



GÖTEBORGS UNIVERSITET

HANDELSHÖGSKOLAN

Allokering av relationer vid rörelseförvärv

- *En studie om anledningar bakom redovisningsval*

Kandidatuppsats Redovisning, 15hp
Handelshögskolan vid Göteborgs Universitet
Företagsekonomiska institutionen
Vårterminen 2017, Göteborg

Författare:
Erik Holmberg
Simon Lundmark

Handledare:
Ulf Nilsson

Förord

Vi vill rikta ett stort tack till vår handledare Ulf Nilsson som genom hela uppsatsens gång funnits tillgänglig och engagerad samt bistått med rådgivning.

Vidare vill vi tacka Jenny Liesén och Amanda Sjöberg för samarbetet med datainsamlingen till denna studie. Vi vill även tacka de företag och personer som ställde upp och lät oss genomföra våra intervjuer.

Göteborg 2017-05-28

Erik Holmberg

Simon Lundmark

Sammanfattning

Kandidatuppsats i Företagsekonomi, VT 2017, Handelshögskolan vid Göteborgs Universitet

Titel: Allokering av relationer vid rörelseförvärv: En studie om anledningar bakom redovisningsval

Författare: Erik Holmberg & Simon Lundmark

Handledare: Ulf Nilsson

Tidigare forskning har visat att företagens relationer med kunder och leverantörer är viktiga både för företagets värde och för dess överlevnad. För att detta värde ska kunna återspeglas på ett relevant, tillförlitligt, och jämförbart sätt har standarden IFRS 3 tagits fram. Standarden ger dock utrymme för mycket tolkningar vilket leder till att företag hanterar redovisningen på olika sätt vilket i förlängningen riskerar att hämma jämförbarheten företag emellan.

I denna studie har ett urval av svenska börsnoterade företag som genomfört minst ett rörelseförvärv under de fem senaste åren, och därmed redovisar enligt IFRS, undersökts. Syftet med denna studie har varit att dels förstå de underliggande faktorerna som påverkar det förvärvande företaget i värderings- och allokeringsprocessen, men också att undersöka skillnader och likheter i synen på kundrelationer och leverantörsrelationer. Studien är baserad på 18 intervjuer med olika företag i tre olika branscher. De intervjuade personerna har alla varit väl insatta i förvärvsprocessen i respektive företag för att kunna ge en reell inblick kring synen på relationer samt värderings- och allokeringsprocessen.

Det finns en markant skillnad i synen på kundrelationer och leverantörsrelationer hos företagen i studien. Kundrelationer ses som mer värdefulla för företaget och dessa är till och med ofta en drivande faktor till att förvärv görs. Att leverantörsrelationer anses viktiga tycks vara ovanligt. En stark förklarande faktor är att de ses som ersättbara. De så kallade *switching costs* tycks således ofta vara låga för merparten av företagen i studien.

Det tycks finnas en diskrepans mellan hur viktiga företagen uppger att kundrelationerna är och hur de sedan redovisas. Detta förklaras delvis av svårigheten att värdera dem men också av att avskrivningsbara tillgångar försämrar resultatet. Det har varit tydligt i denna studie att redovisarens ambition ofta är att sänka risken i balansräkningen genom att avskrivningar. Detta tycks dock begränsas av aktieägarnas krav på resultat och utdelningar, vilket leder till värdet som hänförs till goodwill många gånger avsevärt mycket högre än det som hänförs till kundrelationer.

Nyckelord: IFRS, kundrelationer, leverantörsrelationer, rörelseförvärv, goodwill.

Innehållsförteckning

1. Inledning	5
1.1 Problemdiskussion	5
1.2 Syfte	6
1.3 Frågeställningar	6
1.4 Avgränsningar	6
1.5 Studiens disposition	6
2. Teoretisk referensram	8
2.1 Strategiska allianser	8
2.2 IFRS 3	9
2.3 Värdering av immateriella tillgångar	11
2.4 Incitament	11
2.5 Redovisningsval	12
2.6 Signalteori	13
3. Metod	15
3.1 Val av metod	15
3.2 Datainsamling	15
3.2.1 Val av företag	15
3.2.2 Val av respondenter	16
3.2.3 Genomförande av intervjuer	16
3.2.4 Sekundärdata	17
3.3 Bortfall	17
3.4 Studiens trovärdighet	17
3.4.1 Validitet	17
3.5 Resultat utanför ursprungligt fokusområde	18
4. Empiri	19
4.1 DEL 1 – Relationer	20
4.1.1 Leverantörsrelationer	20
4.1.2 Kundrelationer	22
4.2 DEL 2 - Redovisningsval	25
4.2.1 Redovisarens vilja	25
4.2.2 Aktiemarknadens påverkan	26
4.2.3 Revisorernas påverkan	29
5. Diskussion	31
5.1 Leverantörsrelationer	31
5.2 Kundrelationer	31
5.3 Redovisarens vilja	32
5.4 Aktiemarknadens påverkan	32
5.5 Revisorernas påverkan	33
6. Slutsats	34
6.1 Studiens bidrag	34
6.2 Förslag till fortsatta studier	35
Källförteckning	36
Appendix	40
Intervjufrågor	40

1. Inledning

Företag är idag beroende av samarbeten med andra företag för att vara konkurrenskraftiga på marknaden (Cojohari, 2014). Genom förvärv kan företag på ett effektivt sätt nå nya kunder och därmed nya marknader (Öberg, 2014). För europeiska börsnoterade företag ska redovisningen upprättas i enlighet med IFRS. Det är en samling standarder som skapades för att harmonisera företagens redovisning länder emellan genom att se till att redovisningen är relevant, tillförlitlig och jämförbar (Marton, Lundqvist & Pettersson, 2016).

Efter ett förvärv har ägt rum allokeras köpeskillingen till identifierbara tillgångar och skulder som finns i den förvärvade rörelsen vid tiden för förvärvet. I IFRS är direktiven att förvärvade tillgångar i så stor utsträckning som möjligt ska allokeras till specifika tillgångsslag. Det övervärde som kvarstår efter att både materiella och immateriella tillgångar har värderats förpassas till goodwill (IFRS 3, 2009). Införandet av IFRS medförde ökade möjligheter till allokering av köpeskillingen, med avsikt att minska andelen goodwill i redovisningen (Marton et al. 2016). I och med införandet av IFRS genomfördes också en förändring kopplad till avskrivningar. Eftersom IFRS utgår ifrån att goodwill enbart består av det övervärde som inte går att allokera till specifika tillgångsslag, går det inte heller bestämma en nyttjandeperiod. Som en konsekvens av det ska goodwill årligen nedskrivningsprövas istället för att skrivas av (IFRS 3, 2009).

I vår studie kommer fokus ligga på de immateriella tillgångarna kundrelationer och leverantörsrelationer. Kund- och leverantörsrelationer är, som många andra immateriella tillgångar, ofta svåra att identifiera och värdera. Detta leder till att det finns stora variationer mellan olika företag kring redovisning av den här typen av relationer, trots att företagen rapporterar enligt samma regelverk (Castedello & Klingbeil, 2010).

Tidigare studier har undersökt andelen företag som värderar och tar upp relationer i balansräkningen (Castedello & Klingbeil, 2010; Fredriksson & Lorentsson, 2016; Holkert & Ljungstrand, 2015). I denna studie kommer vi istället undersöka värderings- och allokeringprocessen av det övervärde som uppstår vid företagsförvärv och vad som påverkar de redovisningsval som görs i samband med detta.

1.1 Problemdiskussion

IFRS är ett principbaserat regelverk. Det innebär att det finns tolkningsfrihet, framförallt när det kommer till värdering och allokering av förvärvade immateriella tillgångar. Eftersom det finns stora skillnader mellan företagens verksamheter och förutsättningar gör tolkningsutrymmet det möjligt för företag att anpassa redovisningen efter verksamheten som bedrivs i det enskilda företaget (Wennerberg & Carlsson, 2006). IFRS ska syfta till att harmonisera redovisningen och öka jämförbarheten av densamma (Marton et al. 2016). Tolkingsutrymmet medför dock en del problem för jämförbarheten. En studie på australienska företag påvisar att företagen i stor utsträckning valde att allokera ett högre värde till goodwill efter inträdet av IFRS än före. Studien visar att företag med incitament att maximera vinst allokerade högre värden till goodwill för att slippa avskrivningarna som påverkar resultatet (Bugeja & Loyeung, 2015).

Relationer, såsom kund- och leverantörsrelationer, är de immateriella tillgång där det föreligger mest tolkningsfrihet eftersom de av sin natur är svårare att identifiera än exempelvis patent. De är också exempel på tillgångar som inte blir en fråga för redovisningen förrän de förvärvas, eftersom de upparbetas internt (IFRS 3, 2009). Relationer framhålls av flera forskare som en väldigt viktig del av värdeskapandet i ett företag (Öberg, 2014; Galbreath, 2002). Trots detta tycks vikten av relationerna är dock något som inte riktigt avspeglas i de förvärvande företagens redovisning (Castedello & Klingbeil, 2010).

Det tycks alltså som att teorin och praktiken skiljer sig åt. Trots argument och studier som stödjer kund- och leverantörsrelationer verkar dessa inte värderas så ofta och så högt som hade kunnat förväntas. Synen kring relationer tycks alltså skiljas mellan dem som är ansvariga för redovisning bland företag och dem som forskar kring strategiska allianser.

1.2 Syfte

Syftet med den här studien är att bidra med kunskap och förståelse kring de underliggande faktorer som påverkar värderings- och allokeringprocessen hänförlig till kund- och leverantörsrelationer vid rörelseförvärv samt att skildra redovisarens syn på kund- respektive leverantörsrelationer. Detta syftar till att bidra med en förståelse kring hur flexibiliteten i regelverket eventuellt kan ha inverkan på redovisningens jämförbarhet.

1.3 Frågeställningar

- Varför väljer företagen att redovisa respektive inte redovisa relationer?
- Vilka underliggande faktorer påverkar beslutet att värdera kundrelationer och leverantörsrelationer vid förvärv?
- Hur ser synen på kund- respektive leverantörsrelationer ut hos företagen?

1.4 Avgränsningar

Urvalet avgränsades till svenska bolag som är börsnoterade och således rapporterar enligt IFRS. På grund av studiens begränsade omfattning gjordes en avgränsning till tre branscher på OMX Nasdaq Nordic. Av tid- och resursbegränsningar hölls intervjuerna över telefon och uppgick till 20-30 minuter vardera.

1.5 Studiens disposition

Del 2 - Teoretisk referensram

I den teoretiska referensramen presenteras den teori som bidrar till att besvara frågeställningarna. Inledningsvis förklaras begreppen kundrelationer och leverantörsrelationer och dess betydelse för företag idag. Vidare redogörs för det aktuella regelverket och kring problematiken med att värdera immateriella tillgångar. Därefter presenteras teori som berör incitament och de redovisningsval som företagen står inför och problematiken kring tolkningsutrymmet som finns i IFRS.

Del 3 - Metod

I metoden redogörs för studiens upplägg. En presentation av urvalet och framtagandet av detsamma kommer inleda denna del. Därefter kommer en redogörelse för studiens

genomförande. Bortfallet kommer presenteras och förklaras innan en avslutande diskussion förs kring studiens reliabilitet och validitet.

Del 4 - Empiri

Denna del innehåller i huvudsak resultat från genomförda intervjuer. Även vissa data från företagets årsredovisningar finns presenterade. Empirin är uppdelad i två delar. Den första berör relationerna och behandlar främst de intervjuade personernas egen syn på relationerna i sig och värdet av dem. Del två behandlar de redovisningsval som företagen står inför vid värdering. Här kommer tre olika faktorer som tycks påverka redovisningen att presenteras.

Del 5 - Diskussion

I den här delen kommer våra resultat diskuteras med utgångspunkt i tidigare forskning. Strukturen för diskussionen är upplagd enligt samma modell som empirin, alltså uppdelat i fem delar.

