



Handelshögskolan  
VID GÖTEBORGS UNIVERSITET

MASTER THESIS

NR:

# ÅRSREDOVISNINGEN

- UTIFRÅN PERSPEKTIVET ANVÄNDARNAS EFTERFRÅGAN-

*EN GRANSKNING PÅ UPPDRAG AV AB SKF*

MAGISTERUPPSATS I FÖRETAGSEKONOMI,

EXTERNREDOVISNING

HÖSTTERMINEN 2006

HANDLEDARE: GUNNAR RIMMEL

FÖRFATTARE: PATRIK FLORÉN  
KRISTOFFER KARLSSON



## FÖRORD

*Tack!*

*Ett stort tack riktas till vår handledare Gunnar Rimmel som har varit ett utmärkt bollplank och hjälpt oss med de vägval vi stått inför under uppsatsens gång. Vidare önskar vi även tacka de respondenter som ställt upp med sin tid och sitt engagemang i samband med våra intervjuer, utan er hade uppsatsen inte varit möjlig att genomföra. Tack även till de övriga personer som stöttat oss på vägen med diverse olika saker vi behövt hjälp med, utan ert stöd hade vi inte klarat det!*

*Göteborg 2007-01-12*

---

*Patrik Florén*

---

*Kristoffer Karlsson*



## SAMMANFATTNING

Magisteruppsats i företagsekonomi, externredovisning, Handelshögskolan vid Göteborgs Universitet, HT 2006

**Författare:** Patrik Florén och Kristoffer Karlsson

**Handledare:** Gunnar Rimmel

**Titel:** Årsredovisningen: Utifrån perspektivet användarnas efterfrågan – en granskning på uppdrag av AB SKF.

**Bakgrund och problem:** Vid utformningen av årsredovisningen står bolag inför flera problem. Medvetenheten om årsredovisningens målgrupp är central och betydelsen av att öka förståelsen för den information bolagen levererar har på senare år erhållit en alltmer framträdande roll. Liksom andra bolag står även SKF inför problematiken att utforma årsredovisningen så att den på bästa tänkbara sätt fyller sitt syfte. Att reagera på de synpunkter ett bolag erhåller från marknaden är således viktigt för att upprätthålla förtroende för bolaget. Årsredovisningen som kommunikationsmedel är idag ett aktuellt ämne och elementärt område för bolaget och det är centralt för bolagen att finna rätt nivå i sin informationsgivning, en nivå som i den här uppsatsen på uppdrag av SKF kommer att behandlas.

**Syfte:** Uppsatsens huvudsakliga syfte är att bidra till att förbättra SKF:s årsredovisning. Vidare är syftet att utröna vilken information aktiemarknaden efterfrågar och undersöka hur SKF i årsredovisningen presenterat den informationen. Efter en jämförelse gentemot ett urval av andra börsbolag är syftet att presentera de områden i SKF:s årsredovisning som bör förbättras alternativt tillfogas. Uppsatsen är således menad att mynna ut i en rekommendation, vilken redogör för de områden som SKF bör ha i åtanke vid utformningen av årsredovisningen.

**Metod:** Det empiriska materialet har insamlats dels genom intervjuer samt medverkande vid föredrag och dels genom granskning av tio årsredovisningar. I syfte att uppnå hög grad av validitet har det vid utformandet av såväl frågor som upprättandet av granskningens checklista valts att utgå från uppsatsens syfte och problemdiskussion. Den informationsasymmetri som existerar mellan bolagen och marknaden är ett tillstånd som med begränsad sannolikhet kommer att försvinna, vilket lett till att uppsatsen präglas av ett kritiskt och försiktigt förhållningssätt.

**SLUTSATS:** Det som av analytiker efterfrågas i bolagens årsredovisningar karaktäriseras främst av en önskan om tydlighet, enkelhet samt relevans. Därmed torde årsredovisningen vara kort, lättförståelig samt i större utsträckning anpassas utefter analytikerns informationsbehov. Paradoxalt, med avseende på denna slutsats, kan tyckas vara att en högre uppfyllelsegrad av analytikerns informationsbehov snarare tenderar att öka årsredovisningens omfattning än att reducera densamma. Således åskådliggörs den komplexitet bolagen ställs inför vid utformningen av årsredovisningen. Vidare tenderar vissa av bolagen ej att vara medvetna om vem som är den huvudsakliga användaren av årsredovisningen, detta då flertalet av användarnas önskemål i vissa årsredovisningar förbisets. Samtliga bolag uppvisar en låg uppfyllelsegrad av användarnas



---

önskemål inom åtminstone ett av de granskade områdena, något som påvisar att det finns utrymme för förändringar samt förbättringar i samtliga granskade årsredovisningar. Slutsatsen om SKF:s årsredovisning är att den framstår som väl utformad och genomtänkt då den erhåller granskningens näst bästa omdöme, men likväl finns vissa förbättringsområden.

**FÖRSLAG TILL VIDARE STUDIER:** En intressant aspekt vore att utföra en jämförelse mellan analytikernas önskemål och rådande lagar vid utformningen av årsredovisningen utgör grunden. Dessutom upplevs det intressant att utföra en studie karakteriserad av en uppföljning av hur de granskade bolagens informationsgivning har utvecklats i årsredovisningen för 2006, alternativt studera hur ett fåtal bolags informationsgivning utvecklats och förändrats över tid.



## INNEHÅLLSFÖRTECKNING

<b>1 INLEDNING .....</b>	<b>1</b>
1.1 BAKGRUNDSBESKRIVNING .....	1
1.2 PROBLEMDISKUSSION.....	2
1.3 SYFTE.....	3
1.4 FOKUSOMRÅDEN OCH FRÅGESTÄLLNINGAR .....	3
1.5 AVGRÄNSNING .....	4
1.6 DISPOSITION.....	4
<b>2 METOD .....</b>	<b>5</b>
2.1 FÖRARBETE .....	5
2.2 DATAINSAMLING.....	5
2.2.1 Genomförande av intervjuer.....	5
2.2.2 Genomförande av granskning.....	6
2.2.3 Genomförande av analys .....	7
2.3 UNDERSÖKNINGENS TILLFÖRLITLIGHET .....	7
2.3.1 Validitet .....	7
2.3.2 Reliabilitet .....	7
<b>3 TEORETISK REFERENSRAM .....</b>	<b>8</b>
3.1 ÅRSREDOVISNINGEN .....	8
3.1.1 Årsredovisningens syfte .....	8
3.1.2 Årsredovisningens intressenter.....	8
3.1.3 Årsredovisningens delar .....	9
3.1.4 Årsredovisningens utformning.....	9
3.2 INVESTOR RELATIONS .....	10
3.2.1 IR:s definition .....	10
3.2.2 IR:s utveckling .....	11
3.2.3 IR:s syfte .....	12
3.2.4 IR i praktiken .....	12
3.2.5 IR:s verktyg.....	13
3.3 KOMMUNIKATIONSTEORI .....	13
3.3.1 Shannon och Weavers kommunikationsmodell.....	13
3.3.2 Bedford och Baladounis kommunikationsmodell.....	14
3.3.3 Kotlers teori om kommunikationskanaler.....	15
3.4 ANALYTIKER .....	16
3.4.1 Analytikerns roll .....	16
3.4.2 Analytikerns informationsbehov .....	16
3.4.3 Analytikerns produkt.....	17
3.5 INFORMATIONASYMMETRI MELLAN BOLAG OCH ANALYTIKER .....	17
3.5.1 Akerlofs "The Market for Lemons" .....	18
3.5.2 Informationsasymmetri i verkligheten .....	18
3.6 INSTITUTIONELL TEORI .....	19
3.7 SAMMANFATTNING AV TEORETISK REFERENSRAM .....	20
<b>4 OBSERVERADE SYNPUNKTER FRÅN PROFESSIONEN .....</b>	<b>21</b>
4.1 ANALYTIKERS SYNPUNKTER PÅ BÖRSBOLAGENS RAPPORTERING.....	21
4.1.1 Nils Liliedahl, Informationsövervakning, Stockholmsbörsen .....	21
4.1.2 Peter Malmqvist, Utredare Övervakningspanelen och Analyschef Nordnet .....	21
4.2 IR:S SYNPUNKTER PÅ SKF:S RAPPORTERING.....	22
4.3 ANALYTIKERS SYNPUNKTER PÅ SKF:S RAPPORTERING.....	23
4.4 KOMMUNIKATIONSBYRÅNS SYNPUNKTER PÅ BOLAGENS RAPPORTERING .....	24
<b>5 EMPIRI.....</b>	<b>25</b>



5.1 GRANSKNINGEN OBEROENDE AV VARANDRA .....	25
5.1.1 Granskning av översiktlig information .....	25
5.1.2 Granskning av informationsstruktur.....	27
5.1.3 Granskning av segmentsrapportering .....	28
5.1.4 Granskning av specifika poster .....	29
5.2 SAMMANFATTNING AV DE OLIKA DELARNAS GRANSKNING.....	31
<b>6 ANALYS .....</b>	<b>32</b>
6.1 ANALYS MED GRANSKNINGEN AV ÖVERSIKTLIG INFORMATION SOM BAS .....	32
6.2 ANALYS MED GRANSKNINGEN AV INFORMATIONSTRUKTUR SOM BAS .....	34
6.3 ANALYS MED GRANSKNINGEN AV SEGMENTSRAPPORTERING SOM BAS .....	38
6.4 ANALYS MED GRANSKNINGEN AV SPECIFIKA POSTER SOM BAS .....	39
6.5 ANALYS MED SAMMANFATTNING AV DE OLIKA DELARNAS GRANSKNING SOM BAS .....	41
<b>7 SLUTSATS .....</b>	<b>42</b>
7.1 SLUTSATSER.....	42
7.2 REKOMMENDATION TILL SKF.....	43
7.3 AVSLUTANDE REFLEKTIONER.....	44
7.4 FÖRSLAG TILL VIDARE STUDIER .....	44

## FIGURFÖRTECKNING

FIGUR 1: FOKUSOMRÅDE OCH FRÅGESTÄLLNINGAR .....	4
FIGUR 2: ÅRSREDOVISNINGENS DELAR .....	9
FIGUR 3: SHANNON OCH WEAVERS KOMMUNIKATIONSMODELL.....	13
FIGUR 4: INFORMATIONASASYMMETRI .....	17
FIGUR 5: 7F-MODELLEN.....	24
FIGUR 6: RESULTAT, ANTAL SIDOR ÅRSREDOVISNINGEN .....	25
FIGUR 7: RESULTAT, ANTAL SIDOR FÖRVALTNINGSBERÄTTELSEN.....	25
FIGUR 8: RESULTAT, ANTAL SIDOR NOTAPPARATEN .....	26
FIGUR 9: RESULTAT, ANTAL DIAGRAM ÅRSREDOVISNINGEN.....	26
FIGUR 10: RESULTAT AV GRANSKNING AV ÖVERSIKTLIG INFORMATION.....	27
FIGUR 11: RESULTAT AV GRANSKNING AV UPPREPNINGARS FÖREKOMST.....	28
FIGUR 12: RESULTAT AV GRANSKNING AV SEGMENTSRAPPORTERING.....	29
FIGUR 13: RESULTAT AV GRANSKNING AV SPECIFIKA POSTER.....	31

## BILAGEFÖRTECKNING

BILAGA A: BEDFORD OCH BALADOUNIS KOMMUNIKATIONSMODELL.....	I
BILAGA B: CHECKLIST FÖR GRANSKNING AV ÅRSREDOVISNINGEN.....	II
BILAGA C: FRÅGOR TILL MARITA BJÖRK.....	III
BILAGA D: FRÅGOR TILL MATS LISS .....	III
BILAGA E: ÖVERGRIPANDE GRANSKNING.....	IV
BILAGA F: GRANSKNING AV INFORMATIONSTRUKTUR.....	IX
BILAGA G: GRANSKNING AV SEGMENTSRAPPORTERING.....	XIV
BILAGA H: GRANSKNING AV SPECIFIKA POSTER .....	XIX
BILAGA I: SAMMANFATTNING AV DE OLIKA DELARNAS GRANSKNING.....	XXV



## 1 INLEDNING

*I uppsatsens första kapitel presenteras bakgrunden till uppsatsens ämnesområde. Introduktionen av bakgrunden resulterar i problemdiskussion, vilket vidare leder till uppsatsens fokusområden och frågeställningar. Kapitlet omfattar även uppsatsens syfte och avslutas med för uppsatsen valda avgränsningar för att sedan avslutas med en disposition.*

### 1.1 BAKGRUNDSBESKRIVNING

Vid utformningen av årsredovisningen står ett bolag inför flera problem. Till stor del är kravet på den information som skall lämnas i årsredovisningen fastställt enligt lag och utrymmet för bolagen att individuellt besluta om vilken information som önskas delges marknaden är därmed begränsat. Med det menas att det existerar ett minimikrav på den information som skall lämnas men att det är upp till bolaget att besluta om hur mycket utöver den obligatoriska informationen som på frivillig basis skall förmedlas till marknaden. Den frivilliga informationens betydelse påvisas av Eccles i boken *The Valuereporting Revolution*, där det faktum att flertalet analytiker använder just denna information som utgångspunkt då ett bolag skall analyseras framhävs. Flertalet frågeställningar kan antas uppkomma i samband med resonemanget ovan. Vilken information skall lämnas, hur ingående skall informationen vara och hur skall informationen paketeras och vidare levereras?

Den fråga som initialt är av fundamental karaktär att som bolag besvara innan ovan nämnda beslut fattas är att fastställa vilken som är den primära målgruppen för årsredovisningen. För ett icke-noterat bolag kan det antas vara kreditgivare och stat som är de huvudsakliga användarna av information, medan det i ett börsnoterat bolag bör vara aktiemarknaden, det vill säga investerare och analytiker, som utgör den huvudsakliga målgruppen. Medvetenheten om bolagets målgrupp är central för att framgångsrikt lyckas utveckla ett arbets- och kommunikationssätt som är effektivt. I relationen mellan bolag och målgrupp existerar ofta en problematik som kan antas ha sin utgångspunkt i den informationsasymmetri som ständigt råder mellan bolagen och dess målgrupp, vilken åskådliggjorts i en studie genomförd av PricewaterhouseCoopers<sup>1</sup>. Det faktum att exempelvis marknaden efterfrågar fullständig information medan bolagen i vissa fall endast är villiga att lämna den information som enligt lag skall bifogas kan medföra komplikationer. Om alltför knapphändig information lämnas begränsas möjligheten för analytiker och investerare att analysera bolaget och tillförseln av kapital till bolaget kan möjligen begränsas, medan en alltför informativ årsredovisning kan leda till att konkurrenter kan nyttja informationen.

Betydelsen av att öka förståelsen för den information bolagen levererar har på senare år erhållit en alltmer framträdande roll vid utformningen av årsredovisningen. Ett bolag kan vara av åsikten att informationen som lämnas är klar och tydlig medan användaren av årsredovisningen anser att informationen är svårtillgänglig, ohanterbar och invecklad. I syfte att undanröja den problematiken anlitar idag flera av börsbolagen kommunikationsbyråer som skall bistå vid utformningen av årsredovisningen och vidare förenkla och tillgängliggöra den information som

<sup>1</sup> Eccles R. G. et al, *The Valuereporting Revolution* (2001)



bolagen lämnar. Således är bolagen medvetna om problematiken med utformningen av årsredovisningen samt vikten av att det som verkligen önskas förmedlas också klart och tydligt framgår och uppfattas av årsredovisningens användare.

NCC och Elanders är två bolag som numera kan titulera sig vinnare av Stockholmsbörsens prestigefyllda årsredovisningstävling "Bästa Årsredovisning". NCC avgick som segrare i klassen större bolag med motiveringen att bolaget oklanderligt redogjort för dess strategiska inriktning och hur den omsatts i praktiken, noggrant beskrivit marknader och konkurrenter samt genomfört och presenterat en utförlig medarbetaranalys<sup>2</sup>. Den motivering som gav Elanders seger i klassen mindre bolag fokuserade på bolagets gedigna presentation av de finansiella målen och uppföljning av dessa, redovisningen av segment samt det utförliga riskavsnittet<sup>3</sup>. Utmärkelsen "Bästa Årsredovisning", som årligen delas ut av Stockholmsbörsen, är bara en i raden av flertalet liknande tävlingar och vad innebär det då att stå överst på prispallen när juryn fällt sin dom? Är det möjligen en kraftigt ökad tillförsel av kapital? Eller medför det ett erkännande för dem som varit involverade i utformningen av årsredovisningen? Blir det så att bolaget får agera måttstock för flertalet bolag när nästkommande årsredovisningar skall utformas? Förmodligen medför åtminstone de två sistnämnda jakande svar då en bra årsredovisning möjligen inte kan anses vara tillräckligt för att attrahera investerare, en tillfredsställande avkastning måste även existera. Dock skall det sägas att ju bättre årsredovisning ett bolag presenterar, desto större blir möjligheten för analytiker att korrekt och rättvisande analysera bolaget för att sedan förmedla det vidare till marknaden. Följaktligen kan utformningen av årsredovisningen antas vara av betydelse för den framtida tillförseln av kapital.

Således är utformningen av årsredovisningen en svår balansgång där varje bolag måste vara medvetet om vad som skall förmedlas med sin årsredovisning, vem årsredovisningen skall förmedlas till samt hur förståelsen för den information som förmedlas skall kunna optimeras.

## 1.2 PROBLEMDISKUSSION

Liksom andra bolag står även SKF inför problematiken att utforma årsredovisningen så att den på bästa tänkbara sätt fyller sitt syfte. Bolaget strävar kontinuerligt efter att minska den informationsasymmetri som råder gentemot marknaden, givetvis i den mån det anses möjligt utan att vara alltför generös med information. Majoriteten av börsbolagen har med stor sannolikhet idag antingen en Investor Relations-avdelning eller åtminstone någon person som svarar för att upprätthålla en god relation med investerare och analytiker. Marcus & Wallace menar att syftet med Investor Relations är att skapa en process som syftar till att informera och övertyga investerare om de värden som ryms inom bolaget<sup>4</sup>. SKF tillhör de bolag som har en IR-avdelning och kan därmed anses vara medvetna om vikten av att vara lyhörd för vilken typ av information som marknaden efterfrågar. Då en årsredovisning publicerats och analyserats av marknaden finns i de flesta fall ett behov hos marknaden att erhålla kompletterande information alternativt förklaringar till vissa delar. Orsaker kan vara att vissa delar av årsredovisningen anses ofullständiga och därmed svåra att analysera eller så kan formuleringar upplevas invecklade och det budskap som bolaget ursprungligen ämnade förmedla kan därmed gå förlorat. Att reagera och

<sup>2</sup> Elektroniskt dokument: Privata Affärer, 2006-11-10

<sup>3</sup> Elektroniskt dokument: Dagens Industri, 2006-11-10

<sup>4</sup> Marcus B. W. & Wallace S. L., New Dimensions in Investor Relations (1997)





agera på de synpunkter som ett bolag erhåller från marknaden efter att årsredovisningen publicerats är således viktigt för att upprätthålla ett förtroende för bolaget, dels vad gäller den finansiella rapporteringen och dels för bolaget i allmänhet. Att omsätta marknadens reaktioner i praktiken kan innebära att bolaget i nästkommande årsredovisning omformulerar vissa avsnitt eller kompletterar med ytterligare information. Dock måste ett bolag väga nyttan av att publicera ytterligare information gentemot risken att informationen kan skada bolaget genom att konkurrerande bolag kan dra nytta av den. Lämpligt kan vara att jämföra sin egen årsredovisning mot andra bolags årsredovisningar och urvalet av motparter kan exempelvis utgöras av bolag av samma storlek eller bolag som verkar inom samma bransch. Syftet med en sådan jämförelse är följaktligen att undersöka om det existerar någon praxis inom de områden som bolaget erhållit synpunkter på samt att utröna hur villiga de andra bolagen varit att lämna den information som marknaden efterfrågar. Först därefter kan det anses lämpligt att ta ställning till huruvida bolaget skall möta marknadens krav på ytterligare information eller om kravet enbart kan anses vara en signal på det informationsasymmetri som ständigt kommer att råda mellan börsbolagen och marknaden.

Årsredovisningen som kommunikationsmedel är således idag ett aktuellt ämne och elementärt område för bolaget att besitta en hög grad av medvetenhet inom och bedriva ett aktivt och effektivt arbete med. Utformandet av densamma bör prioriteras för att lyckas stå sig i konkurrensen om investerare och dess kapital. Det är centralt för bolagen att finna rätt nivå i sin informationsgivning, en nivå som i den här uppsatsen på uppdrag av SKF kommer att behandlas.

### 1.3 SYFTE

Uppsatsens huvudsakliga syfte är att bidra till att förbättra SKF:s årsredovisning. Vidare är syftet att utröna vilken information som aktiemarknaden efterfrågar och därefter undersöka hur SKF i årsredovisningen presenterat den informationen. Efter en jämförelse gentemot ett urval av andra börsbolag i syfte att finna eventuella likheter och skillnader är syftet att presentera de områden i SKF:s årsredovisning som bör förbättras alternativt tillfogas. Uppsatsen är således menad att mynna ut i en rekommendation, vilken redogör för de områden som SKF bör ha i åtanke vid utformningen av årsredovisningen.

### 1.4 FOKUSOMRÅDEN OCH FRÅGESTÄLLNINGAR

Uppsatsens huvudfrågeställning är *vilka områden i årsredovisningen bör SKF förbättra för att på ett mer tillfredsställande vis uppfylla användarnas önskemål*. Huvudfrågeställningen härleds från uppsatsens fem fokusområden, varav var och ett karakteriseras av en övergripande frågeställning. Varje frågeställning ligger till grund för kommande fokusområde respektive tillhörande frågeställning.



	FOKUSOMRÅDEN	FRÅGESTÄLLNINGAR
<i>PROFESSIONENS SYNPUNKTER</i>	<i>Användarnas efterfrågan</i>	Vad i bolagens årsredovisning efterfrågas av dess användare?
↓	↓	↓
<i>EMPIRI</i>	<i>Bolagens tendens att redovisa i enlighet med användarnas önskemål.</i>	I vilken utsträckning motsvarar bolagens förmedlade information användarens efterfrågan?
↓	↓	↓
<i>ANALYS</i>	<i>Anledning till bolagens informationsgivning samt jämförelse med varandra.</i>	Vad påverkar nivån av att förmedla information i enlighet med användarnas önskemål och varför existerar skillnader mellan bolagen?
↓	↓	↓
<i>SLUTSATS</i>	<i>SKF:s årsredovisning jämfört med andra.</i>	Hur väl står sig SKF:s årsredovisning inom de områden som aktiemarknaden efterfrågar gentemot ett urval av andra börsbolags årsredovisningar?
↓	↓	↓
<i>REKOMMENDATION TILL SKF</i>	<i>SKF:s förbättringsområden</i>	Vilken information bör SKF:s årsredovisning kompletteras med och hur skall den presenteras?

Figur 1: Fokusområde och frågeställningar

## 1.5 AVGRÄNSNING

Utifrån uppsatsen syfte har granskningsområden bestämts av professionens synpunkter på årsredovisningens innehåll varför granskningen valts att avgränsas till att omfatta de delarna. Med professionen avses såväl de analytiker, vilka det i uppsatsen erhållits information från som erhållen information från IR-avdelning.

Avsikten med uppsatsen är att granska ett urval av bolag som ryms inom definitionen *svenska börsbolag som följer IFRS*. Inom ramen för uppsatsens granskning avses enbart årsredovisningar för 2005, något som vid uppsatsens tidpunkt innebär senast utgivna årsredovisning.

Vidare har valts att i såväl granskning och analys som slutsats bortse från regleringar och lagstadgade krav som existerar avseende årsredovisningens innehåll då en sådan infallsvinkel skulle medföra en alltför omfattande studie.

## 1.6 DISPOSITION

I uppsatsens första kapitel presenteras den bakgrund, problemdiskussion och de frågeställningar som karaktäriserar uppsatsens ämnesområde. Kapitlet omfattar även uppsatsens syfte samt avgränsningar. Kapitel två är uppsatsens metodkapitel och redogör för uppsatsens förhållningssätt samt de val som utmärker datainsamlingen. Uppsatsens tredje kapitel utgörs av den teoretiska referensramen, vilken i kapitel fyra kompletteras med synpunkter framförda av professionen. Uppsatsens empiri framförs i kapitel fem och följs i efterföljande kapitel av analys där teoretisk referensram och empiri binds samman. Uppsatsen avslutas med slutsatser samt den rekommendation som skall överlämnas till SKF.



