt ladda ner tidigare års redovisningar samt andra ekonomiskrapporter. Hela hemsidan går i harmoni med den senaste årsredovisningens utformning, klar och tydlig med allt sammansatt i en blå ton och vissa bilder som finns i årsredovisningen finns även på hemsidan. Om deras övriga marknadsföring går i samma riktning kan jag inte bedöma då inte någon analys av detta materialet har gjorts. Broströms hemsida är enkel uppbyggd och innehåller de nödvändigaste upplysningarna. På sidan finns föregående års årsredovisningar samt andra ekonomiskrapporter att ladda ner, vilka är kopior från de tryckta versionerna. Huruvida deras årsredovisningen ligger i samklang med övrig marknadsföring som de har jag ingen kunskap om. I detta fallet kan det inte konstateras att årsredovisningen ligger i linje med deras övriga marknadsföringsaktiviteter. Dock framgick det under intervjun med Lemming att årsredovisningen är ett instrument som de använder när de tar inledande kontakter med kunder, samarbetspartners, anställda etc. Men med stor sannolikhet så har även Broström valt att samkoordinera sina årsredovisningar med övrig marknadsföring.

En annan iakttagelse som jag gjort är att företagen inte uppdaterar sina marknadsanalyser, vilket jag anser de borde göra då marknaderna ständigt rör sig. Bland annat sägs inget i Kooperativa Förbundets årsredovisningar om de kommande lågpriskedjornas intågande. Dessa affärer måste ha en påverkan på Coop Konsum och Coop Forum trots att de nya kedjorna har en annan inriktning än vad dessa enheter har. Swedish Match berättar öppet om förhoppningarna att kunna börja sälja snus i EU och att snuset är lösningen på det minskade cigarettanvändandet. Men några rader om vad som händer om försäljningen inte kommer till stånd finns ej. Det framgår heller inte om det finns några substitut till snuset, vilket troligen skulle bli kännbart om så var fallet. Dessa upplysningar från de båda företagen anser jag vara viktig information till kommande investerare, långgivare, anställda och leverantörer som borde varit med.

6.2 Framtid

Olika mottagare innehar särskilda kunskaper. I framtiden skulle företagen kunna anpassa sina årsredovisningar mot två grupper. Den ena årsredovisningen skulle kunna vara mer inriktad mot ekonomisk och finansiell information och innehålla omfattande detaljerad information såväl historisk som framtidsorienterad. Målgruppen för denna är de som troligen har störst kunskap om ekonomi och revision vilka troligen kan vara majoriteten av aktieägarna, vissa anställda, samtliga långgivare, majoriteten av leverantörerna, vissa kunder och konkurrenter samt stat och kommun. Den andra årsredovisningen skulle kunna vara lite enklare och vara till för de resterande intressenterna (amatörerna), det vill säga de som inte har så gedigen kunskap om ekonomi och revision. Informationen som företagen lämnar till amatörerna skulle kunna innehålla kortfattad och beslutsorienterad information. Årsredovisningen skulle kunna innehålla de svar på frågorna som amatörerna förväntas ställa.

Vinsten företaget skulle ha med två redovisningar skulle vara att fler intressenter intresserar sig för hur det går för företaget genom att användbarheten och förståelsen ökat. Intresset för företaget kan till viss del öka dels bland intressenterna men även hos medierna. Företaget skulle även kunna gynnas genom att attraktionskrafter ökar vilket kan påverka aktiekursutvecklingen och få ett spritt ägande. Att undersöka företags ställning gentemot detta skulle kunna vara ett uppslag inför kommande uppsats.

6.3 Avslutande frågor

Kan det vara så att bara för att ett företag är öppet med informationslämnandet därmed gör att de värderas högre på grund av att intressenterna fått större kunskap om företaget än om de hade varit slutnare? Innebär det automatiskt bara för att ett företag kör med öppna kort att de inte döljer något, kan det inte vara så att ett företag som är mer slutet med sin informationsgivning har mindre att dölja?

