



Handelshögskolan
VID GÖTEBORGS UNIVERSITET

Den frivilliga informationens användbarhet

- En studie av utvecklingen i Tescos årsredovisning -

D-uppsats HT-07

Martin Sandberg 790116

Martina Sjögren 841110

Marjam Sohrabi 820615



Sammanfattning

Examensarbete i företagsekonomi, Externredovisning, Magisteruppsats, HT 2007

Författare: Martin Sandberg, Martina Sjögren, Marjam Sohrabi

Handledare: Gudrun Baldvinsdóttir

Titel: Den frivilliga informationens användbarhet – En studie av utvecklingen i Tescos årsredovisning.

Bakgrund och problem: Dagens redovisning har allt mer utvecklats till ett informationssystem och företagen förväntas att, förutom den lagstadgade informationen, lämna ytterligare och kompletterande frivillig information. Årsredovisningen är det mest heltäckande dokumentet över företags verksamhet som finns tillgängligt för allmänheten och får därför anses som det huvudsakliga upplysningsverktyget. Problemet idag är inte att företag utesluter information av frivillig karaktär utan snarare att den information som lämnas riskerar att bli allt för omfattande och många gånger svårtolkad. Då utvecklingen går mot en alltmer innehållsrik informationsgivning är det av stor vikt att rapporterna är tillförlitliga och relevanta.

Syfte: Studien syftar till att visa hur den frivilliga informationen har förändrats i årsredovisningen över tid och att analysera denna förändring med avseende på användbarheten för företagets intressenter. Rapporten syftar vidare till att belysa områden som företaget anser vara så viktiga att de tas upp i årsredovisningen samt att se hur de olika områdena behandlats över tid.

Avgränsningar: Frivillig information kan erhållas från en mängd olika källor. Det är dock den frivilliga informationen som presenteras i bolagets viktigaste rapport, årsredovisningen, som granskas i denna studie.

Metod: Studien är en dokumentstudie och har genomförts som en kvalitativ textanalys. Det empiriska materialet har samlats in från årsredovisningar och analyserats utifrån befintliga teorier och tidigare forskning på området.

Resultat och slutsatser: Kvaliteten på redovisningen för så väl användarvänligheten som för användbarheten har förbättrats över tid. Den frivilliga informationen som företaget lämnar är mer heltäckande och ger fler intressenter möjlighet att använda sig av den. Hög tillväxt, storlek, bransch, internationell verksamhet, liststatus och byte av redovisningssystem är samtliga faktorer som på ett eller annat sätt har påverkat företaget under den för studien aktuella tidsperioden. Dessa faktorer bidrar till en ökad informationslämning. Majoriteten av användarnas informationsbehov är uppfyllt men det finns fortfarande områden att arbeta med.

Förslag till fortsatt forskning: Genomföra studien på ett eller flera svenska företag. Även intressant att jämföra den frivilliga informationen från flera företag med samma förutsättningar. Analysera den information som inte kan förklaras med hjälp av teorierna och ta reda på varför den lämnas och för vem den avses.



Innehållsförteckning

1 Inledning	1
1.1 Bakgrund	1
1.2 Problemdiskussion	3
1.3 Problemformulering	4
1.4 Syfte	5
1.5 Avgränsningar	5
2 Metod	7
2.1 Val av företag	7
2.2 Dokumentstudie	7
2.2.1 Metodkritik	8
2.3 Insamling och bearbetning av data	8
2.4 Tolkning och analys av data	9
2.5 Källkritik	9
3 Referensram	10
3.1 Teorier	10
3.1.1 Redovisningskommunikation	10
3.1.2 Redovisningsteorin	12
3.1.3 Intressentteorin	13
3.2 Tidigare forskning	14
3.2.1 Förklaringsvariabler till ökad informationslämning	14
3.2.2 Efterfrågad information	17
4 Empiri	21
4.1 Bransch	21
4.2 Tesco	22
4.3 Årsredovisningar	23
4.3.1 Operating and financial review	23
4.3.2 Directors' report	30
4.3.3 Corporate governance	31
4.3.4 Directors' remuneration report	33
5 Analys	37
5.1 Årsredovisningsdokumentets utveckling 1998-2007	37
5.1.1 Operating and financial review	37
5.1.2 Directors' report	38
5.1.3 Corporate governance	39
5.1.4 Directors' remuneration report	39
5.1.5 Konkurrensnackdelar	39
5.1.6 Förändrade reglers påverkan	40



5.2 Signifikansen i den frivilliga informationen	40
5.2.1 Finansiell och ickefinansiell information	41
5.2.2 Ledningens analys av finansiell och ickefinansiell information	42
5.2.3 Framåtriktad information.....	43
5.2.4 Information om ledning och aktieägare.....	44
5.2.4 Bakgrundsinformation om företaget.....	45
6 Slutsatser	46
6.1 Utvecklingen av den frivilliga informationen i årsredovisningen över tid.....	46
6.2 Tänkbara förklaringar till förändringen av den frivilliga informationen.....	46
6.3 Uppfyllelse av användarnas behov.....	46
6.4 Egna reflektioner.....	47
6.5 Förslag till fortsatt forskning.....	48
7 Källförteckning.....	49
7.1 Publicerade källor	49
7.2 Elektroniska källor	50
7.3 Årsredovisningar	50
Figurförteckning	
Figur 1. Kommunikationsmatrisen	11
Figur 2. Intressentförteckning.....	17
Figur 3. Rankingtabell	20
Figur 4. Tescos omsättningsutveckling 1998-2007	22
Figur 5. Sidantalets utveckling i Tescos årsredovisning 1998-2007.....	23



1 Inledning

Inledningskapitlet syftar till att ge en bakgrund till den ökande mängden frivillig informationslämning i företags årsredovisningar. Utifrån bakgrunden förs vidare en problemdiskussion kring ämnet som ligger till grund för studiens problemformulering och syfte. Avslutningsvis redogörs för studiens avgränsningar.

1.1 Bakgrund

Ökad konkurrens och snabba framsteg i teknologin har resulterat i dramatiska förändringar för företagen. För att överleva och konkurrera genomgår företag förändringar i organisation och stysätt, i sättet de arbetar och utvecklar nya produkter, de sätt de hanterar risker och i deras relationer med andra organisationer. Vinnare på marknaden är de företag som fokuserar på kunder, skalar bort aktiviteter med lågt värde, decentraliserar beslutsfattandet, reducerar tiden för att prestera nyckelaktiviteter samt formar allianser med leverantörer och kunder (även konkurrenter). Det är dessa som sätter tempot för andra som i sin tur måste utvärdera sina egna affärsverksamheter för att möta den ökande konkurrensen. Till följd av denna ökande konkurrens och verksamhetsförändringar, ändrar företag också sina redovisningssystem och den typ av information som lämnas om verksamheten (AICPA, 1991).

Vad redovisning innebär och används till är öppet för tolkning vilket gör att det finns många olika aspekter att titta på i ett redovisningssystem. Ser man exempelvis på redovisningen som ett historiskt protokoll, fästs vikt vid att säkerställa att data som produceras lever upp till kraven på objektivitet och verifierbarhet. Ger man istället redovisningen rollen att avbilda en existerande ekonomisk verklighet kommer fokus istället ligga på att balansräkningen ger en återspeglning av aktuella ekonomiska värden samt de värderingsmetoder som ligger bakom dessa värden. Hävdar man att redovisningen är ett informationssystem läggs vikten vid att redovisningsinformationen ska kunna kommuniceras till användarna på ett sådant sätt att de enkelt kan förstå den och ta den till sig. Man kommer då också fokusera på vilka som egentligen är användare av informationen och analysera användbarheten i det som ska kommuniceras. Vidare kan man möjligtvis se redovisningen som en vara som kan bytas och säljas utifrån utbud och efterfrågan på redovisningsinformationen. Denna syn kommer därmed att påverka om man ser behov för reglering av redovisningen på vissa områden eller inte och produktionen av informationen kan sägas följa ett "cost-benefit" – resonemang (Artsberg, 2003).

Dagens redovisning har allt mer utvecklats till ett informationssystem och företagen förväntas att, förutom den lagstadgade informationen, lämna ytterligare och kompletterande frivillig information i



form av exempelvis pressreleaser, kommunikation med finansanalytiker och i årsredovisningar. Intressenterna kräver i dagsläget att redovisningens upplysningar breddas från att bara innehålla finansiell information till att också inkludera tillräcklig och meningsfull kvalitativ information. Trots att kraven på den lagstadgade informationen ökat genom åren väljer många företag att lämna frivillig information utöver den lagstadgade. Det är fastställt att årsredovisningen har en viktig roll i att skapa och kommunicera företagets verklighet hos allmänheten. Årsredovisningen är också det mest heltäckande dokumentet över företags verksamhet som finns tillgängligt för allmänheten och får därför anses som den huvudsakliga upplysningskällan. Anledningen till att årsrapporten anses vara en så inflytelserik informationskälla för ett företags prestationer beror framförallt på dess täckning och tillgänglighet (Hooks, Coy, & Davey, 2002). I rapporten; *Steering Committee Report* (Steering Committee, 2001), diskuterar författarna de huvudsakliga element som i framtiden kommer att påverka kraven på frivilligt lämnad information. Man menar att förändringstakten i företagets miljö kring affärsrapportering kommer att göra den frivilliga informationen än mer viktig än vad den är idag. Det som ligger till grund för de ökade krav som ställs till följd av detta är fortsatt globalisering och mer spritt ägarskap som i sin tur resulterar i en allt större publik för företagets informationslämning. Man tror också att investeringsalternativen kommer att öka och att detta är något som företagen måste ta hänsyn till. Allt eftersom tiderna förändras kommer också olika sorters faktorer bli mer kritiska för företagets finansiella framgångar. Exempel på sådana faktorer är immateriella tillgångar samt utveckling av teknologin. Svårigheten med att mäta dessa faktorer kommer att påverkas av och även påverka nivån på investerarnas tilltro. Ytterligare faktorer som förespås påverka framtida krav på frivilligt lämnad information är konkurrens om kapital, människor och resurser. Kapitalmarknaderna kan mycket väl bli mer volatila och oförutsägbara i framtiden, varför företagets rykte kan komma att bli en allt viktigare faktor i hur väl de lyckas konkurrera om både människor och kapital.

Företagens motiv för att öka mängden frivillig information har uppmärksammats på bred front och ämnet har legat till grund för forskning. Ett motiv till att lämna frivillig information är att företag ser möjligheten att använda årsredovisningen som ett viktigt dokument och verktyg för kommunikation mellan företagets ledning och aktieägarna, inte minst i marknadsföringssyfte. En intressant aspekt i detta sammanhang är risken för att företag är mindre villiga att lämna negativ information i årsredovisningen då den alltmer används som ett marknadsföringsredskap. Även aktuella samhällsfrågor som tidigare inte tagits upp i årsredovisningen, såsom etik-, moral- och miljöfrågor, blir allt vanligare då företagets inställning till dessa frågor i större utsträckning påverkar investerarnas val. Utöver analytiker och investerare efterfrågas också information av anställda, kunder och lagstiftare. I



många fall efterfrågas inte samma information av olika intressenter och det är näst intill omöjligt att tillfredsställa alla behov. Utbudet kommer därför att bero dels på befintliga lagar och dels på kostnader som är direkt hänförliga till tillhandahållandet av upplysningarna. Som exempel kan nämnas kostnader för informationsinsamling, databehandling, skyddandet av patent och nackdelar i konkurrens och det senare torde vara av yttersta vikt i beslut om frivillig information. Konkurrensnackdelar uppstår när sådan information lämnas som potentiellt kan skada företaget, såsom att informationen skapar en ökad konkurrens eller ökad lagreglering. Av dessa skäl kan man förvänta sig att företagen lämnar frivillig information så länge fördelarna överskrider den sammanlagda indirekta och direkta kostnaden. Det kan också nämnas att de företag som lämnar frivillig information väljer att differentiera sig från andra aktörer. Effektiva tilläggsupplysningar kan ge en högre grad av transparens och förståelse till företagets finansärer. Informativa upplysningar hjälper också placerare att bättre förstå företagets strategier och risker, framgångsfaktorer som är viktiga på sikt, konkurrensituationen på det område som företaget verkar inom, företagets ramverk för beslutsfattande samt hur företaget försäkrar hållbara resultat (Steering Committee, 2001).

1.2 Problemdiskussion

Allt fler människor investerar i aktier och informationsmängden om investeringsalternativ ökar kraftigt. Detta i samband med att tiden för att fatta investeringsbeslut blir allt kortare. Utvecklingen leder till att omgivningen ställer allt högre krav på företags redovisning och i synnerhet då på kvaliteten på redovisningen. Redovisning är mer än de rent finansiella rapporterna och innehåller en rad olika delar såsom information om den operativa verksamheten, prestationsmätning, analyser, framtidsutsikter, företaget, ledningen och aktieägarna (Steering Committee, 2001). Problemet idag är inte att företag utesluter information av frivillig karaktär utan snarare att den information som lämnas riskerar att bli allt för omfattande och många gånger svårtolkad. Då utvecklingen går mot en alltmer innehållsrik informationsgivning är det av stor vikt att rapporterna är tillförlitliga och relevanta. Jämför man med regleringen av den obligatoriska informationen förordas just att redovisningen ska ha vissa kvalitativa egenskaper för att tillfredsställa användarnas informationsbehov. Regleringen utgår alltså ifrån ett användarperspektiv för den externa redovisningen. Användare av redovisning består av flera olika grupper, alla med olika behov av information, men den internationella normsättaren IFRS har utgått från ett ägarperspektiv i sin reglering. Med relevant information avses att den ska vara användbar för beslut medan tillförlitlighet syftar till informationens förmåga att spegla den ekonomiska verkligheten i företaget (Smith, 2006). Då informationen som lämnas är av allmän karaktär och avsedd till flera olika intressenter är tolkningen av denna information beroende på mottagaren. Om mängden information som lämnas av företagen ökar genom åren kan det



försvåra snarare än underlätta för läsaren att granska företaget. För att kunna förstå och tolka den ekonomiska informationen krävs det oftast vissa redovisningskunskaper av läsaren vilket kan resultera i att inte alla förstår den information som finns i årsredovisningen och den kan därför uppfattas som komplex och vilseledande.

I en studie av Eccles och Mavrinac (1995), påvisas att de informationslänkar som kopplar samman ledning, investerare och analytiker är märkbart bristfälliga och att det finns ett informationsgap mellan deltagarna på marknaden. Ledningen såg dem själva som proaktiva i deras kommunikation med analytiker och investerare, att de aktivt arbetar med att förutspå oroligheter och frågor och upprätthåller en pågående dialog med externa intressenter. Intressenterna hade dock en helt annan uppfattning och menade att företagen endast erbjuder frivilligt lämnad information om den anses relevant. När detta utbyte av data och information om företags strategier och verksamhet inte fungerar kan inte heller investeringsbeslut fattas på så lång sikt som önskas. I studien framkom också att både analytiker och investerare ser icke-finansiell information som betydelsefull för att stödja finansiella prognoser, dock är man inte övertygade om att denna information ska komma direkt från företaget. Orsakerna torde i huvudsak vara risken för att informationen är vinklad då sådan information inte sanktioneras av utomstående revisorer, att företagen endast rapporterar bra mätningar och att det sätt på vilket mätningarna utförs kan ändras genom åren och därmed göra historiska jämförelser omöjliga. Det är också svårt att använda icke-finansiell information vid jämförelser mellan branscher, något som också är kritiskt vid investeringsbeslut.

