



Företagsekonomiska institutionen
EKONOMIHÖGSKOLAN
LUNDS UNIVERSITET

FEK 582
Kandidatuppsats VT-05
2005-05-31

Hur kommunicerar “bra” resp. ”dåliga” företag sin utveckling i årsredovisningen?

Handledare
Gunnar Wahlström

Författare
Magnus Hansson 811031-4054
Sandra Nilsson 830310-4080

Sammanfattning

- Uppsatsens titel:** Hur kommunicerar "bra" resp. "dåliga" företag sin utveckling i årsredovisningen?
- Seminariedatum:** 2005-05-31
- Ämne/kurs:** Fek 582 Kandidatuppsats, 10 p
- Författare:** Magnus Hansson och Sandra Nilsson
- Handledare:** Gunnar Wahlström
- Fem nyckelord:** Kommunikation, Förtroende, Årsredovisning, Ekonomiska begrepp och Utveckling
- Syfte:** Uppsatsens syfte är att belysa sambandet mellan ekonomiska begrepp som används i de noterade företagens årsredovisningar och deras ekonomiska utveckling.
- Metod:** Vi har genomfört en kvalitativ dokumentstudie utifrån 30 årsredovisningar från tio olika företag.
- Teoretiska perspektiv:** Den teoretiska grunden består av kommunikationsteori, förtroende samt tidigare forskning kring ämnet
- Empiri:** Empirin som uppsatsen bygger på har tagits fram efter analys av årsredovisningarnas innehåll i den skrivna texten
- Slutsatser:** Då vi undersökte "bra" och "dåliga" företags kommunikation i årsredovisningarna kunde vi se ett tydligt samband mellan företagens ekonomiska utveckling och de begrepp som användes i årsredovisningen.

Abstract

- Title:** How "good" and "bad" companies communicate their economic development in their annual reports?
- Seminar date:** 2005-05-31
- Course:** Bachelor thesis in business administration 10 Swedish credits (15 ECTS)
- Authors:** Magnus Hansson och Sandra Nilsson
- Advisor:** Gunnar Wahlström
- Keywords:** Communication, Trust, Annual report, Economic terms and Developments
- Purpose:** The purpose of the thesis is to look at the connection between the economic terms that are used in the companies annual reports and their economic development.
- Methodology:** We have conducted a qualitative document study from 30 annual reports from ten different companies.
- Teoretical perspectives:** The theoretical foundation consists of the communication theory, trust and earlier studies within this subject.
- Empirical foundations:** The empirical foundation that the thesis is built on has been conducted from the analysis from the written text in the annual reports
- Conclusions:** When we examined the communication in the annual reports from "good" and "bad" companies we could see a clear connection between the companies economic development and the terms that they used in their annual reports.

Förord

Denna uppsats är skriven inom ämnet *Extern redovisning* på Företagsekonomiska institutionen vid Ekonomihögskolan i Lund vårterminen 2005.

Vi önskar framföra vårt tack till vänner som hjälpt till men framförallt till vår handledare Gunnar Wahlström för hans engagemang och vägledning.

Lund i maj 2005

Magnus Hansson

Sandra Nilsson

1 INLEDNING	7
1.1 PROBLEMFÖRMULERING.....	7
1.2 SYFTE.....	9
1.3 MÅLGRUPP.....	9
1.4 DISPOSITION.....	9
2 METOD	11
2.1 ANSATS.....	11
2.2 KVALITATIV STUDIE.....	12
2.3 URVAL OCH UNDERSÖKNINGSPERIOD.....	13
2.3.1 Val av fallföretag.....	14
2.3.2 "Bra" företag.....	15
2.3.3 "Dåliga" företag.....	15
2.4 DOKUMENTUNDERSÖKNING.....	16
2.4.1 Sekundärdata och primärdata.....	16
2.5 LITTERATURINSAMLING.....	17
2.6 RELIABILITET.....	17
2.7 VALIDITET.....	18
2.8 KÄLLKRITIK.....	19
2.9 SAMMANFATTNING.....	19
3 LITTERATURGENOMGÅNG	20
3.1 KOMMUNIKATIONSTEORI.....	20
3.2 FÖRTROENDE.....	23
3.2.1 Högförtroendesamhällen och lågförtroendesamhällen.....	24
3.2.2 Sverige som högförtroendesamhälle.....	25
3.2.3 Den skrivna texten i årsredovisningen.....	25
3.2.4 Ledningens fokus vid uttalanden.....	26
3.2.5 Informationen i analytikers rapporter.....	28
3.2.6 Årsredovisningen.....	29
3.3 SAMMANFATTNING.....	30
4 RESULTATREDOVISNING	31
4.1 BEGREPP.....	31
4.2 "BRA" FÖRETAG.....	31
4.2.1 Scania B.....	32
4.2.2 Atlas Copco B.....	33
4.2.3 Beijer B.....	33
4.2.4 Getinge B.....	34
4.2.5 Hexagon B.....	35
4.3 "DÅLIGA" FÖRETAG.....	35
4.3.1 Ericsson B.....	36
4.3.2 Investor B.....	37
4.3.3 Astra Zeneca.....	38
4.3.4 Assa Abloy B.....	39
4.3.5 Bure Equity.....	39
4.3.6 Sammanfattning av positiva och negativa begrepp.....	41
4.4 SAMMANFATTNING.....	42
5 SLUTDISKUSSION	43

5.1 PRESENTATION AV FORSKNINGSFRÅGAN.....	43
5.2 FORSKNINGSFRÅGAN BESVARAS	43
5.3 STUDIENS TEORETISKA BIDRAG	46
5.4 REFLEKTIONER ÖVER STUDIENS SLUTSATSER.....	47
5.5 FÖRSLAG TILL FORTSATT FORSKNING.....	48
KÄLLFÖRTECKNING	49

Figurteckning

Figur 1	Aktiekursutveckling för Getinge B 1/1 2002 – 31/12 2004.....	15
Figur 2	Aktiekursutveckling för Astra Zeneca 1/1 2002 – 31/12 2004.....	15
Figur 3	Ett kommunikationssystem och dess problem.....	22
Figur 4	Aktiekursutveckling för Scania B 1/1 2002 – 31/12 2004.....	32
Figur 5	Aktiekursutveckling för Atlas Copco B 1/1 2002 – 31/12 2004.....	33
Figur 6	Aktiekursutveckling för Beijer B 1/1 2002 – 31/12 2004.....	33
Figur 7	Aktiekursutveckling för Getinge B 1/1 2002 – 31/12 2004.....	34
Figur 8	Aktiekursutveckling för Hexagon B 1/1 2002 – 31/12 2004.....	35
Figur 9	Aktiekursutveckling för Ericsson B 1/1 2002 – 31/12 2004.....	36
Figur 10	Aktiekursutveckling för Investor B 1/1 2002 – 31/12 2004.....	37
Figur 11	Aktiekursutveckling för Astra Zeneca B 1/1 2002 – 31/12 2004.....	37
Figur 12	Aktiekursutveckling för Assa Abloy B 1/1 2002 – 31/12 2004.....	38
Figur 13	Aktiekursutveckling för Bure Equity 1/1 2002 – 31/12 2004.....	40
Figur 14	Tabell över positiva och negativa begrepp.....	41
Figur 15	Modell för att sammanfatta avsnitt 5.2.....	45

1 Inledning

I detta kapitel vill vi ge en bild av varför det är intressant att studera hur "bra" resp. "dåliga" företag kommunicerar sin utveckling i årsredovisningen. Vi vill även utveckla den frågeställning som ligger till grund för denna uppsats.

1.1 Problemformulering

Företagets årsredovisning är ett viktigt verktyg vid bedömning av dess ekonomiska ställning. Det är inte endast balans- och resultaträkningarna i årsredovisningen som ger information om företagets nuvarande situation och framtida utveckling. Även uttalande från styrelse och andra personer i företagets ledning kan ge en indikation på hur det står till i företaget. Årsredovisningar kan ofta ses som plattformar för företagsledningens förkunnande av deras synsätt samt för att framhålla dem själva och deras företag¹. Däremot antyder forskning att godtyckligt berättande text i årsredovisningar är av stor betydelse för erfarna användare, såsom finansiella analytiker. Och dessa analytiker kan anses vara bland de primära användarna av finansiell redovisningsinformation². De skriftliga uttalande i samband med årsredovisningen, såsom VD: s kommentarer samt förvaltningsberättelsen kan alltså anses vara av stor betydelse. Det är således väsentligt att inte förbise denna del.

En årsredovisning kan ses som ett kommunikationsinstrument och denna kommunikation kan ses som ett fenomen. Den information som ett företag lämnar i sin årsredovisning är av stor betydelse för deras intressenter. Kreditgivare, investerare och leverantörer är några exempel på intressenter som är angelägna att veta hur utvecklingen för företaget är. I åtskilliga fall kan endast information om hur utvecklingen har varit och hur framtiden kan tänkas bli erhållas via just årsredovisningen. Även om innehållet i årsredovisningarna är reglerat i lag, såsom årsredovisningslagen och i rekommendationer kan de omfatta många olika begrepp.

¹ Ingram, R.W. and Frazier, K.B., "Narrative disclosures in annual reports", (1983) .

² Schipper, K. "Analysts' forecasts", (1991)

Hur kommunicerar "bra" resp. "dåliga" företag sin utveckling i årsredovisningen?

Ett sätt att se hur ett företag går, kan vara att se på deras aktiekursutveckling. Denna aktiekursutveckling kan bero på en rad olika faktorer, exempelvis att förtroende för företaget har skadats. Den här reduceringen av förtroende kan ha fått sin grund i olika nämnda begrepp i årsredovisningen som kan ha uppfattats som negativa. Om intressenternas förtroende för företaget minskar, kan detta vålla problem för företaget vid exempelvis kapitalanskaffning vilket i sin tur kan hota en framtida expansion. Vi ska därför undersöka sambandet mellan företagets ekonomiska utveckling med de ekonomiska begrepp som nämns i den skrivna texten i årsredovisningen. Då vi nämner den skrivna texten syftar vi på VD/Koncernchefens kommentarer samt förvaltningsberättelsen. Dessa två avsnitt ser vi som relevanta för vår studie, eftersom informationen här ges i en mer berättande form och för att den även sammanfattar den ekonomiska utvecklingen. Med ekonomiska begrepp så syftar vi på ord som beskriver företagets utveckling under det gångna året samt framtidsutsikter. Studien tänker vi göra genom att jämföra tio olika noterade företags årsredovisningar under åren 2002-2004.

Om vi kan påvisa detta samband mellan den ekonomiska utvecklingen och begreppen som används i årsredovisningen kan det vara till hjälp för intressenter. Detta genom att de endast via en kort överblick kan se hur utvecklingen kan tänkas bli genom att begreppen för ett exempelvis "bra" företag känns igen. Denna information kan underlätta i de fall när ett beslut behöver fattas omgående och ingen tid finns för att gå igenom större delen av årsredovisningen.

Under 1990-talet och början av 2000-talet gjordes en hel del forskning runt detta område, men i det närmaste all forskning har skett i engelskspråkiga länder. Den mesta av forskning har då gjorts för att finna någon korrelation mellan begreppen³. Det har även gjorts en del forskning kring hur läsbara årsredovisningarna är och var den mesta informationen finns⁴. Då det handlar om årsredovisningar, skiljer sig lagar och normer en del åt mellan olika länder. Andra skillnader finns i språket, t.ex. finns det mer än ett ord och innebörd för *intäkt* i engelskan. Då vi inte har funnit någon tidigare forskning kring ämnet i Sverige anser vi att det hade varit mycket intressant att se hur det ser ut i svenska årsredovisningar.

³ The chairman's statement A content analysis of discretionary narrative disclosures Malcolm Smith, and Richard J. Taffler (2000)

⁴ Content analysis of informat cited in reports of sell-side financial analysis, Rodney K. Rogers, and Julia Grant, (1997)

I vår uppsats kommer vi att svara på följande forskningsfråga:

Hur kommunicerar "bra" resp. "dåliga" företag sin utveckling i årsredovisningen?

1.2 Syfte

Syftet med vår uppsats är att belysa sambandet mellan ekonomiska begrepp som används i de noterade företagens årsredovisningar och deras ekonomiska utveckling.

1.3 Målgrupp

Denna uppsats riktar sig främst till lärare och forskare inom detta område, samt även studenter med goda kunskaper inom redovisning. Intressenter till företag såsom kreditgivare, leverantörer och investerare är även en del av målgruppen.

1.4 Disposition

I kapitel 2 kommer vi att ge en redogörelse för hur vi skall gå tillväga med denna uppsats. Till att börja med kommer vi att klargöra våra utgångspunkter och sedan fortsätter vi med hur data skall samlas in. Slutligen tar vi upp de svårigheter som kan uppstå vid analysen av empirin samt hur detta kan få inverkan för vår slutsats.