## 2 METOD

*Inledningsvis behandlar metodkapitlet det förarbete som karaktäriserat uppsatsen. Därefter redogörs för undersökningens datainsamling. Avslutningsvis diskuteras undersökningens tillförlitlighet.*

### 2.1 FÖRBETE

Under hösten 2006 framfördes önskemål om att skriva magisteruppsatsen för SKF och det framlades då ett antal uppsatsområden av vilka SKF ansåg ett vara mest relevant och användbart. Konsultationen genomfördes med, Susanne Larsson, Director of Group Controlling and Accounting på SKF. Då uppsatsens ämnesområde fastställdes valdes att utforma ett antal övergripande frågeställningar vilka uppsatsen skulle avse besvara. I syfte att öka kunskapen om samt förståelsen för ämnesområdet valdes att skapa ett underlag för uppsatsen genom att studera för ämnet aktuell och befintlig litteratur och teori.

Underlaget för den empiriska undersökningen utgörs av främst studier av genomförd forskning såsom kommunikationsteori och institutionell teori men även tidigare uppsatser. Vidare utgör också intervjuer med medarbetare på SKF:s Investor Relations samt analytiker bakgrund och underlag till granskningen av det empiriska materialet. Studierna har genomförts i syfte att erhålla förståelse för i praktiken observerade problematiska områden, varför olika tillvägagångssätt väljs samt i vilken utsträckning underliggande, mer symboliska och känslomässiga faktorer har betydelse. Dessutom möjliggör studierna att uttala sig om hur bolag i allmänhet och SKF i synnerhet bör utforma sin årsredovisning för att dels tillgodose rådande krav och önskemål men även för att framgångsrikt lyckas kommunicera ut det till intressenter. Ovan har kompletterats med motiveringar till aktuella utmärkelser för framgångsrika årsredovisningar, för att på så sätt fastslå vad som är elementärt att utveckla väl i en årsredovisning. Några av de sökord som använts i samband med datainsamlingen är: kommunikationsteori, analytiker, informationsbehov, årsredovisningens utformning och Investor Relations.

### 2.2 DATAINSAMLING

För undersökningen relevant data har insamlats dels genom intervjuer och dels genom granskning av årsredovisningar.

#### 2.2.1 GENOMFÖRANDE AV INTERVJUER

Datainsamlingens initiala genomförande har utgjorts av dels intervjuer och dels genom medverkande på konferensen Finforum i Stockholm<sup>5</sup>. De två intervjuer som har genomförts har som tidigare nämnts huvudsakligen genomförts med syftet att åstadkomma en bakgrund till det empiriska materialet. Det ansågs relevant att intervjua Marita Björk<sup>6</sup>, chef för avdelningen Investor Relations på SKF och intervjun genomfördes i form av besöksintervju på SKF:s

<sup>5</sup> Arrangeras årligen av Föreningen Auktoriserade Revisorer (FAR) och Sveriges Finansanalytikers Förening (SFF).

<sup>6</sup> Intervjufrågor återfinns i bilaga C.



huvudkontor i Göteborg medan intervjun med analytikern Mats Liss<sup>7</sup> genomfördes i form av mailintervju samt telefonintervju.

Den främsta fördelen med besöksintervjuer är att det skapas möjlighet att uppfatta respondentens signaler på ett effektivt vis, något som kan förloras i samband med telefonintervjuer. Besöksintervjuers mest negativa egenskap är att intervjuareffekt kan uppstå, med vilket menas att respondentens svar kan vara påverkat av intervjuarens egen åsikt eller attityd i frågan.<sup>8</sup> Dessutom kan frågor som uppfattas som känsliga möjligen komma att undvikas<sup>9</sup>. Skribenternas insikt om en sådan effekt medför medvetenhet om vikten att hålla sig neutral och vara öppen för olika uppfattningar hos respondenten i samtliga frågor.

De mest positiva egenskaperna med telefonintervjuer är geografisk obegränsning, samt att den mindre mängd tid som behöver tas i anspråk än vid en besöksintervju<sup>10</sup>. Det har i uppsatsen lett till att intervjun med Mats Liss genomfördes då han hade möjlighet. Vid telefonintervjuer kan dock, som tidigare nämnts, respondentens signaler vara svåra att uppfatta, vilket kan leda till att missuppfattningar och misstolkningar uppkommer. För att undvika det här är det elementärt att båda skribenterna närvarar vid intervjun och dokumenterar oberoende av varandra.

### 2.2.2 GENOMFÖRANDE AV GRANSKNING

Granskningen av årsredovisningar har gjorts utifrån räkenskapsåret 2005 och avsikten har varit att granska tio årsredovisningar. Motiveringen till antalet är att uppnå en tillfredsställande grad av relevans och tillförlitlighet i uppsatsen, vilket anses ske med valt antal. Valet av granskade årsredovisningar har, givetvis SKF exkluderat, gjorts med tre styrande faktorer vilket således har medfört att urvalet kan delas in i tre kategorier. Kategorierna har följande egenskaper: <sup>1)</sup> bolag som SKF årsredovisningsmässigt brukar jämföra sig med, <sup>2)</sup> bolag som anlitar kommunikationsbyrå Solberg Kommunikation, samt <sup>3)</sup> bolag som tilldelats utmärkelser i Stockholmsbörsens tävling ”Bästa Årsredovisning”. Inom kategori ett ryms bolagen Volvo, Ericsson och Telia, medan inom kategori två återfinns bolagen Lindex, NIBE och återigen Volvo. Slutligen finns bolagen Boss Media, Vattenfall, NCC och Elanders inom kategori tre. Valet av bolagen i första kategorin har grundats på konsultation med en av skribenterna, Patrik Florén, som arbetar på SKF och är väl insatt i SKF:s arbete med årsredovisning. Andra kategorin har styrts av Solberg Kommunikations existerande kunder och kravet på relativt jämförbar verksamhet, medan bolagen i den sista kategorin valdes med anledning av att det är de som vunnit tävlingen de två senaste åren.

Granskningen av årsredovisningar har utgjort det huvudsakliga inslaget vid datainsamlingen. Genomförandet har karaktäriserats av jämförelse mellan observerad efterfrågan från användare och den information bolagen de facto förmedlar. Bolagens sätt att redogöra för informationen har klassificerats in i på förhand uppställda intervaller som vidare tilldelats olika poäng. Resultatet av detta har dels utmynnat i ett konstaterande om hur tillfredsställande bolagen förmedlar information inom respektive granskat område och dels hur bolagens information totalt sett korrelerar med framförda önskemål och synpunkter.

<sup>7</sup> Intervjufrågor återfinns i bilaga D.

<sup>8</sup> Dahmström K., Från datainsamling till rapport (2000)

<sup>9</sup> Ibid

<sup>10</sup> Ibid



Vid fastställandet av granskningsområden har vikten insetts av att fokusera på områden som i praktiken visar sig vara problematiska och förenade med diskrepans mellan vad som önskas förmedlas och hur det de facto uppfattas. För att lyckas åstadkomma ett så jämförbart empiriskt material som möjligt föreföll det sig naturligt att upprätta en checklista<sup>11</sup>, vilken har fungerat som utgångspunkt och mall vid granskning av varje årsredovisning. Således baseras uppsatsens analys och slutsatser på i vilken utsträckning bolagens årsredovisningar uppfyller uppställda punkter i skribenternas checklista.

### 2.2.3 GENOMFÖRANDE AV ANALYS

Återkoppling till uppsatsens teoretiska referensram har därefter gjorts genom studerande av för uppsatsen relevanta delar av årsredovisningar samt observationer och reflektioner kring intervjuade personers uttalanden. I den mån, med utgångspunkt i uppsatsens syfte, signifikans anses råda, har empiriska slutsatser dragits utifrån återkopplingen. Materialet har därefter analyserats för att på så sätt återge en bild som beskriver uppsatsens undersökning och vidare har avsikten varit att, med den här bilden som bas, skapa en djupare analys, något som skett utifrån syftet att ge läsaren möjligheter att dra egna slutsatser.

## 2.3 UNDERSÖKNINGENS TILLFÖRLITLIGHET

Det bör poängteras att problematiken med den informationsasymmetri som existerar mellan bolagen och marknaden är ett tillstånd som med begränsad sannolikhet kommer att försvinna. Den aktuella problematiken inom området avses tas hänsyn till och uppsatsen kommer att präglas av ett försiktigt och kritiskt förhållningssätt. Det kan komma att få effekter på uppsatsens slutliga rekommendation till SKF då ett fullständigt tillmötesgående från bolagets sida av användarnas önskemål medför fullständig transparens, något som är ohållbart i en bolagssituation.

### 2.3.1 VALIDITET

Med validitet<sup>12</sup> menas förmågan att mäta det uppsatsen avser mäta. För att uppnå hög grad av validitet har det vid utformandet av såväl frågor som upprättandet av granskningens checklista valts att utgå från uppsatsens syfte och problemdiskussion. Stor vikt har lagts vid att utforma frågor som är enkla och tydliga för att på så sätt undvika misstolkningar hos respondenterna. Likväl har checklisten upprättats på grundval av tydlighet och på ett sätt som medför att tveksamheter i bedömningar begränsas. Genom att upprätta frågor och checklista på detta sätt anses systematiska fel<sup>13</sup> begränsas.

### 2.3.2 RELIABILITET

För att uppnå reliabilitet<sup>14</sup> i undersökningen, det vill säga tillförlitliga och stabila utslag, är det elementärt att respondenterna haft för området god kännedom och kompetens. Härmed har respondenternas titlar och ansvarsområden varit av stor betydelse. Likväl anses checklisten bidra till begränsandet av slumpmässiga fel, vilket även är ett sätt att definiera reliabilitet<sup>15</sup>.

<sup>11</sup> Bilaga B

<sup>12</sup> Eriksson L. T. & Wiedersheim-Paul F., Att utreda, forska och rapportera (2001)

<sup>13</sup> Dahmström K., Från datainsamling till rapport (2000)

<sup>14</sup> Eriksson L. T. & Wiedersheim-Paul F., Att utreda, forska och rapportera (2001)

<sup>15</sup> Dahmström K., Från datainsamling till rapport (2000)



## 3 TEORETISK REFERENSRAM

*Kapitlet innefattar den teoretiska referensramen som för kapitlen empirisk undersökning samt analys uppfattas väsentlig. Historisk liksom nyligen presenterad litteratur inom området och som har hög grad av aktualitet för uppsatsens ämne kommer således att presenteras i kapitel tre.*

### 3.1 ÅRSREDOVISNINGEN

Årsredovisningen är en av de flera kommunikationskanaler ett bolag har att använda sig av i sin relation med dess intressenter. Härmed finnes det relevant att i behandla detta område i uppsatsen.

#### 3.1.1 ÅRSREDOVISNINGENS SYFTE

Årsredovisningen syftar till att förmedla ett bolags finansiella ställning vid årets slut samt att informera om väsentliga händelser som ägt rum under året<sup>16</sup>. Vidare skall årsredovisningen ge en rättvisande bild av bolagets resultat och finansiella ställning, något som uppnås genom att ett bolag är medvetet om vilka som är användare av årsredovisningen. I praktiken innebär att en årsredovisning kan anses vara rättvisande då den är upprättad i överensstämmelse med allmänt accepterade redovisningsprinciper.<sup>17</sup>

#### 3.1.2 ÅRSREDOVISNINGENS INTRESSEENTER

Användarna av ett bolags årsredovisning kan skilja sig från fall till fall och påverkas givetvis av ett antal parametrar, där bolagets storlek samt ägarstruktur kan anses vara de mest centrala. Mindre bolag har ofta en snävare intressentkrets som kan antas innefatta skattemyndighet och långgivare, medan stora bolag har en mer omfattande intressentkrets, där ägarna ofta utgör årsredovisningens främsta målgrupp. Ägarna tillhandahåller kapital och ställer därmed krav på avkastningens storlek, vilken kan prognostiseras genom användande av bolagets redovisning. Vidare önskar ägarna bli varse om de risker som är förenliga med bolagets verksamhet samt hur bolagets ledning sköter förvaltningen av bolaget. Dock skall det belysas att även om ägarna utgör den främsta målgruppen för större bolag finns ett antal övriga intressenter som tillgodogör sig information genom årsredovisningen och en redogörelse av dessa presenteras nedan:

*Anställda* – Bolagets finansiella ställning och lönsamhet kan vara av betydande karaktär då en anställd beslutar om att påbörja, fortsätta eller avsluta en anställning. Om ett bolag uppvisar en sviktande lönsamhet kan lön, pensioner samt anställningstrygghet påverkas, vilket den anställde tar hänsyn till i sitt beslut om framtiden.

*Långgivare* – Befintliga långgivare använder årsredovisningen i syfte att bedöma bolagets förmåga att fullgöra amorteringar och räntebetalningar. Potentiella långgivare använder samma typ av information då en eventuell kredit skall prövas.

<sup>16</sup> Elektroniskt dokument: Föreläsningsunderlag, 2006-11-28

<sup>17</sup> Thorell P., Bolagens redovisning (2003)



*Leverantörer* – Bolagets betalningsförmåga på kort sikt är av avgörande betydelse för om en leverantör väljer att ingå avtal med bolaget. Därför används årsredovisningen av leverantörer i syfte att ta del av bolagets finansiella ställning.

*Samhället* – Samhällsintresset kan delas in i två nivåer, makro- och mikronivå. Med makronivå menas fördelningen av tillgängliga resurser i samhället medan mikronivå tar sikte på reglering och beskattning.

*Allmänheten* – Information om ett bolags finansiella ställning kan vara av intresse för allmänheten då ett bolag kan anställa en majoritet av personerna i en stad. En försämring av den finansiella ställningen kan således komma att påverka staden i stort.

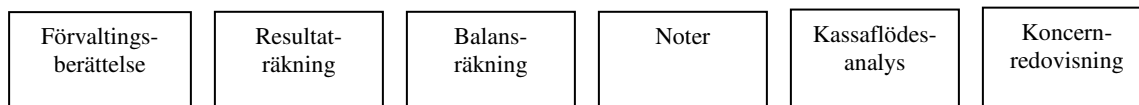
Sammanfattningsvis bör nämnas att det finns ytterliggare intressenter som använder årsredovisningen, däribland konkurrenter.<sup>18</sup>

### 3.1.3 ÅRSREDOVISNINGENS DELAR

En årsredovisning skall enligt Årsredovisningslagen innefatta balansräkning, resultaträkning, noter samt förvaltningsberättelse. För större bolag skall även en kassaflödesanalys upprättas. I syfte att förklara de redovisningsprinciper bolaget tillämpat skall detta beskrivas i notapparaten och fungera som förklaring till de siffror som återges i balans- respektive resultaträkningen. Allmänna upplysningar om förhållandena i bolaget samt förslag till resultatdisposition skall lämnas i förvaltningsberättelsen. Kassaflödesanalysen syftar till att åskådliggöra bolagets finansiering samt kapitalinvesteringar.<sup>19</sup>

Koncernförhållande föreligger då ett bolag har bestämmande inflytande över ett annat bolag, något som föranleder en skyldighet att även upprätta en koncernredovisning. Koncernredovisningen består av koncernbalansräkning, koncernresultaträkning, noter, förvaltningsberättelse samt kassaflödesanalys och publiceras tillsammans med årsredovisningen.<sup>20</sup>

Årsredovisningens delar kan åskådliggöras genom illustrationen nedan.<sup>21</sup>



Figur 2: Årsredovisningens delar

### 3.1.4 ÅRSREDOVISNINGENS UTFORMNING

Då ett bolag inleder planeringen av årsredovisningen bör två faktorer tas hänsyn till och karaktärisera processen. En årsredovisning är ett dokument som syftar till att förmedla finansiell data och hantera relationen gentemot finansiella intressenter. Vidare finns ett antal mer specifika

<sup>18</sup> Ibid.

<sup>19</sup> Ibid.

<sup>20</sup> Ibid.

<sup>21</sup> Ibid.



frågeställningar ett bolag bör söka svar på i planeringsfasen av årsredovisningen och därigenom erhålla en enhetlig bild som beskriver vad årsredovisningen är menad att förmedla och till vilka.<sup>22</sup>

Utgångspunkten då ett bolag inleder årsredovisningsprocessen bör vara att finna svar på vad bolaget eftersträvar att användarna av årsredovisningen skall veta och anse om bolaget efter att de läst densamma. Ett antal av de mål ett bolag bör sträva efter att uppnå med sin årsredovisning kan anses vara:

- Definiera bolagets natur samt redogöra för framtida utvecklingspotential.
- Påvisa att bolagets ledning har kontroll över bolagets verksamheter samt god kännedom om de marknader bolaget agerar inom.
- Illustrera att bolagets ledning förstår kapitalkostnaden och har en strategi som syftar till att kommande års intäkter skall överstiga denna kostnad.

Utöver ovan nämnda mål bör ett bolag identifiera ytterliggare mål, vilka kan antas framkomma då bolaget inleder arbetet med att producera årsredovisningen. Som exempel kan en djupare branschbeskrivning infogas men även bolagsspecifik information, som exempelvis nya strategier, bör beaktas.

Att utveckla ett tema för årsredovisningen stärker möjligheten för ett bolag att kommunicera årsredovisningens menade budskap till användarna. Temat syftar till att utgöra ett hjälpmedel i strävan efter att nå de mål med årsredovisningen som diskuterats ovan. De fördelar som främst kan urskiljas genom att ett bolag fastställer ett tema för årsredovisningen är bland annat att det underlättar förståelse för bolagets natur hos användarna av årsredovisningen och därmed påverkar användarens uppfattning om årsredovisningen samt dess innehåll.

Ytterliggare en aspekt som ett bolag bör beakta vid utformningen av årsredovisningen är valet av format, det vill säga var och hur informationen i årsredovisningen skall presenteras. Marcus & Wallace lyfter fram flera exempel där avsteg från den traditionella mallen rönt uppmärksamhet och uppskattning hos användarna av årsredovisningen och menar vidare att ingen årsredovisning skall vara en imitation av en annan årsredovisning och syftar på att alla bolag är unika.<sup>23</sup>

## 3.2 INVESTOR RELATIONS

Investor Relations, vidare benämnt IR, är ett område som till stor del karaktäriseras av förhållandet mellan bolag och dess intressenter, varför det för uppsatsen upplevs relevant att behandla.

### 3.2.1 IR:S DEFINITION

Att definiera IR är inte enkelt då begreppet ofta rymmer olika betydelser, enligt Hardegård och Hedstrand finns såväl vida som smalare och mer preciserade definitioner<sup>24</sup>. Den amerikanska sammanslutningen NIRI, *National Investor Relations Institute*, består av mer än 5000 IR-ansvariga och definierar begreppet IR enligt följande:

<sup>22</sup> Marcus B. W. & Wallace S. L., *New Dimension in Investor Relations* (1997)

<sup>23</sup> Ibid.

<sup>24</sup> Hardegård M. & Hedstrand M., *Investor Relations: konsten att kunna kommunicera med sina aktieägare* (2001)





*A strategic management responsibility that integrates finance, communication, marketing and securities law compliance to enable the most effective two-way communication between a company, the financial community, and other constituencies, which ultimately contributes to a company's securities achieving fair valuation.*<sup>25</sup>

Följaktligen innebär definitionen att IR har ett strategiskt ledarmässigt ansvar som med kommunikation och marknadsföring upprätthålls och medför att bolaget lyckas styra flödet av information till dess intressenter. Definitionen överensstämmer väl med den Goodman påvisar, nämligen att IR är ett led i bolagets kommunikation med intressenter.<sup>26</sup>

Vidare menar Marcus & Wallace att IR är en process för att informera och övertyga investerare om de värden som ryms inom bolaget och det som erbjuds, allt i syfte att förbättra bolagets ställning<sup>27</sup>. Tanken om IR som en form av marknadsföring stöds av Mahoney<sup>28</sup>.

Däremot är inte tanken om IR som ren marknadsföringsfunktion signifikant för Diehls beskrivning, vilken framläggs av Waxberg och Rönnblad. Diehl menar enligt författarna istället att IR är den funktion i bolaget som på ett rättvisande och fullständigt sätt skall redogöra för bolagets faktiska ställning och utveckling.<sup>29</sup>

### 3.2.2 IR:S UTVECKLING

Begreppet IR har sin grund i amerikanska bolag i allmänhet och General Motors i synnerhet. Omkring år 1950 utvecklades program för att åstadkomma en förbättrad kommunikation med bolagets aktieägare och investerare, program som kom att kallas för Investor Relations.<sup>30</sup>

På senare år har det blivit elementärt för bolagen att satsa en större mängd resurser på rådande aktieägarrelationer men även på attraherandet av nya investerare. Ytterligare en anledning till den ökade betydelse av IR som har kunnat urskiljas under de två senaste decennierna är den globalisering och distansökning som ägt rum och som även, genom ökat utländskt ägande, har inverkan på förhållandet mellan aktieägare och företagsledning<sup>31</sup>. Med anledning av den allt intensivare konkurrensen, med avseende på investerares kapital, som präglar börsnoterade bolag idag har det blivit centralt för företagsledningen att förankra en positiv bild av bolaget bland investerarna. En god image och positiva förväntningar om framtiden måste förmedlas för att få tillgång till nödvändigt kapital<sup>32</sup>.

Axell, Gottmark och Svantesson påvisar att omkring tjugofem procent av de svenska börsbolagen besitter en IR-avdelning och menar vidare att det är sannolikt att anta att övriga bolag med stor sannolikhet ändå bedriver ett aktivt arbete med IR men att arbetet är inkluderat i finans- och ekonomiavdelning eller informationsavdelning.<sup>33</sup>

<sup>25</sup> Elektroniskt dokument: National Investor Relations Institute, 2006-12-14

<sup>26</sup> Goodman M. B., Corporate Communication: the American picture (2000)

<sup>27</sup> Marcus B. W. & Wallace S. L., New Dimensions in Investor Relations (1997)

<sup>28</sup> Elektroniskt dokument: American Depositary Receipts: The Bank of New York, 2006-11-21

<sup>29</sup> Waxberg C. & Rönnblad J., Vad vill analytikerna ha?: en attitydundersökning kring årsredovisningen (2005)

<sup>30</sup> Axell P., Gottmark M. & Svantesson M., Investor Relations: en agentkostnad (2003)

<sup>31</sup> Ibid.

<sup>32</sup> Marcus B. W. & Wallace S. L., New Dimensions in Investor Relations (1997)

<sup>33</sup> Axell P., Gottmark M. & Svantesson M., Investor Relations: en agentkostnad (2003)



Den utveckling som under senare år har skett kan anses karaktäriseras av dels möjligheten till informationsspridning<sup>34</sup> och dels konkurrensen om aktieägare och då främst det kapital de investerar<sup>35</sup>. Bolagets finansiella information samt relationen mellan media, investerare, analytiker och bolaget tenderar därmed vara av oerhörd betydelse för att attrahera investerare och kapital.

### 3.2.3 IR:S SYFTE

NIRI:s syn på IR:s övergripande syfte är följande:

*Effektivt ledd kan investor relations ha en positiv effekt på ett företags totala värde relativt det övergripande marknadsvärdet samt på ett företags kostnad av kapital.<sup>36</sup>*

Enligt Marcus & Wallace<sup>37</sup> är IR-funktionens mest centrala syfte att fungera som konkurrensmedel för bolaget genom att med tillhandahållande av relevant, rättvisande och fullständig men alltså överskådlig information bidra till positionering, ökad tillgänglighet och förtroendeskapande på kapitalmarknaden. Marcus & Wallace menar nämligen att det är just de faktorerna som påverkar investerares val av bolag. Att investerare, men även analytiker och andra aktörer på kapitalmarknaden, vänder sig till IR för att erhålla information på ett snabbt och effektivt sätt påvisar ytterligare funktionens roll och syfte som länk mellan bolaget och marknaden. För att lyckas vara effektiv i sin informationshantering och utgivning av densamma blir det elementärt för IR att ha en nära relation till bolagets olika informationsgivande avdelningar i allmänhet och företagsledningen i synnerhet. De övergripande syftena med IR kan således anses vara<sup>38</sup>:

- Att skapa och förmedla bolagets värde för investerare.
- Att agera informationsgivare och informationsspridare till bolagets intressenter.
- Att hantera och strukturera informationsflöden så att de motsvarar omvärldens krav.
- Att genom en så objektiv och korrekt förmedling av bolaget som möjligt minska informationsasymmetrin mellan bolaget och marknaden samt dess investerare<sup>39</sup>.

