



Årsredovisningen i kooperativa föreningar

- Läser medlemmarna Lantmännens årsredovisning?

Susanne Gaurwitsch

*SLU, Institutionen för ekonomi
Företagsekonomi
D-nivå, 30 högskolepoäng*

*Examensarbete nr 522
Uppsala, 2008*

ISSN 1401-4084
ISRN SLU-EKON-EX-522--SE

Årsredovisningen i kooperativa föreningar
- Läser medlemmarna Lantmännens årsredovisning?

The annual report of co-operative societies
- Do members of Swedish Farmers' Supply and Crop Marketing Association read the cooperative's annual report?

Susanne Gaurwitsch

Handledare: Jerker Nilsson

© Susanne Gaurwitsch

Sveriges lantbruksuniversitet
Institutionen för ekonomi
Box 7013
750 07 UPPSALA

ISSN 1401-4084
ISRN SLU-EKON-EX-522 –SE

Tryck: SLU, Institutionen för ekonomi, Uppsala, 2008

Förord

Utan det stöd och den hjälp jag fått från min omgivning hade detta arbete inte kunnat genomföras. Tack alla som stöttat mig!

Det är ett stort arbete att göra så stora utskick som totalt ca 2000 frågeformulär. Min syster Maria och min son Robin hjälpte mig med detta, tack snälla ni för det.

Lantmännen, och speciellt min kontaktperson Anna Carlström, har varit positiva och mycket intresserade av mitt arbete. Jag är mycket tacksam för de värdefulla synpunkter och kommentarer jag fått samt, inte att förglömma, de presentkort jag fick att lotta ut bland de som skickade in sina svar.

Till sist vill jag rikta ett särskilt tack till min handledare professor Jerker Nilsson. Det engagemang och den tid han lägger ner på sina studenter är anmärkningsvärd. Hans kunnande, stöd och envishet har varit till stor hjälp och varit min räddning i tunga stunder.

Sammanfattning

När medlemmarna i en kooperativ förening behöver information för att ta ställning till om verksamheten styrs i deras intressen, är årsredovisningen ett viktigt verktyg. Denna studie har för avsikt att studera huruvida medlemmarna i en kooperativ förening använder årsredovisningen.

Lantmännen är ett kooperativt företag, som ägs av många av landets lantbrukare. Företaget har en stor och komplex organisation med verksamheter inom många områden och i flertalet länder. Detta gör det svårare för medlemmarna att överblicka verksamheten, vilket kan medföra ett minskat engagemang samt att möjligheten till kontroll minskar. Troligen medför detta att intresset för årsredovisningen minskar.

Ravensdown är en kooperativ förening i Nya Zeeland. Den liknar Lantmännen såtillvida att den ägs av lantbrukare och bedriver handel med lantbruksprodukter. I en studie av hur Ravensdowns medlemmar läser årsredovisningen fann forskargruppen att flertalet medlemmar skummar igenom årsredovisningen, en femtedel läser den inte alls och endast några procent läser den noggrant. Dock är inte Ravensdown ett lika stort och komplext företag som Lantmännen. Bland annat sker endast försäljning av produkter och inte inköp av spannmål. Vid en jämförelse mellan företagen förväntas Lantmännens medlemmar i ännu mindre grad läsa årsredovisningen.

I denna studie görs en liknande undersökning av Lantmännens medlemmar. De frågor som ställdes till Ravensdowns medlemmar ligger till grund för de frågeformulär, som skickades ut till medlemmar i Lantmännen.

Resultaten visar att en stor del av Lantmännens medlemmar inte läser årsredovisningen. En tredjedel skummar den, och endast ett par procent läser den noggrant. Resultatet är som väntat att Lantmännens medlemmar är mindre benägna att läsa årsredovisningen än Ravensdowns medlemmar.