Ovanstående diskussion ger en inblick i den komplexitet som finns kring informationen i årsredovisningen. Det är nödvändigt för företagen att lämna frivillig information för att tillfredsställa intressenternas behov men uppgifterna är ändå frivilliga i bemärkelsen att dem inte behöver lämnas enligt lagen. Det finns alltså inga regler om vad som ska redovisas eller hur man ska redovisa den frivilliga informationen. Frågeställningen i denna rapport fokuserar på förändringen av den frivilliga informationen över tid för ett företag samt avser att belysa vad som redovisas, för vem och även användbarheten i den lämnade informationen.

1.3 Problemformulering

- *Hur har den frivilliga informationen i årsredovisningsdokumentet utvecklats över tid?*
- *Vilka tänkbara förklaringar kan finnas till förändringen av den frivilliga informationen i årsredovisningen och motsvarar informationen användarnas behov?*



1.4 Syfte

Studien syftar till att visa hur den frivilliga informationen har förändrats i årsredovisningen över tid och att analysera denna förändring med avseende på användbarheten för företagens intressenter. Rapporten syftar vidare till att belysa områden som företag anser vara så viktiga att de tas upp i årsredovisningen samt att se hur de olika områdena behandlats över tid.

Studiens teoretiska och praktiska bidrag riktar sig till såväl användare som producenter av den frivilliga informationen i årsredovisningen. Kunskap om hur den frivilliga informationen utvecklats över tid torde vara något som både användare och producenter behöver för att förstå dagens utformning av årsredovisningens frivilliga delar. För producenter är det också av yttersta vikt att ta hänsyn till användbarheten av, och efterfrågan på, den information som lämnas. En utredning kring detta kan därför fungera som en typ av mall vid företags utformning och vidareutveckling av informationsstrategier.

1.5 Avgränsningar

Den frivilliga informationen ger företagen möjlighet att leverera viktig information till sina intressenter och årsredovisningen, vilken man vet kommer att läsas av många, är en ypperlig plats för denna typ av kommunikation. Frivillig information kan även erhållas från en mängd andra källor såsom hemsidor, broschyrer, publikationer och företagspresentationer men listan kan göras avsevärt mycket längre. Det är dock den frivilliga informationen som presenteras i bolagets viktigaste rapport, årsredovisningen, som författarna kommer att granska. De främsta skälen till denna begränsning är att årsredovisningen enligt IFRS primärt är avsedd för investerare. Således torde den frivilliga informationen vara av en art som är användbar för denna intressentgrupp. Vad som ytterligare talar för denna avgränsning är att om företaget valt att publicera informationen i sin årsrapport kan man anta att företaget finner informationen relevant på ett eller annat sätt.

Vidare är det förändringar av informationen som kommer att analyseras. Detta eftersom årsrapporten i majoritet består av frivillig information samt att avsikten med rapporten är att identifiera förändringar, dess art och orsak. Det empiriska materialet bygger på årsredovisningsdokumentets innehåll för ett företag och visar på utvecklingen mellan åren 1998, 2001, 2004 samt 2007.

För att kunna granska den frivilliga informationen i en årsredovisning är det av vikt att kartlägga vad som skiljer frivillig och obligatorisk information. Enligt internationell redovisningsstandard, IAS 1:8,



ska den finansiella rapporten innehålla följande delar: balansräkning, resultaträkning, en redogörelse över förändringar i eget kapital, kassaflödesanalys och noter som ska förklara övriga delar. Övrig information ska alltså enligt denna standard avses som frivillig och regleras inte av IASB enligt IAS 8:10. Från notapparaten bortses helt i denna rapport.



2 Metod

Kapitlet inleds med en motivering av det för studien valda företaget. Vidare redogörs för utförandet av dokumentstudien med hjälp av den kvalitativa textanalysen samt för metodkritik. Insamling, bearbetning, tolkning och analys av data förklaras ingående och kapitlet avslutas med för studien relevant källkritik.

2.1 Val av företag

Några av världens största företag verkar inom dagligvaruhandeln och Tesco, som analyseras i denna rapport, är det tredje största företaget i branschen. Analyser av stora och framgångsrika företag är av allmänt intresse, i synnerhet för de personer som använder sig av bolagets produkter eller tjänster. Att valet föll på en utländsk aktör och inte något av de Svenska bolagen kommer sig av den smått häpnadsväckande tillväxt och utveckling som Tesco genomgått på senare år. Bolaget är också aktiv i sin redovisning och lämnar ovanligt mycket frivillig information. Kombinationen av tillväxt och informationsflöde avgjorde valet av företag men även avgränsningen att endast analysera den frivilliga informationen i årsredovisningsdokumentet. Ett företag som lämnar mycket information och använder sig av många olika typer av medier för att förmedla sina budskap torde även lägga stor vikt vid att presentera relevant information i årsredovisningen. Av resonemanget ovan framgår att valet av bolag är subjektivt i den bemärkelsen att det tilltalade författarna. Vad som bör tilläggas är att det allmänna intresse som finns för analyser av företag som befinner sig i täten av utvecklingen, inom vilket område det än må vara, väger tyngre än det mått av subjektivitet som eventuellt kan identifieras.

2.2 Dokumentstudie

Vår undersökning har genomförts genom en dokumenstudie där data i form av Tescos årsredovisningar för åren 1998, 2001, 2004 och 2007 har studerats. Tidsperioden har valts för att säkerställa att trender kan utläsas vid en jämförelse mellan åren. Dokumentstudien inleddes med en översiktlig genomgång av innehållet i årsredovisningarna som utmynnade i en tabell där innehållet systematiskt dokumenterades i form av avsnitt och rubriker. Detta för att snabbt få en översikt över vad som förändrats rent innehållsmässigt genom åren. Dokumentstudien har vidare genomförts med hjälp av en kvalitativ textanalys för att hitta lösningen på vårt övergripande forskningsproblem genom att besvara studiens frågeställningar. Ett viktigt skäl till att denna metod används är för att kunna gå in på djupet i textmaterialet och därmed urskilja samt analysera utvalda delar mer i detalj då vissa passager i texten kan vara av mer vikt än andra. Metoden används också med fördel då frågeställningen handlar om att systematisera innehållet i texterna och kritiskt granska det (Gilljam, Wängnerud, Esaiasson, & Oscarsson, 2003). I början av studien har ett öppet förhållningssätt



använts till frågeställningens tänkbara svar. Det som hittats i forskningsmaterialet är med andra ord det som avgjort svaren på dessa frågor och undersökningen styrs då av innehållet i texterna snarare än av vissa svarsantaganden. Grunden för slutsatser för att förstå händelser tas alltså i empiriska fakta och inte från formulerade hypoteser utifrån teorier vilket ger studien en induktiv ansats. Den induktiva ansatsen är passande för studier som vår, där utgångspunkten tas i insamlad empirisk data och där undersökningen är kvalitativ. Redovisningskommunikation är också ett relativt nytt område där få teorier som berör det specifika området finns att tillgå. Då det huvudsakliga syftet med denna studie är att se hur den frivilliga informationen i Tescos årsredovisning har ändrats över tid kan syftet huvudsakligen sägas vara deskriptiv då vi klargör hur man valt att göra och vilka samband som från detta kan utläsas.

2.2.1 Metodkritik

Tanken med en induktiv ansats är att forskarna ska gå in förutsättningslöst i processen och inte låsa sig fast vid specifikt förutbestämda teorier. Dock har kritik riktats mot denna metod då ingen kan gå ut i verkligheten med helt öppet sinne. Denna kritik är något som givetvis också kan göras gällande för denna studie då förkunskaper inom området och uppfattning om relevans gör att man medvetet eller omedvetet sorterar och gör avgränsningar av informationen. (Jacobsen, Thorsvik, & Sandin, 2002). Man kan också ha synpunkter på en metod där ett öppet förhållningssätt till möjliga svar används. Esaiasson (2003) påpekar att det då gäller att man i början kan behålla fokus på studiens problemställning och inte intresserar sig för spännande, men för studiens problemställning och syfte, irrelevanta sidospår. Detta öppna förhållningssätt har medfört ett omfattande arbete med framställandet av det empiriska materialet. Dock har det givit författarna möjligheten till att framställa informationen mer objektivt då analysverktyg inte använts för att systematisera innehållet i empirin.

2.3 Insamling och bearbetning av data

Då undersökningen baseras på en dokumentstudie består den inte av några primärdata, som samlats in specifikt för studien, utan endast av data av sekundärt slag. Dessa data består av Tescos årsredovisning för åren 1998, 2001, 2004 samt 2007 som hämtats från Tescos hemsida. Som nämnts i tidigare stycke, startade bearbetningen av informationen i årsredovisningarna med en översiktlig genomgång av innehållets utveckling vilket sammanställdes i tabeller. I nästa steg genomfördes en mer grundläggande textanalys där innehållet samt förändringarna i det fastställdes från år till år. Tyngdpunkten ligger således på fastställandet av vilken sorts information som lämnas inom olika



områden genom åren och på vilket sätt den presenteras, snarare än på vad som specifikt presenteras inom varje område.

Vidare har relevant information på området inhämtats från böcker, vetenskapliga artiklar samt Internetsidor. Utgångspunkten togs i vetenskapliga artiklar som hittades via olika databaser med syftet att få en bild av tidigare forskning på området. Efter genomgång av dessa valdes för studien relevanta artiklar som ligger till grund för analysen av det empiriska materialet. Även relevanta teorier har lyfts fram och använts vid analysen. Teorierna kan sägas vara av ett mer grundläggande slag och berör generella ansatser av forskningsområdet. Tidigare forskning i form av använda artiklar, har i sin tur en mer specifik inriktning mot studiens frågeställning. Källorna har noggrant valts ut för att få fram olika synvinklar på mängd av och innehåll i den frivilliga informationen samt för att få en så fullständig bild som möjligt av den forskning som tidigare gjorts på området.

2.4 Tolkning och analys av data

Förändringen av den frivilliga informationen, vilken kan utläsas direkt från empirin, har i analysen sammanfattats, förtydligats och exemplifierats. Det empiriska materialet har därefter granskats utifrån teoriernas modeller och förklaringsvariabler. Informationens användbarhet har analyserats med utgångspunkt från användarnas behov. Detta genomfördes med hjälp av indikatorer från såväl redovisare som mottagare av ekonomisk information.

2.5 Källkritik

Problem med sekundärdata i form av böcker och artiklar är att de kan vara vinklade efter författarens syn på ämnet samt att de ofta grundar sig på andra studier. Lundahl & Skärvad (1999) menar då att följdproblemet blir att man har svårt att skilja fakta från personliga vinklingar när så är önskvärt. För att överbrygga detta problem har vi därför använt oss av många olika källor inom närliggande ämnesområden och anser därför att personliga vinklingar borde uppväga varandra. För att öka sannolikheten för att informationen inte är förvrängd har vi kontrollerat att informationen i de olika källorna är framställda på liknande sätt och sedan utifrån detta valt den källa vi ansett passande. För att ytterligare säkerställa giltigheten i källorna har i högsta möjliga mån aktuella och samtida källor använts.



3 Referensram

Referensramen är uppdelad på teorier och tidigare forskning. De teorier som presenteras ger en grundläggande bild av forskningsområdet och ligger till grund för kommande analys av den frivilliga informationens utveckling. Tidigare forskning i sin tur består av vetenskapliga artiklar och är inriktad mot varför frivillig information lämnas samt användbarheten av den. Även den tidigare forskningen ligger till grund för kommande analys.

3.1 Teorier

3.1.1 Redovisningskommunikation

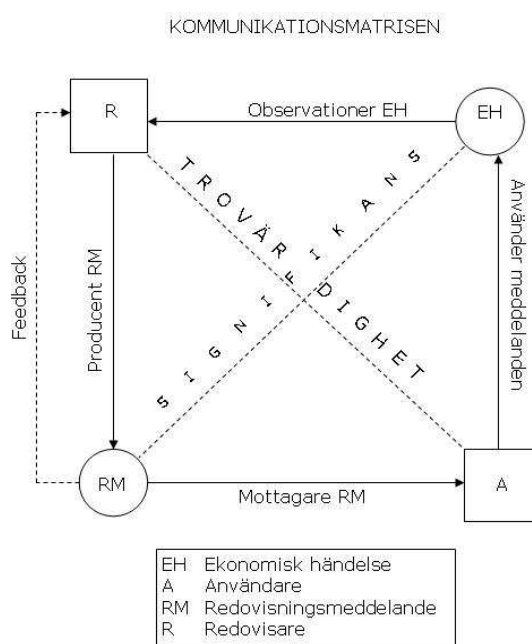
I artikeln; A Communication Theory Approach to Accountancy, från tidigt 60-tal utreds möjligheten till att kommunikationsteori kan appliceras på och vara användbart för att utveckla redovisningen. Den teori och modell som utvecklades är i princip den enda som fram till idag kan sägas beröra ämnet redovisningskommunikation.

Bedford och Baladouni (1962), konstaterade att om man ser på redovisning som en kommunikationsprocess kan man också få en klarare bild av redovisningsfunktionens karaktär och omfattning i det ekonomiska systemet genom att man för att beskriva redovisningsprocessen kan använda den underliggande strukturen av kommunikationsteori. För att kunna utveckla ett ramverk för en kommunikationsprocess och teori som passar för att studera redovisning bör man först skapa sig en förståelse för innebörden i själva begreppet kommunikation. Först och främst bör man förstå vad själva processbegreppet står för i en redovisningsprocess. Här kan konstateras att redovisningen inte utgörs av olika element i sig (organisation, redovisningspersonal, dataprogram, aktieägare osv.) utan av relationen mellan dessa element och framförallt kvaliteten på processen. Vidare bör man när man pratar om begreppet kommunikation ha i åtanke att olika kommunikationsmodeller är konstruerade för olika, särskilda ändamål och innehåller därför aldrig alla element av kommunikationsprocessen. En modell som dock ofta blivit citerad och som varit mycket användbar för exempelvis beteendeforskningen är Shannon's modell som ursprungligen utvecklades för elektronisk kommunikation. Modellen innehåller de fem baselementen; informationskälla, sändare, kanal, mottagare och destination. Trots variationer i använda element innehåller alla kommunikationsmodeller tre nödvändiga element i form av källa, meddelande och destination. Slutligen kan konstateras att kommunikation inkluderar två huvudsakliga dimensioner: en observations- och en produktionsdimension. Observationsdimensionen inkluderar att ta emot information om ett företags ekonomiska händelser, tolka informationen och välja ut den information



som ska kommuniceras. Produktionsdimensionen i sin tur inkluderar att koda informationen till meddelande och att överföra det kodade meddelandet till destinationen.

Bedford och Baladouni (1962), går sedan vidare för att utveckla en modell utifrån tesen att redovisning är en funktion och ett integrerat system av kommunikationsprocessen.



Figur 1. Kommunikationsmatrisen (Bedford och Baladouni, 1962)

Trovärdighet syftar till överensstämmelsen mellan vad som förstås av användaren av redovisningsmeddelandet och vad som redovisaren av meddelandet hade för avsikt att förmedla. Signifikans i sin tur syftar till redovisningsmeddelandets grad av relevans och fullständighet i förhållande till den ekonomiska händelse det representerar.

Då det är redovisaren som har ansvaret för att producera informativa redovisningsmeddelanden till användarna bör denne också ta hänsyn till vilken typ av meddelande som användarna behöver. Att denna hänsyn tas är av yttersta vikt för att kommunikationen över huvud taget ska vara rättfärdigad och destinationens behov bör därför fungera som vägledande princip för redovisaren. Genom denna försäkran om behov kan sedan redovisaren enklare producera redovisningsmeddelanden med hög trovärdighet och signifikans.