Del 6 – Slutsats

I studiens avslutande del och presenteras slutsatsen från genomförd intervjustudie och studiens frågeställningar besvaras. Avslutningsvis beskrivs studiens bidrag och förslag till fortsatta studier.

2. Teoretisk referensram

2.1 Strategiska allianser

Samspelet mellan företag kan bestå av mycket mer än bara förhandlingar och transaktioner. En nära relation parterna emellan skapar möjlighet till stordriftsfördelar och effektiviserar processer. Ett väl fungerande samarbete skapar synergier och företagen kan uppnå ett resultat som de inte hade kunnat uppnå avskilt från varandra (Håkansson and Snehota, 1995).

Att koppla kompetenta leverantörer till verksamheten leder också till en högre grad av expertis i varje led, vilket skapar synergieffekter i form av effektivare hantering och bättre produkter (Öberg, 2014). Dessa typer av samarbeten är något som blivit en del av dagens marknadssituation. Ett exempel på detta är samarbeten mellan kund och leverantörer. Dessa samarbeten kan beskrivas som ett förhållande mellan två parter där det utökade utbytet av information syftar till att uppnå mål och fördelar i termer av effektivitet och kostnadsbesparingar (Zhenxin, Hong & Cheng, 2001).

Relationer kan ses som en process där förtroende och engagemang byggs upp över tid. Genom den här processen kan relationen växa till ett pålitligt samarbete med ökad betydelse för företagets framgång (Cojohari, 2014). Just förtroende och engagemang ses ofta som det viktigaste och mest grundläggande i en lyckad relation (Morgan & Hunt, 1994). Värdefulla relationer är ofta resultatet av kontinuerliga utbyten under en lång tid. Exempel på sådana utbyten kan vara gemensam utveckling av produkter eller andra samarbeten i den dagliga verksamheten (Agndal & Nilsson, 2007).

Tidigare studier visar alltså på att det finns tydliga fördelar med strategiska allianser företag emellan, således bör dessa också ha ett värde i företagets redovisning. Dessa strategiska allianser kan ingås till exempel genom att förvärva en av rörelserna som ingår i en sådan allians.

2.1.1 Kundrelationer

Att kundrelationer är viktiga för företag idag är något flera forskare framhåller, bland andra Forbes (2007). Han menar kundrelationer är den i särklass viktigaste av de immateriella tillgångarna och att de ger skäl för företagets existens, alltså att ett företag inte överlever utan dem. Forbes menar att värdet på verksamheten och värdet på kundrelationer i det närmaste går att likställa med varandra. Det grundar han på att det är kundrelationer är som den huvudsakliga värdeskaparen i varje del av den värdeskapande kedjan. Det tycks dock finnas skillnader i hur företag ser på förvärvade kundrelationer och hur de senare väljer att värdera dem i förvärvsanalysen. Ett sådant exempel är att kundrelationerna värderas högre i branscher som karaktäriseras av exempelvis högre komplexitet i produkterna (Castedello & Klingbeil, 2010).

Kundrelationer kräver underhåll, precis som de flesta andra tillgångar. Galbreath (2002) menar att kundrelationer bör förvaltas på ett sätt som ökar dess värde. Att aktivt arbeta med att behålla kunder och skapa kundlojalitet leder till återkommande kunder. I förlängningen sänker detta marknadsföringskostnaderna och leder således till ökad lönsamhet. Ett tydligt exempel på vikten av kundrelationer är Steenkamp och Kashyap (2010) som framhåller kundnöjdhet och lojalitet som de mest viktiga drivkrafterna till företags framgång.

Tidigare studier visar således att kundrelationer torde vara värdefulla för företaget då dessa relationer dels tar tid och resurser att bygga upp men också för att företag inte överlever utan kunder.

2.1.2 Leverantörsrelationer

Flera studier har påvisat vinsterna med väletablerade leverantörsrelationer. Ett exempel på effektivitetsfördelar med nära relationer till leverantörer är att ett effektivt interorganisatoriskt cost management kan sänka den direkta materialkostnaden för företagen (Nilsson, 2003). Cojohari (2014) menar att väl integrerade relationer kan ge konkurrensfördelar på nya marknader, kostnadsbesparingar, snabbare leveranser samt kunskap- och teknologiutbyte. Carr och Pearson (1999) fann också att långsiktiga leverantörsrelationer ledde till konkurrensfördelar och kostnadsbesparingar. Galbreath (2002) menar att om leverantörskedjan hanteras rätt är det ett sätt att skapa tillväxt i företaget. Ett väl integrerat samarbete kan möjliggöra mer precisa prognoser och på så vis sänka lagerbindningen, vilket i sin tur leder till en mer lönsam rörelse. Detta är effekter som uppenbart har positiv effekt på företagens ekonomiska prestation.

Den faktiska betydelsen av relationer har dock visat sig variera för olika typer företag. En studie som har tittat närmare på vilka faktorer som tycks inverka är Agndal och Nilssons (2010). De har undersökt relationen mellan kund och leverantör i tre olika företag i tre olika branscher; tillverkningsindustri, detaljhandel och telekom. Relationen hos företaget i tillverkningsindustrin var det som var förenat med högst grad av åtagande. Detta berodde på att det också var den relation som skulle vara mest kostsam att ersätta på grund av att antalet alternativa leverantörer var få. Relationerna i telekomföretaget var mer standardiserade med lägre engagemang och låg en grad av synergieffekter. Här fanns också fler alternativa leverantörer att tillgå. Hos detaljhandelsföretagets fanns relationer av båda slag. Beroende på graden av komplexitet och anpassning av produkten skiljde sig relationen åt. De relationer som innefattade mer komplexa produkter med en högre grad av anpassning karaktäriserades av en grad av åtagande. När produkterna blir komplexa är det inte bara svårare att hitta leverantörer, utan ofta kräver de också mer anpassning. Detta medför att kostnaden för att byta leverantör, så kallat switching costs, blir högre.

Andra forskare har sett att betydelsen av relationer framförallt finns i industrier som karaktäriseras av kvalitetsdrivna, komplexa produkter. Under förhållanden som dessa tenderar banden med leverantörer bli starkare och samarbetet djupare. Företag förknippas också i större utsträckning med sina underleverantörer. Leverantörens kompetens och produktkvalitet kommer antingen stärka eller försvaga bilden av företaget då gränsen mellan internt och externt suddas ut (Castedello & Klingbeil, 2010).

Flera studier påvisar vikten av dessa leverantörsrelationer och att de kan vara värdefulla för företag. Dock tycks det finnas vissa gemensamma karaktäristika bland de företag som upplever de som mest värdefulla.

2.2 IFRS 3

Grundandet av International Accounting Standards Committee (IASC) var resultatet av ett internationellt samarbete mellan revisionsorganisationer som ägde rum 1973. 2001 omorganiserades IASC och blev istället International Accounting Standards Board (IASB). Det är IASB som ger den samling standarder som kallas International Financial Reporting

Standards (IFRS), vars syfte är att harmonisera redovisningen länder emellan. Efter 2005 måste noterade bolag inom EU upprätta redovisning i enlighet med IFRS. Syftet med IFRS är att bidra till relevans, tillförlitlighet och jämförbarhet av den information som företag redovisar (Marton et al., 2016)

De transaktioner som ska klassas som rörelseförvärv definieras och behandlas i IFRS 3. Där redogörs även för de krav och principer som ställs på det förvärvande företags värdering och redovisning av förvärvets tillgångar och skulder. Standarden ställer också krav på vilka upplysningar som företaget är skyldiga att redovisa (IFRS 3 2009, punkt1-3).

Efter att ett förvärv har ägt rum allokeras köpeskillingen till identifierbara tillgångar och skulder som finns i den förvärvade rörelsen. Det övervärde som kvarstår efter att både materiella och immateriella tillgångar värderats förpassas som goodwill (IFRS 3, 2009). Förvärvaren ska tillämpa förvärvsmetoden i enlighet med IFRS 3 (2009, punkt 4), vilket innebär att förvärvet redovisas till verkligt värde vid förvärvstillfället. Företaget ska redovisa alla identifierbara tillgångar som lever upp till definitionen av en tillgång som framställs i *Föreställningsramen för utformning av finansiella rapporter* (IASB, 2001). Enligt den nyss nämnda Föreställningsramen ska tillgången vara förknippad med framtida ekonomiska fördelar och ska inneha bestämmande inflytande över de framtida ekonomiska fördelarna som är förknippad med tillgången. Detta ska ha uppstått till följd av genomförd transaktion eller annan inträffad händelse.

Tillgångar som upparbetas internt får i normala fall inte redovisas (IAS 38, 2008), men vid rörelseförvärv ska förvärvade tillgångar av det slaget redovisas av det förvärvande företaget (IFRS 3, 2009). Exempel på sådana immateriella tillgångar är kundrelationer och varumärken. Definitionen av immateriella tillgångar finns beskriven i IAS 38 (2008). Enligt nyss nämnd standard ska en immateriell tillgång vara identifierbar, det vill säga avskiljbar från verksamheten. Vidare ska företaget ha kontroll över tillgången och den ska förväntas generera framtida ekonomiska fördelar (IAS 38, 2008, punkt 11-17).

I de fall då posten inte lever upp till tillgångsdefinitionen så ska den istället utgöra del av posten Goodwill under immateriella tillgångar. Goodwill är således det övervärde som uppstår när köpeskillingen överskrider det verkliga värdet på rörelsen (IFRS 3, 2009). Tidigare skrevs Goodwill av över tillgångens nyttjandeperiod, likt andra immateriella tillgångar (Marton, et. al. 2016). Efter införandet av IFRS 3 skall dock goodwillposten istället nedskrivningsprövas årligen (IFRS 3, 2009). Detta då Goodwill inte anses ha bestämbar nyttjandeperiod (IAS 36, 2008, punkt 13). Huruvida immateriella tillgångar specificeras eller ej påverkar i förlängningen resultatet. Även om goodwill inte skrivs av kan nedskrivning, när den väl uppstår, få stora effekter på resultatet (Pettersson, 2015).

2.3 Värdering av immateriella tillgångar

Immateriella tillgångar är av sin natur det som är svårast att identifiera och sedermera värdera i ett rörelseförvärv. Till skillnad från materiella tillgångar ökar dessutom ofta immateriella tillgångar när används, vilket försvårar värderingen ännu mer (Rehnberg, 2012). I enlighet med förvärvsmodellen i IFRS 3 skall alla tillgångar värderas till verkligt värde. Värderingsmodellen baseras på någon av de tre allmänt erkända värderingsansatserna: marknadsansatsen, kostnadsansatsen eller kassaflödesansatsen. Problemet med värdering av relationer är att det sällan finns en marknad att tillgå. Värderingen bygger istället ofta på diskonteringsmodeller av prognostiserade intäkter till följd exempelvis kundkontrakt eller kundstock. (Forbes, 2007). En del av värderingen är även att bedöma omsättningshastigheten på relationerna som finns i förvärvet, då det anger avskrivningstiden på tillgångarna (Castedello & Klingbeil, 2010).

I IAS 38 ges exempel på ett antal poster som kundrelaterade immateriella tillgångar kan delas upp i: kundregister, marknadsandelar, kundrelationer och kundlojalitet (IAS 38, 2008). En del av dessa är lättare att identifiera än andra. Kundregister eller andra avtalsrelaterade tillgångar kan enklare kopplas med ett tydligare värde, då det på ett mer tillförlitligt sätt går att bedöma det framtida kassaflödet (Forbes, 2007). Andra immateriella tillgångar består ofta av mjukare tillgångar, då de inte går att koppla till specifika avtal eller dylikt. Följaktligen är dessa förenade med en större osäkerhet kring vilka framtida kassaflöden dessa kommer att generera. Ofta är dessa relationsbaserade tillgångar upparbetade från grunden vilket bidrar till värderingsproblematiken (Andersson, Havila & Salmi, 2001). På grund av nyss nämnd problematik vid identifiering och värdering är resultatet att praktiker undviker att redovisa dem som separat post. Istället hänförs relationer av detta slag ofta till goodwill (Forbes, 2007). Även om Forbes ställer sig kritisk till tillförlitligheten hos de värderingsmetoder som finns att tillgå för värdering av relationsbaserade immateriella tillgångar menar han att det ändå är att föredra att tilldela tillgången ett värde och på så vis undvika att allt hänförs till goodwill.