Orsaken till att man inte läser årsredovisningen är densamma i båda föreningarna. Som främsta anledningen angavs brist på intresse och därefter tidsbrist. Dessa grunder samt att Lantmännens medlemmar läser årsredovisningen i mindre grad än Ravensdowns medlemmar stöder hypotesen att stora och komplexa föreningar är svåra att överblicka och kontrollera. En del upplevde årsredovisningen vara svår att förstå.

Med en årsredovisning som är svår att överblicka och med en medlemskår som har brist på tid och några som upplever den onödigt krånglig kan det finnas anledning att se över rutinerna kring årsredovisningen. Det kanske finns flera kanaler att använda för att sprida den information, som medlemmarna behöver.

Abstract

When members are to control their co-operative firm they need information. One important source of information is annual report. This study investigates whether the members of a co-operative use the annual report or not.

Most Swedish farmers are members of a co-operative called Lantmännen. The organisation is large and complex with lots of different activities in different industries and countries. This is due to reduce the members' involvement and their possibility to control the firm as they have difficulties to overview all activities. Probably the members' interest in the interests in the annual report is very limited and they probably read only a small part of it.

Ravensdown is a New Zealand supply co-operative, selling farm inputs to the member. Hence it is similar to Lantmännen. In a study about whether the members in Ravensdown read the annual report a team of researchers found that most members read the annual report briefly, one fifth do not read it at all, and only a few percent read it carefully. However, Ravensdown is not as large and complex as Lantmännen. For example, Ravensdown only sells farm inputs while Lantmännen also buy grain from the members, i.e. it is also a marketing co-operative. Therefore, one may expect differences between the two co-operatives. Lantmännen's members would probably read the annual report even less.

The questionnaire sent to the members of Ravensdown was used in the study of Lantmännen. It was translated and adjusted to fit Swedish conditions. The results show that the annual report is not read very much. One third of Lantmännen's members read it briefly and only two percent read it carefully. As expected, the members of Lantmännen read the annual report less than the members of Ravensdown.

The reasons why the annual report is not read are the same in both co-operatives. Lack of interest was the main reason, followed by lack of time. Those reasons and the fact that the members of Lantmännen read the annual report less lend support to the hypothesis that large and complex co-operatives are more difficult to grasp.

Many members think the annual report is hard to understand. They lack time and they find that the annual report complicated. Nevertheless, there may be a possibility to change the routines around the annual report. There might be other ways for the co-operative to disseminate information that the member needs.

Innehåll

1. INLEDNING	1
1.1 Bakgrund	1
1.2 Problem	2
1.3 Problemanalys.....	2
1.4 Syfte.....	3
1.5 Tillvägagångssätt	3
2. LANTMÄNNEN EK. FÖR.....	5
2.1 Verksamhet och struktur.....	5
2.2 Organisation.....	6
3. LITTERATUR.....	7
3.1 Läsning och förståelse av en årsredovisning.....	7
3.2 Ravensdown.....	8
3.3 Stora och komplexa organisationer.....	9
3.4 Teoretiska slutsatser.....	10
4. EMPIRI	11
4.1 Datainsamling	11
4.2 Redovisning av resultaten	11
5. ANALYS	17
6. SLUTSATSER	19
REFERENSER	20
BILAGA 1: FRÅGEFORMULÄR TILL MEDLEMMAR I LANTMÄNNEN.....	21

1. Inledning

1.1 Bakgrund

Kooperativt företagande bygger på att medlemmarna styr föreningen. Det förutsätter att medlemmarna känner till och kan ta ställning till föreningens verksamhet. För att få information om verksamheten har medlemmarna ett viktigt verktyg i föreningens årsredovisning. I denna beskriver ledningen de faktiska resultaten samt hur man ser på framtiden. Utifrån årsredovisningen förväntas medlemmen ta ställning till i vilken grad verksamheten styrs i medlemmarnas intresse. Årsredovisningen är det viktigaste underlaget för föreningens årsmöten, där medlemmarna kan göra sin röst hörd.

Många kooperativa företag, som verkat under många år, har blivit stora och komplexa. Detta beror dels på omvärldsförändringar och dels på medlemmarnas vilja att ta till vara på de ekonomiska fördelar, som förväntas vid en utveckling av organisationen.