3.1.2 Redovisningsteorin

Ett konceptuellt ramverk för utformningen av redovisningen kan enligt Ijiri (1983), antingen vara beslutsbaserat eller ansvarsbaserat. I ett beslutsbaserat ramverk som är vanligast förekommande är

det beslutsfattaren, dvs. användaren av redovisningsinformationen, som är i centrum och tillhandahållaren (redovisaren) av redovisningsinformationen anses inte ha något direkt intresse av informationsflödet. I denna typ av ramverk är målet med redovisningen att tillhandahålla information som är användbar vid ekonomiska beslut och informationen kan handla om lite av varje. I detta ramverk är en grundregel att mer information alltid är att föredra mot mindre så länge det är kostnadseffektivt. I ett ramverk som istället bygger på ansvarsrelationen ligger fokus istället på just relationen mellan redovisaren och användaren av redovisningsinformationen. Målet inom detta ramverk syftar till att tillhandahålla ett rättvist informationsflöde mellan redovisaren och användaren. Den underliggande redovisningsrelationen ger användaren viss rätt till information samtidigt som redovisaren antas ha rätt till att skydda viss information. Mer information om redovisaren är inte alltid bättre som i det beslutsbaserade ramverket bara för att det gynnar användaren, utan beror på helheten i redovisningsrelationen. Detta synsätt ger en grundläggande och väldigt enkel bild av redovisningsfunktionen och kan vara bra att ta hänsyn till när man kritiskt ska granska frivillig information.

I ett ansvarsbaserat ramverk måste hänsyn tas till att redovisaren önskar presentera informationen i dessa båda delar på ett sätt som ger en så bra bild av företagets prestationer som möjligt. Av denna anledning är det av yttersta vikt att redovisningsinformationen är objektiv, alltså oberoende av vem som framställer den, och verifierbar vid ett senare tillfälle om behövt. Genom detta kan en rättvis redovisningsrelation upprätthållas då användaren av informationen skyddas från vinklingar från redovisarens sida samtidigt som redovisaren själv kan försäkra sig om att informationen inte kan påstås vara missledande. I det ansvarsbaserade ramverket ser man inte ett redovisningssystem som bara ett informationssystem, det viktiga är användbarheten av systemet i sin helhet och inte bara av själva redovisningsinformationen i sig. Grunden ligger i att man har en viss försäkring om ett ansvar som dokumenteras i rapporter och andra dokument genom redovisningssystemet. Fördelen med redovisningssystemet är alltså att redovisaren kan uppträda mer ansvarsfullt och användaren av redovisningen bygga upp ett större förtroende för denna även om ingen av dem använder eller aktivt tar del av informationen.



3.1.3 Intressentteorin

Intressentteorin framställer organisationen som en del av ett större samhällssystem där det råder ett beroendeförhållande mellan företaget och de olika intressentgrupperna. Intressenter definieras enligt Deegan & Unerman, (2005) som:

”Any identifiable group or individual who can affect the achievement of an organisation’s objectives, or is affected by the achievement of an organisation’s objectives.”

Många i samhället kan klassificeras som intressenter, såsom aktieägare, långivare, media, anställda med flera. Clarkson (1995) gör åtskillnad mellan primära och sekundära intressenter. Den primära intressenten definieras som någon vars deltagande är nödvändigt för företagets överlevnad. Den sekundära intressenten definieras som någon som påverkar och påverkas av företaget men som inte är involverad i dess transaktioner och därför inte är väsentlig för företagets överlevnad.

Ett synsätt är att alla intressenter, både primära och sekundära, har en viss grundläggande rättighet som inte får inskränkas. Detta innebär att alla intressenter har rätt att tillgodose med information från företaget som har en påverkan på dem. I takt med att intressenternas makt/inflytande ökar blir det allt viktigare för företagen att tillgodose intressenternas efterfrågan av exempelvis information om företagets aktiviteter. Förväntningarna hos de olika intressentgrupperna påverkar företagets operativa verksamhet och dess upplysningsstrategier men dessa förväntningar och även relationer kan förändras över tiden varför det är viktigt att företag löpande anpassar sina strategier. Det finns även en risk att företagen inte är objektiva vid sin presentation av information då det finns incitament till att visa den information som intressenterna vill ha (Deegan & Unerman, 2005).

Information om företaget kan förmedlas till de olika intressenterna genom den externa redovisningen. Med grund i detta ställer sig Smith (2006) frågan; *”På vilket sätt bör redovisningen vara utformad för att på bästa sätt tillfredställa användarnas informationsbehov?”*. Olika intressenter, såsom ägare, långivare, leverantörer, kunder, konkurrenter, anställda, stat och kommun, har olika informationsbehov och även inom en och samma grupp kan informationsbehovet variera mellan individer. Företagens ägare kan använda sig av den externa redovisningen dels i syfte att bedöma hur företagsledningen sköter företaget och dels för att ta beslut om köp eller försäljning av aktier i företaget. Både långivare och leverantörer är intresserade av företagets förmåga att infria sina betalningsförpliktelser och därmed är den information som lämnas i den externa rapporten viktig för att kunna bedöma kreditrisken. En annan intressentgrupp är kunderna där informationsbehovet är



mer inriktad mot produkterna. En grupp som enligt Smith (2006) sällan brukar nämnas i detta sammanhang är konkurrenterna som kan, likt andra grupper, ha ett intresse av företagets ekonomi. Detta kan resultera i att företag inte offentliggör viss information för att inte konkurrenter ska kunna använda den till sin fördel. De anställdas intresse av företagets ekonomi grundar sig i anställnings

tryggheten men även löneutvecklingen som är beroende av hur bra det går för företaget. Den sista gruppen som tas upp är stat och kommun där statens intresse är i egenskap av skatteindrivning.

3.2 Tidigare forskning

3.2.1 Förklaringsvariabler till ökad informationslämning

Precis som Smith (2006) lyfter även Cooke (1989) fram beroendeförhållandet mellan företag och intressenter och menar att huvudsyftet med att lämna information till olika grupper är att ge intressenterna möjlighet till att fatta beslut om hur de ska placera sina begränsade resurser. En vanlig drivkraft som föranleder frivillig information är enligt Cooke (1989) behovet av externt kapital till företaget. Bailey, Andrew & Salva (2006) fastställer att när ett företag förpliktigar sig till att lämna ökade upplysningar minskar risken för att informationsasymmetri ska uppkomma mellan ledning och aktieägare eller köpare och säljare av företagets aktier. En ledning som förutser transaktioner på kapitalmarknaden såsom emissioner eller uppköp av olika slag, kan reducera informationsrisken hos investerarna och då också reducera företagets kostnad för externt kapital genom att tillhandahålla frivilliga upplysningar. Vid en högre nivå av upplysningar är det också troligt att man attraherar investerare som på så sätt känner sig mer säkra i att aktietransaktioner sker till rättvisa priser vilket då också ökar likviditeten i företagets aktie. Detta är även något som Cooke (1989) är inne på när han säger att ha tilläggsupplysningar i årsredovisningen är ett sätt att minska kostnaden för att hålla aktieägarna uppdaterade och att undvika problematiken med etiska dilemman. Cooke (1989) tillhandahåller vidare fem förklaringar i enlighet med hypotesen om kapitalbehov till varför företag lämnar frivilliga upplysningar:

1. Extraintformationen hjälper till att attrahera nya aktieägare vilket leder till att efterfrågan på aktien hålls uppe och priset hålls på en rimlig nivå. Dålig information kan dock leda till att företagen undervärderas.
2. En ökning av informationen kan minska informationsrisken vilket skulle leda till lägre kapitalkostnad. Lägre kapitalkostnad leder till att projekt på marginalen blir lönsamma.



3. Att företag kan öka sitt kapital från aktiemarknaden genom att lämna mer information innebär att noterade företag tenderar att lämna mer information än onoterade.
4. Företag som är listade i flera länder har ofta intresse i utländska kapitalmarknader eftersom finansieringen ofta sker i det land där man etablerar sig. Den frivilliga informationen kommer därför att öka när företaget försöker anpassa sig till de utländska förhållandena.
5. Noterade företag ökar mängden frivillig information rörande socialt ansvar för att framstå som ansvarstagande. Är man ansvarstagande har man bättre förutsättningar för att få tillgång till externt kapital.

Den empiriska och teoretiska litteraturen föreslår vidare en rad olika variabler som kan förklara den frivilliga informationslämningen. Några av dessa är enligt Meek, Roberts & Gray (1995) storlek, bransch, internationell verksamhet och internationell liststatus.

Den variabel som mest frekvent rapporteras som signifikant i studier där man undersökt skillnader i företags informationspolicys är storleken på företaget. Generellt sett är det så att stora företag lämnar mer information än små. Detta kan bero på saker som att större företag har lägre produktionskostnader eller att de kanske har lägre kostnader för konkurrensnackdelar kopplade till informationen. Det är också mer troligt att större företag är mer komplexa och har en bredare ägarskapsbas än mindre företag, att agentkostnaden är högre och att större företag är mer känsliga för politiska kostnader. Dessa anledningar indikerar att större företag borde ha ytterligare incitament till att lämna frivilliga upplysningar jämfört med mindre (Meek et al., 1995). Cooke (1989) föreslår ytterligare skäl till att vi kan förvänta oss ett positivt samband mellan antalet tilläggsupplysningar och storleken på företaget. Ett skäl är att större företag är mer komplexa, har fler produkter och större geografisk utbredning. Komplexiteten gör att man måste ha kontroll, främst på ledningsnivå, för att möta finansiärernas krav. Vidare föreslår Cooke (1989) att ju större företag desto mer sannolikt att det attraherar individer med hög kompetens. Dessa bidrar då i sin tur till mer komplexa ledningsrapporteringssystem vilket genererar tilläggsupplysningar. Kravet på information från kunder, leverantörer, analytiker och allmänheten ökar också med storleken på företaget samtidigt som ett högre antal anställda i vissa fall kan leda till krav på mer information. Samtidigt kan större företag, i jämförelse med mindre företag, lättare motivera de extrakostnader som tilläggsupplysningarna ger upphov till eftersom det relativt sett handlar om små summor.

Branschtillhörighet kan ge ytterligare förklaring till varför vissa företag lämnar mer information än andra samt till vilken sorts information som lämnas. Största anledningen till att det skiljer sig åt



mellan branscher torde vara variationen i proprietary costs, dvs. politiska kostnader och risk för nackdelar i konkurrensen. Exempelvis är företag som bedriver forskning och utveckling mer känsliga för att viss information når konkurrenter och allmänhet än företag med färre affärshemligheter. Även relevansen i utvalda upplysningar beror på företagets branschtillhörighet varför detta starkt influerar frivilligt lämnad information (Meek et al., 1995).

Fler och fler företag verkar numera multinationellt och möter därmed en annan efterfrågan på information än den de möter på sin hemmamarknad. Samtidigt förändras ägarstrukturen och ett större antal av företagets aktier kan komma att innehas av utländska aktieägare. Sannantaget kommer därmed variationen i efterfrågad information att öka och vidare leda till en ökad nivå på företagets frivilliga informationslämning. Samma resonemang gäller även för förklaringsvariabeln internationell liststatus där påtryckningar kan förväntas komma från ytterligare kapitalmarknader.

Vidare fann Meek et al. (1995) att de faktorer som ovan nämnts och som förklarar frivillig informationsgivning i årsredovisningar skiljer sig åt beroende på informationstyp. Meek et al. (1995) delar upp informationen i strategisk information, ickefinansiell information samt finansiell information. De största multinationella företagen verkar vara trendsättare vad gäller att tillhandahålla frivillig information av finansiell och ickefinansiell typ. I dessa två typer av information kan man också urskilja en viss branshpåverkan då företagen verkar ta hänsyn till vad deras närmsta konkurrenter väljer att lämna för slags information då de utformar sina egna rapporter. Man menar också att information av icke-finansiellt slag är ett europeiskt fenomen samtidigt som strategisk information mest kan hänföras till Kontinentaleuropa, det sistnämnda kan dock generellt sett också hänföras till internationellt listade multinationella företag. Dock finner man ingen koppling till storlek eller branschtillhörighet vad gäller strategisk information.

Artikeln *The Nature of the Interaction between Mandatory and Voluntary Disclosures*, behandlar lagkrav som förklaringsvariabel till ökad frivillig informationslämning. Författaren menar att trots att den finansiella regleringen ålägger företagen att lämna stor och ökande mängd av lagstadgad rapportering, tenderar företagen att tillhandahålla kapitalmarknaderna med ytterligare relevanta upplysningar genom flertalet kommunikationskanaler. Man tror att den lagstadgade informationen påverkar innehållet i den frivilliga informationen och att den lagstadgade därför är av yttersta vikt för företagets strategier vad gäller frivillig informationslämning (Einhorn, 2005).



3.2.2 Efterfrågad information

Enligt en rapport gjord av AICPA (1991), kallad Jenkins-rapporten, påvisas att förbättringar i rapporteringens kostnadseffektivitet leder till ett ökad värde för både användare och producenter. Med detta i baktanke koncentrerades undersökningen till användarnas informationsbehov för att identifiera och utvärdera förbättringsidéer. Olika användare använder verksamhetsrapporteringen på olika sätt. Nedan följer den lista som AICPA utgått från i sin undersökning:

<i>Type of User</i>	<i>Reason for Using Business Reporting</i>
Investors	Help with investment decisions
Creditors	Help with credit decisions
Management and board members	Help with decisions about managing the business
Employee groups	Help understand compensation policies and a company's ability to meet compensation and benefit commitments
Competitors	Help evaluate competitive strengths and weaknesses and business strategy
Regulators	Help assess compliance with regulations
Academics	Provide data for research
The press	Provide data for articles
Users concerned with various social causes	Help assess a company's involvement in areas of concern

Figur 2. Intressentförteckning (AICPA, 1991)

Baserad på användarnas informationsbehov samt med hänsyn till kostnader och fördelar med potentiella förbättringar utvecklades rekommendationer för att förbättra företags verksamhetsrapportering. Nyckelpoängen i dessa rekommendationer var att tillhandahålla mer information med ett framåtriktat perspektiv som innefattar; ledningens framtidsplaner, möjligheter, risker samt osäkerheter i mätningar. Större fokus efterfrågas också på faktorer som skapar värde på längre sikt samt icke-finansiella mått som ger indikationer på hur viktiga verksamhetsprocesser utvecklas. Externt rapporterad information bör vidare bättre knytas an till den information som rapporteras till ledningen för att sköta verksamheten.

Man kunde vidare identifiera fem huvudområden där användarna behövde företagsspecifik information:



1. Finansiell och icke-finansiell information

Informationen i denna kategori är av två slag; finansiell information och relaterade upplysningar samt operativ information och prestationsmått som ledningen använder för att sköta verksamheten.

Finansiell information är det centrala i en verksamhetsrapportering. De representerar den finansiella bilden av ett företag både i en specifik tidpunkt och över tiden. Många investeringsbeslut baseras till stor del på informationen av finansiell art. Eftersom årsredovisningens finansiella del tillhandahåller ett brett spektrum av information finns det möjligheter för många användare att fokusera på just de trender och relationer som de finner mest användbara. Den operativa informationen innefattar statistik över ett företags aktiviteter. Prestationsmått i sin tur är information om företagets viktigaste verksamhetsprocesser. Studien indikerar att användare är lika intresserade av, och diskuterar och skriver lika utbrett om, ett företags verksamhetsaktiviteter, processer och händelser som påverkar företaget som finansiella mått. Om användarna ska kunna nå sitt mål med att förutspå ett företags finansiella framtid krävs information om aktiviteter, processer och händelser samt en översättning av dessa i finansiella termer. Den operativa information och de prestationsmått som användarna finner mest användbar verkar vara de som framställs på verksamhetens segmentsnivå.

