



GÖTEBORGS UNIVERSITET
HANDELSHÖGSKOLAN

Värdering av Varulager

*En studie om vilka argument som ligger bakom
handelsföretag inom konfektionsbranschens val av
varulagervärderingsmetoder*

Magisteruppsats inom företagsekonomi
Extern redovisning och Företagsanalys
Vårterminen 2011

Författare: Anna Jansson
Emilia Weghammar

Handledare: Anna Karin Pettersson
Emmeli Runesson



Förord

Under denna uppsatsprocess har vi fått förmånen att fördjupa oss inom ett område vi brinner för och fått chansen att träffa intressanta personer. Vi vill därför med detta förord passa på att tacka följande personer:

Tack till respektive respondent på Gina Tricot, Cubus, Björn Borg, Lindex och Företag X för ert bidrag till denna undersökning. Utan er hade uppsatsen inte blivit genomförd.

Tack till våra handledare, Anna Karin Pettersson och Emmeli Runesson, för ert stöd under hela uppsatsprocessen och för att ni har kommit med värdefulla kommentarer.

Tack till våra opponenter för er hjälp under terminens gång med kommentarer och konstruktiv kritik.

Tack till våra familjer och vänner samt varandra som har ställt upp för oss och varit ett stöd under denna uppsatsprocess.

Göteborg, 31 maj 2011

Anna Jansson

Emilia Weghammar

Sammanfattning

Examensarbete i företagsekonomi, Handelshögskolan vid Göteborg Universitet, Extern Redovisning, Magisteruppsats, Vårterminen 2011

Författare: Anna Jansson och Emilia Weghammar

Handledare: Anna Karin Pettersson och Emmeli Runesson

Titel: Värdering av Varulager - En studie om vilka argument som ligger bakom handelsföretag inom konfektionsbranschens val av varulagervärderingsmetoder.

Bakgrund och problem: Varulagret hos handelsföretag inom konfektionsbranschen är oftast en mycket omfattande och väsentlig post i deras omsättningstillgångar. Detta innebär att eventuella felvärderingar kan få en stor påverkan på resultatet. Därför är det viktigt att värdera varulagret med försiktighet. Det finns ett antal problem vid värdering av varulager och dessa är sammankopplade med de redovisningsval som företag gör. Handelsföretag inom konfektionsbranschen är särskilt känsliga vid värdering av sina varulager då deras varor styrs av trender, väderlek och säsongsvariation. Några handelsföretag vars resultat har påverkats av dessa faktorer är Kappahl, H&M och Lindex. Detta anser vi är intressant då det visar vikten att värdera varulager till rätt värde så att intressenterna inte får en felaktig bild av företags omsättningstillgångar och resultat. Detta leder fram till följande problemformulering:

- *Vilka argument ligger bakom handelsföretag inom konfektionsbranschens val av varulagervärderingsmetoder?*

Syfte: Huvudsyftet med uppsatsen är att undersöka hur handelsföretag inom konfektionsbranschen går tillväga vid värdering av varulager och vilka argument som ligger bakom handelsföretagens val av värderingsmetoder.

Metod: Vi har valt att genomföra en kvalitativ undersökning då vår undersöknings problemformulering och syfte ämnar kartlägga hur handelsföretag inom konfektionsbranschen värderar sina varulager och vilka argument som ligger bakom dessa redovisningsval. För att kunna besvara vår problemformulering och uppfylla vårt syfte med undersökningen använde vi oss av primärdata bestående av fem stycken intervjuer.

Resultat och slutsatser: Alla handelsföretag i vår undersökning använder sig av anskaffningsvärdet vid varulagervärdering. Detta anser vi tyder på en hög grad av legitimitet och tillförlitlighet då beräkandet av anskaffningsvärdet sällan innefattar subjektiva värderingar. Tre av företagen i vår undersökning använder sig av FIFO. Argumenten som företag nämner är affärssystemets begränsningar, metodens enkelhet, rättvisande bild samt kongruens. Vi har inte funnit några direkta redovisningssamband till varför företag har valt denna metod. Två av företagen i vår undersökning använder sig av vägt genomsnitt. Deras argument till valet är att de ansåg att metoden gav den mest rättvisande bilden av deras varulager samt att de har använt metoden länge och känner att de behärskar den. Valet av värderingsmetod anser vi inte påverkas av regelverken och dess olika organisationer IASB och BFN. Företagens storlek spelar ingen roll vid valet av värderingsmetoder, trots att tidigare studier visat på ett samband mellan metod och storlek. Vid valet av varulagervärdering tar företagen hänsyn till trender, väderlek och säsongsvariation på sina produkter, men detta påverkar inte valet av värderingsmetod. Den redovisningsprincip som handelsföretagen ansåg viktigast vid värdering av varulager är försiktighetsprincipen. Detta då ett övervärderat lager kan påverka företagens resultat och ge felaktig information till omvärlden.

Nyckelord: varulager, konfektionsbranschen, varulagervärdering, försiktighet, handelsföretag



Innehållsförteckning

1. Inledning	1
1.1 Problembakgrund.....	1
1.2 Problemdiskussion.....	2
1.3 Problemformulering.....	3
1.4 Syfte.....	3
1.5 Avgränsning.....	3
2. Metod	4
2.1 Val av metod.....	4
2.2 Datainsamling	5
2.3 Urval	5
2.3.1 Utvalda företag.....	6
2.3.2 Respondenter.....	7
2.4 Intervjustudie	7
2.4.1 Intervjuguide	8
2.5 Metod för analys	8
2.6 Validitet och Reliabilitet.....	9
2.7 Metodkritik	9
3. Referensram.....	10
3.1 Redovisningens syfte	10
3.1.1 Kvalitativa egenskaper	10
3.1.2 God redovisningssed.....	11
3.1.3 Försiktighetsprincipen.....	11
3.2 Värdering av varulager inom konfektionsbranschen.....	12
3.2.1 Definition av tillgångar	12
3.2.2 Regelverk	12
3.2.3 Lägsta värdets princip	13
3.2.4 Inventering	16
3.2.5 Företagsklassificering	17



3.3 Grundläggande redovisningsval	17
3.3.1 Positive Accounting Theory (PAT)	17
3.3.2 Institutionell teori	18
4. Resultat av den empiriska undersökningen	20
4.1 Regelverk	20
4.2 Redovisningsprincip	20
4.3 Lägsta värdets princip	21
4.3.1 Anskaffningsvärdet	21
4.3.2 Nettoförsäljningsvärdet	22
4.4 Inventering	25
5. Analys	27
5.1 Regelverk	27
5.2 Redovisningsprincip	27
5.3 Lägsta värdets princip	28
5.4 Inventering	30
6. Slutsatser	32
6.1 Förslag till fortsatt forskning	33
Källförteckning	34
Tryckta källor	34
Regelverk	36
Årsredovisningar	36
Otryckta källor	37
Personlig kommunikation	37
Bilaga 1: Intervjuguide	38



Tabellförteckning

Tabell 1 Företagsklassificering	17
Tabell 2: Företagens värderingsmetod	22

1. Inledning

I uppsatsens första kapitel kommer en bakgrund till det valda ämnet att ges. En problematisering av varulagervärdering hos handelsföretag kommer också att presenteras innan kapitlet avslutas med att presentera uppsatsens problemformulering, vilken har sin grund i problemdiskussionen. Även uppsatsens syfte och avgränsning introduceras.

1.1 Problembakgrund

Enligt Artsberg (2005) växte redovisningen, och då främst bokföringen, fram under 1200-1500-talet i Italien som en reaktion på att företagare inte längre kunde idka byteshandel med varandra. Företagare i handelsstäderna var tvungna att ta in utomstående investerare i sina företag på grund av att kapital krävdes för att till exempel finansiera varulager och diverse handelsresor. Investerarna ville ha kontroll över sitt investerade kapital och på så sätt växte redovisningen fram som ett kontrollorgan (Artsberg, 2005). Under 1600-1700-talet var aktiebolagen främst koncentrerade till att bedriva handel och företagsformen kom att kallas handelskompani, vilket kan likställas med dagens handelsföretag (Internet 1). Handelsföretagens varor innebär varor som ett företag köpt in av en återförsäljare med syfte att sälja varorna vidare (IAS 2 p.8). Givet att det finns olika företagstyper så finns det även olika branscher som företagen kan verka i. En av dessa branscher är konfektionsbranschen, vilken innefattar den del av sömnadsindustrin som avser framställning av klädesplagg (Internet 2).

Värderingsprincipen, lägsta värdes principen (LVP), för varulager växte fram redan under 1600-talet och räknas till en av de äldsta redovisningsprinciperna och tillämpas än idag vid varulagervärdering (Artsberg, 2005). Enligt LVP ska handelsföretag värdera sina varulager till det lägsta av anskaffningsvärdet och nettoförsäljningsvärdet (IAS 2 p.9). Enligt International Accounting Standards (IAS) 2 p. 25 finns det två varulagervärderingsmetoder, först-in-först-ut (FIFU) och vägda genomsnittspriser. FIFU hänvisar till att de varor som är inköpta först kommer att vara de varor som säljs först. Vägda genomsnittspriser utgår ifrån att varje enhets värde beräknas ur ett genomsnittsanskaffningsvärde för liknande enheter (IAS 2, p. 27). Metoderna återfinns också i Årsredovisningslagen (ÅRL) för de företag som följer Bokföringsnämndens Allmänna Råd och Vägledning (BFNAR).

Handelsföretag kan göra ett inkuransavdrag om varorna i lagret inte längre går att sälja på grund av skada, blivit för gamla eller om försäljningspriset har förfallit (IAS 2, p. 28). Företagen värderar alltså varulagret till nettoförsäljningsvärdet i enlighet med LVP. Inkuransavdraget kan likställas med att företagen göra en nedskrivning av varulagret (Johansson, Johansson, Marton & Pautsch, 2006). Detta i linje med att tillgångar, i detta fall varulagret, inte ska tas upp till ett för högt värde i enlighet med försiktighetsprincipen (IASB's föreställningsram p. 37). Ett varulager ska, enligt Larson, Turcic och Zhang (2011), inte ha ett värde som överstiger dess marknadsvärde. Om så är fallet ska en nedskrivning göras och det ska avspeglas som en kostnad i företagets redovisning. Om företagen inte lyckas matcha efterfrågan med utbudet kan det resultera i att varor finns kvar i lagret. Lagret sjunker då i värde och en nedskrivning måste göras, som i sin tur får en stor påverkan på företagets resultat (Larson, Turcic & Zhang, 2011).

1.2 Problemdiskussion

Enligt Westermark (1996) är varulagret hos ett handelsföretag oftast en mycket omfattande post i företags omsättningstillgångar. Marton, Lumsden, Lundqvist, Pettersson och Rimmel (2010) menar vidare att posten är väldigt central då varulagret är en väsentlig tillgång för de flesta handelsföretag. Då posten har en stor påverkan på företags redovisade resultat kan eventuella felvärderingar medföra att den rättvisande bilden av företag blir felaktig (Westermark, 1996). Därför är det viktigt att varulagret värderas med försiktighet (IASB's föreställningsram p.37). Ett problem som kan uppstå är att företag kan få svårt att fastställa varulagrets verkliga värde då felaktigheter vid värdering ofta uppstår (Johansson, Johansson & Sandell, 2008). Ett annat problem som kan uppstå i praktiken är svårigheten vid beräkning av anskaffningsvärdet vid många separata inköp av samma typ av produkt då priset kan skilja sig åt (Westermark, 1996). Därför är det av stor vikt att företag tänker över sina redovisningsval så att de väljer de val som passar just deras företag utan att någon part utnyttjar sin makt för sitt eget intresse (Fields, Lys & Vincent, 2001; Hedlund, 2007).

Handelsföretag inom konfektionsbranschen är särskilt känsliga vid värdering av sina varulager då deras varor styrs av trender, väderlek och säsongvariation. Varornas livslängd är ofta redan från början satt över en bestämd period, vilken inte brukar vara speciellt lång (Murray & Silver, 1966). Ett handelsföretag vars resultat har påverkats av konfektionsbranschens trendkänslighet är Kappahl. Resultatet för andra kvartalet 2010/2011 blev sämre än prognosen. VD:n Christian W. Jansson fastslog att bolagets kläder inte höll måttet trendmässigt. Efter julhandeln i december återstod ett ovanligt stort lager på grund av detta, vilket resulterade i att varulagret påverkade resultatet (Internet 3). Ett exempel på ett handelsföretag inom konfektionsbranschen vars varuförsäljning påverkats av väderleken är H&M som i maj 2011 meddelade intressenterna att deras ökade försäljning i april 2011 berodde på fördelaktigt väder (Internet 4).

Handelsföretag inom konfektionsbranschen har genomgått en förändring under 2000-talet vad gäller storleken på deras varulager. Från att ha haft stora varulager där kapitalet har bundits upp har fler och fler handelsföretag ändrat sin lagerstruktur och har nu ett litet varulager som baseras på marknadens efterfrågan (Myrén, 2008). Ett handelsföretag som har fått erfara konsekvenserna av när efterfrågan inte stämmer överens med utbudet är Lindex. Företaget gjorde under hösten 2003 en felorder av byxor. Ordern var dock inte korrekt utan volymen hade blivit felaktig, vilket resulterade i att företaget hade för många byxor i sitt varulager utan att det fanns en efterfrågan på dem. Felbeställningen upptäckts inte i tid och företaget var tvungna att skriva ner och utrangera varulagret. Felbedömning ledde till att Lindex resultat påverkades och företagets intressenter blev missledda då varulagret vid första anblicken verkade vara en värdefull omsättningstillgång, men detta var inte fallet (Bränström, 2004).

Ett annat handelsföretag inom konfektionsbranschen som har ändrat sitt sätt att köpa in varor och på så sätt kan påverka hur mycket varor som finns i lager är klädesföretaget Benetton. De har ändrat sin orderproduktion, vilket har lett till att de har minskat ner ledtiden och kostnaderna för varulagret (Silver, Pyke & Peterson, 1998). Detta anser vi är intressant då det visar vikten att värdera varulager till rätt värde så att intressenterna inte får en felaktig bild av företags omsättningstillgångar och resultat. Därmed tänker vi att det bör vara viktigt att handelsföretag har en bra kontroll över varulagervärderingsprocessen för att kunna värdera de trendkänsliga varorna korrekt.

1.3 Problemformulering

Med utgångspunkt i vår problemdiskussion har vi valt att formulera följande problemformulering:

- *Vilka argument ligger bakom handelsföretag inom konfektionsbranschens val av varulagervärderingsmetoder?*

1.4 Syfte

Huvudsyftet med uppsatsen är att undersöka hur handelsföretag inom konfektionsbranschen går tillväga vid värdering av varulager och vilka argument som ligger bakom handelsföretagens val av värderingsmetoder. Ett annat syfte är att undersöka hur handelsföretagen hanterar inkurans och nedskrivningsbehov som kan uppstå i och med trender, väderlek och säsongsvariation. Ett ytterligare syfte är att utreda vilken redovisningsprincip som är den mest centrala för handelsföretag inom konfektionsbranschen vid varulagervärdering.