De stora och komplexa kooperativa företagen kan emellertid vara svåra att överblicka för många medlemmar. Därmed minskar medlemmarnas chans att värdera verksamheten (Hogeland, 2006). Detta kan leda till passivitet inom medlemskåren och missnöje med ledningens arbete.

I en medlemsorganisation finns det vanligen många medlemmar som inte vill vara med om att påverka. Det är inte heller nödvändigt att alla medlemmar tar del av information om föreningens verksamhet. Redan om en mindre del sätter sig in i verksamheten, kan det finnas tillräckligt stark kontroll över företaget, dvs över styrelsens och direktionens arbete. De passiva medlemmarna kan då betraktas vara gratispassagerare på bekostnad av de aktiva medlemmarna. Gratispassagerare är sådana, som kommer utan egen ansträngning i åtnjutande av resultatet av andras ansträngning. Många gånger upplevs inte detta som ett problem. Organisationen kan i alla fall uppnå förväntat resultat. Detta bygger dock på att tillräckligt många aktiva, som vill och kan påverka organisationen. Hur stor andel av medlemmarna, som kan vara gratispassagerare utan att föreningen står utan kontroll, finns det inget generellt svar på.

I denna studie granskas detta eventuella gratispassagerarproblem inom Lantmännen. Inom Lantmännen har det aldrig gjorts någon studie av hur medlemmarna använder årsredovisningen och om de anser att den innehåller förväntad information. Det finns inte heller någon annan studie av hur medlemmar i svenska kooperativa föreningar ser på årsredovisningen. En forskargrupp på Nya Zeeland har däremot undersökt kooperativa medlemmars läsning samt förståelse av årsredovisningen. Uppläggnings av den föreliggande studien har i mycket hög grad inspirerats av den nyzeeländska undersökningen.

En annan viktig aspekt rör medlemsengagemang. I den mån medlemmarna anser att föreningen är viktig för dem, är det troligt att de tar del av årsredovisningen, även om de inte har för avsikt att utöva inflytande. Medlemsengagemang kan anses vara den kooperativt föreningens viktigaste tillgång såtillvida att detta påverkar hur mycket handel medlemmarna bedriver med föreningen. En starkt engagerad medlem är mera trogen föreningen i sin roll som köpare av lantbruksförnödenheter såväl som i rollen som säljare av sina produkter. Om medlemmarna i hög grad tar del i föreningens årsredovisning, kan föreningens anses stå starkare, och likaledes omvänt.

1.2 Problem

Lantmännen överväger ständigt hur information till medlemmarna ska se ut och hur relevant information ska kommuniceras. Föreningens årsredovisning anses viktig och skickas därför ut i sin helhet till alla medlemmar. Detta förfarande är kostsamt, och stora besparingar finns att göra om inte ett allmänt medlemsutskick skulle göras.

I föreningsledningen finns en allmän uppfattning att medlemmarna i stor utsträckning lägger årsredovisningen åt sidan utan läsa i den. I en enkät undersöktes distriktsordförandenas intresse för årsredovisningen, och där framkom att den är väl läst av denna grupp (Carlström, 07-09-18). Däremot visade svaret på en fråga att även flera ordföranden i distrikten delar den uppfattningen att långt ifrån alla medlemmar läser årsredovisningen.

I en undersökning av den lantbrukskooperativa föreningen Ravensdown i Nya Zeeland konstaterar författarna att trots den kooperativa dominansen inom landets lantbrukssektor finns ingen kunskap om medlemmarnas användning av årsredovisningen (Shanahan, Lord & Robb, 2007). Deras rapport pekar på bristande läsning av och förståelse av Ravensdowns årsredovisning.