Dock påpekar Axell, Gottmark och Svantesson att det även framlagts att IR ibland, genom att gallra information, tenderar att kommunicera ut en vilseledande bild och därmed blir funktionens syfte istället att påverka börskursen<sup>40</sup>. De två kontrasterande uppfattningarna om IR:s syfte diskuterar Marcus & Wallace som menar att en utveckling har skett, från att ha varit inriktad på kommunikering åt en finansfunktion till att ha blivit en marknadsföringsfunktion<sup>41</sup>.

### 3.2.4 IR I PRAKTIKEN

Rimmel menar att den roll IR i praktiken har ur bolagets perspektiv präglas av kommunikation med kapitalmarknaden och genom det skapas ett värde på bolagets aktie. Det medför i sin tur

<sup>34</sup> Marston C. & Straker M., Investor Relations: a European Survey (2001)

<sup>35</sup> Marcus B. W. & Wallace S. L., New Dimensions in Investor Relations (1997)

<sup>36</sup> Adrem A. H., Essays on Disclosure Practices in Sweden (1999)

<sup>37</sup> Marcus B. W. & Wallace S. L., New Dimensions in Investor Relations (1997)

<sup>38</sup> Elektroniskt dokument: Taurus Kommunikation, 2006-11-21

<sup>39</sup> Edenhamar H., Jakobsson T. & Wachtmeister C. J., Investor Relations i praktiken (2001)

<sup>40</sup> Axell P., Gottmark M. & Svantesson M., Investor Relations: en agentkostnad (2003)

<sup>41</sup> Marcus B. W. & Wallace S. L., New Dimensions in Investor Relations (1997)

bland annat att bolaget för en korrekt kostnad får tillgång till kapital samt en korrekt börskurs ökar sannolikheten för marknaden att göra mer säkra förväntningar om framtida vinster. Således; *a fair share price provides freedom of action.*<sup>42</sup>

Ur användarnas perspektiv menar Rimmel att IR:s roll i praktiken är att förmedla information som möjliggör för användaren att bilda sig en uppfattning om aktiens värde. Likaså skall informationen vara lika tillgänglig och förmedlas på samma sätt för alla. Med andra ord; *information on equal terms is the foundation stone of the market.*<sup>43</sup>

### 3.2.5 IR:S VERKTYG

IR-funktionens möjligheter att utöva det syfte och den roll som nu redogjorts påverkas av effektiviteten i de olika kommunikationsverktyg som finns tillgängliga. Edenhammar et al. menar att verktygen kan fördelas i två kategorier.<sup>44</sup>

- Årsrapporter, delårsrapporter, kvartalsrapporter, faktaböcker, pressmeddelande, TV, informationsmaterial om bolaget etc.
- Presskonferenser, möten, samtal, videokonferenser etc.

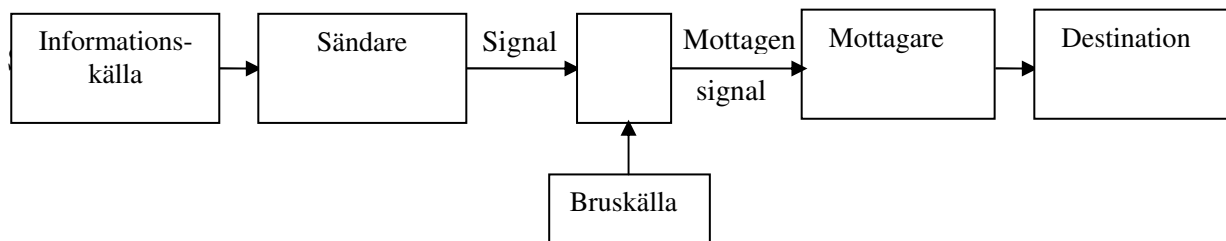
Således karaktäriseras den andra kategorin mer av individuella verktyg, i stor utsträckning präglade av personlig kontakt mellan IR och användaren av informationen. Verktygen i andra kategorin anses oftast mer effektiva men kräver också oftast mer resurser, i form av kapital och tid, än den första kategorin.

## 3.3 KOMMUNIKATIONSTEORI

Följande tre stycken avser redogöra för de tre teorier och modeller behandlande kommunikation som upplevs vara av största relevans för vidare empiri, analys samt slutsats.

### 3.3.1 SHANNON OCH WEAVERS KOMMUNIKATIONSMODELL

Shannon och Weavers modell utvecklades i syfte att finna de mest effektiva kommunikationskanalerna. Modellen åskådliggör kommunikation som en enkel, linjär process och det har även hävdats att den är applicerbar på mänsklig kommunikation. Vidare åskådliggör den ett förhållande mellan en sändare och en mottagare vilket i uppsatsen representeras av bolaget och marknaden.



**Figur 3: Shannon och Weavers kommunikationsmodell**

**Källa: Fiske (1990) s. 7**

<sup>42</sup> Föreläsningsunderlag: Rimmel, 2006-10-20

<sup>43</sup> Ibid.

<sup>44</sup> Edenhammar H., Jakobsson T. & Wachtmeister C. J., Investor Relations i praktiken (2001)



Informationskällan fattar beslut om vilket meddelande som skall förmedlas. Meddelandet vidarebefordras därefter till sändaren som omvandlar meddelandet till en signal. Signalen sänds sedan genom kanalen i syfte att nå mottagaren av meddelandet. Eventuella tillkommanden till signalen från den tid det lämnat sändaren tills den når mottagaren definieras som brus-källa. Mottagaren för sedan meddelandet vidare till destinationen.<sup>45</sup>

Shannon och Weavers modell kan appliceras på årsredovisningsprocessen. I ett bolag är det i de flesta fall verkställande direktör och styrelse som fastställer vilken typ av information som skall förmedlas via årsredovisningen och parterna kan således anses vara informationskällan. Sändaren kan antas utgöras av ett bolags redovisningsavdelning, vilka ansvarar för att översätta verkställande direktörens och styrelsens önskemål till årsredovisningen. Därefter distribueras årsredovisningen till mottagaren, som i uppsatsen utgörs av analytiker som i sin tur förmedlar genomförda analyser till marknaden, vilken kan anses utgöra destinationen. En tänkbar brus-källa som skulle kunna uppstå från det att redovisningsavdelningen lämnat årsredovisningen för tryck till det att analytikern har densamma i sitt förvar kan vara att ett annat bolag under denna period förmedlar sin årsredovisning till analytikern. Om fallet är sådant att den årsredovisning som det andra bolaget utformat tillgodoser fler av analytikerns krav på information och den årsredovisning som det ursprungliga bolaget utformat ej uppfyller samma krav torde analytikerns inställning till den senare förändras åt det negativa.

### 3.3.2 BEDFORD OCH BALADOUNIS KOMMUNIKATIONSMODELL

Bedford och Baladounis kommunikationsmodell syftar till att åskådliggöra hur redovisning kommuniceras. Dock vidhåller Bedford och Baladouni det faktum att en modell aldrig kan innefatta alla tänkbara beståndsdelar i en process utan det är av stor vikt att vid utformandet av en modell noggrant överväga vilka delar som kan anses vara de mest frekventa i processen. Med den utgångspunkten valde Bedford och Baladouni att utgå från fyra beståndsdelar, vilka de ansåg utgöra grunden i kommunikationen av redovisning, nämligen ekonomiska händelser, redovisaren, redovisningsdokumentet samt användaren.

Bedford och Baladouni menar att de ekonomiska händelser som inträffar i bolagets omvärld delvis uppfattas av redovisaren och delvis uppfattas av andra kommunikationsenheter, såväl interna som externa. Därefter tolkas informationen av redovisaren i syfte att fastställa vilken information som är av sådan karaktär att den anses relevant att föra vidare. Nästa steg innebär att redovisaren rent tekniskt skall samla informationen, vilket kan likställas med bokföring, och vidare förmedla densamma till en destination, användaren.

I syfte att förmedla informationen till användaren nyttjar redovisaren ett redovisningsdokument, vilket kan utgöras av en delårsrapport eller en årsredovisning. Bedford och Baladouni anser vidare att den information som förmedlas av redovisaren till bolagets intressenter är ett kodat meddelande som väntar på att bli tolkat av destinationen, det vill säga användaren. Således har användaren två uppgifter av vilka den första utgör tolkning av redovisningsdokumentet medan den andra innebär användande av erhållen information.

Bedford och Baladounis kommunikationsmodell innefattar även begreppen fidelity och significance. Med fidelity avses symmetrin mellan hur användaren tolkar informationen i

<sup>45</sup> Fiske J., Introduction to Communication Studies (1990)



redovisningsdokumentet och vad producenten, redovisaren avsåg förmedla. Således kan en hög fidelity likställas med perfekt kommunikation, något som sällan förekommer i verkligheten. Significance inbegriper hur väl redovisaren har lyckats återspegla relevant information om bolagets omvärld. Sammanfattningsvis kan det konstateras att Bedford och Baladouni menar att förekomsten av såväl hög grad av fidelity samt significance i kommunikationen av redovisningen är av stor vikt för att den skall fylla sitt syfte.<sup>46</sup>

### 3.3.3 KOTLERS TEORI OM KOMMUNIKATIONSKANALER

Enligt Kotler kan tillvägagångssätten för ett bolag att kommunicera med intressenterna delas in i personliga och opersonliga kommunikationskanaler, vilka båda karaktäriseras av fördelar och nackdelar<sup>47</sup>. Kommunikationskanaler av det personliga slaget tenderar att ta mycket resurser, exempelvis tid och pengar, i anspråk. Samtidigt menar dock Kotler att den tvåvägskommunikation som möjliggörs medför tillfälle för personen som mottager informationen att omedelbart framföra oklarheter och ge respons på givet material. Med det vinner informationen högre trovärdighet och en ökad grad av förtroende och således är information genom personlig kommunikationskanal elementär för bolaget, kostnaderna och tidsåtgången till trots.<sup>48</sup>

Opersonliga kommunikationskanaler däremot är mindre kostsamma och inte lika tidskrävande som de personliga och samtidigt kan bolaget nå ett stort antal människor och aktörer. Kotler belyser dock problematiken med osäkerheten i vilken utsträckning budskapet har tagits emot av mottagaren. Ytterligare en egenskap som karaktäriserar opersonliga kommunikationskanaler är att de har en förmåga att kunna vidareutvecklas till personliga. Det sker genom att den opersonliga kanalen stimulerar och har inverkan på en personlig kanal. Således kan opersonliga kommunikationskanaler direkt påverka mottagaren men dessutom kan de genom exempelvis förväning, bestörtning eller intresse medföra en indirekt effekt genom att frambringa personlig kommunikation.<sup>49</sup>

Bolagets olika tillvägagångssätt för att kommunicera med sina intressenter har diskuterats och delats in i personliga och opersonliga av bland andra Günther och Otterbein. Sammanställning återfinns i tabellen nedan.<sup>50</sup>

PERSONLIGA	OPERSONLIGA
Bolagsstämma	Årsredovisning
Presskonferenser	Delårsrapporter
Företagspresentationer	Annonser
Individuella samtal	Pressmeddelanden
Mässor etc.	Broschyrer etc.

Källa: Hardegård och Hedstrand

Günther och Otterbein framhäver årsredovisningens betydelse genom att betona att den är central för allmänhetens uppfattning om bolaget. Ett aktivt arbete inom bolaget med sin årsredovisning i

<sup>46</sup> Bedford N & Baladouni V., A Communication Theory Approach to Accountancy (1962)

<sup>47</sup> Kotler P. & Armstrong G., Marketing: an Introduction (2000)

<sup>48</sup> Ibid.

<sup>49</sup> Ibid.

<sup>50</sup> Hardegård M. & Hedstrand M., Investor Relations: konsten att kommunicera med sina aktieägare (2001)



kombination med en informationsgivning som präglas av viss frivillighet kan anses utgöra ett verktyg för förbättring av bolagets image.<sup>51</sup> Hardegård och Hedstrand belyser ytterligare två åsikter som framförts i litteraturen, nämligen att årsredovisningen fungerar som bolagets visitkort samt att den skall vara bolagets mest kompletta och utförliga publicerade dokument<sup>52</sup>.

### 3.4 ANALYTIKER

Analytiker utgör en viktig målgrupp för bolagens förmedlade information och har stort inflytande på den bild marknaden erhåller av bolaget. Härmed upplevs det för uppsatsen relevant att redogöra för inom området existerande litterära uppfattningar.

#### 3.4.1 ANALYTIKERNES ROLL

Analytikerns huvudsakliga roll är att analysera den information ett bolag lämnar och därefter värdera bolagets aktie, vilket mynnar ut i en köp-/säljrekommendation. Informationen som analyseras kan vara av sådan karaktär att den förmedlas i årsredovisningen eller i delårsrapporten, men även enskilda pressreleaser ligger till grund för analytikerns granskning.<sup>53</sup>

#### 3.4.2 ANALYTIKERNES INFORMATIONSBEHOV

Grundläggande för en analytiker är att erhålla tillräcklig information för att skapa sig en god överblick av bolaget. Investerares krav på bolagens rapportering kan sammanfattas med orden transparens, jämförbarhet och kontinuitet. Ytterligare krav är att den information som bolagen lämnar skall vara aktuell<sup>54</sup>. Med konstaterandet ovan påvisas de krav som marknaden ställer på bolagens rapportering och vidare ges en inblick i vilka kriterier som bolagen önskas uppfylla vid utformningen av årsredovisningen.

Enligt lag skall årsredovisningen innefatta vissa delar och bolagen är därmed ålagda att uppfylla dessa kriterier<sup>55</sup>. Dock är ofta den lagstadgade informationen ej tillräcklig för en analytiker utan den frivilliga informationen som bolagen lämnar är i många fall elementär då en analytiker skall analysera ett bolag<sup>56</sup>. Således finns ett behov hos marknaden där bolagen måste göras medvetna om vilken frivillig information behovet innefattar samt hur de skall gå tillväga för att tillfredsställa det.

Då bolagens finansiella rapportering är den primära informationskällan för analytiker är det av största vikt att redovisningsstandarder är av hög kvalitet och syftar till att tydliggöra vilka händelser som legat till grund för de resultat som bolagen rapporterar<sup>57</sup>. Därmed bör analytiker agera remissinstans då nya redovisningsstandarder utformas och bidra med den problematik de anser existera med dagens lagar och regleringar<sup>58</sup>.

<sup>51</sup> Ibid.

<sup>52</sup> Ibid.

<sup>53</sup> Marton J., *Accounting and Stock Markets* (1998)

<sup>54</sup> Elektroniskt dokument: CFA Institute, 2006-11-21

<sup>55</sup> Thorell P., *Bolagens redovisning* (2003)

<sup>56</sup> Eccles R. G. et al, *The Valuerreporting Revolution* (2001)

<sup>57</sup> Elektroniskt dokument: CFA Institute, 2006-11-21

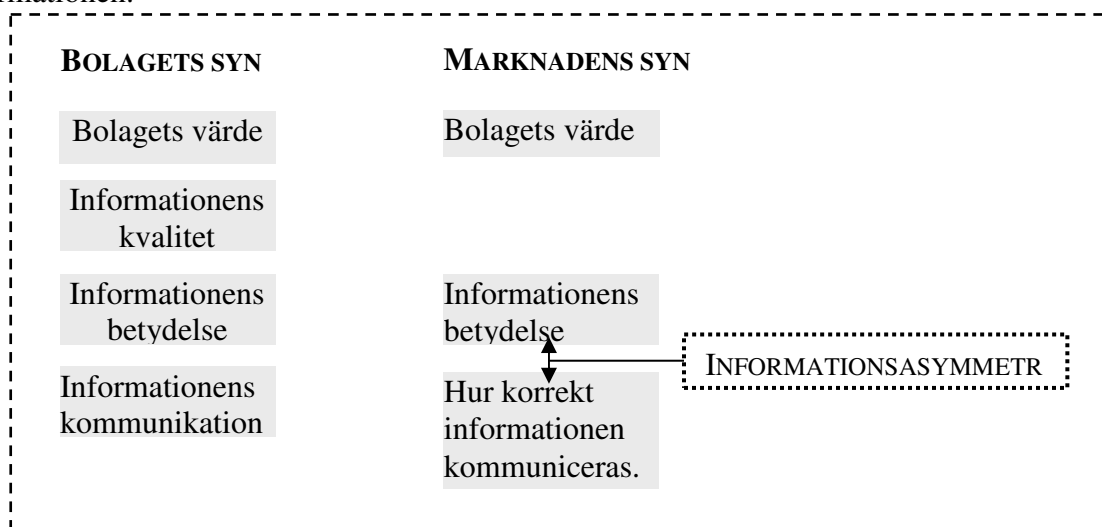
<sup>58</sup> Ibid

### 3.4.3 ANALYTIKERNS PRODUKT

Analytikerns rekommendation har sin grund i den Analyst Report som produceras vid analysen av ett bolag. Generellt inleds en Analyst Report med en investeringsrekommendation samt de faktorer som ligger till grund för den givna rekommendationen. Därefter presenteras en mer ingående diskussion, där flertalet områden som varit relevanta vid bolagsanalysen lyfts fram. Sådana områden kan vara bolagets strategier samt prestationer på olika geografiska marknader eller inom olika produktsegment.<sup>59</sup>

### 3.5 INFORMATIONSASYMMETRI MELLAN BOLAG OCH ANALYTIKER

Begreppet informationsasymmetri innebär att en part besitter mer information som kan anses vara relevant vid beslutsfattande än en annan part. Samtidigt som den ena parten har ett övertag vad avser att besitta information är det dessutom samma part som har makten att sprida informationen.<sup>60</sup>



Figur 4: Informationsasymmetri

Källa: Egen figur baserad på figur i Eccles, *The Valuerreporting Revolution* (2001)

När asymmetri, med avseende på nödvändig information, råder på en marknad kommer effekterna att skilja sig från de effekter som skulle ha uppstått om marknaden hade haft tillgång till bolagets informationsmängd. Antingen kommer informationsasymmetrin att medföra en ökad försiktighet och följaktligen lägre börskurs än egentligt värde eller kommer effekterna snarare karaktäriseras av en överdriven optimism och därav högre börskurs än vad som är befogat. Tillgängligheten på information och dess tydlighet är därmed betydande vid investeringsbeslut och informationsasymmetrin måste begränsas för att erhålla rättvisande beslutsunderlag. Information som av analytiker präglas av ett signifikant gap är exempelvis marknadstillväxt, konkurrens klimat, marknadsstorlek, vinster på nya produkter, anpassningsförmåga samt prestationer i olika segment. Det här är bara några områden inom vilka analytiker önskar mer information för att begränsa asymmetrin mellan dem och bolagen.<sup>61</sup>

<sup>59</sup> Marton J., *Accounting and Stock Markets* (1998)

<sup>60</sup> Macintosh N. B., *Management Accounting and Control Systems* (1994)

<sup>61</sup> Eccles R. G. et al, *The Valuerreporting Revolution* (2001)



### 3.5.1 AKERLOFS "THE MARKET FOR LEMONS"

Nobelprisvinnaren från 2001, G. A. Akerlof, diskuterar i sin artikel "the Market for Lemons" från 1970 olika typer av asymmetriskt information. Som exempel lyfter Akerlof fram marknaden för begagnade bilar och redogör för hur marknaden fungerar då aktörernas tillgång till information skiljer sig från varandra. Bilmarknaden karaktäriseras av bilar med olika kvalitet där bilar av bristande sådan benämns lemons, något som kan innefatta såväl nya som begagnade bilar. Akerlof menar att en köpare på marknaden således torde vara omedveten om vilken kvalitet som präglar ett potentiellt bilköp medan säljaren däremot besitter denna information. Vid den tidpunkt köparen fattar beslut om att sälja bilen vidare har även denne skaffat sig en uppfattning om bilens beskaffning, en uppfattning som ofta tenderar att avvika från köparens ursprungliga bild. Det underläge köparen befann sig i vid köpet har nu omvandlats till att istället utgöra ett överläge i samband med den kommande försäljningen. Härmed åskådliggörs den informationsasymmetri som råder mellan olika aktörer på en marknad, något som förutsätter att förtroende i någon utsträckning existerar.<sup>62</sup>

Akerlofs applicerande på bilmarknaden till trots, är exemplet även möjligt att använda på informationsförhållandet mellan bolag och analytiker. Då ett bolag exempelvis förmedlar sin årsredovisning till marknaden består den av dels lagstadgad och reglerad information och dels material som förmedlas på ett mer frivilligt och informerande vis. Det är framförallt den sistnämnda som präglas av informationsasymmetri då bolagets olika funktioner i allmänhet och IR-funktionen i synnerhet besitter information som inte frivilligt förmedlas. Således kommer inte den delen av årsredovisningen som karaktäriseras av sådan information att kunna analyseras på ett fullständigt säkert och korrekt vis. Med anledning av det blir bolagets arbete med att skapa och senare upprätthålla förtroende centralt för att lyckas kompensera asymmetrin. Med en insikt att förtroende är elementärt och vidare omsättning till handling kommer analytikernas arbete och produkt med stor sannolikhet att positiviseras.

### 3.5.2 INFORMATIONASYMMETRI I VERKLIGHETEN

PricewaterhouseCoopers, numera Öhrlings PricewaterhouseCoopers, samlade under åren 1997-1998 in data från investerare och analytiker i en rad olika länder<sup>63</sup> i syfte att utröna vilka faktorer som var speciellt avgörande i samband med en investeringssituation. Nio av totalt tjugoen faktorer ansågs speciellt avgörande. Faktorerna var av såväl finansiell som icke finansiell karaktär och vidare var några relevanta på kort sikt medan andra mer intressanta för en investering på längre sikt. I undersökningen framgick vidare att den information som besitter högst kvalitet är den av finansiell karaktär.<sup>64</sup>

I en vidareutvecklad och mer industrikoncentrerad studie<sup>65</sup> av liknande karaktär, också den genomförd av PricewaterhouseCoopers, tydliggörs det faktum att analytikernas syn på

<sup>62</sup> Akerlof G. A., The Market for Lemons (1970)

<sup>63</sup> USA, Storbritannien, Frankrike, Tyskland, Italien, Schweiz, Nederländerna, Sverige, Danmark, Australien, Japan, Hong Kong, Singapore och Taiwan.

<sup>64</sup> Eccles R. G. et al, The Valuerreporting Revolution (2001)

<sup>65</sup> Studien omfattade högteknologiska bolag med ett eller flera av bland annat verksamhetsområdena datorer, mjukvara, nätverk, kommunikation och e-handel. Undersökningen nådde verkställande direktörer, chefer för Investor Relations och andra chefer på 160 högteknologiska bolag och dessutom 51 analytiker, 28 institutionella investerare samt 134 riskkapitalbolag. I uppsatsen kommer dock endast bolagens och analytikernas syn att redovisas.





beslutspåverkande faktorer till viss del skiljer sig från bolagens. De tio faktorer som av bolagen ansågs besitta högst grad av betydelse vid en investeringssituation ansågs även av analytikerna vara de viktigaste men dock bör det observeras att rangordningen inte överensstämde<sup>66</sup>. Vad som dessutom kan anses vara anmärkningsvärt är att endast tre av de tio faktorerna var av finansiell karaktär, tre andra kan hänföras till intern data och de fyra övriga krävde information som nödvändigtvis inte kan insamlas med bolagets egna interna system<sup>67</sup>. Vid jämförelse mellan bolagens uppfattning å ena sidan och analytikernas uppfattning å andra sidan vidare kan en del påfallande distinktioner observeras. Den mest signifikanta skillnaden var att kassaflöde som av bolagen ansågs näst mest viktigast placerade sig långt ner enligt analytikernas uppfattning. Dessutom existerade betydande skillnader i uppfattningarna vad avser vinster, vinstmarginal och konkurrens klimat.