1.5 Avgränsning

Vi har valt att avgränsa oss till fem stycken handelsföretag inom konfektionsbranschen. Vi har även i uppsatsen valt att avgränsa oss geografiskt till handelsföretag som har ett kontor som finns beläget i Västra Götalands län eller Stockholms län.

2. Metod

I uppsatsens andra kapitel kommer de metoder som vi har använt oss av i uppsatsen att presenteras. Kapitlet inleds med att vald metod kommer att introduceras. Därefter presenteras uppsatsen, datainsamling, urval, intervjustudie samt metod för analys. Kapitlet kommer att avslutas med att diskutera uppsatsens validitet, reliabilitet samt metodkritik.

2.1 Val av metod

Det finns två typer av undersökning som forskare använder sig av vid vetenskapliga studier; kvantitativ och kvalitativ undersökning. Det som är avgörande för val av undersökning är vad forskarna ämnar undersöka. Det som skiljer metoderna åt är insamlingen av data. Kvantitativa studier fokuserar på att beskriva ett fenomenets omfattning. Medan kvalitativa studier koncentrerar sig på hur människor uppfattar och begriper en situation för att skapa större klarhet om den (Jacobsen, 2002).

Vi har valt att genomföra en kvalitativ undersökning då vår undersöknings problemformulering och syfte ämnar kartlägga hur handelsföretag inom konfektionsbranschen värderar sina varulager och vilka argument som ligger bakom val av värderingsmetoder. För att få svar på problemformuleringen valde vi att samla in information via intervjuer. Vi valde att intervjua fem stycken respondenter som arbetar med varulagervärdering på handelsföretag inom konfektionsbranschen. Kvalitativ metod innebär att datainsamlingen oftast är i form av kvalitativa intervjuer och tolkande analyser (Patel & Davidson, 2003). Vi anser att vår problemformulering är oklar, det vill säga att forskarna inte har någon djup kunskap om ämnet sedan tidigare, vilket enligt Jacobsen (2002) är typiskt för den kvalitativa metoden. Den kvantitativa metoden fokuserar på att samla in data genom frågeformulär med fasta svarsalternativ (Jacobsen, 2002), vilket vi inte anser kan användas för att besvara vår problemformulering.

Några fördelar som Jacobsen (2002) nämner för den kvalitativa metoden, vilka vi anser är viktiga för vår undersökning, är bland annat intern giltighet, närheten mellan forskare och intervjuobjekt samt flexibilitet. Vi menar att dessa fördelar är centrala då det ger vår undersökning ett större djup och vi kan fastställa hur verkligheten verkligen ser ut genom att vi får intervjuobjektets förtroende. Då vi saknar tidigare djupa kunskaper inom området anser vi att det är viktigt att vi kan ha en flexibel frågeställning som vi under uppsatsens gång kan arbeta om vid behov. Enligt Jacobsen (2002) finns det dock en del nackdelar med att använda den kvalitativa metoden. En nackdel som författaren nämner och som vi också anser är viktig att ha i åtanke under undersökningens gång är att undersökningen kommer att bli subjektiv och spegla forskarnas förmåga att analysera och dra slutsatser utifrån de insamlade data. En annan nackdel som Jacobsen (2002) nämner är att den kvalitativa metoden är resurskrävande och därför koncentreras undersökningen på antal frågor istället för antal intervjupersoner. Detta kan leda till att forskarna får det svårt att generalisera resultatet. Detta anser vi kan bli aktuellt i denna undersökning då endast ett fåtal intervjuobjekt kommer att undersökas.

2.2 Datainsamling

Enligt Jacobsen (2002) finns det två stycken olika typer av data; primär- och sekundärdata. Primärdata är data som forskaren själv har samlat in för första gången, vilket innebär att forskaren har använt sig av ursprungskällan för att få information om ämnet. Exempel på metoder för insamling av primärdata är intervjuer, observationer och frågeformulär. Sekundärdata är ett samlingsnamn för den information som forskarna samlar in utan att komma i kontakt med ursprungskällan. Detta innebär att information inte är insamlad för samma ändamål som forskarens. Exempel på sekundärkällor är historieforskning och årsredogörelser (Jacobsen, 2002). I vår undersökning har vi använt oss av både primär- och sekundärdata.

Vi började vår undersökning med att samla in sekundärdata genom att genomföra en omfattande litteraturstudie. Vi ansåg att det var nödvändigt att börja med sekundärdata då vi saknade den breda och djupa kunskapen som vi ansåg nödvändig för vår undersökning. Den sekundärdata som finns i uppsatsen är hämtat från litteratur, vetenskapliga och populärvetenskapliga artiklar samt lagar, praxis och standarder. För att få fram relevant litteratur har vi dels sökt i tidigare uppsatser inom samma ämnes källförteckningar och dels i Göteborgs universitets biblioteksdata. De sökord vi använde oss av var varulager, varulagervärdering, inventory, inventory evaluation, style goods, konfektionsbranschen, retail trade, accounting choice, PAT och institutionell teori. Samma sökord har använts vid sökandet av vetenskapliga och populärvetenskapliga artiklar från databaserna Google Scholar och Artikelsök.

För att sedan kunna besvara vår problemformulering och uppfylla vårt syfte med undersökningen använde vi oss av primärdata bestående av fem stycken intervjuer. Resultatet av intervjuerna redovisas under det fjärde kapitlet; Resultatet av den empiriska undersökningen.

2.3 Urval

För vår undersökning valde vi att använda oss av ett subjektivt urval vid valet av intervjuobjekt. Enligt Denscombe (2009) är en fördel med att använda sig ut av ett subjektivt urval att forskarna kan fokusera på de objekt som har betydande information för undersökningen. Vi valde även att använda oss av ett bekvämlighetsurval då vi använde oss av handelsföretag som vi redan kände till vid utformandet av företagslistan. Vi satte dock upp vissa kriterier för urvalet av handelsföretagen då ett syfte med undersökningen var att undersöka hur handelsföretag inom konfektionsbranschen går tillväga vid värdering av varulager. Dessa kriterier utformades för att hitta intervjuobjekt:

- Handelsföretaget måste verka inom konfektionsbranschen där merparten av deras varulager består av kläder.
- Ha ett kontor som ligger i Västra Götalands län eller i Stockholms län.

Efter att företagslistan hade skrivits tog vi kontakt via mail och telefon till de handelsföretag som vi ansåg stämma in på de uppsatta kriterierna. För att öka möjligheten att hitta de respondenter som bäst lämpade sig för vår undersökning skickades information med undersökningens syfte och problemformulering med till de utvalda handelsföretagen. På grund av tidsfaktorn valde vi att endast göra fem stycken intervjuer varav en via mail. Vid ett större urval hade undersökningen kunnat generalisera resultatet på ett mer tillfredställande

sätt, men då det ej är huvudsyftet med den här undersökningen ansåg vi att det var viktigare att få fram ett analysmaterial som bidrar till en slutsats som gäller för den här undersökningens område.

Vi har i denna uppsats valt att klassificera alla deltagande företag enligt Tabell 1 på sidan 17 under rubrik 3.2.5 Företagsklassificering för att få stringens i uppsatsen. Vi tycker också att respondenterna har den kunskap som krävs för att kunna besvara vår problemformulering och på så sätt ge en tillfredställande intervju. Detta då samtliga respondenter innehar en position inom handelsföretagen som innebär att de har inblick i de siffror som rapporteras ut vad gällande varulagervärdering.

2.3.1 Utvalda företag

De företag som deltar i vår undersökning är nedanstående. Information är hämtad från företagens årsredovisningar för år 2009:

- **Gina Tricots** affärsidé är att bedriva handel inom damkonfektion. Förutom att bedriva verksamhet i Sverige finns Gina Tricot även på den nordiska marknaden och Tyskland. Bolaget tillämpar ÅRL och BFNAR och vägledning. Även RR 1:00 och 8 används vid redovisning av koncernredovisningen. Gina Tricot använder sig av kalenderår vid redovisningen. Företagets varulager utgör cirka 38 % av de totala omsättningstillgångarna. Företaget tillhör kategorin större företag och bolagets revisorer tillhör revisionsbyrån K-J K Revisionsbyrå.
- **Cubus** affärsidé är att erbjuda sina kunder moderiktade kläder som passar alla i familjen, både män, kvinnor och barn. Bolaget finns representerat på flera olika marknader och huvudkontoret för koncernen ligger i Norge. I Cubus-koncernen som tillhör Varner Gruppen följer de av EU antagen IFRS. För det svenska dotterbolaget Cubus AB används ÅRL och BFNAR. Företaget använder sig av kalenderår i redovisningen. Cubus AB:s varulager utgör cirka 75 % av de totala omsättningstillgångarna. Företaget tillhör kategorin större företag och bolagets revisorer tillhör revisionsbyrån KPMG. Denna intervju har genomförts via en mailkonversation.
- **Björn Borg** är ett svenskt företag som utvecklar varumärket Björn Borg. Deras största produkt är modeunderkläder. Björn Borg finns representerade på ett tjugotal marknader runt om i världen. Bolagets koncernredovisning följer av EU antagen IFRS och tolkningar. De tillämpar även RFR 1.2 och de ytterligare bestämmelser som finns i ÅRL för koncernredovisning. Björn Borg använder sig av kalenderår vid redovisningen. Koncernens varulager utgör cirka 7 % av de totala omsättningstillgångarna. Företaget tillhör kategorin större företag och bolagets revisorer tillhör revisionsbyrån Deloitte.
- **Lindex** affärsidé är att erbjuda modeintresserade kvinnor ett inspirerande och prisvärt mode. Lindex erbjuder flera olika koncept inom dammode, underkläder och barnkläder. Idag har Lindex sammanlagt 395 butiker runt om i Europa. All rapportering på koncernnivå sker genom tillämpning av EU antagen IFRS. I moderbolaget AB Lindex utgör varulagret cirka 21 % av de totala

omsättningstillgångarna. Företaget tillhör kategorin större företag och bolagets revisorer tillhör revisionsbyrån KPMG.

- **Företag X:s** affärsidé är att erbjuda prisvärt mode till både män och kvinnor. De har ett antal helägda butiker i Sverige. Företag X följer ÅRL och BFNAR. Då bolaget är ombildat har räkenskapsåret är förlängts till 14 månader och de har även ett brutet räkenskapsår. Företagets varulager utgör cirka 68 % av de totala omsättningstillgångarna. Företaget tillhör kategorin större företag och bolagets revisorer tillhör revisionsbyrån PwC.

2.3.2 Respondenter

De respondenter som representerar handelsföretagen:

- Maria Olausson på Gina Tricot arbetar som redovisningschef. Hon har arbetat under tre årsbokslut på Gina Tricot vilket sammantaget ger att hon har arbetat där i två år.
- Randi Slette Haavi på Cubus A/S arbetar som ekonomidirektör. Hon har arbetat för Cubus i 13 år. Då hon är ekonomidirektör för Cubus A/S har hon ansvaret för alla siffror som bolaget rapporterar ut och däribland varulagervärderingen.
- Fredrik Runesson på Björn Borg arbetar som business controller. Han ansvarar för att ta fram det operativa resultatet som Björn Borg presenterar ut mot marknaden. Han arbetar också mycket med lagerhanteringen. Fredrik har arbetat på Björn Borg i tre och ett halvt år.
- Magnus Svensson på Lindex arbetar som ekonomichef. Han har arbetat på Lindex sedan 2008 och började då arbeta som redovisningschef för Lindex koncernen. Han har sedan årsskiftet börjat arbeta som ekonomichef.
- Person X1 och person X2 på företag X arbetar som redovisningsansvarig respektive ekonomichef. X1 har arbetat på företaget i sju år medan X2 har arbetat på företaget i fyra år. De arbetar med att ta fram alla siffror som redovisas ut från företaget.

2.4 Intervjustudie

Undersökningen grundar sig på intervjuer då vi tycker att den metoden bäst lämpar sig för vår problemformulering och syfte med undersökningen. Enligt Denscombe (2009) används intervjuer för datainsamling när forskaren vill skapa sig en förståelse om människors uppfattningar, åsikter och erfarenhet. Då vår undersökning vill ta reda på hur handelsföretag inom konfektionsbranschen väljer att värdera sina varulager menar vi att intervjuer ger oss bäst information om vad bland annat ekonomiansvarige på respektive handelsföretag har för åsikter om detta. Enligt Denscombe (2009) finns det ett antal fördelar med att använda sig av intervjuer vid datainsamling. De fördelar som vi anser är av störst vikt för vår undersökning är insikt och informationens djup, flexibilitet och en hög svarsfrekvens. Enligt Denscombe (2009) finns det även ett antal nackdelar med intervjuer. De nackdelar, som författaren nämner, som vi beaktar i vår undersökning är tillförlitlighet, intervjuareffekten samt resurser och kostnader.

Enligt Denscombe (2009) finns det olika typer av intervjuer. De tre olika typerna är; strukturerade, ostrukturerade och semistrukturerade intervjuer. Vid strukturerade intervjuer har forskarna stor kontroll över frågorna och svaren och kan liknas med ett frågeformulär. Ostrukturerade intervjuer innebär att forskarna inverkar så lite som möjligt och tillhandahåller intervjuobjektet givna ämnen som denne får utveckla på egen hand. Den tredje intervjutypen är semistrukturerade intervjuer. Denna form innebär att forskarna har en agenda med frågor och ämnen som ska besvaras respektive diskuteras under intervjun. Semistrukturerad intervju är en blandning mellan strukturerad och ostrukturerad intervju. I vår undersökning har vi valt att använda oss av den sist nämnda intervjutypen. Detta för att vi ville att intervjuobjekten själva skulle få utveckla sina svar, men vi ville även kunna påverka frågorna som ställdes för att få svar på vår problemformulering.

2.4.1 Intervjuguide

Vid utformningen av intervjufrågorna valde vi att kategorisera frågorna efter de ämnen som vi presenterar i referensramen för att kunna besvara vår problemformulering. De kategorierna är; redovisningens syfte och principer, varulagervärdering vilket inkluderar regelverk, värderingsmetod, inkurans och nedskrivning samt inventering. Vi valde att sammanställa intervjuguiden efter dessa kategorier på grund av att vi ville ha en överensstämmelse mellan den insamlade teorin och den empiriska studien. Innan intervjuerna genomfördes skickades frågorna till våra handledare för granskning. Efter deras respons har frågorna arbetats om för att bli lättförståeligare för intervjuobjekten. Intervjuguiden finns i bilaga 1.

