



Handelshögskolan
VID GÖTEBORGS UNIVERSITET

Harmoniserad intäktsredovisning för detaljhandeln

En studie av fem handelshus: ICA, COOP, Axfood, Tesco och Siba

Magisteruppsats i företagsekonomi - Extern redovisning

Handledare: Thomas Polesie

Författare: Giorgina Holm Pileborg och Joel Erixon

Sammanfattning

Examensarbete i företagsekonomi, Handelshögskolan vid Göteborgs universitet, Extern redovisning, Magisteruppsats, VT 2013

Författare: Giorgina Holm Pileborg och Joel Erixon

Handledare: Thomas Polesie

Titel: Harmoniserad intäktsredovisning för detaljhandeln - en studie av fem handelshus: ICA, COOP, Axfood och TESCO och Siba.

Bakgrund: De två globala normsättarna IFRS och FASB arbetar hårt för att ta fram en första global standard om intäktsredovisning. Eftersom IFRS är principbaserad och en principbaserad redovisning lättare kan öka jämförbarheten är det IFRS som har fått ett större genomslag på den internationella redovisningen.

Problem: Hur en harmoniserad intäktsredovisningen skett i dagligvaruhandelsbranschen de 10 senaste åren fram till den globala standardens introduktion.

Syfte: Studiens syfte är att granska de utvalda koncernerna samt via teori samt empiri utreda problematik, skillnader samt likheter i olika handelshus intäktsredovisning under åren 2003 - 2012.

Avgränsningar: Undersökningen relateras till intäkter som redovisas för de fem undersökta företagen enligt IAS 18, RR 11 och BFNAR 2003:3, men inte till IAS 11- Entreprenadavtal. Samtidigt följs redovisningen enligt IFRIC 13 och IFRIC 15.

Metod: Fyra utvalda större handelshus inom dagligvaruhandelsbranschen granskas i detta examensarbete. De granskas under åren 2003 - 2012 för att få en god översikt av vad implementeringen av IFRS har inneburit för harmoniseringen av den externa redovisningen avseende intäktsredovisningen utifrån en mest hermeneutiskt synpunkt men med vissa element av de positivistiska metodernas tillvägagångssätt. Studien söker fram kvantitativ och kvalitativ information om företagets identitet och relationen mellan företag och omvärlden, försöker använda de kvantitativa siffrorna i en positivist kvantitativ modell för branschen men diskuterar även de viktigaste aspekterna utifrån en kvalitativ undersökning och ett hermeneutisk perspektiv.

Resultat: Företagets redovisning anses i större omfattning harmoniserad trots olika företagsidentitet. Samtidigt som den är harmoniserad kan siffrorna ha olika betydelse för olika sorters företag.

Förslag till fortsatt forskning: Att undersöka samma fem företag i 10 år efter att den globala standarden för intäktsredovisning introducerats.

Nyckelord: Intäkter, IAS 18, Harmonisering.



Handelshögskolan
VID GÖTEBORGS UNIVERSITET

Förord

Vi vill rikta ett stort tack till vår handledare Thomas Polesie för hans värdefulla hjälp och rådgivning under vår uppsatstid.

Vi vill också tacka alla opponentgrupper för nyttig feedback.

Göteborg, 31 maj 2013

Giorgina Holm Pileborg

Joel Erixon

Giorgina Holm Pileborg

Joel Erixon

Innehållsförteckning

Innehåll

Sammanfattning.....	i
Förord.....	ii
Innehållsförteckning	iii
Förkortningar.....	vii
1. Inledning.....	1
1.1. Bakgrund	1
1.2. Problemformulering	1
1.3. Frågeställning	2
1.4. Syfte.....	2
1.5. Avgränsning	2
2. Perspektiv och resonemang	3
2.1. Två motstridiga forskningstraditioner	3
2.2. Redovisningens intressenter	3
2.3. Harmoniseringens form.....	4
2.4. Ett positivistiskt tillvägagångssätt och en hermeneutisk syn	4
3. Metod	5
3.1. Studieobjektets identitet	5
3.1.1. Företagens ägarstruktur och organisation	5
3.1.2. Företagens historik.....	5
3.2. Företagens ekonomiska modellering	6
3.2.1. Fyrkantsmodellen	6
3.2.2. Finans och drift relationen	6
3.2.3. Rsys styrningsmodellen	7
3.3. Datainsamling.....	7
3.3.1. Tillvägagångssätt	7
3.3.2. Validitet och tillförlitlighet.....	8
3.3.3. Kritiskt förhållningssätt	8
3.3.4. Metodkritik.....	8
3.3.5. Källkritik	9
4. Teoretiska utgångspunkter	9
4.1. Grundläggande koncept	9
4.1.1. Redovisningens kvalitativa egenskaper.....	9

4.1.2.	Grundläggande definitioner	9
4.1.3.	Grundläggande redovisningsprinciper	10
4.2.	Den nya IAS 18 – standarden om intäktsredovisning.....	10
4.2.1.	Redovisning av intäkter från varuförsäljning	11
4.2.2.	Redovisning av intäkter från tjänsteförsäljning	12
4.2.3.	Redovisning av intäkter från finansiella tjänster.....	12
4.2.4.	Redovisning av agentur	12
4.3.	IAS 11 – Entreprenadavtal.....	12
4.4.	Kompletterande regler till IAS 18.....	12
4.4.1.	Intäkter som inte behandlas av IAS 18 och IAS 11	12
4.4.2.	IFRIC 13 - Kundlojalitetsprogram.....	13
4.4.3.	IFRIC 15 – Avtal om uppförande av fastighet.....	13
4.4.4.	Skadestånd vid avtalsbrott.....	13
4.4.5.	BFNAR 2003:3.....	13
4.4.6.	RR 11 – Intäkter	14
4.5.	Redovisningens harmonisering	14
4.5.1.	Trender i den Nordiska redovisningen	14
4.5.2.	Auktoritetsskala vid intäktsredovisningsreglering	15
4.5.3.	Sambandet mellan redovisning och beskattning	16
4.5.4.	Klassiska intäktsredovisnings rättsfall	16
5.	Empiri	18
5.1.	Studieobjektens ägarstruktur och organisation.....	18
5.1.1.	ICAs ägarstruktur och organisation	18
5.1.2.	KFs ägarstruktur och organisation.....	18
5.1.3.	Axfoods ägarstruktur och organisation	19
5.1.4.	Tescos ägarstruktur och organisation	19
5.1.5.	Sibas ägarstruktur och organisation.....	19
5.2.	Ett historiskt perspektiv för de fem undersökta handelsbolag	20
5.2.1.	ICA Gruppen	20
5.2.2.	Kooperativa Föreningen	21
5.2.3.	Axfood	21
5.2.4.	TESCO	22
5.2.5.	Siba	22
5.3.	Förändrande intäkter	23

5.3.1.	ICA Gruppens intäkter	23
5.3.2.	Kooperativa Föreningens intäkter	27
5.3.3.	Axfoods intäkter	29
5.3.4.	TESCOs intäkter	32
5.3.5.	Siba Holding ABs intäkter	36
5.4.	Prisbyggandet och konkurrens för dagligvaruhandelshus marknaden	38
5.4.1.	Regulatoriska barriärindex och konsumentprisindex.....	38
5.4.2.	Försäljning statistik och trender	38
5.4.3.	Marknadens segmentering.....	40
5.4.4.	Komparativ indikator jämförelse för den undersökta företagen	40
5.5.	Två intervjuer	41
5.5.1.	Redovisarens vs. revisorns plikt	41
5.5.2.	Intäktredovisning i detaljhandel.....	41
6.	Analys	43
6.1.	Företagsidentitet för de fyra detaljhandelshus.....	43
6.1.1.	Den traditionella förhållande	43
6.1.2.	Den interna förhållande – driften	44
6.1.3.	De externa förhållandena – finansieringssidan	45
6.2.	En intäktorienterad ekonomimodell för detaljvaruhandeln	46
6.2.1.	ICA	47
6.2.2.	KF	48
6.2.3.	Axfood	48
6.2.4.	TESCO	48
6.2.5.	Siba	49
6.3.	Drift/finans relationen diskussion fördjupning.....	50
6.4.	Intäktredovisningens harmonisering för de fem undersökta företagen.....	51
6.4.1.	Standardens tillämpningsperiod	51
6.4.2.	Redovisningsprinciper enligt IAS 18	51
6.4.3.	Redovisning av kundlojalitetsprogram	53
6.4.4.	Redovisningen av uppförande av fastighet	55
6.4.5.	Intressenternas perspektiv på intäktredovisningen och harmoniseringen	55
6.4.6.	Felaktigheter och oegentligheter i redovisningen	56
7.	Slutsatser	58
7.1.	En självkritisk ställning.....	58

7.2.	Slutsatser relaterade till branschen - Bransch modellen	59
7.3.	Slutsatser relaterade till redovisning av olika slags intäkter	60
7.4.	Slutsatser relaterade till förändringar i intäkternas redovisning	60
7.5.	Slutsatser relaterade till fortsatta forskning	61
8.	Bilagor.....	62
8.1.	Billaga 1 – Rådande paradigm inom den nordiska finansiella rapporteringen	62
8.2.	Bilaga 2 – ICAs utveckling av resultat- och balansräkning 2003-2012	63
8.3.	Bilaga 3 – Kooperativa Föreningens utveckling av nettoomsättning, balansomslutning och årets resultat 2003-2012	63
8.4.	Bilaga 4 – Axfoods utveckling av nettoomsättning och balansomslutning 2003-2012.....	64
8.5.	Bilaga 5 – Tescos utveckling av resultat- och balansräkning 2003-2012	65
8.6.	Bilaga 6 – Sibas utveckling av nettoomsättning och balansomslutning 2003-2012	65
9.	Källförteckning.....	66
9.1.	Böcker.....	66
9.2.	Läroböcker och kursmaterial.....	67
9.3.	Tidskrifter	67
9.4.	Ekonomiska tidningar	68
9.5.	Vetenskapliga artiklar.....	68
9.6.	Lagar, lagtolkningar och lagargumentation.....	69
9.7.	Internetkällor som inte handlar om årsredovisningar	69
9.8.	Årsredovisningar.....	73
9.9.	Andra uppsatser	73
9.10.	Bolag jämförelse webbsidor.....	74

Förkortningar

- × FR Föreställningsramen
- × IFRS International Financial Reporting Standard
- × IASB International Accounting Standards Board
- × FASB Financial Accounting Standardsboard
- × GAAP Generally Accepted Accounting Principles
- × EU Europeiska Unionen
- × BR Balansräkning
- × RR Resultaträkning
- × AB Aktiebolag
- × ABL Aktiebolagslagen
- × BFL Bokföringslagen
- × ÅRL Årsredovisningslagen
- × GRS God Redovisningssed
- × BFNAR Bokföringsnämndens allmänna råd
- × RR Redovisningsrådets Rekommendationer
- × RFR Rådet för Finansiell Rapportering
- × Far Branschorganisationen för redovisningskonsulter, revisorer och rådgivare
- × RBS Royal Bank of Scotland
- × AFFO Försäljning och administration kostnaderna

1. Inledning

1.1. Bakgrund

Under de senaste decennierna, och kanske framför allt efter millennieskiftet, har det pågått en process där redovisningen har blivit allt mer harmoniserad. Olika redovisningsprinciper har på senare år fått minskad tyngd samtidigt som andra har fått större inflytande. Trenden inom redovisningen är att redovisningens relevans blir allt viktigare samtidigt som försiktighetsprincipen har fått se sin ställning försvagats på senare år. [REHN 12]

På den globala redovisningsscenen finns det två stora normsättare med globalt inflytande, och som jobbar för ett globalt harmoniserat redovisningssystem. Det är den principbaserade europeiska IFRS och den regelbaserade amerikanska FASB. [MART 10](1.) Forskning inom redovisning har visat att införandet av IFRS har lett till att den principbaserade redovisningen har fått en mycket större tyngd. Principbaserade regler är det bästa sättet att uppnå jämförbar och transparent redovisning. [REHN 12]. Ökat jämförbarhet i redovisningen är sannolikt anledningen till att europeiska IFRS har fått ett större inflytande än amerikanska FASB på den globala scenen. Även i USA införandet av IFRS för noterade företag ska vara helt infört 2016. [MART 10] (1.) IFRS införandet är början av en process där en ökad internationalisering slutligen kommer utmynna i en total global redovisningsstandard.[REHN 12]

Begreppet "revenue recognition" som handlar om när och hur företag ska ta sina intäkter har de senaste åren debatterats flitigt. Det är en av de tre frågor som FASB och IASB är särskilt intresserade av i deras konvergensarbete, och som inte får försenas eftersom det bedöms vara de viktigaste icke globalt harmoniserade redovisningsområdena: intäktsredovisning, leasing och finansiella instrument. [AICP 13]

Efter två tidigare utkast i juni 2010 och november 2011 där FASB och IASB hade enats om de viktigaste frågorna om hur "revenue recognition" skulle ske har ämnet debatterats ytterligare. [PWCI10]&[ANJO 11] Det slutliga resultatet – en gemensam standard för intäktsredovisning förväntas att släppas under sommaren 2013. Den nya intäktsredovisningsstandarden förväntas konvergera US GAAP regelverket och IFRS regelverket och ska gälla för alla branscher och transaktioner. Alla affärs- och branschspecifika riktlinjer från US-GAAP ska elimineras och ersättas med den europeiska principbaserade metoden för intäktsredovisningen. Tillämpningskravet för offentliga enheter ska vara 1 januari 2017, och för ickeoffentliga enheter från 1 januari 2018. [AICP 13]

Flera uppmärksammade redovisningsskandaler de senaste åren har visats sig bero på att redovisningen av intäkter inte har gjorts korrekt. En av dem är Enron-fallet i USA där intäkter och tillgångar redovisades medan inte kostnaderna och skulderna som förknippats med dem. [MART 10] (3.)

1.2. Problemformulering

Hos företag verksamma inom dagligvaruhandelsbranschen samt i handelshus är intäkter den absolut största posten i resultaträkningen. Hur intäkterna redovisas är av stort intresse för företagets intressenter som t.ex. aktieägare och medlemmar eftersom en felaktig redovisning av intäkterna skulle ge dem en felaktig bild av företaget.

Den presenterade studien ska försöka förklara hur harmoniseringen av intäktsredovisningen sker i dagligvaruhandelsbranschen inom ett EU-land som Sverige, och om möjligt utröna några

gemensamma drag samt skillnader för hela detaljhandelsbranschen. Av intresse är också vad som gäller i hela EU beträffande intäkternas källor för stora bolag samt redovisningen av dessa intäkter under en period av 10 föregående år fram tills införandet av en globaliserad standard.

1.3. Frågeställning

Inom dagligvaruhandeln kan man tänka sig att redovisningen skiljer sig åt beroende på vilka regler som tillämpas, samt hur ägandet i det enskilda företaget ser ut. Intäktsredovisningen kan skilja sig åt mellan företag där vissa företag är mer aggressiva med att ta sina intäkter. Skiljer sig redovisningen åt mellan t.ex. noterade företag och kooperativa föreningar? Svenska och utländska? Matjättar och elektronikkedjor, ja frågorna är många. Reglerna har de senaste åren harmoniserats märkbart och uppsatsen frågeställning är hur harmoniseringsprocessen påverkat intäktsredovisning hos de stora detaljhandelsjättarna på senare år.

För problemformuleringen i p. 1.2. tre frågor bedöms som lämpliga i att tydligt förklara för läsaren hur harmoniseringen av intäktsredovisningen sker:

- Hur påverkar företagets identitet företagets utveckling i tid och anpassning till förändringar i den globala miljön?
- Finns det en gemensamt intäktsbaserad utvecklingsmodell för företag som verkar i detaljbranschen?
- Hur snabbt anpassar sig företag till förändringar gällande redovisningsregelverk för ett så centralt redovisningsområde som intäktsredovisning? Är redovisningen harmoniserad?

1.4. Syfte

Målet med uppsatsen är att belysa hur redovisningen ständigt utvecklas samt visa hur harmoniseringen av intäktsredovisningen har skett det senaste decenniet. Genom att sammanställa och analysera relevant information hoppas vi med våra slutsatser kunna bidra till intäktsredovisningsforskningen.

Uppsatsen syftar också till att undersöka hur företagen gör sina bedömningar vid intäktsredovisningen vilket gör en förståelse av branschen samt de olika företagen nödvändig. Tidigare studier har visat att subjektiva bedömningar och finansmarknadens tryck på goda intäktsiffror kan leda till att redovisningen blir allt för aggressiv då företagen har incitament att blåsa upp siffrorna [INGEL 12].

1.5. Avgränsning

Studien är gjord genom analys av årsredovisningar där vi begränsat oss dels genom att endast titta på de sista 10 år på ÅR för 5 stycken företag; dagligvaruhandelsföretagen ICA, Coop, Axfood, TESCO samt elektronikkedjan SIBA. Undersökningen relateras till intäkter som redovisas enligt IAS 18, och de tidigare svenska Redovisningsrådets Rekommendationer RR 11 och Bokföringsnämndens allmänna råd BFNAR 2003:3, men inte till IAS 11- Entreprenadavtal. Samtidigt följs också redovisningen enligt IFRIC 13 och IFRIC 15.

2. Perspektiv och resonemang

Kapitlet klargör utgångspunkter och synvinklar om hur författarna har gått tillväga med forskningen i den presenterade avhandlingen.

Ett ställningstagande till en specifik forskningsteknik innebär ett val av filosofi som kan avspegla just forskarens egna syn på sin politiska eller moraliska roll. [ANDE 79] Ställningstagandet begränsas dock av vissa faktorer, bland annat valet av perspektiv för de finansiella rapporterna som författarna ansluter sig till, eller av relevant läsargrupp och sist men inte minst av vilken sorts erfarenhet som finns tillgänglig hos författarna.

2.1. Två motstridiga forskningstraditioner

Sten Andersons - i hans verk "Positivism kontra hermeneutik" - uppmanar forskare och studenter att ta ställning till en av dessa två stora forskningstekniker.

Positivismens forskningsideal är av vetenskaplig natur och det uppstår en enighet mellan fysiska och sociala fenomen. Positivismen beskriver verkligheten i termer av "orsak och verkan" och materiell substans och ger en kausal förklaring till fenomenet. Undersökningen karakteriseras av distans och opartiskhet. Positivismen ansluter sig till den allmängiltiga kunskapsformen och accepterar redan existerande förutsägelse och förenklingar.

Hermeneutikens forskningsideal är av socialvetenskaplig natur och skiljer på fysiska och sociala fenomen. Hermeneutiken påstår att inte alla fenomen går att förklara eftersom det inte alltid handlar om materialitet utan ibland även om social materialitet. Sociala fenomen skiljer sig från fysiska eftersom meningen med dessa fenomen varierar från individ till individ. Undersökningen karakteriseras av engagemang, partiskhet och att finna meningen eller betydelsen med fenomenet. Problematiseringen görs i syfte till en förståelse av det nya, av förändringarna, samt strävar även till att skapa förändringar. [ANDE 79]

2.2. Redovisningens intressenter

Strax efter millennieskiftet märktes en trend inom nationalekonomiforskningen att Europa och Asien driver en allt högre andel av den globala forskningen och att Europa uppmanar USA:s världsledande position. [CAGU 10] Forskningen drivs därför alltmer för den globala intressenten.

Föreställningsramen till IFRS räknar till sju redovisningsintressenter: investerare, anställda, långgivare, leverantörer, kunder, statliga myndigheter samt samhället i övrigt. [IFRS 12] (FR p. 9) Investeringarna uppfattas som den viktigaste intressenten där de andras intresse har givits en underordnad roll. [IFRS 12] (FR p.10). Från en positivistisk synvinkel det är normalt att det är så eftersom det är investeringarna som finansierar verksamheten och har därmed det största intresset att redovisningen håller största möjliga kvalitet.

Ett aktieägarperspektiv förknippas med redovisningstraditionen i USA, Storbritannien och Australien som är betydligt mer aktiemarknadsorienterad. I länder som Spanien, Frankrike och Tyskland där företag oftare har få stora ägare är kravet för redovisning lägre eftersom de företagen använder sig i mindre grad av aktiemarknadens finansiering. [MART 10](1.)

Ett företags relation till intressenterna har dominerats av ägarteorin, med anor från 1800-talet, som gynnar aktieägarens syn på redovisningen. Redovisningens främsta mål är att avspegla ägarnas intresse och andel i företaget. Den nyare enhetsteorin som introducerades under 1940-talet ser på företaget som en självständig enhet där ägarens syn är underordnat företagets intressen, vilken

inkluderar anställdas intresse. Ägarteorin har haft det största inflytandet fram tills nu i redovisningsnormerna. Nyare trender visar dock att enhetsteorin är på väg att få ett ökande inflytande i framtiden. [FAMA 07]

2.3. Harmoniseringens form

Som vi tidigare diskuterat i inledningen råder det inget tvivel över harmoniseringens existens. Man kan dock argumentera att harmoniseringen kan ta en varierande form beroende på hur den ekonomiska och politiska utvecklingen ser ut just för tidpunkten. Detta då harmoniseringen är en process i ständig rörelse och förändring. Det betyder att harmoniseringen under en viss tidpunkt kan leda till många förenklingar för att ta fram kärnan av den harmoniserade aspekten. Samtidigt som det senare kan innebära en detaljerings- och problematiseringsprocess för att kunna upptäcka befintliga brister av de nyligen upptäckta generella principerna.

IASB som är den organisation som EU och stora delar av världen samarbetar med vid framtagandet av nya redovisningsstandarder välkomnar konstruktiv kritik som en arbetsform för de nya konvergerade redovisningsstandarderna. Standardernas syfte är att förenkla redovisningen. Ekonomer som vill förändra standarderna bjuds in till London för att bidra till nya standarders skapande. [ENGS 09]

Att redovisningsstandarder skapas för att förenkla redovisningen i en globaliserad värld är ett ursprungligt positivistiskt mål. Men eftersom hela världens intressenters synpunkter analyseras kan det inte betyda något annat än att den hermeneutiska kritiken är välkommen hos IFRS-skaparnas positivistiska. Detta eftersom ett globalt fungerande normsystem kräver att normerna ska vara relativt abstrakta och principbaserade [MART 07]. Hermeneutikens kritik ges då en underordnad roll i den positivistiska förenklingsprocessen och används för att förstärka den. Harmoniseringsprocessen blir då en sekvens av positivistiska och hermeneutiska aktiviteter som alternerar sig för att uppnå ett komplext harmoniseringsmål. Målet är både positivistiskt, eftersom den söker en förenkling, samt hermeneutisk - eftersom den innebär förändring.

2.4. Ett positivistiskt tillvägagångssätt och en hermeneutisk syn

Konvergensmålet begränsar forskningsmöjligheterna utanför den. Valet begränsas främst till en fråga av forskningspersonlighet som kan vara eniga eller oense med konvergensmålet. Konvergensmålet skapar samtidigt en ensidig forskningsteknik eftersom problematiseringen, som är av hermeneutisk natur, smälts samman in i den positivistiska förenklingen.

Metodsammansmältningen eller ”medelvägen” har fått tidigt kritik hos Webber. Han påstår att ett ställningstagande till ett forskningsideal eller partiskhet innebär en ställning emot det andra forskningsidealet. En syntes av de båda är dock inte närmare sanningen än de två var för sig eftersom den ignorerar ställningstagandet om vad som finns som är dåligt med samhället. [ANDE 79](s. 82, 83)

Valet i den här uppsatsen görs för en positivistisk analys av det kvantitativa data men med ett hermeneutiskt ställningstagande och ett enhetsperspektiv för den djupare diskussionen. Eftersom de tillgängliga källorna i största delen är av positivistiskt och kvantitativ natur det är lättare att anta en positivistisk ställning, men studien behåller en hermeneutisk syn även om det ibland blir ett mindre hermeneutiskt tillvägagångssätt.

3. Metod

Studien riktas till fyra större företag inom varuhushandeln, och följer en jämförelsestrategi av de valda bolagen. Som jämförelsemål valdes de tre största företagen inom dagligvaruhandeln i Sverige (ICA, Coop, Axfood), en av de större EU-aktörerna inom dagligvaruhandeln - (TESCO) samt en elektronikbranschkedja (SIBA).

3.1. Studieobjektens identitet

Företag är sociala konstruktioner med egen identitet. En företagsidentitet är en samling värderingar och föreställningar gällande företagets kultur, anda och image. Med ett företags identitet avses hur intressenterna - interna eller externa - ser eller ska se på företaget.

En företagsidentitet blir snart en fråga om etik och integritet då den ekonomiska och politiska världen förändras. Att prata om ett företags integritet innebär att prata om normer, vad som anses vara "sant och rätt". När världen förändras behöver företag anpassa sig till de nya villkoren. Utmaningarna kommer både utifrån och inifrån - från samhället, konkurrenter eller anställda. [POLE 90] (s.14-19, s.108-118)

För att kunna ta ställning till ett visst handlande behöver företag hålla sig till de ovan nämnda identitetsföreställningarna. Företagets identitet är ett samspel av tre tendenser eller förhållande som måste definieras i relation till varandra:

- Det traditionella förhållandet handlar om företagets stabiliserande faktorer. Det kan vara företagets resurser, den traditionella marknaden eller en viss avdelning/område som företaget är verksamt i för vilken den behåller konkurrensfördelar.
- Den inre processen eller den dagliga driften beskriver vad som görs inne i företaget. I driften förenas både resurser och handlingar.
- Den yttre processen eller företagets finansieringssida fungerar som företagets radar. Den fångar upp signaler från omvärlden och byggs upp enligt externa normer. Dessa normer tolkas och tillämpas inom företaget. [POLE 90] (s.111-118)

Vid en genomgång av de fem handelshusens identiteter behöver vi samla in information om företagets ägarstruktur, organisering, historik samt hur redovisningen har gått till under perioden. Dessa identitetsdrag kan sedan fungera som underlag för att analysera de mekanismer som påverkar beslut i de olika företagens redovisning.

3.1.1. Företagens ägarstruktur och organisation

Att veta hur ett företags ägarstruktur och organisation ser ut kan vara till nytta i tolkning av redovisningsinformation från företaget. Ägarna är tillsammans med kreditgivarna företagets finansärer, men skillnaden att ägarna har överordnad rätt att besluta om företagets strategi. Finanssidan är en yttre process till företaget som spelar en viktig roll för företagets intäktssredovisningsbeslut.

3.1.2. Företagens historik

Ett företag anpassar sina handlingar till en förändrande värld. [POLE 90] För att kunna tolka redovisningsinformation finns ett behov att förstå hur dessa företag fungerar på marknaden, hur deras väg till det nuvarande tillståndet har sett ut, vilka förändringar som har genomstrukturerat deras utveckling, vilka principer företagen har följt, hur de har växt. Med andra ord studieobjektens historik.

3.2. Företagens ekonomiska modellering

För studieobjekten används vissa centrala begrepp samt ekonomimodeller som beskrivs mer ingående nedan.

3.2.1. Fyrkantsmodellen

Fyrkantsteorins balansekvation påstår att summan av tillgångar plus summan av utgifter är lika med summan av eget kapital och skulder plus summan av inkomster. Med andra ord, i den moderna dubbelbokföringen balanskonton och resultatkonton sitter i relation till varandra. Om vi begränsar oss till en ettårsperiod, inkomsterna och utgifterna blir intäkter och kostnader. De fem elementen: tillgångar, skulder, eget kapital, intäkter och kostnader sitter då i balans. [KRIS 11]

Enligt Thomas Polesie, denna balans kan stå som grund för byggandet av en ekonomimodell som sätter elementen på gränsen av en rektangel som i figuren nedan. Över ett längre antal år, förändringar i rektangels form kan bidra till en bättre förståelse av företagets dynamiska tillstånd som resultat av inträffade händelser. [POLE 89] (1.) Om man viker ut sidorna som till exempel intäktssidan blir fyrkantsmodellen blir mer detaljerad. [POLE 89] (2.)

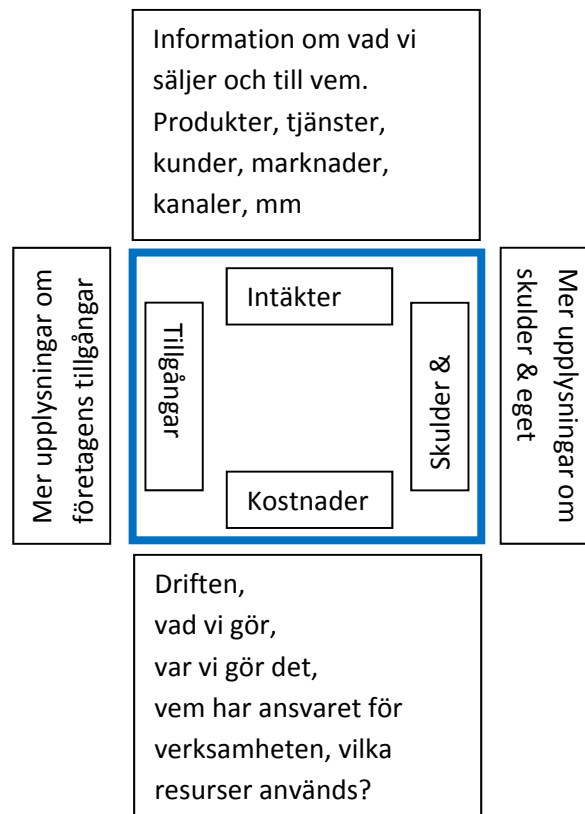


Bild 1. – Fyrkantsmodell [POLE 89] (s.83)

3.2.2. Finans och drift relationen

Fyrkantsmodellen kan beskäras med hjälp av en lutad linje, precis som i bilden nedan, i två delar: drift och finans. Som ovan definierat i kapitel 3.1. avser driften konkreta handlingar medan finanssidan avser förhållanden som kan regleras med pengar. Finanserna är ett mätbart hjälpmedel, ett medium i företagets yttre process som kan uttrycka externa förhållanden. Den ger förhandlingsfrihet för att skaffa resurser. Driften på andra sidan ger upphov till kostnader. Finanserna är viktigt för

externredovisning och de externa intressenterna och därför ett subjektivt begrepp medan driften mäts internt och därför är objektiv. Det externa förhållandet är vad företaget vill visa utåt och bara en del av den större och mer detaljerade interna bilden. [POLE 89](1.)&(3.)

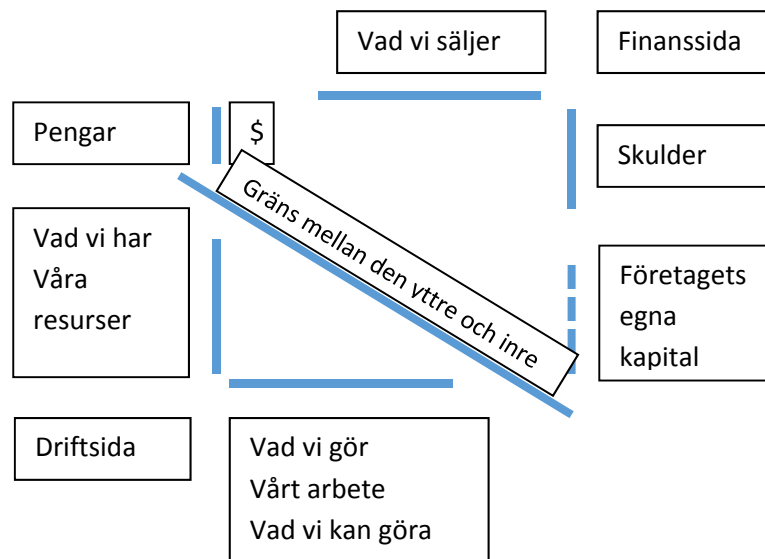


Bild 2. – Fyrkantensmodell [POLE 89] (s.83)

3.2.3. Rsysss styrningsmodellen

Det sysselsatta kapitalet är skillnaden mellan de totala tillgångarna och rörelseskulder. Röntabiliteten på det sysselsatta kapitalet (Rsysss indikatorn eller ROCE på en.) blir då vinsten före räntor på finansiella skulder (vinsten före räntekostnader) dividerat med det sysselsatta kapitalet. Målet för de flesta företag är en kombination av hög lönsamhet och hög tillväxt. Vid en segmentorienterad styrning är det vanligt att ta det sysselsatta kapitalet som kapitalbas. Varje segments tillväxt beror på den andel investeringar av de gemensamma tilldelade resurserna. [JORU 12](kap. 6.3., 11)

3.3. Datainsamling

Källor för resonemang, metod och teorin i den presenterade studien har samlats från litteratur tillgänglig från Göteborg Universitetsbiblioteket, intressanta böcker som vi har fått av vår handledare Thomas Polesie, böcker som ingår i kurslitteratur från föregående kurser, onlinedatabaser såsom Far Komplet och Emerald, tidskrifter i Balans samt en hel del böcker som lämnats ut av universitetet till studenter i ett hörn på E korridoren - den nuvarande utnämnda Glada Hörnet. Även andra uppsatser har varit en inspirationskälla för att kunna förstå det valda ämnet bättre, men inte till författarnas valda perspektiv.

Kärnan av empirin bygger på sekundärdata från de tre valda företagens årsredovisningar under åren 2003 till och med 2012. Vidare i empirin har vi relevant primärdata från två intervjuer som vi har lyckats utföra och som fungerar som kompletterande information och ger en bättre förståelse.

3.3.1. Tillvägagångssätt

För att kunna svara på forskningsfrågorna, har författarna inlett uppsatstiden med inläsning inom ämnet och relevanta noteringar. Efter detta har ett generellt perspektiv och metod tagits fram i stora linjer och branschen och företagen har valts. Uppsatsen har sedan växt fram genom vidare läsning och diskussion.

Kärnan i studien gäller förändringarna som har skett under den 10 års period och därför detaljerad kvantitativ och kvalitativ information har samlats för dessa år. Nödvändiga branschkaraktäristiska har tagits fram och även effekterna av företagets agerande för de andra undersökta företagen.

Studien utförs inom ett förändrande område eftersom stora förändringar för intäktsredovisning pågår under uppsatsskrivandet. De stora förändringarna är relaterade till det nya gemensamma IASB och FASB projektet för en unik intäktsredovisningsstandard som skulle ha varit klar för början av 2013. I slutet av undersökningen för de 10 år som ingår i perioden görs en kort koppling till de pågående förändringarna för att kunna länka studien med vidare forskning.

Intervjuerna hämtade relevant primär information från praktiken om hur redovisningen sker från både en redovisare på en liten redovisningsbyrå i centrala Göteborg samt från en erfaren revisor från PWC.