LITTERATURFÖRTECKNING

- Adrem, A, (1999), *Essays on disclosure practices in Sweden – casues and effects*, Lund University Press, Lund
- Andersen, I, (1998), *Den uppenbara verkligheten*, Studentlitteratur, Lund
- Anthony, R, & Govindarajan, V, (2000), *Management Control System*, McGraw-Hill Book Co, New York
- Arvidsson m.fl., (2001), *Företags- och räkenskapsanalys*, Studentlitteratur, Lund
- Bohlin, H, (1987), *Aktieägarna och årsredovisningen*, Håkan Bohlin och Studentlitteratur, Lund
- Bodeson, G, (1971), *Finansiell information – om öppen redovisning till en vidgad läsekrets*, PA Nordstedt & Söner förlag, Stockholm
- Dahmström, K, (1996), *Från datainsamling till rapport*, Studentlitteratur, Lund
- Dahlin, L, Jönsson, T & Lundén, B, (2000), *Bokslut och årsredovisning*, Björn Lindén Information AB
- FARs samlingsvolym 2001, (2001), FAR Förlag AB, Stockholm
- Falkman, P, (2000), *Teori för redovisning*, Studentlitteratur, Lund
- Foster, G, (1986), *Financial statement analysis*, Prentice Hall International, New Jersey
- Gudbjartsson, E, (2000), *Kommunikation genom siffror*, BAS
- Hartman, J, (1998), *Vetenskapligt tänkande – Från kunskapsteori till metodteori*. Studentlitteratur, Lund
- Kinnear, T & Taylor, J, (1996), *Marketing research: An applied approach*. Mcgraw-Hill, Singapore
- Lekvall, P & Wahlbin, C, (1993), *Information för marknadsföringsbeslut*, IHM, Göteborg
- Merriam, S, (1994), *Fallstudien som forskningsmetod*, Studentlitteratur, Lund
- Sandin, A, (1996), *Externredovisning – anpassad till nya årsredovisningslagstiftningen*, Studentlitteratur, Lund
- Samuelsson, P, (1991), *Information och ansvar*, Nordstedts, Lund
- Smith, D, (2000), *Redovisningens språk*, Studentlitteratur, Lund
- SOU 1994:17, *Års- och koncernredovisning enligt EG-direktiv – del I*
- Wiedersheim, P.F & Eriksson, L.T, (1991), *Att utreda, forska och rapportera*, Almqvist & Wiksell Förlag AB, Malmö

Akademisk uppsats

Gustavsson, J, mfl., (Höstterminen 2000), *Den polske affärsmannens förhandlingsbeteende – Ett svenskt perspektiv*, Göteborg

Muntliga källor

Bevin, M, Koncernredovisningschef, Kooperativa Förbundet, 2003-05-22

Espling, M, Universitetslektor, Göteborgs Universitet, 2000-03-27

Kaunitz, A, Projektledare corporate communication, Swedish Match, 2003-05-20

Lemming, K, Informationsansvarig, Broström, 2003-06-03

Internet källor

www.brostrom.se, 2002-04-23

www.kf.se, 2002-04-23

www.swedishmatch.se, 2002-04-22

Övriga Källor

Fogel, A & Womack, J, Kasta inte bort pengarna på årsredovisningen, Resumé, 2002-10-24

Kroon, R, Årsredovisningen är värd pengarna, Resumé, 2002-11-14

Magnusson, K-E, Så granskar du börsbolagen, Göteborgs Posten ekonomi, 2002-04-21

Matteoni, M, Gör en alternativ årsredovisning!, LO-tidningen, 2000-01-21

Petersen, L, Årsredovisningarnas bästa tid är nu, Svenska Dagbladet Näringsliv, 2002-03-30

Årsredovisningar

Broström 1998, 2000, 2001, 2002

Kooperativa Förbundet 1998, 1999, 2000, 2001

Swedish Match 1997, 1998, 1999, 2000, 2001, 2002

Bilaga 1 – Intervjuguide

Namn: _____

Företag: _____

Befattning/titel: _____

Frågor

- När ni gör er årsredovisning vad har ni i tankarna då?
 - Förutom den delen som är reglerad enligt lag – öppenheten
 - Gör ni årsredovisningen bara för att aktiebolag skall göra en rapport eller gör ni den för att kommunicera till era intressenter?
 - ρ I så fall vilka intressenter vill ni då kommunicera till?
 - ρ Varför just dessa?
 - ρ På vilket sätt anpassar ni information i årsredovisningen för dessa?
- Hur har utvecklingen sett ut för er årsredovisning, de senaste fem åren?
 - Vilka är orsakerna till de förbättringar av årsredovisningen som ni har gjort?
 - Har kraven ökat internt på att ni skall bli bättre på att använda er av årsredovisningen i affärskommunikationen eller har kraven ökat externt att årsredovisningen form/upplägg skall förbättras för att bli mer användarvänlig/tilltagandevänlig?
 - Varför har dessa justeringar gjorts?
 - Bakomliggande faktorer?
- Var drar ni gränsen på vad ni informerar och inte informerar – vilken öppenhet har ni i årsredovisningen?
- Vad skulle hända om ni hade en allt för snäv öppenhet respektive en allt för vid öppenhet?
 - Varför har ni valt att lägga eran detaljnivå där ni har lagt den?
- Hur använder ni er utav årsredovisningen?
 - Är det gentemot era kunder, aktieägare, investerare etc – intressenter?
- Till vilka av nedanstående intressenter vänder ni er till i de respektive delarna i årsredovisningen? Flera intressenter kan ges som svar och investerare ingår under kategorin ägare.

Delar i årsredovisningen

VD har ordet
Förvaltningsberättelse
Finansierings-/
kassaflödesanalys
Resultaträkning
Balansräkning
Noter
Språk, form & bilder
Övriga delar

Intressenter

Ägare
Anställda
Långivare
Leverantörer
Kunder
Konkurrenter
Stat & Kommun