1. Ledningens analys av finansiell och icke-finansiell information

Användarna finner ledningens analys viktig för att förstå de verksamhetsspecifika anledningarna till förändringar i företaget. De vill även ha information om förändringar relaterade till marknadsacceptans, produktivitet, kostnaden för nyckelresurser, lönsamhet, innovation, förändringar i den finansiella ställningen, likviditet och förekomsten och effekterna av ovanliga eller ej återkommande händelser. De vill också få information om identifierade nyckeltrender och effekter av tidigare identifierade trender. Ledningens analys och diskussion ansågs alltför ytlig för att få fram verksamhetsförklaringar till förändringar och trender. De ansåg också att man fokuserade allt för mycket på positiva händelser och vill se en mer balanserad rapportering där både positiv och negativ utveckling lyfts fram. Vidare ansågs att redogörelsen för verksamhetens segment var förvirrande och ofullständig.

2. Framåtriktad information

I studien har man också fått fram att användare finner det användbart med ledningens syn på två typer av framåtriktad information. Den första handlar om möjligheter och risker och den andra om ledningens planer inför framtiden. Trots att användarna är intresserade av prognostiserad finansiell



och operativ information är detta inte något man önskar att ledningen ska förutspå i verksamhetsrapporteringen.

3. Information om ledning och aktieägare

Användarna är intresserade av information om styrelsemedlemmars och ledningens bakgrund. Man är även intresserade av typen av och storleken på ledningens kompensation, på vilket sätt denna bestäms samt ledningens aktieinnehav. Intresse finns också av ägarskapet i företaget genom identiteten på de huvudsakliga aktieägarna och sådana arrangemang som kan resultera i förändringar i kontrollen över företaget. Transaktioner och relationer mellan stora aktieägare, styrelsen, ledningen, leverantörer, kunder, konkurrenter och företaget är också av intresse.

4. Bakgrundsinformation om företaget

Användarna behöver även information om företagets bakgrund för att de ska kunna skapa sig en mental bild av företagets verksamhet och vad som genererar kassaflöde och vinst. Denna information efterfrågas för varje segment. Mer specifikt efterfrågas information gällande övergripande mål och strategier, inriktning och beskrivning av verksamheten och dess tillgångar samt hur branschstrukturen påverkar företaget.

År 2001 publicerades *Steering Committee Report* med målet att hjälpa företag att förbättra deras affärsrapportering. Detta genom att tillhandahålla bevis över hur många ledande företag lämnar utökade frivilliga upplysningar samt genom att lista exempel över dessa upplysningar. Exempelen ska sedan kunna ge företagen hjälpfulla idéer på hur man kan beskriva och förklara sin investeringspotential för investerare. Den grundläggande premisen i projektet är att man genom förbättringar i upplysningar bidrar till en mer effektiv kapitalallokerings – process samt reducerar den genomsnittliga kapitalkostnaden. I rapporten konstateras att många ledande företag lämnar omfattande frivilliga upplysningar om företagsinformation som verkar vara användbar i kommunikationen med investerare. Som konstaterats i tidigare kapitel av denna studie tror man också att de frivilliga upplysningarnas betydelse kommer att öka i framtiden på grund av den snabba förändringstakten i dagens affärsmiljö. Mycket av det som fastställs i rapporten påminner om det som framkom i Jenkins-rapporten (AICPA, 1991) tio år tidigare. Sådana frivilliga upplysningar som är relaterade till saker som är av vikt för ett individuellt företag ter sig vara mycket användbara, i synnerhet upplysningar om ledningens syn på företagets kritiska nyckelfaktorer och trender kring dessa. Trots att man fann en del upplysningar om ej identifierade immateriella tillgångar, efterlyser man ytterligare information om dessa eftersom de är av så stor betydelse vid fastställande av



företagens värde. Immaterialiteter inkluderar inte bara sådant som kommer från forskning och utveckling utan också sådant som humankapital, kundrelationer, innovationer med mera. Vidare menar man att trots att man funnit många exempel på användbara upplysningar av framåtriktad information finns det utrymme för en signifikant breddning av detta material. Frivilliga upplysningar bör heller inte bara täcka goda nyheter utan också besvikelser. Upplysningarna är som mest användbara om de täcker in tidigare fastställda planer och mål och de uppnådda resultaten av dessa. De parametrar som används av företag för att sköta arbetet och driva affärsstrategierna är ofta mycket användbara frivilliga upplysningar. Dessa parametrar bör förklaras och konsekvent rapporteras från period till period så länge de fortsätter att vara relevant för företagets framgång. Dock bör man inte fortsätta att upplysa om sådana parametrar som inte längre är aktuella eller när de kan/ har ersatts av andra mått. De förslag som lämnades på innehållet i den frivilliga informationsgivningen är i stort sett identisk med de fem punkter som Jenkins-rapporten utmynnade i. Enda skillnaden är att man i denna rapport även efterfrågar information om immateriella tillgångar.

Utifrån de frivilliga tilläggsupplysningar som användare och producenter av årsredovisningen anser vara viktigast när det gäller påverkan på aktiens marknadspris har Myburgh (2001) sammanställt en rangordning. Utav de 49 punkter respondenterna fick rangordna ansågs 32 av dem vara av mycket stor betydelse. Det kunde också utläsas en väsentlig enighet bland användare och producenter vad gäller hur punkternas betydelse rankades. Nedan presenteras en tabell över de tio punkter som användarna rankade högst samt en jämförelse med hur producenterna rankade betydelsen av samma punkter:

<i>Voluntary disclosed item</i>	<i>Users</i>	<i>Compliers</i>
Reasons for changes in results addressed by director or chairman	1	2
Management's operating and financial review	2	1
Turnover or revenue disclosed in the interim report	3	4,5
Turnover or revenue figure disclosed in the table of comparative statistics	4	4,5
Future dividend and profit expectations in the interim report	5	10
Detailed discussion of activities in the directors' or the chairman's report	6	9
Cost of sales disclosed in the annual report	7	22
Detailed comments on results disclosed in the interim report	8	6
Net asset value disclosed in the table of comparative statistics	9,5	8
Profitability ratio disclosed in the table of comparative statistics	9,5	3

Figur 3. Rankingtabel (Myburgh, 2001)



4 Empiri

Empirikapitlet inleds med bakgrundsinformation om Tesco och den marknad företaget verkar på. Vidare presenteras den frivilliga informationen i årsredovisningens olika delar. Informationsutvecklingen under de för studien undersökta åren presenteras under respektive del av årsredovisningen och tar sin utgångspunkt i det första undersökta året varpå förändringar mellan resterande år presenteras.

4.1 Bransch

På senare tid har den globala detaljhandelsmarknaden kraftigt omvandlats genom fusions- och förvärvsdrivna sammanslagningar samt genom uppkomsten av multinationella/transnationella företag, så kallade TNC:s. Samtidigt som europeiska detaljhandelsföretag dominerar eliten av dessa TNC:s har de sin bas på den inhemska europeiska marknaden som i sin helhet fortfarande är mycket fragmenterad. I början på 2000-talet var det också denna europeiska marknad som ansågs strategiskt central för framträdandet av de globala transnationella företagen, inte minst genom utmaningen från etableringen av världens största detaljhandelsföretag Wal-Mart. På en topp-tio lista över världens detaljhandelsföretag gjord 2001 utifrån marknadskapitalisering (kapitalbindning), återfinns fyra matvaru- och handelsvarukedjor som verkar på den europeiska marknaden; Ahold, Carrefour, Wal-Mart och Tesco. Trots att den europeiska marknaden ansågs vara strategiskt central var det dock bara två av dessa, Carrefour och Tesco, som fanns med bland de tio största matvarukedjorna i västra Europa. En majoritet av vad som spenderas av konsumenter i Europa är koncentrerat till de tre största marknaderna; Tyskland, Frankrike och Storbritannien. Tillsammans med Italien stod de för ungefär 75 procent av matvaruförsäljningen i EU i slutet av 1990-talet. I sin helhet är marknaden för matvaror i EU dock starkt fragmenterad. Bara 7.5 procent av försäljningen kontrolleras av den ledande matvarukedjan Carrefour och endast 30 procent av de tio ledande kedjorna tillsammans (Wrigley, 2002).

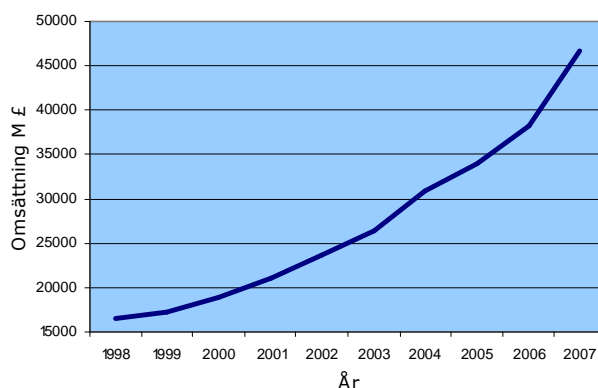
Vad gäller marknaden för dagligvaror i Storbritannien ser läget något annorlunda ut. Ser man till marknaden för "supermarkets" domineras denna av en handfull stora aktörer. Bland dessa aktörer återfinns Storbritanniens största detaljhandelskedja Tesco samt andra stora kedjor som Sainsbury's, Asda och Morrisons (fooddecision.com). Dessa kedjor konkurrerar huvudsakligen genom låga priser vilket också resulterat i låga vinstmarginaler. Det som trots detta varit nyckeln till att driva industrin framåt är de förändringar i socioekonomiska trender och konsumentbeteenden som man på senare år kunnat urskilja (mcos.com).



På eftertraktade och hårt konkurrensutsatta marknader som den europeiska är det viktigt för företagen att nå ut med värdefull information till sina intressenter. Då årsredovisningsdokumentet är ett forum som enkelt når ut till alla intressenter på samma gång kan man ana att aktörer på dagligvarumarknaden ser och utnyttjar detta informationsforum till fler ändamål än rent redovisningsmässiga.

4.2 Tesco

Den första Tescobutiken öppnades i England år 1929 och har idag växt till att bli världens tredje största dagligvarukedja. Från att ha varit en ren livsmedelskedja har Tesco utvecklats till en koncern med ett flertal olika produkter och tjänster. I dagsläget erbjuder företaget förutom livsmedel och dagligvaror, trädgårdsprodukter, bensin, telefoni, försäkring och finansiella tjänster. Företagets omsättning har växt kraftigt under den för studien aktuella perioden vilket illustreras i diagrammet nedan. Tescos organiska tillväxt består av såväl förvärv som nyetablering.

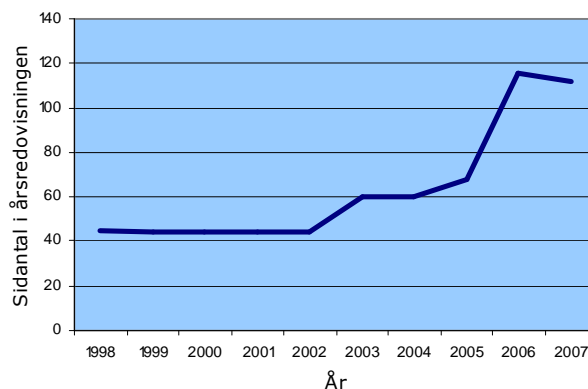


Figur 4. Tescos omsättningsutveckling 1998-2007

Tesco står i dagsläget för cirka 30 procent av försäljningen i Storbritanniens dagligvaruhandel och är världens tredje största dagligvarukedja efter amerikanska Wal-Mart och franska Carrefour (fooddecision.com). Tesco är också ett företag som till skillnad från exempelvis Wal-Mart lämnar mycket information av frivillig karaktär och använder sin redovisning som ett "levande dokument". För att förstå utvecklingen av redovisningen och framförallt den frivilliga delen av den kan Tesco fungera som ett bra fallstudieföretag. Inte minst för att de är verksamma på en marknad som genomgått stora förändringar den senaste tiden men framförallt för att de visat ett stort intresse av



att tillhandahålla mycket information i sin årsredovisning. Den ökade informationsmängden i årsredovisningen illustreras nedan.



Figur 5. Sidantalets utveckling i Tescos årsredovisning 1998-2007

4.3 Årsredovisningar

4.3.1 Operating and financial review

Tesco inleder sin årsredovisning med en översikt över den operativa verksamheten och finansiella ställningen. Under rubriken ger företaget ett sammandrag av årsredovisningens olika delar. Till viss del sammanfattas obligatorisk information men då det inte är ett krav att redovisa denna översikt består alltså stycket av frivillig information. Huvudrubriken, *Operating and financial review*, förekommer i samtliga av de granskade årsredovisningarna.

Operating and financial review 1998, består av en analys av företagets prestationer samt förtydliganden av olika delar såsom resultat och operativ verksamhet såväl som beskattning och kapitalförvaltning. Stycket innehåller vid sidan av grafik 14 olika underrubriker. Här följer nu en genomgång av bolagets redovisning på området i årsredovisningen 1998.

I kapitlet går företaget igenom försäljningsintäkter, marginaler och skatt för koncernen. Man går även in på bolagets utveckling i Storbritannien för såväl försäljning som för operativt resultat. Tillväxten under året förklaras med lyckade satsningar på kundlojalitet, förbättrad service, sänkta priser och investeringar. Man redovisar även för den expansion av verksamheten som skett och hur



väl man lyckats med utlandssatsningen. Man redogör för strategierna som använts och kommer att användas vid etableringen. När det gäller Europa redovisar Tesco att man under året avyttrat delar av verksamheten i Frankrike samt att målsättningen är att bli en av de ledande aktörerna i Central-europa.

Tesco redovisar även för lanseringen av ett paket med finansiella tjänster för konsumentledet under året. I paketet ingår olika typer av kontokort/kreditkort men också hemförsäkringar och lån. Detta är nya områden för bolaget men man säger sig ha stor efterfrågan på denna typ av tjänster och väljer att utöka sina affärsområden. Man redovisar även för ökningen av skulderna samt förändringarna av årets räntekostnader, vilka enligt rapporten är hänförliga till expansionen i Irland samt att skattenivån procentuellt sett förändrats.

På det operativa planet redovisas antalet nyöppnade och stängda butiker. Tesco genomför ett program för att förbättra verksamheten som bygger på att utöka butiksytan till förmån för andra produkter än livsmedel. Vinstutdelningen har ökat och även personalen har fått del i vinsten genom prestationsrelaterade ersättningar. Information lämnas om hur aktiekursen förändrats samt hur styrelsen förväntas vilja disponera vinstmedlen. Vidare beskrivs avkastningen på aktien som en kombination av kursutveckling och utdelning, ett mått som har använts samtliga undersökta år.