2.4 Incitament

IFRS är ett principbaserat regelverk. Det innebär att det finns en stor tolkningsfrihet, inte minst när det kommer till värderingar och allokeringar av förvärvade immateriella tillgångar. Detta skapar utrymme för företag att anpassa sin redovisning i de finansiella rapporterna (Wennerberg & Carlsson, 2006). En studie på australienska företag visar att företagen i stor utsträckning valde att allokera ett högt värde till goodwill efter inträdet av IFRS. Studien visar att företag med incitament att maximera vinst allokerade högre värden till goodwill för att slippa avskrivningarna som påverkar resultatet (Bugeja & Loyeung, 2015).

Det principbaserade regelverket möjliggör således också för företagsledning att anpassa redovisningen efter egna intressen. Det finns en tydlig risk i det att företagens incitamentsystem och företagsledningens monetära bonusar ofta är kopplade till prestation genom de nyckeltal som presenteras. Monetära bonusar är så vanligt att det kan argumenteras för att monetära bonusar överanvänds av företag. Grundtanken med bonussystem är att företaget betalar för prestation, som en rörlig kostnad istället för fast, samtidigt som man uppmuntrar sina anställda att prestera bättre. Idag används oftast finansiella mått som grund för bonussystemen. Dessa mått kan till exempel vara omsättning, resultat, och försäljningstillväxt (Merchant & Van der Stede, 2012).

Bonussystem där anställda tillåts handla företagets aktie till ett bestämt pris är också vanligt. Med detta system gynnas endast den anställda då antingen aktiepriset ökar eller utdelning till

aktieägare sker. Incitamenten för att driva upp antingen aktiekursen eller utdelningen blir då ännu mer problematiska. Denna typ av bonussystem uppmuntrar dessutom till ökad risk då den anställda belönas för vinst och ökat aktiepris, men ej straffas för det motsatta. Likaså skapas incitament för kortsiktiga investeringar som långsiktigt kanske är negativa för företaget och aktiekursen, men som kanske först slår till när den anställde sålt sina andelar. Det har argumenterats för att incitamentsystem som involverar aktier har för stor påverkan, i synnerhet då aktier har delats ut i större kvantiteter till nyckelpersoner och företagsledningar. Detta ger då tydliga incitament för att göra val som kortsiktigt påverkar aktiepriset positivt men som långsiktigt kan vara förödande. Dessutom mäter de flesta typer av bonussystem endast en kortare period, vanligtvis på årsbasis, vilket uppmuntrar till ett kortsiktigt handlande hos företagsledningen (Merchant & Van der Stede, 2012).

Litteraturen ovan syftar till att belysa de incitament som kan påverka redovisningsvalen, vilka kommer behandlas närmare i kommande avsnitt. Det principbaserade regelverket ger alltså utrymme för en viss flexibilitet som är tänkt att användas för att ge en så rättvisande bild av företaget som möjligt. Det tycks dock finnas incitament hos företag som kan påverka på vilket sätt flexibiliteten används. Det kan finnas många skäl för företagsledningen att sätta egna intressen framför företagets, till exempel för att maximera de egna bonusutbetalningarna.

2.5 Redovisningsval

Att företag har flera finansiella mål är vanligt förekommande. Det har visat sig att de dock inte alltid ligger i linje med varandra och i vissa fall till och med står i direkt konflikt. När målen inte korrelerar fullt ut med varandra tvingas företag att göra kompromisser. Detta betyder att företagsledningen behöver väga målen mot varandra och göra redovisningsval efter detta (Dechow, Ge, & Schrand, 2010).

Läsare av finansiella rapporter förväntar sig att redovisningen speglar det berörda företags verksamhet. Tidigare forskning visar dock att företag kan ha kontrakt som kan innehålla incitament för att istället redovisa värden efter ett önskat mönster. Vad som brukar kallas earnings management används vanligtvis för att beskriva missvisande finansiell information (Jorissen & Otley, 2010). Earnings management är när ledningens bedömning används i den finansiella rapporteringen för att antingen missleda externa intressenter om den ekonomiska prestationen eller för att vinkla redovisade nyckeltal som kan vara kopplade till kontraktbaserad prestation (Healy & Wahlen, 1999).

Det finns en intressekonflikt mellan företagsledning och aktieägare med kontroll av företaget gentemot externa intressenter. För dem på insidan finns det incitament att maximera nyckeltalen i den finansiella rapporteringen. Företagsledningen och aktieägare med kontroll kan använda sin makt för att främja egna intressen på bekostnad av intressenter utan direkt möjlighet att påverka. Earnings management antas undergräva redovisningskvaliteten då annat än de faktiska redovisningsfrågorna tycks påverka redovisningen (Leuz, Nanda, & Wysocki, 2003).

Avskrivningar sprider ut en tillgångs anskaffningsvärde över den period som tillgången nyttjas. Detta blir då en årlig kostnad för företaget. En nedskrivning simulerar minskning av en tillgångs värde genom att belasta det rådande årets resultat. Avskrivningar är alltså en periodisering av tillgångens anskaffningsvärde medan nedskrivning fungerar som en korrigerande om det redovisade värdet överstiger det verkliga värdet. En av de största periodiseringarna som företagsledningen kan kontrollera är företagets avskrivningar (Keating & Zimmerman, 2000).

Ett företag med höga avskrivningar kan ses som ett företag med redovisningsval i linje med försiktig redovisning. Argumentet bakom det är att höga avskrivningar minskar risken för nedskrivningar. Dock kan det argumenteras för att själva nedskrivningen i sig kan vara ett tecken på försiktig redovisning om denna görs på grund av till exempel en korrigerande avskrivning. Anledning till nedskrivning kan vara att man nyttjar så kallat earnings management eller en felbedömning av avskrivningar (Petersen & Plenborg, 2012).

Hur avskrivningar beräknas kan skilja sig beroende på företagsledningens incitament. Vid beräkning av avskrivningar finns det många aspekter som spelar in och många val att göra, det finns tydliga bevis på att dessa val påverkas utefter företagsledningens incitament (Keating & Zimmerman, 2000). Det finns även ett samband mellan val av avskrivningsmetod och såväl land- som branschtillhörighet. Samband mellan avskrivningsmetod och skuldsättningsgrad, investeringsplaner samt bonusplaner har också gått att se (Jaafar & McLaey, 2007).

Ledningens incitament har stor betydelse i förklaringen till nedskrivning av goodwill. Svårigheten i att estimera ett marknadsvärde eller ekonomiskt värde för tillgången har betydelse för företagsledningens incitament (Francis, Hanna & Vincent, 1996). Det är vanligt med nedskrivningar i samband med byte av företagets verkställande direktör och övrig ledning. Det finns tydliga incitament till nedskrivning under samma år som ledningsbytet för att kunna presentera ett relativt bra resultat nästa år (Elliot & Shaw, 1988; Francis et al., 1996; Cotter Stokes & Wyatt, 1998; Jorissen och Otley, 2010).

Bonussystem i kombination med en hög skuldsättningsgrad ökar sannolikheten att företag väljer redovisningsmetoder som ökar företagets resultat. Watts och Zimmerman (1986) menar dock att det är mer troligt att företag väljer redovisningsmetoder som sänker resultatet ju större företaget är. Vissa företag har krav från exempelvis finansiärer att bibehålla en viss skuldsättningsgrad eller soliditet. Detta leder ofta till en kompromiss där resultatmaximeringen begränsas och där resultatet slutligen landar på en balanserad nivå (Watts & Zimmerman, 1986).

2.6 Signalteori

Signalteorin menar att investerare endast reagerar på redovisade värden från rapporter eftersom detta är den enda kostnadsfria informationen dem har att tillgå (Holthausen & Leftwich, 1983). Företag kan då välja att förtydliga och visa upp nyckeltal som potentiella investerare intresserar sig för. Detta dels för att kunna jämföra företagets utveckling över tid, men också för att kunna jämföra företaget med konkurrenter (Watson, Shrivs & Marston, 2002). När företaget är transparent i sin redovisning ökar detta företagets förtroende hos både nuvarande och potentiella investerare. Detta förhöjs ytterligare då informationen som lämnas är positiv. Negativ information och sen rapportering minskar förtroendet. Det sistnämnda ökar dessutom misstankar om att företagsledningen försöker dölja något för investerarna (Eccles, Herz & Keegan, 2002).

En studie fann att företag strävar efter att genom redovisningsval uppnå en jämn resultatutveckling över tid för att förenkla för intressenter att jämföra företaget dels över tid men även mot andra företag (Graham et al., 2005). Eccles et al. (2001) menar att intressenter inte föredrar överraskningar i rapporteringen, framförallt inte negativa överraskningar.

Nyckeltal är vanligt att studera i årsredovisningar. Dels för att få en uppfattning om det aktuella företaget men även för att kunna jämföra företaget med konkurrenter (Carlsson, 2014). Finansiell information används då enkelt för att visa företagsledningens förväntan på framtida prestation. Företagsledningen har då möjligheten att nyttja den flexibilitet som ges av regelverket för att skicka så positiva signaler som möjligt till marknaden (Badertscher, Collins & Lys, 2012). Enligt denna syn har rapporterade finansiella nyckeltal ingen direkt påverkan på kassaflöde, däremot kan dessa tal påverka mindre sofistikerade investerare (Holthausen, 1990).

3. Metod

3.1 Val av metod

Studien har genomförts med en kombination av kvantitativ och kvalitativ ansats, med störst vikt på den senare. En kvantitativ studie bygger ofta på ett större mängd data och möjliggör en högre grad generaliserbarhet av resultatet medan en kvalitativ lägger större vikt vid ord och ett mindre urval, vilket således leder en lägre generaliserbarhet (Bryman & Bell 2013). Bryman & Bell (2013) menar dock att gränsen mellan de två inte nödvändigtvis behöver vara ett problem utan att en undersökning som genomförs med utgångspunkt i den ena ansatsen även kan innehålla drag av den andra.

3.2 Datainsamling

Ursprungligen fanns en ambition att genomföra ett större antal intervjuer för att kunna kvantifiera resultaten i intervjuerna och då även öka generaliserbarheten av resultaten i studien. Således hade studien inledningsvis en tydligare kvalitativ ansats. För att möjliggöra ett större antal intervjuer valde vi att samarbeta med en annan uppsatsgrupp, bestående av två personer, med ett närliggande forskningsområde. Fördelen med detta var arbetssätt var framförallt att vi kunde bearbeta fler företag. Den uppenbara risken är att frågorna anpassas efter den egna gruppens intressen. För att undvika detta förberedde vi en intervjuguide med följdfrågor, något som kommer diskuteras mer senare i detta avsnitt.

Informationen till studien har i huvudsak baserats på intervjuer. I tillägg till informationen vi fick genom intervjuerna har också data hämtats från företagets tre senaste årsredovisningar. Detta har vi gjort för att kunna jämföra hur bilden respondenterna ger stämmer överens med hur redovisningen ser ut i praktiken.

3.2.1 Val av företag

Urvalsgruppen togs fram med utgångspunkt i resultatet i Castedllo & Klingbeil's studie (2010). Eftersom det är IFRS regelverk som är utgångspunkten valde vi börsnoterade företag på Nasdaq OMX Nordic. Urvalsgruppen bestämdes utifrån de branscher där Castedllo & Klingbeil (2010) såg att redovisning av relationer var vanligast förekommande. Vi försökte hitta branscher på Nasdaq OMXs egna branschindelning som låg så nära Castedllo & Klingbeils (2010) indelning av branscher som möjligt. Vi valde bort de företag som inte hade gjort rörelseförvärv under de fem senaste åren med hjälp av företagets årsredovisningar, då de inte var aktuella för studien. Vi bedömde att varje person kunde hinna att hantera ca. 15 företag, vilket gav ett urval på totalt 60 företag. För att nå upp till detta krävdes företag från tre branscher; Industri, teknologi och sjukvård.