I kapitel 3 kommer vi att återge och diskutera undersökningens underliggande teoretiska referensram. Vi kommer att utgå från olika artiklar som behandlar området samt teori i form av kommunikationsteorin och förtroende

I kapitel 4 ska vi redogöra för utfallet av vår undersökning. Först presenteras diagram med de valda företagens aktiekursutveckling under den undersökta perioden och därefter begreppen som undersökningen grundar sig på. Till sist redovisar vi resultaten för undersökningen. Vi sammanfattar dessa resultat i en figur.

Hur kommunicerar "bra" resp. "dåliga" företag sin utveckling i årsredovisningen?

I kapitel 5 kommer vi att föra en slutdiskussion för att besvara vår forskningsfråga med hjälp av tidigare presenterad litteratur och teori. Vi kommer även att ge vårt teoretiska bidrag till studien samt ge förslag på fortsatt forskning.

2 Metod

I metoddelen kommer vi att ge en redogörelse för hur vi skall gå tillväga med denna uppsats. Till att börja med kommer vi att klargöra våra utgångspunkter och sedan fortsätter vi med hur data skall samlas in. Slutligen tar vi upp de svårigheter som kan uppstå vid analysen av empirin samt hur detta kan få inverkan för vår slutsats.

2.1 Ansats

När ansats ska väljas så finns det två huvudtyper, den induktiva och den deduktiva att välja mellan. Den induktiva ansatsen går från empiri till teori. Idén är att forskaren skall söka efter informationen med ett öppet sinne. Utifrån denna öppna ansats utformas sedan teorierna.⁵ Kritik mot den här ansatsen är att det är väldigt svårt att inte företa en avgränsning av informationen. Detta på grund av att människan inte kan samla in all relevant information. Innan vi människor påbörjar en empirisk studie har vi alla en slags fördom om vad som är viktigt och mindre viktigt. Detta kommer i sin tur att påverka vilken slags data vi samlar in.⁶

Idag talas det om mer eller mindre öppna ansatser istället för om rena induktiva eller deduktiva ansatser. Hur öppen ansatsen är bestäms av vilka gränser som forskaren medvetet sätter innan undersökningen för de data som ska samlas in.⁷

Studien brukar även delas in i normativ respektive deskriptiv ansats. Den normativa vill berätta hur något bör vara, kan förbättras, medan den deskriptiva endast vill tala om hur något är och kan förklaras.⁸

Vi har valt en ansats åt det mer induktiva hållet, detta eftersom vi inte utgår från någon bestämd teori. Vi är dock medvetna om att en helt induktiv ansats är omöjlig då vi alltid

⁵ Jacobsen, D. I, Vad, hur och varför? (2002)

⁶ Jacobsen, D. I, Vad, hur och varför? (2002)

⁷ Jacobsen, D. I, Vad, hur och varför? (2002)

⁸ Artsberg, K, Redovisningsteori (2003)

avgränsar oss medvetet eller omedvetet. Vi har valt en något mer öppen ansats, då vi vill vara öppna och tillgängliga för ny och oväntad information. Detta anser vi vara ett måste då vi inte före undersökningen kan avgöra exakt vilka begrepp som vi kommer att fokusera på och inte heller vilken påverkan dessa begrepp kan ha på företagets utveckling. För att se kommunikationen i årsredovisningen som ett fenomen, anser vi att det är en mer öppen ansats som krävs. Vi ämnar därtill använda oss av en deskriptiv ansats då vi vill förklara hur det ser ut och inte hur saker och ting kan förbättras. Nästa steg i uppsatsen blir nu att välja metod för vårt tillvägagångssätt.

2.2 Kvalitativ studie

Vi ska undersöka hur "bra" respektive "dåliga" företag kommunicerar sin utveckling i årsredovisningen. Då kommunikationen kan ses som ett fenomen anser vi att en metod enligt fenomenologi lämpar sig bäst. Fenomenologi är dels en filosofi och dels en kvalitativ forskningsansats⁹. Fenomenologerna försöker både att förklara det som visar sig och på vilket sätt det visar sig¹⁰. De försöker förstå världen ur individens synvinkel, i syfte att få reda på innebörden av en individs beteende. Fenomenologin betraktar mänskligt beteende som ett resultat av hur människor tolkar sin värld. Fenomenologerna och de kvalitativa forskarna försöker därför taga fast på denna tolkningsprocess.¹¹ Den kvalitativa metoden används främst då det är frågan om att få klarhet i ett fenomen eller begrepp¹². Kvalitativ metod lägger större vikt vid ord och inte vid kvantifiering. Den framhåller i huvudsak ett induktivt synsätt och tar avstånd från de naturvetenskapliga modellerna. Den kvalitativa metoden betonar betydelsen av hur individer uppfattar och tolkar saker och ting.¹³ De kvalitativa studierna är ofta mer explorativa och har för avsikt att ge en jämförelsevis nyanserad bild¹⁴.

Den kvalitativa ansatsen är inget självklart val för denna uppsats då denna normalt karaktäriseras av ett fåtal ingående intervjuer som är väldigt resurskrävande. Vi ska istället göra ett tiotal jämförelser mellan olika företag noterade på Stockholms fondbörs A-lista. Då vi

⁹ Bryman, A. Kvantitet och kvalitet i samhällsvetenskaplig forskning. (1995)

¹⁰ Steinar Kvale, Den kvalitativa forskningsintervjun, (1997)

¹¹ Bryman, A. Kvantitet och kvalitet i samhällsvetenskaplig forskning. (1995)

¹² Jacobsen, D. I, Vad, hur och varför? (2002)

¹³ Bryman, A. Samhällsvetenskapliga metoder, (2002)

¹⁴ Jacobsen, D. I, Vad, hur och varför? (2002)

ser kommunikationen som ett fenomen och vill få klarhet i detta fenomen anser vi att en kvalitativ ansats lämpar sig bäst. Tyngden kommer att ligga på ord och inte kvantifiering, därav passar den kvalitativa metoden bäst. Vi vill, precis som fenomenologerna förklara de begrepp som används, alltså hur det visar sig och hur de används, på vilket sätt de visar sig. Detta är ännu ett argument till att använda oss av en kvalitativ metod.

Dessutom är vårt undersökningsmaterial baserat på texter istället för siffror, så då blir den kvalitativa metoden mest lämplig. Därutöver har vi inte i förväg bestämt vilka begrepp vi ska leta efter i årsredovisningarna så har vi en något mer öppen ansats. Just öppenhet karakteriserar den kvalitativa metoden, detta kan få följden att datan som vi får in blir mer nyanserad jämfört med en kvantitativ studie. Så ett företag med en väldigt positiv aktiekursutveckling blir placerat i kategorin "bra" företag och vice versa.

Ett annat karaktärsdrag för den kvalitativa ansatsen är flexibilitet. Detta genom att vi som utgångspunkt för uppsatsen har en problemställning som vi vill undersöka. Den här problemställningen är inte konstant utan kan ändras över tiden. Exempelvis då arbetet fortgår med undersökandet av de olika årsredovisningarna så kan nya begrepp komma upp som kan påverka den fortsatta forskningen.¹⁵

Det finns dock svagheter med den kvalitativa metoden, t.ex. blir den insamlade datan här ganska svår att tolka p.g.a. sin nyansrikedom. Ytterligare en svaghet kan kopplas till flexibiliteten då denna gör att det blir lätt att få en känsla av att det ständigt dyker upp ny information och att undersökningen aldrig bli klar.¹⁶ Trots dessa svagheter så tycker vi att den kvalitativa metoden lämpar sig bäst för vår uppsats. I nästa avsnitt ska vi att redogöra för vilka urval vi gjort för att nå ett bra resultat med vår studie, samt motiven till dessa val.

2.3 Urval och undersökningsperiod

Vi kommer enbart att fokusera vår studie på företag noterade på Stockholms fondbörs. Detta p.g.a. att vår tanke är att undersöka olika svenska begrepp som används i beskrivandet av ett

¹⁵ Jacobsen, D. I, Vad, hur och varför? (2002)

¹⁶ Jacobsen, D. I, Vad, hur och varför? (2002)

företags utveckling. En annan anledning till detta är att lagarna, och användandet av begreppen skiljer sig mellan svenska och övriga länders sätt att redovisa sina rapporter.

Då vi stod inför valet av fallföretag så hade vi flera olika möjligheter. Exempelvis kunde vi välja företag som är noterade på alla börsens listor, eller inrikta oss på en specifik bransch eller bara en lista på Stockholmsbörsen. Vi valde det sistnämnda alternativet och valet av lista blev A-listan. Motivet till detta val är att vi vill inrikta oss på större företag som väger tungt i index och har varit verksamma under en längre period. Bolagen som är noterade på denna lista har varit börsnoterade flera år, på så sätt undviker vi mindre, nyligen noterade bolag. Vid ett större urval med mindre företag finns det en risk för stora aktiekursfluktuationer utan relevant påverkan från hur företagets ekonomiska resultat har utvecklats. Risken finns att dessa bolag inte hade givit samma rättvisande bild för det samband vi vill undersöka. Undersökningsperioden för företagen kommer att vara åren 2002-2004, detta för att kunna följa företagens utveckling samt eventuell förändring i årsredovisningstexten. Ytterligare ett motiv är att dessa större bolag drar till sig ett stort intresse från allmänhet och massmedia i vardagslivet och i synnerhet då det handlar om offentliggörande av deras kvartalsrapporter och årsbokslut.

2.3.1 Val av fallföretag

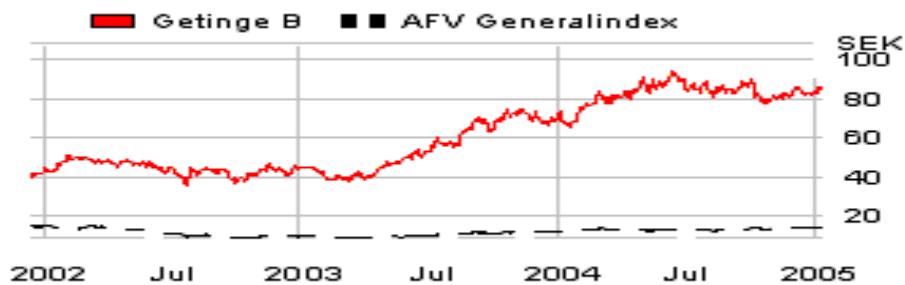
När det gällde att hitta intressanta fallföretag så utgick vi från de olika företagens aktiekursutveckling. För att se till ytterligheterna så hade vi som krav att företagen skulle ha haft en kraftig utveckling i antingen positiv eller negativ riktning av sin aktiekurs. De tio fallföretagen fann vi på Affärsvärldens hemsida¹⁷. För att se utvecklingen hos företagen och deras eventuella förändring av den skrivna texten i årsredovisningarna så valde vi en tidsperiod för tre år. Denna treårsperiod blev företagens tre senaste årsredovisningar dvs., 2002-2004. Totalt kommer vi att undersöka 30 årsredovisningar.

"Bra" och "dåliga" företag kommer att bestämmas utifrån dess aktiekursutveckling under den nämnda perioden. Nedan har vi lagt in två diagram som visar utvecklingen för ett "bra" respektive ett "dåligt" företag. Den heldragna kurvan utgörs av den enskilda aktiens utveckling medan den streckade kurvan visar utvecklingen för Affärsvärldens generalindex under samma period.

¹⁷ www.afv.se

2.3.2 "Bra" företag

"Bra" företag väljs ut genom att vi ser på aktiekursutvecklingen under den tidigare nämnda perioden och har det varit en väldigt positiv utveckling faller företaget inom kategorin "bra" företag.



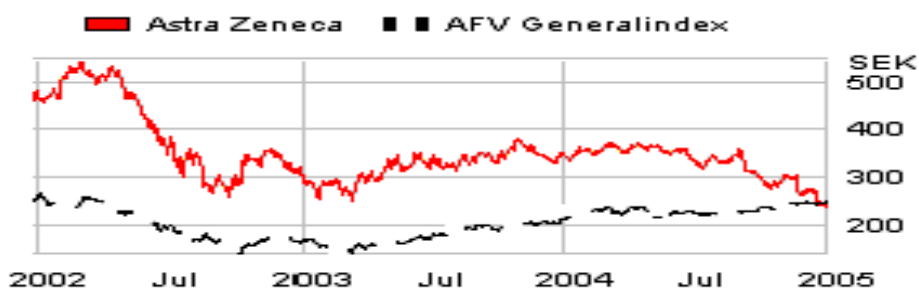
Figur 1: Aktiekursutveckling för Getinge B 1/1 2002 – 31/12 2004

Källa: www.afv.se

Ovan ser vi aktiekursutvecklingen för börsbolaget Getinge. Som åskådliggörs i diagrammet har aktiekursen under 1/1 2002 – 31/12 2004 gått från 41 kr till 82 kr, dvs 100 procents uppgång. Getinge är således ett exempel på ett "bra" företag i vår undersökning.

2.3.3 "Dåliga" företag

"Dåliga" företag väljs i sin tur ut genom att bolaget har haft en väldigt negativ aktiekursutvecklingen under den nämnda perioden.