Tesco har enligt redovisningen en speciellt tillsatt grupp, Group Treasury, som arbetar med placeringar i derivat, finansiella instrument, tillgång till externt kapital samt riskhantering. Basen för verksamheten är att skydda sig mot olika finansiella risker. Det handlar alltså inte om spekulativ verksamhet som andra finansiella avdelningar arbetar med. Styrelsen dikterar villkoren och planen som Group Treasury ska arbeta efter. Det finns en uttalad strategi för hur man ska hantera expansion av verksamheten vilken redovisas i översikten. Företagets policy är att finansiera sina dotterbolag genom en kombination av avsatta vinstmedel, banklån, obligationslån, leasing etc. Vidare beskrivs olika räntesatser som använts för att hitta kapitalkostnaden i olika projekt. För att säkerställa kontinuitet i verksamhetens finansiering använder Tesco försäkringar för kortfristiga lån och värdepapper. Man begränsar även mängden lån som förfaller på kort sikt av samma orsak och företaget har en genomsnittlig förfallotid på över fem år för utomstående lån. Policyn för hantering av valutakursdifferenser är att använda utlandslån, swapar och valutatransaktioner.



Likheter/skillnader i Operating and financial review från år till år

Operating and financial review för år 2001 har fått en ansiktslyftning jämfört med 1998. Det är dock främst det grafiska som har förändrats och informationen som lämnas är i princip den samma som tidigare. Rubrikantalet har ökat marginellt från 14 till 16 rubriker. Vissa tillägg och utökningar av informationen kan dock identifieras. Man redovisar mer ingående för hur olika faktorer påverkat företaget samt hur faktorerna uppstått. Exempel på mer utförlig redovisning är områdena: skatt, goodwill, utdelningar och avyttringar. Man presenterar exempelvis såväl genomsnittlig som effektiv skatt i procent och justerat resultat per aktie vilket inte skedde år 1998. I ett försök att lätta upp redovisningen presenteras "Fact Files" för de regioner som Tesco verkar i. Faktarutorna ger en högst översiktlig information om bland annat marknadspotentialen i respektive region.

Redovisningen av den finansiella verksamheten bygger på tidigare års redovisning. Man kan identifiera vissa skillnader med avseende på innehållsmängden och i viss mån kvaliteten på stycket. Avsnittet har utökats med ett riskresonemang och huvudsaklig finansiell risk består enligt redovisningen av risken att inte få tillgång till kapital för att möta affärsbehovet, motparters oförmåga att betala samt fluktuationer på ränte- och valutamarknaderna. De för även ett resonemang om den genomsnittliga löptiden för företagets skulder samt vad som anses vara optimalt för företaget. Man har även börjat ta med kreditvärdighetsintyg från externa aktörer i delen som berör företagets finansiering. Tesco väljer att redovisa mer utförligt för hur räntor hanteras än tidigare. Det förs även ett resonemang kring hur en räntehöjning i Storbritannien skulle påverka företagets marginaler. Vidare diskuteras målsättningar och strategier för att undvika och hantera de risker som uppstår på området.

I *Operating and financial review* för 2004 har informationsmängden ökat marginellt. Rubrikerna är 19 till antalet men textmassan är inte nämnvärt förändrad. Innehållsmässigt har det skett förändringar och om man börjat redovisa strategier år 2001 har man utvecklat konceptet avsevärt i årets redovisning. Man har en underrubrik som kallas "Group Strategy" som beskriver den fyrdelade koncernstrategi för långsiktig tillväxt som företaget säger sig följa. Den ska enligt årsredovisningen ha uppförts för sju år sedan och består av kärnverksamheten i Storbritannien, non-food growth, retailing services och international men det är första gången som strategierna presenteras i denna del av årsredovisningen. Koncernomsättningen som nu presenteras följer en redovisningsstandard som kallas FRS 5 och det är första gången som författarna stöter på en hänvisning av detta slag i översikten. Vidare redogör man för vinster från verksamhet som ej tillhör ordinarie verksamhet



något man inte tidigare gjort. Här redovisas också hur man använt sitt kapital under året, koncernens kassaflödesutveckling samt hur fördelningen av skulderna utvecklats.

Total utdelning till aktieägare beräknas som tidigare år men nytt är att man jämför med ett index. Det rent operativa, riskhantering etc. presenteras som tidigare. En stor skillnad är djupet i resonemang kring hur ränta hanteras och man presenterar såväl optimal fördelning på lånestocken med avseende på fast och rörlig ränta som hur företaget påverkas av räntehöjningar. Tesco Personal Finance (TPF) har utökats med en betydande försäkringsverksamhet i samverkan med experter från Royal Bank of Scotland.

Eftersom EU beslutat om att samtliga noterade bolag (i EU) ska följa IFRS från och med år 2005 planerar Tesco år 2004 för att förbereda sig på denna omställning. Förändringen kommer att appliceras på räkenskapsåret som slutar i februari 2006. Det har genomförts en större utvärdering av skillnaderna mellan de gamla och de nya reglerna. Man tittar på ett bredare perspektiv av implementeringen såsom hur förändringarna ska kommuniceras till allmänheten. För den som är intresserad av mer information hänvisar man till hemsidan för såväl finansiell som ickefinansiell information och pressmeddelanden.

Operating and financial review 2007 har gått från att vara ett översiktligt dokument som sammanfattar mått och händelser i verksamheten till en mer utförlig beskrivning av finansiella händelser, strategier, balanserade styrkort, KPIer, mål och visioner som ska ligga till grund för finansiellt beslutsfattande på hög nivå. Man säger sig ha en väletablerad och konsistent strategi för tillväxt vilket har stärkt kärnverksamheten i Storbritannien och driver utvecklingen på nya marknader. Fundamenten i strategin är tillväxt för kärnverksamheten, framgångsrik utlandsetablering, att vara lika stark på både matvaror som konsumtionsvaror samt utveckla tjänster såsom personlig finans, telecom och tesco.com. Man lämnar en stor mängd information om bolagets verksamhet i olika delar av världen. Man fortsätter sedan med "Joint ventures and Associates", "Exceptional Items", "Finance Costs and Tax", "Underlying Diluted Earnings per Share", "Dividend", "Cash Flow and Balance Sheet", "Return on Capital Employed", och "Total Shareholder Return". Ett program för återinvestering av lämnad utdelning erbjuds till aktieägarna som bygger på att företaget säljer existerande aktier till ägarna för utdelningen, så kallad "Dividend Reinvestment Plan". Man redovisar alltså en mängd information som tidigare inte tagits med.



Den fyrdelade strategin som tidigare använts är fortfarande aktuell och de ger goda resultat eftersom företaget fokuserar på kunderna. Från att ha gällt shoppingupplevelse enbart vill man nu fokusera på att underlätta för kunderna, sänka priserna för att hjälpa kunderna att spendera mindre, ge kunderna mer valmöjligheter i form av små-, stor-, och onlinebutiker. Detta för att skapa värde och enkelhet för komplicerade marknader. Nytt är att man ändrat de egna varumärkena efter kundernas önskemål till mer organiska produkter och man har även infört ett nytt märkningssystem vilket ger kunderna en näringsvärdesdeklaration för produkten. Det finns ett sparprogram i företaget, Step-Change, och tanken är att göra verksamheten bättre för kunderna, lättare för personalen samt billigare för Tesco. Det som sparas återinvesteras för kundernas räkning.

Bolaget har året före meddelat att man ska frigöra kapital från egendom och man presenterar genomförda och kommande affärer. Här lämnas noggrann och ingående information om hur förändringen i kapitalstrukturen är tänkt att genomföras samt vilka proportioner som ska gälla efter omfördelningen.

Trots svåra ekonomiska förhållanden och politiska oklarheter på vissa marknader har det överlag gått bra internationellt sett. Ett undantag som man pekar på är Ungern som inte haft god vinstutveckling. Asien och Europa behandlas tämligen utförligt och faktorer som försäljningstillväxt, antal nya butiker samt hur väl företaget utvecklats i respektive land/region lyfts fram. Det är en ganska utförlig etableringsplan, inklusive budget i huvuddrag som företaget lämnar.

Helt nytt för året är att man presenterar ett stort avsnitt om ”Key Performance Indicators” (KPIs). Stycket innehåller utförliga tabeller och beskrivningar av nyckelfaktorerna i företaget. Man arbetar numera efter ett balanced scorecard och har den interna informationen som utgångspunkt. Utgångspunkten har valts för att tillfredsställa samtliga intressenters behov. Ett stort antal KPIs övervakas, såväl finansiella som ickefinansiella.

Under riskavsnittet beskrivs nu vad som avses med risk samt att det är en naturlig del i att bedriva verksamhet. Så förutom att beskriva de för företaget aktuella riskerna för man nu ett mer generellt resonemang kring begreppet. Hur man arbetar med identifiering och hantering av risker presenteras mer utförligt i avsnittet *Corporate governance*. Man påpekar också att om en affärsstrategi skulle leda in på ett felaktigt spår får det konsekvenser för verksamheten. Därför måste man förstå och hantera risker på ett riktigt sätt så att verksamheten kan drivas långsiktigt och intressenterna gynnas. Bland annat påpekas att man arbetar aktivt med att bredda verksamheten för att inte bli för beroende av en



affärgren. Risken att inte leva upp till strategierna bygger främst på att utomstående faktorer kan få marknaden att svikta.

Risken att förlora sitt goda rykte påpekas och förklaras. Vidare pratar man om hur emotionell lojalitet till varumärket Tesco är nyckeln för att bredda verksamheten. Värdet i Tesco finns representerat i alla led av verksamheten och Code of Ethics fungerar som ledare för hur man bemöter kunder, leverantörer och anställda. Man försöker få strategierna att reflektera verksamheten på ett sätt som ger samtliga intressenter vad de behöver. Man har ett avsnitt som berör produktsäkerhet och meddelar att huvudprioriteten är de egna varumärkena. Vidare beskrivs hur man tillsammans med leverantörerna utarbetar en gemensam förståelse för de standards som ska gälla. Etiska risker i leverantörsledet är också något som behandlas. Här beskrivs de leverantörer man har över världen det komplexa förhållanden som råder mellan dem och företaget. För att minimera riskerna arbetar man med sina leverantörer i takt med att dem växer. Rännerisk hanteras och redovisas som tidigare och likaså kreditrisk. Redovisningen av Tesco Personal Finance samt försäkringsverksamheten är i princip oförändrad.

Förändringen i butiksyta presenteras mer utförligt under egen rubrik i kombination med antal nyöppnade butiker samt typ av butik. Non-food, eller konsumtionsvaror är något man fortsätter satsa stort på och delen ökar snabbare än resterade delar. Till skillnad från tidigare år redogör man för öknings i försäljningen för enskilda produktgrupper. Tesco har även bestämt sig för att göra Non-Food mer tillgängligt varför en stor satsning på försäljning via tesco.com har inletts. Satsningen går under namnet Tesco Direct vilket ger kunderna ett flertal valmöjligheter gällande hur man vill köpa och hur man vill ha varorna levererade.

Resurser och relationer är ett område som behandlas tämligen ingående i årsredovisningen för 2007. Kunderna har fått säga sitt i en enkätundersökning vars resultat tillsammans med informationen som samlats in via kundernas medlemskort ligger till grund för en kartläggning av kundernas behov. Tesco medger dock att man inte alltid tolkar signalerna rätt men att man genom sin strategi fortsätter att jobba för kunderna.

Konkurrenssituationen har tidigare inte tagits upp men man redogör nu för den hårda konkurrensen från såväl inhemska som utländska aktörer. Tesco beskriver att om man misslyckas med att konkurrera med pris, sortiment, kvalitet eller service kan det få svåra konsekvenser för koncernens



resultat. Eftersom man noga övervakar indikationer kan man snabbt ställa om verksamheten till de förändrade förhållandena.

Personalen anses vara företagets ”viktigaste tillgång” och att se efter sin personal så att dem ser efter kunderna är ett av kärnvärdena i organisationen. Man satsar stort på att vara marknadsledare på personalfrågor och man uppmuntrar sina leverantörer att också sträva efter goda personalförhållanden. Man pratar om hur personalen kontinuerligt utvecklas och de utbildningsprogram de har tillgång till. Man arbetar också aktivt med att hålla sig med en diversifierad personalstab. Ålder, kön, ”ras”, hudfärg, etnicitet, handikapp, sexuell läggning etc. ska inte ha någon betydelse och alla ska behandlas lika. Avtalspensionerna är ett annat område som man prioriterar i Tesco. Man informerar om sitt prisbelönta ersättningssystem som gör det möjligt att attrahera och behålla de bästa medarbetarna. IFRS har haft effekt på redovisningen av pensionsskulden och genom de nya reglerna har företaget minskat sina framtida förpliktelser.

Corporate Responsibility dyker upp för första gången och Tesco skriver:

”As a responsible Company, Tesco works hard to bring real benefits to the communities we serve, the environment and the economy.”

För att belysa detta visas engagemang i FTSE4Good och Dow Jones Sustainability indices. Området utvecklas dock betydligt mer ingående. Enligt årsredovisningen har företaget fått önskemål från allmänheten att utnyttja sin storlek för att verka som en god kraft i samhället. Som ett resultat av detta har Tesco introducerat en samhällsplan som en del i det balanserade styrkortet. Det ges också en beskrivning över hur planen med olika mål som ska uppnås av företaget har utvecklats under året. För att kunna vara ett framgångsrikt och långsiktigt företag arbetar man aktivt med att hålla priserna nere och kvaliteten uppe utan att för den sakens skull förstöra miljön eller skada leverantörer och tillverkare av företagets produkter. Man arbetar med sina leverantörer för att dela kunskaper och lyssnar på feedback från leverantörerna. Tesco är även en av de fyra aktörer som deltar i det av staten drivna projektet att utveckla en uppförandekod för dagligvarebranschen så kallad Supermarkets Code of Practice. Man genomför också revideringar av de leverantörer som producerar de egna varumärkena för att med 100 procent säkerhet kunna försäkra att inga missförhållanden råder.



På miljöområdet ger man information om den plan man har för hur man i framtiden ska kunna minska mängden förpackningar samt märka ut huruvida en förpackning kan återvinnas eller ej. Energiförbrukningen har minskats som en följd av att man har prioriterat området och detta trots att butiksytan ökat. Vidare förklaras det system som används för att kartlägga hela produktcykelns utsläpp av koldioxid. Detta för att kunderna ska kunna skapa sig en bild av varans miljöpåverkan lika lätt som om det var en näringsvärdesdeklaration. Det framgår även hur man gör för att uppmuntra kunderna att välja miljövänliga produkter. Tesco menar att kunderna bevisligen handlar mer miljövänligt om företaget lämnar rätt information, möjlighet och incitament. På hälsoområdet redovisar man att man är den första butikskedjan som till fullo tillämpar näringsvärdesdeklarationer på samtliga egenproducerade livsmedel. Community and Charities är också ett nytt redovisningsområde för år 2007. Här redovisas olika engagemang som Tesco deltar i såsom samarbete med Röda Korset och att finansiera datorer för skolor. Tesco redovisar även att man försöker att öka andelen närproducerade varor i butikerna. Strategier för hantering av omgivningen utarbetas tillsammans med nyckelintressenter och experter. Man har tillsatt en Corporate Responsibility Committee för att hantera riskerna.

Operating and financial review avslutas med följande uttalanden:

"The OFR's intent is to provide information to shareholders and should not be relied on by any other party or for any other purpose".

"Where this review contains forward-looking statements, these are made by the Directors in good faith based on the information available to them at the time of their approval of this report. These statements should be treated with caution due to the inherent uncertainties underlying any such forward-looking information".

4.3.2 Directors' report

Directors' report, som på svenska betyder förvaltningsberättelse, är förmodligen den del av årsredovisningen där det inte har skett några större förändringar genom åren varken när det gäller textmassan eller formuleringen. Rapporten presenterar bland annat företagets kärnverksamhet, medarbetarstrategi och de olika intressenterna.

Nedan följer en redogörelse för innehållet i rapporten för år 1998. Denna redogörelse ligger sedan till grund för jämförelsen från år till år.