Eftersom vi ville undersöka varför företag väljer att redovisa respektive inte redovisa relationer gjorde vi bedömningen att vi ville komma i kontakt med företag där detta är en fråga som diskuteras. Då vi inte ville undersöka hur många företag som redovisar relationer bedömde vi att det inte förelåg ett problem i att välja branscher där tidigare studier har visat att det förekommer i redovisningen.

3.2.2 Val av respondenter

Efter att urvalsgruppen tagits fram kvarstod att identifiera en intervjuperson på varje företag. De 60 företagen delades här upp på de fyra personerna. Kontaktuppgifter inhämtades genom telefonsamtal till växeln där vi bad om kontaktuppgifter till den som är ansvarig för redovisning av förvärv. Dessa personer kontaktades via mail där avsikten med studien beskrevs. Vi berättade också att intervjuerna var begränsade till maximalt 20 minuter och att deras är medverkan kommer behandlas med konfidentialitet samt bifogade de 8 intervjufrågorna (se appendix). I de fall personen inte svarade på mailet följdes det upp med telefonsamtal. För att maximera kvaliteten i intervjuerna ansåg vi att det är en förutsättning att det finns ett intresse att delta från respondentens sida. Med detta i åtanke valde vi att avskriva de personer som inte svarat eller återkommit efter ett mail och tre försök till kontakt per telefon.

Det var inte alltid helt okomplicerat att komma i kontakt med rätt person på företagen, då det tycks finnas stora skillnader bolagen emellan på titeln hos personen som har mest insyn i ämnet. I ett par fall blev vi hänvisade vidare både en och två gånger innan en intervju kunde ta plats. De personer vi har intervjuat har primärt varit CFO, koncernredovisningsansvarig, Corporate Finance Manager och Business Controllers.

3.2.3 Genomförande av intervjuer

För att kunna få så bra information som möjligt valde vi att genomföra intervjuerna anonymt så att intervjuobjekten inte ska oroa sig över att känslig information om företaget sprids. Av detta skälet har även företagen anonymiserats i siffror rörande företaget samt fått pseudonym.

Efter urvalsprocessen, som diskuterats ovan, tog grupperna, var för sig, fram de intervjufrågor de ville ställa till respondenterna. Dessa sattes sedan samman till en intervjuguide (se appendix). Intervjuerna kan beskrivas som semistrukturerade. Det innebär att det finns ett antal på förhand formulerade frågor av öppen karaktär. Detta ger respondenten möjligheten själv utveckla egna resonemang samtidigt som frågorna håller intervjun kvar vid ämnet (Bryman och Bell, 2013). Utöver de frågor vi skickade över fanns förberedda följdfrågor att ställa i de fall det var relevant. Detta var framförallt för att intervjuaren inte skulle glömma bort att ställa frågor kopplade till den andra gruppen ämne. Det fanns således ett visst mått av flexibilitet för att låta respondenterna lyfta de delar av förvärvsanalysarbetet som de själva framhöll som intressant.

Studien genomfördes genom kortare telefonintervjuer, vilket i grunden förklaras av två aspekter, utöver de avgränsningar vi tidigare behandlat. Dels bedömde vi att det var större chans att respondenterna hade möjlighet att medverka i den typen av intervju, dels för att skulle det vara möjligt att genomföra fler intervjuer. En nackdel med telefonintervjuer är att respondentens kroppsspråk och mimik med mera inte kommer fram, men på grund av både resurs- och tidsbegränsningar var det inte möjligt att genomföra intervjuerna då få av respondenterna var stationerade i Göteborgsområdet.

Intevjuerna spelades in för att senare transkriberas. Det transkriberade materialet delades sedan mellan de bägge grupperna.

Enligt Bryman & Bell (2013) är intervjuer en lämplig datainsamlingsmetod vid kvalitativa studier eftersom kvalitativ forskning är tolkningsinriktad. Detta innebär att tonvikten läggs vid hur respondenten uppfattar verkligheten (Bryman & Bell 2013). Eftersom vi ville undersöka den redovisarnas syn på ämnet och varför de väljer att agera som de gör, bedömde vi att det passade väl in med studiens syfte. Hade vi istället genomfört en enkät hade vi troligtvis fått svar från fler företag, men svaren hade då inte givit oss det djup i resonemangen som en intervju kan ge.

3.2.4 Sekundärdata

Den sekundärdata som inhämtats till studien är dels information från företagens årsredovisningar och dels den teoretiska litteraturoversikt som presenteras i referensramen. Informationen från årsredovisningarna användes för att kunna ställa informationen från intervjuerna mot hur de agerar i den faktiska redovisningen. Det möjliggjorde också viss jämförelse företagen emellan. Den teoretiska referensramen baserades på tidigare forskning i vetenskapliga artiklar, avhandlingar och annan litteratur. Vi också tagit del av aktuella regelverk. Sammantaget gav det oss en grundkunskap i ämnet för att kunna formulera intervjufrågor, ställa relevanta följdfrågor samt analysera det empiriska materialet.

3.3 Bortfall

Av de 60 företagen i urvalet var det endast 18 som till slut ställde upp på en intervju. Således hade vi ett bortfall på 70 %. En förklaring till detta kan vara att studien olyckligtvis hamnade under en intensiv period av kvartalsrapportering, vilket flera av företagen angav som anledning till att inte kunna medverka. Förklaringarna till bortfallet kan i grunden delas upp i två grupper: de som avböjde av tidsbrist och de som inte gick att komma i kontakt med trots upprepade försök.

I och med det stora bortfallet valde vi att låta studien gå mer åt en kvalitativ studie. Med den ansatsen upplevde vi ändå att underlaget var tillräckligt för att uppnå mättnad. Utifrån det upplever vi att fler intervjuer inte nödvändigtvis hade bidragit med ett bättre resultat. Däremot hade det bidragit till generaliserbarheten i studien.

3.4 Studiens trovärdighet

För studiens trovärdighet är studiens förmåga att mäta det den avser att mäta en central diskussion. Vid en kvalitativ ansats är innebörden av begreppen reliabilitet och validitet inte lika tydliga som vid en kvantitativ ansats (Bryman & Bell, 2013). Vid kvalitativ forskning går begreppen reliabilitet och validitet dessutom såpass mycket ihop att forskare sällan använder sällan använder begreppet reliabilitet i kvalitativa studier. Istället ges begreppet validitet en vidare mening, där det inte bara begränsas till insamlingen av data utan istället avser hela forskningsprocessen (Patel & Davidson 2011).

3.4.1 Validitet

Triangulering är ett begrepp kopplat till datainsamling som enligt Patel och Davidson (2011) kan ha en betydande roll för studiens validitet. Triangulering kan innebära att flera olika metoder används vid datainsamlingen eller att studien genom valet av respondenter undersöker ett fenomen utifrån olika aspekter (Patel och Davidson, 2011). I vårt fall innebär det att vi har kompletterat informationen från intervjuerna med data från företagens årsredovisningar. På så vis har vi kunnat säkerställa att det som påstås i intervjuerna också är det som företaget sedan

faktiskt redovisar. Vi har också intervjuat ett brett spektra företag av varierande storlek och med olika förutsättningar för att skapa en bredare bild av problemet.

För att inte förbise något viktigt vid intervjuerna spelades intervjuerna in. Det inspelade materialet användes sedan för att transkribera intervjuerna. Detta gjordes för att på ett tillförlitligt sätt kunna arbeta med intervjuerna, både för att kunna använda citat men också för att kunna sammanställa resultatet i tabeller. Vi valde att skicka intervjufrågorna på förhand för att ge respondenterna möjlighet att förbereda sig och för att säkerställa att personen i fråga kunde svara på våra frågor eller om vi behövde prata med någon annan person på företaget.

Generaliserbarhet är aspekt som kan generellt kan ifrågasättas i en kvalitativ studie (Patel & Davidson, 2011). I vårt fall är dock antalet studerade företag högre än vad som är normalfallet vid kvalitativa studier, vilket således talar för att resultatet är mer generaliserbart än om urvalet hade bestått av ett fåtal företag. Vi valde att låta respondenterna vara anonyma i studien. Förhoppningen var att detta skulle leda till att de vågade uttala sig i frågor som annars kan anses känsliga. Under intervjuerna upplevde vi att detta uppskattade av respondenterna och vi upplevde att det bidrog till att de kunde uttrycka sina personliga åsikter i större utsträckning än om de inte hade varit anonyma.

3.5 Resultat utanför ursprungligt fokusområde

En aspekt som vi inte förutsåg var revisorernas inblandning i allokeringsprocessen. Intervjufrågorna ställdes därför inte med specifikt fokus på revisorernas roll, utan den kopplingen uppenbarade sig först efter intervjuerna var genomförda och färdigställda. Eftersom att det var en förklaring som förekom frekvent är det en faktor som vi inte kunde bortse från och vi har därför valt att belysa de resultaten. Den delen av resultatet bör därför läsas med detta i åtanke.

4. Empiri

I denna del kommer resultatet från intervjuerna presenteras. Detta kommer främst göras med hjälp av citat och tabeller. Viss data är också hämtad från årsredovisningarna. Inledningsvis kommer samtliga intervjuföretag presenteras i tabellen nedan.

Pseudonym	Omsättning MSEK	Antal förvärv 2014-2016	Redovisar Kund- relationer	Redovisar Leverantörs- relationer
Sjukvård 1	>15 000	5-15	Ja	Nej
Sjukvård 2	5 000-15 000	5-15	Ja	Nej
Sjukvård 3	5 000-15 000	>15	Ja	Nej
Sjukvård 4	<5 000	<5	Nej	Nej
Teknologi 1	<5 000	5-15	Ja	Nej
Teknologi 2	<5 000	<5	Ja	Nej
Teknologi 3	<5 000	5-15	Ja	Nej
Teknologi 4	<5 000	<5	Ja	Nej
Teknologi 5	<5 000	<5	Nej	Nej
Teknologi 6	<5 000	<5	Ja	Nej
Industri 1	>15 000	5-15	Ja	Nej
Industri 2	>15 000	<5	Nej	Nej
Industri 3	5 000-15 000	>15	Ja	Nej
Industri 4	5 000-15 000	>15	Ja	Nej
Industri 5	>15 000	5-15	Ja	Nej
Industri 6	<5 000	<5	Ja	Nej
Industri 7	<5 000	<5	Ja	Nej
Industri 8	<5 000	>15	Ja	Ja

Tabell 1: Tabellen visar företagen i studien fördelade efter bransch. Informationen i tabellen är hämtad från företagens årsredovisningar. Företagen har delats in i intervaller med anledning av anonymiteten i studien.

4.1 DEL 1 – Relationer

4.1.1 Leverantörsrelationer

När leverantörsrelationer diskuterats har det varit tydligt att själva relationen i sig inte är av lika stor vikt, utan istället handlar det då om villkoren i avtalen med leverantörer. Tre av företagen som har uttryckt detta är Sjukvård 1, Industri 5 och Teknologi 3. Deras syn på leverantörsrelationen tydliggörs bäst genom att återge tre citat ur intervjuerna med dem:

I vissa fall är det ju till och med så att vi inte vill behålla vissa leverantörer utan att vi vill köra på våra befintliga där vi har bättre avtal.

- Sjukvård 1

Vi är ju väldigt stora och har säkerligen bättre inköpsvillkor än en liten handlare som omsätter 50 miljoner har, och vi har stora logistiklösningar.

- Industri 5

Vi börjar bli en ganska stor koncern med 15 bolag och i ganska många fall har vi samma leverantörer i flera bolag. Så vi har inte gjort något förvärv för att komma åt en leverantör.