Figur 2: Aktiekursutveckling för Astra Zeneca 1/1 2002 – 31/12 2004

Källa: www.afv.se

I diagrammet ovan ser vi aktiekursutvecklingen för börsbolaget Astra Zeneca. I diagrammet kan man utläsa att aktiekursen under 1/1 2002 – 31/12 2004 gått från 480 kr till 245 kr, dvs nästan 50 procents nedgång. Astra Zeneca är således ett exempel på ett "dåligt" företag i vår undersökning.

2.4 Dokumentundersökning

Precis som andra datakällor kan också dokument vara antingen primärdata eller sekundärdata. Statistiska sammanställningar är exempel på dokument som klassas som sekundärdata, medan primärdata kan vara årsredovisningar, lagar och normer.¹⁸

2.4.1 Sekundärdata och primärdata

Dokumentstudier som är av sekundärkaraktär har den allvarligaste nackdelen. Detta på grund av att forskare inte har haft kontrollen vid insamlandet av datan. Då sekundärdata redan har samlats in och oftast bearbetats i olika grad av någon annan är det viktigt att hålla sig kritisk till datan.¹⁹ Detta kallas jämförbarhet, då det inte alltid går att jämföra den sekundära datan med den data man själv vill ha. Tillförlitlighet talas det även om när det gäller sekundärdata och det behandlar osäkerheten om hur pass korrekt den tidigare insamlade datan är.²⁰ En annan nackdel kan vara att dokumentstudier enbart kan användas för att återge det som historiskt har hänt. Det kan dock ifrågasättas om det är en nackdel då vi inte kommer att undersöka vad vi tror kommer att hända utan endast hur det ser ut. När dokumentstudier jämförs med andra datainsamlingsmetoder, såsom intervjuer och enkäter, ses fördelarna tydligt. Bland annat blir de mer objektiva och de kan följa upp vad som faktiskt har gjorts. Dessutom går det relativt snabbt att samla in data och är dessutom billigare än andra datainsamlingsmetoder.²¹

Vi kommer i vår uppsats att använda oss av dokumentundersökningar dels i form av litteratur såsom böcker och artiklar från olika vetenskapliga tidskrifter och dels av årsredovisningar. Således kommer vi att använda oss av både primärdata, då vi använder oss av årsredovisningar och av sekundärdata när vi använder oss av vetenskapliga artiklar och litteratur. Det kan dock diskuteras om den skrivna texten i årsredovisningen är primärdata, då

¹⁸ Artsberg, K, Redovisningsteori (2003)

¹⁹ Jacobsen, D.I, Vad, hur och varför? (2002)

²⁰ Ingeman Arbnor och Björn Bjerke, Företagsekonomisk metodlära (1994)

²¹ Artsberg, K, Redovisningsteori (2003)

den faktiskt är någons tolkning av företagets utveckling under det senaste året. Det är nog snarare de finansiella rapporterna i årsredovisningen som är primärdata, medan den skrivna texten är sekundärdata. Då meningen med denna studie är att granska den skrivna texten i årsredovisningarna, i form av kommentarer från VD och styrelseordförande samt förvaltningsberättelsen, kommer vi redan från början att granska årsredovisningarna kritiskt. Men pga. av att texten kan klassas som sekundärdata kommer vi att vara extra kritiska när vi läser årsredovisningarna.

2.5 Litteraturinsamling

Efter att vi hade valt vårt ämne började vi med att söka information till vår uppsats. Vi använde oss i huvudsak av att finna artiklar i Lunds Universitets elektroniska databas ELIN samt andra bibliotek för övrig skriftligt material. Vi har endast använt oss av vetenskapliga tidskrifter som är relevanta för ämnet, ett exempel är tidskriften *Accounting, Auditing and Accountability Journal*. Vi använde oss även av annan publicerad litteratur för att få fram applicerbara teorier, såsom kommunikationsteorin samt förtroende. Den publicerade litteraturen fann vi genom att söka på Lovisa (Lunds Universitets Bibliotekskatalog).

2.6 Reliabilitet

Graden av tillförlitlighet i undersökningen brukar kallas för reliabilitet. För att det undersökta materialet ska anses vara tillförlitligt krävs hög grad av reliabilitet²². När andra forskare oberoende av oss eller andra kommer fram till jämbördiga resultat givet samma förfarande används, anses reliabiliteten vara uppfylld²³. Detta brukar kallas för "test – retest". Ett annat sätt att uppnå reliabilitet är att genomföra vid ungefär samma tidpunkt, två likartade tester parallellt²⁴.

²² Jacobsen, D. I (2002) sid 190

²³ Eriksson och Wiedersheim, Att utreda, forska och rapportera (1997)

²⁴ Ingeman Arbnor och Björn Bjerke, Företagsekonomisk metodlära, (1994)

Vår främsta datakälla är olika företags årsredovisningar, som vi hämtar från företagens egna hemsidor. Årsredovisningar har ibland blivit anklagade för att visa endast det som företaget vill att vi ska se och därför kan vilseleda oss. Men samtidigt styrs och kontrolleras innehållet i årsredovisningen av bl.a. årsredovisningslagen och redovisningsrådets rekommendationer. Detta innebär att vi kan anse att årsredovisningarna har tillräckligt hög grad av reliabilitet för att utgöra ett gott underlag för denna uppsats.

Vid genomgången av texterna i årsredovisningen kommer vi att vara noggranna och omsorgsfulla. Vi kommer att konsultera varandra vid minsta frågetecken om ett begrepp bör vara med eller inte. Vi kommer dessutom att gå igenom begrepp för begrepp med varandra så att undersökningen blir så tillförlitlig som möjligt.

Vi använder oss även av vetenskapliga artiklar och teori i form av kommunikationsteorin samt förtroende. Vi är medvetna om att de vetenskapliga artiklarna kan innehålla en viss subjektivitet och kommer därför att granska referenserna noga. Detta för att i så hög grad som möjligt uppfylla kraven på tillförlitlighet. Kommunikationsteorin och teorin om förtroende har vi hämtat från de författare som anses vara ledande på området av andra författare och insatta personer och anser då även här att vi uppfyller kraven på tillförlitlighet.

2.7 Validitet

Med validitet menas att vi faktiskt mäter det som vi vill mäta, att det vi har mätt uppfattas som relevant och att det vi mäter hos några få också gäller för ett stort antal²⁵. Det går även att beskriva validitet i omfattning som våra observationer i själva verket reflekterar de fenomen som vi är intresserade av²⁶. Validitet brukar delas in i två delkomponenter; intern giltighet och extern giltighet. Den interna giltigheten handlar om vi faktiskt mäter det vi tror oss mäta. Extern giltighet handlar om i hur hög grad ett utfall kan generaliseras till att gälla också i andra sammanhang.²⁷

Vi kommer att uppfylla den interna giltigheten genom att hela tiden konsultera och kontrollera med varandra vilka begrepp vi tar med och anser vara viktiga på så sätt kan anses

²⁵ Jacobsen, D. I, Vad, hur och Varför? (2002)

²⁶ Steinar Kvale, Den kvalitativa forskningsintervjun, (1997)

²⁷ Jacobsen, D. I, Vad, hur och varför? (2002)

vara relevanta. Genom att analysera tio stycken företag kommer vi att få ett större urval och kan då i högre grad nå upp till den externa giltigheten, där det vi mäter för några få även gäller för ett stort antal. Vi har även lagt stor vikt vid att de vetenskapliga artiklarna som vi använder kan anses vara relevanta för studien.

2.8 Källkritik

För att uppfylla kraven på reliabilitet och validitet har vi försökt att använda oss av artiklar som är tillräckligt aktuella och sakliga för att nå upp till dessa krav. Att det kan förekomma viss subjektivitet i artiklarna är vi väl medvetna om och har av den orsaken i en del fall kontrollerat källornas referenser kritiskt. Utöver detta har vi dessutom endast använt oss av artiklar från vetenskapliga tidskrifter inom området för redovisning. Artiklarna har sökts på ELIN vilket vi anser ökar trovärdigheten ytterligare.

När det gäller årsredovisningarna är det lite svårare att finna några som helt når upp till kraven på reliabilitet och validitet. Men då dessa regleras i både lagar och normer anser vi att de kan betraktas som tillräckligt tillförlitliga och relevanta för vår studie. Dessutom har vi använt oss av de senaste årens årsredovisning vilket ytterligare kan stödja kravet på relevans. Att granska årsredovisningarna extra kritiskt anser vi vara speciellt viktigt i vårt fall då vi gör en undersökning på den skrivna texten, i form av kommentarer från VD och styrelseordförande samt förvaltningsberättelsen, i årsredovisningen. Denna text kan anses vara väldigt subjektiv, då det är andra i form av anställda i företaget, som har tolkat de finansiella rapporterna i texten.

2.9 Sammanfattning

Vi har valt att använda ett induktivt och deskriptivt arbetssätt för vår studie. Detta för att vi ville se hur det ser ut i verkligheten. En kvalitativ ansats har använts för insamlandet av empirin. Urvalet består av tio fallföretag som alla är noterade på Stockholms fondbörs A-lista, då dessa företag är av stort allmänt intresse samt väger tungt i index. Primär- och sekundärdatan består av årsredovisningar, vetenskapliga artiklar som hittades i olika databaser såsom ELIN samt böcker. I nästa kapitel så kommer denna litteratur att presenteras.

3 Litteraturgenomgång

Syftet med detta kapitel är att återge och diskutera undersökningens underliggande teoretiska referensram. Vi kommer att utgå från olika artiklar som behandlar området samt teori i form av kommunikationsteorin och förtroende.

3.1 Kommunikationsteori

Kommunikation är en viktig del i dagens samhälle, för att information mellan två parter ska nå sitt mål gäller det att kommunikationssystemet fungerar. Kommunikation kan ses som en överföring av meddelande, en process där en person försöker att påverka någon annans handlingssätt. Blir effekten inte den som avsätts, anses kommunikationen ha varit ett misslyckande²⁸. Kommunikation består av tal, skrift, radio och tv. Ett företags årsredovisning är ett sätt för företaget att kommunicera med dess aktieägare och övriga intressenter. Som företag vill man här visa upp en så bra bild av sig själv som möjligt och hur bra företaget går. Ibland uppstår svårigheter vid kommunicering, detta kan bero på störningar så att innehållet i ett meddelande ändras vid överföring och meddelandet får en helt annan innebörd än avsikten var från början. Det finns många faktorer som kan göra att meddelandet inte uppfattas på "rätt" sätt.

Det är långt ifrån alla personer som kan förstå innehållet i en årsredovisning. Det är således i det här fallet upp till både sändaren och mottagaren att kommunikationen fungerar. Från företagets sida att informationen är relevant och sanningsenlig samt lättförståelig. Från läsarens sida gäller det att ha kunskap för att tyda begrepp och siffror. Det gäller således att mottagaren för informationen har kompetens för att ta emot informationen. När kommunikation ses som en överföring av meddelande går det att se tre nivåer av kommunikationsproblem.

²⁸ Fiske, Kommunikationsteorier, (1994)

3 nivåer av kommunikationsproblem²⁹

- Nivå A: Hur exakt kan symbolerna för kommunikation bli överförda? (tekniskt problem)
- Nivå B: Hur exakt kan de överförda symbolerna förmedla sin önskade innebörd? (semantiskt problem)
- Nivå C: Hur effektivt kan det mottagna meddelandets innebörd påverka det önskade målet? (effektivitets problem)

Det tekniska problemet berör hur väl överföringen av symboler mellan sändare och mottagare genomförs³⁰. Vid förmedling av en årsredovisning är det tekniska problemet inte speciellt stort, det skulle kunna uppstå problem om mottagare ska få den skickad till sig via posten och den inte kommer fram. Ett annat problem kan uppstå då det nuförtiden har blivit vanligt att ladda ner en årsredovisning från företagets hemsida och länken till denna nedladdningssida inte fungerar. Det semantiska problemet berör hur mottagarens tolkning av meddelandets innebörd överrensstämmer med den innebörden som sändaren avsåg³¹. Här beror tillfredsställelsen till stor del beroende på hur kompetent och väl insatt läsaren av årsredovisningen är. Då läsaren inte är så kompetent inom ämnet och insatt i de ekonomiska begreppen blir det svårare att förstå hur de ekonomiska rapporterna ska utläsas. Därmed blir det svårt för läsaren att dra nytta av den ekonomiska informationen. Men det gäller även att meddelandets betydelse innefattas av meddelandet. Det semantiska problemet kan bli bättre om kodningen av meddelandet förbättras³². Effektivitetsproblemet berör hur väl sändaren lyckas att transportera innebörden till mottagaren så att det leder till det önskade målet³³. Det önskade syftet med all kommunikation är att influera mottagaren. Effektivitetsproblemet står i ett nära inbördes förhållande till det semantiska problemet och de överlappar varandra. Här kan det vara tal om att från företagets sida få ett lån hos en bank och därmed visar de upp sin årsredovisning och det gäller att banken tolkar informationen rätt för att kunna fatta ett rättvist beslut. För att kunna förbättra kommunikationsprocessens noggrannhet och effektivitet krävs det att vi studerar kommunikationen på samtliga tre nivåer³⁴.