Denna rapport som genom samtliga år består av två sidor börjar med att beskriva vad företaget gör och vilka länder de verkar i. Därefter kommer ett avsnitt med information om företagets gruppresultat, eventuella vinster eller förluster. Här finns även en rubrik om förslag till utdelning. Därefter skriver man kort om företagets tillgångar och eventuella köp eller försäljning. Vidare tar man upp eventuella förvärv och olika investeringar företaget planerar eller har genomfört. Därefter lite om aktiekapitalet, bonus som ska delas ut och företagets aktieägare. Här nämns även styrelsemedlemmarna men man hänvisar till ett annat dokument utanför årsredovisningen för mer utförlig information om medlemmarna. Vad som även tas upp här är företagets medarbetarpolicy där man pratar om de anställdas roll i företaget och vikten med utbildning och kunskap om företaget för att ge bästa möjliga service till kunderna. Eventuella donationer från företaget tas också upp här och följs sedan av policy för leverantörsbetalningar och ett avsnitt om vem som reviderar företaget. Denna rapport avslutas med information om årsstämman.

Likheter/skillnader i Directors' report från år till år

De få skillnader som kan utläsas genom åren gäller vissa rubriker som företaget antingen har valt att ta bort eller lägga till. En skillnad mellan år 1998 och övriga år är en rubrik kallad "Acquisitions", som tar upp de förvärv/köp som har gjorts under året. I årsredovisningarna efter år 1998 har denna rubrik tagits bort och hittas istället i andra delar av årsredovisningen. En annan skillnad är rubriken "Going Concern" (fortlevnadsprincipen) som år 1998 hittas under avsnittet *Corporate Governance* (bolagsstyrning) men som har flyttats och istället från år 2001 och framåt hittas under avsnittet förvaltningsberättelsen. Rubriken "Company's shareholders" är ett tillägg från 1998 och återfinns för alla efterföljande år. En rubrik som endast finns med år 2007 är "Events after the balance sheet date" där man förklarar händelser efter balansdagen.

Sammanfattningsvis har som tidigare nämnts inga större förändringar skett och denna rapport har genom åren mer eller mindre varit densamma.

4.3.3 Corporate governance

Rapporten om *Corporate governance* som kan översättas till bolagsstyrning och som under samtliga år börjar med att nämna att kod för bolagsstyrning följs, innehåller bland annat beskrivning av styrelsen och dess medlemmar, hur ofta dem träffas och deras arbetsuppgifter. Här skriver man även om den interna kontrollen, vem som ansvarar för den och de olika delar internkontrollen består av. Till skillnad från föregående avsnitt har det här hänt en del förändringar genom åren. Informationen har med åren ökat då man på senare år pratar mer om exempelvis internkontroll och vikten av den.



Rubrikerna och texten har genom åren ändrats och omarbetats till att vara längre, mer ingående och strukturerade.

Även här följer en redogörelse för innehållet i rapporten för år 1998 som sedan ligger till grund för jämförelsen från år till år.

Som tidigare nämnts börjar denna rapport med att företaget följer bolagsstyrningskoden som motsvarar den svenska koden för bolagsstyrning. Därefter redogör man för företagets styrelsemedlemmar, hur många de är, hur ofta de träffas och vilka arbetsuppgifter de har i företaget. Man berättar även om företagets revisionskommitté, ersättningskommitté och nomineringskommitté. Här tar man även upp den interna kontrollen och att styrelsen har ansvaret för systemet men även de andra kommittéernas roll för att internkontrollen fungerar. Den här rapporten innehåller även ett avsnitt om fortlevnadsprincipen. Slutligen nämns hur pensionsfonder förvaltas. Ett separat stycke som finns längre ner i denna rapport är uttalande från utomstående revisorer som kommenterar företagets redogörelse av bolagsstyrningen.

Likheter/skillnader i Corporate governance från år till år

Rapporten från 2001 på 3 sidor är något längre än den från 1998 som är på 2 sidor men däremot har antalet rubriker minskat det senare året. Texten känns mer flytande då texten under respektive rubrik är längre jämfört med 1998 och några rubriker förflyttats till andra delar av årsredovisningen, fortlevnadsprincipen som tidigare nämndes är ett exempel på en sådan som har flyttats under 2001. Avsnittet som kan översättas till "Rapport av revisorer till styrelsen angående bolagsstyrning", där revisorerna uttalar sig om vad de anser om företagets bolagsstyrningsstruktur, (Basis of opinion) finns inte heller kvar. En märkbar skillnad är tillägg av ett avsnitt som kallas "Relations with shareholders" och som inte alls nämns i 1998 års rapport men som finns med 2001. Dessutom har företaget under 2001 mer och utförligare information om internkontroll och vikten av den jämfört med tidigare år. Man har även döpt om vissa avsnitt trots att innehållet är i princip detsamma som till exempel "Board and board committees" som istället döpts om till "Directors".

En förändring kan även utskiljas mellan åren 2001 och 2004 då både strukturen och innehållet har förändrats. Från att ha varit en rapport på 3 sidor är den nu på ungefär 5 sidor och man har ännu mer tyngdpunkt på den interna kontrollen och riskmanagement som även är mer strukturerad och ingående jämfört med tidigare år. I det senare året skrivs också mer om företagets bolagsstyrningsstruktur och de olika kommittéer, bland annat en CSR kommitté (Corporate Social Responsibility



Committee), som finns. Avsnittet om "Relations with shareholders" som var nytt för 2001 finns även med i 2004 års rapport där man pratar om hur viktiga aktieägarna är. Detta år pratar man även om andra intressenter och deras roll i företaget och därmed kallas rubriken för "Relations with the stakeholders" och vänder sig till fler berörda än bara aktieägarna.

Åren 2004 och 2007 är i princip lika långa till sidantal men även här har förändringar skett jämfört med varandra. Under 2007 har man återigen gjort en del ändringar och döpt om rubrikerna och strukturerat om upplägget och förtydligat innehållet även om informationen i sig inte skiljer sig så mycket från det tidigare året. Det märks att tyngdpunkten läggs på internkontroll då den har bearbetats och informationen är mer tydlig när det gäller internkontrollens olika delar och ansvarsfördelningen.

4.3.4 Directors' remuneration report

Under samtliga av de granskade åren innehåller Tescos årsredovisning en rapport av ersättningskommittén över styrelsens ersättning. Rapporten har samma placering i årsredovisningen för samtliga år, dock väljer man att benämna den lite olika. I denna rapport presenteras i huvuddrag ersättningskommitténs uppgifter, ersättningspolicyn för styrelsen, ledningens incitamentsprogram samt de delar vilka dessa består av.

Nedan följer en redogörelse för innehållet i rapporten för år 1998. Denna redogörelse ligger sedan till grund för jämförelsen från år till år.

1998 års rapport innehåller nio stycken rubriker och är cirka två sidor lång om man bortser från den plats som används till tabeller. Man börjar med att behandla den ersättningspolicy som utformats för styrelsemedlemmar (Director's remuneration policy). Här redogörs för vem som fastställer ersättningspaketet, vad man tar hänsyn till när ersättningspaketet fastställs och vilken funktion det fyller. Ersättningskommittén försäkrar att det ersättningspaket som används avspeglar styrelsens ansvar med hänsyn till företagets finansiella och operationella position, den hårt konkurrensutsatta marknaden på vilken man verkar samt det behov av att rekrytera och behålla en kompetent ledning. Man behandlar också "compliance" (uppfyllelse) och informerar om hur länge kommittén sitter och vilka regler man följt när ersättningspaketet utformats. Vidare redogörs för styrelsens grundlön och förmåner. Normalt omprövas grundlönen årligen av kommittén och hänsyn tas då till praxis på marknaden som stöds av två externa, oberoende undersökningar. Man presenterar också en tabell, "Directors' emoluments", som visar styrelsemedlemmarnas löneförmåner uppdelat på lön,



vinstdelning, förmåner samt kort- och långfristiga incitamentsprogram. Vidare upplyser man om det vinstdelningsprogram som alla anställda med minst två års anställning inom företaget får ta del av.

Under rubriken "Executive incentive scheme", ledningens incitamentsprogram, beskrivs hur man använder sig av prestationsbaserade belöningar för att tillhandahålla en ökande del av variabla belöningar för att reflektera företagets prestationer. Här beskrivs vad kort- och långfristig bonus bygger på för måluppfyllelse och hur ofta de faller ut. Man visar också en tabell med "Gains made on share options". Vidare beskrivs hur kommittén sätter prestationsmålen, bekräftar uppnådda mål och belöningar samt dirigerar det administrativa arbetet kring programmet. "Executive directors" innefattas också av ett aktieoptionsprogram, "share option scheme", varpå man också presenterar vilka prestationer som detta program grundar sig på. Kortfattat beskrivs slutligen pensionssystemet, avtalslängden för "executive directors" samt ersättningen till "non-executive directors". Man visar också en tabell över pensionsdetaljer för styrelsemedlemmarna. Rapporten avslutas med ytterligare tre tabeller över "Share options held by directors and not exercised at 28 February 1998; Executive share options schemes (1984), (1994) and (1996)", "Share options held by directors and not exercised at 28 February 1998; Savings-related share options schemes (1981)" och "Disclosable interests of the directors, including family interests".

Likheter/skillnader i Directors' remuneration report från år till år

Precis som för år 1998 innehåller rapporten för år 2001 nio stycken rubriker, dock är den något förkortad och är nu bara cirka en och en halv sida lång om man bortser från den plats som används till tabeller. Innehållet är identiskt mellan de två åren sett till vilka rubriker och tabeller som använts samt till den information som lämnas och hur den framställts. Under de flesta rubrikerna är texten till och med ordagrann mellan åren.

Det är mellan åren 2001 och 2004 som man kan se den största förändringen vad gäller hur man väljer att presentera informationen. Mellan dessa år har också rubrikerna förändrats något och de är nu tolv till antalet. Även sidantalet har ökat från cirka en och en halv till fyra och en halv sida. Vad som kan utläsas under de nya rubrikerna och det som förmodligen också gör att sidantalet ökar, är att man nu väljer att framställa informationen i en mer förklarande text. Exempelvis förs en diskussion om fördelar och nackdelar med olika former av belöningar och man ger också utförlig information om de parametrar som ligger till grund för belöningarna. Under rubriken; "The remuneration committee", väljer man nu till skillnad från tidigare år att också informera om vilka bestämmelser kommittén styrs av samt vilka relationer medlemmarna har till företaget. Man klargör



exempelvis att alla medlemmar är oberoende ”non-executives”, att ingen medlem i kommittén har något personligt finansiellt intresse i företaget förutom som aktieägare och att de inte har någon inblandning i det dagliga arbetet i att sköta företaget. Man presenterar också namnen på kommitténs medlemmar samt presenterar vilka som medverkat på de sammankomster man haft under året och vilken roll var och en då haft.

En annan tydlig förändring är att man i 2004 års årsredovisning ingående förklarar vikten av företagets ersättningspolicy samt vad målet med den är. Man framhäver vidare att man utvärderat och omarbetat policyn för att få rätt effekter av den. Sedan väljer man att också stolpa upp de huvudelement som policyn bygger på och redogör för vilka mål som ska uppnås för att varje ersättning ska falla ut. Man väljer också att presentera framåtriktad information och förklarar vilka delar av ersättningspaketet som är under omarbetning och vad det kan komma att ge för effekter framöver. Vidare pratar man för första gången genom de granskade åren om hur viktigt det är att de förändringar som görs bidrar till att ledningens och aktieägarnas intressen följer samma spår. Kopplat till detta har man valt att lägga till en ”performance graph” som visar aktieägarnas totala avkastning under de sista fem åren jämfört med ett index (Etablerad och bred jämförelsegrupp av företag liknande Tesco). Ett ytterligare tillägg från tidigare år är rubriken total ersättning. Här presenteras information om hur ofta man granskar ”executive directors” totala ersättning och vad man utgår från och jämför med i denna granskning. Man visar också de delar som det totala ersättningspaketet bestod av under året vilket inte gjorts under något av de tidigare åren. Informationen under rubriken ”Service agreements” (anställningsavtal) är mer omfattande jämfört med tidigare år. Man har beslutat om en del ändringar i avtalen vilka man klargör och ger förklaringar till. Rubriken och informationen om grundlön och förmåner som återfanns i 1998 och 2001 års rapport har för detta år helt tagits bort.

Mellan åren 2004 och 2007 ändras upplägget på rapporten något. I stället för att samla all text under huvudrubriker väljer man nu istället att använda sig av många fler underrubriker och därigenom förtydliga vad varje textmassa tar upp. Sammanlagt använder man åtta huvudrubriker och elva underrubriker och sidantalet har ökat från fyra och en halv till sex sidor. Ett exempel på hur man använt sig av underrubriker finns i stycket som handlar om ersättningskommitténs arbete där man valt att dela in texten i underrubrikerna; ”Composition of the committee”, ”The role of the committee” och ”Activities of the committee”. De två sista innehåller text som inte funnits med tidigare år och tydliggör syftet med kommittén, dess uppgifter och hur arbetet har fortgått under redovisningsperioden. Informationen under rubriken styrelsens ersättningspolicy är ett annat exempel på hur man



omarbetat och förtydligt innehållet i årsredovisningen. Här har man valt att lägga till stycken om vilka ansvarsområden olika styrelsemedlemmar har och vilka ersättningar och incitamentsprogram som de är delaktiga i.

Tills skillnad från år 2004 har man för år 2007 också valt att tydliggöra informationen med hjälp av bilder. Till exempel har man en bild som visar på olika ersättningsformer och dess roll i att skapa en balans mellan fast lön och prestationsbaserad ersättning. En annan bild sammanfattar ersättningspaketet och visar olika former av ersättning, olika prestationsmått och syftet med varje form av ersättning och mått. Detta år ser man också för första gången vissa jämförelser med andra företag vad gäller former på belöningar och dess för- och nackdelar. Något annat som är nytt är att man förklarar varför man inte kan gå ut med viss information då detta leder till allt för stora konkurrensnackdelar, exempel på sådan information är framtida målsättningar som ligger till grund för mätning och utfall i bonussystemet. För år 2007 går man tillbaka till att presentera information om grundlön vilket var borttaget i 2004 års årsredovisning. Under denna rubrik väljer man nu att ta med information om den fasta lörens funktion och vad som tas hänsyn till när den sätts. Texten under rubriken "Non-executive directors", är också utvecklad och visar nu även på hur stor ersättningen är för varje person. Rubriken "Outside appointments" är ny och här lämnar man information om "executives" som är "non-executives" i andra bolag. Informationen fanns med 2004 men inte under en egen rubrik och inte lika utförligt. Man har även valt att förtydliga informationen genom att lägga till en tabell. Under övriga rubriker som är nya i jämförelse med 2004 är informationen i stort sett ändå likvärdig med information som tidigare funnits med under andra rubriker. Att rubrikerna ökat till antal är därför till stor del mycket tack vare att man valt att strukturera om rapporten. Två nya tabeller har lagts till i årsredovisningen för år 2007 jämfört med den för 2004 och visar "Long-term Performance Share Plan" och "Executive Incentive Plan".



5 Analys

Kapitlet inleds med en analys av årsredovisningsdokumentets utveckling mellan 1998-2007. Denna analys genomförs i varje del för sig av det empiriska materialet med hjälp av kopplingar till teorier i referensramen. I kapitlets andra del analyseras signifikansen i den frivilliga informationen. I huvudsak tar denna analys sin utgångspunkt i tidigare forskning.