3.3.2. Validitet och tillförlitlighet

Validitet i forskningsprocessen säkerställer att forskaren studerar frågan han eller hon är tänkt att studera. Bias i forskningen som påverkar validiteten kan minimeras genom att använda flera metoder/observationer. [MCKI 10] Dagligvaruhandelsbranschen domineras av tre stora aktörer i Sverige och alla tre har inkluderats i studien. Undersökningen blir därför uttömmande vilket gör att validiteten bedöms vara hög. Den stärks även av observationer från brittiska TESCO som fungerar som en ytterligare jämförelsebas. Det är därför att fler observationer på marknaden uppfattas som onödiga utifrån en nytta kostnad perspektiv, vart kostnaden är den allokerade tiden för varje företag.

Tillförlitlighet ställer frågan om forskaren erhåller data som han eller hon kan lita på. Tillförlitlighetsproblem säkerställs däremot genom upprepade mätningar av samma egenskap eller variabel med liknande eller identiska metoder. [MCKI 10] Den kvantitativa data som samlades från årsredovisningarna är så tillförlitliga som den presenterade studien skulle maximalt kunna ge på en kvantitativ undersökning med sekundära data källor i årsredovisningarna. För vad som gäller intervjuerna – källa av primär kvalitativ material, eftersom de var inte repeterbara, valde vi att spela in hela intervjun som ljudfil för att inte missa detaljerna.

3.3.3. Kritiskt förhållningssätt

Att det valda forskningsperspektivet inte är bara hermeneutiskt och inte heller positivist, enligt kapitel 2.4., gör att som resultat vi har ignorerat vissa problem som kan uppstå ju mer vi närmar oss medelvägen. [ANDE 79](s. 82, 83)

3.3.4. Metodkritik

Det valda forskningsperspektivet hänger samman med valet att samla in både kvantitativ och kvalitativ data. Forskare visar att kvalitativ data komplimenterar undersökningsprocessen, och att den kvalitativa delen serverar nybörjare inom ämnet som vill veta vilka frågor som är viktiga. Sedan kan en kvantitativ undersökning också vara välkommen för att kunna ta fram de generella dragen inom ämnet. Till sist kan en kvalitativ undersökning lösa inkongruenser som tidigare upptäckts och även hjälpa till att tolka mer komplicerad kvantitativ information. [MCKI 10]

Under studietiden valdes forskningsfrågan relativt tidigt för att en grundlig förståelse i ämnet redan fanns hos författarna vid början av uppsatsens skrivanden. Det är därför en kvalitativ preliminär undersökning bedömdes som ej nödvändig. Den presenterade studien tillgodoser de andra två forskningsstegen eftersom den erbjuder både en kvantitativ fördjupning för en viktig bransch i en globaliserad värld, och några kvalitativa kompletteringar för djupare förståelse.

3.3.5. Källkritik

Källornas tillförlitlighet diskuterades redan i Kap. 3.3.2. under underrubriken Tillförlitlighet. Eventuell kritik till de valda källorna kan eventuellt riktas mot att vi citerar också, förutom avancerade redovisningskällor, en hel del grundligt material från tidigare läroböcker och kursmaterial och därför skulle man kanske försöka argumentera att studien behåller en låg svårighetsgrad. Till denna kritik är svaret att det finns ingen avancerad kunskap som baseras bara på komplicerad kunskap, och att man kan bara påstå att man har förstått något om man kan förklara det på ett enkelt sätt.

4. Teoretiska utgångspunkter

Den teoretiska referensramen lägger grunden för en förståelse inom redovisningsområdet som behandlar intäktsredovisningen. Teorin behandlar olika definitioner och basbegrepp, en presentation av standarden IAS 18 som är studiens objekt, en koppling till övriga standarder, och till några rättsfall som har påverkat den svenska intäktsredovisningen. En kort genomgång av lagarna och regleringarna inom EU som påverkar harmoniseringen av intäktsredovisning presenteras också.

4.1. Grundläggande koncept

Företag bedrivs för att fortsätta sin verksamhet under obestämd tid [SMITH 11] utifrån målet att göra vinst.[THOM 10](1.) Under företagets totala livslängd är skillnaden mellan inbetalningar som följer av inkomster och utbetalningar som följer av utgifter lika med skillnaden mellan totala intäkter och kostnader. Intressenterna är dock intresserade av att veta resultatet för kortare tidsperioder, i regel ett år. Då årsresultatet är skillnaden mellan inkomster och utgifter som med skäl kan hänföras till perioden, med andra ord periodiserade inkomster/intäkter och periodiserade utgifter/kostnader.[ASZT 68] Periodisering innebär att intäkter och kostnader som är hänförliga till räkenskapsåret skall tas upp oavsett tidpunkten för betalning av likvida medel, enligt ÅRL 2 kap. 4§ 1st. eller IFRSs FR p 22.

4.1.1. Redovisningens kvalitativa egenskaper

Eftersom en harmoniseringsstudie inom redovisning är länkat till redovisningens kvalitet är ett korrekt tillvägagångssätt att inkludera en uppskattning av årsrapporterna utifrån ett kvalitetsperspektiv med hjälp av kvalitativa egenskaperna. Kvalitativa egenskaperna är:

- Begriplighet – vilket betyder att informationen är lätt att förstå för den kunnige användaren.
- Relevans – vilket betyder användbarhet för beslutstagande.
- Väsentlighet – vilket länkas i de flesta fall till en tröskelnivå.
- Tillförlitlighet – vilket betyder att informationen är verifierbar enligt försiktighetsprincipen samt att informationen är korrekt.
- Jämförbarhet – vilket betyder att måtten beräknas enligt samma regler.[IFRS 12](1.)

4.1.2. Grundläggande definitioner

För att hjälpa läsaren presteras några förtydligande definitioner inom intäktsredovisningen. Tre begrepp som sitter i relation till varandra och ibland blandas ihop av misstag är de klassiska definitionerna inkomster, inbetalningar och intäkter:

- Inkomsterna är vad man får vid försäljningstidpunkten för varor/tjänster. De uppstår när företaget skriver ut en faktura/kvitto. De relateras till företagets resurser.
- Inbetalningarna är inflödet av pengar vid betalningstidpunkten och skiljer sig från försäljningstidpunkten då det gäller kreditförsäljning. De kopplas till företagets likviditet.

- Intäkter är försäljningsvärdet av varor/tjänster som levereras eller utförs under en viss period, exempelvis ett år. De kopplas till företagets resultat. [THOM 10](3.)

Enligt FR till IFRS, intäkterna refereras till en ”ökning av det ekonomiska värdet under en redovisningsperiod till följd av inbetalningar eller ökning av tillgångarnas värde, eller minskning av skulders värde med en ökning av eget kapital som följd, förutom sådana ökningarna som kommer av tillskott från ägarna”. Enligt IAS 18 p.7 definitionen, intäkterna är ”det bruttoinflöde av ekonomiska fördelar som uppstår i ett företags ordinarie verksamhet under en period, och som ökar företagets eget kapital med undantag för ökningarna som beror på tillskott från aktieägare.” [IFRS 12](2.)

En annan viktig definition är definitionen av verkligt värde. Enligt IAS 18 p.7, och även RR 11, är verkligt värde det värde till vilket en tillgång kan överlåtas eller en skuld regleras mellan kunniga parter, oberoende av varandra och med intresse att genomföra transaktionen.

4.1.3. Grundläggande redovisningsprinciper

Redovisningen av ett företags intäkter påverkas av motsatta principer. På ena sidan finns försiktighetsprincipen och realisationsprincipen. På den andra sidan, och i motsats till de första, står matchningsprincipen. [THOM 10](2.)

Försiktighetsprincipen är en övergripande princip som inkluderar bland annat också realisationsprincipen. Enligt försiktighetsprincipen ska vinster tas upp när de är helt säkra. Enligt realisationsprincipen, intäkter och vinster ska inte tas upp i redovisningen innan realisation, alltså innan något har faktiskt sålts [JOHA 10](1), eller med andra ord när den som skall prestera något har i huvudsak fullgjort sin prestation. [STLU 12] Försiktighetsprincipen har en stark tradition i Sverige och används som argument för kostnadsföring av utgifter till den period de tillhör. Syftet är att undvika att ge en allt för positiv bild av företagets ekonomi. [THOM 10](2.) Försiktighetsprincipen har också andra underordnade principer såsom principen om anskaffningsvärde för tillgångsvärderingar och lägsta värdets princip för lagervärdering till det lägsta av anskaffningsvärde och verkligt värde. [JOHA 10](1)

Den motsatta matchningsprincipen argumenterar för att vänta med kostnadsföringen tills intäkterna har genererats. [THOM 10](2.) Försiktighetsprincipen är delvis inriktad mot BR, medan matchningsprincipen är inriktad exklusivt mot RR. Matchningsprincipen tar intäkterna som utgångspunkt och då de kostnaderna som genererar periodens intäkter baseras på periodens intäkter. Anledningen till att matchningen krockar med försiktighetsprincipen är länkat till skillnaden mellan en BR orienterad och en RR orienterad syn på redovisningen. Om man följer bara matchningsprincipen skulle man kunna höja värdet på tillgångar när värdet ökar. Konsekvensen blir då att orealiserade vinster tas med i RR. Enligt försiktighetsprincipen är detta inte tillåtet. De befintliga trenderna visar dock en förskjutning från försiktighet till matchning som har sitt ursprung i ett aktieägarperspektiv på redovisningen. [JOHA 10](1)

4.2. Den nya IAS 18 – standarden om intäktsredovisning

Frågan om när, och på vilket sätt, ett företag ska redovisa intäkter och kostnader är av stor betydelse för de finansiella rapporterna. För att få svar på den frågan och andra aktuella frågeställningar finns IAS 18 - Intäkter. Intäkternas definition och verkligtvärde definitionen presenterades ovan i kapitlet 4.1.2. Grundläggande definitioner. Värderingen av intäkterna görs ”till det verkliga värdet av vad som erhållits eller kommer att erhållas” enligt IAS 18 p.9.

Syftet med standarden är att ange hur intäkter från vissa typer av transaktioner och händelser ska redovisas. Den viktigaste frågan att ta ställning till är att fastställa när intäkten ska redovisas i

rapporten över totalresultatet, vilket är när det är sannolikt att de framtida ekonomiska fördelarna kommer att tillfalla företaget. De ekonomiska fördelarna ska också kunna beräknas på ett tillförlitligt sätt. Standarden anger under vilka förhållanden nämnda kriterier kan anses vara uppfyllda. Den andra centrala frågan är till vilket belopp intäkten tas upp. [IFRS 12](2.)

4.2.1. Redovisning av intäkter från varuförsäljning

Intäktsredovisning kan förefalla vara en enkel fråga för de studerade företagen i uppsatsen, de säljer främst varor och intäkten tas normalt vid försäljningstillfället. Företagen måste dock ta ställning till huruvida de har kvarvarande skyldigheter och prestationer gentemot sina kunder. Ofta erbjuder företagen t.ex. öppet köp eller kanske leverans och installation som utförs vid ett senare tillfälle. IAS-18 p.14 handlar om när intäkter ska tas vid försäljning av varor och anger följande kriterier:

- Företaget har överfört de betydande risker och förmåner förknippat med ägandet till köparen.
- Kontroll och förvaltning förknippat med ägandet har överförts till köparen.
- Inkomsten kan beräknas på ett tillförlitligt sätt.
- Transaktionens ekonomiska fördelar kommer sannolikt tillfalla företaget.
- Utgifter som uppkommit eller förväntas uppkomma till följd av transaktionen kan beräknas på ett tillförlitligt sätt. [IFRS 12](2.)

IAS – 18 p.18 länkar redovisningstidpunkten till sannolikheten att de ekonomiska fördelarna kommer att tillfalla företaget såsom betalningstidpunkten eller ”osäkerhetsfaktorn är undanröjd”. Om osäkerhet uppstår för belopp som redan har intäktsfört redovisas beloppet som en kostnad och inte som en justering av den redan redovisade intäktsbeloppet. [IFRS 12](2.) IAS – 18 p. 15 förklarar att för att bedöma när de väsentliga riskerna och förmånerna har överförts till köparen av störst vikt är äganderätten och det fysiska innehavet. IAS -18 p 16 ger ytterligare förklaring av denna tidpunkt:

- punkt a.), b.) och c.) länkar tidpunkten för överföring av riskerna och förmånerna tills att alla behållande förpliktelser avseende varans funktion har uppfyllts, eller till dess att motpartens intäkter som intäkterna från försäljning beror på har erhållits i fall det finns ett sådant avtal eller installationen har utförts i fall varorna ska installeras; [IFRS 12](2.)
- punkt d.) refereras till ”öppet köp” – beträffande denna typ av försäljning gäller det att företaget kan göra en tillförlitlig beräkning av framtida returer som bygger på företagets tidigare erfarenheter i frågan. En avsättning för framtida kostnader förknippade med returer måste göras för att redovisningen ska ge en rättvisande bild. [MART 10](3.)

Om ett företag säljer varor till kunder som vid köptillfället tar över äganderätten genom att fysiskt ta med sig sina varor från butiken har kontroll och förvaltningen förknippat med ägandet då också överförts. Inkomsten kan också beräknas tillförlitligt då kunderna normalt betalar med likvida medel som per definition är värderade till verkligt värde. I de fall där kunderna köpt till leverans och installation blir det lite mer problematiskt om när och till vilket belopp intäkten ska tas. I stora handelshus det skulle kunna röra sig i normalfallet om enklare installationer som inte innebär att företaget måste vänta med att ta intäkten. Vid mer omfattande installationer bör företaget dock vänta tills installationen är färdig innan intäkten redovisas. [MART 10](3.)

Enligt IAS 18 p. 19 för vad som gäller kostnader som garantiutgifter och andra utgifter som kan uppkomma efter att varan har levererats gäller matchningsprincipen. Intäkter och kostnader kopplade till samma transaktion redovisas samtidigt när företagen tillförlitligt kan beräkna den typen av kostnader. [IFRS 12](2.)

4.2.2. Redovisning av intäkter från tjänsteförsäljning

Enligt IAS – 18 p.20 kan en inkomst hänförlig till ett tjänsteuppdrag redovisas som intäkt om utfallet kan beräknas tillförlitligt, samt att det är sannolikt att de ekonomiska fördelarna kommer tillfalla företaget. Färdigställandegraden kan tillförlitligt beräknas om återstående utgifter i samband med tjänsteuppförandet kan tillförlitligt beräknas. Enligt IAS – 18 p.21 det är successiv vinstavräkningsmetoden som säger att vid löpande intäktsföring intäkterna tas i RR i takt med arbetets uppförande. Punkt 22 länkar redovisningstidpunkten för tjänsteförsäljning till sannolikheten att de ekonomiska fördelarna kommer att tillfalla företaget. [IFRS 12](2.)

4.2.3. Redovisning av intäkter från finansiella tjänster

IAS – 18 p. 29 Den tredje kategori intäkter refereras till ränta, royalty och utdelning. De ska också redovisas om sannolikhets- och tillförlitlighets kriterierna uppfyllts. [IFRS 12](2.) Enligt IAS 18 p 30 räntan ska redovisas med användandet av effektivräntemetoden. [IFRS 12](2.) IAS 39, p. 9 vidare detaljerar denna metod. Framtida kassaflöde för ett finansiellt instrument är summan av diskonterade räntorna som ska genereras under dessa år samt betalningen av det initiala nominala beloppet. [IFRS 12](6.)

4.2.4. Redovisning av agentur

IAS – 18 p. 8 handlar om situationer där ett företag använder ett annat för att uppfylla kravet i ett köpeavtal. I ett agentavtal ska de ekonomiska fördelarna som inkluderar belopp som tagits emot på huvudmannens vägnar och som inte ökar det egna kapitalet för företaget redovisas inte som intäkter. Den enda delen som redovisas som intäkt är provisionen till försäljning. [IFRS 12](2.)

4.3. IAS 11 – Entreprenadavtal

Företagen som ingår i vår studie kommer inte i kontakt med denna standard så mycket, vilket gör att vi valt att begränsa oss till en översiktlig beskrivning av standarden.

Ett entreprenadavtal är ett uppdrag som följer av ett särskilt framförhandlat avtal som avser produktion av ett eller flera objekt. Företag utför ett tjänsteuppdrag inom en överenskommen tidsram och beroende på hur avtalet ser ut entreprenadavtalet kan vara av två typer: fastprisuppdrag och uppdrag på löpande räkning. Frågan är om företagen ska periodisera intäkterna eller tillämpa realisationsprincipen där hela intäkten tas vid slutförandet.

I enlighet med IAS 11 ska företagen ta intäkterna med hänvisning till färdigställandegraden för fastprisuppdrag och endast använda sig av successiv vinstavräkning för uppdrag på löpande räkning. Viktigt är dock att det är sannolikt att de ekonomiska fördelarna förknippade med transaktionen kommer att tillfalla företaget för att intäkten ska få tas upp. [IFRS 12](3.)

4.4. Kompletterande regler till IAS 18

4.4.1. Intäkter som inte behandlas av IAS 18 och IAS 11

Det finns vissa typer av intäkter som inte ska redovisas i enlighet med IAS 11 Entreprenadavtal och IAS 18 Intäkter: intäkter från leasingavtal, utdelningar på innehav i intresseföretag, intäkter från försäkringsavtal, verkligt värde förändringar för finansiella tillgångar och skulder eller deras avyttringseffekter, omsättningstillgångarnas värdeförändringar, biologiska tillgångars första redovisning, verkligt värde förändringar, jord- och skogsbruksprodukters första redovisning, intäkter från mineralutvinning. (IAS 18 p.6, [IFRS 12](2.)) Studien behandlar inte dessa kategori av intäkter vilket representerar en avgränsning i vår undersökning. Däremot är andra intäkter som inte behandlas av de två tidigare nämnda standarderna som fortfarande tas i anspråk av studien. Här nämner vi IFRS: s tolkning IFRIC 13 och IFRIC 15.

4.4.2. IFRIC 13 - Kundlojalitetsprogram

IFRIC 13– Kundlojalitetsprogram behandlar redovisning av bonuspoängtilldelning till företagens kunder. Bonuspoäng tilldelas av företag om kunden köper varor eller tjänster. Kunden kan lösa in bonuspoängen om de har sparat ett angivet lägsta antal eller till ett lägsta värde för bonuspoängen. (IFRIC 13 p.1-4, [IFRS 12](4.)). Bonuspoängens verkliga värde, eller värdet för vilken bonuspoängen kan säljas separat, uppskattas på olika sätt:

- Verkligt värde för de uteblivna rabatter/förmåner som annars skulle erbjudas till kunderna,
- Andelen bonuspoäng som inte väntas bli inlöst av kunder,
- Det belopp som betalas till tredje part i fall en tredje parten ska leverera bonusen, med tillägg för en rimlig vinstmarginal. (IFRIC 13 VT1-3, [IFRS 12](4.)).

Bonuspoäng ska redovisas som en separat komponent i försäljningstransaktionen. Det verkliga värdet av ersättningen som erhållits/ska erhållas ska fördelas på bonuspoängen i försäljningen. (IFRIC 13 p.5, [IFRS 12](4.)). Den fördelade ersättningen beräknas med hänvisning till poängens verkliga värde. Denna ersättning redovisas som intäkt om företaget levererar bonusen själv och ett nettobelopp om företaget levererar bonusen med hjälp av tredje part. För förlustbringande kontrakt den överskjutande delen ska redovisas som en skuld. Det verkliga värdet av de eventuella bonuspoäng aktiveras som en skuld och matchas mot den kostnad som dyker upp när bonuspoängen nyttjas. (IFRIC 13 p.6-9, [IFRS 12](4.)).

4.4.3. IFRIC 15 – Avtal om uppförande av fastighet

IFRIC 15 behandlar redovisning av intäkter av företag som åtar sig genom avtal, att uppföra fastigheter direkt eller genom underentreprenörer. Dessa avtal kan ligga inom tillämpningsområdet för antingen IAS 11 eller IAS 18 beroende på avtalets villkor och substans. Om köparen har begränsade möjligheter att påverka fastighetens uppförande ligger det inom tillämpningsområdet för IAS 18 eftersom då blir försäljningen liknande en försäljning av en vara och redovisningen måste avspegla överföringen av riskerna och förmånerna till köparen. Men om köparen kan påverka olika steg av uppförandeprocessen då blir avtalet liknande ett tjänsteavtal och därför blir det lämpligare med successiv vinstavräkning enligt IAS 11. (IFRIC 15, [IFRS 12](5.)).

4.4.4. Skadestånd vid avtalsbrott

Andra intäkter som inte behandlas av IAS 18 eller IAS 11 kan förekomma. Detta händer när företag erhåller intäkter som resultat av mer komplicerade transaktioner eller skadestånd vid avtalsbrott. Dessa intäkter även om inte behandlas direkt av standarden faller därunder i brist på en mer specifikt standard.[STLU 12]

4.4.5. BFNAR 2003:3

För onoterade koncerner som inte följer IFRS man kan tillämpa Bokföringsnämndens Allmänna Råd BFNAR 2003:3 upp till 2012. BFNAR 2003:3 som ”bygger på den tidigare RR 11 som i sin tur har likheter med IAS 18” ställer inte krav gällande vissa punkter i RR 11 för de mindre företagen. Skillnaden mellan IAS 18 och BFN:s allmänna råd gällande hur tjänsteuppdrag till fast pris ska redovisas kommer från att större företag har råd att fungera efter ett internt ekonomisk system för rapportering och detta gör det möjligt för de att kunna tillämpa successiv vinstavräkning medan de mindre företag inte kan det. Alternativregeln innebär att fastprisuppdrag redovisas först när uppdraget är slutfört. För uppdrag på löpande räkning ska faktureringen ligga till grund för intäkternas redovisning. [MART 10]

4.4.6. RR 11 – Intäkter

RR 11 är en gammal rekommendation för intäktsredovisning som trädde i kraft den 1 januari 2001. Den tillämpas på tre kategorier av intäkter, vilket även IAS 18 gör: försäljning av varor, utförande av tjänsteuppdrag och annans utnyttjande av företagets tillgångar som genererar räntor, royalty eller utdelning. RR 11 är inte längre tillämplig efter den 1 januari 2005 i koncernredovisning som följer IFRS/IAS. Rådet som hade utfärdat rekommendationerna lades ner 2007 och blev ersatt av Rådet för finansiell rapportering (RFR).

4.5. Redovisningens harmonisering

Från tidigt på nittonhundratalet och upp till 1960 påverkades redovisningen mycket av det germanska redovisningsparadigmen. Det tyska inflytandet för den finansiella rapporteringen med dess systematiska upprätthållning av redovisning var särskilt dominerande inom två områden: lagstiftningen och universiteten. På 1970-talet fortsatte den finansiella rapporteringen att utvecklas med det nordiska paradigmet som utvecklade ett gemensamt tankesätt för de nordiska länderna, samt även ett gemensamt utkast till bolagslag. Det nordiska paradigmet hade sina rötter i den tyska, men var också ett uttryck av självförtroende för den ökande statusen för de nordiska universiteten. De två följande decennierna upp till början av 1990 fortsatte med en alltmer avvikande syn över rapporteringsprocessen och uppkomsten av två nya paradigmer: den europeiska och den mer internationella IAS/GAAP. Den europeiska traditionen nådde sin höjdpunkt under 1990-talet men minskar sitt inflytande i allt snabbare takt medan den internationella IAS/GAAP är stadigt ökande med inga omvändningar som bilden i bilagan 1 visar. [JÖMA 94](2.), (3.).

4.5.1. Trender i den Nordiska redovisningen

Redovisningsreglerna i de nordiska länderna karakteriseras dock av starka upprättare och svaga användare. Användarna är redovisningens intressenter som tidigare presenterades i kapitel 2.2. Upprättarna finner vi inom redovisning och revisionsbranschen. Detta karakteristiska är inte dock distinkta för en unik definierbar nordisk redovisningsmodell utan kan finnas även i andra länders redovisning i olika omfattning. Med denna precisering, den nordiska redovisningen präglas dock av vissa trender:

- Statens roll minskar som deltagare i de nyetablerade internationella standardiseringsorganen men samtidigt ökar sin övervakningsroll.
- Redovisningsbranschens ömtåliga början har utvecklats till det nuvarande med deltagande i nya standardiseringsorganet som resultat av bl.a. ökad krav på redovisares och redovisningskonsulters utbildning.
- Revisorerna framstår som den maktfullaste gruppen eftersom de historiskt har kontrollerat hela redovisningssystemet tillsammans med staten, men nuförtiden är de tvungna mer och mer till att dela makten med andra aktörer i systemet, speciellt med redovisarna.
- Redovisningens användare framstår som den svagaste aktör i systemet, vilket leder till minskad nytta av redovisningsinformationen. Det är därför att kompletterande information söks på andra vägar av utlånande banker. Det är också därför att aktiemarknaden i Sverige och Danmark nekade omedelbart deltagande i de världsledande internationella standardiseringsorganen, och också en anledning till bildandet av BFN i Sverige - den enda organisation i alla nordiska länderna som företräder arbetstagarna i systemet för framtagning av finansiell information.
- Akademikernas roll i redovisningens utformning i de nordiska länderna har varit mer omfattande i de nordiska länderna och Tyskland jämfört med andra såsom Storbritannien och Frankrike, men deras roll har nu börjat minska. [JÖMA 94](1.),(4.).

4.5.2. Auktoritetsskala vid intäktsredovisningsreglering

Traditionellt har externredovisningen ingått i det juridiska systemet eftersom redovisningsreglerna var underordnade lagregleringarna i ÅRL, BFL, ABL, m.fl. Själva ÅRL är resultatet av implementeringen i lagstiftningen av två EU direktiv, det fjärde och det sjunde, som möjliggjorde att EU reglerna blev gällande indirekt i Sverige efter den nationella implementeringen.

Nuförtiden externredovisningens EU – förordningar som: *IAS – förordningen* som kräver att noterade företag skall följa IFRS och *Förordningen vid antagningsprocessen* har större tyngd än nationella lagregleringarna och är direkt bindande för både individ och företag [STLU 12], vilket på visst sätt betyder att rollerna mellan redovisningsreglerna och lagen ombyts.

Hursomhelst, resterande rättskällevärdet och rättskällor är fortfarande underordnade till den svenska lagen, i följande ordning enligt deras statustyngd:

- Skall-status reglerna: Riksdagens förordningar (såsom AB förordningen), vissa myndighetens föreskrifter (såsom Finansinspektionens föreskrifter), GRS såsom den hänvisas i ÅRL och BFL,
- Bör-status reglerna: lag förarbeten (Departements Serie - Ds, själva utredningen - SOU, Lagrådsremiss, Propositioner) och prejudikat (HFD tidigare nämnd RegR, men nuförtiden även Kammarrättens beslut och Länsrättens om inte överklagade).
- Kan-status reglerna: doktrin (avhandlingar och artiklar) och Allmänna råd (BFNAR, RR, RFR, Far). [STLU 12]

Undantag till huvudregelns auktoritetsskala uppstår dock i fall vissa regler i BFN hjälper till att följa GRS. Då blir till exempel BFNs allmänna råd bindande genom att kan-status ändras till skall-status. [STLU 12] Eftersom lagstiftningen kräver att redovisningen skall följa ”lagstiftningen” och ”GRS” resultatet blir att det antingen finns en GRS eller att det finns flera GRS. [HULT 09]

Under trenden att utveckla ytterligare regelverk med skall-status tyngd, anses nuförtiden BFNs gamla regelverk för komplicerat och det är därför som BFN vill ersätta den med förenklade regelverket för fyra kategorier av onoterade företag K1, K2, K3 och K4. [BFNB 13] I samband med införandet av K-projektet uppstår legitimitetsproblematik med BFNs roll som statlig institution att själv bestämma över vad GRS innebär. Enligt BFNs kritiker BFN har inte ensamrätt att bestämma vad som GRS är, men HFD kan göra det. BFNs roll blir då endast en riktlinjeskapande roll för hur redovisningen skall upprättas, eller ett ”optiskt” intryck av monopol. [HULT 09]

Enligt IAS 8 vilken är den bindande IFRS standarden som reglerar den själva normhierarki tillämpningen enligt IASB först tillämpas den specifika standarden (IAS 8 p.8) men inte om effekten av standardens tillämpning inte är väsentlig (p.8). Om en specifik standard saknas redovisas då enligt egna bedömningar av relevans och tillförlitlighet (p. 10) med extensiv eller analogisk tillämpning av ”liknande och närbesläktade standarder” om möjligt eller om inte möjligt med tillämpningen av Föreställningsrammen (p. 11). Sist i IASB redovisningshierarki ligger andra uttalande och källor från organ som använder liknande föreställningsram samt branschpraxis. (p.12) [STLU 12]

På koncernnivå, för redovisningen av intäkter med undantag för vissa intäkter som nämnts i kapitel 4.4.1. Intäkterna behandlas av IAS 18 och IAS 11 standarderna med följande av reglerna redovisade i Kap.4.2. - Den nya IAS 18 – standarden. För företag som inte tillämpar IFRS man kan tillämpa de reglerna som finns i den kan – status allmänna rådet BFNAR 2003:3. [MART 10]

4.5.3. Sambandet mellan redovisning och beskattning

Tre typer av samband mellan redovisning och beskattning kan finnas:

- Materiellt samband – GRS styr beskattningen (KL)
- Formellt samband – Skatterätten styr skattereglerna och även redovisningen
- Inget samband – Ingen koppling mellan redovisningen och beskattningen finns. [STLU 12]

Traditionell kopplingen mellan redovisning och beskattning i Sverige har varit starkt, vilket betyder att samma regler används i årsredovisningen som i beskattningen. I länder med en traditionell svag koppling mellan redovisning och beskattning, såsom USA eller Storbritannien värderingen av tillgångar och skulder kan göras enligt olika regler för redovisning och beskattning och kan resultera i en årsredovisning till skattemyndigheten som skiljer från årsredovisningen presenterad till resterande intressenter. Införandet av IFRS har ändrat den svenska redovisningen mot frikoppling som ännu bara gäller koncernredovisningen. [JORU 05]

Sambandet mellan redovisning och beskattning motiverar ibland i redovisningen för den juridiska personen alltså för moderbolag att avvika från visa IFRS regler. Enligt RFR 2 uppdrag kan redovisas också när de är fullgjorda istället för att tillämpa successiv vinstavräkning. I så fall enligt ÅRL 4 kap, alla utgifter redovisas som pågående arbete (varulager) i BR fram till resultatavräkningen. [MART 10]

4.5.4. Klassiska intäktsredovisnings rättsfall

Skatteverket som på grund av olika syn på vad GRS innebär ifrågasätter dock ibland företagens redovisning som brukar ha olämpliga skattekonsekvenser. Denna sorts konflikter har genererat en hel del nya periodiseringstvister. Några viktiga rättsfall värda att nämna inom intäktsredovisningsområdet:

- Referensmålet Rå 1977 Ref 13 är en av de viktiga tidigare prejudikat som har utformat den nuvarande svenska intäktsredovisningsvärlden. Anticimex ABs intäkter från tjänster för att hålla hushåll fria från råttor och annan ohyra fick inte periodiseras, men enligt HFD omedelbart redovisa och tas till beskattning.
- Referensmålet Rå 1997 not 533 är ett annat prejudikat som fastställer omedelbar redovisning av intäkter för en radio och tv handlare. För att intäkter ska kunna periodiseras, det finns behovet av mer omfattande och preciserade former av avtal för en särskild garantiservice efter avtalets ingående. I avsaknad av en tillräckligt preciserad avtalsform intäkter ska redovisas omedelbart.
- Referensmålet Rå 1999 Ref 32 är en annan klassiker inom intäktsredovisningen som i HFD accepterar företagens redovisning som alternativ GRS. Företaget *Key Code Security AB* hade periodiserad sina serviceavgifter för uthyrning av säkerhetsbrickor med lika delar under en 12 månaders period såsom det var en hyresinkomst eller en ränteinkomst. De största kostnaderna uppstår vid avtalets ingående som löner till tjänstens försäljare, medan under avtalstiden utgifterna är små i förhållande till de totala kostnaderna och till intäkterna och relateras till abonnemangsavgifter till ett annat företag ABAB för återsändande av kundernas nycklar i fall de har tappat de, någon har hittat de och lämnat in de till ABAB. Inkomstperiodiseringen stöds av den kvarvarande prestationen även om den är av mindre omfattning – bara 2 % av inkomsten är inte realiserad vid faktureringen. Med Key Code - domen har Anticimex – domen förlorat sitt prejudikatvärde.
- Ett exempel när ett företag erhåller andra ersättning för annat än en vara eller tjänst är referensmålet Rå 2005 Ref. 49. Företaget *Milda Makter Media AB* erhåller i detta fall skadestånd för uteblivna intäkter under två år är för att inte bedriva konkurrerande verksamhet med ett annat

företag. HFD bedömer dock intäktsperiodiseringen under dessa år som förutbetalda intäkter som olämpligt enligt GRS eftersom prestationen anses huvudsakligen fullgjort med den avtalade överenskommelsen. Förpliktelsen att inte bedriva konkurrerande verksamhet är inte en kvarvarande prestation och det betyder att enligt realisationsprincipen intäkten ska redovisas omedelbart. Väldigt likt Milda Makter fallet är även det tidigare Rå 1997 not 51 som fastställer att en äppelodlare inte får periodisera ersättning av uteblivna intäkter från äppelodling under de 15 avtalade åren eftersom inga framtida utgifter och kostnader uppstår senare. [STLU 12] & [RSV:s 99]

5. Empiri

Information från de granskade koncernernas årsredovisningar, websidor, och intervjuerna läggs i det presenterade kapitlet. Hugo Kylebäcks bok "Handel, handel, vart är du på väg?", BAS 2007 har också varit en utmärkt utgångspunkt för studiens undersökning av handelshusbranschen.

5.1. Studieobjektens ägarstruktur och organisation

Som vi tidigare förklarat i kapitel 3 är studieobjektens ägarstruktur ett relevant undersökningsområde för att kunna nå en djupare förståelse utifrån ett hermeneutiskt enhetsperspektiv.

5.1.1. ICAs ägarstruktur och organisation

ICA AB ägdes till den 11 februari 2013 av två stora aktieägare Hakon Invest AB och Royal Ahold NV som enligt avtal hade lika stort inflytande även om de ägde ojämn procent i företaget. Den ena aktieägaren, Hakon Invest ägs i sin tur till 67% av *ICA-handlarnas förbund*, i vilken ingår som medlemmar alla svenska *ICA handlare*. Resterande 33% ägs av *enskilda aktieägare*. Den andra aktieägaren, Royal Ahold är ett nederländskt holdingbolag som driver detaljhandel främst i USA och Europa. [ICAA 13](1.)