²⁹ Shannon & Weaver, *The Mathematical Theory of Communication*, 1964

³⁰ Shannon & Weaver, *The Mathematical Theory of Communication*, 1964

³¹ Shannon & Weaver, *The Mathematical Theory of Communication*, 1964

³² Fiske, *Kommunikationsteorier*, (1994)

³³ Shannon & Weaver, *The Mathematical Theory of Communication*, 1964

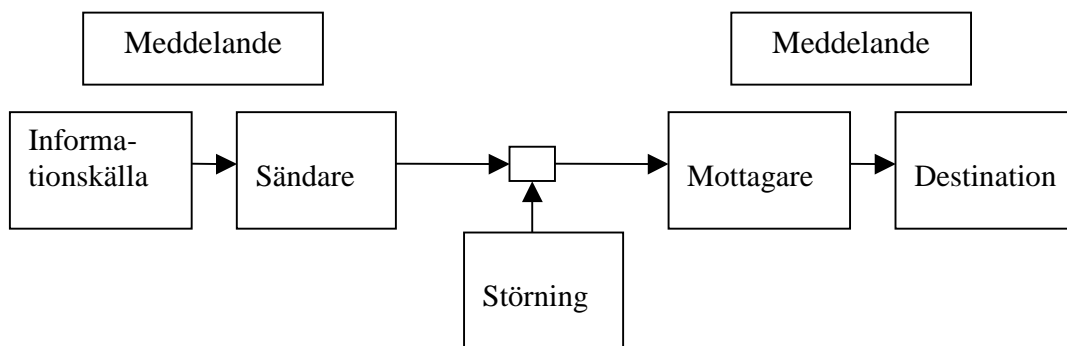
³⁴ Fiske, *Kommunikationsteorier*, (1994)

Hur kommunicerar "bra" resp. "dåliga" företag sin utveckling i årsredovisningen?

Shannon och Weaver förklarar ordet information betydelse i kommunikationsteorin på följande sätt:

"Ordet information i den här kommunikationsteorin relateras inte så mycket till vad du verkligen säger, utan istället vad du kan säga. Information är ett mått på den enskilde individens frihet över val att välja ett meddelande. Informationskonceptet appliceras inte på det individuella meddelandet, utan istället till situationen i stort."³⁵

Kommunikationsproblem på A-nivån –



Figur 3: Ett kommunikationssystem och dess problem

Källa: The Mathematical Theory of Communication

Ovan har vi åskådliggjort hur ett kommunikationssystem ser ut och fungerar. Denna kommunikationsmodell ser kommunikationen som en linjär och enkel process³⁶. Det hela börjar med att informationskällan väljer ett önskat meddelande utifrån en rad olika meddelanden. Det valda meddelandet kan vara i form av tal, skrift eller bilder. Sändaren ändrar detta meddelande till en signal som sänds via en kommunikationskanal från sändaren till mottagaren. Då det exempelvis handlar om VD: s kommentar i en årsredovisning från ett företag till dess aktieägare så är informationskällan VD: n. Sändaren är företaget som producerar årsredovisningen dvs. signalen. Mottagaren är en form av omvänd sändare som ändrar de överförda signalerna till ett meddelande och vidarebefordrar detta meddelande till dess destination/mottagare. I exemplet ovan så blir här mottagarens öga mottagare. Vid överföringsprocessen händer det ibland att en del saker tillkommer eller bortfaller från det

³⁵ Shannon & Weaver, The Mathematical Theory of Communication, 1964

³⁶ Fiske, Kommunikationsteorier, (1994)

ursprungliga meddelandet. Detta beror på störningar såsom exempelvis att mottagaren inte förstår det han läser.³⁷

Det är många faktorer som spelar in vid kommunikation, det gäller inte bara att befinna sig i en miljö som är fri från störningar. Att de två individerna som kommunicerar har förtroende för varandra är en väldigt viktig förutsättning för att kommunikationen ska fungera. Detta eftersom man som mottagare av kommunikationen har lättare att ta till sig sändarens information då man har förtroende för denna individ samt känner tillit till den sända informationen.

3.2 Förtroende

Förtroende är viktigt vid kommunikationen mellan företagen och dess intressenter. Förtroende tar lång tid att bygga upp men kan raderas över en natt. Ser man till företagen på börsen så gäller det att deras intressenter har förtroende för dem. Då företagen använder sig av bl.a. årsredovisningar som kommunikationsinstrument gentemot deras intressenter krävs att det som skrivs och rapporteras är sant eftersom en del investerare grundar sina investeringsbeslut på information i årsredovisningen. Skriver ledningen att de har en väldigt positiv syn på företagets framtid och det sedan blir tvärtom mister företaget förtroende från investerare som förväntade sig en positiv utveckling för företaget istället för tvärtom.

En författare som har skrivit mycket om förtroende är Francis Fukuyama i sin bok "Trust: the social virtues and the creation of prosperity" (1995). Fukuyama menar här att förtroende uppkommer som en förväntning inom ett samhälle som karaktäriseras av ett regelmässigt, ärligt och samarbetsvilligt beteende. Detta samhälle är baserat på allmänt delade normer för alla medlemmar av det samhället³⁸. Förtroende är överlägset lagstiftning och formella kontrakt när det är grundat på gemensamma värderingar och moraliska normer eftersom behovet av kostsam tillsyn och sanktioner minskar. Ett samhälle byggt på förtroende och gemensamma moraliska normer blir helt enkelt effektivare än ett samhälle där samarbetet upprätthålls genom regler och sanktioner. Att båda parterna har samma etiska värderingar är en viktig förutsättning för förtroende. Förtroende är till stor del kulturbestämmande för ett

³⁷ Shannon & Weaver, *The Mathematical Theory of Communication*, 1964

³⁸ Francis Fukuyama, "Trust: the social virtues and the creation of prosperity" (1995)

företag, exempelvis deras förmåga att omvandlas från en stor hierarki till ett flexibelt nätverk av mindre företag beror på graden av förtroende inom företaget³⁹.

Andra författare på området talar om en optimal nivå av förtroende. Då det exempelvis handlar om ett affärssamarbete och den ene parten vid affärsuppgörelser får ett orimligt högt förtroende så kan den andra parten som ger detta förtroende utsätta sig för en stor risk utan att förstå det. Detta kan i sin tur leda till att samarbetet utnyttjas av den ene parten.⁴⁰

3.2.1 Högförtroendesamhällen och lågförtroendesamhällen

Fukuyama har i boken undersökt olika länder globalt och delar efterhand in länder i två klasser högförtroende- och lågförtroendesamhällen. Därefter har han fokuserat på några olika länder i var klass och undersökt vikten av förtroende i de olika ekonomierna⁴¹.

Exempel på högförtroendeländer är Japan, Tyskland och USA. En intressant slutsats är att högförtroendeländer inom Europa till stor del består av protestantiska länder. I ett högförtroendesamhälle så utvecklas de flexibla företagen i den takt som den globala marknaden efterfrågar. Utvecklingen sker mycket enklare och snabbare än i de företag som finns i ett lågförtroendeland. I ett högförtroendesamhälle har individer en benägenhet att delta i frivilliga organisationer, varav det finns många sådana organisationer i alla storlekar. Högförtroendesamhället skapar dessa olika organisationer som expanderar i den utsträckning så att de når optimala ekonomiska skalfördelar.⁴²

Exempel på lågförtroendeländer är Kina, Frankrike, Italien och Sydkorea. Inom Europa består lågförtroendeländer till stor del av katolska länder. Individer i dessa länder är benägna att arbeta hemma i familjeföretag. Organisationerna tenderar att antingen vara väldigt små eller väldigt stora och statligt ägda. Dessa samhällen förlitar sig på utökade familjer för att bygga kommersiella, sociala och politiska nätverk. Problemet med denna familjeökning för den ekonomiska utvecklingen är att familjerna så småningom kommer att få slut på kompetenta familjemedlemmar.⁴³

³⁹ Francis Fukuyama, "Trust: the social virtues and the creation of prosperity" (1995)

⁴⁰ Wicks, A., Berman, S., & Jones, T. The structure of optimal trust: moral and strategic implications (1999)

⁴¹ Francis Fukuyama, "Trust: the social virtues and the creation of prosperity" (1995)

⁴² Francis Fukuyama, "Trust: the social virtues and the creation of prosperity" (1995)

⁴³ Francis Fukuyama, "Trust: the social virtues and the creation of prosperity" (1995)

3.2.2 Sverige som högförtroendesamhälle

Då det handlar om företags årsredovisningar är förtroende en viktig del. Har läsaren ett svagt förtroende för företaget i stort så blir inställningen negativ till innehållet i årsredovisningen. Följden kan bli att man exempelvis inte har tillit till det VD: n skriver i sina kommentarer till året som gått, samt det som står i förvaltningsberättelsen. I den här analysen får Sverige räknas som ett högförtroendesamhälle. Eftersom vi i Sverige har lagar och rekommendationer som reglerar innehållet i årsredovisningarna så har intressenterna överlag ett stort förtroende för de finansiella rapporterna. Däremot så finns det ingenting som reglerar vad som VD: n skriver i sina kommentarer. Här är det i mångt och mycket mottagarens förtroende för företaget och dess ledning som styr hur den skrivna texten uppfattas. I nästa avsnitt kommer vi att titta närmare på de forskningar som gjorts i andra länder inom vårt ämne. Här har tyngdpunkten legat på att undersöka just den skrivna texten och inte de finansiella rapporterna.

3.2.3 Den skrivna texten i årsredovisningen

Den skrivna texten i årsredovisningarna blir allt viktigare. I en undersökning av 100 noterade brittiska företag, så hade en majoritet lika mycket eller mer berättande information än lagstadgad finansiell information. Innehållet i ordförandes kommentarer kan vara användbar till att skilja mellan "bra" respektive "dåliga" företag. Det kan därför vara ett viktigt verktyg för ledningen att kontrollera och manipulera bilden som ges till läsarna genom informationen.⁴⁴

Undersökningar har gjorts för att se om det går att mäta ett företags risk att gå i konkurs genom att titta på företagets godtyckligt berättande text⁴⁵. I denna studie försöker forskarna att utvärdera hur både ord och de uppenbara underliggande ämnena som finns i styrelseordförandes kommentarer kan förklara ett företags misslyckande⁴⁶. Andra forskare har försökt att identifiera ord och fraser i VD: s kommentarer till aktieägarna för att se vad som skiljer sig mellan företag vars aktie går bra, med företag vars aktie går dåligt⁴⁷. Vad

⁴⁴ The effect of thematic structure on the variability of annual report readability, Mark Clayworthy and Michael John Jones (2001)

⁴⁵ The chairman's statement A content analysis of discretionary narrative disclosures Malcolm Smith, and Richard J. Taffler (2000)

⁴⁶ The chairman's statement A content analysis of discretionary narrative disclosures Malcolm Smith, and Richard J. Taffler (2000)

⁴⁷ Another look at the president's letter to stockholders, George S. Swales, Jr (1988)

ledningen fokuserar på i sina uttalande beroende på om dem klarade eller misslyckades att överleva en kris har även undersökts⁴⁸.

Studier visar att ett företags godtyckligt berättande text, både har information för bedömning av företagets överlevnad och besluts användbarhet⁴⁹. Det åskådliggörs även att icke granskade avslöjanden i styrelseordförandens kommentarer innehåller viktig information som kan sammankopplas med företagets finansiella situation så snart de har blivit analyserade. Det är speciellt viktigt att både positiva och negativa textomnämningen läggs märke till och att nyckelord och teman är klart separerade som bra och dåliga nyheter⁵⁰.

Att kommentarer från VD och styrelseordförande innehåller viktig information om företagets utveckling stöds även av studien som gjordes för att identifiera ord och fraser i VD: s kommentarer som vi nämnde ovan. Denna studie har gjorts två gånger för att se om de kunde uppnå liknande resultat genom att genomföra en liknande studie med lite ändrade förutsättningar, såsom olika företag eller olika tidsperioder. Författarna menar att information som finns i t.ex. VD: s kommentarer till aktieägarna är en betydelsefull komponent i processen att utvärdera en investering. VD: s kommentarer till aktieägarna, tillhandahåller värdefull, men denna information blir ofta förbisedd. Informationen kan användas till att särskilja mellan företag vars aktier kommer att gå bra respektive dåligt.⁵¹

3.2.4 Ledningens fokus vid uttalanden

Undersökningar visar också att för ett företag som överlevt en kris, får under normala omständigheter den externa och den interna miljön lika mycket uppmärksamhet och output får mer uppmärksamhet än input av ledningen. När en kris uppkommer så fokuserar ledningen mer på de kritiska aspekterna i deras externa miljö. Ledningen till företag som gått i konkurs försöker istället under en kris att förneka eller ignorera output faktorerna och koncentrerar sig istället på inputen och den interna miljön.⁵²

⁴⁸ Crisis and the content of managerial communications: A study of the focus of attention of top managers in surviving and failing firms, Richard A. D'Avani and Ian C. MacMillan, (1990)

⁴⁹ The chairman's statement A content analysis of discretionary narrative disclosures Malcolm Smith and Richard J. Taffler (2000)

⁵⁰ The chairman's statement A content analysis of discretionary narrative disclosures, Malcolm Smith and Richard J. Taffler (2000)

⁵¹ Another look at the president's letter to stockholders, George S. Swales, Jr (1988)

⁵² Crisis and the content of managerial communications: A study of the focus of attention of top managers in surviving and failing firms, Richard A. D'Avani, and Ian C. M., (1990)

Hur kommunicerar "bra" resp. "dåliga" företag sin utveckling i årsredovisningen?