Vi valde att skicka ut en agenda över intervjun till de intervjuobjekt som särskilt krävde detta. Denna agenda var ett tillägg till tidigare utskickad information om vad intervjun skulle handla om. Vi anser att om vi hade skickat intervjuguiden hade svaren kanske inte avspeglat en korrekt bild av hur handelsföretaget går tillväga vid varulagervärderingen då intervjuobjektet hade haft tid att tänka över svaren istället för att en diskussion hade förts. Vi har även använt oss av samma intervjuguide vid alla tillfällen. Dock har vi valt att förtydliga vissa frågor under intervjuperiodens gång då vi märkte att vissa frågor var otydliga. Vi valde att genomföra intervjuerna på respektive företag och dessa tog i genomsnitt en timme. Vi började varje intervju med att förklara uppsatsens problemformulering och syfte samt att fråga om intervjuobjekten kände sig bekväm med att vi spelade in intervjun. Vi har under intervjuerna valt att både spela in dem på bandspelare och att ta anteckningar. Efter intervjuerna transkriberade vi dem. Därefter skrev vi ihop referatet till en text för att bilda den empiriska undersökningen. Dock har vi inte tagit med allt det refererade materialet utan endast använt oss av det som vi anser är relevant för undersökningens problemformulering och syfte. Innan referatet lades in i uppsatsen har den dock skickats till respondenterna för att de skulle få en chans att godkänna den för att undvika eventuella fel och missförstånd.

2.5 Metod för analys

Under analyskapitlet ställs den insamlade empirin, resultatet av våra intervjuer, i förhållande till referensramen. Syftet med detta är att identifiera olikheter och likheter dem emellan vad gäller handelsföretag inom konfektionsbranschens varulagervärdering. Vi ville även se om vi kunde urskilja vissa mönster handelsföretagen emellan och mellan handelsföretagen och referensramen. Vi har även försökt hitta förklaringar till de likheter och skillnader som vi har kunnat urskilja. Detta för att se om det finns några samband mellan handelsföretag inom

konfektionsbranschen och deras val av varulagervärderingsmetoder. Kapitlet är utformat efter samma struktur som referensramen och resultatet av den empiriska undersökningen för att uppsatsen ska följa en röd tråd för att upplevas som konsekvent för läsaren. Kapitlet utgör en grund för slutsatsen.

Kapitlet med våra slutsatser frångår den tidigare strukturen, då fokus istället ligger på att besvara vår problemformulering genom att knyta samman referensramen, resultatet av den empiriska undersökningen och analysen med våra egna reflektioner rörande handelsföretag inom konfektionsbranschens varulagervärdering. Då vi endast har undersökt fem stycken handelsföretag inom konfektionsbranschen kan inga generella slutsatser dras, men vi kan dra slutsatser om karaktärsdrag och situationen för våra handelsföretags val av varulagervärderingsmetoder.

2.6 Validitet och Reliabilitet

Enligt Thurén (2007) innebär validitet att forskarna har undersökt det som avsågs undersökas. Vi valde, efter godkännande av intervjupersonerna, att spela in våra personliga intervjuer för att vara säkra på att få med all information som intervjupersonerna delgav oss. Varje inspelad intervju transkriberades sedan och skrevs om till empiri. Empirin skickades sedan ut till intervjupersonerna för godkännande. Personerna som intervjuats i vår undersökning har god kunskap om hur företagen de arbetar på hanterar sina varulager. Då informationen som vi har fått fram är relevant för vår undersökning anser vi att undersökningar har en hög validitet.

Thurén (2007) menar att reliabilitet är detsamma som tillförlitlighet, vilket i vår undersökning innebär att undersökningen är korrekt genomförd. När vi kontaktade handelsföretagen i undersökningen var vi noga med att informera om syftet med undersökningen så att de skulle kunna fatta rätt beslut om vem på företaget som var bäst lämpad att genomföra intervjun. Detta tyder på hög reliabilitet då den information som våra intervjuobjekt gav är tillförlitlig då de har stor kunskap om området. Det som dock sänker reliabiliteten är att om andra forskare skulle göra om vår undersökning är det inte särskilt troligt att de får samma resultat som oss om inte studien baseras på samma intervjuguide med samma intervjupersoner.

2.7 Metodkritik

Vi valde att använda oss av ett subjektivt- och bekvämlighetsurval vid urvalet av intervjuobjekt. Det hade varit mer lämpligt att använda ett slumpmässigt urval från populationen för att få en mer objektiv undersökning. Det finns dock ingen databas med en lista över handelsföretag inom konfektionsbranschen vars huvudkontor finns i Västra Götalands län och Stockholms län.

En annan kritik som kan riktas mot vår undersökningsmetod är att populationen ej är homogen vad gäller redovisningsregelverk. Från början var tanken att hålla undersökningen till ett regelverk, men på grund av svårigheter med att få tag i intervjuobjekt valde vi att inkludera både noterade och onoterade företag då regelverken, vad gällande varulagervärdering, är relativt lika varandra. Vi anser därför inte att skillnaden i regelverk har påverkat undersökningens resultat.

3. Referensram

I uppsatsens tredje kapitel presenteras en referensram som ligger till grund för undersökningen. Kapitlet inleds med att presentera redovisningens syfte samt den centrala redovisningsprincipen; försiktighet. Därefter följer en specifik referensram över varulagervärdering inom konfektionsbranschen. Kapitlet avslutas med att presentera teorier baserade på tidigare forskning för att förklara varför företag gör de redovisningsval som de gör.

3.1 Redovisningens syfte

Ett syfte med redovisning är, enligt Smith (2006), att ge företagets intressenter rätt information så att de kan basera sina beslut på korrekta uppgifter. I IASB's föreställningsram återfinns ett antal redovisningsprinciper och kvalitativa egenskaper som är centrala för företag som tillämpar regelverket International Financial Reporting Standards (IFRS). Även för de företag som tillämpar BFNAR gäller de redovisningsprinciper och kvalitativa egenskaper som presenteras i IASB's föreställningsram då den blivit översatt och antagen av Redovisningsrådet (RR) (RR 22). Enligt Westermark (1996) är två syften med redovisning av varulager att informera företags intressenter om denna typ av omsättningstillgång och att ställa intäkterna och kostnaderna mot varandra för att kunna räkna ut företagets vinst. De viktigaste intressenterna för bolag som använder regelverket IFRS är investerare på den internationella kapitalmarknaden (Internet 5). För företag som redovisar enligt BFNAR är de viktigaste intressenterna de som verkar på nationell nivå (Internet 6). Vid redovisning av varulager kan nedan presenterade egenskaper, princip och sed anses vara de mest centrala.

3.1.1 Kvalitativa egenskaper

IASB's föreställningsram tillhandahåller fyra kvalitativa egenskaper som bör vara uppfyllda för att informationen i de finansiella rapporterna ska vara så användbara som möjligt. De kvalitativa egenskaperna är relevans, tillförlitlighet, begriplighet och jämförbarhet. Dessa egenskaper är bland annat viktiga vid varulagervärdering.

Informationen i finansiella rapporter måste vara *relevant* för att vara av värde vid underlag för beslut. Om informationen kan påverka användares beslut, genom att underlätta vid olika bedömningar, anses den vara relevant (IASB's föreställningsram p. 26). Den kvalitativa egenskapen *tillförlitlighet* uppfylls om informationen i de finansiella rapporterna inte innehåller avgörande fel eller är vinklad. Detta för att användare av informationen måste kunna lita på att informationen är korrekt (IASB's föreställningsram p. 31). För att vara tillförlitlig måste informationen återges på ett korrekt sätt så att de transaktioner och händelser som företag har speglar dem på ett riktigt sätt. Detta innebär att i företagets balansräkningar får endast de tillgångar, skulder och eget kapital som finns på balansdagen och uppfyller kraven tas med (IASB's föreställningsram p.33).

Att informationen i de finansiella rapporterna är av *begriplighet* för användarna är också en betydelsefull egenskap. Dock fordras att användarna besitter en rimlig kunskap om området och att informationen läses noggrant. Det är viktigt att företag inte utesluter information i de finansiella rapporterna, som är relevant för att användare ska kunna fatta beslut, med orsak att

den kan vara komplicerad för användare att förstå (IASB's föreställningsram p. 25). *Jämförbarhet* av information innebär att användarna av de finansiella rapporterna måste få möjligheten att bilda sig en egen uppfattning om hur det har gått för ett företag över en längre period genom att kunna jämföra de finansiella rapporterna som företaget lämnat. Det ska även vara möjligt att jämföra olika företags finansiella rapporter med information om finansiell ställning och dess förändringar samt företagets resultat. På grund av detta är det viktigt att ett företags redovisningsprinciper och presentationsteknik för transaktioner av samma slag redovisas på ett enhetligt sätt under en längre tid (IASB's föreställningsram p. 39). Enligt Ball (2006) kan det vara svårt för användarna av de finansiella rapporterna att jämföra företag vars produkter skiljer sig åt vad gäller kvalitet. Författaren nämner hotellrum som exempel då olika typer av hotell och kedjor har olika standarder för sina rum, men använder samma regelverk vid redovisning (Ball, 2006). Detta kan även appliceras på handelsföretag inom konfektionsbranschen då deras varor ofta skiljer sig åt.

3.1.2 God redovisningssed

Enligt RedR 1, Årsredovisning i aktiebolag, finns god redovisningssed i olika omfattningar beroende på vilket regelverk som företag följer. Det är därför av stor vikt att företag nämner i sin årsredovisning vilket regelverk som de följer. God redovisningssed räknas som en rättslig standard som är baserad på praxis, lagar och normer. Seden innebär att företagen har en skyldighet att följa de redovisningsprinciper och lagar som anges i det följda regelverket. För företag som tillämpar BFNAR och ÅRL finns det ett antal redovisningsprinciper som ska följas för att god redovisningssed ska uppnås. Exempel på dessa är fortlevnadsprincipen, jämförbarhetsprincipen, försiktighetsprincipen och bokföringsmässiga grunder. De företag som tillämpar av EU antagen IFRS har också ett antal redovisningsprinciper som bör följas för att god redovisningssed ska åstadkommas. Dessa finns beskrivna i IASB's föreställningsram (RedR 1 Redovisning i aktiebolag) och exempel på dem är försiktighetsprincipen, antagande om fortlevnad, korrekt bild och periodiseringsprincipen (IASB's föreställningsram p.22, 23, 33 och 37). Enligt Edenhammar och Thorell (2009) ska svenska företags årsredovisningar upprättas i enlighet med god redovisningssed för att anses korrekta.

3.1.3 Försiktighetsprincipen

Redovisningsprinciper påverkar innehållet i företags finansiella rapporter. Principerna anger vad som bör ingå i redovisningen enligt bokföringsmässiga grunder (Falkman, 2000). En av dessa principer är försiktighetsprincipen. Enligt Gröjer (2002) innebär försiktighetsprincipen att redovisningsposter ska värderas på ett sätt att ingen överskattning görs, det är bättre för företag att underskatta posterna. I IASB's föreställningsram p. 37 anges att tillgångar ska värderas med försiktighet för att inte överskattas. Det är dock viktigt att inte underskatta tillgångar avsiktligt, då det bland annat resulterar i att företags finansiella rapporter inte skulle vara neutrala eller tillförlitliga (IASB's föreställningsram p. 37). I ÅRL nämns rimlig försiktighet där det framgår bland annat att konstaterade intäkter som har uppkommit under räkenskapsåret får tas med i företags resultaträkningar. Det nämns även att värdenedgångar ska beaktas oberoende om företag har gjort en vinst eller förlust (2 kap. 4§ p.3 ÅRL).

Gröjer (2002) menar att en strikt tillämpning av principen kan resultera i att företagets resultat blir lägre än det egentliga resultatet som en följd av att tillgångar hela tiden undervärderas. Problemet ligger i att alla företag inte är lika kritiska vid sina

tillgångsvärderingar, vilket leder till att det kan vara svårt att jämföra företagens resultatberäkningar (Gröjer, 2002).

3.2 Värdering av varulager inom konfektionsbranschen

Enligt Silver, Pyke och Peterson (1998) skiljer sig klädbranschen från många andra branscher då deras varor har ett starkt samband med vilken stil som är gångbar på marknaden under en begränsad tid. Författarna menar att den typen av varor ger vissa problem för företagen som säljer dem. Varje vara säljs oftast under en relativt kort period och företag måste i förväg uppskatta hur många varor de behöver producera eller köpa in för att ha dem tillgängliga när konsumenterna efterfrågar dem. Visar det sig att den totala efterfrågan på en vara under en säsong blev mindre än vad ett företag förväntat sig har företaget gjort en översatsning, vilket resulterar i minskat resultat (Silver, Pyke & Peterson, 1998). Posten varulager har en stor påverkan på företags resultat (Westermarck, 1996) och utgör en väsentlig tillgång för handelsföretag (Marton et al., 2010).

3.2.1 Definition av tillgångar

En tillgång definieras i föreställningsramen som *"en resurs över vilken företaget har det bestämmande inflytande till följd av inträffande händelser och som förväntas innebära ekonomiska fördelar för företaget i framtiden"* (IASB's föreställningsram p.49 s.18, IFRS-volymen 2010). För att tillgången sedan ska få tas upp i företags balansräkningar krävs det att två kriterier är uppfyllda. Det första kriteriet är att det är sannolikt att de framtida ekonomiska fördelarna kommer att tillfalla företagen. Det andra kriteriet är att värdet på tillgången kan värderas på ett tillförlitligt sätt (IASB's föreställningsram p. 89).

Efter att företagen har konstaterat att enheten uppfyller kriteriet för tillgång kan tillgången sedan delas in i två kategorier; anläggningstillgång och omsättningstillgång. För att företag ska kunna klassificera tillgången som omsättningstillgång krävs det att den uppfyller ett av fyra kriterier som återfinns i IAS 1 p. 66 s. 207 i IFRS-volymen 2010. De fyra kriterierna är att *"företaget förväntas att realisera tillgången under företagets normala verksamhetscykel, företaget innehar tillgången primärt för handelsändamål, förväntas att realisera tillgången inom tolv månader efter rapportperioden eller utgörs av likvida medel"*. Posten varulager tillhör kategorin omsättningstillgång då den uppfyller kriterierna som ställs för en omsättningstillgång (IAS 1 p.68).

Även BFNAR 2008:1 Årsredovisningar i mindre aktiebolag nämner när en tillgång ska tas upp i företagets redovisning. Redovisningen ska ske när den vitala risken och fördelarna som är ihopkopplade med tillgången har övergått till företagen. Detta överensstämmer med av EU antagen IFRS regelverk och IASB's föreställningsram.

3.2.2 Regelverk

Enligt Marton et al. (2010) skiljs aktiebolagen åt i två olika kategorier; onoterade och noterade aktiebolag. Noterade aktiebolag måste följa av EU antagen IFRS medan onoterade aktiebolag i Sverige kan välja mellan att följa av EU antagen IFRS eller BFNAR samt ÅRL (Marton et al., 2010). På koncernnivå måste även medlemmar i European Economic Area (EEA) följa direktiv från European Commission (EC) sedan 2005. Detta innebär att bland

annat Norge på koncernnivå följer av EU antagen IFRS trots att de ej är medlemmar i EU (Internet 7).

3.2.2.1 IFRS och IAS 2

IFRS består av ett antal IAS-standarder och det är IAS 2 som behandlar varulager. IAS 2 uppkom 1975 och då tilläts företag att använda fyra olika metoder vid varulagervärdering. Metoderna var FIFO, sist-in-först-ut (SIFU), Vägt genomsnitt och Base Stock Costing Method. Några decennier senare startade International Accounting Standards Committee (IASC) ett stort harmoniseringsprojekt och IAS formulerades om. Kommittén kom med förslaget att förbjuda SIFU och Base Stock Costing Method. Detta förslag var inte populärt i vissa länder och kommittén fick återinföra SIFU som ett alternativ vid varulagervärdering. Dock skrevs det in i standarden att FIFO och vägt genomsnittsmetoden ska vara normen och SIFU endast vara en alternativ metod (Street, Gray & Bryant, 1999). Enligt Marton et al. (2010) är SIFU inte en tillåten värderingsmetod för de företag som följer av EU antagen IFRS.