5.1 Årsredovisningsdokumentets utveckling 1998-2007

5.1.1 Operating and financial review

Operating and financial review är den del av den frivilliga informationen som genomgått störst förändring över tid. För åren 1998, 2001 och 2004 är redovisningen relativt likartad och den stora förändringen sker först år 2007. Från att ha varit en kort sammanfattning av företagets operativa och finansiella händelser har *Operating and financial review* utvecklats till en utförlig beskrivning av strategier och risker samt ger andra förklaringar till företagets resultat. Dokumentet liknar mer en omvärldsanalys än en översikt över verksamheten. Istället för att ge investeraren den information som kan anses nödvändig för att utföra en analys bidrar nu Tesco med en, i princip, färdig analys av företagets finansiella och operativa verksamhet. Ett exempel på en färdig analys är avsnittet om risk som belyser allt ifrån affärsstrategi till produktsäkerhet.

När man ser till Tescos utveckling av den frivilliga informationslämningen i årsredovisningsdokumentet bör man också relatera den till företagets tillväxt genom åren. I takt med att ett företag växer, etablerar sig på nya marknader och utvecklar nya produkter är det också logiskt att mängden lämnad information ökar. Inom ramen för denna studie är det svårt att analysera huruvida informationsökningen kan anses vara proportionerlig med Tescos tillväxttakt. Dock kan förändringen relateras till en rad olika förklaringsvariabler till ökad informationslämning, däribland storlek, bransch, internationell verksamhet och liststatus. Den variabel som enligt Meek et al., (1995) mest frekvent rapporteras som signifikant i studier där skillnader i företags informationspolicys undersökts är storleken på företaget. Då Tesco har blivit mer komplext och även fått en bredare ägarskapsbas i takt med att man växt, är det troligt att agentkostnaden ökar och att man blir mer känsliga för politiska kostnader. Sammantaget indikerar detta att större företag som Tesco borde ha incitament till att lämna mer upplysningar, vilket de också gjort. Tesco verkar också i en bransch där kunderna är konsumenter vilket leder till att intressentgruppen ”kunder” är extremt stor. Då kunderna blir mer medvetna om vad de vill ha ökar kraven på företaget att informera om rätt saker. Exempelvis börjar Tesco redovisa för CSR (samhälleligt ansvar) på bred front år 2007. En annan



orsak till att CSR tas upp i redovisningen är enligt Cooke (1989) att man vill framstå som ansvarstagande för att attrahera externt kapital. Ytterligare variabler som leder till ökad variation i efterfrågan på lämnad information för företag som Tesco, är internationell verksamhet och internationell liststatus. Varje enskild variabel kan dock inte alltid förklara den totala ökningen i informationsmängd. Meek et al., (2005) menar att hur väl en variabel förklarar ökningen av frivillig information beror på vilken typ av information som lämnas. De typer av information som tas upp är finansiell, ickefinansiell och strategisk och samtliga av dessa typer har ökat i Tescos redovisning. Detta gör att de enskilda variablerna, i detta fall, kan förklara ökningen.

En annan stor förändring är att informationen som lämnas förefaller vara riktad till en större grupp än tidigare. Från att ha redovisat information som kan anses viktig för främst aktieägare lämnas nu information som riktas till samtliga intressenter. En möjlig förklaring till förändringen kan hämtas ur intressentteorin vilken deklarerar att förväntningarna hos olika intressentgrupper påverkar företagets operativa verksamhet, dess upplysningsstrategier och således dess redovisning. Då förväntningar och relationer förändras över tiden är det viktigt att företag löpande anpassar dessa strategier.

Trots att ovanstående resonemang tyder på att informationen allt mer riktar sig till samtliga av Tescos intressenter friskriver sig företaget från att informationen skulle kunna vara användbar för andra än aktieägare med följande citat:

”The OFR’s intent is to provide information to shareholders and should not be relied on by any other party or for any other purpose”.

5.1.2 Directors’ report

Trots att *Directors’ report* inte genomgått några dramatiska förändringar under den granskade perioden förefaller det som om företaget arbetar med rapporten. Framförallt är det strukturella förändringar som kan urskiljas genom att rubriker lagts till, tagits bort och flyttats till och från andra delar av årsredovisningen. Att inte sorten information och sättet att framställa den förändrats avsevärt kan möjligtvis hänföras till att stora delar av informationen är en sammanfattning av årsredovisningens finansiella delar. Informationen i sig har alltså inte ändrats även om siffrorna som presenteras reflekterar företagets verksamhet under aktuell redovisningsperiod.



5.1.3 Corporate governance

Detta är en del av årsredovisningen som genomgått förändringar och det är speciellt vissa delar som utvecklats och givits mer fokus. Förändringarna kan kopplas till de två kommunikationsdimensioner som Bedford & Baloudini (1962) belyser. Observationsdimensionen innebär att välja ut den information som ska kommuniceras och på detta område finns klara förändringar. Till exempel väljer företaget i årsredovisningen för 2001 att lägga till information om aktieägarrelationer, något som längre fram breddas till att gälla samtliga intressenter. Detta indikerar att Tesco tar denna typ av relationer på större allvar. Utifrån intressentteorin vidgas alltså perspektivet från att endast ha lyft fram sina primära intressenter till att även inkludera de sekundära. Produktionsdimensionen, dvs. att koda informationen till meddelande och att överföra det kodade meddelandet till destinationen har också förändrats över tid. Exempel på detta är den omfattande utvecklingen av informationen kring den interna kontrollen. Omarbetningen av *Corporate governance* -stycket som gjort det längre, mer ingående och mer strukturerat tyder också på ett aktivt arbete med produktionsdimensionen. Tesco börjar även nämna CSR i redovisningen. Enligt Cooke (1995) skulle, vilket tidigare nämnts, detta kunna tyda på att man vill framstå som ansvarstagande för att på så sätt förbättra förutsättningarna för externt tillfört kapital.

5.1.4 Directors' remuneration report

Vad som kan utläsas av rapporterna över de fyra undersökta åren är att de områden för vilka information lämnas, inte ändras avsevärt. Förändringen ligger i stället i kvaliteten på informationen då den utvecklas och blir mer utförlig, förklarande och på flertalet ställen mer specifik. Från att bara presentera rena fakta går man också mer och mer över till att argumentera kring och förklara fördelen med sina ställningstaganden på olika områden. Tesco väljer också att presentera avsevärt mycket mer framåtriktad information, framtida scenarion och möjliga effekter av olika förändringar i de senare årsredovisningarna. Även i denna rapport kan förändringarna kopplas till de två kommunikationsdimensioner som (Bedford & Baladouni, 1962) presenterar. Observationsdimensionen är i princip oförändrad då samma sorts information lämnas genom åren. Produktionsdimensionen däremot, har utvecklats och förbättrats med avseende på ovan nämnda kvalitetsförbättring. Denna förändring är mest markant mellan årsredovisningarna för åren 2001 och 2004.

5.1.5 Konkurrensackdelar

Det ramverk för utformning av redovisning som Ijiri (1983) kallar beslutsbaserat fokuserar på att mer information alltid är att föredra mot mindre. I det ramverk som istället bygger på ansvarsrelationen ligger fokus istället på just relationen mellan redovisaren och användaren av redovisnings-



informationen som ska leda till ett rättvist informationsflöde dem emellan. Användaren anses ha rätt till viss information men lika viktigt är att redovisaren har samma rätt att skydda information. Smith resonerar kring att företag möjligtvis avstår från att lämna vissa upplysningar för att inte ge konkurrenterna möjlighet att ta del av känslig information och använda den till sin fördel. Att detta är något som Tesco tagit hänsyn till i sin framställning av den frivilliga informationen framgår i *Directors' remuneration report* för 2007. Här förklaras att man inte kan gå ut med viss information då detta leder till allt för stora konkurrensnackdelar. Exempel på sådan information är framtida målsättningar som ligger till grund för mätning och utfall i bonussystemet.

5.1.6 Förändrade reglers påverkan

En förklaringsvariabel till ökad frivillig information som snarare kan hänföras till hela redovisningsdokumentet som en helhet än specifika delar av det, är den som behandlar lagkrav. I artikeln *The Nature of the Interaction between Mandatory and Voluntary Disclosures*, påpekar författaren att trots att den finansiella regleringen ålägger företagen att lämna stor och ökande mängd av lagstadgad rapportering, tenderar dem att tillhandahålla kapitalmarknaderna med ytterligare relevanta upplysningar genom flertalet kommunikationskanaler. Det finns därmed tecken på att den lagstadgade informationen påverkar innehållet i den frivilliga och att den lagstadgade därför är av yttersta vikt för företagets strategier vad gäller frivillig informationslämning. Med grund i ovanstående resonemang och det faktum att Tescos informationslämning drastiskt utökats genom åren, är övergången från UK GAAP till IFRS år 2005 något som ej kan bortses från. Att ta reda på effekterna av övergången ligger inte inom ramen för denna studie varför vi inte kan uttala oss om huruvida de lagstadgade kraven är hårdare efter övergången eller ej. Trots detta kan man inte helt bortse från att delar av ökningen av lämnad frivillig information kan vara hänförlig till de nya lagreglernas påverkan på företagets strategier för frivillig informationslämning. *Operating and financial review* har exempelvis, som framgått av tidigare analys, utvecklats explosionsartat mellan åren 2004 och 2007.

5.2 Signifikansen i den frivilliga informationen

Så tidigt som 1962 fastställde Bedford & Baladouni vikten av att ta hänsyn till vilken typ av information som användaren av redovisningen behöver och efterfrågar. Ansvar för att producera informativa redovisningsmeddelanden ligger således hos redovisaren. Om kommunikationen är rättfärdigad genom försäkran om ett behov, är det mer troligt att redovisningsmeddelanden produceras med hög trovärdighet och signifikans.



Utgångspunkten i denna analys tas i Jenkinsrapporten (AICPA, 1991) och de fem huvudområden där det identifierats att användarna behövde företagsspecifik information. I Jenkinsrapporten tas hänsyn till många olika användares informationsbehov. Vad gäller Steering Committee Report (Steering Committee, 2001) är denna undersökning mer inriktad mot enbart investerare och får därför en underordnad roll i analysen. Som konstaterats tidigare i denna studie är dock resultaten från båda dessa studier mycket lika varandra. Rankingtabellen över den frivilliga information som användare och producenter av redovisningen anser viktigast vad gäller påverkan på aktiens marknadspris, kommer även den refereras till under följande avsnitt.

5.2.1 Finansiell och ickefinansiell information

Den efterfrågade informationen i denna kategori är av två slag; finansiell information och relaterade upplysningar samt operativ information och prestationsmått som ledningen använder för att sköta verksamheten. Den operativa informationen innefattar statistik över ett företags aktiviteter. Prestationsmått i sin tur är information om företagets viktigaste verksamhetsprocesser.

Som konstaterats under ovanstående analys över årsredovisningsdokumentets utveckling över tid, är *Operating and financial review* den del som genomgått störst förändring. Delen i sin helhet hamnar också på en andraplats i användarnas ranking över viktig frivillig information samt en förstaplats i producenternas ranking (Myburgh, 2001). Informationslämningen kring både finansiell och operativ information har varit omfattande redan från 1998 med mått på såväl verksamhetens utveckling och beskrivningar av händelser i verksamheten. Dessa mått och beskrivningar växer dock explosionsartat och användarna tillhandahålls med en ansevärd mängd finansiell och operativ information i årsredovisningen för 2007. I Myburghs rankingtabell återfinns finansiella mått jämförda över tid på många av de tio punkter som användarna rankade högst. Sådan information i tabeller tillhandahålls i mycket stor utsträckning i Tescos redovisning vilket tyder på att företaget förstått användningen av och efterfrågan på den.

Det är på ett flertal olika områden som den finansiella och operativa informationen utvecklas genom åren. En tydlig utveckling av den finansiella delen är resonemang kring finansiella risker som för första gången tas med år 2001. År 2004 börjar man, på det operativa planet, också tydligt utveckla konceptet med att redovisa de strategier verksamheten bygger på. För år 2007 förtydligas resonemanget kring strategierna ytterligare, inte för att de ändrats utan snarare ges nu en mer ingående förklaring till hur de används och varför. I Steering Committee Report (Steering Committee, 2001) fastställs att de parametrar som används av företaget för att sköta arbetet och driva



affärsstrategierna ofta är mycket användbara frivilliga upplysningar. Tesco lämnar också en stor mängd information om bolagets verksamhet i olika delar av världen. Även information av både finansiellt och ickefinansiellt slag presenteras över de olika marknader man är verksam på och formar en omfattad segmentsrapportering. Även de KPI:er som från och med 2007 års redovisning läggs stor vikt vid, är av både finansiellt och ickefinansiellt slag.

Sammantaget ger mer utförliga beskrivningar av finansiella händelser, strategier, balanserade styrkort, KPI:er, mål och visioner en grund för finansiellt beslutsfattande på hög nivå. Inte minst med hänsyn till de indikationer Jenkinsrapporten (AICPA, 1991) ger på att användare är lika intresserade av ett företags verksamhetsaktiviteter, processer och händelser som påverkar företaget, som finansiella mått.

5.2.2 Ledningens analys av finansiell och ickefinansiell information

Användarna finner ledningens analys viktig för att förstå de verksamhetsspecifika anledningarna till förändringar i företaget. De vill även ha information om förändringar relaterade till marknadsacceptans, produktivitet, kostnaden för nyckelresurser, lönsamhet, innovation, förändringar i den finansiella ställningen, likviditet och förekomsten och effekterna av ovanliga eller ej återkommande händelser. I Tescos årsredovisning återfinns inte något samlat dokument där ledningen analyserar den finansiella och ickefinansiella informationen. Dock kan man säga att *Operating and financial review* i princip fungerar som en färdig analys år 2007 men bygger inte specifikt på ledningens resonemang. Ett exempel på att det, som efterfrågats, redogörs för ovanliga eller ej återkommande händelser är att företaget från och med 2004 redogör för vinster från verksamhet som ej tillhör ordinarie verksamhet. Någon information om förändringar relaterade till marknadsacceptans, produktivitet och kostnad för nyckelresurser återfinns dock inte. Möjligtvis kan marknadsacceptansen relateras till de ökade miljökrav som kunderna ställer på Tesco. Dessa ökade krav och de åtgärder som vidtagits för att möta dem redovisas utförligt för första gången i årsredovisningen för år 2007.

Ledningens förklaringar till förändringar i resultatet är den information som rankas högst av redovisningens användare enligt Myburghs rankingtabell. I Tescos årsredovisning har ledningen som sagt inga uttalanden i ett samlat dokument vilket får anses som en nackdel. Dock kan man exempelvis hitta förklaringar till årets tillväxt i *Operating and financial review*. 1998 förklaras till exempel tillväxten under året med lyckade satsningar på kundlojalitet, förbättrad service, sänkta priser och investeringar. Vidare efterfrågades också information om identifierade nyckeltrender och effekter av tidigare identifierade trender. Möjligtvis kan nyckeltrender identifieras i rapportens mer



finansiella delar men informationen om effekter av tidigare identifierade trender får anses bristfällig. Att användare ansåg ledningens analys och diskussion alltför ytlig för att få fram verksamhetsförklaringar till förändringar och trender, borde kanske därför tas mer hänsyn till av företaget i framtiden. Steering Committee Report (Steering Committee, 2001) lyfter fram vikten av upplysningar om ledningens syn på företagets kritiska nyckelfaktorer och trender kring dessa, snarare än nyckeltrender. Återigen sammanfattar inte Tesco ledningens syn på sådana här saker, men diskussionen kan identifieras i andra delar av rapporten. År 2007 pratar man för första gången om företagets konkurrenssituation. Företaget redogör för konkurrensen från såväl inhemska som utländska konkurrenter och lyfter fram hur kritiskt det är för företaget att lyckas konkurrera med pris, sortiment, kvalitet och service. Att behålla och rekrytera kompetent personal lyfts också fram som nyckelfaktor tillsammans med exempelvis avtalspensioner som ska bidra till att skapa en attraktiv arbetsgivare. I rapporten från Steering Committee framhålls vikten av redovisning av just denna typ av ej identifierbara immateriella tillgångar. Redovisningen bör utöver forskning och utveckling även täcka in immaterialiteter som humankapital, kundrelationer och innovationer. Inte minst på grund av dess stora betydelse för fastställandet av ett företags värde.