### 3.6 INSTITUTIONELL TEORI

Enligt Hatch kan omgivningen ställa krav på organisationer genom att åberopa olika krav som organisationerna bör följa. Omgivningen kan ställa tekniska, ekonomiska, sociala och kulturella krav där uppfyllelse av kraven medför belöning för organisationen. Grundläggande för institutionell teori är upprepade handlingar samt gemensamma uppfattningar om verkligheten. De amerikanska sociologerna DiMaggio och Powell menar att skillnader kan göras mellan tre olika typer av institutionell påverkan. Den första typen benämns tvingande institutionell påverkan och innebär att trycket att anpassa sig härrör från statliga lagar och regler. Den andra typen av institutionell påverkan går under namnet normativ institutionell påverkan och kännetecknas av kulturella förväntningar på exempelvis organisationsmedlemmarnas yrkesutbildning. Den tredje och sista typen som DiMaggio och Powell behandlar är mimetisk institutionell påverkan där innebörden är att organisationer, som en följd av osäkerhet, kopierar varandra avseende struktur, handlingsmönster samt resultat.<sup>68</sup>

Ett bolags årsredovisning kan vara utsatt för samtliga typer av institutionell påverkan. Då flera delar av årsredovisningen styrs av lagar och regler åskådliggörs den tvingande institutionella påverkan och den koppling som således existerar. Normativ institutionell påverkan är även det hänförligt till informationsgivningen i årsredovisningen genom det faktum att marknaden efterfrågar en viss typ av information som förväntas förmedlas genom årsredovisningen. Väljer ett bolag att utelämna information av sådan karaktär kan det anses avvika från de normer som marknaden utvecklat. Således kan normativ institutionell påverkan kopplas till marknads förväntningar på årsredovisningens innehåll. Mimetisk institutionell påverkan kan uppstå vid införandet av nya redovisningsregler då bolag ofta kan känna sig osäkra på hur informationen skall förmedlas i årsredovisningen. Om flera bolag tar hjälp av varandra och presenterar informationen likartat uppfattar inte marknaden något enskilt bolag som avvikande och därmed röjs den osäkerhet som bolagen kan ha upplevt. Den institutionella teorins koppling till uppsatsen har ovan klargjorts och är vidare ämnad att användas och appliceras på uppsatsens empiriska material för att sedan mynna ut i en analys.

<sup>66</sup> Eccles R. G. et al, The Valuerreporting Revolution (2001)

<sup>67</sup> Ibid.

<sup>68</sup> Hatch M. J., Organisationsteori: moderna, symboliska och postmoderna perspektiv (2002)



### 3.7 SAMMANFATTNING AV TEORETISK REFERENSRAM

Att det existerar flertalet teorier och andra litterära skrifter och uppfattningar som har hög grad av relevans för uppsatsen står, baserat på kapitel tre, bortom alla tvivel. Årsredovisningen är i stor utsträckning baserad på lagstadgade krav och andra regleringar som påvisar vilka delar samt vilken information som skall återfinnas i årsredovisningen. Det föranleder att årsredovisningar innehållsmässigt till stora delar ej tenderar vara unika. Därmed står det klart att informationsgivning av frivillig karaktär samt årsredovisningens tema och format får allt större betydelse i syfte att profilera sig och avvika från den stora massan.

Numera utgör bolagens i högre grad utvecklade IR-funktion ett ytterligare led i konkurrensen om investerares kapital. Av litteratur framgår att IR-funktionen över tid har förändrats från att agera kommunikationskanal till att mer bli en marknadsföringsfunktion. Utvecklingen av IR-funktionen är en intressant aspekt för uppsatsen då objektiviteten i granskade årsredovisningar kan komma att ifrågasättas.

Området kommunikationsteori inbegriper en mängd teorier varav de som anses vara applicerbara och relevanta för uppsatsens ämne har valts. Shannon och Weaver tar sikte på kommunikation som sådan medan Bedford och Baladounis kommunikationsmodell har ett något snävare angreppssätt och syftar till att åskådliggöra hur redovisning kommuniceras. Kotlers teori bryter ned flödet i olika typer av kommunikationskanaler och påvisar skillnader i dess effektivitet. Med anledning av såväl teoriernas bredd som djup anses de utgöra ett fullgott underlag för att analysera uppsatsens empiriska material.

I uppsatsen är analytikern central i det avseende att det är denne som tenderar vara årsredovisningens huvudsakliga målgrupp. Det litterära material som behandlar analytikern påvisar att bolagets lämnade information är av avgörande karaktär för analytikerns yrkesutövande och därmed är informationens kvalitet elementär. Litteraturen konstaterar vidare att den frivilliga informationen som bolag lämnar inte alltid tillfredsställer det informationsbehov analytikern finner nödvändigt för framgångsrik analys av bolaget.

Informationsasymmetri mellan bolagen och analytikerna finns dokumenterad i ett flertal undersökningar av vilka uppsatsen redogör för en av dem. Undersökningen konstaterar skillnader i synen på årsredovisningens olika faktorer betydelse och därmed understryks ytterligare vikten av att begränsa informationsasymmetrin. Informationsasymmetri blir härmed centralt att beakta för uppsatsens vidare empiri, analys och slutsats.

Institutionell teori kan anses utgöra en infallsvinkel för uppsatsens fortsatta studier då olika former av institutionell påverkan är direkt hänförliga till uppsatsens ämne. Såväl normativ, tvingande som mimetisk institutionell påverkan anses ha tydlig koppling till årsredovisningens utformning och vara centrala för uppsatsen.



## 4 OBSERVERADE SYNPUNKTER FRÅN PROFESSIONEN

*I kapitlet redogörs för de synpunkter avseende brister i börsbolagen rapportering i allmänhet och SKF:s informationsgivning i synnerhet som erhållits från professionen. Synpunkterna är vidare menade att utgöra grund för empiri och efterföljande analys.*

### 4.1 ANALYTIKERS SYNPUNKTER PÅ BÖRSBOLAGENS RAPPORTERING<sup>69</sup>

Synpunkter på börsbolagens rapportering från analytiker har erhållits i samband med föredrag och härmed avses dessa synpunkter presenteras.

#### 4.1.1 NILS LILIEDAHL, INFORMATIONSOVERVAKNING, STOCKHOLMSBÖRSEN

Nils Liliedahl är av den åsikten att dagens årsredovisningar är alltför omfattande och förespråkar således kortare årsredovisningar. Det skall dock framhåvas att Nils Liliedahl talar ur en analytikers synvinkel och därmed ej tar hänsyn till de lagar och regler som reglerar vad årsredovisningen skall innefatta. Det första råd han vill delge börsbolagen innebär att istället för långa, krångligt formulerade texter åskådliggöra informationen genom tabeller och diagram. Nils Liliedahl menar att läsarens ges en snabb och bra överblick och därmed kan sortera ut relevant information. Vidare anser han att mycket av den information som återfinns i dagens årsredovisning torde göra sig bättre på bolagets hemsida. Som exempel lyfter Nils Liliedahl fram bolagsstyrningsfrågor, vilka han inte anser fylla någon funktion i årsredovisningen. Ett bolags lämnade information om redovisningsprinciper bör endast innehålla bolagsspecifika sådana och vidare redogöra för de bedömningar och redovisningsval som bolaget gjort. Ytterliggare en aspekt som Nils Liliedahl framhåver är det faktum att många årsredovisningar innehåller samma information flera gånger och det menas att bolag bör tydliggöra informationen i framvagnen och därefter ej redogöra för densamma i bakvagnen. Vidare anser Nils Liliedahl att ett bolag skall sträva efter att minimera information om moderbolaget samt att adresser till koncernens dotterbolag bör återfinnas på bolagets hemsida.

#### 4.1.2 PETER MALMQVIST, UTREDARE ÖVERVAKNINGSPANELEN OCH ANALYSCHEF NORDNET

Peter Malmqvist väljer att redogöra för de delar av bolagens rapportering som han anser vara de största problemområdena. Inledningsvis menar han att det är viktigt för bolagen att särskilja goodwill, nämligen att det vid förvärv är väsentligt att redovisa fördelningen mellan goodwill och immateriella tillgångar. Vidare anser Peter Malmqvist att de jämförelsestörande posterna måste behandlas mer korrekt och pekar på att negativa jämförelsestörande poster så gott som alltid uppkommer under det tredje och fjärde kvartalet, medan positiva jämförelsestörande poster ofta redovisas under första kvartalet. Peter Malmqvist ser även gärna att bolagen förbättrar informationen gällande övriga justeringar mot eget kapital. Som exempel lyfter han fram omräkningsdifferenser i utländska nettotillgångar och han anser även att oredovisade aktuariella vinster/förluster skall redovisas i eget kapital, något som tillåts från 2006. Ett annat område där Peter Malmqvist anser att börsbolagen kan bättra sig är personaloptioner och menar att bolagen

<sup>69</sup> Föredrag med av Nils Liliedahl samt Peter Malmqvist, 2006-11-08



måste vara mycket tydliga och förmedla informationen lättförståeligt. Som avslutning nämner Peter området säkringsredovisning och anser att den panik som rådde bland bolagen inför införandet av IFRS rörande säkringsredovisning ej har återspeglats i årsredovisningarna. Detta då avsnittet säkringsredovisning i de flesta årsredovisningar ser ut nu som tidigare.

#### 4.2 IR:S SYNPUNKTER PÅ SKF:S RAPPORTERING<sup>70</sup>

Intervjun inleds med att Marita Björk ombeds att redogöra för de målgrupper hon anser vara primära för SKF:s årsredovisning. De intressenter Marita uppger utgöra den huvudsakliga målgruppen för SKF:s årsredovisning är analytiker, investerare samt journalister. Vidare uppger Marita att enligt hennes uppfattning förekommer inget utbrett användande av årsredovisningen ute i organisationen.

Marita anser att SKF:s årsredovisning är av hög kvalitet och menar att bolaget är nöjda med den produkt som levereras till marknaden. Dock existerar områden där SKF kan utveckla årsredovisningen, områden som framkommit dels genom intern granskning och dels genom externa synpunkter. Externa synpunkter kommer främst från de huvudsakliga målgrupperna och det är sedan upp till SKF hur bolaget väljer att hantera informationen som framkommit.

Ett område som länge varit uppe för diskussion är segmentsrapporteringen. Marknaden har alltid haft ett stort behov av att erhålla information som är nedbruten på så låg nivå som möjligt, exempelvis geografiska segment. SKF har ställt sig negativa till att lämna alltför öppenhetlig segmentsinformation men det faktum att bolaget är registrerade hos U.S. Securities and Exchange Commission (SEC) tvingar nu bolaget att i sin 20F<sup>71</sup> bifoga information av sådan karaktär. Trots att marknaden sedan länge efterfrågat detaljerad segmentsinformation är det således först när informationen lagstadgats som SKF delger densamma. Marita anser följaktligen att de nya kraven från SEC kommer att gynna analytiker då en högre detaljeringsgrad på informationen finns tillgänglig vid utförandet av analyser.

De delar av årsredovisningen där SKF är medvetna om att en tydligare redovisning samt formulering är nödvändig innefattar redovisning av räntekostnader, pensioner, skatter samt optioner. Även personalkommentarerna är ett område där Marita anser att förbättringar kan genomföras. En intressant aspekt som framkommer under intervjun är förhållandet mellan förvaltningsberättelsen och övriga delar i årsredovisningen. Vilken information kan vara lämplig att införa i förvaltningsberättelsen? Marita är av den åsikten att överlappningar av information, det vill säga upprepningar, skall i största möjliga mån minimeras och därmed kan det vara intressant att utvärdera i vilken utsträckning information som återfinns i förvaltningsberättelsen återkommer i not.

Ytterligare en infallsvinkel som åskådliggörs under intervjun är huruvida en årsredovisning skall vara undervisande eller om antagandet skall göras att de som använder årsredovisningen skall anses tillräckligt kvalificerade för att tillgodogöra sig informationen utan alltför ingående förklaringar. SKF:s årsredovisning bygger på den senare principen men det faktum att vissa delar

<sup>70</sup> Intervju med Marita Björk, 2006-11-14

<sup>71</sup> Amerikansk årsredovisning som upprättats i enlighet med ett formulär som benämns 20 F.



uppfattas som något svårförståeliga kan det enligt Marita finnas anledning att utforska möjligheten att producera en något mer undervisande årsredovisning.

SKF har valt att integrera bolagets hållbarhetsredovisning i årsredovisningen, något som SKF var bland de första bolagen att göra. Den största anledningen till detta val var, enligt Marita, att en rationalisering av årsredovisningsprocessen krävdes och när bolaget separat producerade en årsredovisning och en hållbarhetsredovisning bidrog detta till en hög arbetsbörda utan några egentliga fördelar.

Vid upprättandet av årsredovisningen använder inte SKF någon särskild checklista utan baserar utformningen på tidigare årsredovisningar. För Marita, som arbetat ett antal år med årsredovisningen, är denna process att föredra, men hon är samtidigt medveten om vikten av att, som ny, arbeta utifrån en checklista.

### 4.3 ANALYTIKERS SYNPUNKTER PÅ SKF:S RAPPORTERING<sup>72</sup>

Mats Liss arbetar som analytiker på Swedbank i Stockholm och har under flera år följt SKF och dess finansiella rapportering. Skribenterna blev under intervjun med Marita Björk rekommenderade att kontakta Mats Liss då han upplevdes som mest lämplig för uppsatsens ändamål.

Det betonas av Mats Liss att årsredovisningar i allmänhet tenderar att bli alltmer omfattande och innehålla en stor mängd information. Det får som konsekvens att analytikerns möjlighet till effektiv och rättvisande analys av bolaget blir mer ansträngande då flera delar av årsredovisningen för analytikern tenderar att vara irrelevanta. Följaktligen anser Mats Liss att de relevanta delarna i årsredovisningen bör tydliggöras samt framtas och presenteras på ett enklare och mer effektivt vis.

Med avseende på SKF:s årsredovisning efterfrågar Mats Liss mer divisionsspecifik information. Med det menas dels att redogörelsen för divisionernas utveckling innehåller diskussion kring affärsmodellen. Konkret menar Mats Liss att SKF i sin årsredovisning borde presentera hur affärsuppgörelser normalt går till och förtydligar genom att poängtera att SKF bör skilja på leveransavtal av komponenter och mer unika beställningar. Med det här vill Mats Liss belysa vikten för analytiker att kunna bedöma kontinuiteten i bolagets framtida intäktströsk.

Vidare klarlägger Mats Liss ytterligare vikten av divisionsspecifik information, nu med fokus på hur verksamhetens totala intäkter och kostnader fördelar sig mellan divisioner och geografiska marknader. Mats Liss betonar även vikten av att kunna se varje divisions och geografisk marknads utveckling samt vilka som är respektive områdes viktigaste kunder. Således anser SKF:s årsredovisning sakna en dimension vad avser segmentsrapportering, något som bör förbättras för att underlätta analytikerns yrkesutövande och vidare åstadkomma en korrekt och rättvisande analys.

Det sista området som Mats Liss berör är det faktum att SKF har en omfattande intern försäljning mellan divisionerna, om vilket informationen i årsredovisningen till viss del anses vara

<sup>72</sup> Mailintervju och telefonintervju med Mats Liss, 2006-11-16 respektive 2006-12-01.



ofullständig. Med det menas att tydligare information vad avser exempelvis prissättningen efterfrågas.

De delar i SKF:s årsredovisning som av Mats Liss anses vara ofullständiga är även signifikant för årsredovisningar i allmänhet.

#### 4.4 KOMMUNIKATIONSBYRÅNS SYNPUNKTER PÅ BOLAGENS RAPPORTERING<sup>73</sup>

Kommunikationsbyrå JKL Group, en av Nordens ledande rådgivare inom strategisk kommunikation, har, liksom sina konkurrenter, ett nära samarbete med sina kunder under framförallt årsredovisningsprocessen. Bolaget har kunder som tilldelats flertalet priser för årsredovisningarna, mycket som följd av JKL Group's hjälp med att förbättra bolagens finansiella rapportering och därmed öka förståelsen för densamma hos användarna.

Lars Mattsson, som i processen arbetat nära flera av bolagen som erhållit pris, menar att utgångspunkten för att producera en slagkraftig årsredovisning är att identifiera de övergripande problem ett bolag som producent av en årsredovisning måste lyckas övervinna. I ett specifikt fall som Lars Mattsson redogör för identifierades två övergripande problem, vilka fanns med som en tankeställare under hela årsredovisningsprocessen. Det problem som Lars Mattsson först lyfter fram är helt enkelt konstaterandet att var tredje analytiker uppger att de inte hinner med sitt arbete. Det bör därför läggas stor vikt vid att årsredovisningen är enkel och begriplig. Det andra problem som identifierades var att var fjärde analytiker saknar förtroende för den information som börsbolagen förmedlar till marknaden. Saknar marknaden förtroende krävs i gengäld en högre riskpremie, vilket betyder att bolagen måste visa upp en tillfredsställande avkastning. Problemet med att analytiker inte hinner med sitt arbete och därför efterfrågar enkla och lättförståeliga årsredovisningar kändes enklare att överkomma, medan problemet med avsaknaden av förtroende var svårare att hantera. Lars Mattsson menar dock att om problem nummer ett klaras av att lösas uppnås delvis lösningen på problem nummer två. Således kan en enkelt utformad årsredovisning där analytiker genast finner den information de eftersöker bidra till att stärka analytikers förtroende för börsbolagens rapportering.

I syfte att producera en årsredovisning som reducerade ovan nämnd problematik utvecklade JKL Group, tillsammans med bolaget i ovan nämnt specifika fall, en kommunikationsmodell vilken skulle tillämpas i samtliga av årsredovisningens delar. Modellen gavs namnet 7F-modellen och innebar att sju riktlinjer utvecklades, vilka illustreras nedan.

Formulera mål.	Förtydliga förutsättningarna	Följ upp	Förklara	För fram det viktiga	Förenkla det svåra	Förbjud floskler
Vad strävar vi efter att uppnå?	Var är vi idag och varför?	Uppfyllelsegrad av fastställda mål	Vid behov skall formuleringar vara undervisande	Utelämna oväsentligheter	Var tydlig och förenkla	Unika formuleringar

Figur 5: 7F-modellen

Källa: Egenutvecklad figur

<sup>73</sup> Föredrag av Lars Mattsson, 2006-11-08



## 5 EMPIRI

*Kapitlet ämnar presentera resultatet av den granskning av årsredovisningar som genomförts och vidare ligga till grund för uppsatsens analysavsnitt. Empirin redogörs initialt utifrån de fyra områden som varit utsatta för granskning för att sedan bindas samman i ett avslutande stycke.*

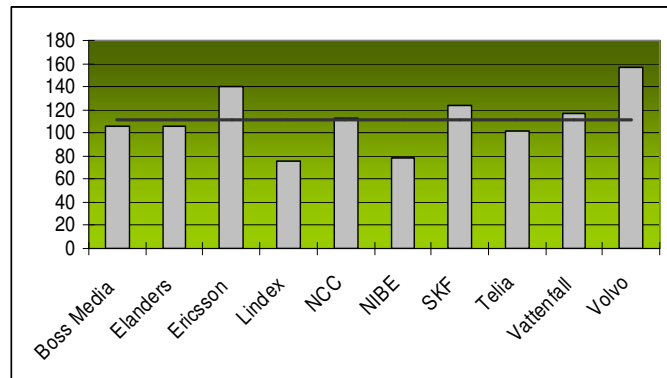
### 5.1 GRANSKNINGEN OBEROENDE AV VARANDRA

Styckena nedan avser redogöra för vart och ett av de granskade områdena, vilka är granskning av översiktlig information, informationsstruktur, segementsrapportering samt specifika poster.

#### 5.1.1 GRANSKNING AV ÖVERSIKTLIG INFORMATION<sup>74</sup>

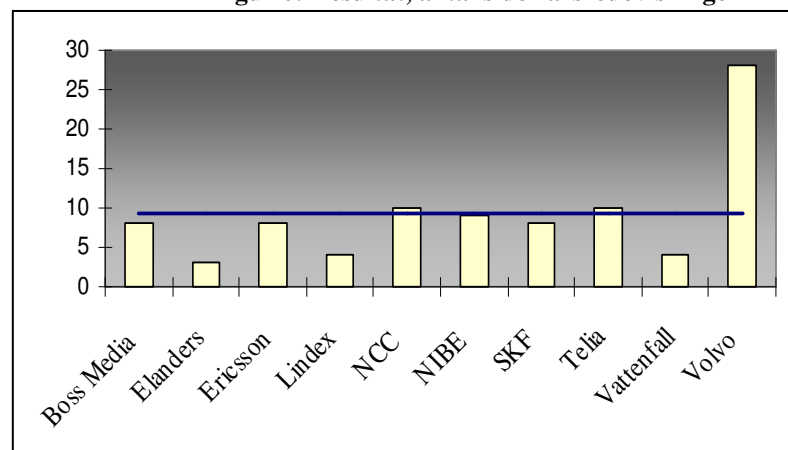
Vid granskningen har övergripande faktorer i årsredovisningen och dess olika delar undersökts. Granskningen har utgjorts av årsredovisningens antal sidor, antal sidor på förvaltningsberättelsen, antal sidor bestående av noter, antal diagram, antalet hänvisningar till hemsidan samt hur många ord noten om redovisningsprinciper består av.

Vad avser årsredovisningens antal sidor hamnar de granskade årsredovisningarna inom ett intervall mellan 75 sidor och 157 sidor. Sammanställningen av samtliga granskade årsredovisningars sidantal har mynnat ut i att ett genomsnitt har beräknats, vilket är 111,7 sidor.



Figur 6: Resultat, antal sidor årsredovisningen

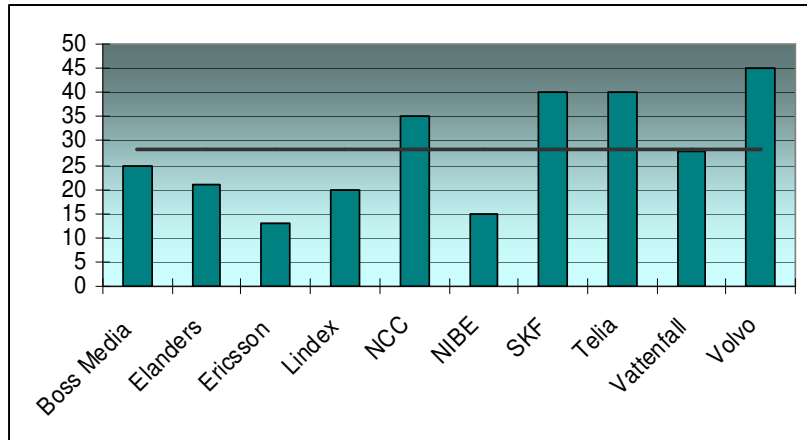
Förvaltningsberättelsens längd innefattas även i den övergripande granskningen och ett genomsnittligt sidantal på 9,2 sidor har beräknats. De granskade årsredovisningarnas förvaltningsberättelser hamnar inom ett intervall på 3 sidor till 28 sidor.



Figur 7: Resultat, antal sidor förvaltningsberättelsen

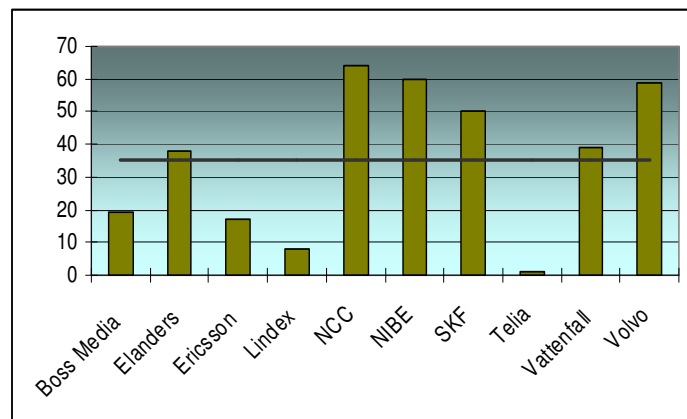
<sup>74</sup> Bilaga E

Det genomsnittliga sidantalet för årsredovisningens noter har beräknats till 28,2 sidor och de granskade årsredovisningarna utgör ett intervall på 13 sidor till 45 sidor. Sex av de granskade bolagens årsredovisningar placerar sig under genomsnittligt antal sidor för noter medan övriga fyra årsredovisningar hamnar över genomsnittet.



Figur 8: Resultat, antal sidor notapparaten

Ytterliggare en aspekt som tagits hänsyn till med utgångspunkt i de synpunkter som erhållits på börsbolagens rapportering är antalet diagram i respektive årsredovisning. De granskade årsredovisningarna hamnar inom intervallet ett diagram till 64 diagram. Även inom detta område har ett genomsnitt beräknats vilket uppgår till 35,5 diagram.