År 2002 beslutade EU att all koncernredovisning för noterade företag skulle upprättas i enlighet med av EU antagen IFRS från och med år 2005. Det innebar att svenska noterade företag var tvungna att börja redovisa enligt av EU antagen IFRS för räkenskapsår som startar under 2005. Detta innebär att alla standarder inom EU inte är tillämpliga i Sverige dock tillämpas IAS 2 fullt ut. IAS 2 innefattar alla typer av varulager förutom pågående arbeten som istället ingår i IAS 11 Entreprenadavtal (Marton et al., 2010).

3.2.2.2 BFNAR 2008:1

De företag i Sverige som inte följer av EU antagen IFRS kan istället följa regelverket BFNAR 2008:1, Årsredovisning i mindre aktiebolag, även kallat K2-regelverket (Internet 8). De regler som finns i ÅRL avseende varulagervärdering stämmer dock väl överens med IAS 2. Det finns dock några undantag och det gäller främst för tillverkande företag (Marton et al., 2010). Under kapitlet om varulager i BFNAR 2008:1 tas inte pågående arbete upp då det tillhör ett annat kapitel (BFNAR 2008:1 p. 12:2) vilket även stämmer överens med hur det behandlas i IAS 2 enligt Marton et al. (2010). De varulagervärderingsmetoder som BFNAR 2008:1 presenterar är de metoder som nämns i 4 kap. ÅRL; FIFO, vägt genomsnitt eller någon annan liknande princip. Även detta stämmer överens med IAS 2.

3.2.3 Lägsta värdets princip

Enligt IAS 2 p. 9 ska varulagret värderas till det lägsta av anskaffningsvärdet och nettoförsäljningsvärdet i enlighet med LVP. Detta överensstämmer med BFNAR 2008:1 p. 12.4.

3.2.3.1 Anskaffningsvärdet

Marton et al. (2010) menar att anskaffningsvärdet är den metod som är vanligast använd bland företag vid varulagervärdering. Utgångspunkten vid fastställandet av anskaffningsvärdet är den faktiska transaktionen (Marton et al., 2010). Enligt IAS 2 p. 10 ska anskaffningsvärdet innefatta kostnader för inköp och andra kostnader som företag har för att få varorna på plats. Företagen får även ta med kostnader så som tullavgifter och andra hanteringskostnader enligt

IAS 2 p. 11. Anskaffningsvärdet beräknas med hjälp av FIFU-metoden eller vägt genomsnitt. Ett företag som har liknande produkter bör använda samma värderingsmetod för dem (IAS 2 p. 25).

FIFU och Vägt Genomsnitt

Det finns, som tidigare nämnts, två metoder för beräkning av anskaffningsvärdet som är godkända av IFRS och även av BFNAR 2008:1; FIFU och vägt genomsnitt. En tredje metod som, enligt Marton et al. (2010), kan användas vid varulagervärdering är SIFU. Metoden är dock inte tillåten inom IFRS och BFNAR 2008:1, utan som Bloom och Cenker (2009) nämner i sin artikel används SIFU i bland annat USA. SIFU innebär, enligt Marton et al. (2010), att de varor som först har köpts in också är de som är kvar i lagret vid varulagervärderingstillfället.

Enligt Smith (2006) innebär FIFU att varulager värderas som att de varor som inhandlas först säljs först. Metoden kan anses ge en mer rättvisande bild av ett företags varulager, då det avspeglar aktuella priser ute på marknaden, då produkterna i lager tas upp till inköpspris vid anskaffningstidpunkten (Marton et al., 2010). Enligt Gröjer (2002) innebär detta att vid stigande inköpspriser kommer metoden att resultera i ett högre värde på varulagret och därmed redovisar företag ett högre resultat. Vid fallande priser uppstår en motsatt effekt (Gröjer, 2002). Smith (2006) menar att FIFU är den metod som företag i Sverige mest använder sig av. Väljer ett företag att tillämpa FIFU kommer en konsekvens bli att prisförändringar slår igenom snabbare på varulagervärderingen än om företaget hade valt att använda vägda genomsnittspriser.

I en studie av Dyl från 1989 rörande orsaker kring företagsledningars redovisningsval vid varulagervärderingsmetoderna SIFU och FIFU blev resultatet att företagets storlek påverkade valet av metod. Majoriteten av företagen i studien som hade valt FIFU var mindre till storleken än de företag som hade valt SIFU. I företag med många aktieägare väljer ledning oftast FIFU som värderingsmetod med argumentet att det rapporterade resultatet blir högre om priset för varorna på marknaden ökar. Studien visade även att SIFU som värderingsmetod var vanligare i företag med få aktieägare. Författaren menar vidare att detta är ett redovisningsval, valet mellan FIFU eller SIFU, där företagsledningen inte agerar i ägarnas bästa intresse (Dyl, 1989). Johansson et al. (2006) menar också på att för företag som verkar inom detaljhandel eller har egentillverkning kan värderingen av varulagret skilja sig åt mellan små och stora företag.

Street, Gray och Bryant (1999) har också gjort en studie rörande vilken varulagervärderingsmetod som de länder som har övergått till IAS:s regelverk använder sig utav. De har kommit fram till att de metoder som används av majoriteten av företagen är FIFU och vägt genomsnitt. Ingen av företagen använder sig utav den alternativa metoden SIFU. Vad gäller nedskrivning av varulagret är detta ovanligt och det är endast ett fåtal företag som skriver ner sina varulager. Författarna påpekar i sin slutsats att den nationella lagen som företagen måste följa måste bli bättre på att överensstämja med de regler som är skapade av IASC. Det är när den nationella lagen skiljer sig ifrån IASC:s regelverk som företagets redovisningsval av varulagervärderingsmetoden skiljer sig från majoriteten (Street, Gray & Bryant, 1999).

Även Dopuch och Pincus (1988) har gjort en undersökning om varför företag väljer att använda sig utav FIFU respektive SIFU. Författarna menar att ett av de vanligaste argumenten

till att amerikanska företag använder SIFU är att de då får betala lägre skatt. Ett vanligt argument till att företag istället väljer FIFO är att de istället visar ett högre resultat och resultat kan vara kopplat till diverse kontrakt, så som bonusprogram. Slutsatsen som studien kommer fram till är att skatteskalet är ett starkt argument till att företag väljer SIFU metoden (Dopuch & Pincus, 1988). Ett ytterligare skäl till valet av värderingsmetod är enligt Marton et al. (2010) att företagens lagersystem endast tillåter en viss metod. Enligt Ngai, Law och Wat (2007) är det vanligt förekommande att företag väljer att anpassa sin verksamhet efter ett affärssystem.

Med vägt genomsnittsmetoden värderas varulager till genomsnittliga priser, vilka beräknas fram vid värderingstidpunkten (Smith, 2006). Regler för hur företag ska beräkna fram vägt genomsnitt återfinns i IAS 2 p. 27 där det även framgår att beräkningen ska ske ur ett genomsnittsanskaffningsvärde för liknande enheter.

Enligt Shapiro (1975) är företags varulagervärdering föremål för valutakursdifferenser. Författaren menar på att företag ska värdera sina varulager i den valuta som gäller i det land där varulagret finns och inte i det lands valuta från vilket produkterna har köpts in. Isard (1995) menar att företag ofta tar i beaktning att inte justera priserna på sina produkter i takt med att valutan ändras. Detta då det är alltför osäkert att valutaförändringen är bestående. Feng och Gallego (1995) menar att säsongsvapor inom konfektionsbranschen beställs långt innan de ska säljas ute i butik i och med att beställningarna oftast görs från utlandet. Vanligtvis är ledtiderna för produktion och hemtagning av produkter tre till sex månader. Försäljningstiderna är sedan mindre än tolv veckor. När sedan försäljningsperioden är igång går det inte att beställa hem fler produkter av samma typ (Feng & Gallego, 1995).

3.2.3.2 Nettoförsäljningsvärdet

En produkts nettoförsäljningsvärde innefattar, enligt IAS 2 p.6, försäljningspriset minus kostnader som är direkt hänförliga till försäljningen. Företag kan även ta hänsyn till om produkterna blivit skadade, gamla eller om försäljningspriset av andra orsaker har sjunkit enligt IAS 2 p. 28. Enligt IAS 2 p. 33 ska en ny bedömning av nettoförsäljningsvärde ske varje period som den används.

Inkurans och nedskrivning

Enligt Larson, Turcic och Zhang (2011) ska ett varulager vars värde understiger anskaffningsvärdet skrivas ner till marknadsvärdet. Nedskrivningarna ska återspeglas i företagets redovisning som kostnader. En skillnad mellan företags varulager och kundernas efterfrågan kan resultera i att nedskrivningarna får en stor inverkan på företags resultat. En orsak som, enligt Silver, Pyke och Peterson (1998), påverkar varuförsäljning inom konfektionsbranschen är väderförhållanden. Till exempel blir försäljningen av skidutrustning lägre om det råder snöbrist. De värden företag kan få ut av varorna som blir över i lagret är oftast ganska lågt (Silver, Pyke & Peterson, 1998). De ekonomiska effekterna av nedskrivningar kan få stora konsekvenser och därför är det viktigt för företag att ta hänsyn till de potentiella biverkningarna när de fattar beslut rörande varulagret. Författarna menar vidare att det finns ett samband mellan ett företags ökade försäljning och dess nedskrivningar av varulager. Ju högre försäljningstakt desto högre är risken för att företagen måste skriva ner sina varulager. Detta då den höga försäljningstakten inte är hållbar i längden och företagen får då ett för stort varulager när takten minskas (Larson, Turcic & Zhang, 2011). Därför är det viktigt att företagen gör försäljningsprognoser vad gäller säsongsvapor, enligt Silver, Pyke och

Peterson (1998), med information om tidigare försäljningsmönster i relation med uppskattad försäljningslängd av produkten. Information om tidigare säsongers försäljningsstruktur bör innehålla när säsongen når sin försäljningstopp, vilket för konfektionsbranschen ofta sker i december (Silver, Pyke & Peterson, 1998). Feng och Gallego (1995) menar att det är vanligt att företag ändrar försäljningspriset på vissa varor beroende på hur många av de varorna som finns kvar i lagret.

Varulager hör till ett av de områden som är ihopkopplade med svensk skattelagstiftning. Detta innebär att företagen måste ha samma värdering av varulagret i sin redovisning som i sin deklaration. Det finns alltså inga extra skatteavdrag som företagen kan använda sig utav utan det enda skattemässiga tillåtna avdrag är det så kallade inkuransavdraget, även kallat alternativregel, på 3 % (Marton et al, 2010). Törning och Ericson (2006) menar att det förekommer att företag värderar sitt varulager till 97 % av anskaffningsvärdet som om det vore en redovisningsprincip. Detta kan inte godtas då det inte rör sig om en redovisningsprincip utan en skatteregel (Törning & Ericson, 2006).

3.2.4 Inventering

Enligt Rabe och Hellenius (2010) måste varorna inventeras för att företagen ska kunna fastställas deras värde. Regler för inventering återfinns i Lagen (1995:257) om inventering av varulager för inkomsttaxering (LIV). Alla lagertillgångar måste specificeras och företagen måste återge deras värde i redovisningen (1§ 1 st. LIV). I stora företag har det blivit allt vanligare att lagerinventeringen genomförs före balansdagen då de har ett högt krav på att snabbt förmedla sitt resultat till omvärlden (Rabe & Hellenius, 2010). Dock är det viktigt att företagen har en tydlig uppföljning av inventeringen så att de värden som tillkommer mellan inventering och bokslut regleras på ett tillförlitligt sätt i redovisningen (1§ 3 st. LIV).

Enligt Turcan (1977) är inventering en fråga som berör de anställda då denna arbetsuppgift kräver personligt ansvar. Författaren menar vidare att inventering bör ske en gång om året och att om personalen lämnar butiken eller lagret ska en utkontroll ske för att säkerställa att lagret är intakt.

3.2.5 Företagsklassificering

	Kriterie 1 <i>eller</i>	Kriterie 2	Villkor a	Villkor b	Villkor c
Större	Företag vars andelar, skuldebrev eller teckningsoptioner är upptagna till handel på en reglerad marknad eller en motsvarande marknad utanför Europeiska ekonomiska samarbetsområdet.	Företag som uppfyller mer än ett av dessa villkor:	Medelantalet anställda i företaget har, under vart och ett av de två senaste räkenskapsåren, överstigit 50 stycken.	Företagets redovisade balansomslutning har, för vart och ett av de två senaste räkenskapsåren, överstigit 40 miljoner kronor.	Företagets redovisade nettoomsättning har, för vart och ett av de två senaste räkenskapsåren, överstigit 80 miljoner kronor.
Mindre	Företag som inte är större.				

Tabell 1 Företagsklassificering

Källa: Egen bearbetning utifrån 1 kap. 3§ 4-5 st. ÅRL.

Enligt ÅRL klassificeras företag in i två olika kategorier; större och mindre företag. För att klassificeras som ett större företag ska företagen uppfylla något av de två kriterierna som nämns i tabell 1. För att klassificeras som ett mindre företag gäller att företaget inte uppfyller kriterierna för större företag (1 kap. 3§ 4-5 st. ÅRL).

3.3 Grundläggande redovisningsval

Enligt Fields, Lys och Vincent (2001) är ett redovisningsval ett val vars huvudsakliga syfte är att påverka, antingen formatet eller innehållet, i den redovisning som ges ut av företag inom utrymmet av tillåtna lagar. Falkman (2000) menar att redovisningens viktigaste uppgift är att värdera ett företags verkliga förmögenhet samt avspegla förändringar i den. Företag tvingas dagligen att göra olika redovisningsval som påverkar deras resultat. Två teorier som kan förklara företags redovisningsval vid varulagervärdering är Positive Accounting Theory (PAT) och institutionell teori (Collin, Tagesson, Andersson, Cato & Hansson, 2008). Fields, Lys och Vincent (2001) menar att i en perfekt värld skulle det inte finnas ett behov av redovisning och regelverk. Dock är världen inte perfekt och därför är det viktigt att känna till dessa faktorer och dess påverkan på ledningens beslut (Fields, Lys & Vincent, 2001).