I ICA AB pågår under uppsatsens skrivande stora förändringar i ägandet. Efter den 11 februari 2013, när de två ägarna har nått en överenskommelse det har börjat en försäljningstransaktion av Aholds hela 60 % av aktierna i ICA till Hakon Invest i Sverige som efter förvärvet blir enskild ägare. [AHOL 13] Transaktionen resulterar i skapandet av en ny koncern, verksamt inom fyra verksamhetsområden: dagligvaror, bank, fastigheter och sällanköpsvaror. I samband med förvärvet, företaget byter namn till ICA Gruppen. [ICAA 13](1.) Transaktionen slutfördes den 27 mars 2013, [HAKO 13] för 20 miljarder kronor kontant med hjälp av Handelsbanken och Nordea, och nu är ICA Gruppen ett helt svenskägt företag. 10 procent av gruppen ska ägas av Industrivärden som köpte andelen från Ica – handlarnas Förbund. [AFFÄ 13](1.) 51,3 % ska ägas fortfarande av ICA – handlarnas förbund. En del av finansieringen skall återbetalas genom nyemission till Hakon Invests aktieägare om ca 5 miljarder kr. [HAKO 13]

Enligt Claes Ottosson, ägare till ICA Kvantum Hovås, kommer troligen inköpsarbetet mellan ICA Gruppen och Ahold fortsätta även efter separationen, speciellt eftersom inga av parterna har kritiserat den andra och att denna Kooperation med Ahold hade resulterat för ICA i "förbättrat lönsamhet och ordning för företaget". Enligt Göran Blomberg, Hakon Invests CFO från och med 2009, det faktum att ICA ägs av 100 % svenskägda företag en bra idé värt att försvara genom att "säkerställa att ingen extern part kan påverka det på något sätt". [CASK 13](s.39)

5.1.2. KFs ägarstruktur och organisation

KF är en detaljhandelskoncern organiserat som ett förbund som har för avsikt att skapa ekonomisk nytta till medlemmarna enligt KFs stadgar. Den ägs av 39 konsumentföreningar över hela Sverige, i vilka ingår över 3 miljoner medlemmar som genom sin konsumtion bidrar till en hållbar lokal miljö. [COOP 13] Kooperativa Förbundet är moderbolaget i KF – koncernen och organiseras som en ekonomisk förening med alla dotterbolag organiserade som aktiebolag. KF koncernen består av fem verksamheter: Dagligvarugruppen, Mediegruppen, Fastighetsgruppen, Övriga bolag och Investgruppen.

Dagligvarugruppen med varumärket COOP är KFs kärnverksamhet. Den svarar för hälften av dagligvaruhandeln i Sveriges butiker. Den är indelat i sin tur också i fem verksamhetsområde som alla drivs som aktiebolag med fem styrelser: Coop Butiker & Stormarknader, MedMera Bank, Coop Marknad, Coop Inköp & Kategori och Coop Butiksutveckling. I Coop Butiker & Stormarknader AB

ingår kedjorna: Nära, Extra, Konsum, Forum, Bygg, butiken Daglivs och nätbutiken Online.[COOP 13] (2.) &(3.).

Några kända varumärke från andra affärsområde grupperas under de andra fyra aktiebolag. Mediegruppen är KFs aktiebolag KF Media AB, i vilken ingår Norstedts Förlagsgrupp, Akademibokhandeln och Bokus. [COOP 13] (2.)&(5.) Fastighetsgruppen består av KF fastigheter och Handelsbodarna. KF Fastigheter förvaltar och utvecklar handelsanläggningar. [COOP 13] (2.)&(6.) Investgruppen konkretiseras i KF Invest som är koncernens finansfunktion och KF Sparkassa som bjuder spartjänster till medlemmarna, även Löplabbet - Skandinavians ledande butikskedja för löpningstillbehör, Leos Lekland och PAN Vision. [COOP 13] (2.)&(7.) Till övriga bolag tillhör konferensanläggningen Vår Gård Saltsjöbaden, tidningen Vi samt ett internt ekonomi, IT och medlemstjänster servicebolag - KF Shared Services. [COOP 13] (2.)&(8.)

5.1.3. Axfoods ägarstruktur och organisation

Axfood är det tredje blocket inom dagligvaruhandeln i Sverige med cirka 20 % marknadsandel och är noterad på Nasdaq OMX Stockholm Large Cap-lista. [AXFO 13] (3.) Aktiekapitalet ägs till ägs till cirka 50 % av Axel Johnson AB och till totalt 73 % av svenska ägare. Resterande 27 % ägs av utländska ägare, till största del hemmahörande i Norge, USA och Storbritannien. [AXÅR 12]

Axfood bedriver detaljhandel genom cirka 250 butiker i de egenägda kedjorna Willys, Hemköp och PrisXtra samt cirka 820 handlarägda butiker i kedjorna Handlar'n/Tempo (366 butiker), men också resterande del av Hemköpskedjan och Willys. Axfood bedriver också partihandel genom Dagab (2 fullsortimentslager och 2 färskvarulager) och Axfood Närlivs kedja (ca 20 butiker). [AXFO 13] (3.)&(4.)

5.1.4. Tescos ägarstruktur och organisation

Brittiska Tesco är en av de fyra största dagligvaruhandelskedjorna i världen. Tesco rankas enligt vissa klassificeringar som trea, efter amerikanska Wal-Mart och franska Carrefour men före den tyska jätten Metro Group. [FOOD 12] Tesco är noterat på Londonbörsen och har tusentals aktieägare. [WIKI 13] (2.) Företagets största aktieägare enligt den senaste årsredovisningen amerikanska Berkshire Hathaway Inc med ca: 5 % av aktierna. Andra större ägare är: Blackrock Inc (4,96 %), Norges Bank (4 %) och Legal & General Investment Management Limited med 3,99 %. [TEÅR 12]

Tesco är verksamt i 14 länder och har över en halv miljon anställda, med det ambitiösa målet att "be seen as the most highly valued business of the world" [TESC 13](2.). Tesco har en mångsidig verksamhet flera olika affärsområden med varuhandeln som bolagets kärnverksamhet och bankning som den näst viktigaste affärsområdet. I Tesco:s ÅR framgår det att organisationen delas in i fem delar med utgångspunkt på företagets verksamhetsgeografi samt affärsområde: UK – kärnverksamhet och hemmamarknad, Asien, Europa, US samt Tesco Bank. [TEÅR 12]

5.1.5. Sibas ägarstruktur och organisation

Siba är ett familjeägt detaljhandelsföretag som är ledande inom hemelektronik och har flera affärsområden: ljud och bild, data och telefoni, hushåll och personvård. [SIBA 13](1.) Huvudkontoret ligger i Göteborg. I koncernen ingår 59 elektronikvaruhus i Sverige, Norge och Danmark. [WIKI 13](1.) Siba organiseras som koncern med moderbolaget Siba Holding AB. [121N 13] Koncernens ingående dotterbolag organiseras efter geografi och verksamhetsområde på följande sätt:

- de svenska Siba AB, Siba värdepapper AB och Siba Service AB med sin dotter Radar AB (en webbåterförsäljare avvecklad i mars 2012 [WIKI 13](1.));
- den finska Siba AB Finland;

- de danska Siba APS och Siba Computer City AS(Computercity är en filial till SIBA AB [SIBA 13](1.)),
- de norska Siba AS Norge och Computercity AS. [121N 13]

5.2. Ett historiskt perspektiv för de fem undersökta handelsbolag

Företagens historik kan hjälpa oss att bättre förstå företagets identitet samt tolka siffrorna i ÅR.

5.2.1. ICA Gruppen

ICA gruppen är utan tvekan den största svenska verksamhet med kärnverksamhet inom dagligvaruhandeln [KYLE 07](3.) grundat i syfte att skydda enskilda handlare med egna butiker från KF:s hårda konkurrens genom ett inköpsarbete. [KYLE 07](9.) Grundandet av AB Hakon Swenson år 1917 betraktas som hela ICA – rörelsens grundande år eftersom det år hade Hakon Swenson tillsammans med bl.a. flera handlare förverkligat ICA konceptet. ICAs rötter finns också i 1938 års samarbete mellan Hakonbolaget, Specialisternas Varuinköp, Eol och Nordsvenska Köpmanna AB vilka i sin tur har ännu tidigare rötter långt bak i 1800 – talet. [ICAA 13](2.) ICA har både utvecklats inom Sverige samt internationaliserad genom sin expansion i Norge, Danmark och de Baltiska Staterna.

Det första internationella steget togs genom partnerskapen med den norska Hagen Gruppen 1991 som omnämndes till Hakon Gruppen[KYLE 07](4.), och fortsatt med en joint venture med den Danska ISO Supermarket och expansion i de baltiska staterna: Lettland(1996), Litauen(1999), Estland(1999) [KYLE 07](5.), och partnerskapet med den nederländska Royal Ahold(2000) – en av de bäst utvecklade internationella privata handlarna.[KYLE 07](6.) ICAs internationalisering har ibland skuggats av en serie besvikelser såsom den finansiella besvikelse som orsakades av inledandet av den lågpriskedjan Netto tillsammans med Dansk-Supermarked, ICA Norge, ICA Meny finansiella besvikelsen, och Aholds finansiella skandalen. [KYLE 07](3.) Aholds skandal orsakades av oegentligheter i Aholds argentinska dotterbolag samt en överskattning av en av Aholds dotterbolag i USA. Intäkter från leverantörer i det amerikanska bolaget hade aktiverats som fordran i balansräkningen, men bidraget aldrig hade betalats av leverantören. [CASK 13](s.16,17) Men enligt Anders Hallgren(Icas Kommunikations Manager), Aholds redovisningskris 2002/2003 enbart berörde Ahold och därför ICA HF inte påverkades. Skandalen smittades inte till Ica eftersom under den perioden Ahold hade behållit en lägre profil i ICAs beslutsfattandeprocess.[CASK 13](s. 33, 34) Enligt Claes Ottosson(ägaren av ICA Kvantum Hovås) och Roland Fahlin (ICA Handlarnas Förbund Group manager tills 2004 när han gick i pension) ICA har tjänat på förhållandet med Ahold synergieffekter på marknaden, speciellt ökad köpkraft och kunskapsmässiga fördelar.[CASK 13](s.28,29)

Företaget har karakteriserats av starkt tillväxt under en lång period, som inkluderades bara under 2005 året åtta nya stormarknader. Samma år i december börsnoterades Hakon Invest som då ägdes av ICA till 40 %. Samtidigt i 2005, den andra stora aktieägare Royal Ahold NV har kompenserat den svenska Hakon Invest för bokföringsoegentligheter med 100 miljoner SEK. En annan framgång för ICA har varit ICA banken med över 3 miljoner ICA-kort och världsomfattande erkännande om man betraktar som relevant de största namn i branschens intresse av att köpa ICA (Carrefour, Wal-Mart och TESCO). [KYLE 07](3.)

Partnerskapet med Ahold har slutat i 2013. Om Hakon Invest inte hade köpt tillbaka sina aktier från Ahold skulle Hakon Invest i 2040 förlorat den avtalade delade kontrollen av kedjan eftersom den ägde bara 40 % av aktierna. Göran Blomberg, Hakon Invests finanschef var beredd att försvara ICA koncepten för en längre tid och förväntades att Ahold skulle sälja sin andel. Den officiella anledningen

till försäljningen var att Ahold ville behålla bara de andelar i företaget i vilken den hade bestämmande kontroll. [CASK 13](s.35,19)

5.2.2. Kooperativa Föreningen

Den ökande konkurrensen inom EU, de utländska kedjorna inmarsch på den Svenska marknaden har orsakat behovet av att utveckla en nordisk struktur. Diskussionerna för en nordisk struktur inleds i 1995 mellan KF, norska NKL och danska FDB och konkretiserades i juni 2001 med beslutet att bilda Coop Norden AB genom sammanläggningen av den danska, svenska och norska dagligvaruverksamheten. Den kooperativa koncernen Coop Norden ägs av medlemmarna och omfattar omkring en tredjedel av den nordiska varuhandeln.[KYLE 07](1.).

Men i januari 2007 inledde Coop Nordens Styrelse en omvandling till bara ett samnordiskt inköpsbolag som nu heter Coop Trading. Omvandlingen tecknades i december 2007. Resultatet blev att dagligvarukedjorna i de tre länderna ägdes nationellt - Coop NKL i Norge, FDB i Danmark och KF i Sverige - och att Coop Trading ägs till lika delar av konsumentkooperativen i de tre länderna. Det innebär att Coop Sverige ägs efter 2007/2008 årsskiftet av KF, samtidigt som synergieffekter skapas fortfarande på inköpsidan av den gemensamma Coop Trading. Denna strategiförändring verkar ha löst ägarnas problem vilket var den för låga avkastning på investerat kapital och de saknade marknadsframgångarna. [COOP 13](4.) Coop Nordens återgång till nationellt ägande 2007 har lagt förutsättningarna för en ny fas eller en ny form av samarbete, vart ägandet och driften återgår till nationellt nivå, medan inköpen sköts globalt. [KYLE 07](2.)

5.2.3. Axfood

Axfoods rötter finns hos Axel Johnson AB och Dagab. Axel Jonson Gruppen är ett familjeföretag som startades av Axel Johnson som ett järn och stenkol handelsrörelse 1873 och har utvecklats till en större koncern inom gruvor, bruk, rederier, fastigheter, försäkringsbolag, raffinaderier och från 1970-talet även dagligvaruhandeln genom aktieköp i Dagab. 1982 tredje generationen då 32-åriga Antonia Axson Johnson övertog företaget och omvandlade verksamheten från industri och produktion till handel, tjänster och service. [KYLE 07](7.) En anledning till omvandlingen kunde ha varit också krisen 1992 då Axfood samarbetade med KF. [KYLE 07](8.) På grund av stora förluster blev koncernen tvingat att sälja stormarknadskedjan B&W till KF, och med pengarna köptes KFs import och partihandel med frukt och grönt. [KYLE 07](7.)

Dagab – ”det andra embryot till Axfood” var en grossiströrelse som stod i skuggan av Kooperationen och ICA-rörelsen. Dagab blev dotterbolag till frukt och grönsaksföretaget JS Saba i vilken Axel Jonson var delägare. Upp till 1970-talet var Dagab inte så starkt och under stadigt inköpshot från den allt mäktigare ICA. [KYLE 07](7.) 1999 Dagab slås samman med detaljisten D-gruppen för att forma D&D Dagligvaror. [AXFO 13](2.)

Axfood, det tredje svenska blocket inom dagligvaruhandeln, bildades först under 2000 och hade sin bas i de helägda butikskedjorna Hemköp, Willys och Willys hemma och franchisekedjorna Spar, Tempo och Vivo. [KYLE 07](7.) Bildandet sker genom samgående av den börsnoterade Hemköp och D&D Dagligvaror samt förvärv av Spar Sverige, Spar Inn Snabbgross och Spar Finland. [AXFO 13](1.) Axfoods koncept utvecklades över tiden i tre större riktlinjer:

- Willys växte fram som Axfoods lågpriskedja med endast lågprisvaror, men som motsats till lågpriskedjan Lidl med omkring 1000 artiklar har Willys ett betydligt större sortiment på omkring 8000 artiklar.

- Hemköp startades i Dalarna i den nuvarande formen i 1982. 1991 den köpte Åhléns livsmedelsenheter och förvandlade de till den starka Hemköp allivsbutiker med ökat antal specialvaror koncept på 1990-talet, koncept som ytterligare stärktes under en omfattande 2005 omstrukturering med ny inredning, logotyp och aggressiv marknadsföring. För vissa butiker övergången till franchisebutiker blev dock den enda lösningen.
- Axfoods tre franchisekoncept är Spar som utvecklades från den tidigare Vivo utanför Stockholm, Tempo och Handlar'n. Problem blev det 2004-2005 när Vivo Stockholm beslöt att byta grossist från Axfood till Bergendahls på grund av för höga inköpspriser jämfört med Axfood helägda butiker som egentligen subventionerade Willys lägre priser och även anmälade till Axfood till konkurrensverket för dominerande ställning. De andra Vivo handlarna utanför Stockholm gjorde dock motsatsen och gick över till Spar och konverterade till Hemköp och i det större perspektivet blev det en bra utveckling för Axfood. [KYLE 07](7.)&(8.)

5.2.4. TESCO

Tesco grundades 1919 av Jack Cohen i östra London med ett marknadsstånd för grönsaker men den första butiken med namnet TESCO öppnades först 1929 i norra London. Det första lagret byggdes 1934 i Edmonton, också norra London, och därifrån började verksamheten växa genom att företaget köpte olika butiker i expanderande Londonförorter. År 1947 introducerades Tesco Stores på Londonbörsen och året efter introducerade bolaget ett amerikanskinspirerat självbetjäningssystem och runt 500 nya butiker köptes upp fram till 1960. Den första stormarknaden etablerades 1958 i Essex och inkluderade förutom självbetjäningssystem också ett över-disk-system för försäljning av kött, ost och smör. År 1960 inkluderades även hushållsartiklar och kläder i försäljningen och 1982 datoriserades kassorna i butikerna. År 1994 gick Tesco in även på närbutiksmarknaden med introduktionen av Express TESCO formatet och förbättrade sedan stormarknadskonceptet med TESCO Extra år 1997.

Tesco expanderade internationellt på genom förvärvet av ungerska kedjan S-Markets 1995. I Thailand gick bolaget in 1998 under namnet Tesco Lotus, följt av Sydkorea (-99), Malaysia (-02), Turkiet (-03) och Kina (-04). År 2007 gick företaget in på den amerikanska marknaden under namnet "Fresh and Easy" och 2008 förvärvades Homever-kedjan på den Sydkoreanska marknaden. 1996 introducerades 24 timmars handel konceptet, 2000 Tesco.com konceptet och 2010 ett alternativt sätt för kunder att dra sitt kort i en Clubcard app. 2009 köpte TESCO RSB:s 50 procentiga aktieandel av Tesco Personal Finance och döpte om den till Tesco Bank. 2012 internationaliserades online tjänsteförsäljningen till centrala Europa i Tjeckien och Slovakien. [TESC 13] (1.)

5.2.5. Siba

Från den blygsamma början av en egentillverkad försäljning av kristallkronor har Siba utvecklats till en renodlad radio och TV kedja under 1960-talet, till en varuhushandlare på 1970-talet, till en större svensk hemelektronik handlare under 1980 och 1990-talet och till en av de ledande nordiska kedjorna för hemelektronik under 2000 och 2010-talet som firade 60 årsjubileum i 2011. [SIBA 13](2.)

Hemelektronikbranschen i Sverige har på senare år genomgått stora förändringar som t.ex. kedjorna Expert och Onoffs konkurser orsakade av allt större förluster till följd av den stenhårda konkurrensen på marknaden, och den växande handeln på internet. De största aktörerna på marknaden förutom Siba är Elgiganten och Media Markt. Bland övriga aktörer finns också Audio Video och nya Electrakedjan men det finns inte plats för mer än två eller tre kedjor enligt Elgigantens Sverige VD Niclas Eriksson.[ALES 13]&[HUGO 13] Året 2012 är det femte i rad med miljonförluster för Siba AB,[STTT 13] men eftersom Siba Holding har en stor soliditet(på närmare 60 %) och ett eget kapital på 470 miljoner skulle kunna klara upp till ytterligare 6 år av liknande förlust. [HUGO 13]

Enligt Fabian Bengtson, son och arvtagare till Bengt Bengtsons miljardimperium, den gynnsamma förändring är redan här eftersom Siba tar över marknadsandelar på en vikande marknad samtidigt som resultatet har förbättrats med 50 %. [HUGO 13] En annan fördel för Siba jämfört med sina konkurrenter är att finansbolaget Resurs Bank-gruppen där familjen Bengtsson är stor delägare med 45 % genom investmentbolaget Waldir helt fristående från Siba erbjuder billigare finansiering till Sibas kunder. Förändringar kan ske dock i framtiden eftersom 55 % av Resurskoncernen har köpts av riskkapitalbolaget Nordic Capital. [SJÖG 13]

5.3. Förändrande intäkter

Utifrån data samlade från de undersökta företagens årsredovisningar i det här kapitlet tas fram en historisk kvantitativ undersökning av företagens ekonomimodeller som presenteras grafiskt för att underlätta analysen. Denna kompletteras av en kvalitativ undersökning av årsrapporterna.

5.3.1. ICA Gruppens intäkter

5.3.1.1. ICAs intäktsredovisning

Det första av åtta prioriterade områden för 2013 presenterades i VDs brev 2012 för vad som gäller ICAs arbete på kort och medellång sikt är att öka tillväxten i butiksverksamheten både genom nyetableringar, men också genom ökad försäljning i befintliga butiker, särskilt i Baltikum och de svenska storstadsregionerna. Följande tre av åtta områden identifierade av VD är också relaterade till försäljning: att öka försäljningen av egna varumärken med 1 % per år, säkra konkurrenskraftiga priser, bli ledande inom digital försäljning. [ICÅR 12] Under hela perioden 2003-2012 ÅR innehåller en inledande kort 5 års grafisk översikt över omsättningen med ökande staplar. [ICÅR 03-12] Från 2006 och vidare, ett detaljerat avsnitt om Icas marknader och bolag redovisar olika nyckeltal, bland annat omsättningen per segment: Sverige, Norge, Rimi Baltic, Ica banken, Ica Fastigheter. [ICÅR 06-12]

Från 2005 och vidare presenteras butikernas försäljningssiffror separat i ett eget avsnitt i absoluta och relativa siffror jämfört med föregående år per land samt butikskedja. Till exempel i Sverige redovisas beloppen för Maxi ICA Stormarknad, ICA Kvantum, ICA Supermarket, ICA Nära samt totalt för Sverige (98 273 MSEK eller 4,4 % i 2012). Likadant görs för Norge (total 17732 MNOK eller -8,3 % i 2012) och för Baltikum tas bara slutsumma för de tre länderna: Estland, Lettland och Litauen samt slutsumma för hela Baltikum(1147 MEUR eller 3,3 % i 2012). [ICÅR 04-12]

2005 är det första år som IFRS tillämpas. Under den undersökta perioden är det bara 2005 ÅR som pratar om standarden IAS 18. I 2005 ÅR presenteras ett femårssammandrag i vilken 2004 året tas med på två kolumner för att underlätta förståelsen av ändringarna som har skett i redovisningen. Nettoomsättningen 2004 blev 71811 MSEK och omräknat blev den 73334 MSEK. 2006 är också ett år med förändrade redovisningsprinciper för ICA eftersom räntorna och provisionsnetto i ICA banken redovisas i nettoomsättningen. Innan 2006 räntenettet ingick i övriga rörelseintäkter. Också efter 2006 intäkter från kortjänster i ICA banken redovisas i samband med kundens debitering med en jämn fördelning över året.

Indelning på segment för intäkternas ursprung redovisas under 2012 följande procent:

- 53,9 % relaterad till inköpen - Återförsäljning av varor sker efteråt till butiker i Sverige/Norge
- 42,5 % relaterad till butikerna - Det handlar om intäkter i Sverige via royalty, vinstdelning med butikerna och från slutkunderna till MaxiSpecial(hem och fritids artiklar försäljaren), intäkter i Norge via helägda butiker eller franchiseavgifter och i Baltikum via helägda butiker.

- 2,8 % för fastigheter – ICA äger många av sina butiksfastigheter. ICA också får intäkter genom att hyra ut de till både ICA handlarna och andra aktörer.
- 0,8 % för finansiella tjänster – De finansiella tjänsterna för sparande, lån och försäkring skapar lojalitet och minskar externa kortkostnader. ICA får intäkter också från betalterminal och uttagsautomater och uthyrning till andra aktörer samt uttagstjänster i butikkassorna. [ICÅR 12]

I not 1 innan 2005, principerna som styr nettoomsättningens redovisning presenteras ganska kortfattad. Nettoomsättningen inkluderar moms och rabatter och inkluderar mest försäljning av varor. Redovisningstidpunkten är samma som leveranstidpunkten. Tjänsteintäkter, royalty och utdelning redovisas enligt avtal. [ICÅR 03-04] Mellan 2005-2012, Not 1 beskriver detaljerad intäktsredovisningsprincipernas applicering. Intäkterna redovisas när ”de väsentliga riskerna och förmånerna som är förknippade med varornas ägande har övergått till köparen ” i omfattning med att fördelarna är ”sannolika” och ”tillförlitliga”.

- För detaljhandelsförsäljning redovisningstidpunkten är betalningen i butiken.
- Vid partihandelsförsäljning och vid varor och tjänstefranchiseförsäljning kravet uppfylls vid leverans, och vid detaljhandelsförsäljning vid betalning i butiken.
- Tjänsteintäkterna klassificeras som royalty, franchiseavgifter och intäkter för olika former av konsulttjänster. De redovisas i RR ”i takt med att de tjänas in”.
- Utdelningsintäkter redovisas ”när rätten att erhålla utbetalningen fastställs”.
- Också i not 1 men i ett separat avsnitt redovisar Ica också principerna för ränteintäkternas redovisning. För ränteintäkter sker redovisningen i takt med intjänandet ”i den period till vilken de är hänförliga” i RR. Ränteintäkten kalkyleras utifrån tillgångens avkastning enligt effektivräntemetoden. [ICÅR 05-12]

I not 2 redovisas för varje segment både den externa och interna nettoomsättningen. De första tre segmenten refererar till Sverige, Norge och Baltikum, de sista två segmenten tillkommer 2006 (ICA Banken) och 2012 (ICA Fastigheter). I Not 2 ÅR 2005 redovisas också effekterna av övergången till IFRS år 2004 som relateras till IAS 18.

5.3.1.2. *ICAs kundlojalitetsprogram*

Redan det först analyserade året - 2003 - redogjorde ICA om sitt intresse att ICA banken i framtiden skulle förenkla hushållsekonomin för kunderna och på det sättet också stärka lojaliteten. Startpunkten för detta intresse konkretiserades tidigare med ICA Bankens introduktion av ICA-kortet 1990 – som första lojalitetskort i branschen men kundlojalitetsprogrammet skulle utvecklas ytterligare.[ICÅR 04]

Utvecklingen har skett fort. 2008 introducerades först som test i Östergötland och sedan i hela landet ett lojalitetsprogram med rabatter på favoritvarorna ”Mina varor” men ingenting hittades i ÅR om hur dessa redovisas. 2011 Ica Banken och ICA Sverige lanserade ett succéfullt program som gav studentanpassade rabatter på mat och hushållsvaror och försäkring, dubbel bonus på köp i Ica butikerna samt kostnadsfritt Ica Kort. [ICÅR 11] År 2012 ICA redovisar i sin ÅR att den samarbetar med konsument- och miljöorganisationer, branschorganisationer, idrottsklubbar etc. ICA Norge rabatterar till 50 % produkter med kort datum för att minska matsvinnet. [ICÅR 12] Från 2012 ICA Banken har avtal med Svenska hockeyligan och andra klubbar med avtal för kort relaterade tjänster och betalningstjänster. [ICÅR 12]

Relaterad till ICAs bonusprogram finns det också en omdiskuterad tvist. En grupp norska köpmän begär ett skadestånd på 96 MNOK från ICA Norge avseende innehållna bonusar och därför beloppet

redovisades som en eventualförpliktelse. Oslo Tingsrätt tillerkännande anklagandet 1 juni 2010[ICÅR 11], men ICA Norge har överklagat domen och vunnit i Oslo lagmansrätt mars 2012. [VIKO 12]

IFRIC 13 börjar tillämpas för ICA från år 2009 enligt 2008 ÅR. Bonusen som lämnas till kunderna baseras på kundernas inköp men påverkar inte väsentligt de finansiella rapporterna.[ICÅR 08] Principerna som styr bonusredovisningen förtydligas i Not 1 under avsnittet ”Intäkter”. Om kunden ska erhålla en bonus vid försäljning redovisas intäkten för bonusdelen av betalningen först då bonusen utnyttjas. Till dess redovisas bonusen som en skuld. [ICÅR 11]

5.3.1.3. ICAs fastighetsuppförande avtal samt andra intäkter från fastigheter

ICA Fastigheter är till ytan den näst största fastighetsaktören på detaljhandelsmarknaden i Sverige. ICA Fastigheter är en verksamhet som ingår i ICA Sverige och i ICA Norge till år 2008. 2008 hade ICA bara i Sverige cirka 600 hyreskontrakt och ägde cirka 100 butikslokaler. ICA Fastigheters uppgift är att äga, hyra, utveckla och sedan 2009 även köpa fastigheter för att ha kontroll över hela kedjan. Från januari 2009 redovisas ICA Fastigheter som separat segment i ICAs ÅR i Not 2-Segmentrapportering. ICAs intäkter från fastighetssegmentet har ökat med tiden. Intäkterna relateras till antingen förvaltning, alltså hyresintäkter eller om fastigheterna säljs, till försäljningsintäkter. ICA Fastigheter har genomfört en rad ombyggnationer i Sverige/Norge, men av mindre omfattning. [ICÅR 03-12] ICA hyresförhållande med ”fria handlare i samverkan skiljer sig från andra frivilliga kedjor” eftersom ”handlaren har butiksläget ”till låns” och det finns tydligt reglerad vad som gäller om handlaren vill sälja” med meningen att ”den enskilde handlaren ska tjäna pengar på det han eller hon presterar i butik” men ”inte bli rik på att sälja butiken vidare” vilken gör att alla realisationsvinster är intäktskällor till ICA. [ICÅR 03-12] Förut var policyn att det totala värdet på ICAs fastighetsportfölj inte skulle öka genom köp, vilket var ett krav från Ahold, och därför sålde man alltid fastigheter till samma värde som det man köpt för. Detta kommer dock att ändras i framtiden så att värdet på portföljen tillåts öka genom köp för att säkerställa ägarinflytandet vid viktiga affärsåren. [CASK 13](s. 45)

I not 1 redovisas också under ”Intäkter” avsnittet principerna som används vid fastighetsförsäljnings redovisning. Rekognoseringstidpunkten är tidpunkten av överföring av riskerna och förmånerna förknippade till fastigheten med beaktande av avtalets villkor och engagemanget i den löpande förvaltningen alltså ”normalt” tillträdesdagen. [ICÅR 03-12]

Undantag till ”normala” omständigheter finns det för sale och leaseback – transaktionerna. För gamla fastigheter som först säljs, sedan åter hyrs, enligt not 1, avsnittet om ”Övergång till IFRS” redovisas inte som försäljning enligt IAS 18. Om riskerna överförs är det en försäljning, annars fastigheten ligger kvar i BR med fortsatta avskrivningar över bedömd nyttjandeperiod. Den erhållna likviden redovisas som en långfristig skuld. Leasingavgifterna redovisas som amortering av skulden och räntekostnad. Bara när de väsentliga riskerna överförs kan en intäkt redovisas från försäljningen och skulden kan bokas bort från BR. Detta sker till exempel ”när rörelsen för en fristående ICA – handlare förvärvas av ICA eller om butiken stänger.” I fall det finns ett fortsatt engagemang att hyra ut en del av fastigheten till en ICA handlare det är bara den del som står kvar i BR. Resterande del som inte vidare förhyrs betraktas som avyttrad. [ICÅR 05-12]

ICA AB också uppför årligen ett antal butiksfastigheter. För de fall ICA bygger en fastighet till försäljning, preciseras att det är ”ICA som i normalfallet bestämmer fastighetens utformning och konstruktion” och att försäljningsintäkten ”redovisas i sin helhet i den tidpunkt då köparen övertagit risken för fastigheten och ICA erhållit betalning”. [ICÅR 05-12] Ingen referens till IFRIC 15 görs under den undersökta perioden [ICÅR 03-12]

5.3.1.4. ICAs Ekonomimodell

ICAs nettoomsättning har utvecklats positiv under de 10 undersökta åren. (Bilaga 2) Även så, en stark nedgång har redovisats för nettoomsättningen år 2005 och 2006. De finansiella intäkterna är av väldigt liten omfattning i jämförelse med företagets omsättning och når minimipunkten på 49 MSEK år 2009 och max punkten med 154,1 MSEK år 2003. [ICÅR 03-12] Med support i data samlade i Bilaga 2 konstruerades en intäktsorienterad fyrkants modell som bilden nedan visar:



Bild: Icas omsättning/balansomslutning fyrkants modell - förtydligande, Källa: Bilaga 2

Drivkrafter som styr ICAs positiva utveckling analyseras i årsredovisningen separat på varje geografisk samt verksamhetsområde segment:

- För Sverige, den stabila utvecklingen har några påverkande faktorer:
 - Dagligvarumarknadens tillväxt som "gynnas" av att "den europeiska skuldcrisen och stigande svensk arbetslöshet" gör att "konsumenterna håller hårdare i plånboken" och den svenska snabbaste urbaniseringen i Europa.
 - Fastighetsmarknaden har gått ned förutom för de bästa mellanstora fastigheterna i stark befolkade områden.
 - Bankmarknaden gynnas av ett ökande sparande och högre konsumtionslån men inte av den minskade av bolån som hålls nere. En annan karakteristiska är att det finns strängare EU regleringar till lånevillkor.
- För Norge, dagligvaruförsäljningen ökar på en bakgrund av att Norge väljer att inte vara med i EU på grund av importvarukostnaderna och är en av få land som gynnas av de höga oljepriserna. Liksom i Sverige fastighetsbranschen går ned och flyttas från ägande till hyreskontrakt.
- För Baltikum, ökar försäljningen och ett ökat intresse för lokalproducerad och hälsosammare mat noteras. [ICÅR 12]

Längs den undersökta perioden vi har inte funnit några redovisningsskandaler relaterade till ICAs intäktsredovisning förutom den obskyra skandalen av en särskild ICA-handlare som skönstaxerades av Skatteverket för oredovisade provisionsintäkter för alkoholdrycker. Provision hade kommit i ägarens egna fickor och därför skulle redovisas som beskattningsbar lön. [LNYG 13]

ICAs roll på marknaden geografiskt varierar. I Sverige är ICA marknadsledare men i Litauen till exempel betraktas de bara som uppstickare. [ICÅR 11] Det första av ICAs finansiella mål 2012 är att "öka omsättningen snabbare än totalmarknaden". Ett annat mål är att öka det egna varumärke försäljningen med 1 % varje år. Koncernen redovisar 2012 information om "en betydligt högre tillväxtnivå" för egna varumärke försäljningen men det framgår inte om målet om 1 % tillväxt uppnåtts.