Resultaten som har lagts fram stödjer litteraturhypotesen om förbättrande strategi, som säger att framgångsrika företag fokuserar på kritiska framgångsfaktorer relaterade till output miljön. Litteraturhypotesen om nedgång säger att misslyckade företag förnekar kriser och undviker att prata om problem på långsikt pga. kortsiktiga restriktioner finner stöd i de resultat som framkommit.⁵³

Det har även framkommit att "god" finansiell prestation kan förväntas ge ett klart finansiellt meddelande genom positiva berättanden och "dålig" finansiell prestation döljer kommunikationen från redovisningsrapporterna med vilseledande överoptimism.⁵⁴

Forskare har undersökt de skäl som VD: n angivit till aktieägarna för att förklara företagets prestation. De hävdar att p.g.a. av brist av verklig kontroll över organisationens resultat, försöker ledningen i icke stabila företag att strategiskt manipulera slumpvisa tillägg för att försöka ge ett intryck av deras kontroll. Att ledningen i ett icke stabilt företag tar mer ansvar för både positiva och negativa resultat än vad ledningen för ett stabilt företag gör, kan anses vara ett bevis för detta. Författarna menar att när förändringar i miljön börjar synas, ger ledningen ut tillkännagivande om förändringar i ledningen, för att på så vis antyda för läsaren att de försöker handskas med den förändrade miljön.⁵⁵

Studien försöker utreda ett sätt hur ledningen kan framställa en bild av deras effektivitet, när det gäller företagets prestation, i årsredovisningen. De har undersökt 18 stycken amerikanska företag och analyserat de slumpvisa tilläggen om företagets prestation i årsredovisningen. Detta i en strävan att se dem som ett tillvägagångssätt för att skapa en bild av kontroll. Med slumpvisa tillägg menas i studien, uttalande för att beskriva en utgång, som en individ gör till en annan.⁵⁶

Resultatet av denna undersökning var att det var tydligt att ledningen hade starka tendenser att ta åt sig äran när det gick bra, men skyllde på miljön när det gick dåligt. Detta till en grad att

⁵³ Crisis and the content of managerial communications: A study of the focus of attention of top managers in surviving and failing firms, Richard A. D'Avani, and Ian C. M., (1990)

⁵⁴ The chairman's statement A content analysis of discretionary narrative disclosures Malcolm Smith and Richard J. Taffler Cranfield (2000)

⁵⁵ Corporate attributions as strategic illusions of management control, Gerald R. Salancik and James R. Meindl (1984)

⁵⁶ Corporate attributions as strategic illusions of management control, Gerald R. Salancik and James R. Meindl (1984)

ledningen tre gånger oftare hellre tog åt sig äran när det gick bra än i något annat fall. Tre gånger oftare skyllde ledningen på miljön när det gick dåligt.⁵⁷

Det går även att se en viss systematik i hur ordförande skriver i olika delar av sina kommentarer. Till exempel så är oftast det första stycket mycket enklare att läsa och förstå än det i mitten och i slutet. En studie gjord i Hong Kong fann också att de dåliga nyheterna begravdes i mitten i hopp om att läsarna ägnar lite eller ingen uppmärksamhet där. En annan liknande studie gjord i Storbritannien stödjer dock inte denna teori.⁵⁸

3.2.5 Informationen i analytikers rapporter

Studier har gjorts för att visa vikten av informationen som tillhandahålls i årsredovisningarna. Detta genom att undersöka 187 stycken sell-side analytikers rapporter. Endast en liten del av informationen i de finansiella analytikernas rapporter kommer ifrån de finansiella redogörelserna i årsredovisningarna. Den berättande delen av årsredovisningen innehåller nästan två gånger mer information som de grundläggande finansiella redogörelserna.⁵⁹

Flera studier visar att informationen i årsredovisningarna är betydelsefull för de finansiella analytikerna, då de innehåller finansiella redogörelser. Generellt sätt anses den berättande delen vara mindre viktig av nästan alla. Men några hävdar att överlag så är den berättande delen av årsredovisningarna det mest intensivt lästa avsnittet. Vi ska dock ha i åtanke att alla dessa studier endast redogör för vad analytiker och investerare säger att de använder, vilket kan skilja sig från den informationen som faktiskt nyttjats.⁶⁰

Resultatet av denna studie är att av den informationen som analytikerna använder tillhandahåller de finansiella redogörelserna endast en fjärdedel. En betydelsefull källa till

⁵⁷ Corporate attributions as strategic illusions of management control, Gerald R. Salancik and James R. Meindl (1984)

⁵⁸ The effect of thematic structure on the variability of annual report readability, Mark Clayworthy and Michael John Jones (2001)

⁵⁹ Content analysis of informat cited in reports of sell-side financial analysis, Rodney K. Rogers, and Julia Grant, (1997)

⁶⁰ Content analysis of informat cited in reports of sell-side financial analysis, Rodney K. Rogers, and Julia Grant, (1997)

informationen som används finns i den berättande delen i årsredovisningen. Av de finansiella redogörelserna, tillhandahåller fotnoterna den största delen av informationen som används.⁶¹

3.2.6 Årsredovisningen

I gensvar på de obligatoriska rapporteringskraven för företag i de flesta västekonomier, kan årsredovisningen ses som ett formellt offentligt dokument. En del hävdar att årsredovisningen har blivit en väldigt sofistikerad produkt av hur företagen ser ut. Det främsta syftet med årsredovisningen är att skapa en viss bild på hur det kan se ut istället för att avslöja exakt hur det ser ut. Detta argument stämmer överens med att genom att kommunicera verkligheten, skapas verkligheten.⁶²

Styrning, marknadsföring och kommunikationsteori är de verktyg som används i den moderna årsredovisningen för att skapa en bild av organisationen. De finansiella rapporterna som måste vara med enligt lag hamnar oftast sist i årsredovisningen, medan den större och icke-lagstadgade delen hamnar främst.⁶³

Om en årsredovisning är skriven för att reducera effekterna av händelser som kan anses vara ogynnsamma för företagets image, kan meningen vara att företaget vill försöka eftersträva legitimitet och socialt ansvar i företaget. Är årsredovisningen istället skriven som ett förebyggande dokument som söker utgångar som främjar företaget eller dess lednings mål, kan syftet vara att fungera i en politisk ekonomi, image styrning och tolkning av marknadsföringen. Därav väljer och organiserar företaget sitt material efter vilken sorts läsare de vänder sig mot.⁶⁴

Beräkningsmöjligheter genom avslöjande av information, är speciellt viktigt då det inte finns någon lagstadgad priskontroll. Årsredovisningen är den huvudsakliga förmedlaren av avslöjanden, då den är det mest omfattande dokumentet som offentligheten kan ta del av. Den kan även ses som en betydelsefull masskommunikations medium. Tack vare dess breda täckning och tillgänglighet anses årsredovisningen vara en inflytelserik källa. Den är dock inte den enda källan till information om företagets prestation. Även då ledningen vill skapa en

⁶¹ Content analysis of informat cited in reports of sell-side financial analysis, Rodney K. Rogers and Julia Grant, (1997)

⁶² Corporate annual reports: research used, Patricia Stanton and John Stanton (2002)

⁶³ Corporate annual reports: research used, Patricia Stanton and John Stanton (2002)

⁶⁴ Corporate annual reports: research used, Patricia Stanton and John Stanton (2002)

bild av hur organisationen uppfattas i offentlighetens ögon, har årsredovisningen en viktig funktion.⁶⁵

3.3 Sammanfattning

För att besvara vår problemformulering så har vi i detta kapitel presenterat den teori och litteratur som vi anser vara mest relevant. Kommunikationsteorin och förtroende ansåg vi vara intressant för vår studie. Denna litteratur kan beskriva effekter som årsredovisning kan ge upphov till vid bedömning av ett företags ekonomiska utveckling. Vi har även tittat på tidigare forskning inom ämnet i form av vetenskapliga artiklar. Dessa artiklar gav oss en uppfattning om vad som tidigare undersökts. I följande kapitel kommer vi att presentera resultatet av vår studie.

⁶⁵ The information gap in annual reports, Jill Hooks, David Coy and Howard Davey, (2002)

4 Resultatredovisning

I detta kapitel är syftet att redogöra för utfallet av vår undersökning. Först presenteras diagram med de valda företagens aktiekursutveckling under den undersökta perioden och därefter begreppen som undersökningen grundar sig på. Till sist redovisar vi resultaten för undersökningen.

4.1 Begrepp

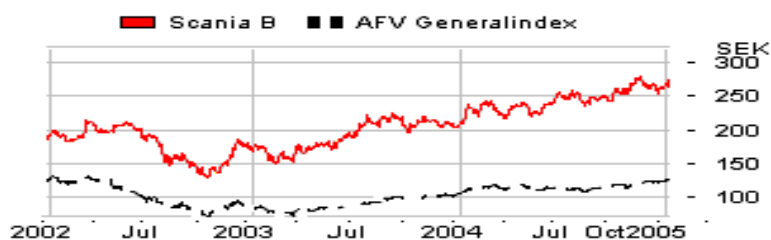
Nu ska vi se om det finns något samband mellan använda begrepp i årsredovisningarna och deras ekonomiska utveckling. De delar i årsredovisningen som vi har undersökt är: "VD/Koncernchef har ordet" samt "förvaltningsberättelsen". Vid en granskning av dessa två delar skapas en bild av hur företaget har utvecklats det senaste året och om denna utveckling är tillfredsställande. Vad som kan förväntas av framtiden nämns även här.

Här nedan kommer vi att redogöra för den information vi har fått fram från de olika företagens årsredovisningar. Vi har främst tittat på olika ekonomiska begrepp som kan härledas antingen till positiv eller till negativ ekonomisk utveckling. Vi har även lagt in ett diagram för företagets aktiekursutveckling för den undersökta perioden, detta beroende på att valet av fallföretag har gjorts utifrån aktiekursutvecklingen.

4.2 "Bra" företag

Dessa fem företag utgör underlag för vår studie av företag som haft en positiv utveckling på börsen åren 2002-2004.

4.2.1 Scania B



Figur 4: Aktiekursutveckling för Scania B 1/1 2002 – 31/12 2004

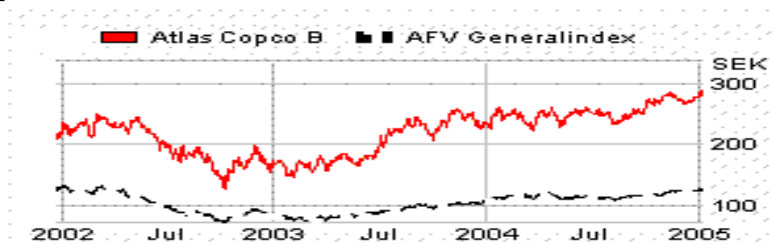
Källa: www.afv.se

I "Koncernchefens kommentar" i Scanias årsredovisning för 2002, används ord som ekonomisk osäkerhet, minskade försäljningsvolym och rationaliseringsprogram. Det talas om att trots att den ekonomiska osäkerheten ökade successivt under året så blev resultatet bättre än väntat. Prisnivåerna stabiliserades, likaså stabiliserades Scanias marknadsandel. De genomförde åtgärdsprogram med bla rationalisering och lämnade utdelning till aktieägarna.

Under 2003 används ord som svag ekonomisk utveckling, ökat rörelseresultat och anpassade prisnivåer i "Koncernchefens kommentar". Han skriver även om att krigsutbrottet i Irak gjorde kunderna lite mer försiktiga. Vidare talar han om att Scania prioriterar lönsamhet framför volym, att de rationaliserat produktionen och att de gör kontinuerliga förbättringar inom produktionen. Även detta år lämnades en utdelning.

I 2004 års årsredovisning skriver koncernchefen i sina kommentarer att Scania växer, att efterfrågan på tunga fordon vände uppåt och att de fortsatt utveckla deras globala produktionssystem. Han skriver även att de haft en positiv utveckling under 2004, men att de ser frågetecken inför 2005 pga. höjda råvaru- och oljepriser. Precis som föregående år lämnas en utdelning detta år.