3.3.1 Positive Accounting Theory (PAT)

Enligt Watts och Zimmerman (1979) finns det en teori, PAT, som kan förklara redovisningsvalen som företag står inför. Watts och Zimmerman har i en artikel från 1978 förklarat att PAT handlar om att förstå ledningens motiv med de redovisningsval som de gör. De förutsätter i sin studie att individerna nyttomaximera för att främja sina egna intressen. Även Fields, Lys och Vincent (2001) menar att ledningens beslut är baserade på egenintresse. Till exempel kan ledningen använda de redovisningsmetoder som bäst ökar börsvärdet för att de sedan själva kan sälja sina egna aktier i bolaget med vinst. Även Falkman (2000) menar att det är viktigt att hålla isär redovisningen och den enskilde användarens mål då dessa inte alltid

överensstämmer. Watts och Zimmerman (1978) menar vidare att ledningen använder redovisningsstandarder för att gynna det egna intresset. Därför anser författarna att det är viktigt att poängtera funktionen av de finansiella rapporterna som ett styrmedel för att begränsa ledningens beslut så att de agerar i aktieägarnas intresse istället för det egna.

Collin et al. (2008) bygger vidare på att PAT utgår ifrån att redovisning är en del av en relation mellan en agent och en principal. Scott (1997) tar upp agentteorin som en teori som kan förklara relationen mellan företagsägaren (principalen) och ledningen (agenten). Eisenhardt (1989) förklarar att ett problem som uppstår inom agentteorin är när målen och önskemålen mellan principal och agent inte stämmer överens. De kommer vara olika benägna att ta risker vilket påverkar deras handlingar. Författaren nämner vidare att egenintresset hos agenten är viktigt att ha i beaktning då dennes handlingar styrs av detta (Eisenhardt, 1989).

Watts och Zimmerman (1978) menar att det finns olika former av indirekta och direkta incitament som kan påverka företagets val av redovisning. De indirekta incitamenten är politiska kostnader, regelverk, skatteregler och informationsproduktionskostnader medan det direkta incitamentet är bonusprogram för ledningen. Ett redovisningsval som påverkar företag som följer US GAAP är ledningens val av värderingsmetoder vid varulagervärdering, SIFU och FIFO. Om ledningen till exempel väljer SIFU kan detta resultera i att deras bonusprogram påverkas då till exempel skatten blir lägre för företaget. Fields, Lys och Vincent (2001) instämmer med tidigare författare och anser att inom US GAAP finns det för många valmöjligheter inom regelverket. Författarna nämner som exempel valet mellan SIFU och FIFO som ett tydligt bedömningsområde som behöver ett tydligare regelverk. Detta för att företagen idag själva kan bestämma vilken metod de vill använda och detta påverkar företagets resultat (Fields, Lys & Vincent, 2001). Ett annat redovisningsval som påverkar ledningsbeslut är bonusprogrammen då de ofta är baserade på företagets redovisande intäkter. Ledningen kommer därför hela tiden favorisera redovisningsbeslut som påverkar resultatet positivt även om detta kan leda till ett reducerat kassaflöde och ett sjunkande aktiepris. Redovisningsvalen som ledning tar varierar med företagets storlek (Watts & Zimmerman, 1978).

3.3.2 Institutionell teori

Falkman (2000) menar att det finns två olika institutionella teorier. Båda teorierna påverkar hur redovisning kan undersökas och analyseras. Den ena teoretiska grenen är utvecklad av sociologer och den andra av nationalekonomer. Först är det viktigt att definiera vad som menas med en institution. Enligt Falkman (2000) existerar både formella och informella institutioner. De formella institutionerna är faktiskt identifierbara medan de informella institutionerna baseras på normer och beteenden. Då redovisningen kännetecknas av regler och lagar kan deras ramverk fungera som en formell institution (Falkman, 2000). Enligt Mähönen (2006) betonar den institutionella ekonomiska teorin vikten av att ett samhälle består av institutioner. En ekonomi fungerar inte om människans egenintresse får styra marknaden då människan hela tiden strävar efter att maximera sin egen vinning (Mähönen, 2006). Hedlund (2007) håller med om detta och menar att människors nyttomaximering är ett stort problem för samhället. Det går inte att lita på att den "osynliga handen" ska leda människorna att agera i nyttan för samhället. Hedlund (2007) menar att den korrekta definitionen av institutioner ursprungligen kommer från ekonomen Douglass North som menar att definitionen av institutioner är "*ett kollektivt handlande som kontrollerar, befriar och expanderar individuellt handlande*" (Hedlund, 2007, s.66).

DiMaggio och Powell (1983) anser att organisationsförändringar är viktiga, inte för att företag ska bli mer effektiva utan för att de ska efterlikna varandra. Denna tanke om byråkratisk teori härstammar från Weber och hans teori om att byråkratier måste finnas för att få en balans i samhället och en konkurrensmarknad. Författarna menar att organisationer agerar mot en omgivning och marknad utifrån hur liknande organisationer agerar i samma situation. Om ett företag anses vara dominerande på grund av sin ekonomiska ställning, storlek och att de har funnits länge på marknaden kan de istället för att göra som alla andra organisationer vara den ledande parten och istället för att anpassa sig till massan, göra på sitt eget sätt (DiMaggio & Powell, 1983).

Inom institutionell teori finns det ett begrepp som handlar om processen för homogenisering och det är isomorfism. Isomorfism handlar om att organisationer som verkar inom samma marknad blir mer och mer homogena i sitt agerande. Den institutionella teorin påverkas av tre olika typer av isomorfismer. Typerna är tvingande, imiterande och normativa. Tvingande isomorfism handlar om att det är den politiska arenan som påverkar organisationerna. Det kan även vara andra informella och formella organisationer som utövar påtryckningar på hur organisationen ska agera i en specifik fråga. Även normer och värderingar spelar in i beslutfattandet. Det kan också handla om att det bildas nya regler och direktion om hur företag ska agera i en särskild fråga som därför gör att företag tvingas handla på ett speciellt sätt. Den imiterande isomorfism är ett resultat som utgår ifrån att företag känner sig osäkra på hur de ska agera i en speciell situation och därför löser de problemet genom att se hur andra organisationer har hanterat samma typ av situation. Det kan vara faktorer så som bristande teknologi, otydliga mål och annan typ av osäkerhet som kan leda företag att applicera ett liknande företags mål och värderingar på sin egen verksamhet. En anledning till att det inom affärsvärlden råder stor homogenitet bland företag är att det inte finns speciellt många variationer att välja ifrån och därför blir effekten att företag indirekt imiterar varandra. Den sista typen av isomorfism handlar om professionalitet hos medarbetarna inom organisationerna. Det är viktigt för företag att anställa folk som har en legitim utbildning för att den ger dem metoder för att utföra sitt jobb, vilket anses resultera i att företagen fattar rätt beslut (DiMaggio & Powell, 1983).

4. Resultat av den empiriska undersökningen

I uppsatsens fjärde kapitel redovisas resultatet av den empiriska undersökningen. Vi har valt att skriva ihop alla intervjuer under respektive område då uppsatsens fokus ligger på handelsföretagens värdering av varulager och deras redovisningsval, inte på de individuella företagen.

4.1 Regelverk

Tre av handelsföretagen i denna undersökning, Cubus, Björn Borg och Lindex, tillämpar av EU antagen IFRS i deras koncernredovisning. Gina Tricot tillämpar redovisningsrådet nr 1:00 och nr 8 vid upprättandet av sin koncernredovisning. Ett fokus för Gina Tricot ligger också på att redovisa enligt BFNAR, vilket även Företag X gör. Företag X använder sig till stor del av K2-regelverket, det vill säga BFNAR 2008:1, som ges ut av BFN. Gina Tricot kommer också att välja K-regelverket, men då K3 när det kommer ut. Vid redovisningen av varulager menar Olausson på Gina Tricot att företaget vill *"keep it as simple as possible"* och det är därför de kommer att använda sig av K3-regelverket när det ges ut.

Ett problem som Haavi på Cubus nämner med IFRS är att det är svårt att genomföra en enskild beräkning av varje artikel då företaget har många olika produkter i sitt varulager. Runesson på Björn Borg ser inga svårigheter med tillämpningen av IFRS, vilket Svensson på Lindex håller med om. Lindex har dock upprättat en del interna regler som bygger på direktiv från Stockmann-koncernen. En sådan regel är att vid varulagerrapportering ska deras kostnader för centrallagret redovisas på ett annat sätt än vad de svenska reglerna säger, vilket resulterar i att Lindex redovisar på ett sätt vad gäller AB Lindex (moderbolaget) och ett annat vid koncernrapportering till Stockmann.

Företag X har diskuterat valet av redovisningsmetoden K2 med sina revisorer för att få den bäst lämpliga metoden för dem. De upplever inga svårigheter med regelverket, men de har arbetat under lång tid med att ta fram processer för att kunna uppfylla reglerna. Ett tidigare problem som företag X har haft har varit att ha full kontroll på varulagret och dess varor löpande under året då de inte har haft datakassor i butikerna. Detta resulterade i att de endast hade full kontroll på sitt varulager efter den årliga inventeringen. Nu har företag X dock infört datakassor, vilket har lett till att de har full kontroll på varulagret varje dag.

4.2 Redovisningsprincip

Den redovisningsprincip som alla handelsföretag i denna undersökning, Gina Tricot, Cubus, Björn Borg, Lindex och Företag X, anser är den viktigaste vid varulagervärdering är försiktighetsprincipen. Alla företag anser vidare att det kan vara svårt att värdera varulagret och att det därför är bättre att värdera det lite för lågt än för högt. Företag X menar att de vinner på att vara försiktiga vid värderingen i längden och X1 nämner att *"försiktighetsprincipen, den är lite helig för oss"*. Björn Borg poängterar att varulagervärderingen kan slå på resultatet om det är för högt respektive för lågt värderat och det är något som både Företag X och Lindex håller med om då det är stora belopp det handlar

om. Lindex och Björn Borg nämner vidare att om lagret är övervärderat kan detta resultera i en senare negativ påverkan på resultatet.

4.3 Lägsta värdets princip

4.3.1 Anskaffningsvärdet

X1 menar att konfektionsbranschen generellt sett använder sig av bra marginaler, vilket leder till att produkternas pris alltid är högre än anskaffningsvärdet. Dock kan priserna sjunka under anskaffningsvärdet i sluttampen på säsongsureorna, sommar och jul. Företag X använder sig därför nästan alltid av anskaffningsvärdet vid värdering av varulagret. Detta stämmer överens hur resten av handelsföretagen i vår undersökning gör.

Anskaffningsvärdet består i samtliga handelsföretag av leverantörspriset, frakt och tull samt eventuella andra hemtagningskostnader. Då alla företag köper in sina produkter främst från Asien innebär det att de handlar i utländska valutor. Detta resulterar i att företagen får en valutakursdifferens då valutorna hela tiden fluktuerar. Gina Tricot använder sig av en kalkylkurs under en hel säsong där de utländska valutorna räknas om till svenska kronor. Det uppstår valutakursdifferenser i och med att den aktuella kursen sällan stämmer överens med kalkylkursen. Ur ett varulagerhänseende blir det aktuell valutakurs som varorna värderas i när de läggs i lagret. Enligt Olausson på Gina Tricot är det systemet som styr anskaffningsvärdet, vilket gör värderingen till en lätt process. Även Cubus använder sig av en kalkylkurs som är samma under en hel säsong, det vill säga per halvår. Kalkylkursen sätts högre än den verkliga kursen. Haavi på Cubus menar att de valutakursförändringar som kan uppstå vid ett senare tillfälle inte påverkar deras varulagervärdering då varorna värderas till aktuell valutakurs vid ankomst till centrallagret i Norge.

Precis som Gina Tricot och Cubus väljer Björn Borg att använda sig av en kalkylkurs vid värdering av inkommande varor. Kalkylkursen uppdateras en gång i månaden i enlighet med Riksbankens riktlinjer. Björn Borg har inga problem med att beräkna anskaffningsvärdet då 90 % av varorna redan är insålda till andra företag, så som Twilfit och MQ. Resten av varorna kommer till Björn Borgs lager med syfte att säljas vidare. Liksom Björn Borg använder sig Lindex av en kalkylkurs som ändras i takt med att marknaden ändras. Svensson på Lindex berättar att de har i sin redovisning en valutajusteringspost avseende valutaeffekterna vilket kan påverka varulagervärderingen. Valutaeffekterna väljer företaget att ta i takt med omsättningshastigheten. Svensson på Lindex anser att det ger den mest rättvisande bilden av varulagervärderingen att göra på det sättet. Företag X använder sig också av en kalkylkurs vid inköp av varor. Deras kalkylkurs baseras, precis som de andras, på den verkliga kursen. Därför görs ofta en nedskrivning för att värdet ska stämma den dagsaktuella kursen.

Alla handelsföretag nämner att ett problem inom konfektionsbranschen är att ordrar läggs långt innan produkterna ska finnas i butik och att det då finns en risk att trenderna hinner ändras. Alla företag har sina leverantörer i främst Asien vilket leder till långa transportsträckor och därmed långa ledtider. Den normala ledtiden för Lindex är cirka 90 dagar och för Björn Borg är den sex månader. Det är endast Gina Tricot som nämner att de ibland flyger hem varorna när en vara är specifikt efterfrågad och att det då tar tre veckor. Den normala tiden för Gina Tricot är precis som för Björn Borg cirka sex månader, det vill säga att tidigt på våren läggs beställningen för hösten. Alla företag nämner även att det går att göra vissa justeringar i en beställning om inte produktionen har kommit igång. Runesson på

Björn Borg poängterar att de är marknadsledande för segmentet underkläder och därför väljer andra företag inom samma segment att följa dem vad gäller trender. Trots detta, anser Runesson, att det är svårt att förutspå modetrender.

FIFU och Vägt genomsnitt

	FIFU	Vägt Genomsnitt
Gina Tricot		X
Cubus	X	
Björn Borg	X	
Lindex		X
Företag X	X	

Tabell 2: Företagens värderingsmetod

Källa: Egen bearbetning

Som det framgår av tabellen har Cubus, Björn Borg och Företag X valt värderingsmetoden FIFU. Gina Tricot och Lindex har i sin tur valt att redovisa sina varulager med hjälp av värderingsmetoden vägt genomsnitt. Argumenten till att Cubus valt att använda sig av FIFU är att de alltid vill ha fräscha varor i lager samt att metoden är relativt enkel att använda då företaget inte vill lägga ner stora resurser på värderingen av varulagret. Haavi på Cubus anser att värderingsmetoden stämmer ganska bra överens med verkligheten, men att det antagligen skulle gå att redovisa på ett ännu mer rättvisande sätt om Cubus skulle vara beredda att lägga ner mer resurser på det. På Björn Borg har de valt FIFU-metoden på grund av att deras affärssystem kräver det. Runesson på Björn Borg menar att värdena på deras varulager stämmer bra överens med verkligheten och anser att metoden passar företaget bäst i dagsläget. Företaget har valt att inte titta på hur andra företag i konfektionsbranschen har valt att värdera sina varulager då de känner sig trygga i sitt val då de har använt FIFU i många år. Precis som Cubus anser Företag X att FIFU är den bästa metoden för företag i konfektionsbranschen då deras varor inte lever speciellt länge och endast är inköpta för en specifik säsong. Ett annat argument till att Företag X valt att använda sig av FIFU är att varje leverans har olika priser, då det rör sig om separata ordrar. X2 menar därför att FIFU ger den mest rättvisande bilden av verkligheten.