Figur 9: Resultat, antal diagram årsredovisningen

Antalet hänvisningar till hemsidan har utgjort en beståndsdel i den översiktliga granskningen och det genomsnittliga antalet hänvisningar för de granskade bolagens årsredovisningar uppgår till 1,1 stycken. Det skall dock klargöras att hänsyn enbart tagits till sådana hänvisningar som är menade att komplettera informationen i årsredovisningen. De bolags årsredovisningar som helt saknar hänvisningar till hemsida är Boss Media, Telia, Vattenfall samt Volvo medan Elanders, Ericsson, Lindex samt NIBE innehåller en hänvisning vardera. Därefter följer SKF med två hänvisningar medan NCC är det bolag som flest antal gånger, fem stycken, hänvisar till bolagets hemsida.

Det sista område som valts att undersökas inom ramen för den översiktliga granskningen är antalet ord som respektive bolag tar i anspråk för att beskriva sina redovisningsprinciper. Intervallet som de granskade bolagens redovisningsprinciper hamnar inom sträcker sig från 3010 ord till 7317 ord och det beräknade genomsnittet utgörs av 4 739,8 ord. Det bolag som har beskrivit sina redovisningsprinciper med minst antal ord är Lindex medan det bolag som använt flest ord är Ericsson. Under det genomsnittliga antalet ord hamnar även NIBE, 3041 ord, Elanders, 3271 ord, Boss Media, 3282 ord, samt Volvo 3537 ord. Således hamnar resterande bolag som följer över genomsnittet: Vattenfall, 5312 ord, SKF, 5753 ord, NCC, 6289 ord samt Telia 6586 ord.





Utifrån de fastställda kriterierna har detta områdes bästa omdöme tilldelats NIBE medan Telia återfinns i andra ändan av skalan och således erhållit det mest negativa omdömet. Totalt sett fördelar sig bolagen enligt följande:

	Mindre tillfredsställande				Tillfredsställande
Översiktlig granskning	Ericsson, Telia och Volvo	SKF	Boss Media och Vattenfall	NCC	Elanders, Lindex och NIBE

Figur 10: Resultat av granskning av översiktlig information

### 5.1.2 GRANSKNING AV INFORMATIONSTRUKTUR<sup>75</sup>

Vid granskning av informationen har fokus riktats mot förhållandet förvaltningsberättelse kontra noter, inom vilket undersökning genomförts med avseende på i vilken utsträckning upprepningar används. Tio områden har studerats för att skapa en övergripande bild om bolagens informationsgivning. De tio områdena är: verksamhetsbeskrivning, forskning och utveckling, nettoomsättning och resultat, finansiell ställning, risker, investeringar, medarbetare, ägarförhållanden, händelser efter balansdagen samt framtidsutsikter.

Genomförd granskning tyder på att inom flera områden skiljer sig förekomsten av upprepningen, om än i begränsad utsträckning. Inom områdena nettoomsättning och resultat samt investeringar använder samtliga bolag, förutom NCC, upprepningar i någon utsträckning. Exempelvis nyttjar Ericsson påtagliga upprepningar inom båda dessa områden. Än större skillnader i användandet av upprepningar visas inom området verksamhetsbeskrivning, ett område där granskningen tyder på att tre bolag uppvisar tydliga upprepningar, ett bolag använder upprepningar i begränsad utsträckning samtidigt som hänvisning nyttjas och sex bolags informationsgivning ej karaktäriseras av upprepningar. Risker och medarbetare är liknande områden, ett bolag uppvisar påtaglig upprepning, tre respektive fyra bolag redovisar i viss utsträckning information återkommande medan fyra bolag helt är befriade från upprepningar. Flertalet bolag använder sig dessutom av hänvisningar inom dessa områden.

Granskningen tyder vidare på att samtliga bolag är befriade från upprepningar inom områdena forskning och utveckling samt framtidsutsikter. Boss Media, Elanders, Ericsson, Lindex, NCC, NIBE, SKF, Telia, Vattenfall och Volvo nyttjar således inga upprepningar inom dess områden.

Övriga områden, det vill säga finansiell ställning, investeringar, ägarförhållanden samt händelser efter balansdagen karaktäriseras av att en klar majoritet av bolagen har liknande grad av existerande upprepningar. Inom dessa områden är det således endast ett fåtal bolag som skiljer sig från majoriteten vad avser information i förvaltningsberättelsen som återkommer i noter.

Telia är det bolag som enligt granskningen erhåller bäst omdöme, med avseende på hur information förmedlas. Telias omdöme uppnås nästan av såväl SKF som Volvo, vilka även de redovisar information på ett sätt som väl överensstämmer med tidigare i empiriavsnittet ställda önskemål om icke existerande upprepningar. Å andra sidan är NCC det bolag som är längst ifrån att uppnå ett tillfredsställande omdöme och inte heller Ericsson, som i granskningen erhöll näst

<sup>75</sup> Bilaga F



minst poäng, kan anses ha en informationsgivning som med avseende på upprepningars förekomst är tillfredsställande.

	Påtaglig upprepning	Viss upprepning	Ej upprepning	Hänvisning
<b>Verksamhetsbeskrivning</b>	Boss Media, NCC och NIBE	Elanders	Ericsson, Lindex, SKF, Telia, Vattenfall och Volvo	Elanders
<b>FoU</b>			Boss Media, Elanders, Ericsson, Lindex, NCC, NIBE, SKF, Telia, Vattenfall och Volvo	
<b>Nettoomsättning och resultat</b>	Ericsson och Volvo	Boss Media, Elanders, Lindex, NCC, NIBE, SKF, Telia och Vattenfall		
<b>Finansiell ställning</b>	Ericsson	Elanders och Lindex,	Boss Media, NCC, SKF, Telia, Vattenfall och Volvo	NIBE
<b>Risker</b>	NCC	Ericsson, SKF och Telia	Elanders, NIBE, Vattenfall och Volvo	Boss Media, Lindex, SKF och Telia
<b>Investeringar</b>	Ericsson och SKF	Boss Media, Elanders, Lindex, NIBE, Telia, Vattenfall och Volvo	NCC	
<b>Medarbetare</b>	NCC	Boss Media, Elanders, Lindex och Vattenfall	NIBE, SKF, Telia och Volvo	Elanders och Ericsson
<b>Ägarförhållande</b>	NCC		Boss Media, Elanders, Ericsson, Lindex, NIBE, SKF, Telia, Vattenfall och Volvo	
<b>Händelser efter balansdagen</b>	NIBE	Elanders	Boss Media, Ericsson, NCC, SKF, Telia, Vattenfall och Volvo	Lindex
<b>Framtidsutsikter</b>			Boss Media, Elanders, Ericsson, Lindex, NCC, NIBE, SKF, Telia, Vattenfall och Volvo	

Figur 11: Resultat av granskning av upprepningars förekomst

### 5.1.3 GRANSKNING AV SEGMENTSRAPPORTERING<sup>76</sup>

Utgångspunkten vid granskning av bolagens segmentsrapportering har varit att definiera tolv olika områden för att sedan utröna vilken information om respektive område bolagen lämnar i not. Områdena som legat till grund för undersökningen är: omsättning per rörelsegren, resultat per rörelsegren, tillgångar per rörelsegren, skulder per rörelsegren, investeringar per rörelsegren, kassaflöde per rörelsegren, omsättning per geografiskt område, resultat per geografiskt område, tillgångar per geografiskt område, skulder per geografiskt område, investeringar per geografiskt område samt kassaflöde per geografiskt område.

Boss Medias årsredovisning saknar helt noten segmentsrapportering och således sker rapportering varken per rörelsegren eller per geografiskt område. Därmed bortses från Boss Media under följande delar av detta avsnitt.

Gemensamt för samtliga bolag är att de redogör för omsättning samt investeringar per rörelsegren och vidare redogör även samtliga bolag, Lindex undantaget, för resultat per rörelsegren. Vad avser tillgångar per rörelsegren är det endast Telia som ej lämnar några upplysningar och redogörelse för skulder per rörelsegren är det tre bolag som utelämnar. Dessa tre bolag är Lindex,

<sup>76</sup> Bilaga G



Telia samt Vattenfall. Vid granskning av huruvida bolagen redogör för kassaflöde per rörelsegren framkom det att endast NCC väljer att upplysa om denna post.

Sammanfattningsvis kan fastställas att NCC har den mest ingående rapporteringen per rörelsegren då bolaget uppfyller de sex granskningskriterier som fastställts. De bolag som representeras av minst antal uppfyllda kriterier avseende rapportering per rörelsegren, bortsett från Boss Media, är Lindex och Telia. Bolagen redogör vardera enbart för tre av de sex områdena.

Samtliga bolag redogör för omsättning, tillgångar samt investeringar per geografiskt område med ett undantag, vilket är Telia, som underlåter att upplysa om investeringar per geografiskt område. Vad avser rapportering av skulder per geografiskt område väljer Lindex och Vattenfall att lämna denna upplysning medan övriga bolag saknar redogörelse för densamma. Endast ett fåtal bolag, Lindex, Telia samt Vattenfall, rapporterar resultat per geografiskt område. Granskningens tolfte och sista område, kassaflöde per geografiskt område, återfinns inte i någon av de granskade bolagens årsredovisningar.

Avseende rapporteringen per geografiskt område kan det konstateras att de bolag som uppfyller flest av de definierade kriterierna är Lindex och Vattenfall med fem presenterade områden vardera. Övriga bolag uppfyller vardera tre av de sex granskade områdena.

Slutligen kan det fastställas att segmentsrapporteringen skiljer sig mellan de granskade bolagen och ett bolag som upplyser ingående per rörelsegren behöver nödvändigtvis inte tillhöra de mer transparenta bolagen vad avser upplysningar per geografiskt område. Uppsatsen avser föra en mer ingående diskussion kring bolagens segmentsrapportering i uppsatsen analyskapitel.

De bolag som erhållit bäst omdöme vad avser segmentsrapporteringen är Ericsson, NCC samt Vattenfall, medan Boss Media, som helt saknar information om segment i not, erhållit det sämsta omdömet.

	Mindre ingående	Annat	Ingående
Segmentsrapportering	Boss Media	Telia	Elanders, Ericsson, Lindex, NCC, NIBE, SKF, Vattenfall och Volvo

Figur 12: Resultat av granskning av segmentsrapportering

#### 5.1.4 GRANSKNING AV SPECIFIKA POSTER<sup>77</sup>

Granskningen av specifika poster kommer att ta sin utgångspunkt i studerandet av sex poster, inom vilka förbättringar önskas. De önskvärda förbättringarna hänförs till uttalanden framkomna tidigare i empiriavsnittet. Posterna är goodwill vid förvärv, omräkningsdifferenser, vilket ses som en underkategori till justeringar mot eget kapital, personaloptioner, räntekostnader, pensioner samt skatter.

Varken Boss Media, Elanders eller Lindex har under 2005 gjort några förvärv varför specifikation om respektive förvärvs goodwillvärde ej redovisas i not. Inte något av övriga bolag

<sup>77</sup> Bilaga H



har på ett tillfredsställande vis redogjort för värdet på den del som avser förvärvets goodwill. Således finns det för samtliga bolag förbättringspotential inom detta område.

Vad gäller omräkningsdifferenser så skall det inledningsvis nämnas att inte något av de undersökta bolagen saknar omräkningsdifferenser utan området är något som karaktäriserar samtligas redovisning. Vad som däremot skiljer bolagen är i vilken utsträckning de genomför en redogörelse i enlighet med framkomna önskemål. Granskningen visar att hälften av bolagen redovisar på en tillfredsställande nivå medan andra hälften har en redogörelse som kan anses bristfällig. Boss Media, Ericsson, SKF, Vattenfall och Volvo tillhör bolagen som vid granskningen erhåller positivt omdöme medan Elanders, Lindex, NCC, NIBE och Telia har redovisning som bör förbättras.

Med avseende på personaloptioner kan det initialt nämnas att det vid granskningen framgår att fyra bolag, Boss Media, Elanders, NIBE samt Vattenfall, saknar personaloptioner. Inom samtliga av de återstående bolagen, Ericsson, Lindex, NCC, SKF, Telia och Volvo, existerar personaloptioner, som dessutom redogörs på ett vis som är förenligt med de önskemål som tidigare i empiriavsnittet framkommit.

Räntekostnader är den post där granskningen tyder på störst skillnader mellan bolagens redovisning. Elanders, NCC, NIBE, SKF och Vattenfall redogör för räntekostnader på ett vis som kan anses vara tillfredsställande, det vill säga räntekostnader finns specificerat i not och är där dessutom uppdelat och vidare specificerat. Telia är det enda bolag som redovisar räntekostnader i not men saknar en vidare specifikation. De resterande bolagen, Boss Media, Ericsson, Lindex samt Volvo, behandlar inte räntekostnader i not överhuvudtaget.

Pensioner är en post där granskningen näst intill tyder på en enhetlig och liknande redovisning mellan bolagen. Endast Boss Media särskiljer sig genom att inte redogöra för posten ens i balansräkningen, något som tyder på att bolaget inte har pensioner eller åtminstone inte på samma sätt som övriga bolag. Således redogör Elanders, Ericsson, Lindex, NCC, NIBE, SKF, Telia, Vattenfall och Volvo för pensioner på ett sätt som uppfyller de önskemål som ställts upp vad gäller postens redovisning.

Den post i granskningen som dock tveklöst från bolagens sida karaktäriseras av samma form av informationsgivning är skatter. Samtliga bolag redogör för skatter på ett sätt som sammanfaller med tidigare i empirin framförda önskemål.

Med utgångspunkt i ovanstående redogörelse för granskningens resultat kan slutsatser om bolagens redovisning, med avseende på specifika poster, sammanfattas enligt följande:

- Den post som i störst utsträckning präglas av otillfredsställande resultat är redovisningen av goodwill vid förvärv.
- Posterna omräkningsdifferenser och räntekostnader är de poster där skillnaderna mellan bolagen är störst.
- De poster där flest bolag redovisar information på en tillfredsställande nivå är pensioner och skatter.



- SKF och Vattenfall är bolagen som enligt granskningen i störst utsträckning redovisade i enlighet med vad som kan anses vara önskvärt. Å andra sidan är Telia, Lindex och NIBE de bolag vars redovisning åt minst tillfredsställande.

	Ej tillfredsställande	Annat	Tillfredsställande
<i>Goodwill vid förvärv</i>	Ericsson, NCC, NIBE, SKF, Telia, Vattenfall och Volvo	Boss Media, Elanders och Lindex	
<i>Justeringar mot EK</i>			
<i>- omräkningsdifferenser</i>	Elanders, Lindex, NCC, NIBE och Telia		Boss Media, Ericsson, SKF, Vattenfall och Volvo
<i>Personaloptioner</i>		Boss Media, Elanders, NIBE och Vattenfall	Ericsson, Lindex, NCC, SKF, Telia och Volvo
<i>Räntekostnader</i>	Boss Media, Ericsson, Lindex och Volvo	Telia	Elanders, NCC, NIBE, SKF och Vattenfall
<i>Pensioner</i>		Boss Media	Elanders, Ericsson, Lindex, NCC, NIBE, SKF, Telia, Vattenfall och Volvo
<i>Skatter</i>			Boss Media, Elanders, Ericsson, Lindex, NCC, NIBE, SKF, Telia, Vattenfall och Volvo

Figur 13: Resultat av granskning av specifika poster

## 5.2 SAMMANFATTNING AV DE OLIKA DELARNAS GRANSKNING<sup>78</sup>

De fyra områden, översiktlig granskning, informationsstruktur, segmentsrapportering samt specifika poster, som avsetts undersökas har ovan redogjorts var för sig. Följande stycken är menade att sammanföra de separata iakttagelserna och sammanfogas i en helhetsbedömning av varje bolags årsredovisning.

Då resultatet för granskningen av varje separat del sammanförs kan det utläsas att Vattenfall, SKF och Elanders är de tre bolag med årsredovisningar som i största utsträckning uppfyller de önskemål och krav som användare av densamma har. Å andra sidan är Telia och Boss Media de bolag som totalt sett erhåller sämst omdöme och således inte lyckas motsvara de krav som ställs på informationen i årsredovisningen.

Utifrån de tre kategorier som definierats i uppsatsens metodavsnitt kan det utläsas att de bolag som SKF normalt jämför sig med, Ericsson, Telia samt Volvo, alla placerar sig sämre än SKF och dessutom bland de fyra med sämsta totala omdöme. De bolag som anlitar Solberg Kommunikation; Lindex, NIBE samt Volvo, placerar sig samtliga efter varandra med ett totalt omdöme som rör sig kring den totala poängsummans medianvärde, på sämre placeringar än SKF. Bolagen som tillhör kategorin som någon gång under de två senaste åren erhållit pris för sin årsredovisning, Boss Media, Elanders, NCC samt Vattenfall, representerar bolag med i stor omfattning skilda poängsummer.

<sup>78</sup> Bilaga I



## 6 ANALYS

*I kapitel sex förbinds inom ämnesområdet behandlad teori samt övrig relevant litteratur, med den empiri som framkommit av granskningen. Samtliga fyra granskningsområden är, inledningsvis var för sig, föremål för analys medan kapitlet avslutas med ett avsnitt där årsredovisningarnas helhetsomdöme utgör basen för analysen. Analyskapitlet är menat att ligga till grund för uppsatsens slutsatser.*

### 6.1 ANALYS MED GRANSKNINGEN AV ÖVERSIKTLIG INFORMATION SOM BAS

Vid granskningen av årsredovisningarnas sidantal kan det finnas anledning att påvisa det faktum att de större bolagen i undersökningen, SKF, Volvo samt Ericsson, står för de längsta årsredovisningarna, medan de kortaste årsredovisningarna representeras av Lindex och NIBE. Det kan således anses kunna urskiljas en viss korrelation mellan bolagets storlek och längden på årsredovisningen. Det kan även konstateras att Volvo och Ericsson tillhör den grupp bolag som SKF normalt jämför sin årsredovisning med, något som eventuellt kan förklara att de hamnar relativt nära varandra avseende årsredovisningens sidantal. Lindex och NIBE anlitar båda Solberg Kommunikation vid utformningen av årsredovisningen och det faktum att dessa bolag representerar undersökningens kortaste årsredovisningar torde kunna tyda på Solberg Kommunikation är medvetna om den problematik som JKL Group identifierat, nämligen att var tredje analytiker inte hinner med sitt arbete. Följaktligen kan det antas att Solberg Kommunikation medvetet uppmanar sina klienter att producera en kort årsredovisning. Dock finns det en invändning mot ovan förda resonemang, vilken är det faktum att bland Solberg Kommunikations kunder återfinns även Volvo, som representerades av undersökningens längsta årsredovisning. Därav anses tesen om korrelationen mellan bolagsstorlek och årsredovisningens längd istället stärkas och får till viss del anses gälla för undersökta årsredovisningar. Anmärkningsvärt är även att de bolag som erhållit pris för bästa årsredovisning, det vill säga Boss Media, Elanders, Vattenfall, samt NCC, återfinns närmast det genomsnittliga antalet sidor, vilket eventuellt skulle kunna påvisa att en lämplig längd för en årsredovisning, baserat på uppsatsens granskningsvillkor, bör hamna runt det genomsnittliga antal sidor som genom skribenternas undersökning framkommit.

Även vid granskningen av förvaltningsberättelsens längd beräknades ett genomsnitt, där sju av de granskade årsredovisningarna hamnade under detta genomsnitt. Således bör genomsnittet beaktas med försiktighet då något eller några bolag kan stå för en, i sammanhanget, väldigt lång förvaltningsberättelse. Av de bolag som SKF normalt använder som måttstockar kan nämnas att Ericssons längd på förvaltningsberättelsen överensstämmer med SKF:s motsvarighet, medan Telias förvaltningsberättelse är något längre. Vidare står Volvo för den i särklass längsta förvaltningsberättelsen, något som kan ha sin förklaring i att Volvos årsredovisning är undersökningens längsta. Dock tenderar det inte att existera något samband mellan de bolag som ingår i Solberggruppen, då Lindex förvaltningsberättelse är en av de kortare medan NIBE:s förvaltningsberättelse ligger nära genomsnittet. Även de bolag som ingår i gruppen som erhållit pris för årsredovisningen uppvisar klara skillnader i längden på förvaltningsberättelsen. Således anses det vara rimligt att anta att förvaltningsberättelsens längd snarare är en följd av bolagens val av



informationsutlämnande än en följd av bolagets storlek eller bolagets anlåtande av Solberg Kommunikation.

Ytterligare en komponent i den översiktliga granskningen är antalet sidor som respektive bolag nyttjar i syfte att redogöra för noter. Det sidantal till noter SKF använder i sin årsredovisning överensstämmer exakt med Telia och sammanfaller dessutom nästintill med Volvos nyttjade utrymme. Anmärkningsvärt är dock att Ericssons årsredovisning ägnar minst antal sidor åt noterna, trots att bolaget, sett till hela årsredovisningen, står för en av undersökningens längsta årsredovisningar. Lindex och NIBE representerar de bolag med näst minst sidantal, men som tidigare påvisats kan det ej fastställas att Solberg Kommunikation aktivt förespråkar kortare årsredovisningar då Volvos sidantal för noterna utgör en av undersökningens längsta. Det bör även nämnas att återigen hamnar de fyra bolagen som vunnit pris för sin årsredovisning närmast genomsnittet, vilket kan tyda på att det framräknade genomsnittet kan agera riktmärke för SKF vid utformningen av nästkommande årsredovisning.

Som framkommit av analytikernas syn på börsbolagens rapportering önskas information i större utsträckning presenteras i diagram och grafer snarare än beskrivning i text. Således har den översiktliga granskningen även innefattat granskning av antalet diagram i respektive årsredovisning. Resultatet av granskningen påvisar stora skillnader mellan de olika bolagens användande av diagram som kommunikationsverktyg i årsredovisningen och det finns inget som tyder på att antalet diagram korrelerar med bolagsstorlek. Dock skall det nämnas att SKF ligger relativt högt över genomsnittet och således redan i dagsläget delvis kan antas tillfredsställa analytikernas behov. Återigen placerar sig bolagen i kategorin som vunnit Stockholmsbörsens tävling närmast genomsnittet, undantaget NCC vilkas årsredovisning innehåller flest diagram.

Hänvisningar till hemsida har funnits vara föga förekommande och anledningen kan vara att den förflyttning av information, från årsredovisning till hemsida, som analytiker gärna ser att bolagen genomför inte är möjlig på grund av lagstadgade krav. Med detta menas att bolagen ej har möjlighet att tillgodose analytikernas krav på denna punkt, då tillgodoseendet skulle innebära en lagöverträdelse. Således finns anledning att anta att hänvisningar till hemsida, så länge rådande lagar fortsätter att existera, endast kommer att förekomma i begränsad utsträckning och det kan även urskiljas en koppling till den institutionella teorins tankar om tvingande institutionell påverkan. Detta då bolagens förmåga att uppfylla analytikernas behov hindras av lagar och regler som bolagen är ålagda att följa. Dock önskas framläggas att bolagen, i största möjliga utsträckning, bör använda sig av hänvisningar i årsredovisningen, i synnerhet då IR-funktionens utveckling, vilken Axell, Gottmark och Svantesson redogjort för, medfört att bolagen nu på betydligt fler sätt kan kommunicera information till sina intressenter.

Bolag som i granskningen av översiktlig information erhållit mindre tillfredsställande omdöme anses möjligen besitta en IR-funktion med en uppfattning om dess syfte som ej fullständigt överensstämmer med det syfte som återgetts i uppsatsens teoretiska referensram. Ett av IR-funktionens huvudsakliga syften betonas nämligen, enligt Marcus & Wallace, vara tillhandahållande av överskådlig information.

Appliceras Bedford och Baladounis kommunikationsteori på den översiktliga granskningen anses den tolkning som destinationen, analytikerna, genomför inledas redan då årsredovisnings-



dokumentet når densamma. Således kan det antas att en lång årsredovisning, med analytikerns ansträngda arbetssituation i åtanke, skapar en negativ bild av bolaget och kan därmed komma att påverka analytikerns utlåtande.

Sammanfattningsvis menas att det kan anses råda mimetisk institutionell påverkan, DiMaggio och Powells tankar om att organisationer kopierar varandra, bland bolag vid utformningen av årsredovisningen. Tesen stärks av det faktum att SKF, i många avseenden i den översiktliga granskningen, tenderar att ligga nära de bolag som uppgetts utgöra måttstockar. Huruvida efterliknandet av andra bolag påverkar analytikernas uppfattning av SKF:s årsredovisning är det svårt att uttala sig om, dock torde likartade årsredovisningar underlätta jämförande analyser.