Under de sista 10 år märker man en stigande trend för rörelsemarginalen. [ICÅR 03 - 12] ICA har sett till den undersökta perioden ganska höga siffror för avkastning på sysselsatt kapital. För 2012 redovisas räntabiliteten på totalt kapital till 17,6 % vilket också är maxvärdet för hela decenniet. Ett annat relativt maxpunkt händer 2010 med 15,5 %, medan i början av perioden i 2003 den är 13,1% och minimipunkten uppnås 2008 med 11,4 %. [ICÅR 04 - 12] Hakon Invest rankas först bland storbolagen vid en av Affärsvärlden egna databaser vid en undersökning över aktiekurser det första aktiekvartalet 2013. Orsaken till den kraftiga kursökningen är köpet av de nederländska Aholds aktier i Ica kedjan och att Hakon Invest efter köpet hade så mycket som 60 % av Ica. [AFFÄ 13](2.)

Enligt Hakon Invests CFO, Göran Blomberg - Aholds kultur, även om företaget är nederländskt, är generellt mer amerikaniserad än Hakon. För Ahold, styrelsen lägger stor vikt i sitt beslutsfattande på siffror och rapporter, och att det finns ett fokus på ansvar inom olika positioner inom företaget. Ahold har påverkat Hakon i viss utsträckning för vad som gäller detta efterfråga på rapporter. ”Rapportysterins” positiva sidan enligt Claes Ottosson, ICA Kvantum Hovås är att den skapar kontrollrutiner för detaljisterna som har bättre sikt över resultatet. [CASK 13](s.32)

5.3.2. Kooperativa Föreningens intäkter

5.3.2.1. KFs intäktsredovisning

Eftersom KF är ägt av dess medlemmar och, således inte är börsnoterat, har KF ingen skyldighet att följa IFRS. ÅR för KF ekonomiska föreningen och KF Koncernen upprättas enligt ÅRL med tillämpning av Redovisningsrådets rekommendationer RR1-RR29 hela perioden 2003-2012. Från den 1 januari 2005 redovisar Coop Norden AB i enlighet med IFRS men justering görs inte i KFs ÅR för att eliminera IFRS effekten på andelen från Coop Norden AB. [KFÅR 07]

En beskrivning om hur intäkterna tas in i RR saknas i 2003 och 2004 ÅR. [KFÅR 03-05] Från 2005 vidare i ÅR meddelar KF att "Intäkter redovisas när inkomsten kan beräknas på ett tillförlitligt sätt och när väsentliga risker och förmåner förknippade med varan/tjänsten överförts till motparten. Intäkterna redovisas till det verkliga värdet av vad som erhållits eller kommer att erhållas med avdrag för lämnade rabatter." År 2006-2012 ändrar inte KF i sin intäktsredovisning utan årsredovisningarna för KF ekonomisk förening och KF-koncernen är upprättade enligt Årsredovisningslagen med tillämpning av Redovisningsrådets rekommendationer RR1 – RR29 inklusive tillhörande Akutgruppsuttalanden.

Eftersom företaget inte redovisar enligt IFRS vid en undersökning hittades inte en segmentrapportering men i not 1 företaget redovisar en indelning av intäktsbeloppet på de fem aktivitetsområde: Dagligvarugruppen, Mediegruppen, Fastighetsgruppen, Övriga Bolag och Investgruppen, och i sin förvaltningsberättelse finns det ett avsnitt som heter ”KF-koncernens försäljning och resultat” vilken fångar upp de viktigaste händelserna och trenderna i dessa område. I not 3 eller 4 finns med startpunkt i 2008 en kvantifiering av övriga rörelseintäkter per kategori, bland annat redovisas beloppet för reavinster vid avyttring av fastigheter samt provisionsintäkter från spel, biljetter mm.

Från direkt kontakt med koncernredovisningschefen på KF försöktes skapa en inblick i hur föreningen ser på dess intäktsredovisning. I vår kontakt med KF meddelar de dock att "utifrån det faktum att vi till största del har kontant försäljning, så har vi hittills inte haft anledning att fokusera så mycket på just problem och utvecklingsbehov rörande regelverket för intäktsredovisning”.

5.3.2.2. *KF redovisning av kundlojalitets program*

Mellan 2003 och 2011 MedMera-banken skapade KFs kundlojalitetsprogram MedMera premieprogram som syftar till att vara Sveriges "bredaste medlemsprogram" och att ge medlemmarna rabatter, checkar, erbjudande och även poäng från andra företag som KappAhl, Akademibokhandeln, Power Hemelektronik, Coop Sveriges butiker.

Coop MedMera medlemskortet som sköts av MedMera Banken genererar poäng till dess innehavare i regel 1 poäng för varje krona. Samlade poängen ger premiecheckar i kronor från ett visst antal poäng. Företaget redovisar avsättningar för dessa oinlösta poäng med utgångspunkt i inlösenfrekvens och giltighetstid. Av en försäljning på drygt 37,5 miljarder kronor i 2003, 156 miljoner poängregistrerade köp genererade premiecheckar som löstes in till ett värde av 440 Mkr. Förutom premiecheckar kunderna får använda sina poäng för olika andra erbjudande kopplade till hotell, resor och museer. December 2010 infördes ett återbäringssystem för föreningens medlemmar, och som ger medlemmarna mellan 1 och 5 procent återbäring som betalas ut i reda pengar. 2011 e-kupongerna som möjliggör en digital återbäring för kunderna lanserades som ingående i en digitaliseringsprocess av medlemskapet. [KFÅR 03-11] Under 2012 MedMera Banken överförde ansvaret för lojalitetsprogrammet till Coop Marknad som tecknat samarbetsavtal med Wallmans, Live Nation, Fritidsresor samt Retail and Brands som ger Coops medlemmarna olika nya erbjudande. [KFÅR 12]

Om hur rabatterna redovisas finns det inte något eget avsnitt i ÅR men under "Intäkter" avsnittet under kapitlet "Redovisningsprinciper" står det kortfattat att "avdrag görs för lämnade rabatter" från det erhållna verkliga värdet av intäkterna. Ingen referens till IFRIC 13 förekommer under hela perioden heller eftersom IFRS inte tillämpas. [KFÅR 03 -12]

5.3.2.3. *KFs avtal om uppförande av fastighet*

KF Fastigheter är en av KFs fem grupper. Fastighetsgruppen förvaltar och utvecklar fastighetsportfölj på 500 000 kvadratmeter. Den största delen av verksamheten är förutom butiks nätets utveckling för Dagligvarugruppen också den egna portföljens utveckling. KF Föreningarna kan på så sätt erbjuda "specialkompetens inom fastighetsrelaterade tjänster" men ytterligare information om eventuella avtal om uppförande av fastighet finns inte.

För Fastighetsgruppen uppgick nettoomsättningen 2012 till 608 mkr. Nyckeltalet direktavkastning beräknas som driftsnetto i relation till marknadsvärde vid årets ingång. Driftsnetto i sin tur beräknas som hyresintäkter med avdrag för drift- och underhållskostnader. Ingen referens till IFRIC 15 förekommer under hela perioden heller eftersom IFRS inte tillämpas. [KFÅR 03 -12]

5.3.2.4. *KF intäktsbaserad ekonomimodell*

KFs fyrkants modell hade utvecklats negativt under de första undersökta åren men efter 2005 den positiva utvecklingen gör att företaget har visat på sistone omsättningstillväxt, som den ser ut på bilden:

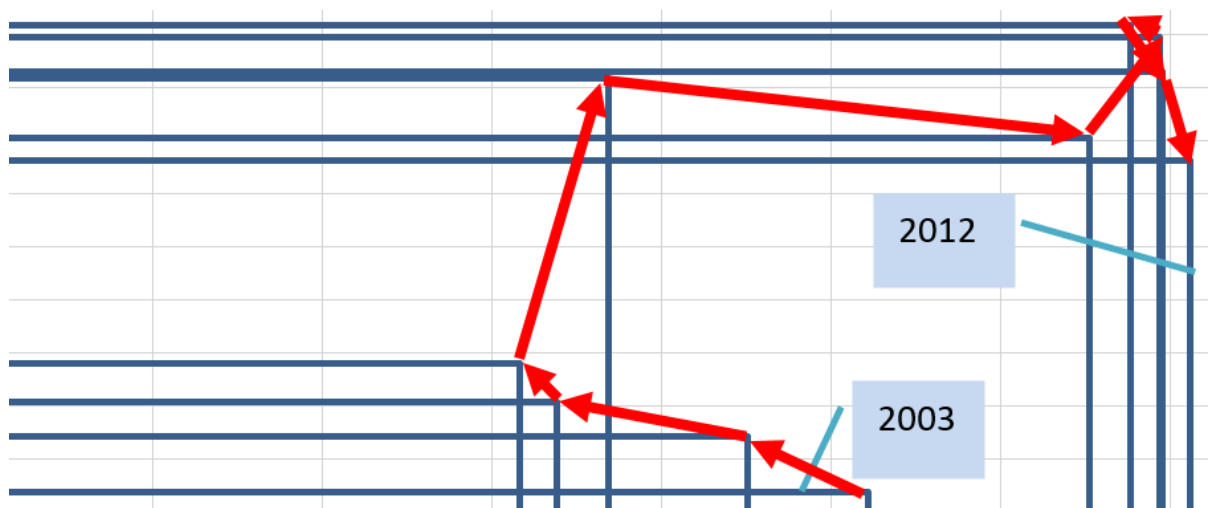


Bild: KFs omsättning/balansomslutning fyrkants modell 2003-2012, Källa: Bilaga 3

Från ”rekordåret 2007” ÅR redovisas att den förväntas vara den största ökning även om ytterligare ökning förväntas för nästa år. 2007 ÅR berättar också om den allvarigare e-handels genombrott. Halva omsättningen orsakas av försäljning i Coop Sverige (55 % i 2007) samt resterande halvan av de detaljhandelsföreningar och den svenska matvarubutikskedjan Daglivs förvärvad 2007. [KFÅR 07]

Den ännu högre omsättningsökningen från 2008 med 37 % orsakades av integreringen av Coop Sverige i KF och att Daglivs, Löplabbet och några andra verksamheter förvärvades. [KFÅR 08]

För 2011 redovisas i avsnittet ”KF-koncernens försäljning och resultat” att försäljningsökningen ”kopplas huvudsakligen till Dagligvarugruppen där Coop Butiker/Stormarknader uppvisar en uppgång om 0,9 procent, men ökningen är även en effekt av att Coop Marknad sedan starten redovisar intäkter som nettoomsättning”, samt att inom Investgruppen försäljningsnedgången med -28 % orsakades av årets avyttrande av filmverksamheten samt en positiv utveckling av det 2010 förvärvade bolaget Leos Lekland. För mediegruppen redovisar bolaget en försäljning som ligger i paritet med 2010. [KFÅR 11]

KFs finansiering sköts centralt av KF Invest finansverksamheten som förvaltar KFs finansiella tillgångar och representerar koncernen på de finansiella marknaderna. Medlemmarna själva kan dock medverka i finansieringen av KF genom ”teknade förlagsinsatser och inlåning via koncernens internbankverksamhet”. KFs förvärv av Coop Sverige och andra bolag ökade de finansiella riskerna vilket har lett till en uppgradering av finansfunktionen 2008. 2009 året de finansiella marknaderna karakteriserades av återhämtning och därför resulterade i ökande tillgångspriser och bättre likviditet vilket förbättrade årets resultat. [KFÅR 03-12] KF koncernen redovisar 5 år i sammanhang bland annat beloppet för sina avkastning på sysselsatt kapital: -2,8 % i 2012, -3,7% i 2011, 4,4% i 2010, 6,8% i 2009, 7,7% i 2008, 5,2% i 2007, 7,2% i 2006, 7,3% i 2005, 11% i 2004 och 4% i 2003. [KFÅR 08,12]

5.3.3. Axfoods intäkter

5.3.3.1. Axfoods intäktsredovisning

I årsredovisningarna för åren 2001-2002 lämnar bolaget ingen specifik upplysning angående redovisningsprinciper för intäktsredovisningen. År 2001-2004, ÅR och koncernredovisningen är upprättad enligt Årsredovisningslagen. Redovisningsrådets rekommendationer och uttalanden har

följs. 2003 tillkommer information i årsredovisningen om hur företaget intäktsredovisar. Följande står att läsa: " Nettoomsättningen redovisas netto efter moms och rabatter."

När Axfood tillämpar IFRS i sin koncernredovisning från och med 2005 uppger företaget i not 1 att de redovisar sina intäkter enligt följande: "Nettoomsättningen redovisas netto efter moms och rabatter. Intäkter från försäljning av varor redovisas i resultaträkningen när väsentliga risker och förmåner överförs till köparen. Koncernens nettoomsättning avser främst omsättning i butik. 0,2 procent av nettoomsättningen utgörs av franchiseavgifter från samverkande kedjebutiker. I koncernredovisningen elimineras koncernintern försäljning samt koncernintern vinst på varor som per balansdagen fortfarande ligger kvar i varulagret." År 2007 lägger bolaget till information om kundlojalitets redovisningsprinciper, och mellan 2007-2012 ändrar inte företaget inte något i sina redovisningsprinciper för intäkter i not 1 de nämnda åren. [AXÅR 03-12]

Förutom dessa principer, Axfood redovisar information i samma avsnitt efter 2005 om tre andra kategori intäkter: franchiseintäkter, hyresintäkter och statliga stöd. Efter 2009 adderas till principer för intäktsredovisning klassificeringen en kategori om försäkringsintäkter och efter 2010 även om provisionsintäkter:

- Om sina franchiseintäkter redovisar Axfood att de kommer från samarbetsavtal med fristående köpmän. Dessa betalar årligen "omsättningsbaserade avgifter" för deltagande i marknadsföringsprogram, inköpssamordning, tekniskt stöd, administrationsstöd och butiksdriftsstöd. Dessa avgifter redovisas som intäkter i RR "i takt med att de tjänas in". Under innevarande år preliminära franchiseavgifter löpande faktureras och efterföljande räkenskapsår de definitiva siffrorna stäms av.
- Om sina statliga stöd intäkter som kommer främst i form av arbetsmarknadspolitiska stöd redovisar Axfood att de rekognosceras när bidragsvillkoren uppfylls samt bidraget bedöms att "med säkerhet" ska erhållas. De redovisas då i BR som förutbetalda intäkter och resultat förs i den period som de intjänas som "en minskning av motsvarande kostnader". [AXÅR 05-12]
- Om sina provisionsintäkter för utförda tjänster såsom "speltransaktioner samt förmedling av varor såsom till exempel buss samt tågbiljetter den erhållna provisionen redovisas som övrig rörelseintäkt." [AXÅR 10-12]
- Axfoods försäkringsersättningar redovisas som övriga rörelseintäkter och självriskan redovisas som administrationskostnad i resultatet. Ännu inte erhållen försäkringsersättning som bestäms vid rapportperiodens slut redovisas som en interimsk fordran. [AXÅR 09-12]

Redovisningsprinciper för finansiella intäkter grupperas i ett annat avsnitt i not 1 – Finansiella intäkter och kostnader. Under finansiella intäkter redovisas ränteintäkter på finansiella placeringar, utdelning och vinst vid avyttring av finansiella tillgångar som kan säljas. Rekognoseringstidpunkten är för utdelning när "rätten att erhålla utdelning fastställts" samt för resultat från avyttring av ett finansiellt instrument när riskerna och fördelarna överförs. Avsnittet inkluderar också en definition av effektivräntan. [AXÅR 09-12] - vilket tyder att effektivräntemetoden används för diskonteringen av denna kategori av intäkter.

5.3.3.2. Axfood redovisning av kundlojalitetsprogram

Före 2007 nämns ingenting om kundlojalitetsprogram i Axfood ÅR. Från 2007 diskuterar Axfood mycket om behovet att hitta ett kundlojalitetsprogram för att lyckas på marknaden [AXÅR 07-12] och om att "mobilen har blivit en viktig kontaktväg". [AXÅR 10-12] Kundlojaliteten ökades också med hjälp av Hemköps kundkort. 2007 lanserades ett nytt lojalitetskort med en ny teknisk plattform och

erbjöd en bonus som kunde öka från 1 % till 2 % av inköpen. År 2008 målet att öka med 50 % antal kundkort nåddes vid utgången av 2009 med 300 000 kortkunder. [AXÅR 08-09,12]

I avsnittet om sin intäktsredovisning med startpunkt år 2007, Axfood redovisar att ”intjänad kundbonus vid försäljning till kunder med poängkort skuldförs i takt med intjäning och reducerar samtidigt nettoomsättningen” samt att ”nettoomsättningen redovisas netto efter moms och rabatter.” [AXÅR 07-12] Det är 2008 och 2009 ÅR som berättar om ändrade redovisningsprinciper enligt IFRIC 13. Tillämpningen av standarden på Axfood ÅR appliceras med startdatum 1 januari 2009 och ”omfattar tillgodohavande som kunden kan lösa in mot fria varor eller tjänster”. Den berättar om intäktens fördelning vid en kunds första köp i två delar där den uppskjutna delen värderas till verkligt värde. Den berättar också att standarden har gjort noll skillnader för deras årsrapportering eftersom Axfood redan tidigare periodiserat sina lojalitetsprogramms intäkter.[AXÅR 09]

År 2012 är Axfoods stora projekt om implementeringen av ett nytt affärssystem som inleddes år 2009 i sin slutfas. Programmet ska underlätta nya lojalitetsprogram och en avancerad pris och sortimentsstyrning. Som planerad aktivitet för 2013 finns också att ”utveckla lojalitetsprogram”. Den redan har ett namn ”Willys +” och är helt digitalt, utan medlemskort, kuponger och pappersutskick. Kommunikation sker via mail eller Willys+ appen. [AXÅR 12]

5.3.3.3. Axfoods avtal om uppföring av fastigheter

AxFast AB är ett företag som ingår i Axel-Johnson gruppen. AxFast hyr ut fastigheter till företag inom Axfood koncernen. Hyreskostnaderna sätts på marknadsmässiga villkor och negativt påverkar Axfoods resultat. Det handlar därför inte om några intäkter men om hyreskostnader för koncernen. Från 1 januari 2010 koncernen tillämpar IFRIC 15 utan väsentliga effekter på koncernens redovisning. Andra fastigheter köps in av koncernen år 2011 och därför fastighetsinteckningarna redovisas som eventualtillgångar. 2012 redovisar Axfood om förbättringsutgifter på annans fastighet. [AXÅR 03-12]

5.3.3.4. Axfoods ekonomi modell

Axfood är ett företag som är verksamt bara på den svenska marknaden med målet att vara det mest lönsamma på den svenska marknaden. Axfoods fyrkants modell representeras på bilden nedan:

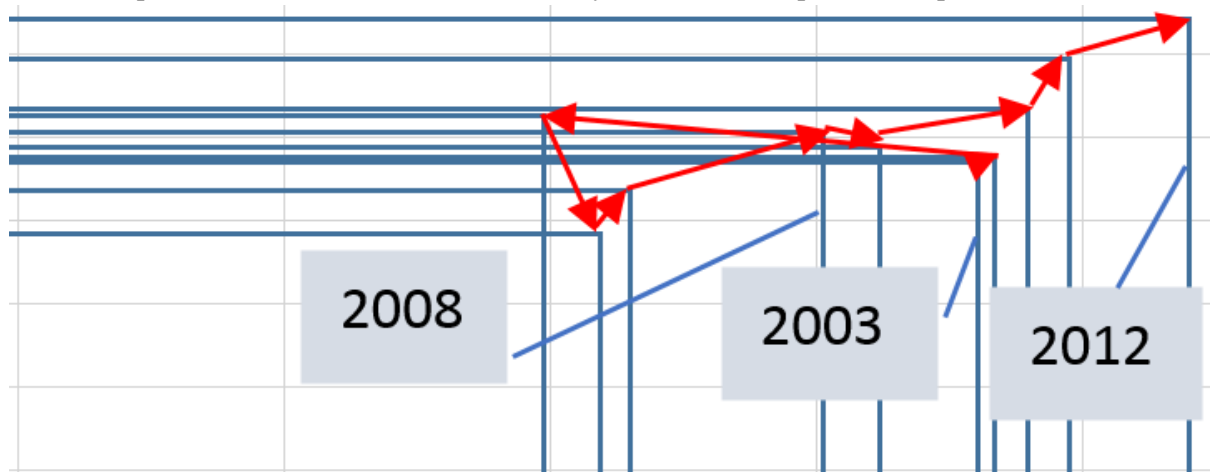


Bild: Axfoods nettoomsättning/ balansomslutning 2003-2012, förtydligande, Källa: Bilaga 4.

Axfood 2003 ÅR berättar om en ”splittrad kundlojalitet” vilket innebär att kunderna köper allt mer från olika typer av butiker: lågprismarknad, helghandlande i en traditionell butik samt ”en väldigt dyr citron på en bensinmack”. För snabbgrossverksamhet bedrivande lojaliteten är också begränsad eftersom servicehandeln i Sverige är starkt konkurrensutsatt. Hösten 2003 introducerades ett

marknadsprogram riktad åt restaurang och storkökssektorn för att bekämpa den starka konkurrensen. [AXÅR 03] Axfoods strategi för att dra nytta av den splittrade kundlojaliteten utgår ifrån ett ”behov att differentiera sig och skapa nya upplevelser i butik” och att detta resulterar i ”att handeln prövar nya vägar, såsom säsongevents, nya tjänster, bekvämlighet och lojalitetsbelöningar, men även till ökad andel innovativa EMV(egna märkesvaror) produkter, färskvaru- och kvalitetssatsningar och fortsatt priskonkurrens”. [AXÅR 10]

Axfood redovisar en indelning av sina nettoomsättnings belopp per segment: Willys – lågpris dagligvaruförsäljning, Hemköp – högservice och brett sortiment dagligvaruförsäljning, PrisExtra – en mellankategori mellan de andra två, Närlivs – parti-och grossistverksamhet försäljaren till detaljister servicehandlare, restauranger och storkök, Dagab – partihandel försäljaren till egenägda butiker och Övrigt – koncernens stödfunktioner. Det största redovisade beloppet tillhör dock Willys segment. [AXÅR 12]

Fem år i sammandrag redovisas räntabiliteten på sysselsatt kapital: 28 % i 2012, 31 % i 2011, 33,2 % i 2010, 31,8% i 2009, 32 % i 2008, 37,6% i 2007, 37,3 i 2006, 28,7 i 2005, 34,1% i 2004 och 31,2% i 2003.

5.3.4. TESCOs intäkter

5.3.4.1. TESCOs intäktsredovisning

Tescos intäkter kommer från detaljhandelsförsäljning och i väldigt liten omfattning från finansiella tjänster såsom ränta, avgifter och provisionsfordringar.

I sina resultaträkningar redovisar TESCO information om sin omsättning (”Turnover excluding VAT”) mellan 2003-2005, och om sina försäljning utan moms (Sales excluding VAT) mellan 2006-2011 och bara intäkter (Revenue) år 2012. Nettoförsäljningen(Sales at net sales prices) redovisas som separat från inkomst från andelar i joint venture men tillsammans är ingående poster i omsättningsposten mellan 2003-2005. Definitionen i ÅR för ”turnover”/”revenue” är likadant för 2006 och refereras till försäljning via outlets/detaljhandeln och försäljning av exploateringsfastigheter. Perioden 2007-2010 begränsas definitionen till bara intäkter av försäljning genom försäljningsställen, och 2011-2012 relateras till det verkliga värdet av mottagna ersättning/fordran för försäljning av varor/tjänster i den normala för gruppaktiviteter. 2011 i not 1 redovisas att intäkterna innefattar ”det verkliga värdet av vad som erhållits eller kommer att erhållas för försäljning av varor och tjänster i den normala för koncernens verksamhet”.

Under hela perioden, årsredovisningarna innehåller i sin start del en granskning av sin drift och finansiering (operating and financial review) i vilken redovisas försäljningen och nettorörelsen (operating profit/trading profit) per segment. I ÅR 2003 fanns det tre olika segment: UK, Rest of Europe och Asia. År 2012 har också ett US och ett Tesco Bank segment. Från 2006 och vidare inkluderas vinst/förlust från fastigheter i nettorörelsen, enligt ”operating profit” definitionen. [TEÅR 06] (No. 1).

2003-2005 i noterna redovisas för principerna som styr intäkternas redovisning i avsnittet ”Turnover”. Den väldigt kortfattad förklarar att omsättningen anges netto av avkastningen, består av inkomster från detaljhandel samt försäljning av exploateringsfastigheter och redovisas uteslutande mervärdeskatt, kuponger och kommission från mobiltelefonförsäljning men ingenting nämns om rekognoscerings kriterier. [TEÅR 03-06] (No. 1). 2006 ÅR är den första år som IFRS tillämpas och därför ett större avsnitt om principerna enligt vilken intäkterna redovisas inkluderas i noterna enligt IAS 18 krav för intäktsredovisningen. Detta avsnitt blir mer och mer detaljerad de följande åren. [TEÅR 06-07] (No.

1). Efter 2007, Tesco tillägger till dess intäktsredovisning en beskrivning av de rabatter de ger, samt att dessa rabatter nättas från inkomster men utan att kvantifiera deras effekt. Klassificeringen i kategorier av intäkter i not 1 år 2012 är den mest detaljerade från alla år. [TEÅR 07-12] (No. 1). Den detaljerar sina redovisningsprinciper relativt till deras rekognoscering i RR:

- Intäkter från varuförsäljning: ska rekognosceras när de väsentliga risker och förmåner förknippade med varornas ägande har överförts till köparen och intäkten kan mätas på ett tillförlitligt sätt. Den utesluter rabatter och erbjudande och mervärdeskatt.
- Intäkter från tillhandahållande av tjänster ska redovisas när tjänsten utförs och intäkterna tillförlitligt kan beräknas enligt kontraktvillkor.
- Intäkter när Tesco agerar som agent som säljer varor eller tjänster innehåller bara provisionsintäkter.
- Intäkter från finansiella tjänster inkluderar räntor, avgifter och intäkter från tillhandahållandet av försäkringar.
 - Ränteintäkter på finansiella tillgångar som klassificeras som låne- och kundfordringar beräknas med effektivräntemetoden.
 - Avgifter för tjänster (såsom kreditkortsnummer utbyte, sena betalningar, balans avgifter överföring och ATM intäkt) redovisas som rätten till ersättning tillfaller genom att tillhandahålla tjänsten till kunden. De regleras genom avtal och kostnaden för att tillhandahålla tjänsten uppstår som tjänsten utförs.
 - Provision från försäljning och service av bil- och hemförsäkringar tecknats med Tesco Underwriting Limited, eller i en minoritet av fallen av en tredje part garant.
 - Liknande provisionsintäkter genereras även från försäljning av white label-produkter som tecknas av andra tredjepartsleverantörer.
 - Försäkringsprovision vid försäljning av försäkringar som säljs under Tescovarumärket genom arrangemanget med RBS. Denna provisionsintäkter är rörlig och beroende av lönsamheten för de underliggande försäkringarna. [TEÅR 12](not 1)

5.3.4.2. *TESCOs kundlojalitetsprogram*

När det gäller kundlojalitet Tesco skryter mest om sin Clubcard lojalitetsprogram [TEÅR 11] som introducerades 1995 [WIKI 13](4.) men för vilken ingen information redovisas detta år i ÅR. [TEÅR 05] Enligt 2011 ÅR detta program är "unik". Den erbjuder varierade initiativ: "Partner Reward Scheme", "Dubble points", "Big Clubcard Voucher Exchange" m.m., vilken ger kunderna möjligheten att tjäna pengar från kuponger (i regel 1 poäng eller 2 poäng i "Dubble points" fallet för varje spenderad pund som fungerade generaliserad för alla kunderna mellan 2009-2011) och använda dessa poäng som valuta för annat inköp. Aktiv medlemskap har nått 15 miljoner kunder 2011, jämfört med 13 miljoner år 2008 och en TESCO egna undersökning har visat att Clubcard programmet är den främsta orsaken för vilken kunder föredrar en TESCO etablering i sitt område istället för en annan matbutik år 2011 samt den främsta orsaken bakom kundernas bytt till TESCO som deras veckobutik år 2010. [TEÅR 07-12]

Med början i 2007 redovisar TESCO i Not 1 i separat avsnittet "Clubcard and loyalty initiativet", detaljerad information om redovisningen av dessa program. Clubcard, lojalitet och andra initiativ är kostnader som utgör en del av intäkternas verkliga värde och därför bestäms med hänvisning till det verkliga värdet för kunden med beaktande av faktorer såsom inlösen via Clubcard-erbjudanden kontra pengar-off-in-butik och frinattsbokning. Kostnaden för Clubcard behandlas då som en kostnad för försäljning. Kostnadens periodisering är lika med det beräknade verkliga värdet av poängen som ges

och redovisas när den ursprungliga transaktionen inträffar. På inlösendagen inlösenkostnaderna kvittas mot dessa periodiseringar.

Tesco utfärdar också klubbar kuponger för deltagande skolor och föreningar. Dessa skiljer sig från ovannämnda initiativ eftersom kostnaden för inlösen behandlas som en riktig kostnad istället som ett avdrag från försäljningen. [TEÅR 07-12](not 1)

I not 1 TESCO redovisar om tillämpningen av IFRIC 13 standarden att "Customer loyalty programmes" standarden utfärdades juni 2007 och träder i kraft för räkenskapsår som börjar den 1 juli 2008. Enligt den det finns "krav" att "bonuspoäng redovisas som separat komponent i försäljningstransaktionen där de beviljas och därför en del av det verkliga värdet av vad som erhållits fördelas på bonuspoängen och periodiseras över den period som bonuspoängen är uppfyllda." [TEÅR 08-09] Innan 2008 saknar referens till IFRIC 13. [TEÅR 03-07] Segment rapporteringens omsättningssiffror inkluderar inte IFRIC 13 effekten för perioden 2010 – 2012, men detta görs under 2009 för intäkterna för UK, Asia och Europa segmenten [TEÅR 09-12] En förklaring ges i ÅR 2010 om att alla lagstadgade siffror inbegripa antagande av IFRIC 13, och att andra siffror visas exklusive IFRIC 13 effekten utifrån logiken för den interna rapporteringen. [TEÅR 10]

5.3.4.3. *TESCOs fastighetsuppförande avtal*

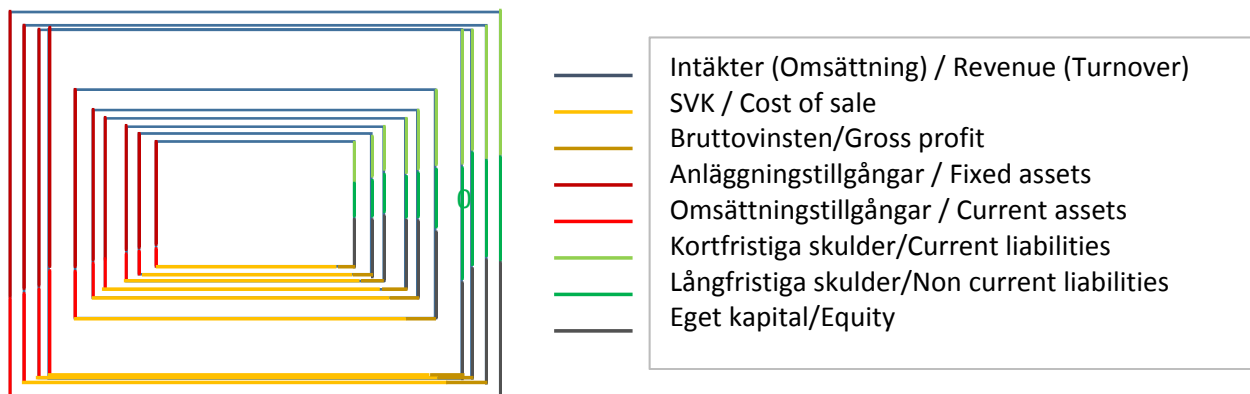
TESCO är också ett av de starkare handelshusen på fastighetsmarknaden med erfarenhet av fastighetsuppförande i hela världen. På många internationella marknader Tesco äger eller leasar ut hela gallerior förankrade med en Tesco stormarknad. År 2009 ÅR redovisar om att IFRIC 15 "Agreements for the construction of real estate" standarden tillämpas från 1 januari 2009 utan att ha en stor påverkan av de finansiella rapporterna.

År 2010 ÅR redovisades den totala kostnaden för att bygga en butik har minskat med cirka 20 %, och att under året har avtal slutförts med skapande av 1,8 miljarder pund i intäkter utifrån en starkt efterfråga på dessa tillgångar. Vinster från försäljning av dessa fastigheter under 2010 blev 377 miljoner pund. År 2012 70 % av TESCOs egendom är äganderätt med hjälp av omfattande nya investeringar varje år. TESCO:s fastigheter behandlas som kassagenererande enheter vid nedskrivningsbehov bedömningar. Värderingen av fastighetstillgångarna till 34,6 miljarder pund bekräftar att de är värda långt över deras bokförda värde enligt TESCO 2012 ÅR. För sista räkenskapsåret ett nästan likadant belopp av 376 miljoner pund för fastighetsavyttringsvinster redovisas. Just hur dessa belopp redovisas är lite svårare att tas fram direkt från ÅR speciellt eftersom Tesco inte redovisar för ett separat fastighetssegment i sina ÅR. [TEÅR 10-12] Efter de nödvändiga avyttringar som orsakade nedskrivningar av 804 pund för butiksfastigheter i 2012, TESCO har inga nya planer att uppföra ytterligare butikslokaler eftersom avkastningen även om attraktiva är lägre än förväntade. [SALT 12]

TESCO hade planerat från 2010 att bygga fyra "mini-villages" med bostäder nära TESCO butiker i South-East London för att förverkliga sina planer om diversifiering från detaljhandeln. [HOUG 10] År 2012 hade TESCO byggt färdigt sitt första "village"-liknande projekt i London som består av butiksbyggnaden på 3500 kvm, 10 industriella enheter, 10 detaljhandelsenheter samt 253 bostäder. [ROGE 12]

5.3.4.4. *TESCOs ekonomi modell*

Utifrån årsredovisningar 2003-2012 finansiella rapporter togs fram den följande grafiska representationen av företags fyrcants modell:



Fyrkantens BR/RR modellen för TESCO, 2004-2012 (Källa: Bilaga 5)

2012 handelsmarginalerna eller "trading margin" hade varit 6,1 % för UK, 6,2 % för Asia, 5,7 % för Europa, -37 % för US och 28,7% för Tesco Bank med ökning för Asien i en högre takt än i UK och Europa. Det var en första år krympning för Tesco bank segmentet efter en lång tid av stigande marginaler och också en första år minskning av förlust marginalerna för US segmentet (med 18 % jämfört med 2011 ÅR). (Not 2 - "Segmental reporting") En femårsanalys som redovisas under hela perioden tar också fram generellt ökande siffror för de operationella vinstmarginalerna, med ett minimum av 5,7 i 2003 % och ett maximum av 6,4 % i 2011. [TEÅR 03-12]

I sin finansieringspolitik, målet är att jämna den mognade skulden, ordna finansiering före krav och bibehålla tillräcklig outnyttjade avtalade bankkrediter och en stark kreditvärdighet så att förfallande skuld kan refinansieras vid förfalldatum. Tescos Groups långfristiga kreditvärdering har utvecklats negativt under den undersökta 10 års period. [TEÅR 12](not 1)

2012 var året som Tesco beslutade sig att lämna den japanska marknaden. Efter 9 år verksamhet sålde Tesco sina butiker i Japan till Aeon, ett annat brittiskt handelshus och drabbats av besvikelsen i att behöva betala för att lämna marknaden även om avverkningen där var bara "en avlägsnande av en distraktion för Tesco" enligt Clive Black, en ekonomisk analytiker från Shore Capital, som är en välkänd oberoende investeringsgrupp. [BBCB 12](3.) Just vilka sort intäkter och kostnader har varit aktuella för Japan redovisas i not 7 för 2012 ÅR. Men de relaterade intäkterna av 436 MGBP redovisas inte i segmentrapporteringen och därför inte heller förlusten på 28 MGBP. I not redovisas också att icke uppsägningsbara avgiftsbelagda hyror från operationella leasingavtal uppgår till 113 MGBP.