- Teknologi 3

När leverantörsrelationen likställs med det juridiska avtalet med leverantören tillför de sällan något värde för det förvärvande företaget. I de allra flesta fall är det förvärvande bolaget den större aktören av de två parterna och till följd av detta håller det förvärvande bolaget det som sannolikt att deras befintliga avtal med leverantörer är bättre än de relationer de förvärvat.

Flera har också uttryckt att leverantörerna är lätta att byta ut. Om leverantören kan ersättas med ett ekonomiskt mer lönsamt avtal utan att det påverkar kvaliteten på varan, tjänsten eller något annat i kundens upplevelse finns det ju uppenbara fördelar med det. Fyra exempel på företag som upplever att deras leverantörsrelationer är ersättbara har uttryckt följande:

Leverantörssidan brukar vi inte blanda in väldigt mycket för leverantörerna är ju lättare utbytbara.

- Sjukvård 1

Man ser väl inte att det är något problem att hitta leverantörer som vill sälja till en. Det är lite svårare att få tag på nya kunder.

- Teknologi 1

Leverantörsrelationer är inte det man siktar på överhuvudtaget [...] Utan det är ju kundrelationer, teknikplattformar, varumärken.

- Teknologi 4

En leverantör brukar man kunna komma åt ändå. Det är svårare att komma åt kunderna. Så det har vi inte satt på det sättet. Kund är något man får jaga, leverantörer jagar oss.

- Teknologi 3

Av intervjuerna att döma tycks flera företag inte se något direkt värde i relationen med leverantörerna. Men det finns dock två undantag från detta; Industri 8 och Industri 3. I deras fall tycks synen på relationen med leverantörerna skilja sig helt från den bild andra företag återgett. Ett exempel på det är Industri 3 som berättar att det i deras fall finns en kvalitetsaspekt vilket inget annat företag i undersökningen nämnt. De uttryckte det som följer:

Vi har väldigt mycket relationer bakåt mot leverantörer, lika mycket som framåt. För oss är det nog lika viktigt att man har bra leverantörsrelationer och att det är kvalitet bakåt.

- Industri 3

Dessa två företag är också de enda två företagen som uttryckligen anger att leverantörsrelationer kan vara drivkraften bakom ett förvärv. Detta ligger också i linje med att de är de två företag som tycks se ett direkt värde i relationerna. Två citat som exemplifierar detta är:

De (kund- och leverantörsrelationerna) är ju avgörande till att man gör förvärvet. De är ju företag som säljer på marknaden, det kan ju vara leverantörer som är viktigast men kan också vara kunder. Om vi inte tycker att det är positivt så skulle vi inte köpa dem. Det är en avgörande fråga att det finns sådana relationer om vi köper eller inte. Om det är ett företag som ägnar sig åt att sälja industriprodukter, det är ju vanlig hos oss, då är ju det hela affären. Själva tillgångarna kan ju vara varulager men ofta kunderna. Så det är helt avgörande att vi köper dem skulle jag säga.

- Industri 3

Det är ofta att man vill komma åt en relation eller ha ett bolag som har en kontakt med en kund och så vill man utöka den. Eller att det finns en leverantör på en viss marknad som man vill ha en relation med. [...] Ibland är det en kundrelation som styr och ibland en leverantörsrelation.

- Industri 8

Med hänsyn till företagets anonymitet i studien kan inte Industri 3's verksamhet beskrivas i detalj, men det är tydligt i deras årsredovisning att deras leverantörer är väldigt viktiga för deras rörelse. I intervjun med Industri 3 uppger den intervjuade personen att de redovisar leverantörsrelationer, men vid närmare granskning av årsredovisningen tycks de i så fall vara en del av "övriga immateriella tillgångar" alternativt "agenturer, kundrelationer etc", då det inte finns någon post för leverantörsrelationer. Industri 8 redovisar leverantörsrelationer men det utgör en gemensam post med kundrelationer, vilket gör det omöjligt att urskilja hur stor av värdet som är hänförbart till specifikt leverantörsrelationer.

4.1.2 Kundrelationer

Pseudonym	Kund- relationer är drivande	Immateriella tillgångar i förhållande till goodwill
Sjukvård 1	JA	0,21
Sjukvård 2	JA	0,67
Sjukvård 3	JA	1,31
Sjukvård 4	NEJ	0,02
Teknologi 1	JA	0,44
Teknologi 2	JA	-
Teknologi 3	JA	0,78
Teknologi 4	JA	0,06
Teknologi 5	JA	-
Teknologi 6	JA	-
Industri 1	JA	0,56
Industri 2	JA	0,19
Industri 3	JA	1,02
Industri 4	JA	0,08
Industri 5	JA	0,89
Industri 6	JA	-
Industri 7	JA	0,23
Industri 8	JA	0,77

Tabell 2: Tabellen visar vilka av företagen som uttryckligen uppgett att kunder eller kundrelationer är en huvudsaklig drivkraft. Den högra kolumnen visar hur allokeringen av värde till immateriella tillgångar förhåller sig till det värde som hänförs till goodwill. Förhållandet är uttryckt som värdet av immateriella tillgångar dividerat med värdet på goodwill. Uppgifterna tabellen avser värden vid förvärvstillfället och är hämtad från företagens årsredovisningar 2016.

17 av de 18 intervjuade företagen har uppgett att en av de huvudsakliga drivkrafterna till att de gör förvärv är för att komma åt nya kunder eller en ny marknad. Det har uttryckts på olika sätt men Industri 1 och Industri 5 uttryckte det såhär:

Kunderna är det som är huvanledningen till att vi har köpt bolag. [...] Det brukar vara så att man vill komma åt en viss marknad då blir det ju kunderna som vi inte är starka på eller där vi inte befinner oss just nu.

- Industri 1

Vi är ju stora på marknaden, det är ju ett sätt att hitta nya kunder och dels ett sätt att hitta nya produkter till sortimentet. I några enstaka fall kan det vara geografiskt men det är det ju väldigt sällan, ja geografiskt inom landet kan det ju vara. Om vi inte har en butik i Gällivare då skulle det kunna vara enklare att köpa en aktör. Primärt varför vi gör förvärv är ju för att komma åt produkter, kunder, marknader.

- Industri 5

Ett annat företag som har uttryckt att kundrelationer är starkt drivande i förvärv är Sjukvård 1. De menar på att kundrelationer är ett sätt att köpa sig in på en marknad de tidigare misslyckats att penetrera.

Generellt kan man säga att det finns två olika syften med förvärv. Det ena är för att komma åt en kundbas som vi inte har. Det andra är när ett företag har en väldigt stark lokal förankring och vi tror att vi kan göra det till något bra tillsammans med våra distributionsnätverk även på andra marknader.

- Sjukvård 1

En intressant aspekt med Sjukvård 1's synsätt är att när det gäller värderingen för förvärven under 2016 utgör det totala värdet på de immateriella tillgångarna 21% av goodwill i genomsnitt. I intervjun framkom att det som klassas som "marknad" hänförs inte till kundrelationer utan till goodwill, trots att de själva uttrycker det som att marknad och kunder i princip är synonymt.

Trots att så gott som alla företag i studien alltså uppger att kundrelationer är viktiga och i många fall till och med den huvudsakliga drivkraften bakom förvärvet utgör de redovisade kundrelationerna ofta ett långt mindre värde än de som allokeras till goodwill. Det vi har kunnat se i vår studie är att det egentligen är ytterst få företag som värderar själva kundrelationen. Det som redovisas är ofta avtal, kundlistor och dylikt.

Två av de få företag som faktiskt verkar försöka redovisa den faktiska relationen med de förvärvade kunderna är Sjukvård 3 och Industri 5. Sjukvård 3's kunder är kommuner och ur deras perspektiv har relationen ett värde de väljer att redovisa trots att de redan har den kommunen som kunder. De uttrycker sig som följer:

Ett dilemma vi har är att i stora kommuner som Stockholm och Uppsala, dem har vi ju redan en relation med, men om vi då förvärvar ett bolag som har relationer med de kommunerna, kan vi då sätta upp det som ett ökat värde i kundrelationer trots att den relationen redan finns i bolaget? Och då gör vi

bedömningen att vi kan det, för att det olika handläggare och olika hem kan ha olika traditioner av placeringar mot kommunen. Det kan vara en intressant fråga, för den är inte självklar. Om man har en kund, köper ett annat bolag med samma kund, kan jag fortfarande ta upp det som en kundrelation. Men det tycker vi att vi kan för att det kokar ner till enskilda tjänstemän hos kommunerna.

- Sjukvård 3

Det är ju bara en teoretisk övning eftersom ingen har bedömt att köpa vissa volymer. Skulle man köpa ett företag som har avtal om att leverera si och så mycket över ett antal år då skulle det vara en annan värdering. Vi har aldrig några sådana fall, utan i våra fall har man kunder har man kunder som köper på regelbundet basis och har någon form av ramavtal och det är ju de kundrelationerna vi värderar som ändå har ett värde eftersom de flesta troligtvis fortsätter att handla efter att vi har förvärvat dem.

- Industri 5

En annan aspekt som vi har sett påverkar hur förvärvaren ser på relationen är vad de förvärvade relationerna kan bidra med till den övriga koncernen. Ett par företag som ser ett stort värde i kundrelationerna berättar att de i vissa fall har lyckats skapa synergier genom vad som skulle kallas för direkt värde genom att sälja till de nya kunderna från de redan befintliga enheterna. På så vis bidrar de förvärvade kunderna inte bara med intäkter till den förvärvade enheten utan kundrelationen blir föremål för hela koncernens värdeskapande. Exempel på detta är Teknologi 6 och Industri 7.

Vi har gjort väldigt framgångsrika förvärv där vi förvärvat bolaget för deras existerande kunder och sedan lyckats uppsälja våra andra produkter på de kunderna. Det är väl de mest lönsamma förvärven om man kan lyckas med det.

- Teknologi 6

När vi går igenom de kategorierna som kan ge övervärde så har vi kommit fram till att när vi gör förvärv så är det bara kundrelationer som egentligen tickar ut i slutändan. Men det blir det i stor sannolikhet i alla förvärv, för det är ju det vi är ute efter; ny geografi, nya kunder som breddar oss och som vi kan dra nytta av. Då förhoppningsvis om vi köper ett bolag i USA så kan vi förhoppningsvis har de ett gäng amerikanska kunder där vi inte har gått in så djupt och då kan vi på sikt också börja leverera till de kunderna från andra bolag i koncernen. Många gånger i våra förvärv så har det funnits marknadssynergier kan man säga. Därmed så hamnar man i posten kunder, det har vi insett att där finns det ett värde.

- Industri 7

I de fall det inte finns ett direkt värde för den övriga koncernen tycks värdet av relationen följaktligen också vara lägre. När en förvärvad enhet har ett fåtal viktiga kunder som inte kan utnyttjas av den redan befintliga koncernen verkar det snarare ses som en risk än som en tillgång. Två företag som har uttryckts just detta är Industri 2 och Industri 6. Detta är också företag som har valt att inte redovisa relationer, och framhåller den nyss nämnda problematiken som den främsta anledningen till det.

Igen kokar det ner till hur vi besvarar frågan vad är anledningen till förvärvet, varför köper vi bolaget? I många fall kan det vara kundrelationer men inte alltid och samtidigt så är det så att ett bolag är väldigt beroende av en kundrelation, då är den en risk snarare än en tillgång kan jag tycka.

- Industri 2

Vi ser absolut kund- och leverantörsrelationer som viktiga men mer ur ett riskperspektiv. Man måste ju göra en vettig och rimlig undersökning av vad man köpt för någonting. Då ingår det givetvis att kolla på de kunder man har och hur de har utvecklats och om man har tappat eller ökat på kunderna. [...] Det är någon form av riskanalys snarare än att bokföra. Om vi säger att en kund står för 20% eller 30% av hela bolagets fakturering och den här kunden är på väg därifrån så ska man ju givetvis inte betala särskilt mycket för bolaget.