## 6.2 ANALYS MED GRANSKNINGEN AV INFORMATIONSTRUKTUR SOM BAS

Thorell fastslår att bolagen utvecklar sin årsredovisning utifrån vilka som är densammas huvudsakliga användare. Marita Björk vidareutvecklar tanken om bolagets främsta användare av information till att främst omfatta analytiker, men i enlighet med vad Thorell påtalar är även ett bolags anställda användare av bolagets information. Bolagets anställda vill givetvis veta hur framgångsrik arbetsgivaren är och samtidigt vill bolaget förmedla den här bilden. Vidare menas att ju fler anställda ett bolag har desto större behov bör existera av att mer lättförståeligt och effektivt kommunicera ut en positiv bild till anställda. Med det här som stöd kan det skapas förståelse för användandet av upprepningar inom vissa bolag. Ericsson är ett bra exempel för att åskådliggöra det här, bolaget har såväl ett stort antal anställda som en påtaglig mängd upprepningar. Å andra sidan har även bolagen SKF och Volvo många anställda utan att de i stor utsträckning använder sig av upprepningar. Vid analys om varför bolag med relativt jämt antal anställda i så pass stor utsträckning som granskningen tyder på skiljer sig avseende användandet av upprepningar kan förklaring hämtas i respektive bolags bransch, något som mer ingående analyseras senare.

En annan aspekt som skulle kunna skapa förståelse för nyttjande av upprepningar tar sin grund i Bedford och Baladounis modell som lyfter fram att en av användarens två främsta uppgifter är att tolka den information som ges densamma. Om bolagen är medvetna om det, och är av uppfattningen att upprepningar förenklar tolkningen, skapas en förståelse till varför upprepningar används. Som förklaring till SKF:s begränsade nivå av upprepningar kan stöd hämtas från intervjun med Marita Björk, som betonar att bolagets främsta användare är bland annat analytiker. Med Mats Liss betonande att årsredovisningen inte får bli för omfattande då det påverkar effektiviteten i granskningen av bolagen framlägges analytikernas önskemål om informationen i årsredovisningen och kombinerat med Marita Björks medvetenhet om SKF:s främsta målgrupp vad avser förmedlad information, kan SKF:s positiva omdöme inom ramen för granskningen av informationsstruktur anses förklaras. Samtidigt skulle det här tyda på att bolagen som i granskningen erhöll mindre tillfredsställande omdöme inte har en tillräcklig grad av medvetenhet av analytikernas önskemål vad avser informationsstrukturen och då främst i vilken utsträckning upprepningar används.

I ett ytterligare försök att slå fast varför upprepningar används trots att de huvudsakliga användarna och professionen ej så önskar hämtas inspiration i modellen av Shannon och Weaver. Det kan anses möjligt att förekomsten av upprepningar beror på ett otillräckligt arbete av sändaren. Det kan anses troligt att sändaren av informationen, i många fall en IR-avdelning, inte sammanställt materialet på ett tillräckligt granskande och användarebaserat vis. Som följd av det





uppkommer upprepningar som ej nödvändigtvis behöver existera. Således tyder resultatet av granskningen på att bolag såsom NCC och Ericsson skulle kunna besitta en IR-avdelning med förbättringsområden. Å andra sidan kan det antas att Telia, SKF och Volvo är bolag med IR-avdelningar som i sin informationshantering bedriver ett framgångsrikt arbete.

Det kan med stor sannolikhet anses att det marknadsföringsfokus som, enligt exempelvis författarna Marcus & Wallace samt Mahoney, idag karaktäriserar IR:s roll, frambringar ett behov av att vara säker på att viss information kommer användarna tillhanda. Till följd av det kan en förståelse skapas om varför upprepningar används, speciellt inom områden som av användarna är avgörande vid en investeringssituation. Appliceras det här på resultatet av granskningen, vilket visar att Ericsson är ett av de bolag som i störst utsträckning använder upprepningar, kan det förklaras av behovet Ericsson har av att synas och uppmärksammas av intressenter. Detta gör att ständig framhävnings av bolaget är nödvändig. Med det här som stöd för Ericssons omfattande användande av upprepningar kan det förefalla märkligt att stora och intressentfokuserade bolag såsom Volvo och SKF i väldigt begränsad utsträckning behandlar information i förvaltningsberättelsen som sedan återkommer i noterna. Dock anses det kunna förklaras av den annorlunda verksamhet bolagen, jämfört med Ericsson, befinner sig i. SKF och Volvo är båda bolag som tenderar vara aktiva inom verksamheter som karaktäriseras av industri- respektive kapitalvaror som vidare inte är anmärkningsvärt trendbetonat. Med anledning av det anses skillnaderna mellan Ericsson å ena sidan och SKF och Volvo å andra sidan i granskningsresultatet till viss del kunna förklaras. Vad som vidare är intressant inom detta synsätt är att upprepningar inom området nettoomsättning och resultat, som verkligen är kopplat till investeringssituation, används av samtliga bolag. Det här stärker tron om att upprepningar i stor utsträckning används för att förstärka bilden av bolaget och konkurrera om investerarens kapital. Den analys som i stycket presenterats medför att den syn Marcus & Wallace samt Mahoney framför om IR upplevs överensstämma mer med verkligheten än den syn som Diehl framlägger.

Rimmels poängterande om att *information on equal terms is the foundation stone of the market* kan anses ytterligare öka förståelsen för varför bolagen i stor utsträckning inte förmedlar informationen i årsredovisningen på ett sätt som enbart analytiker skulle förstå utan på ett sätt som gör informationen enkel att ta till sig för samtliga användare.

Vid analys med granskningen av informationsstruktur som bas anses även stöd för resultatet kunna hämtas i Kotlers uppfattning om att bolagets förmedlade information måste förmedlas på ett vis som eliminerar osäkerheter huruvida användaren av informationen mottagit densamma eller ej. Detta anses kunna ske genom upprepningar eftersom då samma information nämns flertalet gånger ges mottagaren flertalet möjligheter att mottaga och ta till sig informationen. Samtidigt är det elementärt att den förmedlade informationen begränsar oklarheter och med upprepningar kan viss förståelse för att användaren försäkras om att allt i informationen är korrekt frambringas. Således kan oklarheter elimineras. Samtidigt kan det få motsatt effekt, då användaren kan tolka upprepningar som ett försök att övertyga densamma. Det som bolagen måste fråga sig själva är vad som anses krävas för att eliminera osäkerheter. Behövs upprepningar för att eliminera osäkerheter då en anställd skall tolka informationen? Behövs de när det är en analytikers arbete som skall underlättas? I första fallet kan det anses vara befogat men i det sistnämnda fallet kan det anses föga troligt att upprepningar underlättar tolkningen av informationen. Tvärtom poängterar Mats Liss att informationen i årsredovisningen inte får bli



alltför omfattande då det försämrar analytikerns möjligheter att bedriva ett effektivt arbete. En ytterligare frågeställning som bör finnas inom bolagen och som är förenlig med detta resonemang är huruvida årsredovisningen skall vara undervisande eller ej. Önskas en undervisande informationsgivning anses det finnas risk för att förekomsten av upprepningar blir omfattande och önskemålen från analytiker negligeras. Marita Björks poängterade medvetenhet om att SKF:s årsredovisning i liten grad kan anses vara undervisande stärks med det faktum att bolaget erhåller hög grad av tillfredsställelse i granskningen.

I ett ytterligare steg att försöka förklara och förstå upprepningar kan inspiration hämtas från litteraturen om informationsasymmetri. De två faktorerna som Macintosh anser styr informationsasymmetrin är bolagens syn som därefter ger effekter på användarens syn på betydelsen av informationen å ena sidan och hur korrekt informationen kommuniceras å andra sidan. Det finnes troligt att ett tillvägagångssätt för ett bolag att betona betydelsen av en viss information är genom upprepningar, ju fler gånger ett bolag nämner viss information desto mer sannolikt är det att det uppfattas av läsaren. Den andra faktorn som påverkar informationsasymmetrin är hur korrekt informationen kommuniceras, något som till stor del kan anses påverkas av den mängd förtroendekapital som karaktäriserar förhållandet mellan bolag och användare. Förtroendets betydelse belyses av exempelvis Marcus & Wallace och med det som grund för analys framförs uppfattningen att det skulle kunna vara därför som bolag använder upprepningar. Det är nämligen sannolikt att tro att upprepningar skapar en känsla hos användaren att informationen verkligen stämmer, ju fler gånger informationen dyker upp desto större är sannolikheten att den är korrekt. Appliceras det här resonemanget på granskningen kan bolagen som i störst utsträckning använder upprepningar anses känna ett behov av att framhäva information flertalet gånger för att på så sätt få användaren att uppleva den som betydelsefull. Bolagen kan även anses använda upprepningar i den utsträckning de gör för att lyckas öka förtroendet för informationen. Tanken om att förtroende för informationen i årsredovisningen är centralt poängteras även av Lars Mattson och i ett försök att uppfylla denna elementära del i årsredovisningen upplevs det inte vara onaturligt för bolagen att tro att upprepningar bidrar till att uppfylla denna faktor. Å andra sidan anses SKF:s resultat tyda på en inställning att all information som behandlas är betydelsefull och inte behöver upprepas. Samtidigt kan slutsatsen dras att bolaget anser att förtroendegraden på informationen inte behöver förbättras, åtminstone görs det inte med hjälp av upprepningar.

Ett annat synsätt vid analys av upprepningars förekomst är kopplat till Kotlers teori om personliga respektive opersonliga kommunikationssätt. Det har i den teoretiska referensramen slagits fast att den personliga, om än effektivare, är dyrare och tar betydligt fler resurser i anspråk. Kan det därför vara så att upprepningar används för att, i enlighet med tidigare resonemang, eliminera osäkerheter och således undvika telefonsamtal, vilka ses som personlig kommunikationskanal, karaktäriserade av önskemål om frågor och förtydliganden? Detta anses vara tänkbart och således kan viss förståelse för upprepningars förekomst skapas. SKF:s förmåga att inte i nämnvärd utsträckning nyttja upprepningar kan, med detta synsätt som utgångspunkt, anses tyda på att SKF har en inställning att den personliga kontakten med användare är viktig och nyttan för densamma överstiger kostnaden. Uppsatsens granskningsresultat kan således till stora delar anses sammanfalla med Kotlers åsikter om användbara kommunikationssätt.



I ett försök att utvärdera varför samtliga bolag i viss utsträckning har information i förvaltningsberättelsen som återkommer i noter hämtas inspiration från Hatchs samt DiMaggios och Powells framförda tankar om institutionell teori. Den mimetiska institutionella påverkan, vilken talar om att bolag och organisationer, som en följd av osäkerhet att drabbas negativt, kopierar andra bolags handlingsmönster anses kunna förklara stora delar av granskningens resultat. Endast Elanders, Ericsson, NCC och NIBE är inom ett eller flera områden ensamma att hantera upprepningar varför övriga bolag i viss utsträckning kan anses vara utsatta av mimetisk institutionell påverkan. I enlighet med Hatch's tankar kan det förefalla troligt att avvikande bolag kommer erfarit negativa konsekvenser som en följd av att inte anpassa sig till användarnas efterfrågan i kombination med att bolaget skiljer sig från mängden.

Då förståelse för upprepningars förekomst och avsaknaden av hänvisningar försökts skapas önskas det nu i uppsatsen framläggas resonemang som kan anses vara av det mer tillrättavisa slaget främst karakteriserade av utgångspunkten att upprepningar bör begränsas och i viss utsträckning ersättas med hänvisningar till antingen delar i årsredovisningen eller alternativa kommunikationskanaler. Thorells påvisande att notapparaten skall verka i syfte att förklara information som berörts tidigare i årsredovisningen klargör att upprepningar, till skillnad från förtydliganden, ej bör präglade notapparaten. Granskningens resultat som till stor del tyder på att upprepningar i stor utsträckning ändå används upplevs anmärkningsvärt och kan närmast förklaras av att bolagen inte fullkomligt delar den inställning som i litteraturen framförs gällande notapparatens innehåll.

Medvetenheten om vilka som är informationens användare påvisas av Thorell tidigt i den teoretiska referensramen. Bolagets storlek är en aspekt som anses påverka vilka som är bolagets främsta användare av dess information, ju större bolaget är desto större anses sannolikheten vara att analytiker och andra som prognostiserar bolagets närmaste framtid är främsta användare av information. Det stärks med Marita Björks uttalande om att den information som SKF förmedlar har analytiker som huvudsaklig användare. Då observerade synpunkter från professionen visar på att upprepningar bör begränsas, till stor del grundat i det faktum att årsredovisningen annars tenderar bli alltför omfattande och otydlig, finnes det anmärkningsvärt att stora bolag, exempelvis Ericsson och NCC, i den utsträckning som granskningen påvisar har information i förvaltningsberättelsen som återkommer i noterna. Medvetenheten om vilka krav på information som bolagens användare ställer torde därmed öka inom dessa bolag. Samtidigt tyder resultatet på att flera bolag, däribland SKF, har en hög grad av medvetenhet om dels vilka som huvudsakligen är användare av dess information och dels vad dessa användare efterfrågar och kräver. Thorells framförda åsikt om bolagens medvetenhet avseende informationens användare kan således inte anses vara utvecklad till att även inbegripa en medvetenhet om vem som är huvudsaklig användare.

I analysen vill det vidare påvisas att som en följd av de utökade möjligheterna till informationsspridning, vilka Marston och Straker påvisar, borde upprepningar i allt större utsträckning kunna begränsas och mängden hänvisningar till alternativa kanaler öka. Önskas information kommuniceras till andra än analytiker, för vilka information endast bör behöva nämnas en gång, framförs uppfattningen att då istället förmedla informationen på alternativt vis. Det marknadsföringstänk som tidigare behandlats och då till viss del skapat förståelse för upprepningar i årsredovisningen önskas således nu istället förläggas till alternativa



kommunikationskanaler, vilka i större utsträckning än årsredovisningen bör vara avsedda konkurrens om investerares kapital. Resonemanget späder på redan framförd åsikt om att flera av bolagen tenderar anse att det är spararna, och inte analytikerna, som är den främsta användaren av årsredovisningen och den information som däri behandlas. Marstons och Strakers fastslagna faktum kan således ännu inte anses vara förankrat bland bolagen.

### 6.3 ANALYS MED GRANSKNINGEN AV SEGMENTSRAPPORTERING SOM BAS

Inledningsvis bör det klargöras att Boss Medias årsredovisning helt saknar not om segmentsrapportering, vilket finnes anmärkningsvärt. Avsaknaden av noten segmentsrapportering skulle kunna tyda på att Boss Media endast verkar inom en rörelsegren samt inom ett geografiskt område, något som upplevs föga troligt. Lägg därtill det faktum att det i årsredovisningens övriga delar nämns områden, vilka skulle kunna identifieras som rörelsegrenar samt olika geografiska områden. Då genomförd undersökning endast syftar till att utröna hur bolaget rapporterar per segment i not erhåller därmed Boss Media ett kraftigt negativt utlåtande avseende bolagets segmentsrapportering och det kan vidare konstateras att applicerandet av 7F-modellen inom detta område får anses vara obefintligt.

Uppfattningen råder att segmentsrapportering är en känslig fråga för bolagen och vidare anses balansgången mellan att vara rimligt transparent och alltför utlämnande hårfin. Günther och Otterbein menar att viss frivillig informationsgivning kan stärka ett bolags image, något som kan anses gälla särskilt för segmentsrapporteringen då analytikernas synpunkter vittnar om att en informationsrik segmentsrapportering är önskvärd. De bolag som SKF har uppgivit vara måttstockar har en relativt likartad segmentsrapportering, där Volvo och SKF redovisar exakt samma poster, åtta stycken. Ytterliggare en post återfinns i Ericssons segmentsrapportering medan Telia redogör för hälften av de undersökta områdena. Bolagen som anlitar Solberg Kommunikation redogör samtliga för åtta poster, dock inte samma poster, vilket kan tyda på att någon strategi från kommunikationsbyrån i detta avseende ej existerar. Det skall dock poängteras att segmentsrapporteringen kan tendera att skilja sig mellan bolag på grund av verksamhet och geografisk marknad snarare än på grund av vilja respektive ovilja att delge marknaden information. De bolag som tillhör kategorin som erhållit Stockholmsbörsens utmärkelse för bästa årsredovisning har en relativt likartad segmentsrapportering, Boss Media undantaget, och redogör för ungefär samma antal poster som bolagen i de övriga två kategorierna.

Med utgångspunkt i de synpunkter som erhållits från professionen kan det konstateras att en ännu mer detaljerad segmentsrapportering vore att föredra. Dessutom tenderar bolagens segmentsrapportering, enligt Marton, utgöra en väsentlig del av analytikerns produkt och således har analytikerna behov av en detaljerad segmentsrapportering. Dock bör det återigen påpekas att en alltför detaljerad informationsgivning avseende segment skulle kunna komma att gynna konkurrenter till bolaget och därmed skada verksamheten. Den svåra balansgången vid segmentsrapporteringen är således ännu en gång åskådliggjord.

Utifrån de observationer som erhållits kan det konstateras att det verkar råda någon slags norm bland bolagen då flera av de poster som undersökts redogörs för i flertalet av de granskade årsredovisningarna. Huruvida denna norm har sin utgångspunkt i mimetisk institutionell påverkan, det vill säga DiMaggios och Powells teori om att bolagen kopierar varandra, eller



härifrån från lagar och regler väljs det att avstå från att yttra sig om, då svaret på frågan ligger utanför uppsatsens syfte.

Sammanfattningsvis kan det konstateras att segmentsrapporteringen tenderar att vara ett centralt ämne, både hos bolagen och analytikerna, och den information som bolagen väljer att delge marknaden tenderar i många fall att inte uppfylla de önskemål som marknaden ställer.

#### **6.4 ANALYS MED GRANSKNINGEN AV SPECIFIKA POSTER SOM BAS**

Spontant upplevs det anmärkningsvärt att samtliga bolag inom ett eller flera områden ej redovisar i enlighet med det professionen anser vara en tillfredsställande nivå. Återigen tyder detta på att bolagen, visserligen i olika omfattning men ändå, besitter en okunskap och bristande medvetenhet om vad årsredovisningens främsta användare efterfrågar och har som önskemål att kunna utläsa genom förmedlad information. Kan det, liksom vad som kan anses troligt vad avser upprepningars förekomst, vara möjligt att bolagen som följd av denna bristande medvetenhet inte anpassar sin information efter dess användare? Kan det vara så att bolagen inte anser analytikerna vara de främsta användarna av den information som förmedlas i granskade sex specifika poster? Med stöd i detta är uppfattningen att flertalet bolag har bristande vetskap om vad analytikerna önskar samt att de anser någon annan användare än analytiker vara främsta mottagare av denna sorts information. SKF:s tillfredsställande nivå på redovisning av specifika poster som framträder genom granskningen kan förklaras med ovanstående resonemang då Marita Björk under intervjun just betonade den medvetenhet bolaget besitter vad avser vilka som är årsredovisningens främsta användare. Att bolag såsom Lindex och NIBE erhåller betydligt sämre omdöme än SKF kan delvis ha koppling till dess storlek. Mindre bolag är inte alls i samma utsträckning beroende av att presentera information som kan utgöra underlag för prognoser och liknande som större bolag, något som framförts av Thorell i den teoretiska referensramen.

Enligt Thorell är ett av årsredovisningens syften att förmedla en rättvisande bild av bolaget och dess ställning. Samtidigt nämner Mats Liss att årsredovisningen måste bli enklare och tydligare för att analytikerna skall kunna göra en rättvisande analys av bolaget. Kravet på tydligare och enklare årsredovisningar poängteras även av Lars Mattsson. Sammankopplat innebär detta att om inte analytikernas önskemål om enkelhet och tydlighet uppfylls så uppfylls inte heller ett av årsredovisningens huvudsakliga syften. Därför upplevs det vara elementärt för bolagen att börja anpassa sig till de önskemål och krav användare i allmänhet och analytiker i synnerhet ställer på bolagen och dess redovisning. Granskningens resultat tyder därmed på att bolag såsom Lindex, NIBE och Telia måste börja förändra viss informationsgivning vad avser dessa sex specifika poster. Å andra sidan tillhör SKF och Vattenfall de bolag som har kortast väg kvar för att uppfylla analytikernas önskemål. Det skall dock nämnas att dessa bolag ej är fullkomliga utan även de bör omgående förbättra sig inom exempelvis posten goodwill vid förvärv. Detta innebär att värdet på goodwillposten i samband med förvärv bör specificeras och vidare bör fördelning göras mellan goodwill och immateriella tillgångar för respektive förvärv, i syfte att tillfredsställa analytiker. Den sammanlänkning mellan Mats Liss, Lars Mattssons samt Thorells åsikter som kan urskiljas anses därmed inte vara förankrad bland flertalet av bolagen.

Att noterna skall fungera som förtydliganden av det som nämns tidigare i årsredovisningen står klart enligt vad Thorell anser och att samtliga bolag i viss utsträckning inte till en tillfredsställande grad gör detta anses vara bristfälligt och ytterligare försvaga årsredovisningens



ursprungliga syfte. Professionen betonar den roll noterna har genom önskemålen om förtydligande och att bolagen då inte anpassar sig till detta kan anses vara hänförligt till institutionell teori och då främst DiMaggios och Powells resonemang om mimetisk påverkan som behandlar osäkerheten att avvika från vad andra gör. Samtidigt som mimetisk påverkan kan styra organisationer till ett beteende kan normativ påverkan ha samma effekter och då användarnas krav skiljer sig från vad som är normen vad avser informationsgivningen är det troligt att komplikationer uppstår. Bolagen kommer helt enkelt i en situation där de tvingas ta ställning mellan att å ena sidan följa normen, mimetisk påverkan, eller å andra sidan anpassa sig till de krav som sätts upp från analytiker och andra användare. I enlighet med institutionell teori och den syn Hatch framlägger kommer bolag som anpassar sig till behov och önskemål hos omvärlden att belönas. Således är uppfattningen att det finns klara teoretiska incitament för bolag att anpassa sig till de synpunkter kring informationen som framförts av professionen och även om så inte är fallet i nuläget anses det vara sannolikt, med stöd i institutionell teori, att utvecklingen vad avser informationsgivning kommer karaktäriseras av ett närmande mot användarnas efterfrågan.

Istället för den rädsla som är förenad med mimetisk institutionell påverkan bör viljan av att vara unik förstärkas, något som i sin tur kan anses vara kopplat till vilja att lämna frivillig information, vilket i sin tur bland andra Günther och Otterbein anser stärker ett bolags image. Frivillig information är vidare något som Eccles anser krävs för att analytikerns informationsbehov skall kunna anses vara uppfyllt. Med granskningen som bas kan det slås fast att den frivilliga informationen inom posterna goodwill vid förvärv, omräkningsdifferenser och räntekostnader för flertalet bolag inte befinner sig på en nivå som gör att analytikerns informationsbehov är uppfyllt. Å andra sidan sker idag förmedlande av frivillig information på en tillfredsställande nivå inom områdena personaloptioner, pensioner samt skatter, varvid dessa områden inte behöver kompletteras med ytterligare information för att fylla det informationsbehov analytikerna har. Bakgrunden till varför analytikerna har detta behov av frivillig information kan till stor del anses vara kopplat till informationsasymmetri, något som enligt Eccles begränsas genom just frivillig information då det är just den informationen som bolagen ej nödvändigtvis önskar lämna. Resonemanget kan speciellt appliceras på posten goodwill vid förvärv då det upplevs troligt för bolagen att inte vilja avslöja hur stor del av ett visst förvärv som motsvaras av goodwill.

Bedford och Baladounis teori, att en av användarens främsta uppgifter är att tolka informationen som förmedlas i exempelvis årsredovisningen kan också sägas ha koppling till graden av förtydliganden av granskade poster. Det förefaller självklart att tolkningen görs lättare desto fler tydliggöranden som görs. Bolagens tendens att i noterna inte till en tillfredsställande nivå tydliggöra sådant som behandlats tyder således på att bolagen inte bara är omedvetna om vilka som är årsredovisningens användare utan även om vad användaren avser göra med informationen.

Även Kotlers teori om kommunikationskanaler kan anses applicerbar på oförmågan att tydliggöra information. Det kan finnas anledning att anta att bolag önskar en personlig kontakt för att höja trovärdigheten och förtroendet för bolaget och dess information. Med oklarheter i informationen, det vill säga en avsaknad av förtydliganden, lyckas således bolagen åstadkomma den personliga kontakt de är ute efter. Att SKF, som i hög grad förtydligar information, utifrån fört resonemang, inte förefaller vara i behov av denna kontakt kan vara rimlig då Marita Björk vid intervjun betonade att SKF redan besitter ett gott förtroende och bolaget har under flertalet år förmedlat information som mottagits med hög trovärdighet.