4.2.2 Atlas Copco B



Figur 5: Aktiekursutveckling för Atlas Copco B 1/1 2002 – 31/12 2004

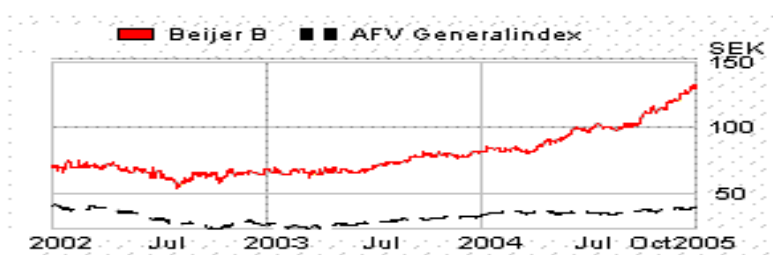
Källa: www.afv.se

Under 2002 nämns begrepp såsom ett kärvt affärsklimat på marknaden, negativ efterfrågan och en försvagad dollarkurs. De skriver även att de har stärkt marknadspositionen och att de lanserat innovativa produkter. Positivt är även att utdelning till aktieägarna har ökat. Företaget har fått en ny VD då den gamla gick i pension.

Under 2003 skriver. I VD: s kommentarer nämns att affärsklimatet förbättrades, företaget fortsatte sin lansering av innovativa produkter. Begrepp såsom ökad vinst, starkt kassaflöde och ökad utdelning för tionde året i rad till aktieägarna används även. Orderingång, fakturering samt rörelsemarginal och vinst har ökat under året p.g.a. hög andel nya produkter samt produktivitetsförbättringar. Ledningen tror på en positiv utveckling för efterfrågan.

Under 2004 nämns i förvaltningsberättelsen en kraftig ökning av ordervolym och faktureringsvolym samt rekordvinst tack vare ökad vinstmarginal. Även detta år blev det en ökad utdelning till aktieägarna. Ledningen var väldigt nöjda med året.

4.2.3 Beijer B



Figur 6: Aktiekursutveckling för Beijer B 1/1 2002 – 31/12 2004

Källa: www.afv.se

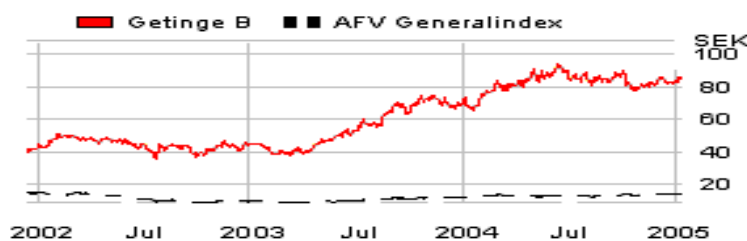
För 2002 skrev VD: n att utvecklingen för företaget var bättre än väntat, att man har fått en bra stabilitet i verksamheten och ett kraftigt ökat positivt resultat som var till ledningens belåtenhet samt att omsättningen ökade. Styrelsen beslutade att ge utdelning till aktieägarna.

Hur kommunicerar "bra" resp. "dåliga" företag sin utveckling i årsredovisningen?

För 2003 så nämns att de haft en något minskad omsättning och resultatet blev lite sämre än föregående år, detta berodde till en viss del av negativa valutaeffekter. Aktieutdelning gavs till aktieägarna. VD: n skriver att företaget har en stabil utveckling, resultatet är till belåtenhet trots en något svag marknad för vissa affärsområden. De nämner även att de under året gjort företagsförvärv samt tagit stora och viktiga order.

För 2004 skriver VD: n att företaget haft ett rekordår sett till rörelseresultat och omsättning som ökat kraftigt, samordningsvinster samt specialisering av tillverkning som medfört ökade volymer nämns som några av förklaringarna. VD: n nämner begrepp såsom expansion, företagsförvärv, ökad utdelning till aktieägarna.

4.2.4 Getinge B



Figur 7: Aktiekursutveckling för Getinge B 1/1 2002 – 31/12 2004

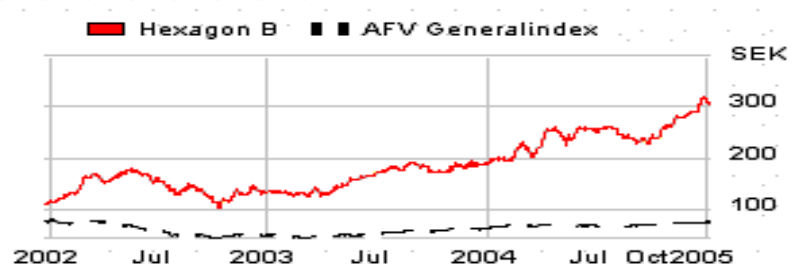
Källa: www.afv.se

Koncernchefen nämner i årsredovisningen för 2002 bland annat ord som rationaliseringsprogram, effektivitetsåtgärder och utveckling. Koncernchefen pratar även om att efterfrågan växer stabilt, att orderingången är tillfredställande, att marknadsförutsättningarna goda och att det blir en höjd utdelning detta år.

I årsredovisningen för 2003 använder koncernchefen ord som förvärv, expansion och produktutveckling. Han nämner även att försäljningsvolymen har ökat och att det finns en långsiktigt stabil efterfrågan på sjukvårdsmarknaden. Även detta år blir det en höjd utdelning.

Koncernchefen använder i årsredovisningen för 2004 ord som expansion, kapitalrationaliseringsprogram och tillväxt. Det står även i avsnittet som skrivits av koncernchefen att de haft en stark tillväxt trots betydande negativa valuta- och materialpriseffekter, att de haft en förbättring av efterfrågan, att orderingången ökade och att han tror på en fortsatt positiv utveckling.

4.2.5 Hexagon B



Figur 8: Aktiekursutveckling för Hexagon B 1/1 2002 – 31/12 2004

Källa: www.afv.se

Under 2002 skriver VD: n att de stärkt sin marknadsposition via företagsförvärv. Resultatet, orderingång och faktureringen ökade under året. Utdelning har givits till aktieägarna. De använder begrepp såsom strukturomvandling, svag efterfrågan, kostnadsrationaliseringsprogram och nyemission. Det nämns även att produktiviteten har ökat och att industrikonjunkturen spås vara fortsatt svag, men ledningen ser ändå positivt på framtiden.

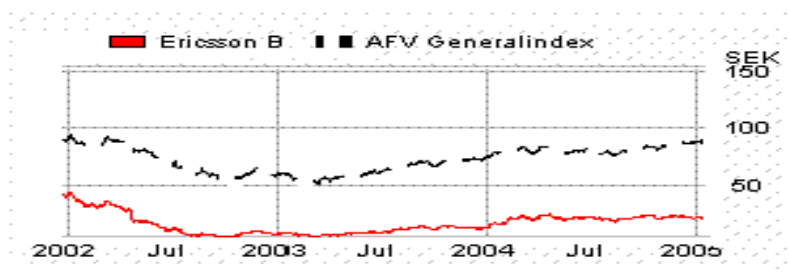
I avsnittet "VD: n har ordet" kan man läsa att 2003 var ett fantastiskt år för Hexagon. De har haft en bra resultatutveckling, trots en svag dollarutveckling och fortsatt svag efterfrågan. Företaget har enligt ledningen nu en tydlig strategi och struktur. Utdelning har givits till aktieägarna. Ledningen är väldigt nöjda med utvecklingen och ser positivt på framtiden då företaget har stärkt sin marknadsposition ytterligare.

Under 2004 så nämns det att Hexagon haft en fantastisk utveckling, att de haft företagets bästa resultat genom tiderna och stärkt sina marknadspositioner. Konjunkturen vände under året och efterfrågan ökade därmed. Flera viktiga företagsförvärv gjordes och ledningen ser goda framtidsutsikter.

4.3 "Dåliga" företag

Dessa fem företag utgör underlag för vår studie av företag som haft en negativ utveckling på börsen åren 2002-2004.

4.3.1 Ericsson B



Figur 9: Aktiekursutveckling för Ericsson B 1/1 2002 – 31/12 2004

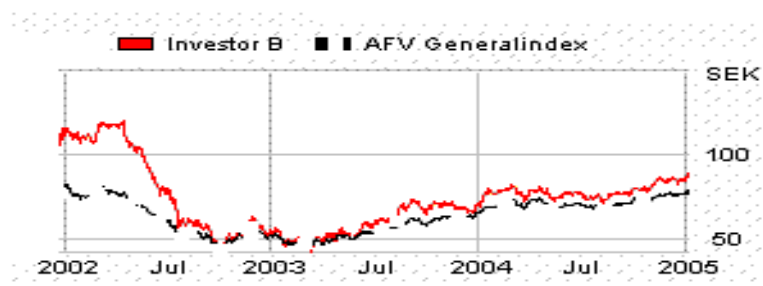
Källa: www.afv.se

I förvaltningsberättelsen i 2002 års årsredovisning används ord såsom nedgång, prispress, omstruktureringsåtgärder och nedskärningar. Det talas om att det har varit en dramatisk nedgång, att de ska anpassa verksamheten, göra personalneddragningar och reducera överskottskapacitet. Vidare skriver de att de flesta företagen på marknaden har haft negativa resultat, men att de själva har en positiv syn på marknaden på längre sikt. Ericsson ska genomföra effektivitetsprogram. I förvaltningsberättelsen kan utläsas att fyra ledamöter avgick under året, att ordföranden inte ställer upp i omval, samt att de inte lämnade någon utdelning detta år.

I avsnittet "Brev från VD och koncernchef" i 2003 års årsredovisning används ord som effektivitet, omstrukturering, besparingar och verksamhetsförbättringar. De skriver om att de vänt blad, men att marknaden fortfarande är kärv och att personalstyrkan har minskat. De har en ny VD, och de arbetar på att sänka kostnaderna och förbättra marginalerna. Vidare skriver de om att de ser framtida utmaningar och möjligheter, att det har varit hårda prövningar, då marknadsförhållandena inte varit lätta. De ser dock goda utsikter för tillväxt och att de är på väg mot rätt håll. I förvaltningsberättelsen talas det om att de ökade sin effektivitet och blev mer kostnadseffektiva och att de inte lämnade någon utdelning.

I "Brev från VD och koncernchef" för 2004 skriver de att de rört sig framåt och att förtroendet återvänt till marknaden. Marknaden har återhämtat sig och försäljningen ökade. I förvaltningsberättelsen används ord som återhämtning, framsteg, aktieägarvärde och effektivitet. Det talas även om att de har haft en lönsam tillväxt och ökade marknadsandelar. Deras kostnadsmedvetande ökade, de genomförde kostnadsbesparingsåtgärder, ökade sin effektivitet samt lämnade återigen utdelning till sina aktieägare efter några års uppehåll.

4.3.2 Investor B



Figur 10: Aktiekursutveckling för Investor B 1/1 2002 – 31/12 2004

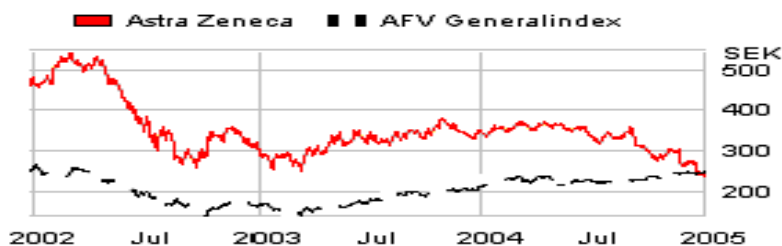
Källa: www.afv.se

I 2002 års VD: s kommentar kan man läsa att det varit ett svagt år och att deras substansvärde (marknadsvärdet av totala tillgångar minus totala skulder) reducerades kraftigt. Investors förklaring till detta var en minskad kapitaltillgång på venture capital marknaden, dvs riskkapitalmarknaden. I förvaltningsberättelsen kunde man utläsa att det blev en kraftigt minskad vinst i rörelseresultat mycket till stor del pga. färre avyttringar av bolag, minskade erhållna utdelningar. De gav dock i sin vana trogen utdelning till sina aktieägare.

Under 2003 gjordes klara framsteg för Investors innehav och i förvaltningsberättelsen nämns att Investors substansvärde ökade kraftigt.

Även under 2004 fortsatte substansvärdet att öka till stor del beroende på bra resultatutveckling för kärninnehaven. VD:n skriver att de under året har introducerat ett kostnadsbesparingsprogram och de lyckades sänka sina kostnader rejält.

4.3.3 Astra Zeneca



Figur 11: Aktiekursutveckling för Astra Zeneca B 1/1 2002 – 31/12 2004

Källa: www.afv.se

I avsnittet i årsredovisningen för 2002, som de kallar "Ordförande har ordet", används ord såsom möjligheter, utmaningar, prispress, och osäkra finansmarknader. I avsnittet behandlas även att de haft ökade kostnader, ökade myndighetskrav, men efterfrågan har ökat. Vidare skriver han att det är en svår aktiemarknad och att de satsar på ökad effektivitet. De lämnade detta år en oförändrad ordinarie utdelning.