- Industri 6

4.2 DEL 2 - Redovisningsval

För att fortsätta undersöka vilka andra faktorer som kan påverka företagens redovisning av relationer, kommer vi i de tre kommande delarna fokusera de redovisningsval företagen kan göra inom ramen för IFRS.

Bland våra intervjuer har en tydlig intressekonflikt uppenbarat sig. Våra intervjuobjekt, å ena sidan, vill gärna identifiera större andelar som avskrivningsbara immateriella tillgångar då man ser goodwill som en riskfylld post. Detta då en stor goodwillpost skapar en utsatt situation om nedskrivning skulle bli nödvändigt. Samtidigt är de väl medvetna om att aktieägarna, å andra sidan, ställer på krav på uppvisande av resultat och utdelningar.

4.2.1 Redovisarens vilja

	Föredrar avskrivninga	Ser goodwill som en risk i
Sjukvård (4)	4	3
Teknologi (6)	1	4
Industri (8)	2	3
Totalt (18)	7	9

Tabell 3: Informationen är hämtad från intervjuerna.

I våra intervjuer har det varit tydligt att våra intervjuobjekt hålls tillbaka av vad som tros förväntas av aktieägarna. Under intervjuerna uppgav sju av våra 18 intervjuobjekt att de föredrog avskrivningsbara tillgångar framför goodwill, dessutom såg nio av 18 goodwill som en risk i balansräkningen. Det finns alltså en tydlig vilja från redovisarens sida att minska risken i balansräkningen genom att allokera värden till avskrivningsbara tillgångar. I intervjuerna har det varit tydligt att många vill undvika en situation där en nedskrivning blir oundviklig. Det skulle leda en stor oförutsedd påverkan på resultatet, vilket skulle skicka negativa signaler till marknaden.

Jag ser mest nackdelar med goodwill. Det får man inte skriva av. Därför tycker jag nästan bättre om kundrelationer och sådant, teknologi och det som man kan skriva av.

- Teknologi 2

Goodwillen får man ju inte skriva av utan den måste du då utsätta för en prövning så är det ju en osäkerhetspost.

- Teknologi 4

Det ju naturligtvis risker att satsa mycket på goodwill i och med att det inte skrivs av, tillslut måste det ju försvaras.

- Teknologi 6

Generellt sett vill man ju ha en så liten balansomslutning.

- Sjukvård 1

Samtliga av intervjuobjekten från sjukvårdsföretag uppger att de personligen föredrar avskrivningsbara immateriella tillgångar framför goodwill, det går inte att se lika tydliga trender i någon av de andra branscherna. I föregående delar påvisades att flera företag framhåller kunderrelationer som drivande till att förvärven görs. Trots att redovisaren dessutom många gånger uttrycker en tydlig vilja att identifiera immateriella tillgångar och skriva av dessa över tid, tycks det finnas andra faktorer som håller allokeringen tillbaka. En sådan faktor kommer behandlas kommande del.

4.2.2 Aktiemarknadens påverkan

	Värderar med hänsyn till nyckeltal	Nämner att avskrivning stör resultat	Föredrar ett jämnare resultat
Sjukvård (4)	4	2	2
Teknologi (6)	2	4	1
Industri (8)	5	3	0
Totalt (18)	11	9	3

Tabell 4: Informationen är hämtad från intervjuerna

Som tidigare nämnt utgör kundrelationer en liten del av övervärdet. Leverantörsrelationer återfinns endast i ett av de undersökta företagen. Svaret till detta tycks, med utgångspunkt i våra intervjuobjekt svar, vara att värdering och redovisning anpassas för att tillfredsställa vad de tror att deras aktieägare samt potentiella investerare vill se. I nio av våra intervjuer nämns att allokering av immateriella tillgångar stör resultatet och 11 av våra 18 intervjuobjekt uppgav att man aktivt tänker på nyckeltal som räntabilitet, utdelning, resultat, och EBIT redan vid allokering av förvärsvärden.

När amortisation ökar påverkar det EPS, alltså earings per share, vilket i sin tur påverkar utdelning. Så då gillade inte folk att vi skrev av så mycket.

– Sjukvård 3

Sen är vi ju ett börsbolag så om det är ett större förvärv så får vi ju inte helt fördärva nyckeltal och ekonomiska mål som vi jobbar med, där måste vi försöka se till att det fungerar också i den världen. Och det är klart, lever man i vinst per aktie bitar och lever man i andra marginal frågor också så det är klart vi givetvis också är, vi tittar på vilka effekter får det här rent taktiskt när det gäller den typen nyckeltal.

– Industri 7

Nackdelen är ju att vi skriver av på dem så att vi försämrar vårt resultat.

– Industri 4

Det är ju som så att man som ett noterat bolag, eller som ett bolag generellt, så jämförs man ju med andra bolag.

- Sjukvård 4

Det är tydligt att befintliga samt potentiella aktieägare påverkar de redovisningsval företagen gör. Endast i två av våra intervjuer tillkännages att man inte aktivt tänker på nyckeltal vid värdering av immateriella tillgångar. En tydlig medvetenhet finns således kring behovet att tillfredsställa en aktieägars förväntan på resultat, utdelning och ökad aktiekurs. I tre av våra intervjuer argumenteras dock för fördelarna med avskrivningsbara immateriella tillgångar över goodwill. De menar att även om resultat blir lägre blir det jämnare över tid och därmed mer förutsägbart, vilket torde föredras av aktieägare och externa intressenter då risken för stora framtida nedskrivningar minskar. Även om många av våra intervjuobjekt ser både för- och nackdelar med att allokera värden till avskrivningsbara immateriella tillgångar har vi sett att det finns en underliggande frustration hos flera redovisare kring beslutets påverkan.

Det som blir lite bisarrt egentligen, detta ska inte påverka någon. Detta är bara ren disclosure, bara ren bokföring. Problemet är, det har en viss tendens att påverka ändå. Problemet är att investerarna är inte så sofistikerade, det är grundproblemet.

- Industri 1

Av de intervjuade företagen var det två som inte hade någon utdelning för 2016 och tre som inte publicerade någon utdelningspolicy. Resterande företag hade alla en utdelningspolicy baserad på nettoresultat, med mål omkring 30-50 procent av nettoresultatet. Intervjuobjektet vid båda företagen som avstod utdelning föredrog avskrivningar, såg goodwill som en risk i balansräkningen och rådfrågade revisorn under värderingsprocessen.

Vi har gått fram och tillbaka. Det som är intressant med förvärvsanalys är hur det har förändrats över tid i resultat- och balansräkningen beroende på hur ägarsituationen ser ut. När vi var ägda av riskkapitalister var det väldigt tydligt, för de bryr sig bara om två saker: EBITDA och fritt kassaflöde. Sen vi gick på börsen. [...] När amortiseringarna ökar påverkar det EPS, alltså earings per share, vilket i sin tur påverkar utdelning. Så då gillade inte folk att vi skrev av så mycket, för det påverkade EPS och i förlängningen deras utdelning. Så nu har man liksom svängt tillbaka igen till att det ska vara goodwill igen, kolla på

våra konkurrenter så har de ofta en väldigt hög andel Goodwill. Trenden bland börsbolag är ju att goodwill är ökande. Och det är ju för att det är lockande utifrån ett utdelningsperspektiv. För alla bolag måste ju ha en utdelningspolicy, även om den i vissa fall är vag. Vi har ju exempelvis 30 % av net earnings. Har vi då stora kundrelationer, kommer det leda till avskrivningar vilket leder till ett lägre resultat, lägre net earnings, vilket i sin tur leder till lägre utdelningar och det gillas inte. Det är ju liksom en avvägning där, fast det borde egentligen inte finnas utrymme för sådana avvägningar. Det negativa med IFRS är att egentligen ska man inte kunna svänga fram och tillbaka. Det ska ju vara vad det faktiskt är. Man ska ju inte en dag kunna säga "det här är goodwill" och sen nästa dag "vi ska inte ha så mycket goodwill, så det här är kundrelationer". Så ska reglerna inte se ut. Det är så himla mycket godtyckligt i det här.

- Sjukvård 3

Fallet Sjukvård 3 visar hur tydligt företag själva kan välja att identifiera och värdera immateriella tillgångar utifrån incitament som påverkar. Även Industri 5 har tidigare varit ägda av ett riskkapitalistbolag och vittnar om hur ägarstrukturen påverkar värderingsprocessen. Det är väldigt tydligt att flexibiliteten som finns i IFRS mer än gärna utnyttjas av företagen på mest gynnsamt vis. Det tycks också vara tydligt att det är enkelt att låta värderingsprocessen förändras när målen ändras. Det går alltså att under samma regelverk och som samma företag med samma förutsättningar välja hur värderings- och allokeringsprocessen ser ut beroende på den rådande ägarstrukturen i det förvärvande företaget.

4.2.3 Revisorernas påverkan

	Rådfrågar revisoren	Revisoren har tagit fram värderingsmodell
Sjukvård (4)	2	0
Teknologi (6)	4	3
Industri (8)	3	2
Totalt (18)	9	5

Tabell 5: Informationen är hämtad från intervjuerna.

Inledningsvis vill vi till denna del av vår studie förtydliga att detta inte var något vi specifikt frågade efter utan något som dök upp i många intervjuer ändå. Därför vill vi påpeka att informationen vi fått kring detta ej kan antas vara så utförlig som den skulle kunna vara.

I fem av våra 18 intervjuer framförs det att företagets revisionsbyrå har tagit fram värderingsmodeller som används vid upprättandet av förvärvskalkyler. Utöver detta anger hälften av våra intervjuobjekt att företagets revisor eller revisionsfirma rådfrågas under värderingsprocessen.

Då har vi ett spann som våra revisorer har sagt att i den här branschen så ligger den här allokeringen på ungefär det här.

- Industri 4

Sen skickar vi det till våra revisorer för att få klartecken på att det verkar vara en rimlig bedömning.

- Sjukvård 1

Lite diskussion med våra revisorer om de större punkterna.”

- Industri 7

Ja, och det brukar ju oftast vara så att revisorerna kommer och tycker till.

- Teknologi 5

Eftersom detta är samma byrå som sedan ska godkänna företagets årsredovisning finns tydliga uppsåt att följa rekommendationerna snarare än att göra en egen objektiv värdering.

Vissa företag visar dock att det finns en viss medvetenhet kring att ens egna revisor inte bör vara inblandad i den här typen av rådgivning.

Så kan det ju inte fungera i redovisningsvärlden utan det måste ju vara en oberoende bedömning som sedan dessutom revisorsgranskas.”

- Teknologi 4

Så vid varje förvärv går de igenom den. Med expertis från PWC. Inte revisionsidan då för de kan ju inte rådgiva, men annan expertis inom PWC på förvärvanalysen.

- Teknologi 3

Trots detta hävdas det många gånger att revisorn eller revisorns byrå rådfrågas under värderingsprocessen. Utöver detta har alltså revisionsbyrå många gånger varit med i framtagandet av värderingsmodellerna. Då detta inte var något våra intervjuer fokuserade på är det mycket möjligt att flera företag gör på detta vis men att det inte nämndes i våra intervjuer.

5. Diskussion

Att företag hanterat redovisningen av kund- och leverantörsrelationer olika är tydligt. Det den här studien har undersökt är framförallt anledningarna till varför det är så. I det här avsnittet kommer vi diskutera våra ovan presenterade resultat genom att koppla det till tidigare forskning.