## 6.5 ANALYS MED SAMMANFATTNING AV DE OLIKA DELARNAS GRANSKNING SOM BAS

Uppfattningen är att bolagen som totalt sett erhållit mest tillfredsställande omdömen i uppsatsens granskning kan antas ha en informationsgivning som befinner sig nära analytikers önskemål och således karaktäriseras förhållandet dem emellan av en låg grad av informationsasymmetri. Att även de främsta bolagen i granskningen inom en del områden inte redogör för information i enlighet med önskemålen tyder på att det alltid existerar information som bolagen inte vill förmedla och som följaktligen analytiker och andra användare inte får ta del av. Således är detta ett bevis på att den informationsasymmetri som Macintosh och Eccles båda konstaterar ständigt kommer att föreligga. Vidare upplevs det vara möjligt att dra kopplingar mellan bolagens omdömen och institutionell teori. Bolagen med positiva omdömen kan, vilket redan nämnts, antas uppfylla fler önskemål som användare förmedlat än de bolag med mindre positiva omdömen och detta kan tolkas som en effekt av det DiMaggio och Powell benämner normativ institutionell påverkan. Den vilja och förmåga att anpassa sig till krav och önskemål som ställs på bolaget kan i stor utsträckning kopplas till granskningens resultat.

Det upplevs anmärkningsvärt att de bolag som anlitar Solberg Kommunikation, olika poäng per granskat område till trots, i stort erhåller likvärdigt totalt omdöme. Det kan anses att detta har sin förklaring i att bolagen utformat årsredovisningen utifrån givna, standardiserade förutsättningar tillhandahållna av Solberg Kommunikation. Det kan vara rimligt att anta att Solberg Kommunikation för en aktiv dialog med användare av årsredovisningen om vad som önskas i densamma, ett resonemang som delvis faller då det fortfarande finns bolag i granskningen som erhåller ett mer positivt omdöme än bolagen i aktuell kategori. Det bör även påvisas att NIBE och Lindex i stor utsträckning erhållit poäng med begränsad spridning per granskat område, medan Volvo uppnår sitt totala omdöme med såväl mycket positiva som mycket negativa utlåtanden.

Ytterligare en aspekt som finnes relevant att diskutera är det faktum att de bolag som SKF vanligtvis jämför sig med samtliga erhållit relativt negativa omdömen. Att SKF erhåller ett mycket positivt betyg upplevs inte vara överraskande då Marita Björk under intervjun förmedlade en hög grad av medvetenhet vad avser tillfredsställande av årsredovisningens användares behov. Det är dock anmärkningsvärt att bolag med analytiker som huvudsaklig användare av årsredovisningen inte lyckas tillfredsställa det informationsbehov, vilket betonats i såväl teoretisk referensram som framförda synpunkter av professionen, som existerar. Den mest troliga förklaringen till bolagens oförmåga att förmedla efterfrågad information upplevs kunna ha sin grund i antingen en bristande medvetenhet om vem som är användare av bolagets årsredovisning och vad densamma efterfrågar eller en ofullständig IR-funktion som helt enkelt inte reagerar på marknadens signaler.

Det faktum att bolagen som under de senaste två åren någon gång erhållit pris tilldelas så pass olika omdömen anses vara svårt att analysera. Det mest negativa utlåtandet erhåller Boss Media, vilka föregående år tilldelades pris för sin årsredovisning, och anledningen skulle kunna vara att bolaget i alltför stor utsträckning förlitat sig på föregående års krav och önskemål och därmed inte utvecklat sin årsredovisning inför granskat räkenskapsår. Däremot återfinns Vattenfall som det bolag med det mest positiva omdömet, något som kan tolkas som att föregående årsredovisning, vilken tilldelades pris, har utvecklats i takt med sådant som användare efterfrågar.



## 7 SLUTSATS

*Kapitlet ämnar redogöra för de slutsatser som dragits utifrån genomförd studie och vidare innehålla den rekommendation som skall lämnas till SKF avseende bolagets årsredovisning. Slutligen presenteras avslutande kommentarer samt förslag till vidare studier.*

### 7.1 SLUTSATSER

I uppsatsen har det framkommit att det som av analytiker efterfrågas i bolagens årsredovisning främst karaktäriseras av en önskan om tydlighet, enkelhet samt relevans. Vidare framhävs det faktum att mer ingående information, främst vad avser segmentsrapportering och vissa specifika poster, efterfrågas och bolagen bör även bli medvetna om årsredovisningens informationsstruktur, vilket exemplifieras genom begränsning av upprepningar.

Slutsatsen blir därmed att årsredovisningen torde vara kort, lättförståelig samt i större utsträckning anpassas utefter analytikerns informationsbehov. Paradoxalt, med avseende på denna slutsats, kan tyckas vara att en högre uppfyllelsegrad av analytikerns informationsbehov snarare tenderar att öka årsredovisningens omfattning än reducera densamma. Härmed åskådliggörs den komplexitet bolagen ställs inför vid utformningen av årsredovisningen, något som skapar förståelse för granskningens resultat samt uppdragsgivarens behov av studien.

Den slutsats som kan dras av i vilken utsträckning som bolagens förmedlade information motsvarar användarens efterfrågan kännetecknas av stor spridning. Dels skiljer sig bolagen åt vad avser granskade områden men samtidigt kan konklusionen dras att samma bolag inom vissa områden redovisar i enlighet med efterfrågan medan bolaget inom andra områden brister i sin informationsgivning.

Slutsatsen om anledningen till bolagens informationsgivning utifrån den översiktliga granskningen är att årsredovisningens omfattning i stor utsträckning beror på bolagets storlek. Det kan härmed konstateras att bolagens möjligheter att påverka de parametrar som den överstigitliga granskningen undersökt är begränsade men sannolikt är ändock att bilden av bolaget då ej uppfyllelse av användarens önskemål sker försämras.

Avseende informationsstruktur kan det fastslås att medvetenhet om årsredovisningens huvudsakliga användare och dess önskemål är bristfällig. Samtidigt kan det konstateras att flertalet bolag utformar sin årsredovisning utifrån den konkurrenssituation bolaget befinner sig i och årsredovisningen tenderar därmed bli ett marknadsföringsdokument där upprepningar av information syftar till att höja förtroendegraden. Vidare har det framkommit att flertalet bolag inte delar den uppfattning om notapparatusens innehåll som framförs i litteraturen.

Uppsatsens slutsats vad avser bolagens segmentsrapportering är att en rapportering i enlighet med användarens efterfrågan ter sig förefalla ouppnåelig för bolagen då effekten av ett tillgodoseende kan komma att gynna konkurrenter och således skada bolaget. Vidare kan det påvisas att det tenderar existera viss normering bland bolagen eftersom flertalet undersökta poster i





segmentsrapporteringen på en tillfredsställande nivå motsvarar användarnas efterfrågan. Dock bör det fastslås att skillnader mellan bolagen kan ha sin grund i typ av verksamhet eller geografisk marknad snarare än vilja respektive ovilja att uppfylla användarens efterfrågade grad av information.

Inom området för granskning av specifika poster kan slutsats dras att vid ett förbiseende av användarens önskemål om enkelhet och tydlighet negligeras ett av årsredovisningens huvudsakliga syften. Vidare kan det konstateras att den frivilliga informationens betydelse för användaren står bortom bolagens medvetenhet och denna omedvetenhet tyder på att flertalet bolag ej besitter tillräcklig kännedom om användaren och dennes sätt att hantera informationen, något som kommer att kräva ett närmande mot användarens efterfrågan. I uppsatsen kan skillnader mellan bolagen förklaras av bolagsstorleken då den kan anses påverka behovet av att presentera information som kan utgöra underlag för prognoser och liknande.

Utifrån de fyra granskningsområdena kan slutsats dras att SKF totalt sett erhåller näst bäst omdöme. De områden där SKF klart utmärker sig tillhåller de bolag som i störst utsträckning uppfyller användarens informationsefterfrågan är informationsstruktur och specifika poster. Vad avser SKF:s segmentsrapportering kan det konstateras att informationsgivningen inte utmärker sig, varken positivt eller negativt. Det granskningsområde som SKF uppvisar vissa brister inom är översiktlig information och flertalet bolag uppfyller i större utsträckning de önskemål användare påtalat.

## 7.2 REKOMMENDATION TILL SKF

Rekommendationen till SKF med avseende på den översiktliga granskningen är att bolaget bör överväga en strävan mot en något mindre omfattande årsredovisning. Detta baseras dels på det faktum att de huvudsakliga användarna efterfrågar kortare årsredovisningar och dels på det faktum att SKF placerar sig över granskade årsredovisningars genomsnittliga sidantal. Att de bolag som de senaste åren erhållit Stockholmsbörsens utmärkelse för bästa årsredovisning samtliga har ett sidantal som befinner sig omkring genomsnittet tyder på att ett lämpligt sidantal att sträva efter är just detta snitt. För att lyckas uppnå det mål uppsatsen härmed presenterar bör SKF i största möjliga utsträckning överväga vilken information som istället kan placeras på bolagets hemsida och i årsredovisningen ersättas med hänvisning till densamma. Likväl bör SKF vidareutveckla förekomsten av diagram och ytterligare sträva efter att presentera relevant information genom illustrationer.

Vad avser granskningen av informationsstruktur rekommenderas SKF att uppmärksamma de områden som i viss utsträckning karaktäriseras av upprepningar. Dessa områden är främst investeringar men även nettoomsättning och resultat samt risker. Det bör dock tilläggas att inom området nettoomsättning och resultat har inget bolag erhållit bättre omdöme än SKF men alltså bör en förändring av informationsstrukturen övervägas. I syfte att begränsa upprepningar rekommenderas SKF att i större utsträckning hänvisa från förvaltnings-berättelse till not alternativt från not till förvaltningsberättelse.

Med avseende på granskningen av segmentsrapportering kan det fastslås att SKF torde överväga att införa alternativt utöka rapportering av kassaflöde per rörelsegren, kassaflöde per geografiskt



område, resultat per geografiskt område samt skulder per geografiskt område. Med bakgrund mot att endast ett fåtal bolag redogör för dessa områden bör SKF utvärdera i vilken utsträckning bolaget kan tillgodose användarnas efterfrågan utan att vara alltför utlämnande. Således rekommenderas SKF att noggrant överväga hur ingående segmentsrapporteringen skall vara och hur långt bolaget är berett att gå i sin informationsgivning.

Rekommendationen till SKF med avseende på granskningen av specifika poster karaktäriseras av endast ett förbättringsområde, goodwill vid förvärv. Det står klart att informationen inom området, för samtliga bolag som genomfört förvärv under granskat räkenskapsår, kännetecknas av en otillfredsställande uppfyllelsegrad av användarnas efterfrågan. Dock bör SKF, med stöd i användarnas uttalanden, vara noga med att lämna tydliga och specificerade uppgifter vad avser goodwill vid förvärv och en förbättring till nästkommande årsredovisning är önskvärd.

### 7.3 AVSLUTANDE REFLEKTIONER

Med stöd i granskningens resultat har det framkommit att jämförelser, präglade av uppsatsens angreppssätt och undersökta parametrar, ej ter sig vara lämpliga att för SKF genomföra gentemot Ericsson, Telia samt Volvo. Det faktum att dessa tre bolag samtliga erhållit avsevärt sämre omdöme och i betydande utsträckning förbiser användarnas krav, önskemål och efterfrågan ligger till grund för denna avslutande reflektion.

### 7.4 FÖRSLAG TILL VIDARE STUDIER

En intressant aspekt vore att utföra en studie där en jämförelse mellan analytikernas önskemål och rådande lagar vid utformningen av årsredovisningen utgör grunden. Syftet med en sådan studie skulle vara att utröna om rådande lagar, och den historiska utvecklingen av desamma, tenderat att gå mot ett ökat tillfredsställande av analytikernas informationsbehov eller ej.

Ytterligare en studie vilken, i ett allt mer etiskt medvetet samhälle, finnes vara av intresse är i vilken omfattning som bolagets CSR-rapport påverkar analytikernas utlåtande om bolaget. Syftet med studien skulle vara att avgöra huruvida analytiker är den huvudsakliga målgruppen för en sådan rapport och hur de i så fall väger in miljöaspekter och sociala resultat i värderingen av bolaget.

Dessutom upplevs det intressant att utföra vidare studier karaktäriserade av en uppföljning av hur de granskade bolagens informationsgivning har utvecklats i årsredovisningen för 2006 alternativt studera hur ett fåtal bolags informationsgivning utvecklats och förändrats över tid.



## KÄLLFÖRTECKNING

### ARTIKLAR

Akerlof G. A., (1970), "The Market for Lemons", *Quarterly Journal of Economics*, vol. 84:3, s. 488-500

Bedford N. & Baladouni V., (1962) "A Communication Theory Approach to Accountancy", *The Accounting Review*, vol. 37:4, s. 650-659

Goodman M. B., (2000), "Corporate Communication: The American Picture", *Corporate Communications: An International Journal*, vol. 5:2, s. 69-74

Marston C. & Straker M., (2001), "Investor Relations: a European Survey", *Corporate Communications: An International Journal*, vol. 6:2, s. 82-93

### ELEKTRONISKA DOKUMENT

American Depositary Receipts: The Bank of New York, (2006-11-21)  
<http://www.adrbny.com/files/ir.pdf> (Mahoney)

CFA Institute, (2006-11-21)  
<http://www.cfapubs.org/doi/pdf/10.2469/ccb.v2005.n4.4001>

Dagens Industri, (2006-11-10)  
<http://di.se/Nyheter/?page=%2fAvdelningar%2fPressrelease.aspx%3fmenusection%3dStartsidan%3bPressreleaser>

Föreläsningsunderlag, (2006-11-28)  
[http://www.infra.kth.se/byfa/utbildning/grundutbildning/kurser/Ekonomi\\_1F1385/redovisn\\_1.pdf](http://www.infra.kth.se/byfa/utbildning/grundutbildning/kurser/Ekonomi_1F1385/redovisn_1.pdf)

Föreläsningsunderlag, (2006-11-28)  
<http://kursportal.student.gu.se/data/FE65007/Kursmoment/Praktikfall%202/GUNNAR%20RIMMEL%20-%20F6retagsanalys%20.ppt>

National Investor Relations Institute, (2006-12-14)  
<http://www.niri.org/about/mission.cfm>

Privata Affärer, (2006-11-10)  
<http://www.privataaffarer.se/aktier/showpress.asp?intpressid=85030>, 2006-11-10

Taurus Kommunikation, (2006-11-21)  
<http://www.taurus.se/page/{E89E03CF-9E6E-4FA4-883B-E7B953AD0FFE}.htm>



---

## INTERVJUER

---

Marita Björk, Investor Relations, AB SKF Huvudkontor, 2006-11-14

Mats Liss, Analytiker, Swedbank, mailintervju, 2006-11-16, telefonintervju 2006-12-01

---

## LITTERATUR

---

Adrem A. H., 1999: *Essays on disclosure practices in Sweden*, Lunds Universitet, Lund

Dahmström K., 2000: *Från datainsamling till rapport – att göra en statistisk undersökning*, Studentlitteratur, Lund

Eccles R. G. et al, 2001: *The value reporting revolution: moving beyond the earnings game*, Wiley: New York

Edenhammar H., Jakobsson T. & Wachtmeister C. J., 2001: *Investor relations i praktiken*, Ekerlid: Stockholm

Eriksson L. T., Wiedersheim-Paul F., 2001: *Att utreda, forska och rapportera*, Liber, Malmö

Fiske J., 1990: *Introduction to communication studies*, Routledge: New York

Föreningen Auktoriserade Revisorers samlingsvolym 2006 del 1

Hatch M. J., 2002: *Organisationsteori: moderna, symboliska och postmoderna perspektiv*, Studentlitteratur: Lund

Kotler P. & Armstrong G., 2000: *Marketing: an introduction*, Prentice Hall: Upper Saddle River

Macintosh N. B., 1994: *Management accounting and control systems: an organizational and behavioural approach*, Wiley: Chichester

Marcus B. W. & Wallace S. L., 1997: *New Dimensions in Investor Relations: competing for capital in the 21st century*, Wiley: New York

Marton J., 1998: *Accounting and stock markets : a study of Swedish accounting for international investors and analysts*, BAS: Göteborg

Thorell P., 2003: *Bolagens redovisning*, Iustus Förlag: Uppsala

---

## UPPSATSER

---

Axell P., Gottmark M. & Svantesson M., (2003), "Investor Relations – en agentkostnad", Företagsekonomiska institutionen, Lunds universitet



---

Hardegård M. & Hedstrand M., (2001), ” Investor relations: konsten att kommunicera med sina aktieägare”, Företagsekonomiska institutionen, Göteborgs universitet

Waxberg C. & Rönnblad J., (2005), ” Vad vill analytikerna vill ha?: en attitydundersökning kring årsredovisningen”, Företagsekonomiska institutionen, Göteborgs universitet

## ÅRSREDOVISNINGAR

---

Boss Media, 2005

Elanders, 2005

Ericsson, 2005

Lindex, 2005

NCC, 2005

NIBE, 2005

SKF, 2005

Telia, 2005

Vattenfall, 2005

Volvo, 2005

## ÖVRIGT

---

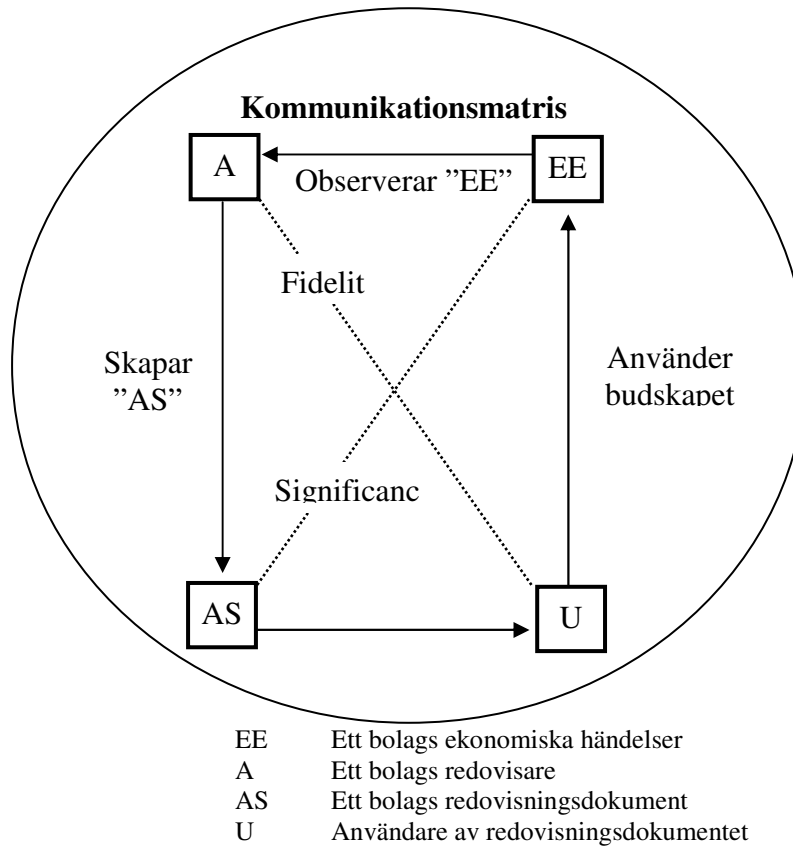
Föredrag av Nils Liliedahl på Finforum, Grand Hotel Stockholm, 2006-11-08

Föredrag på av Peter Malmqvist Finforum, Grand Hotel Stockholm, 2006-11-08

Föredrag av Lars Mattsson, JKL Group, Finforum, Grand Hotel Stockholm 2006-11-08

## BILAGEFÖRTECKNING

### BILAGA A: BEDFORD OCH BALADOUNIS KOMMUNIKATIONSMODELL



**Källa: Bedford och Baladouni (1962) s. 653**



---

## BILAGA B: CHECKLIST FÖR GRANSKNING AV ÅRSREDOVISNINGEN

---

### Övergripande

- ✓ Antal sidor totalt.
- ✓ Antal sidor Förvaltningsberättelse
- ✓ Antal sidor Noter
- ✓ Innehåller CSR-rapport/Hållbarhetsredovisning
- ✓ Antal Diagram
- ✓ Hur ofta hänvisas till hemsida?
- ✓ Hur lång är noten om redovisningsprinciper?

### Detaljerat

- ✓ I vilken utsträckning återkommer informationen i förvaltningsberättelsen i noterna utan att krav existerar?
- ✓ I vilken utsträckning redovisas resultat- respektive balansposter med avseende på segmentsrapportering?
- ✓ Om så existerar, i vilken utsträckning redovisas intern försäljning?
- ✓ Hur ingående beskrivs noterna?
  - Hur, och hur ingående redovisas, fördelning Goodwill/Immateriella tillgångar vid förvärv?
  - Hur ingående redovisas övriga justeringar mot eget kapital?
  - Hur ingående redovisas personaloptioner?
  - Hur ingående redovisas räntekostnader?
  - Hur ingående redovisas pensioner?
  - Hur ingående redovisas skatt?



---

### BILAGA C: FRÅGOR TILL MARITA BJÖRK

---

- 1) Vilken är Er årsredovisnings huvudsakliga målgrupp?
- 2) Inom vilka delar i årsredovisningen får Ni flest frågor från analytiker och investerare?
- 3) Vad inom respektive del efterfrågas då?
- 4) Inom vilka delar i årsredovisningen önskas ytterligare information i form av exempelvis krav om förtydligande från analytiker och investerare?
- 5) Vad inom respektive del önskas förtydligande om?
- 6) Hur utvärderar Ni de frågor som ställs och hur görs eventuella förändringar? Har Ni någon form av checklista?

---

### BILAGA D: FRÅGOR TILL MATS LISS

---

- 1) Vilka delar saknas respektive behöver kompletteras/förtydligas i SKF:s årsredovisning?
- 2) Vilka delar saknas respektive behöver kompletteras/förtydligas i årsredovisningar generellt?





## BILAGA E: ÖVERGRIPANDE GRANSKNING

Vid granskningen har övergripande faktorer i årsredovisningen och dess olika delar undersökts. Granskningen har utgjorts av årsredovisningens antal sidor, antal sidor på förvaltningsberättelsen, antal sidor bestående av noter, antal diagram, antalet hänvisningar till hemsidan samt hur många ord noten om redovisningsprinciper består av. Därefter har genomsnitten sammanställts och legat till grund för poängsättningen, i enlighet med vad som nedan föreskrivs.

*Ett pluspoäng per påbörjat helt tiotal under genomsnitt, ett minuspoäng per påbörjat helt tiotal över genomsnitt.*

Genomsnittligt antal sidor, årsredovisning: 111,7

*Ett pluspoäng per påbörjat helt tvåtal under genomsnitt, ett minuspoäng per påbörjat helt tvåtal över genomsnitt.*

Genomsnittligt antal sidor, förvaltningsberättelse: 9,2

*Ett pluspoäng per påbörjat helt femtal under genomsnitt, ett minuspoäng per påbörjat helt femtal över genomsnitt.*

Genomsnittligt antal sidor, noter: 28,2

*Ett pluspoäng per påbörjat helt femtal över genomsnitt, ett minuspoäng per påbörjat helt femtal under genomsnitt.*

Genomsnittligt antal diagram: 35,5

*Ett pluspoäng per påbörjat heltal över genomsnitt, ett minuspoäng per påbörjat heltal under genomsnitt.*

Genomsnittligt antal hänvisningar till hemsida: 1,1

*Ett pluspoäng per påbörjat helt femhundratal under genomsnitt, ett minuspoäng per påbörjat helt femhundratal över genomsnitt.*

Antal ord på noten om redovisningsprinciper: 4739,8

Poängsumman resulterar i en placering enligt nedanstående skala.