Olausson på Gina Tricot menar att valet beror på att deras affärssystem endast tillåter detta sätt, men poängterar också att metoden ger den mest rättvisande bilden av företagets varulager. Anledningen till detta är att Gina Tricot har produkter med väldigt kort livscykel, ett halvår, och därför har de sällan samma produkter om och om igen. Även Lindex argument till valet av värderingsmetod är, enligt Svensson, att metoden ger den mest rättvisande bilden av varulagret. Lindex har använt metoden under många år och känner sig därför trygga med värderingen.

”Vi anser oss ganska trygga med lagervärderingen och de regler vi har idag”. (Personlig kommunikation, M. Svensson, Lindex, 29 April 2011)

4.3.2 Nettoförsäljningsvärdet

Nettoförsäljningsvärdet är ett värde som de flesta handelsföretag i denna undersökning endast räknar fram vid årsbokslut för att kunna jämföra värdet mot anskaffningsvärdet i enlighet med

LVP. Gina Tricot tar fram sitt nettoförsäljningsvärde genom att analysera vad som ligger kvar i lager från sina tidigare säsonger och jämför dem med vad den typen av varor sålts för med anskaffningsvärdet. Om produkterna till exempel varit ute på rea kan det betyda att Gina Tricot inte fått ut lika mycket som de betalat för dem och produkterna måste då värderas ner. Företaget gör ej detta för varje produkt utan då Sverige har en kollektiv värderingsprincip görs en bedömning på den homogena varugruppen. Även Cubus använder sig av en analys vid framräkningen av nettoförsäljningsvärdet där varans potential beräknas fram. Vid analysen upptäcks om en produkt skulle ha blivit felaktigt prissatt. Lindex har valt att göra en jämförelse mellan anskaffningsvärde och nettoförsäljningsvärde varje månad och, precis som på Gina Tricot, görs inte beräkningen per produkt utan på produktgrupper.

Inkurans och Nedskrivning

Gina Tricot använder sig av 3 % inkuransavdrag, vilket Olausson menar överensstämmer med det skattemässiga inkuransavdraget i Sverige. Gina Tricot håller på att konstruera en form av inkuranstrappa så att alla bolag i koncernen ska redovisa och bedöma inkurans på samma sätt. Dock har den inte tagits i bruk ännu. I dagsläget har inkuransen aldrig överskridit 3 %. Därför har företaget aldrig fördjupat sig i diskussionerna om verklig inkurans utan hållit sig till det skattemässiga inkuransavdraget på 3 %. I början av året bokförs en generell reserv på 3 % som sedan får ligga under året. Hittills har reserven räckt vid inkuransbedömningen vid årsbokslutet. Företaget arbetar ständigt med att se över så att gamla produkter inte blir liggande kvar i lager. Om det finns produkter som ej går att sälja till fullt pris väljer Gina Tricot att rea ut dem i ett antal omgångar efter säsongens slut. Till exempel reas den del av höstkollektionen som finns kvar ut efter jul. Om vissa typer av produkter säljer dåligt använder sig företaget av löpande reor under året för att åtminstone få in anskaffningsvärdet.

”Vi försöker hålla nere lagren för vi tjänar inga pengar på att ha varor liggande på lager, utan de ska ut i butik så fort som möjligt”. (Personlig kommunikation, M. Olausson, Gina Tricot, 31 Mars 2011)

Olausson nämner att en indikation på att ett nedskrivningsbehov finns är om Gina Tricot har haft många reor under året. Om produkten ej bedöms som modekänslig har företaget kvar den i lager, men görs bedömningen att ingen kommer köpa den säsongen efter ser de till att göra sig av med den så fort som möjligt. Gina Tricot väljer till exempel att inte spara produkter som finns kvar på grund av att väderleken inte blivit som prognostiserad. Olausson menar vidare att det bara kostar företaget pengar att ha produkter liggandes på lager. De produkter som inte går att sälja på rea skänker Gina Tricot till hjälporganisationen Human Bridge.

På Cubus använder de sig av en generell nedskrivning utifrån en varas ålder och typ. Varje halvår gör Cubus ett inkuransavdrag som går ut på att varor från föregående år skrivs ned med en procentsats. Sedan har dessa varor på sig att säljas ut fram till nästa halvår innan nästa nedskrivning görs med 40 %. Samma varor skrivs sedan ned med ytterligare så att den totala nedskrivningen blir 60 % halvåret efter och blir sedan helt nedskrivna halvåret därpå. Procentsatsen kan ändras varje halvår för att hela tiden hållas uppdaterad beroende på vilken typ av varor som ska skrivas ned. Företaget har vissa basvaror som inte skrivs ner. De har även märkesvaror, så som kosmetik och underkläder från Triumph. Även dessa varor görs en nedskrivning på då Cubus ej kan returnera dessa.

Cubus har löpande kontroller så att varorna inte blir liggande kvar på lagret utan säljs ut så fort som möjligt. Företaget har två stora reor per år i januari och juli. Finns det behov för fler

reor har de även en höstrea. Precis som på Gina Tricot anses många reor vara en indikation på att varulagret eventuellt måste skrivas ned. De varor som Cubus inte får sålda säljs till en systerkedja som sedan säljer kläderna i en outletbutik. De kläder som inte går att sälja på grund av fel skickas antingen tillbaka till leverantören eller vidare till en organisation som heter Fretex som återvinner dem.

På Björn Borg använder de sig av faktisk nedskrivning. Det görs alltså en individuell nedskrivning på alla artiklar i deras sortiment. Beroende på vad det är för produktgrupp finns det olika nedskrivningsbehov. Som exempel nämner Runesson att vissa underkläder är lättare att sälja då de modellerna är mer populära. På dessa underkläder görs ej någon nedskrivning. Företaget har också underkläder vars modeller ej är lika populära, vilket leder till att ett nedskrivningsbehov finns. Björn Borg använder sig av kvartalsmässig nedskrivning då de har fyra olika säsonger; vår, sommar, höst och vinter.

"I en perfekt värld ska vi inte ligga på så mycket lager, men det blir alltid så att det blir delar kvar av varje kollektion och det är också därför vi har våra outletbutiker som vi säljer ut varorna i". (Personlig kommunikation, F. Runesson, Björn Borg, 19 April 2011)

Björn Borg har en rutin för inkurans där de skriver ner olika produktgrupper olika mycket. I processen för inkurans ingår det att jämföra produktgrupp för produktgrupp samt för säsong för säsong. Vid reor värderas ej lagret ned, utan företaget tar istället kostnaden vid det faktiska försäljningstillfället. De varor som Björn Borg inte fått sålt på några år bränner de antingen upp eller skänker till välgörenhetsorganisationer så som Stadsmissionen.

På Lindex görs en inkuransberäkning vid varje månadsbokslut. Detta resulterar i att inkurans effekterna tas upp varje månad i respektive bolag. Lindex har komponerat ihop en egen inkuransmodell. Modellen är densamma i hela Lindex-koncernen och bygger på tre olika perioder. Den första perioden för en produkt kallas "Honey Moon" och innebär att produkten värderas till fullt pris de första nittio dagarna av dess livscykel. Därefter inträder fas två, "Active", vilket innebär att produkten börjar skrivas ned om den uppfyller vissa kriterier. Den tredje och sista fasen kallas "Dead" och inträffar när produkten säljs i mindre än 5 % av butikerna och under denna fas skrivs produkten ned till fullo. Skulle det vara så att en produkt som är fullt avskriven blir attraktiv på marknaden igen återgår den till fas två. Lindex använder sig av verklig inkurans vilket innebär att procentsatsen för nedskrivning skiljer sig åt från månad till månad. Svensson anser att inkuransmodellen ger en rättvisande bild i de stora bolagen i koncernen, men mindre rättvisande i de små bolagen. De små bolagen har färre butiker, därför slår inkuransen snett vilket har lett till att de måste göra en individuell bedömning i dessa bolag och eventuellt slå ihop dem med en större marknad.

Lindex använder sig av två stora rea-omgångar per år och däremellan har de flertalet kampanjer och så kallade mid-sales på grund av att de vill sälja ut sina produkter. Företaget sparar endast en del basvaror mellan olika säsonger, allt annat försöker de bli av med. De produkter som de ej får sålda kasseras, men detta får ingen effekt på varulagervärderingen då de sedan länge befunnit sig i fas tre i inkuransmodellen.

Företag X tittar vid inkuransprövning på varor från de sista säsongerna samt äldre säsonger för att bedöma huruvida de är värda något. Vid årsbokslutet gör de en bedömning om varorna har ett kvarvarande värde då de vet att den typen av varor kommer att säljas under inköpspris. Av erfarenhet har de lärt sig att 1 % av allt de köper in kommer att säljas under inköpspris.

Företag X:s varor är känsliga för väderleksförändringar. Till exempel reas shorts ut om väderleken under sommarsäsongen blir kallare än förväntat. Företag X vet av erfarenhet att det som är trendigt innevarande säsong inte kommer att överensstämma med vad som är trendigt nästkommande säsong. Handelsföretagen i denna undersökning tar också hänsyn till hur länge en produkt har legat i lager då alla företag främst säljer produkter med en begränsad livslängd. Detta innebär att de tar i beaktning de säsongsvariationer som bli samt åldersstruktur. X1 menar att många företag inom konfektionsbranschen sitter på för stora lager och det får stora konsekvenser då ”mode är färskvaror”. Även Lindex nämner att branschen är trendkänslig och att det därför är viktigt att ha uppföljning på varornas försäljning.

4.4 Inventering

Gina Tricot använder sig av ett centrallager dit alla varor som köps in kommer. Väl i butikerna ska produkterna inte ligga i lagerutrymmet som finns i varje butik utan hängas upp ute i butiken. Även de andra företagen använder sig av både centrallager och butikslager.

Inventeringen av Gina Tricots varulager, både centrallagret och butikernas lager, sker minst två gånger om året. Det är huvudkontoret på företaget som bestämmer när inventeringarna ska äga rum. Det är sedan butikscheferna som har ansvaret för att inventeringarna utförs i enlighet med huvudkontorets instruktioner. På Cubus och Lindex görs en inventering på centrallagret och i butikerna en gång om året samt snabbinventeringar av vissa varugrupper löpande under året. Precis som på Gina Tricot är det huvudkontoren för bolagen som bestämmer när inventeringen ska ske och butikspersonalen ansvarar för utförandet. Björn Borg genomför inventeringar två till fyra gånger per år, både på centrallagren och i butikerna. Det genomförs även inventeringar vid varje utleverans till andra företag. Även här är det huvudkontoret som avgör när i tiden inventeringarna ska ske. Ansvaret för inventeringarna ligger hos butikschefen och en person från huvudkontoret. På Företag X genomförs varulagerinventeringar två gånger om året på herrsortimentet och en gång om året på damsortimentet. Liksom på de andra företagen är det huvudkontoret som bestämmer när inventeringarna ska genomföras av butikspersonalen.

Inget av de undersökta handelsföretagen använder lagerbokföring som underlag vid sina inventeringar. Detta på grund av att personalen inte ska veta hur mycket varor det egentligen ska finnas i lagret vid inventeringen. Skulle det visa sig att inventeringsresultaten skiljer sig mycket från de bokförda värdena sker ominventeringar i samtliga företag. De problem som, enligt Haavi på Cubus, kan uppstå vid inventering är att alla varor inte blir räknade, att det saknas streckkoder på vissa kläder, diverse tekniska orsaker samt att tiden inte räcker till. Svensson på Lindex menar att tidpunkten för inventering är ett problem då inventering inte kan utföras när kunder finns i butiken och heller inte under december då det är den viktigaste försäljningsmånaden.

”Vi vill ju inte att man ska se facit vid inventeringen”. (Personlig kommunikation, M. Svensson, Lindex, 29 April 2011)

Alla handelsföretag har uppgett att de har problem med stölder i varierande grad. Detta gäller främst stölder från butikerna. På Gina Tricot avspeglas detta i redovisningen som svinn. Även de andra företagen redovisar stölder som svinn i redovisningen. Alla företag upptäcker svinn vid fysisk inventering. Detta då svinn inte bara beror på stölder utan kan även bero på till



exempel felleveranser från leverantörer. Gina Tricot och Företag X använder sig inte av någon reserv för svinn utan redovisar det som en klumpsumma i samband med årsbokslutet. Cubus avsätter varje månad ett lika stort belopp för att täcka det årliga svinn. Detta regleras sedan vid årsbokslutet då den faktiska svinnförlusten har upptäckts via inventering. Lindex gör, liksom Cubus, en särskild avsättning för svinn varje månad. Svensson på Lindex anser att det är viktigt att ta upp svinn varje månad istället för en gång om året så att inte bolagets räkenskaper ska drabbas så hårt i samband med inventeringen som genomförs en gång om året. Modellen för svinn bygger på de två senaste inventeringsresultaten för respektive butik.

5. Analys

I uppsatsens femte kapitel presenteras en analys mellan referensramen och resultatet av den empiriska undersökningen. Kopplingar mellan referensramen och den empiriska undersökningen kommer att presenteras för att ligga till grund för slutsatserna som presenteras i nästa kapitel.

5.1 Regelverk

Vid redovisning av varulager kan företag välja mellan regelverken IFRS eller BFNAR samt ÅRL (Marton et al., 2010). Det som påverkar företag i valet av regelverk är huruvida de är onoterade eller noterade aktiebolag samt storleken på bolaget. Tre av handelsföretagen i denna undersökning, Cubus, Björn Borg och Lindex, tillämpar av EU antagen IFRS i deras koncernredovisning, enligt EU-direktiven. De andra två, Gina Tricot och Företag X, tillämpar BFNAR. Oavsett vilket regelverk som företagen i denna undersökning har valt måste de följa god redovisningssed. Både de företag i denna undersökning som följer BFNAR och de som följer av EU antagen IFRS måste följa ett antal redovisningsprinciper så som försiktighetsprincipen för att god redovisningssed ska följas (RedR 1 Redovisning i aktiebolag).

De tre företagen som på koncernnivå tillämpar av EU antagen IFRS har blivit tvungna att göra detta sedan 1 januari 2005 då EU antog regelverket. Detta kan kopplas samman med den institutionella teorin vilken påverkas av bland annat tvingande isomorfism, enligt DiMaggio och Powell (1983). Författarna menar att den politiska arenan påverkar beslutsfattandet i organisationer genom att det bildas nya regler och direktiv om hur företagen ska agera i en specifik fråga. EU:s antagande av IFRS kan sammankopplas med den tvingande isomorfism då beslutet är av tvingande karaktär. Företagens val av regelverk är, enligt Watts och Zimmerman (1978), en form av ett indirekt incitament i enlighet med PAT.