5.1 Leverantörsrelationer

Resultatet ligger i linje med flera tidigare studier på området. Kvalitetsaspekten som Industri 3 pekar på har exempelvis Cojohari (2014) belyst som potentiella vinster med ett välintegrerat samarbete med leverantörer. För de två företag som uttryckligen värdesätter leverantörsrelationen har de i princip likställt värdet av de relationerna med kundrelationerna. Detta ligger i linje med forskning som påvisar hur viktiga den typen av relationer kan vara, exempel på det är Håkansson and Snehota (1995) och Galbreath (2002). Tidigare studier har påvisat att det är sällsynt med leverantörsrelationer i redovisningen. I vår studie har en av de mest tydliga tendenserna varit hur just ovanligt det är att leverantörer överhuvudtaget är en fråga för företagen. Detta ligger framförallt i linje med Agndal och Nilssons studie (2010) där det var tydligt att leverantörsrelationer värdesätts i förhållanden som karaktäriseras av ett par särskilda faktorer.

Många av våra intervjuobjekt menar att deras egna företag troligtvis ofta har bättre leverantörsavtal sedan tidigare men också att leverantörer är ersättbara. Detta har också tydliga kopplingar till litteraturen. Det företagen ger uttryck för när de uppger att leverantörerna är lätta att ersätta går att likställa med det som Agndal och Nilsson (2010) kallar switching costs. I dessa fall är kostnaden att byta leverantör låg vilket därmed minskar värdet på de förvärvade leverantörsrelationerna. Det enda av de intervjuade företagen som redovisar leverantörsrelationer menar också att deras produkt är väldigt unik och att leverantörerna ibland kan vara den drivande faktorn vid förvärv. Detta skulle tyda på att switching costs här är högre samt att relationerna har varit mer långvariga.

5.2 Kundrelationer

Att kundrelationer är viktiga råder det inga tvivel om. Dels har tidigare forskning påvisat detta, dels blev det tydligt under intervjuerna. Det tycks dock finnas en diskrepans mellan hur viktigt företagen uppger kunder vara för förvärvet och det faktiska värdet som allokeras till kundrelationer. Forbes (2007) belyser dels vikten av kundrelationer men han framför också kritik mot tillförlitligheten i de värderingsmetoder som står till buds. En förklaring till diskrepansen kan vara kopplat till problematiken och svårigheten att identifiera och värdera den typen av tillgångar. Castedllo & Klingbeil (2010) menar att i branscher där det finns tydligare avtal, kundstockar och dylikt också allokeras ett högre värde. Att företag allokerar mer då tydliga avtal, kundstockar, och dylikt finns är även något vår studie visar tydligt.

Mycket av den tidigare litteraturen särskiljer sällan på kundrelationer och leverantörsrelationer, då den ena aldrig finns utan den andra. Utifrån våra intervjuer är det dock tydligt att dessa inte är att likställa. Framförallt finns stora skillnader i synen på dem. Med utgångspunkt i det förvärvande företaget finns det, i de flesta fall, en tydlig asymmetri i maktbalansen där det då oftast är köparen som sitter i den starkare positionen.

5.3 Redovisarens vilja

Då företag ofta har finansiella mål drivs ledningen av att uppnå dessa, ibland står målen i strid till varandra vilket leder till prioriteringar och kompromisser (Dechow et al., 2010). Detta kan leda till att redovisarens egna vilja hamnar ur fokus. I många av våra intervjuer har redovisarens vilja uppdagats, trots detta har aktieägarens önskan varit i fokus och lyfts som det viktigaste intresset för företaget. I linje med Eccles et al. (2001) argumenterar dock tre av våra intervjuobjekt för ett jämnare resultat över tid som en produkt av högre andel avskrivningar men då också mindre risk för nedskrivning. Genomgående har dock samtliga intervjuobjekt framhållit att resultat måste bli bra för att utdelning i sin tur skall kunna hållas högt.

Bugeja & Loyeung (2015) visade att efter införandet av IFRS i Australien utnyttjade företag fördelen med att slippa skriva av goodwill vilket ledde till att andelen goodwill ökade markant i balansräkningen hos företag med incitament att maximera vinst. Detta tydliggörs genom argument om att avskrivning påverkar resultat och utdelning, mått som inte är ovanligt att basera företagsledningens bonusar på. Allra tydligast blir detta i fallet Sjukvård 3 där den procentuella allokeringen ser helt olika ut när företaget är ägda av ett riskkapitalbolag och när företaget sedan ligger på börsen.

Vidare kan en anledning till att intervjuobjektens vilja om en mer defensiv redovisning hålls tillbaka vara företagsledningens incitament. Merchant & Van der Stede (2012) menar att företagsledningens bonussystem ofta kan ligga i linje med vad aktieägare vill åt, nämligen ett bra resultat samt en tillfredställande utdelning. Då vi inte har något underlag på hur de intervjuade företagsledningarnas bonussystem ser ut kan vi inte dra några slutsatser kring detta utan endast, med stöd från litteraturen, anta att dessa ofta är knutna till nyckeltal som berör resultat och räntabilitet. Om så är fallet finns tydliga incitament till att undvika allokering från goodwill för att gynna sin egna bonus. Vidare rapporteras det många gånger i årsredovisningar att ledningen äger aktier i det egna företaget, vilket även detta skulle ge tydliga incitament till att hålla redovisarens vilja om högre avskrivningar tillbaka.

5.4 Aktiemarknadens påverkan

I studien har det hos respondenterna funnits ett genomgående fokus på aktieägarnas intressen. Det är tydligt att företagen ofta har dem i åtanke i värderingssituationer och då i synnerhet hur värderingen påverkar nyckeltal kopplat till resultat och utdelning. Vidare finns det i många fall en medvetenhet om de signaler som sänds till aktiemarknaden som ett resultat av värderingar. Allra tydligast blir detta i fallet Sjukvård 3 där den procentuella allokeringen ser helt olika ut när företaget ägdes av ett riskkapitalbolag och när företaget sedan slutet av 2015 är börsnoterat. Här blir det väldigt uppenbart att en medvetenhet finns kring aktiemarknadens förväntan och även hänsyn tas till detta i redovisningen.

IFRS är i grunden principbaserat vilket skapar en risk i samband med företagets incitament och redovisningens inverkan (Bugeja & Loyeung, 2015; Wennerberg & Carlsson 2006). I de fall då företagsledningen äger aktier i det egna företaget finns tydliga incitament att redovisa och driva företaget på ett sätt som gynnar aktieägare kortsiktigt istället för långsiktigt (Merchant & Van der Stede, 2012). Att allokera en större andel som avskrivningsbara immateriella tillgångar ger högre avskrivningar vilket kortsiktigt påverkar resultatet och även flera nyckeltal. Alternativet att allokera mer till goodwill ger mindre avskrivningar men större risk då effekten av en nedskrivning blir större (Keating & Zimmerman, 2000). En studie på australienska företag efter införandet av IFRS visar att företag med incitament att maximera vinst tydligt allokerade större andelar till goodwill (Bugeja & Loyeung, 2015).

Det är tydligt att aktiemarknaden i väldigt stor utsträckning påverkar allokerings- och värderingsprocessen under värderingsprocessen, samtidigt är det också tydligt att företagen känner till den asymmetriska informationsfördelningen mellan företag och intressenter som inte sällan används. Industri 1 menar bland annat att investerare inte är särskilt sofistikerade vilket ligger helt i linje med vad Holthausen (1990), även om företagen inte nämner det själva är det märkbart att signalteori används för att bygga en positiv bild kring företaget mot intressenter.

5.5 Revisorernas påverkan

Under våra intervjuer nämnde hälften av intervjuobjekten att företagets revisor eller revisorns byrå rådfrågas under värderingsprocessen, vidare uppgav ungefär en tredjedel att företagets revisor eller revisorns byrå hjälpte till att ta fram de värderingsmodeller som används vid förvärven. I vissa fall har till och med våra intervjuobjekt fått ett spann om hur mycket som börs allokeras till olika poster när företagets revisor eller revisorns firma har rådfrågats. En kinesisk studie visar att revisionsbyråer har inflytande över deras klienter på den kinesiska marknaden, framförallt de större internationella byråerna (Zheng & Li, 2010). Det kinesiska regelverket för redovisning bygger i grunden på IFRS IFRS (Forsberg & Ojala, 2014), de stora internationella revisionsbyråerna finns även representerade i Sverige. Revisorslagen säger dessutom att varken revisorn eller någon i dennes nätverk inte ska bistå rådgivning i frågor som inte har med revisionsverksamheten (SFS, 2001:883). Eftersom det sedan är revisorn som ska godkänna årsredovisningen finns tydligt incitament att följa rådet som har getts under värderingsprocessen och att då värderingsprocessen blir väldigt deterministisk, detta skulle då alltså leda till att värderingen inte blir opartisk och kanske heller inte så väl genomförd som den annars kunde bli.

Då redovisningen till viss del bygger på praxis blir detta en lustig situation. Efter tillräckligt många rekommendationer och råd från revisorns sida är det inte längre endast en rekommendation eller ett råd, det har nu också blivit praxis och sanning.

6. Slutsats

Inledningsvis definierade vi våra problemfrågor enligt följande;

- Varför väljer företagen att redovisa respektive inte redovisa relationer?
- Vilka underliggande faktorer påverkar beslutet att värdera kundrelationer och leverantörsrelationer vid förvärv?
- Hur ser synen på kund- respektive leverantörsrelationer ut hos företagen?

Vad vi i vår studie fann var att det tycks finnas en diskrepans mellan hur viktiga kundrelationer påstås vara och hur mycket av övervärdet som allokeras dit, då det allokerade värdet i företagens redovisning är relativt lågt. I studien framhåller ofta de undersökta företagen kundrelationer som viktiga och att de i många fall är en drivande faktor till att rörelseförvärv görs. Detta är en förklaring till varför kundrelationer ofta tas upp i redovisningen. I de fall då tydliga avtal och kundstockar eller dylikt finns, tycks det öka allokeringen av avskrivningsbara immateriella tillgångar.

Vad det gäller leverantörsrelationer ses dessa nästintill aldrig som en drivande faktor för rörelseförvärv. De flesta av våra intervjuobjekt ser dessa som utbytbara och att de därför saknar värde, vilket också förklarar varför de sällan förekommer i redovisningen. Det tycks alltså finnas en markant skillnad mellan synen på kundrelationer och synen på leverantörsrelationer.

Förutom de rent redovisningsmässiga förklaringarna har vi sett att finns andra faktorer som påverkar allokeringprocessen. Den tydligaste faktorn är den intressekonflikt som finns mellan balansrisk och resultatmaximering. Många av våra intervjuobjekt föredrar att allokera högre värden till avskrivningsbara tillgångar och en i övrigt mer defensiv redovisning för att på så sätt minska risken i balansräkningen. På andra sidan om intressekonflikten står aktieägarnas förväntan om uppvisande av resultat, utdelning och lönsamhet. Deras påverkan verkar uppmana till en mer aggressiv redovisning där goodwill premieras framför avskrivningsbara tillgångar som stör resultatet och sedermera utdelningen. Aktieägarnas intresse visar sig ofta väga tyngst.

Vad vi mer upptäckte var revisorernas inblandning i processen, detta var dock inget vi från början hade fokus på och därav blev underlaget något tunt. Resultaten var dock för intressanta för att inte belysa. Vad vi har sett är att revisorerna många gånger, på ett eller annat sätt, har varit inblandade i värderingsprocessen och i många fall också troligen påverkat utfallet av allokeringen och värderingen.

Det principbaserade regelsystemet argumenteras höja jämförbarheten då företag på ett mer ärligt sätt ska kunna spegla sitt företags verklighet, denna studie finner att flexibiliteten i regelverket snarare hämmar jämförbarheten under värderings- och allokeringprocessen. Detta tydliggörs i fallet Sjukvård 3 där värderingen av relationer vid förvärv såg helt annorlunda ut då ägarstrukturen förändrades.

6.1 Studiens bidrag

Denna studie bidrar till den del inom ämnet redovisning som i huvudsak berör allokering av immateriella tillgångar där omfattande forskning fortfarande saknas. Ett antal tidigare studier behandlar dock immateriella tillgångar. Denna studie tillför djupare förståelse för problematiken kring redovisning av kund- och leverantörsrelationer samt hur andra faktorer än de rent redovisningsmässiga influerar redovisningen. Denna studie bekräftar delvis tidigare

forskning kring vilka aspekter som påverkar besluten att allokera värden till kundrelationer och leverantörsrelationer men bidrar också med en bild över hur externa intressen påverkar redovisarnas val. Vidare visar denna studie även på att det principbaserade regelverket i vissa fall kan hämma jämförbarheten inte bara företag emellan utan även för enskilda företag över tid.