Av årsredovisningen 2012 framgår att prestationen mot måldikatorn ROCE på den internationella marknaden kalkylerat för att inkludera den avveckling i Japan uppfyllde inte prestationsmålet av 7 % avkastning av sysselsatt kapital. Eftersom inte ens tröskelvärde av 5,5 % uppfylldes då resultatet blev att balansen av utmärkelser för 2011/12 utfaller för juli 2012. Den totala rapporterade ROCE var 13,3% men kalkylerades utan att inkludera den japanska verksamheten. Den reala ROCE var mellan 12,5 och 13 % vilket uppfyllde inte målet av 13,3 % för vilken VDs intjäning av lovade utmärkelser skulle ha varit 100 % av lönen. Den uppfyllde dock tröskelvärde av 12,2 % och som belönades med en 69,7 % intjäning. [TEÅR 12](s.70-81)

En annan besvikelse förutom den Japanska marknaden blev också USA etableringen. Trots att Tesco har spenderat nästan 1 miljard på etableringen i USA efter 2007, med sitt "Fresh and Easy" 200 butiker det blev just försöket att slå mot den amerikanska konkurrenten Wal-Mart som orsakade sin första vinst nedgång sedan 1994, vid halvårsresultatet i oktober 2012. [BBCB 12](1.) Förutom den dåliga avkastningen i USA, Tesco konfronteras samtidigt med hot från lokala snabbare växande

konkurrent Sainsburys som fortsätter ta marknadsandelar från Tesco[BBCB 12](2.), inte tillräckligt bra försäljning i Storbritannien för icke-livsmedel produkter, minskande försäljning i Polen, Slovakien och Tjeckien och generell med minskad konsumtion i det hela Centraleuropa. Enligt f.d. Tesco boss Sir Terry Leahy, den 1,5 nedgång i försäljning orsakades av en fördubbling av oljepriset under två år(2010-2012), pundets försvagning som gjorde att energipriserna steg bara i Storbritannien, Storbritanniens beroende av sektorn för finansiella tjänster och problem i euroområdet. [NEWM 12]

Delvis kompenseras dessa minskningar av bättre utveckling i Asien, särskild Thailand, Malaysia och Korea. [BBCB 12](1.) Nya regler för Sydkorea betyder dock framtida minskningar av Tescos sydkoreanska vinster. Marknaden har begränsat öppethållande för stora återförsäljare. [BBCB 12](2.) Sydkoreansk politik har infört reglering av öppettiderna för alla dagarna samt tvingar dagligvaruhandeln att hålla stängt två söndagar i månaden just eftersom söndagarna är veckans största handelsdag i Sydkorea. [GRAN 13]

Ytterligare relevanta trender för Tescos framtid som uppmärksammas är att på grund av försämrade hushållsekonomi orsakat av bränslepriserna, skatter och minskade realinkomster kunderna väljer mer och mer att köpa "Value" produkterna, alltså stormarknadens eget varumärke än andra dyrare produkter och att detta är "den nya normen". [BBCB 12](2.) För den närmaste framtiden har Tesco planerat tillväxt i mindre snabb ökande takt utifrån befintliga blygsammare förutsättningar på den Europeiska marknaden och därför korrigerade priserna enligt "The big price drop" samt "agerade beslutsamt" på den brittiska hemmamarknaden med undermåliga verksamhetsbedrivandet. Även i Kina klev Tesco tillbaka från det resterande köpcentrum programmet och har beslutat att stagnera processen för leasing av hypermarket samt helt dra sig ut ur friköpt tomträtt programmet. [TEÅR 12] (s. 33)

5.3.5. Siba Holding ABs intäkter

5.3.5.1. Sibas intäktsredovisning

År 2003 redovisas ingenting om intäkternas redovisningsprinciper i noterna. Men från med start i 2005 ÅR under not 1 om "Allmänna redovisningsprinciper" redovisar Siba om principerna som styr sin intäktsredovisning i avsnittet "Redovisning av intäkter". 2005-2011 noteras att intäktsredovisningen sker i enlighet med BFNAR 2003:3 Intäkter. Principerna som styr intäktsredovisningen är:

- Varuförsäljning relaterade intäkterna redovisas vid leveranstidpunkten eller försäljningstillfället. Den största delen av försäljningen har som villkor 30 dagars öppet köp. Reservation sker endast för margineffekten i fall det finns returer från öppet-köpet "då beloppet inte är väsentligt".
- Utförda tjänster intäkter såsom provisioner i 2005-2011 och "Serviceintäkter, provisioner och konsultarvoden" år 2012 redovisas vid den tidpunkten "tjänsten har utförts" och om intäkterna kan tillförlitligt beräknas.
- I frågan om den tredje kategorin av intäkter, räntorna och utdelningarna redovisas som intäkter om fördelarna sannolikt kommer att erhållas samt inkomsten kan tillförlitligt beräknas. Räntorna redovisas "med tillämpning av den räntesats som ger en jämn avkastning för tillgången i fråga". Utdelningen redovisas vid den tidpunkten aktieägarnas rätt att erhålla den kan bedömas med säkerhet. [SIBA 03- 12]

5.3.5.2. Sibas redovisning av kundlojalitetsprogram och avtal om uppförande av fastigheter

Siba Holding AB är en mindre koncern och sina årsredovisningar finns inte tillgängliga på företagets webbsida och därför sina årsredovisningar är kortare och innehåller väldigt begränsad

marknadsföringsinformation. Siba redovisar inte information om sina kundlojalitetsprogram eller om den har sådana program och inte heller om avtal om uppföring av fastighet. [SIBA 03 - 12]

5.3.5.3. Sibas ekonomimodell

Enligt en nyligen publicerad artikel i DN konfronteras Siba med en längre kontraktion period eftersom för de sista fem år i rad(2009-2013) företaget har redovisat miljonförluster på resultatet. Orsaken är priskriget inom elektronikbranschen som hade orsakat konkurs för Expert(2012) och Onoff(2011). [DNER 13] Utifrån data samlade från ÅR(bilagan 6), komponerades en fyrkants modell som nedan:

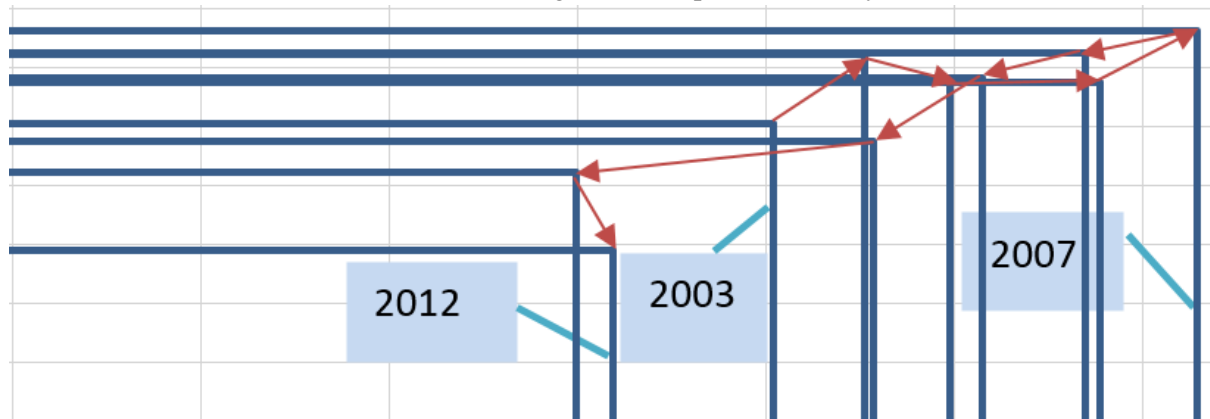


Bild: Sibas omsättning/balansomslutning fyrkants modell 2003-2012, Källa: Bilaga 6

Enligt samma DN artikel, relativt till sina framtida planer verkar Siba positivt angående sin överlevnad trots den hårda konkurrensen. Vad som märks av journalisten är att företaget redovisar i ÅR att den hade vunnit marknadsandelar i den senare delen av verksamhetsåret. Företaget fortsätter att redovisa god likviditet och att det egna kapitalet har ökat under sista året även om den halverades jämfört med fem år sedan. [DNER 13] Enligt ett pressmeddelande i januari 2012 redovisade en stark försäljningsökning under december månaden. Ökningen relaterades mest till e-handel med 34 % samtidigt som lönsamheten med e-handel hade ökat och butikernas omsättning hade inte minskat. [SIAY 12]

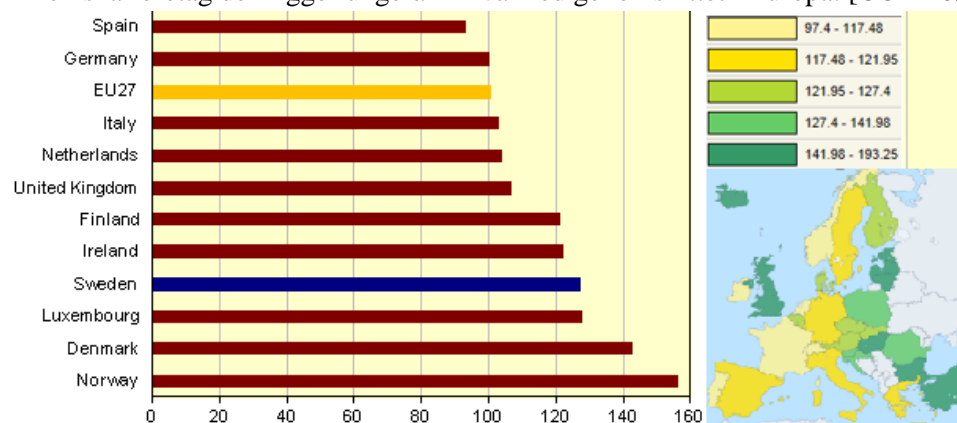
Den lösning som företaget redovisar om som svar till sina problem består av ”effektiviseringar, ny logistikhantering, förbättrad inköp och nya utbildningsinsatser”. [SIÅR 11] 2010 redovisar företaget att den har utvecklat sin logistik och inköpsprocessen och som resultat förbättrades lagerbindning. 2011 redovisar bolaget att den har jobbat med logistikförbättringar. 2012 redovisar företaget att den har jobbat med ”kostnadseffektivisering samt med att tydliggöra sin pris- och marknadsstrategi” vilket har varit orsaken till omsättningens ökning. Samtidigt redovisar den att den ska jobba med samma åtgärder vidare eftersom den förväntar sig en högre marknadsandel och ökade omsättning. [SIÅR 11-12]

Under avsnittet fem års i sammanhang redovisar Siba för sina viktigaste BR och RR siffror och nyckeltal. I tabellen observeras att de långfristiga skulderna har varit noll för de sista fyra årsrapporterna samt att innan 2007 det handlar om låga belopp. Det är därför att indikatorn avkastning på sysselsatt kapital hade varit olämplig. Men de redovisar beloppet för avkastning på eget kapital vilket har varit -13,5% i 2012, -15,2% i 2011, -6,4 % i 2010, -3 % i 2009, 2,9 % i 2008, 11,3% i 2007, 11,1% i 2006, 25 % i 2005, 27,7% i 2004 och 19,7% i 2003. [SIÅR 08-12]

5.4. Prisbyggandet och konkurrens för dagligvaruhandelshus marknaden

5.4.1. Regulatoriska barriärindex och konsumentprisindex

Enligt en 2009 forskningsrapport från konkurrensverket, Sverige tillsammans med Österrike, Belgien, Spanien, Frankrike, Grekland och Italien tillhör den kategori EU länder med höga regulatoriska barriärindex för utländska företag i dagligvaruhandeln. För vad som gäller den svenska index för inhemska företag den ligger ungefär i nivå med genomsnittet i Europa. [COPE 09]



Vänster: Prisnivå index (PNI) för Sverige jämfört med andra EU 27 länder, index 2008=100. [STATI 13]

Höger: Harmoniserad index för mat konsumentpriser, Källa: Eurostat, år 2012, index 2005=100 [EURO 13]

Studien utfördes av Copenhagen Economics på uppdrag av Kommissionen och mättes sju olika kategorier av regulatoriska barriärer för: etablering, användning av insatsfaktorer, marknadsföring, distribution, försäljning av tjänster, efter-försäljnings aspekter och icke-legala barriärer i svenska företag jämförd med utländska. Ett problemområde för Sverige jämfört med sina grannländer visas i studien vara de icke-legala barriärerna: informationsgivning till företag, översättning, stödfunktioner hos svenska myndigheter, tillämpning av konkurrensreglerna för att underlätta nya aktörers ingång på marknaden. De andra två område vart priserna överstiger mycket de i andra länder är etableringskostnaderna, och distributionskostnaderna. [COPE 09]

I 2012 statistiskt data visar att Sverige har en 27 procent högre prisnivå än genomsnittet för EU 27. Norge har fortfarande den högsta prisnivån på 56 procent över genomsnittet för EU 27. [STATI 13](1.) En statistisk representation för just matpriserna följer till höger av det första diagrammet. [EURO 13]

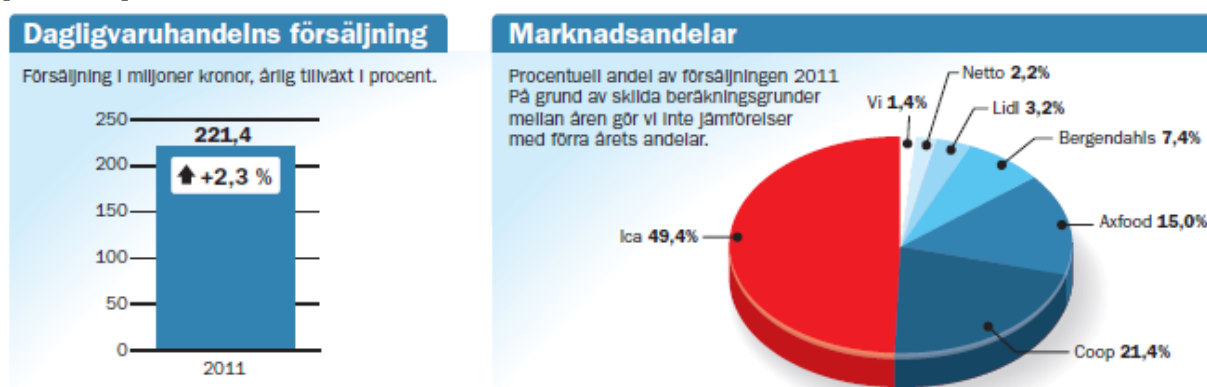
5.4.2. Försäljning statistik och trender

En statistik över försäljningen över den senaste decenniet, tillgängligt online från SCB visar att försäljning i Sverige har ökat betydligt för detaljhandelsbranschen, inte minst för detaljhandeln med brett sortiment i vilken Dagligvarublocken ingår (ICA, Kooperationen, Axfood, Bergendahls och Vi-handlarna): [STATI 13](2.)

Försäljning inklusive moms i löpande priser									
Bransch	2000	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Detaljhandel och bensinstationer	149 823	173 143	176 586	185 132	194 873	205 960	217 253	221 157	228 118
Detaljhandel med brett sortiment ^[1]	114 672	136 621	139 575	146 209	153 252	162 621	170 242	172 428	178 861
Specialiserad detaljhandel med livsmedel, drycker och tobak	27 388	28 384	28 666	30 154	32 093	33 841	37 144	37 699	39 689
Övrig specialiserad butikshandel	1 245	1 639	1 705	1 852	1 779	1 920	2 476	2 473	2 473
Detaljhandel ej i butik	1 207	1 213	1 386	1 432	1 979	1 870	2 004	1 943	2 227
Bensinstationer	5 310	5 286	5 254	5 485	5 770	5 708	5 387	6 614	4 868

Livsmedelsförsäljning fördelad på varugrupper, 2000-2011, Källa: SCB[STATI 13](2.)

Marknaden domineras av de tre största svenska handelshusen men några andra namn såsom Vi, Netto, Lidl och Bergendahls kedjor delar på försäljningskakan som växer utifrån en allt ökande efterfråga. [DEL 12]



Dagligvaruhandelns kartan år 2011 källa: Delfi, DLF och Fri Kopenskap [DEL 12]

En intressant aspekt för dagligvarubranschen i Sverige i vilken arbetar många deltidsanställda, kommer från den svenska politiska världen som har tagit i diskussion möjliga framtida förändringar för vad som gäller rätten att arbeta heltid. [GRAN 13] Den hårda krisen i Europa har skapat en ny trend i konsumtion som gör att kunderna föredrar de billigaste basvaror butikerna även om detta innebär ett slimmare sortiment. Denna trend kallas enligt branschorganisationen Svensk dagligvaruhandeln för butiksdöden trenden och gör att de mindre butikerna i livsmedelsbranschen på landsorten läggs ner samtidigt som lågprisupstickarna fortsätter sin expansion. [SPER 12]

För att se vart trenderna med dagligvaruhandeln pekar den närmaste framtiden det är värt att se vad ett större företag som TESCO har för avsikt år 2013. Tesco försöker hitta nya tillväxtpotentialer på hemmaplan. Efter att ha skrivit av 804 m pund i fastighetstillgångar fokuserar Tesco istället på att öppna närbutiker samt försöka locka konsumenterna till sina största lokaler genom att göra de varmare och ljusare. Samtidigt ska TESCO försöka hålla kunderna nära i butiken med sina investeringar i egna matställen i butikerna. [BUTL 13]

Samtidigt som den brittiska TESCO tänker på ytterligare spendering, den svenska trenden för dagligvarubranschen kan finnas i ett ökande intresse för de svenska företagen att i ÅR redovisa sitt intresse i hållbart intäktskapandet. Det citerade exemplet är ICA som från 2011 startade ett logistikeffektiviseringsprogram och från 2010 finns det en green-building butik som certifierades enligt 2012 års tuffare regler för miljöpåpassade butiksfastigheter. [ICÅR 10-12]

En annan trend som uppmärksammas för dagligvaruhandeln är en ökning av skandalerna som relateras till kött produkterna. Ica till exempel, har varit inblandad i två skandaler. Den första hände 2008 och relaterades till ompaketeringar av köttfärs avslöjade av Uppdrag Granskning. Enligt Kenneth Bengtsson – Icas Koncernchef 2008 trots en 155 miljoner minus på tre månader, fem månader efter skandalen deklarerade han att "krisen har enat Ica" eftersom de hade lyckats vända skandalen till ökat förtroende genom kontrollåtgärder för sina ICA-handlare. [GPEK 13](1.) Den andra skandalen i 2012 är "hästköttskandalen" där hästkött märkts om till nötkött, exempelvis på ICA Maxi i Sundsvall där hästkött sålts som oxfilé. [MELI 13] Men ICA är inte undantaget i Sverige vid internet sökning, och inte undantaget utomlands heller eftersom TESCO konfronterades med samma problem. Enligt Tescos vd Phil Clarke, Tescos försäljning har inte drabbats av den stora skandalen om hästkött i biff produkter mer än "minimalt". Konsumenterna har valt andra proteinrikt produkter istället för frysta färdigrätter. Åtgärder skulle tas dock genom att köpa mer kött från Storbritannien istället för utomlands och att installera kameror i leverantörernas fabriker. [BUTL 13]

5.4.3. Marknadens segmentering

De tre undersökta svenska handelshusen har olika målsegment på marknaden och det är därför antalet butiker för varje företag varierar utifrån en funktion av hur tätbygd ett geografiskt område är som i bilden nedan för år 2011-2012. De tätaste byggda område möter också den största konkurrensen, men tre av fyra butiker i glesbygd möter svag konkurrens. [IHFÖ 12]

Aktörernas andelar av butikerna i olika regioner

KEDJA	Gles- bygd	Mellan- & tätbygd	Större städer	Krans- kommuner	Sthlm, Gbg & Mö
Axfood	17%	22%	24%	25%	30%
Bergendahls	1%	4%	7%	12%	11%
Coop	30%	23%	19%	17%	21%
ICA	52%	44%	41%	37%	30%
Lidl	0%	4%	5%	6%	5%
Netto	0%	3%	4%	3%	3%

Aktörernas andel av butikerna i Sverige, 2012 Källa: Ica Handlarnas Förbund websida[IHFÖ 12]

5.4.4. Komparativ indikator jämförelse för den undersökta företagen

De två indikatorer från fyrkants modell bedömdes att vara till nytta till en jämförelse mellan alla företag på samma bild.

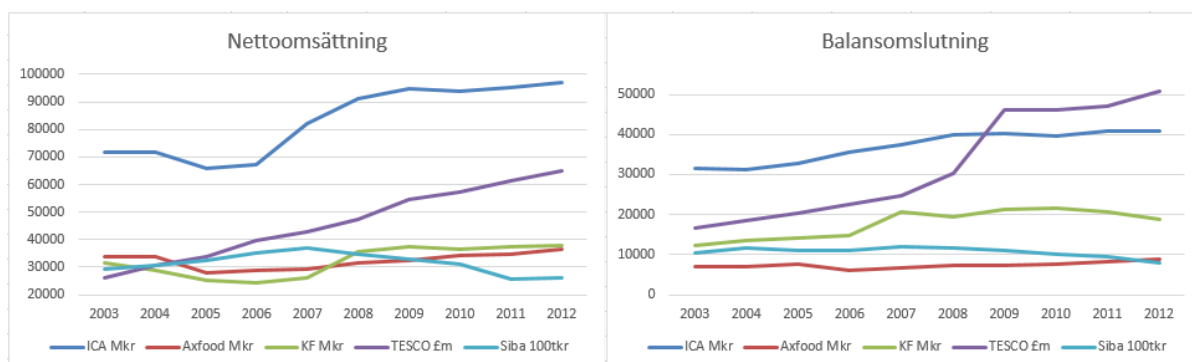


Bild: Nettoomsättning och balansomslutning 10 års utveckling, Källa: [ÅRIC, ÅRAX, ÅRKF, ÅRTE, ÅRSI 03-12]

5.5. Två intervjuer

5.5.1. Redovisarens vs. revisorns plikt

Den första person vi intervjuade är C.E. en person med erfarenhet först som revisor i Tanzania och sedan nu från redovisningsbranschen i Sverige. Intervjun handlade om vad hon tycker om vad man ska tänka på vid intäktsredovisningen. Som redovisare svarade hon att det är alltid viktigt att se till att man inte gör ett fel klassificering och därför innan man redovisar man måste känna till hur verksamheten fungerar och om det finns avtal vilka är dessa avtal villkor innan man bestämmer sig att redovisa en intäkt eller inte samt vilken sort intäkt det är. Vidare framhöll hon att kravet på utbildningarna har ökat samtidigt som kravet på kvalitet och ansvar inom redovisningsbranschen också har ökat.

Som revisor pekade hon att det har funnits många skandaler som gäller just felaktig intäktsredovisning både i Sverige och utomlands som har orsakat konkurs. Sedan pekade hon på att man ska vara försiktig med noterade företag inte bara för nedvärdering av intäkter men också för övervärdering vilken kan bero på företagets mål vilken kan vara intresset från ledningen att visa så hög resultat som möjligt så tidigt som möjligt. Sedan gav hon som exempel Enron i USA som redovisade från sina avtal bara intäkter vilken bedömdes som säkra och glömdes redovisa förpliktelserna som förknippades med dessa intäkter.

5.5.2. Intäktsredovisning i detaljhandel

Vi har intervjuat en auktoriserad revisor från revisionsbyrå PwC som jobbar med intäktsredovisning. Hennes specialitet inom intäktsredovisningen ligger i området detaljhandel, men inte dagligvarubranschen specifikt. Många frågeställningar är dock de samma vilket gör att vi bedömer intervjun som intressant för uppsatsen. Respondenten tycker inte att intäktsredovisningen är särskilt komplex i grunden. Intäktsredovisning sker i hög grad med automatiserade datasystem varför försäljning varje dag redovisas som försäljning. På frågan vilken redovisningsprincip som främst aktualiseras vid intäktsredovisning hos detaljhandelsföretag svarar respondenten realisationsprincipen - försäljning över disk.

De största frågorna är enligt respondenten frågor relaterade till erbjudanden, presentkort och öppet köp samt kundklubbar/bonus:

- Ett exempel på erbjudande där kunden får något på köpet är t.ex. "tag 3 betala för 2". Intäkten blir här summan som kunden betalar (ex moms) och marginalen blir helt enkelt bara lägre då sålda varors kostnad blir för 3 produkter och intäkten endast för 2 produkter.
- Presentkort är inte försäljning utan betalningen kunden gör för presentkortet tas först upp som en skuld och intäkten tas upp först då presentkortet utnyttjas.
- Vid öppet köp ska försäljningen reduceras med den bedömda andelen där kunder kommer tillbaka med varan och försäljningen reverseras. Respondenten framhåller att den bedömningen brukar baseras på statistik och historik från företagets kassasystem.
- En annan stor fråga är enligt respondenten olika typer av kundklubbar då det är bedömningar kopplat till ett förväntat nyttjande av t.ex. bonuspoäng och där kunden behöver komma upp till tillräckligt med bonuspoäng som exempel. Respondenten svarar att generellt så reducerar värdet av bonuspoäng försäljningssumman när den är bonusgrundande första försäljningen sker.

En annan fråga för dagligvaruhandelsbolag är enligt respondenten alla rabattkuponger där butikerna inte står för kostnaden utan begär ersättning från producenter och leverantörer.

Vad gäller förändringar sedan innan IFRS infördes så är den största skillnaden som respondenten kan se att innan IFRS infördes så reserverades mycket som försäljningskostnad och bedömning av öppet köp/returrätt skedde i princip inte. Vidare framhåller respondenten att marknadssituationen har förändrats kraftigt i takt med alla kundklubbar som inte alls var lika vanliga för 10 år sedan.

6. Analys

För alla fem undersökta företagen är försäljningen den centrala förutsättningen för att bedriva verksamhet. Det är därför att ICAs VD relaterar de första fyra av sina åtta mål till försäljning. I redovisningen försäljningen översätts med omsättning eller intäkter och det är intäkternas betydelse för branschen som gör att handelshusföretagen blev ett väldigt bra val för att studera intäkternas redovisning.

6.1. Företagsidentitet för de fyra detaljhandelshus

Eftersom, den beskrivna modellen i teori delen kap. 3.1. innebär att definiera tre förhållande: den traditionella, den inre processen eller driften och den yttre processen eller finansieringen. Dessa komponenters förhållande diskuteras nu i ett försök att skaffa en generaliserad modell för branschen.

6.1.1. Den traditionella förhållande

Varje av de fem undersökta företagen har ett eget framgångsrecept som serverar som stabiliserade faktor för verksamheten och möjliggör lönsamheten. Som gemensam traditionell egenskap för alla undersökta företag är storleken på verksamheten den centrala konkurrensfördelen. Eftersom branschen karakteriseras av ganska låga vinstmarginaler är det bara de höga omsättningarna som möjliggör kontinuitet. Det mest aggressiva företag i att skaffa konkurrensfördelar är också de företag som verkar vara de mest framgångsrika.

Ett annan gemensam egenskap för företag med erfarenhet i Sverige, som de tre största svenska dagligvaruhandels block är fördelen att Sverige har ett ganska hög barriärindex (Kap. 5.4.1.) vid nya aktörers etablering vilket gör att över 90 % av marknaden kontrolleras fortfarande av inhemska företag. En plats på marknaden har funnits dock för den danska Netto som kontrollerar 2,2 % av marknaden samt den tyska Lidl med 3,2 % utifrån förutsättningarna för den globaliserade handeln.

6.1.1.1. ICA Gruppen

ICAs koncept är den mest framgångsrikt med sina 49,4 % på den svenska marknaden av alla svenska och utländska bolagen och stora jämna procent av marknaden i alla segment men speciellt starkt på glesbygd område etableringen(52 %). Nyckeln till sin framgång relateras till sin långa erfarenhet, den interna flexibiliteten genererad av ICA – handlarnas egna intresse för den fortsatta framgången, samt en fortsatt internationalisering med en stark hemmamarknad. Att de har en stark hemmamarknad samtidigt som de fortsätter vara internationella och det starka aktieägarperspektivet gör ICA liknande den ännu större internationella konceptet TESCO.

Vad som är intressant med ICAs ägande är att även om den har först på 90-talet utvecklat en mer internationaliserad ägandeform - genom partnerskapen med den norska Hakon Gruppen, Danska ISO Supermarked och nederländska Royal Ahold - 20 år senare har den återkommit till ett helt svenskt ägande. ICAs internationalisering i Norge, Danmark och Baltikum är också en internationalisering till geografiskt nära marknader. Om konsumenterna föredrar mer och mer närproducerad mat och lokala ägare har ICA alla förutsättningarna att behålla sin konkurrensfördel på alla de befintliga marknaderna.

6.1.1.2. KF

KFs recept är per definition en nordisk struktur speciellt starkt på glesbygd området etableringen och därför också direkt konkurrent till ICA. KF som skapades med målet att gynna de lokala konsumenterna nuförtiden grupperas i 39 föreningar. Vad som är intressant med förening är att det är inte ägarperspektivet som ligger först för föreningen men den av konsumenterna eller de 3 miljoner medlemmarna som utgör en tredjedel av den svenska marknaden. Med andra ord konsumenterna

förväxlas med ägarna. Detta är KFs väg att skapa lojalitet och uppmuntrar till gemensamt lösningar för den gemensamma kretsen. Samtidigt som den är lite bred i sitt utbud och verksamhetsområde samt har redovisat dålig resultat på sistone KF verkar vara en av de stabila aktörerna på den svenska marknaden.

6.1.1.3. *Axfood*

Axfood är ett börsnoterat företag med en lång historia och erfarenhet på den svenska marknaden. Den är speciellt starkt i Stockholm, Göteborg och Malmö tätbebyggda områdena utifrån ett ”splittrad lojalitet” kundsegment strategi och flexibilitet. Sina rötter kommer från järn och rederi rörelse men har fortsatt med gruvor, bruk, fastigheter alltså väldigt varierade affärsområde inom industri och produktion. Från 1970 undergick den en ännu större förvandling, mot handel och tjänster, för att nuförtiden i sin nyaste form efter 2000 begränsa sig till mest dagligvaruhandeln. Även nu sin flexibilitet kommer fram i det sätt den drivs med segment indelning på grupper av kunder och inte på geografiska indelningar vilken kan möjliggöra snabbare avveckling av just en viss sort butik utan att behöva göra omstruktureringar för hela verksamheten i fall de externa faktorerna kräver förändringar och anpassningar av verksamheten.

6.1.1.4. *TESCO*

Jämfört med de tidigare undersökta tre svenska stora företag, TESCO är den gigantiska jätten i superlativ. Den är också den näst äldsta företaget i vår studie, och tidigare än de andra företagen att börsintroduceras (1947), har varit verksamt inom detaljhandeln från just sin början samt alltid varit trendig med de nyaste optimeringsmetoderna inom detaljhandeln och därför den största erfarenheten samt bästa koll på möjligheterna jämfört med de andra fyra företag.

Tesco är också det utländska exemplet, men de har en liknande kärnverksamhet och dess expanderings och utveckling utomlands kan fungera som ett exempel för de yngre och mindre svenska motsvarigheter. Vad som är gynnsammare för Tesco jämfört med Ica, Axfood och Coop är att de är en starkare aktör på den internationella globala marknaden, med verksamhet på olika kontinenter som ger den marknadsfördelen att friare välja själv de marknader man vill behålla eller avveckla. Om expansionen i Japan efter 9 år drabbades av ogynnsamma politiska beslut den var ändå bara ”en distraktion” för Tesco. Att Tesco var intresserad av att köpa Ica förutsätter att det finns resurser för att kunna köpa den eller åtminstone klara ett sådant lån. Om vi tittar på balansomslutningen på Tesco och ICA i bilagorna det är lätt att förstå varför.

6.1.1.5. *Siba*

Siba är familjeägt detaljhandelsföretag från Göteborg verksamt inom hemelektronikbranschen. Siba har haft en flexibel utveckling och förändrats från sina kristallkronor producent rötter till den radio och TV kedja och till en varuhushandlare innan att vara en hemelektronik detaljist. Sina förändringar är inte dock så stor som den Axfood har undergått, det är mer en orientering på lönsammare satsningar inom mer av det samma verksamhetsområde.

Vad som gör Siba lämplig för en jämförelse är likheterna mellan de två detaljbranscher samt att elektronikbranschens försäljare ibland ingår som dotterbolag i dagligvaruhandelns större detaljister. Företagets verksamhet är internationaliserad eftersom den driver förutom Sverige sin verksamhet i Norge och Danmark.

6.1.2. *Den interna förhållande – driften*

6.1.2.1. *Ica*

I handelshushandeln driften regleras av tillgång till stora resurser och strategiska handlingar.

En stark hemmamarknad är en bra faktor för det försiktigare tillvägagångssättet. Expansion i nära geografiska områden har gjort att ICA kan ge utvecklingen stabilitet. Samtidigt ICAs snålare resursförbrukning rapporterad till omsättningssiffrorna i en jämförelse med allt mäktigaste Tesco som engagerar högre intern konsumtion för sina intäkter är också den som har begränsad ICAs expansion och är anledningen till att TESCO är ett större företag än ICA.