5.2 Redovisningsprincip

De redovisningsprinciper och kvalitativa egenskaper som återfinns i IASB's föreställningsram är centrala för företag som tillämpar antingen av EU antagen IFRS eller BFNAR (RR 22). Handelsföretagen i den här undersökningen använder sig av ett flertal redovisningsprinciper, men den allra viktigaste redovisningsprincipen vid varulagervärdering anser de är försiktighetsprincipen. De menar vidare att det kan vara svårt att värdera varulagret och därför anser de att det är bättre att värdera det för lågt än för högt, vilket överensstämmer med försiktighetsprincipens centrala budskap. Ett argument som företagen i undersökningen nämner till att värdera varulagret lågt är att det annars kan slå på resultatet då det ofta är stora belopp det handlar om. Detta kan jämföras med Gröjer (2002) som menar att genom tillämpning av försiktighetsprincipen kan företags resultat påverkas genom att tillgångar undervärderas. Detta kan kopplas samman med den kvalitativa egenskapen tillförlitlighet som återfinns i IASB's föreställningsram. Egenskapen syftar till att informationen i de finansiella rapporterna inte ska innehålla avgörande fel eller vara vinklad då användare av informationen måste kunna lita på att den är korrekt (IASB's föreställningsram p. 31). Detta kan leda till att

företag vid varulagervärdering inte avger en tillförlitlig finansiell rapport om de tillämpar försiktighetsprincipen alltför strikt.

5.3 Lägsta värdets princip

Enligt IAS 2 p.9 samt BFNAR 2008:1 p.12.4 ska företag värdera varulagret till det lägsta av anskaffningsvärdet och nettoförsäljningsvärdet i enlighet med LVP. Marton et al. (2010) menar att anskaffningsvärdet är vanligast förekommande. Detta överensstämmer med handelsföretagen i denna undersökning då alla uppgav att de värderade sina varulager till anskaffningsvärdet då det generellt sett är det lägsta. Ett argument till detta är, enligt Företag X, att inom konfektionsbranschen använder sig företagen av bra försäljningsmarginaler, och det är endast i sluttampen på säsongreorna som priserna är i närheten av anskaffningsvärdet. Anskaffningsvärdet för samtliga företag i denna undersökning innefattar leverantörspriset, frakt, tull och andra eventuella hemtagningskostnader. Detta överensstämmer med IAS 2 p.10.

FIFU och Vägt genomsnitt

Enligt av EU antagen IFRS och BFNAR 2008:1 kan företag använda sig av antingen FIFU eller vägt genomsnitt vid värdering av varulager när värderingen sker till anskaffningsvärde. Av handelsföretagen i undersökningen är det tre stycken som har valt att värdera sina varulager enligt FIFU-metoden; Cubus, Björn Borg och Företag X, medan Gina Tricot och Lindex har valt att använda vägt genomsnitt. Enligt Smith (2006) är FIFU den metod som flest företag använder sig av i Sverige. Detta stämmer överens med denna undersökning då majoriteten av företagen använder FIFU. I studien av Dyl (1989) blev resultatet att storleken på företag påverkade valet av värderingsmetod vid varulagervärdering, då små företag tenderade att välja FIFU. Detta stämmer inte överens med företagen i denna undersökning. I denna undersökning nämnde Gina Tricot och Björn Borg att deras argument till valet av värderingsmetod berodde på affärssystemet, vilket stöds av Marton et al. (2010), som menar att företags system kan kräva att en specifik värderingsmetod används. Detta bekräftas även av Ngai, Law och Wat (2007).

På Cubus är argumentet till att de använder FIFU som värderingsmetod att de anser att den är relativt enkel att använda då företaget inte vill lägga ner för stora resurser på varulagervärdering. Björn Borg nämner att vid valet av värderingsmetod har de valt att inte titta på hur andra företag inom konfektionsbranschen gör. Argumentet för detta är att de känner sig trygga i sitt val av FIFU då den använts i många år. Företag X:s argument till valet av FIFU är att varje leverans har olika priser då deras varor endast köps in för en specifik säsong. Detta för att minimera de problem som Westermarck (1996) menar är svårigheten för företag vid beräkning av anskaffningsvärdet. Företag X anser även att metoden ger deras intressenter den mest rättvisande bilden av verkligheten. Detta överensstämmer med Marton et al. (2010) som menar att FIFU kan anses ge en mer rättvisande bild av ett företags varulager då produkterna i varulagret tas upp till inköpspris vid anskaffningstidpunkten.

Den andra värderingsmetoden, vägt genomsnitt, använder sig Gina Tricot och Lindex sig av. Gina Tricot anger som argument till valet att då de endast har produkter med kort livscykel och sällan samma produkter om igen anser de att vägt genomsnitt passar dem bäst. Detta stämmer överens med Silver, Pyke och Petersons (1998) uppfattning då de menar att produkter inom konfektionsbranschen endast säljs under en kort period. Även Feng och Gallego (1995) menar att försäljningstiden vanligtvis är kort, mindre än tolv veckor. Argumenten till att Lindex använder vägt genomsnitt som värderingsmetod är för att de anser

att den ger den mest rättvisande bilden av varulagret samt att de tillämpat metoden under många år och känner sig därför bekväma med den. Detta kan kopplas samman med den kvalitativa egenskapen jämförbarhet som poängterar vikten av att företag är konsekventa i sin redovisning. Detta för att användare av de finansiella rapporterna ska kunna jämföra dels företagen med varandra och dels företaget över en längre period (IASB's föreställningsram p. 39). Dock har en studie av Ball (2006) visat på att det är svårt för användare av finansiella rapporter att jämföra företag vars produkter skiljer sig åt vad gäller kvalitet. Detta är fallet hos företagen i denna undersökning vars produkters kvalitet och värderingsmetoder skiljer sig åt.

I studien av Street, Gray och Bryant (1999) framkom det att nationella lagar bör bli bättre på att överensstämna IAS regelverk. Detta då företags redovisningsval gällande varulager skiljer sig åt när den nationella lagen skiljer sig åt från IAS regelverk. I denna undersökning har både regelverket IFRS och BFNAR studerats och inga skillnader gällande varulagervärdering har bevitnats då båda regelverken är utformade på samma sätt.

Varulagervärderingen är ett av de områden som är sammankopplat med svensk skattelagsstiftning. I USA däremot finns det dock ingen koppling mellan varulagervärdering och skattelagsstiftning (Marton et al., 2010). Dopuch och Pincus (1988) menar att ett argument till valet av varulagervärderingsmetod i USA är skatteskal, då SIFU får användas där. Detta resulterar i att företagens beskattningsbara resultat blir lägre. För företagen i denna undersökning är skatteskal inget argument till deras redovisningsval då SIFU inte är tillåten i Sverige.

Alla företag i undersökningen köper in sina varor från främst Asien och anskaffar dem i lokal valuta. En effekt av detta kan vara valutakursdifferenser då den aktuella kursen sällan stämmer överens med kalkylkursen, vilket i sin tur kan påverka varulagervärderingen. Sättet som företagen i denna undersökning hanterar inköp i lokal valuta överensstämmer med resultatet av studien som Shapiro (1975) gjorde. Han menade att företag ska värdera sina varulager i den valuta som används i landet där varulaget finns. Feng och Gallego (1995) menar att säsongsvaror inom konfektionsbranschen ofta beställs långt innan försäljningstillfället i och med att beställningar oftast görs från utlandet. Författarna menar att ledtiderna för en beställning ofta ligger mellan tre till sex månader. Detta är ett problem som företagen i denna undersökning nämner då det ökar risken för att trenderna hinner ändras då de lägger beställningen så pass långt i förväg. En eventuell felbeställning kan leda till ett för stort varulager som överstiger efterfrågan och en eventuell nedskrivning måste göras för att inte ett för högt varulagervärde ska synas i de finansiella rapporterna. Alla företag i undersökningen skeppar hem varor från bland annat Asien. Den normala ledtiden för Lindex är cirka 90 dagar och för Gina Tricot samt Björn Borg cirka sex månader. Feng och Gallego (1995) menar att när försäljningsperioden för en vara är igång går det inte att beställa hem fler produkter av samma slag. Detta stämmer överens med de flesta företagen i denna undersökning. Dock nämner Gina Tricot att de vid behov i vissa fall kan minska ledtiden till tre veckor och på så sätt kan populära varorna fortsätta säljas.

Nettoförsäljningsvärdet ska vara försäljningspriset minus kostnader direkt hänförliga till försäljningen (IAS 2 p.6). För företagen i denna undersökning är nettoförsäljningsvärdet endast aktuellt vid jämförelsen mellan det och anskaffningsvärdet i enlighet med LVP. På Gina Tricot tas nettoförsäljningsvärdet fram genom en analys av vad som ligger kvar i lagret från tidigare säsonger och vad den typen av varor sålts för med anskaffningsvärdet. Bedömningen görs inte enskilt för varje vara utan på homogena varugrupper, vilket även

tillämpas på Lindex. Även Cubus använder sig av en analys vid framräknandet av nettoförsäljningsvärdet där varans potential beräknas. En annan punkt som alla företag i denna undersökning tar i beaktning vid varulagervärdering är deras varors begränsade livslängd genom att ta säsongsvariationer och åldersstruktur i beaktning, vilket överensstämmer med Silver, Pyke och Peterson (1998). De menar att varor inom konfektionsbranschen har ett starkt samband med vilken stil som är gångbar för tillfället på marknaden samt vilka väderförhållanden som råder. Företag X poängterar att stora lager kan innebära en ökad risk för företagen inom konfektionsbranschens resultat då varorna är av säsongstruktur. Lindex menar att trendkänsligheten på varorna är viktig att ha i beaktning.

Inkurans och Nedskrivning

Gina Tricot använder sig av ett generellt 3 % inkuransavdrag. Detta stämmer överens med den så kallade alternativregeln som, enligt Marton et al. (2010) kan tillämpas av företag i Sverige då varulagret är ett av de områden som är ihopkopplat med svensk skattelagsstiftning. Gina Tricot har aldrig fördjupat sig i diskussionerna om värdering av verklig inkurans då deras inkurans aldrig har överstigit 3 %. De andra företagen i undersökningen använder sig av verklig inkurans och tar fram dem genom interna inkuransmodeller.

Nedskrivningarna ska återspeglas i företagets redovisning som kostnader. Ett varulager vars värde understiger anskaffningsvärdet ska skrivas ned till marknadsvärdet. Skiljer sig företags varulager och kundernas efterfråga mycket åt kan det resultera i att nedskrivningarna får en stor inverkan på företagets resultat (Larson, Turcic & Zhang, 2011). På Gina Tricot och Cubus ses behovet av många reor under året, det vill säga låg efterfrågan, som en indikation på att ett nedskrivningsbehov finns. Gina Tricot väljer att sälja ut deras säsongsvaror som finns kvar efter säsongens slut för att inte behöva ha gamla produkter kvar i lager. Ett argument till utförsäljningen, som företagen i denna undersökning nämner, kan vara att vädret inte blev som förväntat. Detta stämmer överens med vad Silver, Pyke och Peterson (1998) beskriver. Författarna nämner att väderförhållanden påverkar den totala efterfrågan på företag inom konfektionsbranschens produkter.

Enligt Feng och Gallego (1995) är det vanligt att företag ändrar priset på vissa varor om det visar sig att de finns kvar i lagret. Detta stämmer överens med samtliga företag i denna undersökning då de rear ut de varor som är kvar efter säsongens slut för att åtminstone få in anskaffningsvärdet. Dock anser Silver, Pyke och Peterson (1998) att det värde som företagen kan få ut av de överblivna varorna i lagren är ofta ganska litet. Författarna anser att företag bör ha information om tidigare säsongers försäljningssiffror för att veta när säsongen når sin topp. Författarna menar vidare att inom konfektionsbranschen är toppen i december, vilket överensstämmer med företagen i denna undersökning då de stora säsongreorna sker efter julen och efter sommaren.

5.4 Inventering

Alla företag i denna undersökning inventerar sina varulager minst en gång om året för att kunna identifiera lagertillgångar. Detta stämmer överens med Turcan (1977) som menar att inventering bör ske en gång om året för att säkerställa lagervärdet. Då alla företag har både centrallager och butikslager inventeras båda lagrena för att kunna specificera tillgångarna. Då de flesta av de undersökta företagen redovisar efter kalenderår sker inte inventeringen strax innan balansdagen i december då december är den bästa försäljningsmånaden. Detta stämmer inte ihop med Rabe och Hellenius (2010) uppfattning om att stora företag genomför sin



inventering före balansdagen. Det är viktigt att företagen har en tydlig uppföljning av den gjorda inventeringen så att de värden som identifieras mellan inventering och bokslut tas med i den slutliga rapporteringen (1§ 3 st. LIV).

Inventering är en uppgift som de anställda på företagen i denna undersökning utför och enligt Turcan (1977) kräver denna arbetsuppgift personligt ansvar. På företagen i denna undersökning är det huvudkontoren som ger instruktioner om hur och när inventeringarna ska ske. Därefter är det butikspersonalens uppgift att utföra dem. Om resultatet av inventeringen skiljer sig åt markant från lagerbokföringen begär alla företag att en ominventering ska genomföras. De problem som, enligt Cubus, kan uppstå i samband med inventering är att alla varor inte blir räknade, det kan saknas streckkoder samt andra tekniska orsaker. Ett annat problem vid varulagervärdering kopplat till inventering, som de undersökta företagen uppger, är stölder och övrigt svinn. Svinnet upptäckts först vid den fysiska inventeringen. Både Cubus och Lindex har en egen modell för redovisningen av inkurans som sker löpande under året. De andra företagen i undersökningen redovisar faktiskt svinn efter inventeringstillfällena.

6. Slutsatser

I uppsatsens sjätte och sista kapitel presenteras slutsatser rörande undersökningen. Slutsatserna har sin grund i den tidigare gjorda analysen. För att tydliggöra för läsaren kommer vi att återigen presentera problemformuleringen då den besvaras i detta kapitel. Slutligen ges förslag till fortsatt forskning.

Vilka argument ligger bakom handelsföretag inom konfektionsbranschens val av varulagervärderingsmetoder?

Alla handelsföretag i vår undersökning använder sig av anskaffningsvärdet vid varulagervärdering. Detta anser vi tyder på en hög grad av legitimitet och tillförlitlighet då beräkandet av anskaffningsvärdet sällan innefattar subjektiva värderingar. Detta, menar vi, leder till att intressenterna tillhandahålls information via finansiella rapporter som bygger på en hög grad av tillförlitlighet och trovärdighet. För att beräkna fram anskaffningsvärdet använder sig tre av företagen i vår undersökning FIFU. I två av dessa företag måste de på koncernnivå redovisa enligt av EU antagen IFRS då de är noterade inom Europa. Argumenten till valet av FIFU som värderingsmetod är, enligt företagen i vår undersökning, affärssystemets begränsningar, metodens enkelhet, rättvisande bild samt kongruens. Tidigare studier har visat på att det är företagets storlek och angelägenheten att uppnå ett högre resultat som påverkar valet av FIFU som värderingsmetod. Vi har inte funnit några skäl till att storleken på företagen spelar någon roll vid val av värderingsmetod, dock tillhör alla företag i vår undersökning samma storlekskategori enligt ÅRL. Då vi i denna undersökning endast studerat fem företag vill vi inte dra några större slutsatser kring storlekspåverkan. Tidigare litteratur har även poängterat att affärssystemet är ett stort argument till valet av värderingsmetod vilket vi har observerat i denna undersökning. Dock gäller detta argument inte för en specifik värderingsmetod utan mer generellt för beräkandet av anskaffningsvärdet.