6.2 Förslag till fortsatta studier

Under studiens gång har flera intressanta ämnen uppenbarat sig. Det första av dessa är en djupare kartläggning av revisorernas påverkan på allokeringsprocessen. Detta är något som vi har sett i vår studie men som inte var vårt ursprungliga fokus. En djupare studie i det ämnet skulle således kunna bidra med en tydligare bild av hur deras inblandning influerar redovisningen och situationen egentligen ser ut med deras objektivitet. En studie där man inte bara intervjuar revisorer utan även de kringliggande tjänster som oftast finns för att se hur dessa påverkar varandra på det egna kontoret i dessa frågor.

En mer djupgående studie av flera personer inom samma företag hade kunnat bidra med en bild av hur synen på allokering av immateriella tillgångar ser ut beroende på vilken position i företaget personen i fråga har. Detta skulle kunna bidra med kunskap kring hur incitamenten till att maximera resultatet influerar ledningens syn på avskrivningsbara tillgångar kontra goodwill men även tydligare kartlägga den interna intressekonflikt vi tycks se.

Källförteckning

Literatur:

Bryman, A., & Bell, E. (2013). *Företagsekonomiska forskningsmetoder* (2., [rev.] uppl.. ed.). Stockholm: Liber.

Carlson, M. (2014). *Att arbeta med företagsanalys : Analysmetoder för att upptäcka varningssignaler och styra mot uppställda mål* (7. uppl.. ed.). Stockholm: Liber.

Eccles, R., Herz, R. & Keegan, E. (2002). *ValueReporting Revolution: Moving Beyond the Earnings Game*. Wiley.

Marton, J., Lundqvist, P., & Pettersson, A. (2016). *IFRS - i teori och praktik* (Fjärde upplagan. ed.). Stockholm: Sanoma Utbildning.

Merchant, K., & Van der Stede, W. (2012). *Management control systems : Performance measurement, evaluation and incentives* (3rd ed.). Harlow, England: Pearson Education.

Patel, R., & Davidson, B. (2011). *Forskningsmetodikens grunder : Att planera, genomföra och rapportera en undersökning* (4., [uppdaterade] uppl.. ed.). Lund: Studentlitteratur.

Petersen, C., & Plenborg, T. (2011). *Financial statement analysis : Valuation, credit analysis, executive compensation*. Harlow: Financial Times Prentice Hall.

Watts, R., & Zimmerman, J. (1986). *Positive accounting theory* (Prentice-Hall contemporary topics in accounting series). Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall.

Vetenskapliga artiklar:

Agndal, H. & Nilsson, U. (2007). Activity-based costing: Effects of long-term buyer-supplier relationships. *Qualitative Research in Accounting & Management*, 4(3), 222-245.

Agndal, H. & Nilsson, U. (2010). Different open book accounting practices for different purchasing strategies. *Management Accounting Research*, 21(3), 147-166.

Anderson, H, Havila, V & Salmi, A. (2001). Can You Buy a Business Relationship?: On The Importance of Customer and Supplier Relationships in Acquisitions. *Industrial Marketing Management*, 30(7), 575-586.

Badertscher, D. A., Collins, D. W. & Lys, T. Z. (2012). Discretionary accounting choices and the predictive ability of accruals with respect to future cash flows. *Journal of Accounting and Economics*, 53(1-2), 330-352.

- Bugeja, M. & Loyeung, A. (2015). What drives the allocation of the purchase price to goodwill? *Journal of Contemporary Accounting & Economics*, 11(3), 245-261.
- Cojohari, N. (2014). The competitive advantage of strategic alliances. Universitatea “Alecu Russo”, balti European Securities and Markets Authority. ESMA Report - Review on the application of accounting requirements for business combinations in IFRS financial statements. ESMA/2014/643
- Cotter, J., Stokes, D. & Wyatt, A. (1998). An Analysis of Factors Influencing Asset Write-downs. *Accounting and Finance*, 38, s. 157–180
- Dechow, P., Ge, W., & Schrand, C. (2010). Understanding earnings quality: A review of the proxies, their determinants and their consequences. *Journal of Accounting and Economics*, 50(2-3), 344-401.
- Elliott, J., & Shaw, W. (1988). Write-Offs As Accounting Procedures to Manage Perceptions. *Journal of Accounting Research*, 26, 91-119.
- Forbes, T. (2007). Valuing customers. *Database Marketing & Customer Strategy Management* vol.15 1, 4-10
- Francis, J., Hanna, D., & Vincent, L. (1996). Causes and effects of discretionary asset write-offs. *Journal of Accounting Research*, 34, 117-134.
- Holthausen, R. (1990). Accounting method choice: Opportunistic behavior, efficient contracting, and information perspectives. *Journal of Accounting and Economics*, 12(1), 207-218.
- Holthausen, R., & Leftwich, Richard W. (1983). The economic consequences of accounting choice : Implications of costly contracting and monitoring. *Journal of Accounting & Economics*, 5(2), 77-117.
- Håkansson, H. & Snehota, I. (1995), *Developing Relationships in Business Networks*, Routledge, London.
- Healy, P., & Wahlen, J. (1999). A Review of the Earnings Management Literature and Its Implications for Standard Setting. *Accounting Horizons*, 13(4), 365.
- Galbreath, J. (2002), “Twenty-First Century Management Rules: the Management of Relationships as Intangible Assets”, *Management Decision*, vol. 40 (2), pp. 116-126.
- Graham, Harvey, & Rajgopal. (2005). The economic implications of corporate financial reporting. *Journal of Accounting and Economics*, 40(1), 3-73.

Jaafar, A., & McLeay, S. (2007). Country Effects and Sector Effects on the Harmonization of Accounting Policy Choice. *Abacus*, 43(2), 156-189.

Jorissen, A. & Otley, D. (2010). The management of accounting numbers: Case study evidence from the 'crash' of an airline. *Accounting and Business Research*, 40(1), 3-38.

Keating, A. S. & Zimmerman, L. J. (1999). Depreciation-policy changes: Tax, earnings management, and investment opportunity incentives. *Journal of Accounting and Economics*, 28(3), 359-389.

Leuz, C., Nanda, D. & Wysocki, P. D. (2003). Earnings management and investor protection: An international comparison. *Journal of Financial Economics*, 69(3), 505-527.

Morgan, R.M. & Hunt, S.D. (1994), The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing, *Journal of Marketing*, vol. 58, (3), pp. 20-38.

Steenkamp, N. & Kashyap, V. 2010, "Importance and contribution of intangible assets: SME managers' perceptions", *Journal of Intellectual Capital*, vol. 11, no. 3, pp. 368-390.

Watson, A., Shrivies, P. & Marston, C. (2002). VOLUNTARY DISCLOSURE OF ACCOUNTING RATIOS IN THE UK. *The British Accounting Review*, 34(4), 289-313.

Zheng, Q., & Li, Z. (2010). The Influence of Accounting Firms on Clients' Immoral Behaviors in China. *Journal of Business Ethics*, 91(Supplement 1), 137-149.

Zhenxin, Y., Hong, Y. & Cheng, T.C. E. (2001). Benefits of information sharing with supply chain partnerships. *Industrial Management & Data Systems*, 101(3), 114-121.

Öberg, C. (2014). Customer relations challenges following international acquisitions. *international marketing review* vol 31

Förordningar och standarder:

Europaparlamentets och rådets förordning (EG) nr 1606/2002 av den 19 juli 2002, om tillämpning av internationella redovisningsstandarder.

International Accounting Standards Board. (2001). *Föreställningsram för utformning av finansiella rapporter*.

International Accounting Standards Board. (2008). *Utformning av finansiella rapporter*. International Accounting Standards (IAS) 1.

International Accounting Standards Board. (2008). *Immateriella tillgångar*, International Accounting Standards (IAS) 38.

International Accounting Standards Board. (2008). *Nedskrivningar*. International Accounting Standards (IAS) 36.

International Accounting Standards Board. (2009). *Rörelseförvärv*. International Financial Reporting Standards (IFRS) 3.

Avhandlingar:

Fredriksson, Jennie, & Lorentsson, Martin. (2016). *Recognition of Supplier and Customer Relationships in Business Combination: A Quantitative Study of American Acquisitions*.

Holkert, Anna, & Ljungstrand, Maria. (2015). *En Studie Av Företags Redovisning Av Kund- Och Leverantörsrelationer Vid Rörelseförvärv*.

Lydén, A., & Caglayan, D. (2006). *Revisorns oberoende : En jämförelse mellan små och stora revisionsbyråer* (Dissertation). Uppsala.

Nilsson, U. (2003), *Product costing in interorganizational relationships: a supplier's perspective*, Doctoral Dissertation, Jönköping International Business School.

Ojala, J., & Forsberg, J. (2014). *Adoption of IFRS in the Chinese accounting standards : Effects on accounting quality and economic growth* (Dissertation).

Pettersson, A. K. (2015). *Nedskrivning Av Fartyg – En Studie Av Hur IAS 36 Har Tillämpats I Europeiska Rederier*.

Rehnberg, P. (2012). *Redovisning av immateriella tillgångar i samband med förvärvskalkylering - principbaserade redovisningsregler och relevans*.

Andra Källor:

Castedllo, M. & Klingbeil, C. (2010). *KPMG - An industry study. Intangible Assets and Goodwill in the context of Business combinations*.

Wennerberg, G., & Carlsson, R. (2006). *Företagens tillämpning av internationella redovisningsregler*. (Rapport 2006:2) Finansinspektionen

Årsredovisningar:

De undersökta företagens tre senaste årsredovisningar har använts i studien. Med respekt för konfidentialiteten i studie kan vi dock inte redogöra för dem närmare.

Appendix

Intervjufrågor

1. Hur ser processen ut när ni upprättar en förvärvsanalys?
 - Hur ser arbetet ut?
 - Vad börjar man med? Finns det någon slags arbetsordning?
 2. Hur ser era riktlinjer/policies ut vid upprättandet av förvärvsanalys?
 - Skulle du säga att de är strikta eller ger mycket utrymme för bedömningsfrihet?
 - Skulle du säga att riktlinjerna följs noga?
 - Finns det specifika undantag då riktlinjerna inte följs?
 3. Varför genomfördes dessa/detta förvärv?
 - T.ex. om förvärven har gjorts för att få nya kunder/produkter eller om det görs för att ta del av synergier, kunskaper, teknologi osv?
 4. Vilka relationer har ni förvärvat? Kund och/eller leverantörsrelationer
 - Vilka har ni redovisat?
 - Kan ni beskriva dem?
 - Är de kopplade till slutkonsument eller består den av relationer till andra företag?
 - Hur länge tror ni dessa kommer kvarstå?
 5. Hur viktiga är de förvärvade relationerna med leverantörerna? Hur viktiga är de förvärvade relationerna med kunderna?
 - Hur starka, långsiktiga (eller projektbasis), viktiga för företagets fortlevnad, svårt/lätt att få nya etc
 - Många små relationer eller få stora
 - Var befinner det förvärvade företaget sig i värdekedjan?
 6. Hur redovisas de relationer som det förvärvade företaget har? Om de inte redovisas, varför inte?
 - Ser ni några för- och nackdelar med att redovisa relationer?
 7. Hur ser ni på betydelsen av rörelseresultat kontra balansposter?
 - Ser ni något värde i att kunna redovisa mer respektive mindre som goodwill när det kommer till avskrivningar och nedskrivningar?
- Om upprättandet av förvärvsanalysen outsourcas:
8. Vilka direktiv lämnas till uppdragstagaren och vilken möjlighet har ni att påverka deras arbete?