6.1.2.2. *TESCO*

Inte ens företag som Tesco kan i allt evighet expandera sig. Den sista årsredovisningen har bevisat ett behov av minska TESCOS internationella utbredning. Handlingar som större företag gör för att bekämpa konkurrensen kan vara farliga om man inte gissar den långsiktigare trendernas utveckling. Om ett företag som Tesco hade förutsatt den politiska utvecklingen i Sydkorea för 9 år sedan, kanske den hade inte satsat på en investering av sina resurser i just det landet och en kostsam avveckling skulle inte behövts. Eftersom Tesco planerar dra sig tillbaka från att köpa mer land för ytterligare kinesiska expansion bevisar en nyfunnen försiktigare tillvägagångssätt på den hela asiatiska marknaden även om sina nuvarande försäljning för det asiatiska segmentet verkar vara den som gör Tesco till ett vinnande företag.

6.1.2.3. *Axfood*

Axfoods förändringar från industri och produktion till tjänster och handel samt den nuförtiden avvecklingar och förvärv sätter Axfood betyder att de interna förhållande styrs i högre grad utifrån lönsamhet och ett aktieägarperspektiv vilket är mindre vanligt för ett familjeföretag. Det stora flexibiliteten i att avveckla olönsamma verksamhet gör Axfood till ett säkrare investeringsmål men bidrar inte till högre tillväxt.

6.1.2.4. *KF*

För KF föreningen som det ser ut i empirin samt bilagan 3, även om efter 2006 företaget registrerar en omsättningsökningstrend, årets resultat hade länge varit små samt negativt för de sista två år. Detta händer eftersom driften för KF bestäms av medlemmarnas behov eftersom det är medlemmarna som är det centrala i verksamheten. Det är bara KF av alla undersökta företag som ger upp till 5 procent återbäring till sina medlemmar betalbara i reda pengar och inte bara i erbjudande som andra företag som ger tillbaka 1 % och begränsar sig till maximalt 2 %.

6.1.2.5. *Siba*

Utan att gå in i detaljerna, från den fyrkants modell observeras tillväxt upp till år 2007 och efter 2007 tillbakagång. Eftersom det gäller en väldigt konkurrensutsatt bransch och Siba fortfarande ökar sin marknadsandel även om det gäller en vikande marknad det betyder att Siba har varit mer effektivt driftsmässigt.

6.1.3. De externa förhållandena – finansieringssidan

6.1.3.1. *Tesco*

Av alla undersökta företag Tesco var det tidigaste med att børsintroduceras, redan 1947. Sin starka och tidiga koppling till den finansiella marknaden, samt att en stor segment av sin verksamhet utgörs av ett väldigt lönsamt och framgångsrikt bank som möjliggör både profit reinvestering samt lägre låneräntor än sina konkurrenter gör Tesco till en vinnare på den finansiella sidan.

6.1.3.2. *ICA*

Tescos svenska motsvarigheten är ICA som fungerar med en stark aktiemarknadsorientering och har en egen stark bankverksamhet precis som TESCO. Ett annat gemensamt karakteristiska av ICA och TESCO när det gäller finanssidan är ambitionen att öka omsättningen genererad från egna varumärke

”TESCO value” respektive ”ICA bas”. Intäkterna som kommer från egna varumärke har de starkaste konkurrensfördelarna eftersom de brukar associeras med kontroll över hela kedjan och därför blir också större. Dessa två företags intäkter gynnas även av de priskrig som uppstår under ekonomisk kriser. Ett av ICAs finansiella mål är att ”öka omsättningen snabbare än total marknaden”, vilket de bör ha goda chanser att lyckas med.

6.1.3.3. Axfood

Här skiljer sig också Axfood kedjan mest med andra företag vad som gäller vilken sorts intäkter den genererar. Axfood är mer intresserad generellt ge sina kunder ett betydligt mer kundanpassad utbud som till exempel att sälja högre kvalitetsprodukter och hälsosammare mat genom sin Hemköp kedja.

Medan ICA och TESCO vill se mer av sina egna varumärke, Axfood trivs bra med att variera sina egna varumärke på Axfood egna butiker med alternativa leverantörer på Hemköpskedjan och därför drabbas mindre av skandaler som kan uppstå i samband med försäljning av de billigaste produkterna. Axfood lyckas tillgodose sina utvecklingsbehov med ganska låga balansomslutningar och nöja sina aktiemarknadskrav som det ser ut från jämförelsen med den svenska OMXSPI referenskursen. Det sista årets utveckling av aktiekursen pekar dock på att situationen inte kan fortsätta utan ytterligare investeringar.

6.1.3.4. KF

Man kan argumentera att Coops utbud är väldigt brett för verksamhetens storlek eftersom den bjuder in på varor och tjänster i varierande affärsområde som löpningstillbehör, byggmaterial och tidningen Vi.

En annan aspekt av det externa förhållandet är att företaget inte är börsnoterad och att finansieringssidan i en förening kopplas närmare till driften eftersom ägarna bär större ansvar för sina handlingar inklusive hur finansieringssidan fungerar. För att matcha den stora resurs konsumtionen på driftsidan utifrån medlemmarnas intresse behövs det en lika stark finansiering. Det är därför att KFs fyrkants modell liknar TESCOs modellen under 2007-2012, eftersom både två är nästan kvadratiska och inte plattare som de andra tre företag.

6.1.3.5. Siba

Då Sibas verksamhet har haft negativ tillväxt de sista fem år den nödvändiga frågan är vad som har gått fel för Siba och de tidigare konkurs Expert och OnOff. Eftersom det handlar om en krisperiod för konsumentmarknaden det är först de grundläggande behov som måste tillgodoses innan de mer avancerade. Det betyder mat produkter går först innan hemelektronikprodukterna på samma sätt som i sin tur det är mer säkert att konsumenterna skulle investera i hemelektronik och fortsätta hyra en lägenhet istället för att låna för ett hus som resultat.

Orsakerna för Sibas nedgång kan sökas mest på externa förhållanden eller finanssidan och relateras till den kategori intäkter företaget verksamhet riktar sig åt. Mindre konsumtion orsakad av anledningarna ovan genererar mindre försäljning. Mindre försäljning för företag genererar sämre lånevillkor samt mindre finansiering, kontraktion av balansomslutningen.

6.2. En intäktsorienterad ekonomimodell för detaljvaruhandeln

Från indikatorernas jämförelse man kan se att av alla undersökta företag det är ICA och Tesco som har den bästa nettoomsättningsutvecklingen samtidigt som Axfoods linje verkar ändra sig för det bättre. KF har dock en utveckling som är väldigt liknande TESCOs, eftersom både har utvecklats negativt under 2005 och 2006, väldigt bra under 2007-2009 samt fortsatt med en mindre ökning 2010-2012. Detta kan tyda på att de har påverkats av liknande externa faktorer. En av dem kan vara större slöseri

med resurser om vi tänker på TESCOs lokaluppvärmning och belysningsinvesteringar eller KFs medlemmars spendering. För vad som gäller den fortsatta tillväxten konstateras att den fortsatta tillväxten garanteras av den skarpaste balansomslutningskurva för Tesco och ganska bra balansomslutningsutveckling för ICA och Axfood.

Alla undersökta företag redovisar sin avkastning på sysselsatt kapital fem år i sammandrag förutom Siba för vilken de långfristiga skulderna är låga och istället redovisas avkastningen på det egna kapitalet. I fall separat avkastning redovisas per segment, som Tesco gör, är det väldigt användbart till beslut angående om ett segment ska behållas eller inte. En väldigt bra utveckling har Axfood under hela perioden med avkastning över 28 %, även ICAs avkastning som har ökat mycket från 11,4% i 2008 till 17,6% i 2012 vilket bör uppfattas som bra. För Siba och KF avkastningen följer en negativ trend.

6.2.1. ICA

Det första som observeras med ICAs fyrkants modell är att den är betydligt bredare än den är hög, vilket tyder på att företaget är väldigt effektivt i att skapa omsättning med mindre resurser jämfört med TESCO till exempel som har en nästan kvadratisk fyrkants modell. Men resultaten blir att den lägre resursförbrukningen gör ICA ett mindre aggressivt företag jämfört med TESCO, och därför ICAs tillvägagångssätt på marknaden reflekteras i en lägre rörelsemarginal än TESCO som resulterar i sin tur i en lägre tillväxttakt än TESCO.

Empirin samt bilagan 2 bevisar dock att ICA är en vinnare på den svenska marknaden utifrån den positiva utvecklingen under de undersökta 10 åren från 71 980,4 mkr i 2003 till 96863 mkr i 2012. Även nedgången som har redovisats för nettoomsättningen år 2005 och 2006 är inte så låga så att företaget skulle påverkas i omfattning att redovisa ett sämre resultat än de andra åren. Detta beror på att kostnaden för de sålda varorna hade också minskat i samma takt under 2005 och 2006 vilken har gjort att bruttovinsten inte har minskat mer än nödvändigt samtidigt som ytterligare nettorörelse har hållits på ett sparsamt läge och på så sätt vinsterna räddades.

Stigande trenden för rörelsemarginalen tyder på att företaget är mer effektivt i att skapa värde än förut. Den högsta ökningen för omsättningen under de två åren kring Lehman Brothers krisen, 2007 och 2008 kan servera som argument för att även hitta ett positivt samband mellan ekonomisk kris och stormarknadstillväxt.

Försäljningsökningen i grannländerna ökar även om de gör det utifrån olika utgångspunkter: högre köpkraft i Norge samt mindre i Baltikum. Inte ens köttfärs-skandalen 2008 har negativt påverkat de totala omsättningssiffrorna för ICA. Antagandet förstärks av Icas egen åsikt relativt till den svenska urbaniserade konsumenten som "håller hårdare i plånboken" men gärna skulle ta ett litet lån för att hålla i kapp med sina tidigare konsumtionsnivåer.

Av de sista 4 undersökta åren är det 2009 och 2012 som registrerar högre omsättningsökningar och orsaken till detta kan sökas i sambandet med den högre balansomslutningen just föregående året för dessa två år. På samma sätt anledningen för 2010 omsättningsnedgångspunkt kan sökas i den väldigt låga balansomslutning ökning föregående år.

För den obskyra skandalen med skönstaxering i ICA Lapporten butiken, redovisningsproblematiken bevisar den lokala ägares försök att redovisa mindre intäkter än verkligheten för att undvika att betala skatt. Men för den stora koncernens utveckling samt redovisning fanns det inga skandaler eller problem och Hakon Invests aktiekurs utvecklingen gör att ICA ska fortsätta vara den bästa företagen på den svenska dagligvarumarknaden.

6.2.2. KF

KFs fyrkants modell utveckling under de 10 års period i spiral form kan bäst servera som komplett exemplifiering av vad kan hända teoretiskt i ett företag vid olika investeringspolitik.

Från 2003 till 2006 den fyrkants modellen har konstant utvecklats till en större och större balansomslutning. Det betyder att företaget har ökat sin investering och resursengagering gradvis men den har först orsakat lägre avkastning. På lång sikt har strategin fungerat och det verkar att omsättningssiffrorna har ökat och företaget har utvecklat efter en mer och mer tillväxt företagsmodell. Den största tillväxt för omsättningssiffrorna redovisades under 2007 och 2008 vilket grundas i de större förvärv föreningen gjorde i Daglivs, Löplabbet och andra verksamheter enligt årsredovisningarna men sammanfaller igen som för de andra företag med den europeiska skuldcrisen när konsumenterna föredrog de största mataffärerna till de mer specialiserade butikerna. Det är också dessa år som KF utvecklas mest efter den stora tillväxtföretag TESCO modellen.

Återhämtningsåret på de finansiella marknaderna 2009 har inneburit även för KF en ytterligare försäljningsökning men de sista tre år observeras dock en minskning av tillväxttakten för omsättningssiffrorna som har sitt ursprung i den mindre investeringarna. Den fyrkants modell liknar mer och mer Axfood och ICA vilket tyder på att föreningens strategi har inneburit att vara försiktigare i sitt agerande eller bara inte kunnat skaffa sig ytterligare finansiering.

6.2.3. Axfood

Axfood är ett företag som redovisar konstant ökande resultat även om de är relativt låga. Axfood redovisar en stark minskning av sin omsättning under redovisningsåret 2005 men den relateras till om kalkyleringar enligt IFRS standarden. Förutom detta starka nedgången Axfood har redovisat bara tillväxt för sina omsättningssiffror resterande åren och även om dessa nettoomsättningstillväxt är ganska låga vilket gör den till ett välskött företag.

Axfood har orienterat sig för att utveckla EMV som andra konkurrenter, och satsa på säsongevents, nya tjänster, bekvämlighet och lojalitetsbelöningar vilken gör den till det mest trendiga företag på den svenska marknaden. Eftersom Axfood har en splittrad strategi och verkar på olika marknadssegment vissa segment trivs bättre än andra under olika perioder. Axfood har ett svar för de flesta konsumenter utifrån sitt väldigt varierande segmentstrategi konkretiserad i Hemköp, Pris-Extra, Närlivs, Dagab butikerna vilket gör dem flexibla för de flesta konsumenttrender. Man kan argumentera att stormarknadssegmentet har varit ansvarig för den positiva utvecklingen under krisåret 2008 medan att nu det finns tillväxtförutsättningar för den traditionella livs segmentets expanderings.

Axfoods fyrkants modell bevisar dock ett låg engagering av resurser relativt till omsättningen vilket kombinerat med att den saknar internationaliseringen ställer frågor angående nödvändiga satsningar på tillväxt för att säkra framtida framgångar.

6.2.4. TESCO

Jämfört med de tidigare undersökta tre svenska stora företag, TESCO är gigantiskt. TESCOs nästan kvadratiska form på den fyrkants modell bevisar större andra handelshus resurs engagering för skapa sina intäkter. Som observeras från det grafiska diagrammet Tesco omsättning har ökat hela tiden under den undersökta perioden. Gapet mellan 2008 och 2009 uppmärksammas först för den BR/RR fyrkants modell vilket betyder att även om intäkterna har ökat mycket under denna året, balansomslutningen har ökat i en ännu snabbare takt samma år. Året 2011 har också varit intressant för Tesco. Utifrån BR/RR modellen observeras att rektangeln breddar sig 2009-2011 utan att den höjs. Detta tyder på att intäkterna som kommer från företagets normala aktiviteter ökas utan ytterligare kapital investeringar.

2012 är ett år i vilken balansomslutningen ökar och därför det allt större fyrkants modell återkommer till vanligare proportioner.

Även för ett starkt växande företag som Tesco det finns begränsningar i vad som gäller tillväxt. Just försöket att slå mot den amerikanska konkurrenten Wal-Mart orsakade koncernens första vinstnedgång sedan 1994, vid halvårsresultatet i oktober 2012. Detta och ganska låga vinst marginaler som ökar under perioden från 5,7 i 2003 % och ett maximum av 6,4 % i 2011, den minskande försäljning i Europa på grund av krisen samt de stora etableringsförluster i USA gör att även en lönsam hög omsättningsjätte som Tesco kan under kort tid tillräckligt minska sina intäkter och förlora lönsamhet.

Företagets avvecklingsplan i Japan har påverkat negativt årsredovisningsrapporten för 2012. Clive Black den ekonomiska annalistens åsikt att etableringen i Japan var en distraktion är till viss mån delat: först säger han att det var bara en distraktion, alltså att det inte spelar så stor roll för den stora Tesco utvecklingen, och sedan att det var synd att de hade fått betala. Om förutsättningarna hade varit annorlunda det är säkert att Tesco hade valt att stanna i Japan och inga kostsamma avvecklingar skulle behövas göras. Ytterligare information om intäkter och kostnader i Japan skulle ökat rapporteringens nytta för användarna. ROCE indikatorn kompenserar till viss del denna brist på information. Den ökar transparensen för aktieägarna eftersom belöningsystemen kopplas till direktörernas prestation, samt undviker att berätta alla detaljer såsom exakta siffran vilket kan vara till företagets fördel konkurrensmässigt.

Sydcoreansk politik att reglera öppettiderna och även antalet öppna dagar för dagligvaruhandeln kan inte anses som gynnsamma verksamhetsbedrivande regleringar. Minskade intäkter för handelsföretag, även om utländska håller samman med lokal ekonomisk kontraktion utifrån minskad konsumtion.

Avveckling i Japan, och kontraktion i Sydkorea samt hästkött skandalen även om inte ”mer än minimalt” har hjälpt tillåta vinst nedgången orsakat för det mesta av den 1 miljard investeringen på den amerikanska marknaden och satt Tesco för första gången i 2011/12 på ett ovanligt spår. Spåret kan leda till ytterligare problem om till exempel efter allt investeringen företaget inte skulle lyckas etablera sitt ”Fresh and Easy” butikskedja på den amerikanska marknaden. Ännu större avvecklingskostnader skulle förekomma om Tesco skulle besluta sig att överge den amerikanska marknaden om man bara tänker på till exempel svårberäknade avvecklingsskostnader.

Samtidigt stora handelshus är mer anpassade än de mindre verksamheter till marknadens förutsättningar. ÅR 2011/12 säger det är nu dags för ett strategi byte med pris minskningar enligt ”The big price drop”, enligt ”den nya normen” eller med andra ord tiden av en ”Tescovalue” orienterad försäljning eftersom nutiden kräver ”beslutsamt agerande” för undermåliga resultat. Beslutsamt agerande kan betyda allting från avveckling av olönsamma verksamhet för att reda de lönsamma till interna tayloristiska effektiviseringar. Då nästa fråga blir vilka sort verksamhet kan klara de befintliga förutsättningarna om inte ett företag av skalan och vad skulle det innebära för mindre och medelstora företag? Eller vem annat förutom bara de största aktieägarna och värkstillande direktörerna gynnas av dessa förutsättningar? Eventuella lösningar relateras till de nyare trender som ökar enhetsteorins inflyttande i regleringen av företagets relation till alla sina intressenter.

6.2.5. Siba

Sibas fyrkants modell från empirin samt bilagan 6, visar en tillväxtföretagsutveckling upp till 2007 och en stark nedgång i sina omsättning samt kontraktion av balansomslutning som resulterade i miljonförlust de sista fem åren.

Det sista året 2012 redovisas en förbättring av det negativa resultatet med 50 % men fortfarande betyder detta -70,5 Mkr förlust. Orsaken kan ligga i de redovisade logistik förbättringsåtgärder från tidigare året. Om ett ytterligare år skulle fortsätta åt samma håll företaget skulle återvända sig till åtminstone det läget den fungerade för 10 år sedan.

Möjlighet till förbättring finns eftersom familjeföretaget har fortfarande en stor soliditet (60 %) samt eget kapital värderat till 540 Mkr, god likviditet och stor optimism som kommer från de ökande andelarna av en vikande marknad och booming av jul och e-handel försäljningarna. Samma familj kontrollerar lite under hälften av investmentbolaget Waldir, viket genom dess avkastning säkerställer ägarfamiljen långsiktiga finansiella uthållighet i Siba.

6.3. Drift/finans relationen diskussion fördjupning

Aspekter som påverkar handelshus förmåga att bedriva sin verksamhet påverkas i stor omfattning av de gällande politiska miljöns förutsättningar. Rättigheten att arbeta heltid som är aktuell för Sverige, eller lagförändringarna i Sydkorea för utländska handelshus som försöker expandera sig på den asiatiska marknaden är två exempel av faktorer som kan starkt påverka siffrorna för de finansiella rapporterna för stormarknader. Om den första faktorn är en drift påverkande faktor den andra faktorn relateras delvis till finansierings sidan eftersom en del av intäkterna oftast reinvesteras.

Det är inte svårt att förutse betydliga större kostnader med företagets anställda i Sverige för alla stora handelshus i fall ett särskild politiskt beslut skall fattas till förmån för rätten till heltidsarbete. Det handlar inte bara om kortfristiga ersättning men speciell ersättning efter avslutad anställning såsom pension och sjukförmåner. På den sydkoreanska marknaden det är klart att en laglig begränsning av öppettiderna, inklusive en halvering på söndagarna ska innebära minskade försäljning för Tesco och generellt trögare förutsättningar för att fortsätta verksamhet.

Drift kostnaderna har ökat också för Tesco efter avvecklingsbeslutet av den Japanska etableringen. Inte bara siffrorna har påverkats men också redovisningens utformning eftersom Tesco har valt att helt bortse från de japanska siffrorna från alla sina segment rapporteringen över den asiatiska marknad segmentet. Detta i sin tur har negativa konsekvenser för redovisningens kvalitativa egenskaper, särskild jämförbarheten och användbarheten. Man kan argumentera dock emot en minskning i kvalitet utifrån behovet att kunna se en jämförelse mellan de hälsosamma segment delarna och koncentrera på vad som fortfarande ska finnas kvar i följande årsredovisningar.

En framtida minskning av intäkterna från den asiatiska marknaden som resultat av en betydligt ökade verksamhets bedrivande restriktioner för utländska företag såsom det sydkoreanska politik exemplet för Tesco är säkert relaterad till trender och framtida utvecklingen på den globala marknaden. Att Tesco valde att fortsätta sin verksamhet på den globala marknaden i USA trots att siffermässigt situationen ser sämre ut kan vara relaterad med en relativ förbättring jämfört med tidigare år, men säkert också med en ”vänligare” ekonomisk klimat för en europeisk investerare. Tescos hela strategin verkar ha ändrats mer och mer som svar till marknadsförutsättningarna eftersom Tesco verkar omorienterad sin strategi till en mer lönsamhetsorienterad väg istället för en tillväxtfokuserad väg som det gjort fram tills nu. Men det är inte bara TESCO som har bytt sin strategi. KF och ICA är också två exempel vart driften och finansieringen sköts alltmer lokalt medan inköpen sköts fortfarande globalt.

En annan parallell kan dras mellan KF och TESCO. Skillnaden är att de drivs på helt olika sätt. En har ett aktiemarknadsperspektiv och den andra ett medlemsperspektiv som faller på helt motsatta ideologier av att driva företag. Om man avstår från det negativa resultatet för de sista fem år vilket kan faktiskt bero på den dyra politik som gynnar de lojalaste medlemmarna och istället fokusera på den fyrkants modellen man kommer fram till att både två företags utveckling representeras av mer

kvadratiska modeller. Den fortsatta tillväxten på nettoomsättningen vs balansomslutning modellen innebär att KF egentligen är en starkare aktör än den vill visa sig vara och deras styrka kommer från större resursengagering i processen. Samtidigt det dåliga resultatet bevisar att den väldigt starka interna förhållande också kan destabilisera företaget i fall den fortsätter inte ta i anspråk den finansiella sidan.

6.4. Intäktsredovisningens harmonisering för de fem undersökta företagen

Från intäktsredovisningens utformning fyra olika område har dock bedömts att kunna diskuteras separat för vad som gäller skillnader och likheter som hittades i dessa fem undersökta företag: standardens tillämpningsperiod, redovisningsprinciper enligt IAS 18 redovisningen av kundlojalitetsprogram och redovisningen av uppförande av fastighetsavtal.

6.4.1. Standardens tillämpningsperiod

Det är med start punkt i 2005 som kvaliteten ökar i redovisningen för de flesta undersökta företag utifrån den obligatoriska IFRS tillämpning för noterade företag. ICA tillämpar IAS 18 samtidigt som IFRS införandet men sin tidigare redovisning inkluderar också en redovisning av principerna enligt vilka intäkterna redovisas och dessa är jämförbara med de senare och därför redovisningen har en hög kvalitet under hela undersökta perioden. IFRS införandet gör att efter 2005 kvaliteten ökar med den betydligt mer detaljerade klassificeringen.

TESCO tillämpar IFRS med startpunkt 2005 vilket gör att den första årsrapporten enligt IFRS är 2006 alltså ett år senare än ICA. Även TESCO redovisar om sina intäkter tidigare än IFRS införande året men utan hänsyn till när intäkterna rekognosceras. Detta gör Ica till den bättre och tidigaste IAS 18 tillämpare speciellt eftersom Icas intäktsredovisning är nästan lika detaljerad som TESCOs efter 2006.

Axfood tillämpar ÅRL och RR upp till 2004 och sina intäktsredovisningsprinciper begränsas ytterligare till att nettoomsättningen redovisas netto efter moms och rabatter. Från 2005 vidare årsrapporterna tillämpar IAS 18 precis som ICA och TESCO.

KF tillämpar bara ÅRL och RR 11 under hela perioden upp till 2012 även om KF Norden började tillämpa IFRS från 1 januari 2005. Efter 2005 redovisar KF väldigt kortfattad om sina principer för intäktsredovisningen. Den mindre koncernen SIBA redovisar enligt BFNAR 2003:3 - Intäkter bara från 2005 vidare medan tidigare år saknar information om principerna enligt vilken intäkterna redovisas.

6.4.2. Redovisningsprinciper enligt IAS 18

För IAS 18 principerna det är viktigt att diskutera om intäktsdefinitionen, om den uppfylls för en viss poster, sedan att skilja den från andra sort intäkter som behandlas av andra specifika standarder, sedan titta på principerna som står som grund för intäkternas redovisning. Dessa frågor besvaras under följande avsnitt.

6.4.2.1. Intäkt enligt IAS 18 definitionen

Den första frågan som kan förknippas till standarden är om företaget ska redovisa en intäkt eller inte. Förutom varu- och tjänsteförsäljningen från den klassiska definitionen, i FR och IAS 18 inkluderas andra transaktioner som ökar det egna kapitalet såsom annans utnyttjande av ett företags tillgång som ger upphov till: utdelningar, räntor och royalty. Frågan om en intäkt redovisas enligt IAS 18 är mer teoretisk än praktiskt och vid granskningen av årsrapporterna vi hade valt att från startpunkten inte empirisk undersöka de kategori intäkter som presenteras i teorin i punkt 4.4. som inte förknippas till IAS 18 standarden.

Visa intäkter såsom hyresintäkterna för fastigheter som undersökta företag redovisades är lättare att känna igen och säkert inte redovisas enligt IAS 18 eftersom de faller enligt teorin under IAS 17 – Leasingavtal. Frågan fortfarande står kvar är om inte visa av de andra intäkter som påträffades tangentiellt redovisas enligt andra standarder än IAS 18. Axfoods statliga stöd intäkter i form av arbetsmarknadspolitiska stöd kan inte redovisas enligt IAS 18 eftersom dessa kategori intäkter faller under tillämpningen av en specifik standard som heter IAS 20 – ”Redovisning av statliga bidrag och upplysningar om statliga stöd” och enligt auktoritetsskalan i teorin 4.5.2. det är den specifika standarden som först tillämpas. Även försäkringsavtal relaterade intäkter redovisas enligt teorin enligt IFRS 4 och det betyder här inkluderas också den del av Icas intäkter som relateras till finansiella tjänster angående försäkring samt Axfoods försäkringsersättningar redovisade som övriga rörelse intäkter. Intäkter av en gångs karaktär tillhör inte företagets ordinarie verksamhet enligt IAS 18 p.7 och p.8. Ett sådant exempel är vinsten vid avyttring av finansiella tillgångar som kan säljas redovisas enligt IAS 39 – Finansiella instrument för vilken Axfood redovisar för i samma avsnitt som för andra kategori intäkter.

6.4.2.2. Redovisningsprinciperna och klassificeringens kvalitet

Som empirin visar alla företag redovisar i not 1 eller i ett kapitel om redovisningsprinciper innan noterna, speciellt efter 2005 principerna som styr deras intäktsredovisning. Redovisningsprinciperna som styr intäkternas redovisning inte alltid klassificerar intäkterna på samma sätt som de förtydligas i IAS 18 standarden i varuförsäljningsintäkter, tjänsteförsäljningsintäkter och finansiella. Detta kanske beror på att visa transaktioner som är mer komplicerade hänger ihop med andra liknande transaktioner. Även så det är möjligt att omgruppera de utifrån standardens egen indelning för fyra av fem undersökta företag:

- TESCO redovisar intäkter från försäljning av varor, försäljning av tjänster, agentur provision, samt finansiella tjänsteintäkter (räntor, avgifter och intäkter från tillhandahållandet av försäkringen). Intäkterna som Ica redovisar gäller både detalj- och partihandelsförsäljning (återförsäljning till butiker) inklusive från franchise, tjänsteförsäljning inklusive från franchise, lån tjänster och andra banktjänster, franchiseavgifter och olika sort konsulttjänster och royalty och vinstdelning med butikerna och slutkunderna till Maxispecial.
- ICA har grupperad själv sina principer just på standardens kategorier: varuförsäljningsintäkter från parti- och detaljhandel, tjänsteintäkter (royalty, franchiseavgifter och intäkter för olika former av konsulttjänster) samt intäkter från annans utnyttjande av företagets tillgångar som genererar ränteintäkter eller utdelningsintäkter även om ränteintäkternas redovisningsprinciper ytterligare förtydligas i separat avsnitt.
- Axfood redovisar också för sina separata principer för redovisningen av olika intäktskategorier: nettoomsättning i butik, franchiseintäkter från samarbetsavtal med fristående köpmän som betalar årliga avgifter, ränteintäkter på finansiella placeringar, utdelning.
- Sibas tre intäktskategorier redovisas enligt BFNAR 2003: 3 Intäkter från 2005 utan att noterbara skillnader uppstår i ÅR från de företag som redovisar enligt IAS 18. Siba redovisar om sina principer för redovisning av intäkter från varuförsäljning, utförda tjänster intäkter från service och konsultuppdrag och provisioner, men också räntor och utdelningar.

Undantaget är KF eftersom den enda klassificering de gör är på verksamhetsområde (Dagligvarugruppen, Mediegruppen, Fastighetsgruppen, Övriga Bolag och Investgruppen) och ingen indelning på kategori intäkter görs enligt IFRS och IAS 18. Även om företaget följer ÅRL och RR11 för sina intäktsredovisning och inte är ansluten till IFRS rapporteringen sina intäkter relateras mest till kontantförsäljningen som den intervjuade svarande hade förtydligat för oss vilket betyder att

intäkterna relateras mest till den första kategori i IAS 18 och ytterligare klassificering blir då inte nödvändigt.

6.4.2.3. Redovisning av provision

Tre företag redovisar om sina provisioner enligt IAS 18. För vad som gäller agentavtal TESCO redovisar sina försäljningar av varor och tjänster bara provisionsintäkter vilken är helt i konkordans med enligt IAS 18 p.8. Eftersom en stor procent av ICAs intäkter(53,9 %) relateras till inköp och dessa förknippas med senare återförsäljning av varorna till butiker i Sverige och Norge man kan argumentera att dessa intäkter är också provisionsintäkter enligt IAS 18 p. 8 även om ytterligare förklaring inte ges. För Axfood bara 0,2 procent av nettoomsättningen utgörs av franchiseavgifter och de redovisas enligt samma principer som resterande omsättningssiffror enligt IAS 18 p.8.

Det är bara Sibas provisioner enligt BFNAR 2003:3 redovisas vid tjänsternas utförande tidpunkten om intäkterna kan tillförlitligt beräknas. KF redovisning enligt RR nämner provisionsintäkter under sina övriga rörelseintäkter bara relaterad till intäkter från spel och biljetter.

6.4.2.4. Sannolikhets och tillförlitlighets kriterier - Rekognosceringstidpunkten.

En till viktig fråga som förknippas med redovisningen enligt IAS 18 standarden är om intäkten kan redovisas i RR. Här sannolikheten för ekonomiska fördelarna spelar den viktigaste roll, och för den undersökta branschen detta innebär sannolikheten att erhålla pengar. Uppfyllelsen av sannolikhetskriteriet är ett ingående del av bokslutsarbetet, och detta innebär att göra bedömningar. Vid varuförsäljning om den sker kontant i en KF mataffär eller en ICA mataffär pengarna erhålls för det mesta vid betalning i kassan. Men ICA som de stora andra detaljhandelsföretagen har också kredit försäljning vilket kan innebära ytterligare avvägningar.

TESCOs intäktsdefinitionen som säger att intäkterna skall tas till ”det verkliga värdet av vad som erhållits eller kommer att erhållas” följer IAS 18 redovisningsprinciperna. För intäkterna som kommer från försäljning av varor rekognosceringar sker för TESCO när riskerna och varorna överförs till köparen vilket överensstämmer med teorin (IAS 18 p. 14). Det är bra att denna princip följs annars skulle till exempel butikscheferna artificiellt öka de redovisade intäkterna vilket skulle kunna ge ett falskt bättre intryck av verkligheten. För TESCO, intäkterna som kommer från försäljning av tjänster gäller samma IAS 18 princip om risk överföring och tillförlitlighet i beräkning, vilken anser vi följer IAS 18 p. 20. Gällande intäkterna från de finansiella tjänsterna de beräknas enligt effektivräntemetoden vilken överensstämmer med IAS 18. Om dessa intäkter inte skulle diskonteras då redovisade belopp skulle vara högre än det verkliga värdet och därför orsaka redovisningen av en högre riskpremie för det finansiella instrumentet.

För KF redovisningsprinciperna beskrivs för alla typer av intäkter samtidigt och respekterar lika mycket kriterierna om att redovisningstidpunkten bestäms av den tillförlitliga beräkningsmöjligheten för försäljningens verkliga värde och väsentliga risker och förmåner överföring till motparten. För Axfood som redovisar om sina principer för intäktsredovisning också tillsammans för alla sorts intäkter nämns bara risk och förmånernas överföring men inte tillförlitligt beräkningskriteriet.

6.4.3. Redovisning av kundlojalitetsprogram

Alla undersökta företag redovisar information om sin kundlojalitets program förutom Siba. Alla företag beskriver information om vem dessa lojalitetsprogram riktar sig åt. Det finns inga skillnader mellan företag för vad som gäller intresset att beskriva målgruppen för sina program: Ica har lojalitetsprogram för sina stamkunder, för sina studenter, för den Svenska hockeyligan; TESCO riktar sig åt deltagande skolor och föreningar men också till Clubcard medlemmar; Coop försöker rikta sig främst

till sina trognaste medlemmar. Undantaget verkar vara Axfood eftersom sin teori är att kunderna har en splittrad lojalitet, men även Axfood egentligen riktar sig mest mot en specifik kund som föredrar variation av sin konsumtion. Det anses inte förekomma någon brist i denna typ av information eftersom den serverar också som marknadsföringsmål och handelshus använder förstås också sina ÅR rapporter för att marknadsföra sig.

För vad som erbjuds av dessa kundlojalitetsprogram, visa företag skryter mer än andra om vi tänker på TESCOs egen gjorda marknadsundersökningar av vilken framgång sin unicitet men inte skiljer sig så mycket från till exempel ICAs stamkunder "Mina varor" erbjudande. De alla agerar på liknande sätt när det gäller återbäring av poäng till i regeln 1 % av inköpet. Till exempel TESCO som bjöd in på flera poäng under en period för att säkra kundernas lojalitet för att senare återkomma till det vanliga antal poäng 2011 liknar ICAs tillvägagångssätt med student dubbelpoäng erbjudandet som är också en temporär erbjudande designat till ett helt livs lojalitet från en särskild generation. Bara Coop erbjuder ett relativt större antal poäng återbäring men detta i förbyte med nästan rent exklusivitet.