Mindre tillfredsställande

$\leq -5$

$-5 < 0$

0

$0 < +5$

Tillfredsställande

$+5 \leq$

-----



## Boss Media

Antal sidor, årsredovisning: 106  
Antal sidor, förvaltningsberättelse: 8  
Antal sidor, noter: 25  
Antal diagram: 19  
Hänvisning till hemsida: —  
Antal ord på noten om redovisningsprinciper: 3282

Mindre tillfredsställande

Tillfredsställande

Summa poäng: 0

## Elanders

Antal sidor, årsredovisning: 106  
Antal sidor, förvaltningsberättelse: 3  
Antal sidor, noter: 21  
Antal diagram: 38  
Hänvisning till hemsida: s. 8 (finansiell information)  
Antal ord på noten om redovisningsprinciper: 3271

Mindre tillfredsställande

Tillfredsställande

Summa poäng: 10

## Ericsson

Antal sidor, årsredovisning: 140  
Antal sidor, förvaltningsberättelse: 8  
Antal sidor, noter: 13  
Antal diagram: 17  
Hänvisning till hemsida: s. 21(hållbarhetsredovisning)  
Antal ord på noten om redovisningsprinciper: 7317

Mindre tillfredsställande

Tillfredsställande

Summa poäng: -9



## Lindex

Antal sidor, årsredovisning: 75  
Antal sidor, förvaltningsberättelse: 4  
Antal sidor, noter: 20  
Antal diagram: 8  
Hänvisning till hemsida: s. 44 (information till aktieägare)  
Antal ord på noten om redovisningsprinciper: 3010

Mindre tillfredsställande

Tillfredsställande

Summa poäng: 6

## NCC

Antal sidor, årsredovisning: 113  
Antal sidor, förvaltningsberättelse: 10  
Antal sidor, noter: 35  
Antal diagram: 64  
Hänvisning till hemsida: s. 7 (analytikerförteckning), s. 21 (miljö samt FoU), s. 80 (dotterbolag),  
s. 101 (kontroll och styrning), s. 112 (adresser)  
Antal ord på noten om redovisningsprinciper: 6289

Mindre tillfredsställande

Tillfredsställande

Summa poäng: 2

## NIBE

Antal sidor, årsredovisning: 78  
Antal sidor, förvaltningsberättelse: 9  
Antal sidor, noter: 15  
Antal diagram: 60  
Hänvisning till hemsida: s. 71 (finansiell information)  
Antal ord på noten om redovisningsprinciper: 3041

Mindre tillfredsställande

Tillfredsställande

Summa poäng: 16



## SKF

Antal sidor, årsredovisning: 124

Antal sidor, förvaltningsberättelse: 8

Antal sidor, noter: 40

Antal diagram: 50

Hänvisning till hemsida: s. 95 (omräknade divisionsrapporter), s. 108 (hållbarhetsredovisning)

Antal ord på noten om redovisningsprinciper: 5753

Mindre tillfredsställande

Tillfredsställande

Summa poäng: -3

## Telia

Antal sidor, årsredovisning: 101

Antal sidor, förvaltningsberättelse: 10

Antal sidor, noter: 40

Antal diagram: 1

Hänvisning till hemsida: —

Antal ord på noten om redovisningsprinciper: 6586

Mindre tillfredsställande

Tillfredsställande

Summa poäng: -15

## Vattenfall

Antal sidor, årsredovisning: 117

Antal sidor, förvaltningsberättelse: 4

Antal sidor, noter: 28

Antal diagram: 39

Hänvisning till hemsida: —

Antal ord på noten om redovisningsprinciper: 5312

Mindre tillfredsställande

Tillfredsställande

Summa poäng: 0



## Volvo

Antal sidor, årsredovisning: 157

Antal sidor, förvaltningsberättelse: 28

Antal sidor, noter: 45

Antal diagram: 59

Hänvisning till hemsida: —

Antal ord på noten om redovisningsprinciper: 3537

Mindre tillfredsställande

Tillfredsställande

Summa poäng: -12



## BILAGA F: GRANSKNING AV INFORMATIONSTRUKTUR

Granskning av upprepningars förekomst har gjorts av tio olika områden som omfattas av förvaltningsberättelsen; verksamhetsbeskrivning, forskning och utveckling, väsentliga händelser under räkenskapsåret, nettoomsättning och resultat, finansiell ställning, risker, investeringar, medarbetare, ägarförhållanden, händelser efter balansdagen samt framtidsutsikter. Klassificering har gjorts i enlighet med fyra scenarios; tydlig upprepning, begränsad upprepning, ingen upprepning samt hänvisning istället för upprepning och de ger var och en följande poäng.

Tydlig upprepning, - 2 p

Begränsad upprepning, - 1 p

Ingen upprepning, + 1 p

Hänvisning, + 2 p

Poängsumman resulterar i en placering enligt nedanstående skala.

Mycket ofta

$\leq -5$

$-5 < 0$

0

$0 < +5$

Mycket sällan

$+5 \leq$

-----

### Boss Media

I vilken utsträckning återkommer informationen i förvaltningsberättelsen i noterna utan att krav existerar?

Mycket ofta

Mycket sällan

Bolagsbeskrivningen som förekommer i förvaltningsberättelsen upprepas i not och upprepning sker till viss del även av tabeller i vilka nettoomsättning och resultat presenteras. Även redogörelse för investeringar samt medarbetare återkommer i noter. Inga upprepningar sker dock inom områdena forskning och utveckling, finansiell ställning, ägarförhållanden, händelser efter balansdagen samt framtida utveckling. Istället för upprepning sker hänvisning till not inom området risker.

Summa poäng: 2



## Elanders

I vilken utsträckning återkommer informationen i förvaltningsberättelsen i noterna utan att krav existerar?

Mycket ofta

Mycket sällan

Elanders upprepar sig ej med avseende på områden som forskning och utveckling, risker, ägarförhållanden samt framtiden. Däremot återfinns delvis samma information vad avser nettoomsättning och resultat, investeringar, händelser efter balansdagen, medarbetare samt finansiell ställning. Vad gäller medarbetare kompletteras den begränsade mängden upprepningar med hänvisning till not. Likaså vad avser verksamheten hänvisas läsaren i not till förvaltningsberättelsen. Dock upprepas även inom detta område viss information.

Summa poäng: 2

## Ericsson

I vilken utsträckning återkommer informationen i förvaltningsberättelsen i noterna utan att krav existerar?

Mycket ofta

Mycket sällan

De mest påtagliga upprepningarna återfinns inom områdena nettoomsättning och resultat, investeringar, finansiell ställning och delvis risker. Vad avser medarbetare utvecklas i not det som nämns i förvaltningsberättelsen. Ingen upprepning av information sker inom verksamheten, forskning och utveckling, ägarförhållanden, händelser efter balansdagen samt framtiden.

Summa poäng: 0



## Lindex

I vilken utsträckning återkommer informationen i förvaltningsberättelsen i noterna utan att krav existerar?

Mycket ofta

Mycket sällan

Upprepningar sker i viss utsträckning inom områdena nettoomsättning och resultat, finansiell ställning samt medarbetare. Inga upprepningar sker vad avser verksamheten, forskning och utveckling, ägarförhållanden och framtiden. Vad avser investeringar åskådliggörs information, vilken i text nämns i förvaltningsberättelsen, även i tabellform i not. Istället för upprepning av risker samt händelser efter balansdagen görs hänvisningar till noter.

Summa poäng: 4

## NCC

I vilken utsträckning återkommer informationen i förvaltningsberättelsen i noterna utan att krav existerar?

Mycket ofta

Mycket sällan

Märkbara upprepningar sker inom områdena verksamheten, risker, medarbetare och ägarförhållanden. Viss upprepning sker vad avser nettoomsättning och resultat. Däremot sker inga upprepningar med avseende på forskning och utveckling, finansiell ställning, investeringar, händelser efter balansdagen samt framtiden.

Summa poäng: - 4





## NIBE

I vilken utsträckning återkommer informationen i förvaltningsberättelsen i noterna utan att krav existerar?

Mycket ofta

Mycket sällan

Framträdande upprepningar sker inom områdena verksamheten och händelser efter balansdagen. Vad gäller nettoomsättning och resultat är förvaltningsberättelsens text omsatt till tabeller i not, innehållet överensstämmer dock. Upprepningar existerar ej med avseende på forskning och utveckling, risker, medarbetare, ägarförhållanden, investeringar samt framtiden. Vad avser finansiell ställning görs hänvisning i not till förvaltningsberättelse.

Summa poäng: 3

## SKF

I vilken utsträckning återkommer informationen i förvaltningsberättelsen i noterna utan att krav existerar?

Mycket ofta

Mycket sällan

Upprepningar sker främst inom området investeringar, medan vissa upprepningar återfinns vad avser risker samt nettoomsättning och resultat. Samtidigt hänvisas läsaren inom området risker till not. Inga påtagliga upprepningar sker inom områdena verksamheten, forskning och utveckling, finansiell ställning, medarbetare, ägarförhållanden, händelser efter balansdagen samt framtiden.

Summa poäng: 5



## Telia

I vilken utsträckning återkommer informationen i förvaltningsberättelsen i noterna utan att krav existerar?

Mycket ofta

Mycket sällan

Upprepningar sker i begränsad omfattning inom områdena nettoomsättning och resultat, investeringar samt risker, ett område som kompletteras med hänvisning till not. Övriga områden karaktäriseras ej av upprepningar.

Summa poäng: 6

## Vattenfall

I vilken utsträckning återkommer informationen i förvaltningsberättelsen i noterna utan att krav existerar?

Mycket ofta

Mycket sällan

Upprepning förekommer främst inom områdena nettoomsättning och resultat, investeringar samt medarbetare. Övriga områden karaktäriseras ej av upprepningar.

Summa poäng: 4

## Volvo

I vilken utsträckning återkommer informationen i förvaltningsberättelsen i noterna utan att krav existerar?

Mycket ofta

Mycket sällan

Upprepning sker i stor utsträckning vad avser nettoomsättning och resultat medan upprepning sker i begränsad utsträckning vad avser investeringar. Volvos omfattande förvaltningsberättelse till trots karaktäriseras övriga områden ej av upprepningar.

Summa poäng: 5



## BILAGA G: GRANSKNING AV SEGMENTSRAPPORTERING

Granskning av segmentsrapporteringen har gjorts av tolv olika områden som omfattas av noten segmentinformation; omsättning per rörelsegren, resultat per rörelsegren, tillgångar per rörelsegren, skulder per rörelsegren, investeringar per rörelsegren, kassaflöde per rörelsegren, omsättning per geografiskt område, resultat per geografiskt område, tillgångar per geografiskt område, skulder per geografiskt område, investeringar per geografiskt område samt kassaflöde per geografiskt område. För förekomst tilldelas var och ett av områdena en poäng medan vid avsaknad fräntas en poäng.

Poängsumman resulterar i en placering enligt nedanstående skala.

Mycket ofta

$\leq -5$

$-5 < 0$

0

$0 < +5$

Mycket sällan

$+5 \leq$

---

### Boss Media

I vilken utsträckning redovisas resultat- respektive balansposter med avseende på segmentsrapportering, med avseende på såväl rörelsegrenar som geografiska områden?

Mindre ingående

Ingående

Avsaknaden av redogörelse för bolagets olika segment är under givna förutsättningar total.

Summa poäng: -12



## Elanders

I vilken utsträckning redovisas resultat- respektive balansposter med avseende på segmentsrapportering, med avseende på såväl rörelsegrenar som geografiska områden?

Mindre ingående

Ingående

Bolaget redogör för såväl omsättning som resultat per rörelsegren. Redogörelse per rörelsegren sker även för tillgångar och skulder samt för investeringar. Likaså redogörs för omsättning samt tillgångar per geografiskt område. Även investeringar per geografiskt område rapporteras. Däremot saknas information om kassaflöde per rörelsegren samt geografiskt område och dessutom resultat samt skulder per geografiskt område.

Summa poäng: 4

## Ericsson

I vilken utsträckning redovisas resultat- respektive balansposter med avseende på segmentsrapportering, med avseende på såväl rörelsegrenar som geografiska områden?

Mindre ingående

Ingående

Omsättning samt resultat per rörelsegren framgår liksom tillgångar och skulder per rörelsegren. Det redogörs även för investeringar per rörelsegren. Vidare redogörs för omsättning, tillgångar och investeringar per geografiskt område. Däremot saknas information om kassaflöde per rörelsegren samt geografiskt område och dessutom resultat samt skulder per geografiskt område.

Summa poäng: 6



## Lindex

I vilken utsträckning redovisas resultat- respektive balansposter med avseende på segmentsrapportering, med avseende på såväl rörelsegrenar som geografiska områden?

Mindre ingående

Ingående

Vad avser rapportering per rörelsegren redovisas omsättning, tillgångar samt investeringar. Däremot saknas redogörelse för resultat, skulder samt kassaflöde per rörelsegren. Vad avser redogörelse per geografiskt område redovisas omsättning, resultat, tillgångar, skulder samt investeringar. Redogörelse för kassaflöde per geografiskt område saknas.

Summa poäng: 4

## NCC

I vilken utsträckning redovisas resultat- respektive balansposter med avseende på segmentsrapportering, med avseende på såväl rörelsegrenar som geografiska områden?

Mindre ingående

Ingående

Bolaget redogör för samtliga områden exklusive resultat, skulder och kassaflöde per geografiskt område.

Summa poäng: 6



## NIBE

I vilken utsträckning redovisas resultat- respektive balansposter med avseende på segmentsrapportering, med avseende på såväl rörelsegrenar som geografiska områden?

Mindre ingående

Ingående

Omsättning, resultat, tillgångar, skulder och investeringar per rörelsegren redogörs samt omsättning, tillgångar och investeringar per geografiskt område. Information om kassaflöde per rörelsegren och geografiskt område samt resultat och skulder per geografiskt område saknas.

Summa poäng: 4

## SKF

I vilken utsträckning redovisas resultat- respektive balansposter med avseende på segmentsrapportering, med avseende på såväl rörelsegrenar som geografiska områden?

Mindre ingående

Ingående

Per rörelsegren redogör bolaget för omsättning, resultat, tillgångar, skulder och investeringar. Per geografiska områden redogörs för omsättning, tillgångar och investeringar. Information om kassaflöde per rörelsegren och geografiskt område samt resultat och skulder per geografiskt område saknas.

Summa poäng: 4



## Telia

I vilken utsträckning redovisas resultat- respektive balansposter med avseende på segmentsrapportering, med avseende på såväl rörelsegrenar som geografiska områden?

Mindre ingående

Ingående

Såväl omsättning och resultat som investeringar per rörelsegren redovisas. Redogörelsen per geografiskt område innefattar omsättning, resultat och investeringar. Segmentsrapporteringen saknar redogörelse för kassaflöde, tillgångar och skulder per rörelsegren samt detsamma per geografiskt område.

Summa poäng: 0

## Vattenfall

I vilken utsträckning redovisas resultat- respektive balansposter med avseende på segmentsrapportering, med avseende på såväl rörelsegrenar som geografiska områden?

Mindre ingående

Ingående

Per rörelsegren redogör bolaget för omsättning, resultat, tillgångar och investeringar. Däremot saknas information om skulder och kassaflöde. Per geografiskt område finns information om omsättning, resultat, tillgångar, skulder och investeringar. Däremot saknas redogörelse för kassaflöde.

Summa poäng: 6

## Volvo

I vilken utsträckning redovisas resultat- respektive balansposter med avseende på segmentsrapportering, med avseende på såväl rörelsegrenar som geografiska områden?

Mindre ingående

Ingående

Redovisningen per rörelsegren innefattar omsättning, resultat, tillgångar, skulder samt investeringar. Dock saknas kassaflöde. Per geografiskt område redogörs för omsättning, tillgångar och investeringar medan det saknas information om resultat, skulder och kassaflöde.

Summa poäng: 4



## BILAGA H: GRANSKNING AV SPECIFIKA POSTER

Granskningen av specifika poster kommer att utföras genom att studera i vilken utsträckning redovisningen överensstämmer med önskemål som presenterats i uppsatsens empiriska material. Kategorierna som varje post kan klassificeras inom är att information om ämnet ej redovisas, att det redovisas men ej så som framgått önskas i det empiriska materialet samt att informationen redovisas i enlighet med önskemålen. Granskningen kommer att inledas med att söka efter nyckelord, vilket vid existens följs upp med en undersökning av avsnittet i vilket ordet omnämns. Granskningen kommer att ligga till grund för poängsättningen, i enlighet med nedan.

Undersökningsobjekt	Sökord	Förutsättningar	Poäng
<i>Goodwill vid förvärv</i>	Förvärv, Goodwill	Förvärv i text jämförs med goodwillspecifikation i not. Förvärv måste avse 2005.	Förvärv i text + hänförbar goodwill = 1 p Inga förvärv = 0 p Förvärv i text men ej hänförbar goodwill = - 1 p
<i>Justeringar mot EK - omräkningsdifferenser</i>	Omräkningsdifferens	Finns omräkningsdifferens specificerat?	Ja = 1 p Bolaget saknar omräkning = 0 p Nej = - 1 p
<i>Personaloptioner</i>	Optioner, Personaloptioner	Finns personaloptioner specificerat i not.	Ja = 1 p Bolaget saknar personaloptioner = 0 p Nej = - 1 p
<i>Räntekostnader</i>	Räntekostnader	Finns räntekostnader specificerat i not och vidare uppdelat.	Ja, specificerat och uppdelat = 1 p Ja, men bara i not = 0 p Nej = - 1 p
<i>Pensioner</i>	Avsättningar, Pensioner	Specificeras avsättning för pensioner i not, under förutsättning att posten finns i balansräkning.	Ja = 1 p Posten finns ej i balansräkning = 0 p Nej = - 1 p
<i>Skatter</i>	Skattefordringar, Skatteskulder, Skatter	Redovisas skattefordringar respektive skatteskulder i not?	Ja, båda = 1 p Ja, men bara en = 0 p Nej, ingen = - 1 p

I syfte att uppnå en så rättvis granskning som möjligt kommer slutlig poängsumma erhållas genom följande beräkningar:

Poäng enligt ovan nämnda vis  
Antal poster med poäng, ränte-  
kostnader, skatter och pensioner  
inkluderas dock alltid. x 6

Poängsumman resulterar i en placering enligt nedanstående skala.

Mindre tillfredsställande					Tillfredsställande
$\leq -2,5$	$-2,5 < 0$	0	$0 < +2,5$	$+2,5 \leq$	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>





### Boss Media

	- 1 p	0 p	+ 1 p
<i>Goodwill vid förvärv</i>		X	
<i>Justeringar mot EK</i>			
<i>- omräkningsdifferenser</i>			X
<i>Personaloptioner</i>		X	
<i>Räntekostnader</i>	X		
<i>Pensioner</i>		X	
<i>Skatter</i>			X

Summa poäng: 1,5

Mindre tillfredsställande

$\leq -2,5$

$-2,5 < 0$

0

$0 < +2,5$

Tillfredsställande

$+2,5 \leq$

### Elanders

	- 1 p	0 p	+ 1 p
<i>Goodwill vid förvärv</i>		X	
<i>Justeringar mot EK</i>			
<i>- omräkningsdifferenser</i>	X		
<i>Personaloptioner</i>		X	
<i>Räntekostnader</i>			X
<i>Pensioner</i>			X
<i>Skatter</i>			X

Summa poäng: 3

Mindre tillfredsställande

$\leq -2,5$

$-2,5 < 0$

0

$0 < +2,5$

Tillfredsställande

$+2,5 \leq$



### Ericsson

	- 1 p	0 p	+ 1 p
<i>Goodwill vid förvärv</i>	x		
<i>Justeringar mot EK</i>			
<i>- omräkningsdifferenser</i>			x
<i>Personaloptioner</i>			x
<i>Räntekostnader</i>	x		
<i>Pensioner</i>			x
<i>Skatter</i>			x

Summa poäng: 2,4

Mindre tillfredsställande

Tillfredsställande

$\leq -2,5$

$-2,5 < 0$

0

$0 < +2,5$

$+2,5 \leq$






### Lindex

	- 1 p	0 p	+ 1 p
<i>Goodwill vid förvärv</i>		x	
<i>Justeringar mot EK</i>			
<i>- omräkningsdifferenser</i>	x		
<i>Personaloptioner</i>			x
<i>Räntekostnader</i>	x		
<i>Pensioner</i>			x
<i>Skatter</i>			x

Summa poäng: 1,2

Mindre tillfredsställande

Tillfredsställande

$\leq -2,5$

$-2,5 < 0$

0

$0 < +2,5$

$+2,5 \leq$



## NCC

	- 1 p	0 p	+ 1 p
<i>Goodwill vid förvärv</i>	x		
<i>Justeringar mot EK</i>			
<i>- omräkningsdifferenser</i>	x		
<i>Personaloptioner</i>			x
<i>Räntekostnader</i>			x
<i>Pensioner</i>			x
<i>Skatter</i>			x

Summa poäng: 2

Mindre tillfredsställande

$\leq -2,5$

$-2,5 < 0$

0

$0 < +2,5$

Tillfredsställande

$+2,5 \leq$

## NIBE

	- 1 p	0 p	+ 1 p
<i>Goodwill vid förvärv</i>	x		
<i>Justeringar mot EK</i>			
<i>- omräkningsdifferenser</i>	x		
<i>Personaloptioner</i>		x	
<i>Räntekostnader</i>			x
<i>Pensioner</i>			x
<i>Skatter</i>			x

Summa poäng: 1,2

Mindre tillfredsställande

$\leq -2,5$

$-2,5 < 0$

0

$0 < +2,5$

Tillfredsställande

$+2,5 \leq$



### SKF

	- 1 p	0 p	+ 1 p
<i>Goodwill vid förvärv</i>	x		
<i>Justeringar mot EK</i>			
<i>- omräkningsdifferenser</i>			x
<i>Personaloptioner</i>			x
<i>Räntekostnader</i>			x
<i>Pensioner</i>			x
<i>Skatter</i>			x

Summa poäng: 4

Mindre tillfredsställande

Tillfredsställande

$\leq -2,5$

$-2,5 < 0$

0

$0 < +2,5$

$+2,5 \leq$






### Telia

	- 1 p	0 p	+ 1 p
<i>Goodwill vid förvärv</i>	x		
<i>Justeringar mot EK</i>			
<i>- omräkningsdifferenser</i>	x		
<i>Personaloptioner</i>			x
<i>Räntekostnader</i>		x	
<i>Pensioner</i>			x
<i>Skatter</i>			x

Summa poäng: 1

Mindre tillfredsställande

Tillfredsställande

$\leq -2,5$

$-2,5 < 0$

0

$0 < +2,5$

$+2,5 \leq$



### Vattenfall

	- 1 p	0 p	+ 1 p
<i>Goodwill vid förvärv</i>	x		
<i>Justeringar mot EK</i>			
<i>- omräkningsdifferenser</i>			x
<i>Personaloptioner</i>		x	
<i>Räntekostnader</i>			x
<i>Pensioner</i>			x
<i>Skatter</i>			x

Summa poäng: 3,6

Mindre tillfredsställande

Tillfredsställande

$\leq -2,5$

$-2,5 < 0$

0

$0 < +2,5$

$+2,5 \leq$






### Volvo

	- 1 p	0 p	+ 1 p
<i>Goodwill vid förvärv</i>	x		
<i>Justeringar mot EK</i>			
<i>- omräkningsdifferenser</i>			x
<i>Personaloptioner</i>			x
<i>Räntekostnader</i>	x		
<i>Pensioner</i>			x
<i>Skatter</i>			x

Summa poäng: 2

Mindre tillfredsställande

Tillfredsställande

$\leq -2,5$

$-2,5 < 0$

0

$0 < +2,5$

$+2,5 \leq$



## BILAGA I: SAMMANFATTNING AV DE OLIKA DELARNAS GRANSKNING

Poängen som bolagen erhållit vid granskningen av varje enskild del har sammanställts och det totala omdömet har åstadkommit genom att den med sämst poäng för varje granskad del har tilldelats ett poäng medan den som inom varje del erhållit bäst omdöme erhållit tio poäng. Summan av dessa poäng för respektive granskat område bildar det totala omdömet och det blir således möjligt att konstatera hur bolaget står sig gentemot de övriga. Resultatet av denna sammanräkning presenteras nedan.

Bolag	Placeringspoäng Granskning av översiktlig information	Placeringspoäng Granskning av informationsstruktur	Placeringspoäng Granskning av segmentsrapportering	Placeringspoäng Granskning av specifika poster	Placeringspoäng Totalt	Placering
<i>Boss Media</i>	6	4	1	4	15	9
<i>Elanders</i>	9	4	7	8	28	3
<i>Ericsson</i>	3	2	10	7	22	8
<i>Lindex</i>	8	7	7	3	25	5
<i>NCC</i>	7	1	10	6	24	6
<i>NIBE</i>	10	5	7	3	25	4
<i>SKF</i>	4	9	7	10	30	2
<i>Telia</i>	1	10	2	1	14	10
<i>Vattenfall</i>	6	7	10	9	31	1
<i>Volvo</i>	2	9	7	6	24	7