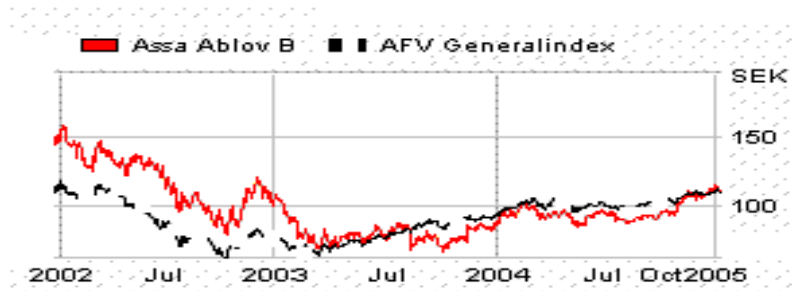
Även koncernchefen har skrivit några ord som behandlar att förändring var huvudtemat under detta år, att det är en tuffare omvärld och att det varit ett år med både motgångar och framgångar. Han skriver även att de överklagar en dom om patentintrång och att de ser nya produktmöjligheter i framtiden.

I 2003 års årsredovisning använder ordförande ord som prispress, utbildningssatsning och försäljningstillväxt. Han skriver även om att börskursen har varit positiv och att de ska genomföra ett koncernövergripande program för att öka produktiviteten och att de fortsätter investera i utvecklingsområden. Koncernchefen skriver i sin översikt att de gjort goda framsteg, att omvärlden förändras och att de har en klar bild över framtidens utmaningar. Han skriver även att under året har de expanderat sin globala närvaro.

Orden som används av ordförande under 2004 är t.ex. ökad prispress, ökade kostnader, utmaningar, utveckling och motgångar. Det skrivs även om att efterfrågan ökar, att det är en mindre riskvillig och snabbt föränderlig omgivning. Han skriver likaså att styrelsen granskat företagets styrning och att ordförande och revisionskommitténs ordförande avgick.

Koncernchefen skriver i sin översikt att de gjort framsteg med vissa produkter, men haft motgångar och svårigheter med andra. Han skrev också att det varit en konkurrensutsatt omgivning.

4.3.4 Assa Abloy B



Figur 12: Aktiekursutveckling för Assa Abloy B 1/1 2002 – 31/12 2004

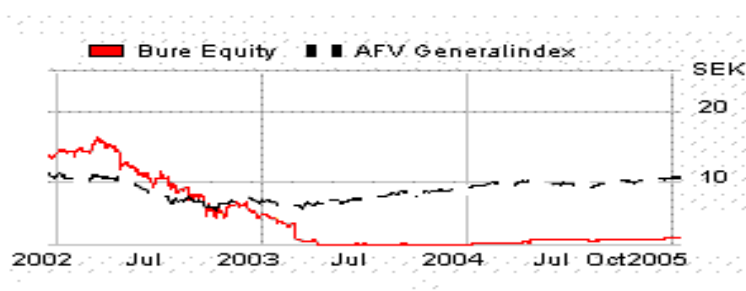
Källa: www.afv.se

Under 2002 används begrepp såsom ett positivt och framgångsrikt år, förbättrat resultat, ökad omsättning och marginaler samt företagsförvärv. Stora utvecklingsmöjligheter och en stark marknadsposition nämns även.

Under 2003 infördes ett handlingsprogram för att för att utveckla koncernens styrka och skapa en bas för varaktig tillväxt. För nästa år förväntas en stabil försäljning med ökade marginaler. Långsiktigt förväntar sig Assa Abloy att efterfrågan på säkerhet kommer att öka.

I årsredovisningen för 2004 kan man utläsa att både omsättning och det positiva resultatet ökade. Det blev en negativ resultatpåverkan via valutakurseffekt då dollarn försvagades. 2004 var framför allt ett affärsmässigt bra år för koncernen, då rörelsemarginalen klart förbättrades. I förvaltningsberättelsen kan läsa om företagsförvärv, och att ledningen har en positiv syn på framtiden dels för marknaden dels för företaget självt.

4.3.5 Bure Equity



Figur 13: Aktiekursutveckling för Bure Equity 1/1 2002 – 31/12 2004

Källa: www.afv.se

Under 2002 så använder Bure begrepp såsom kraftigt ökad förlust, en svag exitmarknad för bolagen i investeringsportföljen samt ökade räntekostnader. Styrelseordföranden nämner begrepp såsom kostnadsanpassningar och rationaliseringar och man har styrt upp ett finansiellt åtgärdsprogram för att minska den höga skuldsättningsgraden. VD samt en styrelseledamot har avgått under året och man nämner inte något i förvaltningsberättelsen om hur man ser på framtiden.

Under 2003 skriver Bure att de varit inne i en ekonomisk kris och var nära att gå i konkurs p.g.a. den akuta likviditetskrisen men en nyemission räddade upp situationen. Den stora förlusten för 2002 har reducerats kraftigt men man redovisar fortfarande "röda siffror" i resultatet. De använder begrepp såsom neddragning av personal samt omorganisation. Då Bure redde ut den finansiella krisen började man få tillbaka förtroendet hos marknaden. Ledningen såg positivt inför utvecklingen för 2004, men ändå stor osäkerhet p.g.a. den långvariga lågkonjunkturen inom branschen.

I årsredovisningen för 2004 kan det utläsas att VD:n är nöjd med utvecklingen av företaget under det gångna året och de har gjort stora framsteg sedan krisen 2003. Företaget uppvisade förlust även detta år men lägre än föregående år. Det förbättrade resultatet har sin förklaring i minskade förvaltningskostnader, en positiv utveckling för de stora bolagen i investeringsportföljen samt goda exitresultat vid avyttringar av bolagen. Enligt företagets VD är aktiekursutvecklingen, som var +67 % under året, ett bevis på ökat förtroende för bolaget hos investerare. Bure har inte givit utdelning till sina aktieägare under något av de undersökta åren.

4.3.6 Sammanfattning av positiva och negativa begrepp

Vi har som sammanfattning på det här avsnittet tagit fram en tabell där vi samlat de begrepp som vi funnit i vår studie. Först har vi delat in företagets olika område i fyra delar: utvärdering, företaget och marknad, verksamheten samt dess styrning. Inom området utvärdering så detta en sammanfattning av hur det har gått ekonomiskt under året. Företaget och marknaden behandlar konjunkturen på marknaden och hur det har påverkat företaget. Verksamheten behandlar vad som gjorts inom företaget med exempelvis produkter och personal. Det sista området, styrning behandlar företaget i stort. För dessa fyra områden har vi sedan tagit fram olika begrepp som är karaktäriserade som positiva och negativa. Under de åren som företagen gick bra användes de positiva begreppen och när de gick dåligt de negativa begreppen. Till stor del användes de positiva begreppen av de "bra" företagen och de negativa begreppen av de "dåliga" företagen. Det finns dock exempel på företag som bryter mot denna trend. Dessa är t.ex. Scania B och Getinge B, som vi klassificerat som "bra" företag, men som under 2002 gick sämre och därför använde de negativa begreppen.

Område	Positivt	Negativt
Utvärdering	Vinst, omsättning, utdelning produktivitet, order, efterfrågan,	Förlust, ökat lån/skuld, ingen utdelning, finansiell förstärkning
Företaget och marknad	Ekonomisk återhämtning	Lågkonjunktur, nedgång, minskad marginal, svag marknad, prispress
Verksamhet	Innovativa produkter, teknologi, marknad, företagsförvärv, specialisering	Rationalisering, effektivisering, valutaeffekt, omstrukturering, neddragning av personal,
Styrning	Expansion, utveckling, investering, framsteg, VD går i pension	Svårigheter, misslyckade produkter, brist på ekonomisk kontroll, utmaningar, VD avgår,

Figur: 14 Tabell över positiva och negativa begrepp

Källa: En omarbetad modell från Malcolm Smith, and Richard J. Taffler (2000), The chairman's statement A content analysis of discretionary narrative disclosures, sid 10

4.4 Sammanfattning

I det här kapitlet så har vi analyserat årsredovisningarna mellan åren 2002-2004 för de tio olika fallföretagen. Vi har tagit med fem "bra" och fem "dåliga" företag för att tydliggöra skillnaderna i årsredovisningstexten. Vi har märkt en klar trend för de begrepp som de "bra" respektive "dåliga" företagen har använt sig av. Som en avslutning på kapitlet så sammanställde vi en tabell över de vanligast förekommande begreppen som användes för att beskriva utvecklingen i "bra" respektive "dåliga" företag. I nästa kapitel som också är det sista i denna uppsats så kommer vi att besvara vår forskningsfråga, ge vårt eget teoretiska bidrag samt ge förslag på fortsatt forskning.

5 Slutdiskussion

I detta kapitel kommer vi att föra en slutdiskussion för att besvara vår forskningsfråga med hjälp av tidigare presenterad litteratur och teori. Vi kommer även att ge vårt teoretiska bidrag till studien samt ge förslag på fortsatt forskning.

5.1 Presentation av forskningsfrågan

Vid bedömning av ett företags ekonomiska ställning och utveckling är årsredovisning ett bra verktyg. Den väsentliga informationen utgörs inte enbart av de finansiella rapporterna utan VD: s kommentarer samt förvaltningsberättelsen är också väldigt betydelsefulla.

I vår uppsats ska vi besvara följande forskningsfråga: *Hur kommunicerar "bra" resp. "dåliga" företag sin utveckling i årsredovisningen?*

5.2 Forskningsfrågan besvaras

I dagens samhälle är kommunikation viktigt. Det gäller att kommunikationssystemet fungerar för att informationen ska gå fram. Ett företags årsredovisning kan ses som ett sätt för företaget att kommunicera med sina intressenter. En allt större del av den informationen som kan utläsas i årsredovisningarna kommer idag ifrån den skrivna delen av årsredovisningarna och inte från balans- och resultaträkningen. Exempel på de skrivna delarna är VD: s eller koncernchefens kommentar och förvaltningsberättelsen.

Då intressenterna får allt mer information ifrån den skrivna texten blir det allt viktigare hur den är skriven. Det är väsentligt att intressenterna kan förstå informationen som ges, för att på så sätt kunna skapa sig en bild över hur företaget har utvecklats. Detta ställer krav på både företaget, som måste se till att texten är förstålig och sanningsenlig och av läsaren, som bör ha kompetensen att förstå en årsredovisning. Författare till tidigare studier har kommit fram till att t.ex. det första stycket i VD: s kommentar är mycket enklare att läsa och förstå än de

Hur kommunicerar "bra" resp. "dåliga" företag sin utveckling i årsredovisningen?

senare delarna. Detta är något som vi också observerat, trots att det inte varit vårt syfte med vår studie. Att det första stycket i VD: s kommentarer är enklare att läsa kan vara ett sätt för företaget att ge den övergripande informationen om företags utveckling på ett enkelt och läsvänligt sätt.

Vi har undersökt om det finns något samband i de begrepp som används för att beskriva ett företags utveckling i årsredovisningen, beroende på om företaget går "bra" eller "dåligt". Vi fann att det fanns ett sådant samband, då vi tydligt kunde se skillnader i de begrepp som användes när ett företag gick "bra" respektive "dåligt". Företagen kommunicerar sin ekonomiska utveckling i årsredovisningarna genom att använda sig av olika ekonomiska begrepp som är åskådliggjorda i figur 14 i kapitel 4. Ett företag som gick "bra" använde ofta begrepp såsom vinst, expansion, utveckling och efterfrågan. Medan ett "dåligt" företag istället använde begrepp som till exempel prispress, rationalisering, omstrukturering och svårigheter. Vi såg även en distinkt trend att ett "dåligt" företag ofta gör stora omvälvningar i ledningen genom att VD och styrelseledamöter avgår. Detta kan vara problematiskt då företaget försöker ge en bild till intressenterna av att de försöker göra något åt situationen men i själva verket så är det bara en kortsiktig lösning på problemet.

Vi uppmärksammade även att "dåliga" företag ofta använder uttrycket *effektivisering*. Det kan vid en första anblick kanske förefalla lite konstigt, då effektivisering även kan ses som något positivt då produktiviteten ökar. Men det kan ligga mycket i begreppet effektivisering. Vi menar att när ett "dåligt" företag använder begreppet effektivisering, talar de om att göra rationaliseringar av olika slag för att företaget ska bli effektivare och på så sätt gå bättre. Vi lade även märke till att "dåliga" företag tenderade att koncentrera sig på deras externa miljö med marknaden och övriga konkurrenter i fokus. Detta gjorde de med begrepp såsom lågkonjunktur, nedgång på marknaden och prispress. De lade även en hel del uppmärksamhet på den interna miljön, då de gjorde stora förändringar bland både ledningen och övrig personal. Att VD: n eller andra styrelseledamöter har avgått kan vara ett tecken på att företaget inte går särskilt bra. De hade en viss tendens att även lägga stor vikt vid att de skulle genomföra olika sorters rationaliserings- och effektiviseringsprogram. Dessa begrepp användes ofta när ett företag gick sämre. Men genom att använda rationalisering och effektivisering visar de även att de försöker göra något åt situationen, vilket kan inge förtroende till aktieägarna. Om ett "dåligt" företag istället använder begrepp såsom svag

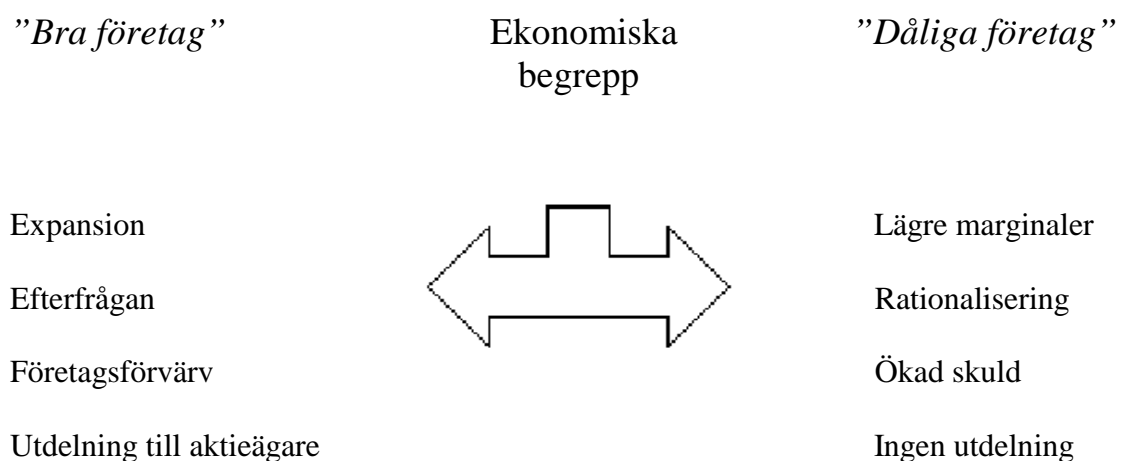
Hur kommunicerar "bra" resp. "dåliga" företag sin utveckling i årsredovisningen?

marknad, prispress och lågkonjunktur ger de istället ett intryck av att vilja skylla ifrån sig och att inte våga ta tag i situationen.