När det gäller introduktion tidpunkten av dessa program det finns dock några skillnader. ICA hade introducerad bonuspoängssystemet för branschen så tidigt som 1990, alltså även tidigare än TESCO som gjorde det bara i 1995. Men program introduceringstidpunkten påverkar inte alltid positiv den nya standardens introduceringstidpunkt eftersom som det framgår av empirin att för ICA ÅR såsom för andra svenska företag som Axfood, IFRIC 13 börjar tillämpas från 2009 medan TESCO har varit en tidigare tillämpare av standarden redan från 2008. Det är bara Coop som har aldrig introducerad IFRIC 13 men sin redovisning är harmoniserad eftersom "avdrag görs för lämnade rabatter" från omsättningssiffrorna.

I samband med IFRIC 13 standardens introduktion ÅR för alla företag redovisar 2007 eller 2008 information om vad standarden innebär. Empirin pratar om ICAs ÅR som refereras till en "krav" att "bonuspoäng redovisas som separat komponent i försäljningstransaktionen" vilken är korrekt också utifrån en teoretisk utgångspunkt. Men i praktiken ingen sådant separat poster har redovisats i RR även om bonusbeloppet ingår i de lagstadgade siffrorna. I segment rapporteringen, med undantag för TESCO, utifrån den interna logiken för branschen företag undviker att redovisa detta bonusar eftersom det inte finns ett lagkrav för detta.

För vad som gäller information om redovisning av kundlojalitets program TESCO framstår som den mest detaljerad av alla undersökta företag. Den är den enda som presenterar en separat avsnitt i Not 1 om just Clubcard lojalitet försäljningskostnader redovisning. Förklaring ges till varför dessa ingår i de lagstadgade omsättningssiffrorna. Logiken med TESCOs kundlojalitetsprogram redovisning beaktar verkliga värde för kunderna, olika erbjudandets utformning och även frinattsbokning med andra ord just vad IFRIC 13 kräver tillämpat på den undersökta branschen. Man kan argumentera att informationen redovisat av TESCO för vad som gäller IFRIC 13 tillämpningen är av högre kvalitet utifrån en relevans, begriplighet- och jämförbarhetsperspektiv.

Icas redovisning respekterar också kravet att redovisa om sina principer om kundlojalitetsprogram i noterna. För ICA observeras att vid bonusredovisningen intäkten redovisas först då bonusen har utnyttjats och detta redovisningssätt skiljer sig från TESCO som föredrar periodiseringar.

I fråga om fullständighet i standardens tillämpning vilken är ett attribut av den kvalitativa egenskapen tillförlitlighet, finns det dock plats för att argumentera för visa kvalitets brister för TESCOs redovisning för vad som gäller klubbar kuponger för deltagande skolor och föreningar. För dessa rabatter, kostnaden för inlösen behandlas som en riktig kostnad istället som ett avdrag från försäljningen som för Clubcard programmet och därför IFRIC 13 inte tillämpas. TESCO ger inte

anledningen till att göra detta men anledningar till att redovisa dessa kuponger inte som ”bonuspoäng” kan säkert grundas på en marknadsföring syfte logik.

6.4.4. Redovisningen av uppförande av fastighet

Utifrån de fem undersökta årsredovisningar framgår inte att avtal om uppförande av fastighet är en stor ämne för detaljhandelshus. För det mesta dessa företag leasar sina lokaler friköper fastigheter från den mer specialiserade fastighetsmarknaden. Vad som utvecklingen av dessa stora företag tyder på är ett ökat intresse för att kontrollera hela kedjan och därför inte behöva ha stora hyreskostnader. De föredrar istället investeringar med balansomslutningsökningseffekt. Utifrån ett tillväxtperspektiv de undersökta företagen har redan skapat strukturerna som möjliggör en bredning av sina verksamhet mot uppförande av fastighet (ICA Fastigheter, AxFast AB, KF Fastigheter).

Om dessa strukturer redovisar intäkter från uppförande av fastighet är inte alltid helt klart i alla årsredovisningarna. Vad som brukar vara klart är att fastigheterna är fortfarande för det mesta en hyreskostnadskälla för alla företag förutom TESCO vilken äger 70 % av sina fastigheter. TESCO, Axfood och ICA är dock företag för vilken vi har hittat klara källor om avtal av uppförande av fastighet även om ett segment dedikerat till just fastigheter inte alltid redovisas separat för företaget.

TESCO är den tidigaste tillämpare av IFRIC 15 år 2009 och följs år 2010 av Axfood, mellan de andra två matbutiker inte gör någon referens till standarden. Coop tillämpar inte IFRS men ICA gör det utan att citera standardens tillämpning. ICAs tillämpning av standarden är dock synlig i noterna vart ICA förtydligar IFRIC 15 principerna samt förklarar att intäkterna tas direkt vilket betyder att vid redovisningen tillämpas IFRIC 15 och IAS 18 och inte IFRIC 15 och IAS 11.

Även så av de resterande företag det verkar såsom den specialkompetensen fastighetsrelaterade tjänsteförsäljare KF och den ombyggnation erfaren i Sverige och Norge ICA har ett starkare intresse av verksamhetsbedrivande på fastighetsmarknaden eftersom de redan redovisar realisationsvinster från sina separata fastighetssegment. Om deras fastighetssegmentsintäkter skulle komma också i viss mån från redovisning av uppförande av fastighet till andra aktörer, dessa intäkter måste vara oväsentliga relativt till företagets storlek.

Eftersom alla företag som redovisar att de tillämpar IFRIC 15 också redovisar att detta tillämpningen är inte av stor effekt på företaget kopplat till vad som redan diskuterats det är klart att diskussionen om uppförande av fastighet för dagligvaruhandelshus branschen är fortfarande ett obskyrt område för redovisningsfrågor.

6.4.5. Intressenternas perspektiv på intäktsredovisningen och harmoniseringen

Harmoniseringen av olika åsikt eller metoder är en process där involverade aktörer mimetiskt anpassar sig till varandra och tillsammans anpassas praktiken till ett eventuellt existerande teoretiskt lagstadgad modell såsom den nu aktuella IFRS modellen. För just den centrala redovisningsområde som hade valts den fem företagsundersökningen bevisar en större harmoniseringsgrad än i början av perioden.

6.4.5.1. Revisorernas åsikt

Den största skillnaden för detaljhandelsföretagen efter införandet av IFRS är att de numera gör bedömningar av öppet köp och returrätt i mycket större omfattning. Tidigare reserverades istället mycket som försäljningskostnad. Dessutom har den snabba utvecklingen av olika lojalitetsprogram gjort intäktsredovisningen mer komplex. Den tekniska utvecklingen inom affärssystem och kassasystem underlättar mycket vid intäktsredovisningen. Detta är en trend som vi tror kommer fortsätta i framtiden. Vid revision av intäktsredovisningen bör fokus läggas på datasystemens tillförlitlighet, samt att företagsledningens bedömningar samt att de historiska siffror som används som

grund för redovisningen granskas ingående. Den snabba utvecklingen inom kundkort och liknade är också något som blir allt viktigare att granska så att intäktsredovisningen blir tillförlitlig för intressenterna.

6.4.5.2. Aktiemarknaden och andra användares perspektiv

Teorin pratar om en tysk syn på den finansiella rapporteringen upp till 1960 talet och ett nordiskt paradigm upp till 1970 talet som hade börjat skilja sig betydligt från det tysk-europeiska perspektivet. Nuförtiden de två rådande paradigmerna är den europeiska och den internationella IAS/GAAP. Vad som utmärks för de undersökta företagen är att de agerar mer och mer utifrån ett aktieägare perspektiv för att kunna finansiera sin tillväxt. Samtidigt, enligt vad deras fyrkants modeller demonstrerar, och det intresse för digitalisering (Willys plus digitala tjänsterna eller ICAs ambition till ytterligare digitalisering) - för de största dagligvarujättarna tillväxt är det enda väg till framgång. Det svenska paradigmerna blir då mer och mer aktieorienterad och mer och mer i förmån för ett IFRS/GAAP perspektiv.

Även de företag som inte är ansluten till IFRS för att de inte är noterade också har utvecklat sin rapportering tillräckligt mycket för att inga noterbara skillnader skulle förekomma i jämförelse med IFRS följarna. De skillnader som uppstår förekommer eftersom dessa företag är också mindre och då förekommer begränsningar relaterade till kostnad och nytta samt väsentlighet avvägningar.

Teorin pratar i kapitel 4.5.1. om några trender i den nordiska redovisningsmodellen. Dessa trender var verifierbara i praktiken. Att statens roll minskar som standardiseringsorgan det är självklart eftersom företag följer IFRS standarden IAS 18 eller ett förkortade regelverk av IAS 18 standarden såsom RR 11 eller BFNAR 2003:3.

Intervjun med den erfarna redovisaren i centrala Göteborg har bekräftat att det finns en trend för redovisningsbranschen att öka utbildningskravet för redovisningens upprättare vilket betyder att det finns ett intresse att lyfta fram kvaliteten på redovisningen i enlighet med ett aktieägarperspektiv. ICA Gruppen har till exempel påverkats av Ahold "rapporteringshysteri" och amerikaniserad siffermässigt styrningsmodell enligt respondenterna Göran Blomberg och Claes Ottosson från den citerade uppsatsen. Claes Ottossons åsikt om att den positiva sidan med detta är att den skapar kontrollrutiner för detaljisterna kan dock motsägas med att den skapade kontrollen mest gynnar de centrala företagen snarare än detaljisterna och att maktbalansen flyttas ifrån dessa detaljister. En trend av maktkoncentration gynnas också av den hårdare krisen som tvingar konsumenterna till att välja bara lågprisuppstickarna och av dessa den billigaste av alla, såsom TESCO i Storbritannien och bidrar med sina konsumtionsval till butiksdöds-trenden i livsmedelsbranschen för de mindre butikerna.

Vad fortfarande inte är i enlighet med ett aktiemarknadsperspektiv och håller närmare till den traditionella tysk-europeiska traditionen är att i det nordiska paradigmerna ett starkare upprättare perspektiv innebär också att fortfarande det finns större makt över egna bedömningar som kopplas till ansvaret för den utbildade redovisare eller revisor. Den nordiska aktiemarknaden har som resultat andra källor än ÅR för att bedöma sitt agerande.

6.4.6. Felaktigheter och oegentligheter i redovisningen

Det teoretiska kapitlet refereras till några klassiska intäktsredovisningsrättsfall som har bestämt redovisningens utformning under tiden. Trenden pekar på att man kan periodisera intäkter även om den kvarvarande motprestationen är av mindre omfattning. Samtidigt den svenska traditionella starkare sambandet mellan redovisning och beskattning motiverar ibland för mindre aktörer direkt intäktsföring istället för successiv vinstavräkning och på så sätt avvikelser från IFRS.

Periodiseringsfrågorna orsakar ibland oegentligheter i redovisningen. De hittade praktiska tvisterna refereras alla till ICA företaget. Den enda som refereras till periodiseringar är den relaterad till skönstaxeringen för det lilla fallet med ICA Lapporten butiken för oredovisade provisionsintäkter från alkoholförsäljning. Istället för att klassificera den som provision bestraffningen blev att ta den som beskattningsbar lön till ägaren.

Andra oegentligheter hittades relaterad till Royal Ahold NVs skandalen som efter upptäckande resulterades i kompensationsintäkter för det svenska Hakon Invest AB. Från ICA bonusprogramtvistens utfall vart anlagarna fick inte vinna man kan lära sig att det är företag som bestämmer vilka intäkter ska tas oavsett hur de marknadsför sig.

7. Slutsatser

Vår studie inom redovisningen av de fem undersökta företagen ICA, TESCO, Axfood, KF och Siba har visat att de uppnått en hög harmoniseringsgrad redan innan en global intäktsstandard införs. Det har varit matjättar med sidoverksamhet inom banktjänster, fastighetsuppförande och grossistförsäljning och en elektronikbranschkedja som var studiens undersökningsobjekt, men den centrala verksamheten för alla dessa företag är detaljhandeln. Efter att ha sett hur de fungerar och utvecklas under en längre perioder, hur stark konkurrens de möter vid verksamhetsbedrivandet är det lätt att förstå varför dessa sidoaktiviteter är en matkedjads vardag. Det är den centrala verksamheten – alltså detaljhandeln som dessa företag sysslar med och det är sidoaktiviteterna som också gjorde de lämpliga för att översiktligt studera en bredare kategori intäkter, med andra ord ett lyckat undersökningsobjekt.

För vad som gäller den primära forsknings tillvägagångssättet har undersökningen till den största delen varit av positivistiskt natur enligt en aktieägares perspektiv eller globalperspektiv, eftersom som tidigare sagts många källor har varit kvantifierbart information inte minst företagets intäktsbaserade fyrkants modell representerandet. Men för det mesta vi har försökt också en problematisering av intäkterna samt svara på frågorna utifrån ett branschnära perspektiv vilket betyder ur den privata ägarens perspektiv eller den enskilda konsumentens perspektiv, ägaren eller det enskilda företagets identitet och hur identiteten ska kunna behållas i en förändrande värld vilken har varit av hermeneutiskt natur.

Den teoretiska ramen fortsätter ett ide från inledningen, och pratar om en förskjutning från försiktighetsprincipen till matchning. Undersökningen av intäktsredovisningen utgår ifrån intäkts definition. Enligt till IAS 18 vart intäkterna är bruttoinflödet av ekonomiska fördelarna som uppstår i den ordinarie verksamheten. Varuförsäljningsintäkterna ska rekognosceras enligt sannolikhets och tillförlitlighets kriterier för överföring av riskerna och förmånerna som förknippas med ägandet. Vid tjänsteintäkternas redovisning används successiv vinstavräkningsmetoden som säger att vid löpande intäktsföring intäkterna tas in i RR i takt med arbetets utförande. Vid annans utnyttjande av företagets tillgångar skapas andra typer av intäkter: räntor, royalty eller utdelning. För räntor det är viktigt att notera att de kalkyleras enligt effektivräntemetoden.

Empirin undersöker företagarnas identitetsfrågor, ekonomi modeller och redovisning. ICA Gruppen var ett internationaliserat företag men som 2013 har kommit tillbaka till ett helt svensk ägande genom försäljningen av det hela 60 % aktiepaketet från den nederländska Royal Ahold. KF är en noterad nordisk struktur som skapades för att gynna utvecklingen av det lokala samhället. Axfood är en noterad koncern men behåller ett 50 % familjeföretag kärna. Av den resterande hälften, 75 % tillhör svenska aktieägare. Den har en olika butikskedja för olika prissegment. TESCO är den allt maktfullaste brittiska jätte med största tillväxt av alla undersökta företag samt största internationella erfarenhet i hela gruppen. Siba är noterad familjeföretagen verksam i elektronikbranschen detaljförsäljning som gör möjligt en diskussion över ett bredare område en mataffärskärnverksamhetsjättarna.

7.1. En självkritisk ställning

För vad som gäller kopplingen av teorin med empirin uppsatsen har följt för det mesta samma röda tråd men inga motsvarigheter från den praktiska undersökningen hittades eller diskuterades för det teoretiska avsnittet 4.5.3. Sambandet mellan redovisning och beskattning och avsnittet 4.5.4. Klassiska intäktsredovisningsrättsfall mer än det fallet med den lilla butiken ICA Lapporten som skönstaxerades för oredovisade provisionsintäkter som lyckas kopplas till både ovannämnda teoretiska kapitel. Även

om ytterligare periodiseringsproblem inte hittades vi anser att i praktiken oftare förekommer sådana problem och för en helhetsförståelse av intäkterna motiveras här dessa avsnitt inkludering i uppsatsen. Sedan en till självkritik kan riktas till att inte alla företag har undersökts lika djupt som det var ursprungligen meningen. Det var ICA och TESCO som mer detaljrikt undersöktes men inte Axfood, Coop och Siba.

7.2. Slutsatser relaterade till branschen - Bransch modellen

Tre undersökta förhållande: den traditionella, den inre processen eller driften och den yttre processen eller finansieringen är tre nödvändiga aspekter för att beskriva en så kallad generaliserad modell av den undersökta branschen.

För det traditionella förhållande detaljhandelsbranschens jättar har deras storlek som gemensamt drag och det är lätt att se att det är just lågprisuppstickarna som trivs bäst och även expanderas under ekonomiska krisperioder eftersom bara de kan klara högre omsättning än kostnader under priskrig. Den globala konsumenten under krisperioder är intresserad av att komma hem med mer produkter än med kvalitativa produkter samt påverkas betydligt av försäljarens lokala utseende. På så sätt en kombination av större lokaler, bättre uppvärmda och ljusare samt låga priser för att klara priskriget kan generera bättre lönsamhet än bättre kvalitativa produkter.

Vissa av de undersökta företagen gynnas mer av ekonomisk kris än andra. Företag som TESCO och ICA klarar med starka egna varumärke att ersätta mer och mer andra billiga produkter. De är säkert tidens exempel av starkaste spelare på sina konkurrens marknader. De är de två samt Axfood som har den bästa tillväxten under den undersökta perioden samt även från tidigare början. Visa skandaler som uppstår i fall kostnaderna reduceras för mycket tenderar att flytta maktbalansen temporärt till de företag som säljer bättre produkter. Under bättre ekonomiska perioder samt om hushållets ekonomi utvecklas positivt skapas förutsättningar för konsumenterna att satsa på kvalitet. Axfood med sitt högre prissegment är en av de aktörerna med större utbud samt fler produkter i den högre prisklassen. Ekonomiska kriser favoriserar maktkoncentration hos aktörer som redan är stora inom lågprissegmentet. Denna trend kallas "butiksdöden" där de mindre butikerna i livsmedelsbranschen får problem att överleva. Samtidigt ökar kvalitetskraven på den finansiella rapporteringen där stora företag har större resurser vilket betyder att det blir svårare att bedriva verksamhet i mindre skala.

Till de konjunkturrelaterade förändringarna läggs kulturella och politiska faktorer som kan påverka intäkternas storlek samt struktur. Detta kan i så fall påverka också de finansiella rapporterna. Vad som är intressant med Sverige är att kunderna lockas mer av åtgärder för miljöskäl jämfört med Storbritannien. Om till exempel Tesco marknadsför sig med vänligare och varmare inköps butiker, i Sverige det är tillräckligt med att köpa bättre produkter. Produkter förknippade med miljövänlighet samt redovisning över ett uppnått miljömål kan för sig själv generera bättre intäkter. Det är därför att intäktsredovisningens omfattning sitter i relation till andra faktorer såsom miljömål som i sin tur förknippas med intäkterna själva.

Samhället flyttar sig till en mer tjänstebaserad tillväxt ekonomi. En tjänstebaserad ekonomi gynnar ett aktieägareperspektiv eftersom det underlättar finansieringen. Den undersökta branschen präglas av stora krav på förenkling och effektivisering utifrån ett allt starkare tillväxtperspektiv. Detta innebär att även redovisningen skulle gynnas av ett allt mer aktieägarevänligt perspektiv eller IFRS/GAAP perspektiv. Studieobjektens storlek samt att de tillhör en internationaliserad bransch gör att dessa företags redovisning skulle apriori också vara de mest harmoniserade. Studien upprätthåller detta antagande. Redovisningen för de undersökta företagen ovan står som bevis av den ökade takten för redovisningens harmonisering i det sista decenniet, speciellt efter 2005 IFRS introduktionen.

Globaliseringstrenden gör att företag redovisar allt mer lika om just samma aspekter på exakt samma sätt. Även bristfällig information förekommer i likadana mått enligt gemensamma väsentlighetsbedömningar.

7.3. Slutsatser relaterade till redovisning av olika slags intäkter

Även för de undersökta företagen finns betydliga skillnader för deras ekonomi modeller, deras verksamhet gäller samma bransch, och vad som gäller intäktsredovisningens utformning det är inte så mycket som skiljer dem åt. Dagligvaruslagshuset branschen provades vara en lämplig bransch att studera intäkterna utifrån ett bredare perspektiv eftersom det finns möjlighet att hitta studiematerial om de flesta kategori av intäkter enligt IAS 18.

Utifrån diskussionen i analysen framgår att intäktsredovisningen är väldigt liknande för alla företag under hela perioden speciellt efter IFRS introduktionen och redovisningen enligt IAS 18 i 2005 för ICA och 2006 för TESCO för de undersökta aspekterna oavsett företagets identitet. Inkomsterna redovisas korrekt som intäkter enligt IAS 18 bara om väsentliga riskerna och förmånerna överförs till köparen och tillförlitligt värderas. Tjänsteintäkterna bör erkännas med hjälp av successiv vinstavräkning. Räntor, royalty och utdelningarna ska redovisas bara om fördelarna sannolikt kommer att erhållas och kalkyleringen ska göras enligt effektivräntemetoden.

De flesta företag i varuslagshuset branschen redovisar en del information om principerna som styr kundlojalitetsprogram riktade åt skolor och föreningar samt den vanligare lojala konsumenten. Att bara några gör en detaljerad beskrivning av redovisningen av dessa kundlojalitetsprogram gör det möjligt för redovisningens användare att kvalitetsgranska företagets redovisningskvalitet. I den kvalitets hierarki som gäller kundlojalitetsredovisningen TESCO sitter på den första plats för vad som gäller principernas beskrivning. De flesta rabatter för TESCO samt för de andra företagen dras av från nettoomsättningsbeloppet i fall IFRIC 13 tillämpas. Studiet har bevisat att även företag som inte specifikt tillämpar IFRIC 13 eftersom de inte ens tillämpar IFRS såsom Coop gör avdrag för lämnade rabatter från omsättningssiffrorna och på så sätt är harmoniserade i sin kundlojalitetsintäkters redovisning. Bristfällig information redovisar alla företag inom kundlojalitetsprogram eftersom även om principerna för kundlojalitets tas fram, det separata beloppet som tillhör dessa program tas inte i redovisningen av ingen av de undersökta bolagen förutom TESCO som gör det tillfälligt.

Från undersökningen framgår att avtal om uppförande av fastighet för vilken varuslagshuset skulle uppföra en fastighet till en annan aktör är fortfarande en ovanlighet för branschen. Axfood och TESCO redovisar om IFRIC 15 standardens tillämpning och för TESCO vi har källor hittats om att de uppför fastigheter och därför drar in intäkter från dessa försäljningar. Samtidigt för TESCO som är så stor, dessa aktiviteter ligger inte till det centrala verksamhetsområde och förknippas mer till fastigheter som uppförs i mån att ha närmare och mer trogna kunder för framtida försäljningar av varor. ICA redovisar enligt IFRIC 15 och IAS 18 eftersom köparen inte påverkar fastighetens uppförande. För KF som inte tillämpar IFRS kan inte IFRIC 15 följas.

7.4. Slutsatser relaterade till förändringar i intäkternas redovisning

En 10-års period är tillräckligt långt för att se nya standarders införande och implementering. ICA och Axfood börjar tillämpa IAS 18 år 2005. TESCO gör det 2006. Resterande två företag redovisar inte enligt IAS 18. KF tillämpar bara ÅRL och RR 11 och Siba redovisar enligt BFNAR 2003:3 - Intäkter.

10-årsperioden bevisar också att det finns tryck på redovisningen för att redan göra nya stora förändringar. Eftersom samhället flyttar sig till en mer tjänstebaserad ekonomi, de genererade intäkterna har blivit mer komplexa och mer varierade och det är därför att den del av IAS 18

standarden som refereras till tjänstredovisningen uppfattas som inte tillräckligt detaljerad för att hantera dessa komplicerade tjänsteintäkter. Att skilja på försäljningen av varor och försäljning av tjänster kan också bli en mer komplicerad fråga än man trodde förut särskild för komplicerade transaktioner i vilken inköp av varor kopplas till erbjudande, bonusar, kort tjänster, kredit och andra banktjänster för en enda transaktion. Innan en ny standard ska ges ut de existerande enkla principerna från IAS 18 måste tillämpas på dessa komplicerade transaktioner. En ny standard som skulle vara lämpligare skulle behöva ha både generella principer förknippade med risker och förmånernas överföring till motparten samt en lång lista detaljer om hur komplicerade tjänstetransaktioner skulle redovisas som just nu saknas från IFRS regleringen.

Den undersökta perioden har varit en förändringstid från bokföringsmässiga grunder till ett mer balansorienterat synsätt. Samtidigt är standarden om intäktsredovisnings fortfarande förknippad med en resultaträkningsorienterat synsätt eftersom intäkterna historiskt sett har kopplats till RR. Eftersom de senaste trender pekar på ett starkare balansorienterat synsätt, för att öka harmoniseringen av intäkter till resterande redovisningsområde även dessa skulle anpassas till BR synsättet.

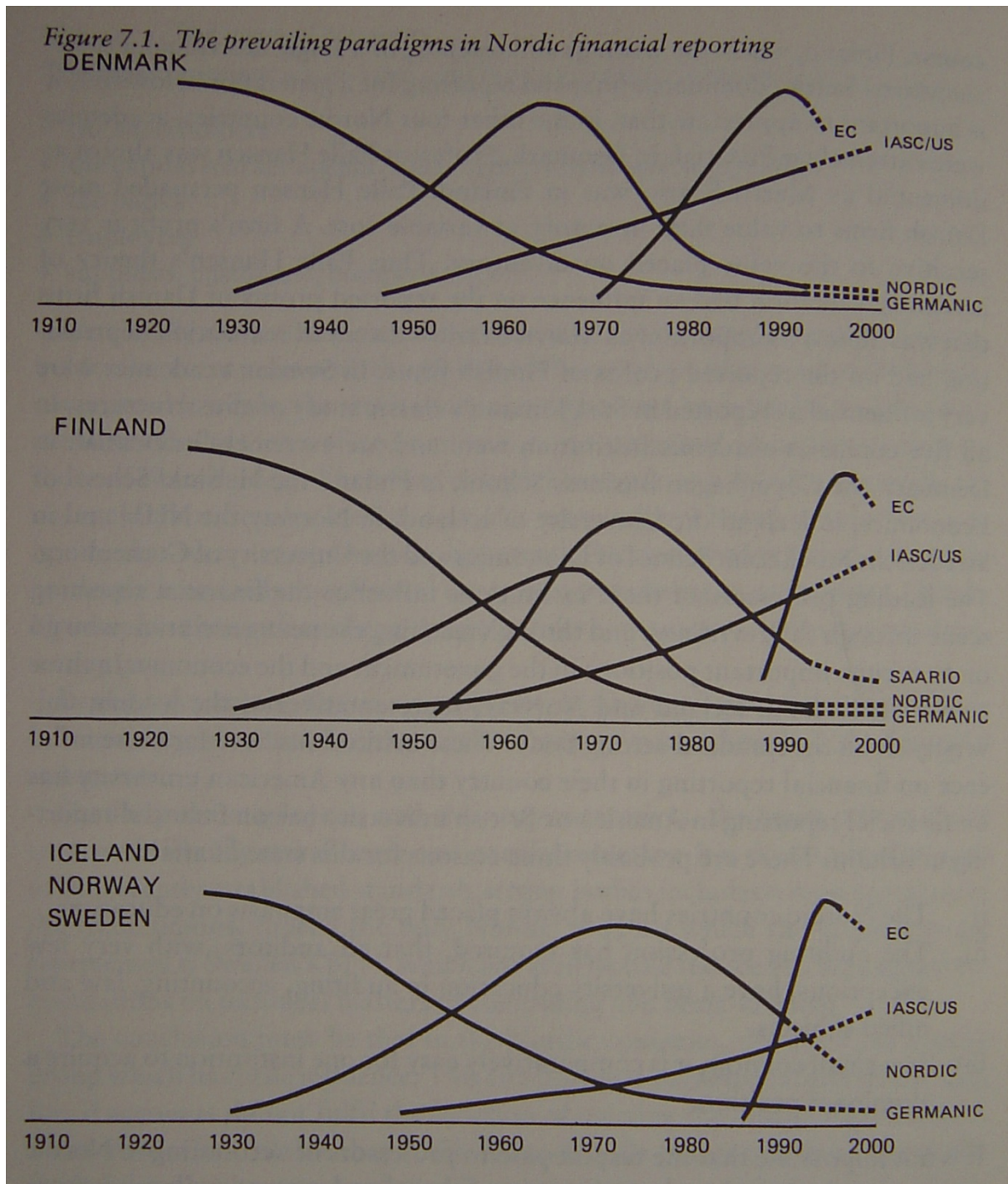
7.5. Slutsatser relaterade till fortsatta forskning

Förslag till vidare forskning kommer från den själva harmoniseringsprocessen. Den framlagda undersökningen inkluderar årsredovisningar för fem företag för de sista 10 år. Om den höga harmoniseringsgrad som upptäcktes under dessa år kan fortsätta på samma sätt i de närmaste 10 år skulle det innebära att alla årsredovisningsdelarna skulle vara mer och mer utformade efter den särskilda mallen av en eventuellt mer harmoniserad tillämpning, samt krav från IAS 1 – Utformning av de finansiella rapporterna: VDs brev åsikter och avsikter om företagets intäkter, strategi och mål som relateras till intäkter, verksamhetsområdesindelningar som följer upp intäkternas utveckling, fem års sammanhang nyckeltal analyser, finansiella rapporterna, redovisningsprinciper i not 1 och segment rapportering i not 2 som också brukar ha information om intäkter. Så det skulle vara intressant att undersöka de nästa 10 års intäkts harmoniseringsprocess speciellt eftersom vad som är på gång nu med introduktionen av en ny mer detaljerad standard om intäktsredovisning.

Förutom en förlängning av undersökningsperioden ett annat förslag till vidare forskning kan relateras till en bredning av redovisningsobjektet till andra intäktskategorier eller en fördjupning av den existerande studien med en några intervjuer med redovisningsansvariga i branschen. Genom att komplettera uppsatsen med ytterligare nyckeltal en del av det empiriska materialet i studien kan återanvändas för att genomföra en komparativ företagsanalys studie.

8. Bilagor

8.1. Billaga 1 – Rådande paradigim inom den nordiska finansiella rapporteringen



Källa: [JÖMA 94](1.).

8.2. Bilaga 2 – ICAs utveckling av resultat- och balansräkning 2003-2012

MSEK	2003	2004	2005	2006 IFRS	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Nettoomsättning	71980,4	71810,9	66096	67395	82326	90963	94651	93860	95179	96863
Punktskatter	-194	-197								
SVK	-62936,3	-62612,8	-56933	-57640	-70685	-78825	-81494	-80387	-81702	-83026
Bruttovinsten	8850,1	9001,1	9163	9755	11641	12138	13157	13473	13477	13837
Netto rörelse utan SVK (AFFO & intäkter)	-6729,7	-7135,4	-7223	-7458	-9039	-10021	-10444	-10549	-10972	-10563
Rörelseresultat	2120,4	1865,7	1940	2297	2602	2117	2713	2924	2505	3274
Rörelsemarginal	2,95%	2,60%	2,94%	3,41%	3,16%	2,33%	2,87%	3,12%	2,63%	3,38%
Årets resultat / total resultat	1776,6	1517,6	1518	2401	2166	1807	2054	-483	1349	856
Immateriella AT, utveckl kost. inkl.	2287,9	2064	1914	3447	3599	3742	3940	3590	2967	3080
Materiella anläggningstillgångar	11639,2	12675	12441	13232	14959	15544	15755	15364	14638	14825
Finansiella anläggningstillgångar	3838	3185	4914	3959	3368	3772	3701	5368	5327	6507
Anläggningstillgångar	17863	18110	19318	20819	22202	23482	23911	24329	22973	24437
Varulager		3509	3228	3550	3934	4461	4446	4495	4520	4133
Kundfordringar	3424,4	2811	2931	2554	2916	2965	2600	2853	2850	3537
Kortfristiga Fordringar	5138,6	5810	6590	6242	6720	9000	8367	7751	9050	7843
Likvida medel	4475,6	3198	2920	3749	4360	3023	3422	3102	3009	4469
Omsättningstillgångar	13691,4	12978	13412	14687	15117	16487	16249	15374	17988	16471
Summa Tillgångar	31554,4	31088	32730	35506	37319	39969	40160	39703	40961	40908
Eget kapital	12168,9	7094	8371	10216	12073	12796	13962	11913	11359	10218
Långfristiga Skulder	1743,2	3205	8905	7642	5537	5032	4807	5884	7277	6800
Leverantörskulder	6311,3	5013	4914	5690	6480	7541	7295	7653	7779	8133
Inlåning i ICA Banken	4451,3	5220	5930	6394	7509	8683	8934	8851	9147	10267
Kortfristiga Skulder	17642,3	20789	15455	17648	19709	22141	21391	21906	22325	23890
EK och Skulder	31554,4	31088	32731	35506	37319	39969	40160	39703	40961	40908

Källa: Icas årsredovisningar 2003-2012 [ICÅR 03-12]

MSEK	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Finansiella Intäkter	154,1	113,9	103	107	115	95	49	51	72	84
Finansiella Kostnader	-466,3	-250,6	-376	-358	-435	-418	-453	-378	-421	-421

Källa: Icas årsredovisningar 2003-2012 [ICÅR 03-12]

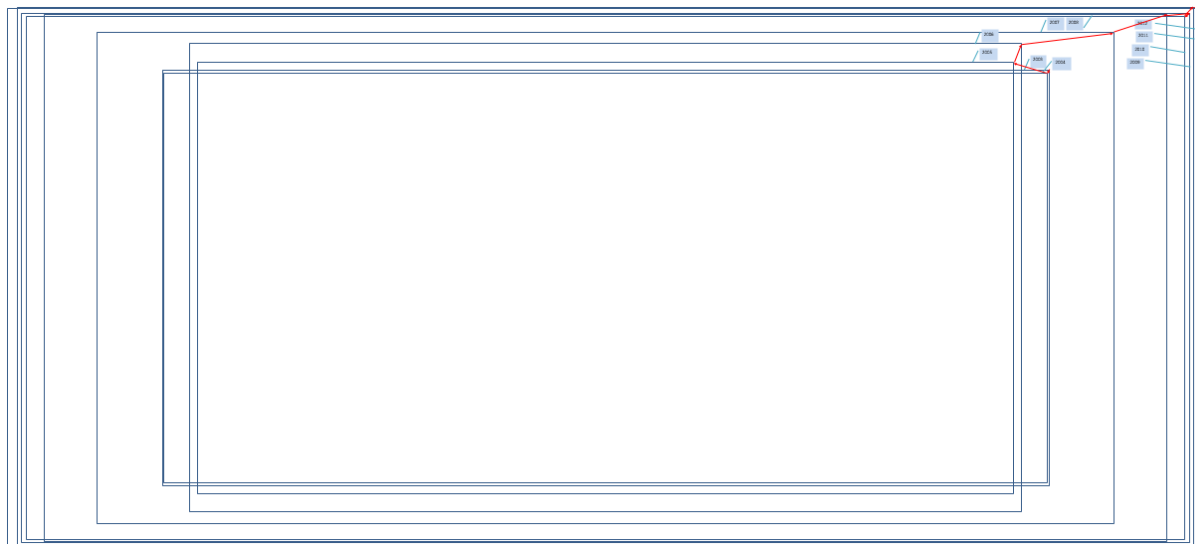


Bild: Icas omsättning/balansomslutning fyrkants modell, Källa: tabellen ovan.