Användarna ansåg också att företag fokuserade allt för mycket på positiva händelser och vill se en mer balanserad rapportering där både positiv och negativ utveckling lyfts fram. Ett exempel på hur Tesco anammat detta återfinns i en diskussion kring de marknader man är verksamma på i *Operating and financial review 2007*. Här säger man att trots svåra ekonomiska förhållanden och politiska oklarheter på vissa marknader har det överlag gått bra internationellt sett. Ett undantag är Ungern som inte haft god vinstutveckling. Även om Tesco inte resonerar kring orsaker till den dåliga vinstutvecklingen väljer man alltså ändå att påpeka den negativa utvecklingen. Även i rapporten från Steering Committee påpekades vikten av att frivilliga upplysningar inte enbart täcker goda nyheter utan också besvikelser.

5.2.3 Framåtriktad information

Användare finner det användbart med två typer av framåtriktad information; möjligheter och risker samt planer inför framtiden. Trots att användarna är intresserade av prognostiserad finansiell och operativ information är detta inte något som önskas att ledningen ska förutspå i verksamhetsrapporteringen. I studien som ligger till grund för Steering Committee Report fann man många exempel på användbara upplysningar av framåtriktad information. Trots detta poängteras att det finns utrymme för en signifikant breddning på detta område.



I Tescos frivilliga information återfinns främst den framåtriktade informationen i *Operating and financial review*. I 2001 års rapport introduceras exempelvis faktarutor som anger olika marknadens framtida potential. År 2007 pratar företaget om hur man tidigare år meddelat att man ska frigöra kapital från egendom varför det nu också presenteras genomförda och kommande affärer. Ytterligare informationslämning av framåtriktad slag kan identifieras då det vidare lämnas noggrann och ingående information om hur förändringen i kapitalstrukturen är tänkt att genomföras samt vilka proportioner som ska gälla efter omfördelningen. År 2007 ges också stort fokus åt den fyrdelade strategin och vad man i framtiden vill uppnå genom den. På det stora hela är Tesco duktiga på att lämna information om framtida målsättningar. Etableringsplaner för utlandet diskuteras och till och med huvuddrag i budgeten delges för detta. Vidare har hela riskresonemanget fokus på framtida möjliga scenarion och hur dessa kan undvikas eller hanteras. De avsnitt som behandlar risker är avsevärt mycket större och mer informativa i de senare årsredovisningarna.

En annan del av den frivilliga informationen i vilken man finner framåtriktad information är *Directors' remuneration report*. Från och med 2004 väljer Tesco att inkludera framåtriktad information i sin redovisning av styrelsens ersättning. Exempelvis lämnas information om och förklaringar till vilka delar av ersättningspaketet som är under omarbetning och vad det kan komma att ge för effekter i framtiden.

Det är dock viktigt att belysa att företaget i slutet av *Operating and financial review* påpekar att den framåtriktade informationen bör användas med försiktighet då det råder stor osäkerhet i all information av sådant slag. Detta uttalande tyder på att man inte vill bära ansvaret för användandet av informationen i de fall då prognoserna senare visar sig vara felaktiga.

5.2.4 Information om ledning och aktieägare

Användarna är intresserade av information om styrelsemedlemmars och ledningens bakgrund. I den del av årsredovisningen som kallas *Corporate governance* återfinns beskrivningar av styrelsen, dess medlemmar, hur ofta dem träffas samt deras arbetsuppgifter. Även i *Directors' report* nämns styrelsemedlemmarna, här återfinns också en hänvisning till ett annat dokument utanför årsredovisningen för mer utförlig information om medlemmarna.

Användarna är även intresserade av typen av och storleken på ledningens kompensation, på vilket sätt denna bestäms samt ledningens aktieinnehav. All denna information finns utförligt beskrivet i



delen kallad *Directors' remuneration report*. Förmodligen är det så att denna del finns med som en frivillig del i Tescos årsredovisning just på grund av den efterfrågan som finns kring information av detta slag. Kvaliteten på denna rapport utvecklas också avsevärt genom åren och den blir mer läsbar och lättförstådd. Känslan är därför att företaget förstått betydelsen av att möta behovet av denna information.

Intresse finns också av ägarskapet i företaget genom identiteten på de huvudsakliga aktieägarna och sådana arrangemang som kan resultera i förändringar i kontrollen över företaget. Tesco redogör för de aktieägare som innehar mer än 3 % av företagets aktier. Arrangemang som kan påverka kontrollen över företaget nämns inte, om det är för att det inte finns några eller för att man ej väljer att lämna sådan information kan ej utredas. Transaktioner och relationer mellan stora aktieägare, styrelsen, ledningen, leverantörer, kunder, konkurrenter och företaget är också information av intresse för användarna. Inte heller på detta område presenterar Tesco någon information.

5.2.4 Bakgrundsinformation om företaget

Användarna behöver även information om företagets bakgrund för att de ska kunna skapa sig en mental bild av företagets verksamhet och vad som genererar kassaflöde och vinst. Denna information efterfrågas för varje segment. Mer specifikt efterfrågas information gällande övergripande mål och strategier, inriktning och beskrivning av verksamheten och dess tillgångar samt hur branschstrukturen påverkar företaget. Någon egentlig bakgrundsinformation om själva företaget presenteras inte i årsredovisningen. Dock finns som nämnts tidigare mycket utförlig information kring företagets nuvarande verksamheter varför man enkelt skapar sig en bild av verksamhetsinriktning och vad som genererar kassaflöde och vinst. Övrigt specifikt efterfrågad information har berörts i analysen ovan och behovet av den får anses vara bemött.



6 Slutsatser

Slutsatserna har delats upp under rubriker kopplade till studiens problemformulering. Under varje rubrik presenteras de slutsatser som kan dras från genomförd analys. Även författarnas egna reflektioner presenteras för att ge ett fördjupat resonemang kring studiens resultat. Kapitlet avslutas med förslag på fortsatt forskning.

6.1 Utvecklingen av den frivilliga informationen i årsredovisningen över tid

Stora delar av den frivilliga informationen i årsredovisningen har förändrats från att ha varit översiktliga till att ge fördjupade resonemang och analys kring händelser i verksamheten. Kvaliteten på redovisningen för så väl användarvänligheten som för användbarheten har alltså förbättrats över tid. Den frivilliga informationen som företaget lämnar är mer heltäckande och ger fler intressenter möjlighet att använda sig av den. Utöver fördjupning av befintliga resonemang utökas också informationen på många områden. I de delar av årsredovisningen där informationen i sig inte förändrats över tid kan man ändå urskilja en förändring i sättet den framställs på. Denna förändring har lett till en förbättring, inte minst med avseende på användarvänligheten. Trots att en kvantitetsökning inte nödvändigtvis betyder en kvalitetsförbättring har redovisningen i detta fall både ökat i omfattning och blivit bättre.

6.2 Tänkbara förklaringar till förändringen av den frivilliga informationen

Hög tillväxt, storlek, bransch, internationell verksamhet, liststatus och byte av redovisningssystem är faktorer som har inverkan på mängden frivillig information som lämnas. Samtliga av dessa faktorer har på ett eller annat sätt påverkat företaget under den för studien aktuella tidsperioden. Det är alltså rimligt att anta att informationslämningen har ökat som en effekt av dessa faktorer. En tänkbar förklaring till att vissa delar ökat mer än andra är konkurrenssituationen då viss information är så känslig att lämna att företaget skadas av att lämna den.

6.3 Uppfyllelse av användarnas behov

Den del av den frivilliga informationen i årsredovisningen som rankas högst av användarna ur ett värderingsperspektiv är *Operating and financial review*. Det är också denna del som utvecklats mest, såväl kvantitativt som kvalitativt, i årsredovisningen. Informationslämningen kring både finansiell och operativ information har varit omfattande redan från 1998 med mått på såväl verksamhetens utveckling och beskrivningar av händelser i verksamheten, varför användarnas behov förefaller vara med marginal uppfyllda. Även användarnas behov av information kring de parametrar som ligger till grund för affärsstrategierna får anses vara uppfyllda. Beträffande ledningens uttalanden om verksamhetens utveckling finns vissa brister. Det finns ingen samlad del som sammanställer



ledningens perspektiv utan informationen redovisas i olika delar av rapporten. Det blir svårt att utläsa vem som lämnat informationen och försvarar för användaren som har intresse av ledningens perspektiv. Då ledningens förklaringar till förändringar i resultatet är den information som rankas högst av användarna är behovet således inte uppfyllt på detta område. Vid ett par tillfällen har negativa händelser tagits upp i redovisningen, något som i sig är positivt. Det förefaller dock vara oproportionerligt lite dåliga saker som inträffar, relativt storleken, med tanke på vad som redovisas.

Det undersökta företaget ligger långt framme vad gäller att presentera information som är framåtriktad. Såväl framtida möjligheter, risker och planer beskrivs utförligt. De delar som utvecklats mest och som innehåller mycket framåtriktad information är strategi- och riskavsnitten. Alla typer av framåtriktad information som efterfrågas är därmed inkluderade i redovisningen. Mycket av den efterfrågade informationen kring ledning och huvudsakliga aktieägare finns dock inte med i företagets frivilliga informationslämning. Översiktlig information går att hitta i olika delar av dokumentet men för mer detaljerad information förefaller det som att man måste leta sig utanför årsredovisningsdokumentet. Dock presenteras utförliga resonemang kring utformningen av och syftet med ledningens kompensation. Den bakgrundsinformation som efterfrågas av användarna för att kunna bilda en uppfattning om vad som genererar kassaflöde och vinst i verksamheten, är i alla högsta grad tillgänglig och detta behov anses därmed vara uppfyllt.

Trots att företaget friskriver sig från att redovisningen skulle syfta till att tillhandahålla information till andra intressenter än investerarna, visar analysen utifrån teorier och tidigare forskning att fler intressentgrupper kan ha användning av den lämnade informationen.

6.4 Egna reflektioner

Som ovanstående slutsatser visat på, presenterar det undersökta företaget i mycket stor utsträckning sådan information som användarna behöver och därmed efterfrågar. Utvecklingen och omfattningen av den frivilliga informationen kan också härledas till en mängd relevanta förklaringsvariabler. Trots detta kvarstår det faktum att företaget väljer att presentera en ansenlig mängd information inom olika områden som inte fallit under analysen för denna studie. Det är då svårt att undgå att ställa sig undrande till huruvida denna information är relevant och för vem den avses. Givetvis kan förklaringen vara så enkel att företaget inte har tillräcklig inblick i användarnas egentliga behov och att de därför producerar informationen i tron om att den är efterfrågad. Som bakgrunds -avsnittet till denna studie antyder kan det också vara så att företaget framställer viss information i rent marknadsföringssyfte.



6.5 Förslag till fortsatt forskning

Vi har under studiens gång resonerat kring alternativa frågeställningar och vinklingar som skulle kunna vara intressanta att vidareutveckla. Följande är förslag på fortsatt forskning inom ramen för frivillig information:

- Att genomföra en liknande studie på ett eller flera svenska företag.
- Att jämföra den frivilliga informationen från flera företag med samma förutsättningar gällande branschtillhörighet, storlek och tillväxt. Detta för att identifiera förekomsten av olika informationsstrategier samt utreda om förklaringsvariablerna för ökad frivillig informationslämning är hållbara.
- Att identifiera den information som inte kan förklaras med hjälp av teorierna och utreda varför den lämnas och för vem den avses.



7 Källförteckning

7.1 Publicerade källor

- AICPA, (1991). Improving Business Reporting – A Customer Focus, Meeting the Information Needs of Investors and Creditors. Comprehensive Report of the Special Committee on Financial Reporting. (www.aicpa.org)
- Artsberg, K. (2003). *Redovisningsteori : -policy och -praxis* (1. uppl. ed.). Malmö: Liber ekonomi.
- Bailey, W., Andrew Karolyi, G., & Salva, C. (2006). The economic consequences of increased disclosure: Evidence from international cross-listings. *Journal of Financial Economics*, 81(1), 175-213.
- Bedford, N. M., & Baladouni, V. (1962). A Communication Theory Approach to Accountancy. *The Accounting Review*, 37(4), 650-659.
- Clarkson, P. (1995). *Change in organisations*. London: Whurr.
- Cooke, T. E. (1989). Voluntary Corporate Disclosure by Swedish Companies. *Journal of International Financial Management & Accounting*, 1(2), 171-195.
- Deegan, C., & Unerman, J. (2005). *Financial accounting theory* (European ed.). Maidenhead: Mc Graw-Hill Education.
- Eccles, R. G., & Mavrinac, S. C. (1995). Improving the Corporate Disclosure Process. *Sloan Management Review*, 36(4), 11-25.
- Einhorn, E. T. I. (2005). The Nature of the Interaction between Mandatory and Voluntary Disclosures. *Journal of Accounting Research*, 43(4), 593-621.
- Gilljam, M., Wängnerud, L., Esaiasson, P., & Oscarsson, H. (2003). *Metodpraktikan : konsten att studera samhälle, individ och marknad* (2., rev. uppl. ed.). Stockholm: Norstedts juridik.
- Hooks, J., Coy, D., & Davey, H. (2002). The information gap in annual reports. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 15, 501-522.
- Ijiri, Y. (1983). On the accountability-based conceptual framework of accounting. *Journal of Accounting and Public Policy*, 2(2), 75-81.
- Jacobsen, D. I., Thorsvik, J., & Sandin, G. (2002). *Hur moderna organisationer fungerar* (2., rev. uppl. ed.). Lund: Studentlitteratur.
- Lundahl, U., & Skärvad, P.-H. (1999). *Utredningsmetodik för samhällsvetare och ekonomer* (3. uppl. ed.). Lund: Studentlitteratur.



Meek, G. K., Roberts, C. B., & Gray, S. J. (1995). Factors Influencing Voluntary Annual Report Disclosures by U.S., U.K. and Continental European Multinational Corporations. *Journal of International Business Studies*, 26(3), 555-572.

Myburgh, J.E. (2001). The informativeness of voluntary disclosure in the annual reports of listed industrial companies in South Africa. *Research Journal of the School of Accounting Sciences*, vol. 9, pp. 199-216.

Smith, D. (2006). *Redovisningens språk* (3., rev. uppl. ed.). Lund: Studentlitteratur.

Wrigley, N. (2002). The landscape of pan-European food retail consolidation. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 30(2/3), 81.

7.2 Elektroniska källor

<http://www.aicpa.org/Professional+Resources/Accounting+and+Auditing/Accounting+Standards/ibr/>, 2007-12-10

<http://www.fooddecisions.com/news/ng.asp?n=81023-competition-commission-uk-suppliers-food>, 2007-11-26

<http://www.rncos.com/Report/IM051.htm>, 2007-11-26

<http://www.tesco.com>

7.3 Årsredovisningar

Tesco 1998-2007