"Bra" företag pratade mycket om framtiden för företaget genom begrepp såsom expansion, utveckling av nya produkter samt företagsförvärv. Dessa begrepp ser vi som ett sätt för företaget att förmedla att företaget går bra och ser ljus på framtiden. Ett "bra" företag gav i huvudsak både den externa och den interna miljön lika stor uppmärksamhet.

Som en sammanfattning så fann vi en tydlig skillnad i de ekonomiska begrepp som ett "bra" respektive ett "dåligt" företag använder för att beskriva sin utveckling i årsredovisningen. De "dåliga" företagen tenderade att vara mycket mer inåtvända och skyllde gärna sina problem på omvärlden. Medan de "bra" företagen gärna beskriver hur efterfrågan ökat och hur de ska fortsätta expandera.

Här nedan har vi åskådliggjort en modell för att sammanfatta våra slutsatser. Modellen visar exempel på de ekonomiska begrepp som ett "bra" respektive ett "dåligt" företag använder för att beskriva sin utveckling i årsredovisningen.



Figur 15: Modell för att sammanfatta avsnitt 5.2

5.3 Studiens teoretiska bidrag

En god förutsättning för att kommunikationen ska fungera mellan mottagare och sändare, dvs företag och dess intressenter är förtroende. Det är av väsentlig betydelse att mottagaren, i det här fallet läsaren av en årsredovisning har förtroende för den sända informationen, dvs årsredovisningen. Förtroende gör att man som mottagare har mer tillit till vad som exempelvis står i VD: s kommentarer samt förvaltningsberättelsen i årsredovisningen. En annan viktig del i kommunikationsprocessen, är att minimera störningarna på vägen mellan sändare och mottagare så att de ekonomiska begreppen som används i årsredovisningarna har liknande betydelse för de båda. Detta innebär även att mottagaren måste vara kompetent inom ämnet och insatt i de ekonomiska begreppen för att förstå hur årsredovisningstexten ska tolkas. Detta problem ser vi som en direkt koppling till det semantiska problemet i kommunikationsteorin. Det semantiska problemet berör hur väl mottagarens tolkning av meddelandets innebörd överrensstämmer med den innebörden som sändaren avsåg. Ett annat problem med att informationen tolkas rätt gäller när det för ett företag handlar om att få ett lån hos en bank och därmed visar upp sin årsredovisning som bedömningsmaterial. Det gäller då att banken tolkar årsredovisningen på ett korrekt sätt för att kunna fatta ett rättvist beslut. Det här problemet kan kopplas till effektivitetsproblemet i kommunikationsteorin och består i hur effektivt det mottagna meddelandets innebörd kan påverka det önskade målet. Effektivitetsproblemet står i ett nära inbördes förhållande till det semantiska problemet.

I kontrast till balans- och resultaträkningen i årsredovisningen så är inte den skrivna texten i form av VD: s och koncernchefens kommentarer reglerad av några lagar och rekommendationer. Här anser vi att förtroende spelar en mycket stor roll. Som författaren Fukuyama nämner i sin bok "Trust" så är förtroende som är grundat på gemensamma värderingar och moraliska normer överlägset lagstiftning och formella kontrakt eftersom behovet av kostsam övervakning och sanktioner minskar. Skulle marknads förtroende för företaget minska så får detta konsekvenser för företaget i andra former än lagstadgade sanktioner. Det vi främst tänker på är exempelvis möjlighet till framtida lån hos bankerna samt krediter hos leverantörer.

Det är idag väldigt viktigt för företagen att känna marknads förtroende. Det blir lättare som läsare att förstå och ta till sig kommunikationen i företagens årsredovisning då läsaren har

förtroende för företaget. Förtroende är något som företaget bygger upp och "gör sig förtjänt av". Förtroende kan byggas upp på två sätt dels genom positiva ekonomiska begrepp som nämns i årsredovisningen, dels genom att det som nämns är sanningsenligt. Detta innebär att lika fort som ett förtroende byggs upp av positiva ekonomiska begrepp kan detta raseras då information kommer fram som säger att företaget går sämre än de angett i sin årsredovisning. Då läsaren ser en tydlig trend med positiva begrepp i årsredovisningen så ökar läsarens förtroende för företaget. Detta i kraft av att företaget upplevs som en framgångsrik verksamhet och läsaren får signaler om en ljus framtid för företaget.

Utan förtroende från intressenter så blir det svårare att expandera via banklån, aktieägarna och analytikernas förtroende för företaget är viktigt för utvecklingen på börsen. Då aktieanalytikerna på marknaden inte har förtroende för företaget så kommer inte företagets aktie bli rekommenderad av aktiemäklarna till kunderna och risken finns att aktiekursutvecklingen blir sämre än om företaget hade haft ett gott anseende på marknaden. Enligt en studie som gjorts så fann de att det är inte bara de finansiella rapporterna i årsredovisningarna som analytikerna tittar på utan den skrivna texten utgör tre fjärdedelar. Detta visar hur viktigt det är att företagen kommunicerar sin utveckling på ett rättvisande sätt även i den skrivna texten i årsredovisningen.

Vi drar slutsatsen att hur företaget kommunicerar sin ekonomiska utveckling genom begrepp i den skrivna texten är väsentlig för att upprätthålla ett starkt förtroende hos marknaden. Det är även viktigt att reducera störningarna mellan sändaren och mottagaren så att den ekonomiska utvecklingen som företaget sänder ut uppfattas på det önskade sättet av mottagaren.

5.4 Reflektioner över studiens slutsatser

Något som kan anses negativt med vår studie är att vi har karakteriserat olika företag som "bra" och "dåliga" enbart utifrån deras aktiekursutveckling. Ett företag behöver inte alls gå dåligt ekonomiskt sett för att ha en negativ utveckling på börsen. Då det idag handlar mycket om psykologi på marknaden bland investerare, analytikers analyser samt marknads förväntningar, är det inte alltid ett företag får en "rättvis" aktiekursutveckling. Det är problematiskt att använda ordet "rättvis" aktiekursutveckling eftersom ett företag kan visa upp kraftiga vinster men faller ändå på börsen eftersom vinsten var lägre än marknads analytiker hade förutspått. Detsamma kan på omvänt sätt appliceras på den sk "IT-bubblan"

då företags aktiekurs rusade i höjden, då enbart ett fåtal företag inom branschen faktiskt visade ett positivt resultat.

En annan svaghet med vår studie är att vi enbart har undersökt tio fallföretag, detta beroende av vi ville undersöka större företag och därmed bolag på Stockholmsfondbörs A-lista. Det fanns inte så många företag som hade en kraftig utveckling i antingen positiv eller negativ riktning. Hade vi däremot kollat på Attract 40 listan och O-listan hade vi säkert hittat många fler företag men då fått mindre bolag med ett mindre allmänt intresse.

Det går även att se en viss subjektivitet i själva undersökningen då vi valt ut vilka begrepp som ska vara med. Det finns en möjlighet att vi har förbisett en del begrepp som vi inte ansåg vara viktiga men som andra kanske ansett vara relevanta.

5.5 Förslag till fortsatt forskning

Som förslag till fortsatt forskning anser vi att en statistisk undersökning av denna studie hade varit intressant. Vår tanke är då att t.ex. utgå från de begrepp vi tagit fram i vår tabell och sedan testa dessa begrepp på företags årsredovisningar och se hur stark korrelationen är. Vi har sett exempel på den här sortens studie i engelskspråkiga länder, men har inte funnit någon studie som gjorts i Sverige

En annan studie hade kunnat göras utifrån intervjuer med personer inom företag som sitter med och utformar den skrivna texten i årsredovisningarna för att se hur de tänker. Exempelvis om de har någon tanke bakom de ekonomiska begrepp som används och är en mer personligt utformad text, eller det bara är fri text utan någon baktanke.

Källförteckning

Artiklar

George S. Swales, Jr (1988), Another look at the president's letter to stockholders, In: Financial Analysts Journal, Volym: 44, Nummer: 2, Sida: 71-74

Gerald R. Salancik and James R. Meindl (1984), Corporate attributions as strategic illusions of management control, In: Administrative Science Quarterly, Volym: 29, Nummer: 2, Sida: 238-254

Ingram, R.W. and Frazier, K.B. (1983), "Narrative disclosures in annual reports", In: Journal of Business Research, Volym: 11, Nummer: 1, Sida: 49-61

Jill Hooks, David Coy and Howard Davey, (2002), The information gap in annual reports, In: Accounting, Auditing & Accountability Journal, Volym: 15, Nummer: 4, Sida: 501-522

Malcolm Smith, and Richard J. Taffler (2000), The chairman's statement A content analysis of discretionary narrative disclosures, In: Accounting, Auditing & Accountability Journal, Volym: 13, Nummer: 5, Sida: 624-647

Mark Clayworthy and Michael John Jones (2001), The effect of thematic structure on the variability of annual report readability, In: Accounting, Auditing & Accountability Journal, Volym: 14, Nummer: 3, Sida: 311-326

Patricia Stanton and John Stanton (2002), Corporate annual reports: research used, In: Accounting, Auditing & Accountability Journal, Volym: 15, Nummer: 4, Sida: 478-500

D'Avani and MacMillan (1990), Crisis and the content of managerial communications: A study of the focus of attention of top managers in surviving and failing firms, In: Administrative Science Quarterly, Volym: 35, Nummer: 4, Sida: 634-658

Rodney K. Rogers, and Julia Grant, (1997)Content analysis of informat cited in reports of sell-side financial analysis, In: Journal of Financial Statement Analysis, Volym: 3, Nummer: 1, Sida: 17-31

Schipper, K. (1991), "Analysts' forecasts", In: Accounting Horizons, Volym. 5, Nummer. 4, Sida: 105-122

Wicks, A., Berman, S., & Jones, T. (1999) The structure of optimal trust: moral and strategic implications. In: The Academy of Management Review, Volym: 24, Nummer: 1, Sida: 99-117

Publicerad litteratur

Artsberg, K, Redovisningsteori, (2003), Malmö, Liber Ekonomi

Bryman, A. Kvantitet och kvalitet i samhällsvetenskaplig forskning, (1997), Lund, Studentlitteratur

Bryman, A, Samhällsvetenskapliga metoder, (2002), Malmö, Liber Ekonomi

Eriksson och Wiedersheim, Att utreda, forska och rapportera, (1997), Stockholm, Liber Ekonomi

Francis Fukuyama, "Trust: the social virtues and the creation of prosperity", (1995), London, Hamish Hamilton

Ingeman Arbnor och Björn Bjerke, Företagsekonomisk metodlära, (1994); Lund, Studentlitteratur

Jacobsen, D. I, Vad, hur och varför?, (2002), Lund, Studentlitteratur

Shannon & Weaver, The Mathematical Theory of Communication, (1964), Urbana Ill, Univ. of Illinois P

Steinar Kvale, Den kvalitativa forskningsintervjun, (1997), Lund, Studentlitteratur

Internet källor

www.afv.se

Årsredovisningar

Assa Abloys årsredovisning 2002-2004

Astra Zenecas årsredovisning 2002-2004

Atlas Copcos årsredovisning 2002-2004

Bures årsredovisning 2002-2004

Ericssons årsredovisning 2002-2004

Getinges årsredovisning 2002-2004

G&L Beijers årsredovisning 2002-2004

Hur kommunicerar "bra" resp. "dåliga" företag sin utveckling i årsredovisningen?

Hexagons årsredovisning, 2002-2004

Investors årsredovisning 2002-2004

Scantias årsredovisning 2002-2004