8.3. Bilaga 3 – Kooperativa Föreningens utveckling av nettoomsättning, balansomslutning och årets resultat 2003-2012

KF		2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Nettoomsättning	Mkr	31394	28991	25176	24428	26208	35817	37209	36659	37284	37851
Balansomslutning	Mkr	12248	13384	14056	14830	20520	19326	21327	21580	20655	18873
Årets resultat	Mkr	407	923	554	573	369	101	224	112	-950	-2194

Källa: KFs årsredovisningar 2003-2012 [TEÅR 03-12]

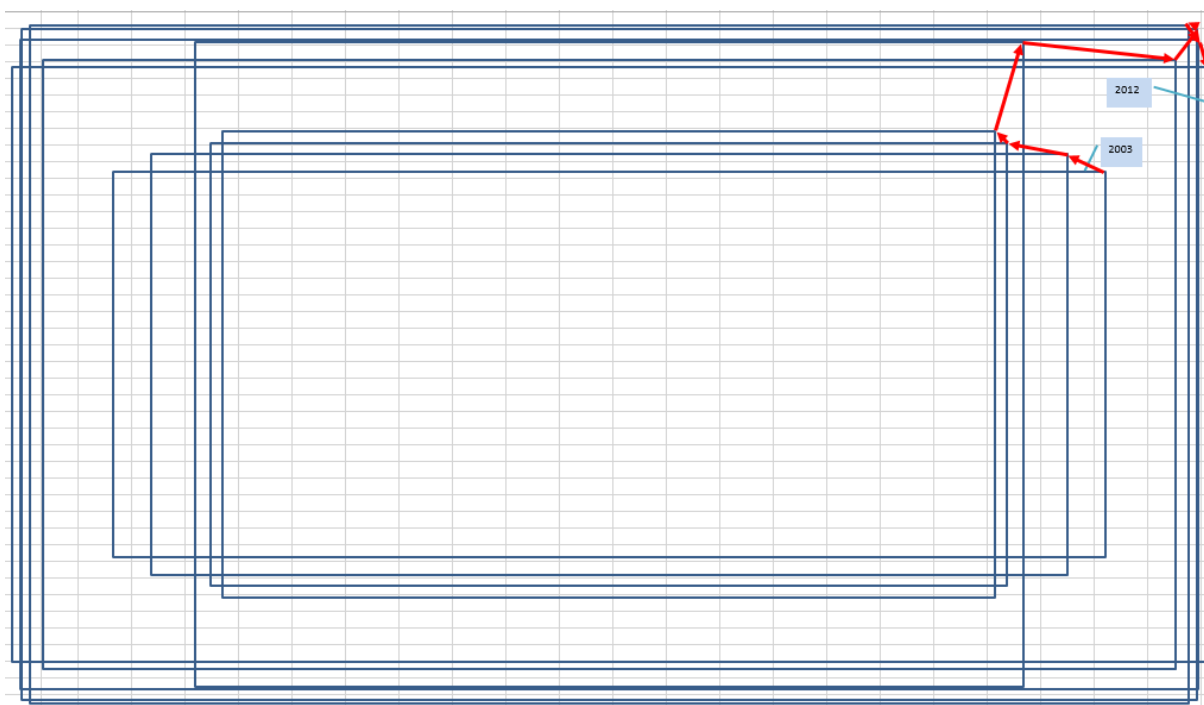


Bild: KFs omsättning/balansomslutning fyrkants modell, Källa: tabellen ovan.

8.4. Bilaga 4 – Axfoods utveckling av nettoomsättning och balansomslutning 2003-2012

Axfood		2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Nettoomsättning	Mkr	33616	33826	28086	28808	29189	31663	32378	34260	34795	36306
Balansomslutning	Mkr	6977	7042	7569	6075	6608	7350	7173	7664	8278	8798
Årets (total₀₉₋₁₂) res.	Mkr	664	799	687	852	781	737	796	862	895	895

Källa: Axfoods årsredovisningar 2003-2012 [TEÅR 03-12]

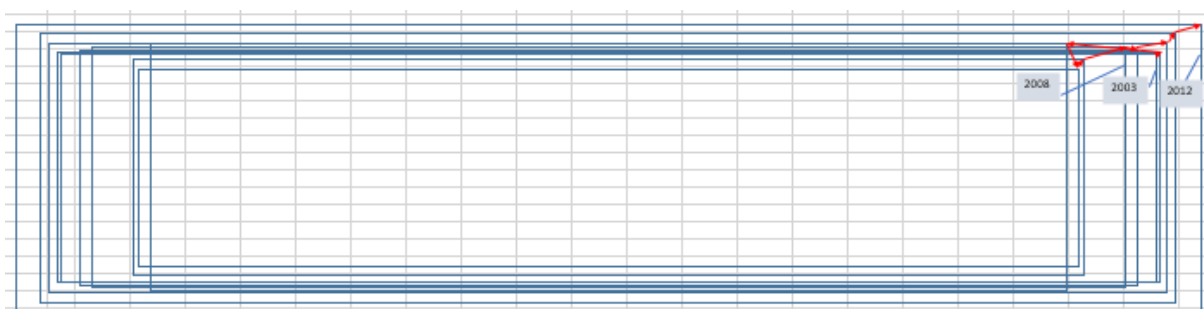


Bild: Axfoods nettoomsättning/balansomslutning 2003-2012, källa tabellen ovan.

8.5. Bilaga 5 – Tescos utveckling av resultat- och balansräkning 2003-2012

RR: £m	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Revenue(Intäkter)/Sales att netselling prices(Omsättning)	28352	33418	37001	39454	42641	47298	54327	56910	60931	64539
Joint ventures and acquisitions (Joint ventures)	2015	2604	3027							
Turnover excluding VAT (Omsättning utan moms)	26337	30814	33974							
Cost of sales: (Försäljningskostnader) (distribution kostnader, butique operationella kostnader, ammortering av goodwill, integration kostnader, kostnader med anställda)	24340	28405	31271	36426	39401	43668	50109	52303	55871	59278
Pensions adjustments 2006 (Pension justering 2006)					223					
Gross profit:	1997	2409	2703	3028	3463	3630	4218	4607	5060	5261
Övriga operationella intäkter och kostnader	513	674	754	748	815	839	1012	1150	1249	1276
Operationella vinsten	1484	1735	1949	2280	2648	2791	3206	3457	3811	3985
Rörelse marginalerna	5,23%	5,19%	5,27%	5,78%	6,21%	5,90%	5,90%	6,07%	6,25%	6,17%
BR: £m										
Non current assets (fixed assets) (Anläggningstillgångar)	14061	15423	16953	18644	20231	23864	32009	34258	35337	37918
Current Assets (Omsättningstillgångar)	2440	3139	3457	3919	4576	6300	14045	11765	11869	12863
Assets (Totala tillgångar)	16501	18562	20410	22563	24807	30164	46054	46023	47206	50781
Creditors /Capital: (Skulder)										
Current liabilities, falling due within 1 year (Kortfristiga S)	5372	5618	6072	7518	8152	10263	18040	16015	17731	19180
Non Current liab., more than 1 year (Långfristiga Skulder)	4570	4954	5281	5601	6084	7999	15018	15327	12852	13731
Equity/total capital employed (Eget kapital)	6559	7990	9057	9444	10571	11902	12995	14681	16623	17801
Liabilities and equity (Skulder och eget kapital)	16501	18562	20410	22563	24807	30164	46053	46023	47206	50712

Källa: Tescos årsredovisningar 2003-2012 [TEÅR 03-12]

RR: £m	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Net interest payable	-180	-223	-170							
Finance income				114	90	187	116	265	150	176
Finance cost				-241	-216	-250	-478	-579	-483	-417

Källa: Tescos årsredovisningar 2003-2012 [TEÅR 03-12]

8.6. Bilaga 6 – Sibas utveckling av nettoomsättning och balansomslutning 2003-2012

Siba		2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Nettoomsättning	100tkr	29128	30755	32293	34980	36755	34723	32870	30916	25576	26236
Balansomslutning	100tkr	10342	11583	11093	11063	11989	11604	11142	10008	9455	8052
Årets resultat	Mkr	74,916	134,602	154,78	54,992	59,616	9,579	-7,954	-44,745	-107,025	-70,554

Källa: Sibas årsredovisningar 2003-2012 [SIÅR 03-12]

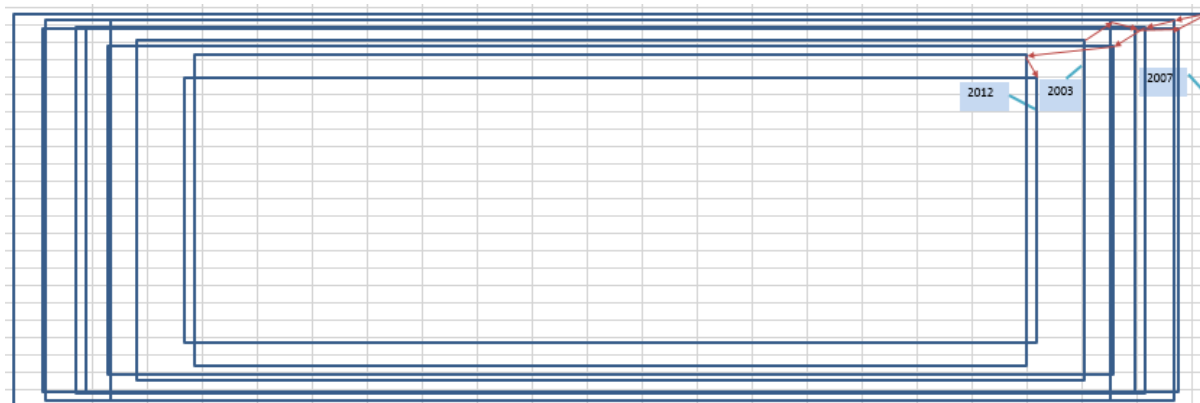


Bild: Sibas omsättning/balansomslutning fyrkants modell, Källa: tabellen ovan.

9. Källförteckning

9.1. Böcker

[ANDE 79] Andersson, Sten (1979). Positivism kontra hermeneutik, Göteborg, Sverige: Bokförlaget Korpen

[ASZT 68] Asztely, Sandor (1968). Finansiell planering, 3:e upplagan, Kapitel 2.2. "Inkomster-intäkter och utgifter-kostnader", Stockholm, Sverige: P.A. Norstedt & Söners Förlag

[JÖMA 94] Flower, John (editor) Jönsson, Sten, Marton, Jan (1994). The regulation of Financial Reporting in the Nordic Countries. 1 Uppl. CREA (Centre for research in European Accounting) Stockholm, Sweden

- (1.) Kap. 8 – The Present System for Regulation – 8.6. The Actors in the System, s. 270-275
- (2.) Kap. 9 – A synthesis of the History of Financial Reporting – 9.1. The Role of Paradigms, 9.2. The Germanic Paradigm, 9.3. The Nordic Paradigm, 9.4. The Growth of Other Paradigms, s 275-278
- (3.) Kap. 9 - A synthesis of the History of Financial Reporting –9.5. The History of the Last Twenty Years, 9.6. The Future, s. 278 – 281
- (4.) Kap. 10 – Concluding Remarks – 10.1. There is no Nordic Model of Financial Reporting, 10.2. "Accounting is too important to be left to the accountants", s 281-285.

[POLE 89] Polesie, Thomas (1989). Att beskriva företags ekonomi, Göteborg, Sverige: BAS

- (1.) Kap. 3 – Centrala Begrepp – "Begrepp och samband mellan de" s. 71-77
- (2.) Kap. 3 – Centrala begrepp – "Några vanliga begrepp" s.79-84
- (3.) Kap. 3 – Centrala begrepp – "Finans och drift" s. 85-91

[POLE 90] Polesie, Thomas (1990). Företag i förändring – en studie av identitet och ekonomi, Göteborg, Sverige: BAS:Ekon.förening

[KYLE 07] Kylebäck, Hugo (2007) Handel, handel vart är du på väg?, Göteborg, Sverige: BAS

- (1.) Kap. 19.6. - Coop Norden s. 170 – s. 172
- (2.) Kap. 19.19. - Coop Nordens återgång till nationellt ägande 2007 s.187- s. 188
- (3.) Kap. 27.3.1. – The ICA Group: gaining ground both nationally and internationally, s. 255 - 256
- (4.) Kap. 18.5. - Samarbete med norska Hakon Gruppen, s. 133
- (5.) Kap. 18.6. – Expansion i Danmark och de baltiska staterna, s134
- (6.) Kap. 18. 7. Samarbete med nederländska Royal Ahold, s. 134 – 136
- (7.) Kap. 20. Tredje Blocket/Axfood, s. 188 – 204
- (8.) Kap. 3.3.27. The third group / Ax food: coalition and expansion, s. 258 – 259
- (9.) Kap. 18.1. ICA – Historisk bakgrund, s. 128-129

[JORU 12] Sven–Erik Johansson, Mikael Runsten (2005). Företagets lönsamhet, finansiering och tillväxt. 3 uppl. Lund: Studentlitteratur AB

9.2. Läroböcker och kursmaterial

FAR samlingsvolym Redovisning(2012). Sverige: FAR Akademi

IFRS – volymen (2011). Stockholm: Far Akademi

[KRIS 11] Kristina Jonäll (2011). Liten ordlista - Introduktion till redovisning, kursmaterial från 2011, s. 2, Handelshögskolan Göteborg Universitet

[JOHA 10] Johansson Christer & all (2010). Extern Redovisning, 3:e upplagan, 2:a tryckningen, Stockholm, Sverige: Bonniers

- (1.) Kap. 3 - Grundläggande principer i redovisningen, "Försiktighet" & "Matchning"
s.39-42

[MART 10] Marton, Jan et al(2010). IFRS – i teori och praktik. Kap. 10 – IAS 18 Intäkter, inklusive IAS 11 Entreprenadavtal, 2 Uppl. Stockholm: Bonniers

- (1.) Kap. 1 – Reglering, s. 2-20
- (2.) Kap. 2 – Grundläggande redovisningsprinciper, s. 22-48
- (3.) Kap. 10 – IAS 18 Intäkter, inklusive IAS 11 Entreprenadavtal, s. 215-239

[SMITH 11] SMITH, DAG (2011). Redovisningens språk, 3:6:e upplagan, Lund, Sverige: Studentlitteratur

- (1.) Kapitel 6.1. – Principer och tillgångsvärdering – Antagande om fortlevnad, s. 77-79

[THOM 10] Thomasson, Jan & all (2010). Den nya affärsredovisningen, upplaga 18, Malmö, Sverige: BAS 2010

- (1.) Kap. 1. - Ekonomisk information – grund för beslutsfattande, "Tjänar företaget några pengar"s.12, "Är det lämpligt: verksamhetens lönsamhet" s.23-24
- (2.) Kap. 4. – Redovisningens teoretiska utgångspunkter, normer, regler och praxis, "Försiktighets och realisationsprincipen", s 101-102
- (3.) Kap 2. – Redovisningens grunder I, "Ekonomiska grundbegrepp – en sammanfattning", s. 32

9.3. Tidskrifter

[ENGS 09] Jan Engström (2009). I globaliseringens tjänst – Jan Engström, styrelseledamot i IASB, välkomnar debatten om IFRS, Redovisning: Balans nr 8-9/2009

[FAMA 07] Pär Falkman Pär, Jan Marton (2007). Koncernredovisning för vem och av vad? – Redovisning: Balans nr.2/2007

[MART 07] Jan Marton(2007). I huvudet på en normsättare, Redovisning, Balans nr. 8-9/2007

9.4. Ekonomiska tidningar

[DNER 13] Hasse Eriksson, DN-Ekonomi (2013). Rekordförlust för Siba, publicerad 2013-03-22, hämtad den 2013-05-25 från: <http://www.dn.se/ekonomi/rekordforlust-for-elektronikkedjan-siba>

[HULT 09] Anders Hultqvist (2009). Sambandet redovisning och beskattning i ett konstitutionellt perspektiv, Svensk Skattetidning 3.2009, hämtad den 2013-03-23, från: http://www.hultqvist.se/artiklar/SvSkT3_Hultqvist%20samb_redov_besk.pdf

[ALES 13] Peter Alestig, SVD.se (2013). „Allt fler hemelektronikbutiker stupar”, publicerad 27 februari 2013 av Svenska Dagbadet, hämtad den 2013-03-29 från: http://www.svd.se/naringsliv/branscher/handel-och-tjanster/allt-fler-hemelektronikbutiker-stupar_7952424.svd

[STTT 13] Stockholm TT, SVD.se (2013). „Pressat Siba gör ny dramatisk förlust”, publicerad den 22 mars 2013 av Svenska Dagbadet, hämtad den 2013-03-29 från: http://www.svd.se/naringsliv/pressat-siba-gor-ny-dramatisk-forlust_8022978.svd

[HUGO 13] Linus Hugo, GP (2013). „Ny storförlust för Siba”, Publicerad 22 mars 2013 av Göteborg Posten, hämtad den 2013-03-29 från: <http://www.gp.se/ekonomi/1.1449831-ny-storforlust-for-siba>

[SJÖG 13] Sten Sjögren, VA (2013). „Sibas forlorade guldägg”, publicerad den 22 november 2012 av Veckans Affärer, hämtad den 2013-03-29 från: <http://www.va.se/nyheter/brodernas-forlorade-guldagg-460888>

[AFFÄ 13] Direkt/Affärsvärlden (2013). Övriga artiklar:

- (1.) Hakon Invest köper Ica för 20 miljarder, publicerad 11 februari 2013, hämtad den 2013-04-01 från: <http://www.affarsvarlden.se/hem/nyheter/article3635347.ece>
- (2.) Storbolagslistans vinnare, av Ola Söderlind, publicerad 4 april 2013, hämtad den 2013-05-04 från: <http://www.affarsvarlden.se/hem/nyheter/article3669774.ece>

[GPEK 13] GP Ekonomi (2013) – Övriga artiklar:

- (1.) Köttfärsskandal har enat Ica – Thomas Björklund, publicerad 18 maj 2008, hämtad den 2013-05-04 från: <https://www.gp.se/ekonomi/1.159636-kottfarsskandal-har-enat-ica>

[LNYG 13] LNY, Lokala Nyheter Göteborg (2013) Ica Lapporten skönstaxeras för oredovisade miljoner, publicerad 2009-12-10, hämtad den 2013-05-04 från: <http://goteborg.lny.se/ica-lapporten-skontaxeras-for-oredovisade-miljoner-89226/>

9.5. Vetenskapliga artiklar

[CAGU 10] Ana Rute Cardoso, Paulo Guimarães, Klaus F. Zimmermann (2010) "Trends in Economic Research: An International Perspective", Discussion Paper No. 4785 February 2010, Bonn, Germany: IZA, hämtad den 2013-02-23 från:

http://www3.eeg.uminho.pt/economia/nipe/workshopresearch/papers/Cardoso_Guimaraes_Zimmermann.pdf

[MCKI 10] Jill McKinnon, (1988) "Reliability and Validity in Field Research: Some Strategies and Tactics", Accounting, Auditing & Accountability Journal, Vol. 1 Iss: 1, pp.34 – 54, hämtad den 2013-03-02 från:

<http://www.emeraldinsight.com.ezproxy.ub.gu.se/journals.htm?articleid=869522&show=abstract>

[COPE 09] En rapport skriven av Copenhagen Economics på uppdrag av Konkurrensverket (2009). Konkurrensen på dagligvarumarknaden, Uppdragsforskningsrapport: 2009:2, Konkurrensverket, Stockholm, 2009, ISSN-nr 1652-8069, hämtad den 2013-04-21 från: http://www.konkurrensverket.se/upload/Filer/Trycksaker/Rapporter/uppdragsforskning/forsk_rap_dagligvarumarknaden.pdf

9.6. Lagar, lagtolkningar och lagargumentation

[STLU 12] Sten-Erik Ingblad och Pernilla Lundqvist (2012). *Argumentation i redovisningsfall – Praktiska redovisningsfall i kursen Avancerad externredovisning*, Handelshögskolan vid Göteborgs Universitet, 2012-09-19

[IFRS 12] FAR (2012). IFRS volymen 2012 - Den svenska översättningen av IFRS såsom de antagits av EU. Standarder och tolkningar, 1 Mars 2012: FAR Akademi farakademi.se

- (1.) FR – Föreställningsram, s. 9 – 26
- (2.) IAS 18 – Intäkter, s.335 – 341
- (3.) IAS 11 – Entreprenadavtal, s. 279 – 285
- (4.) IFRIC 13 – Kundlojalitetsprogram, s. 694 – s. 696
- (5.) IFRIC 15 – Avtal om uppförande av fastighet, s. 702-704
- (6.) IAS 39, p.9 – Effektivräntemetoden, s. 568

[RSV:s 99] RSV:s skrivelser (1999). Något om Riksskatteverkets (RSV) syn på intäktsperiodisering vid successiva prestationer, Dnr. 9704- 99/110, den 12 oktober 1999, hämtad den 2013-03-23 från:

<http://www.skatteverket.se/rattsinformation/skrivelser/arkiv/ar/1999/1999/skrivelser19991012a.4.18e1b10334ebe8bc80005157.html>

9.7. Internetkällor som inte handlar om årsredovisningar

[ANJO 11] Ulrika Anjou, PWC (2011). Utkastet till den nya intäktsredovisningsstandarden är här, hämtad den 2013-05-30 från: <http://www.pwc.se/sv/accounting-update/publikationer/utkastet-till-den-nya-intaktsredovisningsstandarden-ar-har.jhtml>

[BUTL 13] Sarah Butler and Simon Neville(2013). Tesco's empire: expansion checked in UK and beyond, The Guardian, den 18 april 2013, hämtad den 2013-05-30 från:

<http://www.guardian.co.uk/business/2013/apr/18/tesco-empire-uk-and-beyond>

[AICP 13] American Institute of CPAs (2013). Significant Changes Coming to US GAAP, hämtad den 2013-05-29, från:

http://www.aicpa.org/interestareas/frc/accountingfinancialreporting/pages/afr_significant_changes_coming_to_us_gaap.aspx?action=print

[PWC10] PricewaterhouseCoopers International Limited (2010). IASB and FASB debate revenue recognition, No. 2011-04, 25 February 2011, hämtad den 2013-05-29 från:

<http://ebookbrowse.com/iasb-and-fasb-debate-revenue-recognition-pdf-d314112607>

[SIAY 12] Nora Ay, Siba.se (2012). Styrkebesked från Siba – stark tillväxt i december, publicerad 2012-01-12, hämtad den 2013-05-25 från:

http://www.mynewsdesk.com/se/pressroom/siba_ab/pressrelease/view/styrkebesked-fraan-siba-stark-tillvaext-i-december-722792

[ROGE 12] David Rogers (2012). Tesco completes first homes in London, publicerad 2012-03-28, hämtad den 2013-05-11 från: <http://www.bdonline.co.uk/news/tesco-completes-first-homes-in-london/5034231.article>

[HOUG 10] Andrew Hough (2010). "Tesco *mini village* building plans will make it more powerful than the government", Publicerad 2010-04-26, hämtad den 2013-05-11 från:

<http://www.telegraph.co.uk/property/propertynews/7633824/Tesco-mini-village-building-plans-will-make-it-more-powerful-than-government.html>

[SALT 12] Nick Saltmarsh, building.co.uk (2012). Britain's biggest retail makes £804m property write-down, 2012-10-19, hämtad den 2013-05-11 från:

<http://www.building.co.uk/news/tesco-scraps-100-store-developments/5053362.article>

[ICAA 13] IKA AB (2013).

(1.) IKA – Ägarstruktur, hämtad den 2013-02-16 från: <http://corporate.ica.se/Om-ICA-koncernen/Organisation/ICAs-agarstruktur/>

(2.) IKA – På gamla valv och grunder – Icas historia före 1917, hämtad den 2013-05-05 från: <http://www.ica-historien.se/Organisation/Regionbolagen/Pa-gamla-valv-och-grunder--om-ICAs-historia-fore-1917/>

[HAKO 13] Hakoninvest.se (2013). Press - Hakon Invest slutför förvärv av ICA, publicerad 2013-03-27, hämtad den 2013-04-01 från: http://www.hakoninvest.se/sv/Pressrum-Feeds/Press1/?&afw_id=1275305&afw_lang=Swedish&p=press

[AHOL 13] AHOLD (2013). Ahold to sell stake in ICA to Hakon Invest, Pressmeddelande – den 11 februari 2013, hämtad den 2013-02-16 från:

<https://www.ahold.com/#!/Media/Ahold-to-sell-stake-in-ICA-to-Hakon-Invest.htm>

[COOP 13] Coop, (2013). Från COOP websidan, hämtad den 2013-02-16:

- (1.) Konsumentföreningar: <http://www.coop.se/Globala-sidor/OmKF/Konsumentforeningar/>
- (2.) Våra bolag: <http://www.coop.se/Globala-sidor/OmKF/Vara-bolag/>
- (3.) Dagligvarugruppen: http://www.coop.se/Globala-sidor/om_coop/Foretagsinformation/
- (4.) Coop Norden: <https://www.coop.se/Globala-sidor/OmKF/Kooperativ-samverkan/Var-historia1/Tidslinjen/1993/2007/Omvandlingen-av-Coop-Norden/>
- (5.) Mediegruppen: <http://www.coop.se/Globala-sidor/OmKF/Vara-bolag/Mediegruppen/>
- (6.) Fastighetsgruppen: <http://www.coop.se/Globala-sidor/OmKF/Vara-bolag/Fastigheter-och-finans/>
- (7.) Investgruppen: <http://www.coop.se/Globala-sidor/OmKF/Vara-bolag/Investgruppen/>
- (8.) Övriga bolag: <http://www.coop.se/Globala-sidor/OmKF/Vara-bolag/Ovriga-bolag/>

[BFNB 13] BFN Bokföringsnämnden (2013). Från BFNs websidan, hämtad den 2013-03-16:
<http://www.bfn.se/start.aspx>

[121N 13] 121 NU (2013). Siba Holding AB - Koncernstruktur, hämtad den 2013-03-29 från:
<http://www.121.nu/onetoone/koncernstruktur/Siba-Holding-Aktiebolag>

[SIBA 13] SIBA.se (2013). Siba, hämtad den 2013-03-29 från: <http://www.siba.se/>

- (1.) Om Siba/ Pressrumm, från: <http://www.siba.se/Info/InfoPage.aspx?id=758042>
- (2.) Om Siba/ Historia, från: <http://www.siba.se/Info/InfoPage.aspx?id=758100>

[WIKI 13] Svenska Wikipedia (2013). Olika wikipedia artiklar hämtade våren 2013.

- (1.) Siba, hämtad den 2013-03-29 från: <http://sv.wikipedia.org/wiki/Siba>
- (2.) Tesco's Ownership - http://wiki.answers.com/Q/What_type_of_ownership_does_tesco_have
- (3.) Aktieindex - <http://sv.wikipedia.org/wiki/Aktieindex>
- (4.) Tesco Clubcaard - http://en.wikipedia.org/wiki/Tesco_Clubcard

[AXFO 13] AXFOOD.se (2013). Om Axfood, hämtad den 2013-04-01 från:

- (1.) Historik – Axfoods historia i korthet - <http://axfood.se/sv/Om-Axfood/Historik/>
- (2.) Historik – Axfoods historia - <http://axfood.se/Global/Axfood/Historik/Historik.pdf>
- (3.) Om Axfood – <http://axfood.se/sv/Om-Axfood/>
- (4.) Verksamhet – <http://axfood.se/sv/Om-Axfood/Var-verksamhet/>

[TESC 13] TESCOPLC.com (2013). TESCO PLC, hämtad den 2013-04-01 från:

- (1.) Our history – <http://www.tescopl.com/index.asp?pageid=11>
- (2.) About us - <http://www.tescopl.com/index.asp?pageid=6>

[OXBR 13] Oxbridgegraduates.com (2013). Tesco Public Limited Corporation – hämtad 2013-04-01 från: <http://www.oxbridgegraduates.com/essays/business/tesco.php>

[BBCB 12] BBC News Business (2012). Övriga artiklar, hämtad 2013-04-20:

- (1.) Tesco to review future of Fresh and Easy – 2012-12-05, hämtad från: <http://www.bbc.co.uk/news/business-20603686>
- (2.) Tesco reports fall in half-year profit - 2012-12-05, hämtad från: <http://www.bbc.co.uk/news/business-19810916>
- (3.) Tesco to leave Japanese market after nine years - 2012-12-05, hämtad från: <http://www.bbc.co.uk/news/business-18484159>

[FOOD 12] Food Retail World (2012). Leading retailers, 2004-2012, hämtad den 2013-04-20 från: <http://www.foodretailworld.com/LeadingRetailers.htm>

[NEWM 12] Channel 4 News, Cathy Newman (2012). Oil shock hitting demand, says former Tesco boss, 2012-05-12, hämtad den 2013-04-20 från: <http://www.channel4.com/news/oil-shock-hitting-consumer-demand-former-tesco-ceo-warns>

[BUTL 13] Sarah Butler, guardian.co.uk (2013). Horsemeat scandal: Tesco promises to buy more meat from UK – Supermarket also plans to install cameras in supplier's factories, 2013-02-27, hämtad den 2013-04-20 från: <http://www.guardian.co.uk/uk/2013/feb/27/horsemeat-scandal-tesco-meat-uk>

[EURO 13] EUROSTAT (2013). Harmonized Indices of Consumer Prices (HICPs), Eurogeographics Association for the administrative boundaries, hämtad den 2013-04-21 från: <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/tgm/mapToolClosed.do?tab=map&init=1&plugin=1&language=en&pcode=teicp010&toolbox=types#>

[STATI 13] Statistics Sweden (2013). Handel med varor och tjänster:

- (1.) Purchasing Power Parities (PPPs) – Extrapolated PLI for households actual individual consumption 2012, hämtad den 2013-04-21 från: http://www.scb.se/Pages/TableAndChart_137851.aspx
- (2.) Livsmedelsförsäljning fördelad på varugrupper – Livsmedelsförsäljning fördelat på näringsgren, belopp, mm., hämtad den 2013-04-21 från: http://www.scb.se/Pages/TableAndChart_26531.aspx

[DELFI 12] Delfi, DLF och Fri Köpenskap (2012). Dagligvarukartan 2012, Hämtad den 2012-04-21 från: dlf2011.auderis.se/download/190.../Dagligvarukartan-2012.pdf

[IHFÖ 12] Ica Handlarnas Förbund (2013). Hela Sveriges matbutiker – Handelskraft 2012 - Hämtad den 2012-04-21 från: <http://www.ica-handlarna.se/Om-oss/Handelskraft-2012/Hela-Sveriges-matbutiker/>

[GRAN 13] Kenny Granath (2013), Aktiefokus – Tesco: årsbokslut 2012/2013, postat 2013-04-20, Hämtad den 2012-04-21 från: <http://www.aktiefokus.se/category/bolag/tesco/>

[SPER 12] Fredrik Sperling, Ekot (2012). Livsmedelsbutiker fortsätter slås ut - Publicerad 2012-03-29, hämtad den 2013-04-28 från:

<http://sverigesradio.se/sida/artikel.aspx?programid=83&artikel=5038913>

[VIKO 12] Vikomagasinet (2012). Ica Norge vann tvist, publicerad 2012-03-22, hämtad den 2013-05-04 från:

<http://vikomagasinet.wordpress.com/2012/03/22/ica-norge-vann-tvist/>

[MELI 13] Erik Melin, Aftonbladet (2013). Hästkött märktes som svenskt oxfilé, publicerad 2013-04-08, hämtad den 2013-05-09 från:

<http://www.aftonbladet.se/nyheter/article16562787.ab>

9.8. Årsredovisningar

[ICÅR 03-12] ICA Årsredovisning (2003-2012). <http://reports.ica.se/>

[KFÅR 03-12] Kooperativa Förbundets (KF) (2003-2012). Årsredovisningar 2002-2012, hämtade den 2013-02-16 från:

<http://www.coop.se/Globala-sidor/OmKF/Kooperativ-samverkan/Finansiell-information/>

[AXÅR 03-12] Axfood Årsredovisning (2003-2012). Årsredovisningar 2003-2012, hämtade den 2013-02-23 från: <http://investor.axfood.se/index.php?p=finrep&lang=sv>

[TEÅR 03-12] TESCO Årsredovisning (2003-2012). Årsredovisningar 2003-2012, hämtade den 2013-04-01 från: <http://www.tescopl.com/index.asp?pageid=166>

[SIÅR 03-12] Siba Årsredovisning (2003-2012).

9.9. Andra uppsatser

[REHN 12] Pernilla Rehnbeg (2012). Redovisning av immateriella tillgångar i samband med förvärvskalkylering, Doktorsavhandlingar Företagsekonomiska institutionen, utgivningsdatum 26 okt 2012, hämtad 13-04-02 från: <https://gupea.ub.gu.se/handle/2077/30372>,

[INGEL 12] Patrik Ingelsbo och Andreas Sjöström (2012). Intäktsredovisning i all enkelhet eller komplexitet?, HT 2012 Magisteruppsats 2012, hämtad den 13-04-02 från:

https://gupea.ub.gu.se/bitstream/2077/32050/1/gupea_2077_32050_1.pdf

[CASK 13] Sara Carlsson, Fredrika Skogqvist (2013). The relationship between ICA AB and Royal Ahold – A study on international ownership, Bachelor thesis in business administration, Accounting, efter opponeringsdiskussionen den 2013-06-05 från författarna själva.

9.10. Bolag jämförelse webbsidor

[UKFI 13]

<http://uk.finance.yahoo.com/echarts?s=TSCO.L#symbol=tsco.l;range=20010101,20130429;compare=;indicator=volume;charttype=area;crosshair=on;ohlcvvalues=0;logscale=off;source=undefined;>

[121N 13] <http://www.121.nu/onetoone/foretag/siba-holding-ab-3CFD/grunddata>

[ALLA 13] http://www.allabolag.se/5561961755/Waldir_AB

[PROF 13] <http://www.proff.se/foretag/siba-holding-ab/g%C3%B6teborg/finansbolag-finansiella-tj%C3%A4nster/10159211-1/>