De andra företagen i vår undersökning använder sig av vägt genomsnitt. Hos ett företag var argumentet bakom detta redovisningsval att företaget har separata leveranser och därför ansågs denna metod som mest lämplig. Dock var det företaget tvunget, att enligt sitt affärssystem, redovisa enligt vägt genomsnittsmetoden. Det andra företagets argument till valet av vägt genomsnitt var att de ansåg att den gav den mest rättvisande bilden av deras varulager samt att de har använt metoden länge och känner att de behärskar den. Vi anser att det är bra att företag har använt samma metod under många år då det visar på en hög grad av de kvalitativa egenskaperna jämförbarhet, dels mellan företagen och dels inom samma företag under en lång tid, samt tillförlitlighet. Trots att företagen i vår undersökning använder olika typer av regelverk finner vi inget samband till att detta spelar någon roll då varulagervärderingen inte skiljer sig åt inom regelverken. Även om organisationerna bakom regelverken, IASB och BFN, är olika anser vi att det går att jämföra dem. Detta då båda organisationerna är privata aktörer som verkar under statliga och överstatliga former. Det ena regelverket, IFRS, genomgår granskning och eventuella förändringar av EU innan standarderna antas, vilket vi anser ökar dess legitimitet och syfte. Även BFN tar hänsyn till svensk lagstiftning då de allmänna råden ingår i hierarkin av rättskällor.

Det har även i vår undersökning framhållits hur viktig värdering av varulager är för både företag och deras intressenter. Detta syfte låg till grund för vår undersökning och resultatet visar på att företag tar varulagervärdering på stort allvar med kontroller och uppföljningar.

Vid valet av varulagervärdering tar handelsföretagen hänsyn till trender, väderlek och säsongsvariation på sina produkter, men detta påverkar inte valet av värderingsmetod. Det är främst nedskrivningsbehovet som påverkas, men då konfektionsbranschen har bra marginaler behöver de nästan aldrig värdera lagret till nettoförsäljningsvärdet. På så sätt sker ingen värderingsförändring då lagret från början var värderat enligt anskaffningsvärdet som nästan alltid är lägre än nettoförsäljningsvärdet.

Den redovisningsprincip som handelsföretagen ansåg viktigast vid värdering av varulager är försiktighetsprincipen. Detta då ett övervärderat lager kan påverka företagets resultat och ge felaktig information till omvärlden. Detta stämmer väl överens med referensramen. Vi anser att detta är helt korrekt då både litteraturen och alla företag i vår undersökning indikerar samma sak rörande denna princip. Vi anser därför att denna princip är central vid varulagervärdering inom konfektionsbranschen och att den är väl använd av handelsföretag inom denna bransch. Detta tyder på att tillämpandet av principen är praxis för företag inom konfektionsbranschen i Sverige.

Sammanfattningsvis har vi kommit fram till att argumenten som handelsföretagen inom konfektionsbranschen har till valen av värderingsmetoder inte alltid är baserade på medvetna val. Istället är det ofta omedvetna val som har sin grund i regelverken och tidigare erfarenheter. Vi vill också poängtera att det inte endast finns ett argument till varför handelsföretag inom konfektionsbranschen väljer en viss varulagervärderingsmetod. Vi har kunnat urskilja att det generella mönstret för samtliga handelsföretag i vår undersökning är att inte värdera varulagret för högt. Detta i enlighet med LVP och försiktighetsprincipen.

6.1 Förslag till fortsatt forskning

Vi tycker att det vore intressant att göra en liknande undersökning som denna, men att då undersöka företag som har samma storlek på sitt varulager och som även använder samma regelverk. Detta för att studera om det finns några skillnader i varulagervärdering och vilka metoder som är mest använda.

En annan intressant undersökning skulle vara att ha samma problemformulering som denna undersökning har, men att istället för att undersöka konfektionsbranschen undersöka en annan bransch. Alternativt att jämföra två branscher med varandra för att se om det föreligger några skillnader mellan olika branscher vad gäller varulagervärderingen.

Källförteckning

Tryckta källor

Artsberg, K. (2005). *Redovisningsteori – policy och – praxis*. Malmö: Liber AB.

Ball, R. (2006). International Financial Reporting Standards (IFRS): pros and cons for investors. *Accounting and Business Research*, International Accounting Policy Forum, pp. 5-27.

Bloom, R. & Cenker, W. (2009). The death of LIFO? Changing inventory method requires managing the accounting-tax differences. *Journal of Accountancy*, 207, 44-49.

Bränström, S. (2004). Felbeställda byxor ett ödestiget misstag. Svenska dagbladet. http://www.svd.se/naringsliv/felbestallda-varbyxorna-ett-odesdigert-misstag_162013.svd (110411).

Collin, S-O. Y., Tagesson, T., Andersson, A., Cato, J. & Hansson, K. (2008). *Critical Perspectives on Accounting*. Vol. 20, pp. 141-174.

Denscombe, M. (2009). *Forskningshandboken – för småskaliga forskningsprojekt inom samhällsvetenskaperna*. Lund: Studentlitteratur.

DiMaggio, P. J. & Powell, W.W. (1983). The Iron Cage Revisited: Institutional Isomorphism and Collective Rationality in Organizational Fields. *American Sociological Review*. Vol. 48, No. 2, pp. 147-160.

Dyl, E. A. (1989). Agency, Corporate Control and Accounting Methods- the LIFO-FIFO choice. *Managerial and Decision Economics*. Vol. 10. No. 2, pp. 141-145

Dopuch, N. & Pincus, M. (1988). Evidence on the Choice of Inventory Accounting Methods: LIFO Versus FIFO. *Journal of Accounting Research*. Vol. 26. No. 1, pp. 28-59

Edenhammar, H. & Thorell, P. (2009). *Företagens redovisning – att förstå årsredovisningar*. Uppsala: Iustus förlag.

Eisenhardt, K. M. (1989). Agency Theory: An Assessment and Review. *The Academy of Management Review*. Vol. 14, No. 1, pp. 57-74

Feng, Y. & Gallego, G. (1995). Optimal Starting Times for End-of-Season Sales and Optimal Stopping Times for Promotional Fares. *Management Science*. Vol. 41, No. 8, pp. 1371-1391

Falkman, P. under medverkan av Hedin, A. (2000). *Teori för redovisning*. Lund: Studentlitteratur.

- Fields, T., Lys, T. & Vincent, L. (2001). Empirical research on Accounting Choice. *Journal of Accounting and Economics*. 31, 255-307.
- Gröjer, J-E. (2002). *Grundläggande redovisningsteori*. Lund: Studentlitteratur.
- Hedlund, S. (2007). *Institutionell teori – Ekonomiska aktörer, spelregler och samhällsnormer*. Lund: Studentlitteratur.
- Isard, P. (1995). *Exchange Rate Economics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Jacobsen, D. I. (2002). *Vad, hur och varför? Om metodval i företagsekonomi och andra samhällsvetenskapliga ämnen*. Lund: Studentlitteratur.
- Johansson, C., Johansson, R., Marton, J. & Pautsch, G. (2006). *Extern redovisning*. Stockholm: Bonnier Utbildning.
- Johansson, R., Johansson, C. & Sandell, N. (2008). *Bokslutet från början*. Malmö: Liber.
- Larson, C. R., Turcic, D. & Zhang, F. (2011). Inventory Write-downs, Sales Growth, and Ordering Policy: An Empirical Investigation.
- Marton, J., Lumsden, M., Lundqvist, P., Pettersson, A. K. & Rimmel, G. (2010). *IFRS – i teori och praktik*. Stockholm: Bonnier Utbildning.
- Myrén, K. (2008). Lindex tänker om och ökar tempot. Computer Sweden. <http://computersweden.idg.se/2.2683/1.175301> (110411).
- Mähönen, J: *Rättsekonomin i Vetenskaplig forskning*. I Gräns, M. & Westerlund, S. (2006). *Interaktiv rättsvetenskap. En antologi*. Uppsala: Uppsala Universitet.
- Murray, G. R. & Silver, E. A. (1966) A Bayesian Analysis of the Style Goods Inventory Problem. *Management Science*. Vol. 12, No. 11, Series A. Sciences, pp. 785-797.
- Ngai, E.W.T., Law, C.C.H. & Watt, F.K.T. (2007). Examining the critical success factors in the adoption of enterprise resource planning. *Computers in industry*, Vol. 59, pp. 548-564.
- Patel, R. & Davidson, B. (2003). *Forskningsmetodikens grunder - Att planera, genomföra och rapportera en undersökning*. Lund: Studentlitteratur.
- Rabe, G. & Hellenius, R. (2010). *Det svenska skattesystemet*. Visby: Norstedt Juridik.
- Scott, W. R. (1997). *Financial Accounting Theory*. New Jersey: Prentice Hall.
- Shapiro, A. C. (1975). Rate Changes, Inflation, and the Value of the Multinational Corporation. *The Journal of Finance*. Vol. 30, No. 2, Papers and Proceedings of the Thirty-Third Annual Meeting of the American Finance Association, San Francisco, California, December 28-30, 1974, pp.485-502.

- Silver, E. A., Pyke, D. F. & Peterson, R. (1998). *Inventory Management and Production Planning and Scheduling*. New York: John Wiley & Sons.
- Smith, D. (2006). *Redovisningens språk*. Lund: Studentlitteratur.
- Street, D. L., Gray, S. J. & Bryant, S. M. (1999). Acceptance and Observance of International Accounting Standards: An Empirical Study of Companies Claiming to Comply with IASs. *The international Journal of Accounting*. Vol. 34, No. 1, pp. 11-48.
- Thurén, T. (2007). *Vetenskapsteori för nybörjare*. Malmö: Liber AB.
- Turcan, J. R. (1977). Some Observations on Retail Distribution in Poland. *Soviet Studies*. Vol. 29, No. 1, pp. 128-136.
- Törning, E. & Ericson, M. (2006). Årsredovisningarna i onoterade bolag bättre. *Balans*, Nr 12.
- Watts, R. L. & Zimmerman, J. L. (1978). Towards a Positive theory of the Determination of Accounting Standards. *The Accounting Review*. Vol. 53, No. 1, pp. 112-134.
- Watts, R. L. & Zimmerman, J. L. (1979). The Demand for and Supply of Accounting Theories: The Market for Excuses. *The Accounting Review*. Vol. 54, No. 2, pp. 273-305.
- Westermark, C. (1996). *Varulagervärdering och resultatmätning*. Lund: Studentlitteratur.

Regelverk

BFNAR 2008:1 Årsredovisning i mindre aktiebolag

IASB's Föreställningsram

IAS 2: Varulager

IFRS-volymer 2010

Lagen (1995:257) om inventering av varulager för inkomsttaxering

RedR 1: Årsredovisning i aktiebolag

RR 22: Utformning av finansiella rapporter

Årsredovisningslagen (1995:1554)

Årsredovisningar

Björn Borg, Årsredovisning 2009

Cubus, Årsredovisning 2009

Företag X, Årsredovisning 2009

Gina Tricot, Årsredovisning 2009

Lindex, Årsredovisning 2009

Otryckta källor

Internet 1: Databasen Projekt Runeberg: <http://runeberg.org/nfbj/0720.html> (Hämtad: 110411).

Internet 2: Databasen Nationalencyklopedin, sökord konfektionsindustri: <http://www.ne.se.ezproxy.bib.hh.se/konfektionsindustri> (Hämtad: 110411).

Internet 3: <http://www3.redeye.se/partneranalys/38689> (Hämtad: 110427).

Internet 4: http://www.hm.com/fi_sv/press/pressmeddelanden/corporate__prfinance.nhtml (Hämtad: 110518).

Internet 5: <http://www.xml.se/xbrl/index.html> (Hämtad: 110511).

Internet 6: <http://www.bfn.se/redovisning/vag/Arkiv/arkiv-vagledning.asp> (Hämtad: 110511).

Internet 7: <http://www.estandardsforum.org/norway/standards/international-financial-reporting-standards> (Hämtad: 110512).

Internet 8: <http://www.bfn.se/aktuellt/aktuellt/pagaende.asp> (Hämtad: 110504).

Personlig kommunikation

Haavi, Randi Slette, CFO, Cubus A/S, Mailintervju 2011-04-11.

Olausson, Maria, Redovisningschef, Gina Tricot, Personlig intervju 2011-03-31.

Runesson, Fredrik, Business controller, Björn Borg, Personlig intervju 2011-04-19.

Svensson, Magnus, Ekonomichef, Lindex, Personlig intervju 2011-04-29.

X1, Redovisningsansvarig, Företag X, Personlig intervju 2011-04-08.

X2, Ekonomichef, Företag X, Personlig intervju 2011-04-08.

Bilaga 1: Intervjuguide

Generella frågor

Vilken funktion har du?

Hur länge har du varit anställd på företaget?

Allmänt om varulagret

Vilket regelverk använder ni er av i er koncernredovisning? (IFRS till exempel)

Upplever ni några svårigheter med dagens regler/normer vid varulagersvärdering? I så fall vilka?

Centrala redovisningsprinciper

Vilken eller vilka av de centrala redovisningsprinciperna grundar ni er värdering på? (t.ex. försiktighetsprincipen eller matchningsprincipen)

Vilken av principerna anser ni är viktigast för varulagervärderingen?

Varulagervärdering

Hur fastställer ni anskaffningsvärde och nettoförsäljningsvärde inom Lägsta Värdets Princip (LVP)?

Om metoden nettoförsäljningsvärde används, upptäcker ni i efterhand att värdet ibland har blivit för högt eller för lågt satt jämfört med vad försäljningen har gett? Gör ni några uppföljningar på detta för att bli bättre på att i framtiden sätta korrekta nettoförsäljningsvärden?

Vilken metod använder ni er av för att värdera ert varulager? (T.ex. FIFU eller vägt genomsnitt) Och hur räknar ni fram värdena?

Hur och varför anser ni att er värderingsmetod stämmer överens med verkligheten?

Varför har ni valt att använda den metoden?

Tror du att det går att redovisa varulagrets värden på ett mer rättvisande sätt genom att använda någon annan metod?

Har ni stöd av ett affärssystem för att värderingen ska bli så korrekt som möjligt?

Köper ni in från andra länder? I så fall påverkar valutakurser er varulagervärdering?

Inkurans och nedskrivning

Vilka löpande processer använder ni er av för att hantera inkurans?

Tar ni hänsyn till säsongvariationer och åldersstrukturer i lagret?

Gör ni något kontinuerligt inkuransavdrag?

Förekommer det ofta att det finns indikationer för att varulagret kan ha minskat i värde så att en nedskrivningsprövning blir aktuell?

Är stöder från varulagret ett problem och hur tar ni i så fall hänsyn till det i redovisningen?

Inventering

Hur ofta genomförs inventering?

När genomförs inventeringar, före bokslutet eller efter bokslutet?

Hur ser inventeringsprocessen ut?

Vem ansvarar för inventeringen och vem utför den?

Hur anser ni att er interna kontroll/rutiner avseende varulagervärdering vid inventering är?

Används lagerbokföring som underlag vid inventeringen av varulagret?

Vilka problem inom inventeringen har ni stött på?