I en studie av Lantmännens nya medlemsorganisation skriver Kihlén (2007) om Lantmännens problem med sviktande engagemang på medlemmötena. Deltagarantalet på mötena har varit lågt. En anledning kan vara Lantmännens komplicerade organisation. I syfte att stärka medlemmarnas ägarkänsla och därmed öka engagemanget och lojaliteten förändrades medlemsorganisationen vid årsskiftet 2005/2006 till färre led i organisationshierarkin. Kihléns studie visar att Lantmännen inte uppnått den önskade effekten men att medlemmarna uppskattar den kortare beslutsvägen. För att medlemmarna ska uppleva sig som ägare och känna sig delaktiga anser de att de behöver mer kunskap om Lantmännen. Årsredovisningen skulle kunna användas som en betydelsefull informationskälla, och det är av vikt att undersöka om medlemmarna använder sig av denna för att få relevant kunskap om företaget.

Således ägnas denna studie åt en analys av hur Lantmännens medlemmar läser föreningens årsredovisning. Detta problem är av betydelse av flera skäl. I den mån som många medlemmar undlåter att granska årsredovisningen för att i stället hoppas på att andra medlemmar sörjer för kontrollen, kommer kontrollen med föreningens ledning att bli svag. För det andra hänger medlemmarnas intresse av att ta del av årsredovisningen samman med deras engagemang i föreningen, vilket är vikt för föreningens framgång. Vidare har Lantmännens ledning ett intresse av medlemmarna ska ha kunskaper om föreningen och vill därför veta hur utformningen av årsredovisningen kan förbättras. Slutligen vill föreningen att dess informationsgivande ska vara kostnadseffektiv.

1.3 Problemanalys

Det sedvanliga sättet att sprida informationen om företagets verksamhet och ekonomiska status är genom årsredovisningen och delårsrapporter. Därmed ska inte glömmas bort att det finns även andra vägar för medlemmar att införskaffa sig kunskaper om företaget. Media är en lättåtkomlig källa, och ofta tar flera branschtidningar upp olika företags förehavanden. Problemet är tillförlitligheten vad det gäller såväl objektivitet som tillgången till relevant information. Företagets medlemstidning är ett bra komplement, eftersom den har som uppgift

att sprida relevant information. Slutsatsen är att årsredovisningen, trots att det finns alternativa informationskanaler, intar en mer central plats.

Kunskap om hur årsredovisningar är uppbyggda och vad innehållet betyder har givetvis betydelse för om informationen kan tas in och användas. Det har troligen även betydelse för om årsredovisningen läses överhuvudtaget. Den enskilde medlemmens ekonomiska kunskaper har därmed stor betydelse för årsredovisningens användbarhet såsom informationskälla. En omfattande och komplex årsredovisning ställer höga krav på kunskapsnivån hos läsaren. Vid en bedömning av årsredovisningens roll som informationskanal måste således beaktas att den kan vara dåligt anpassad till den förkunskapsnivå, som majoriteten av medlemmarna har.

Företags årsredovisningar är lätta att få tag på för den som så önskar, och för den insiktsfulla är de även relativt lätta att ta till sig. Detta hänger ihop med att den finns lagstiftning om att årsredovisningar ska upprättas och även om vilken information dessa ska ge. Genom Lantmännens utveckling till ett stort och komplext företag har årsredovisningen med åren blivit än mer omfattande och komplicerad. Detta konstaterande reser frågan om möjligheten att sammanställa årsredovisningen på ett annat sätt eller att sammanställa en annan publikation, där motsvarande information ges på ett mera lättförståeligt sätt. Då medlemsorganisationen ansågs alltför komplicerad och därför strukturerades om, är det även möjligt att göra en motsvarande översyn av årsredovisningens information.

Medlemskåren i Lantmännen är en heterogen grupp. Det finns enormt stora skillnader mellan ytterligheterna. Det gör det svårt att driva en linje som tillfredsställer alla medlemmars intressen fullt ut. Känner då medlemmen att gehör saknas för dennes synpunkter upplevs förhållandet till Lantmännen som marknadsmissigt och inte som medlemsägt. Detta kan skapa missnöje och svagt engagemang (Kihlén, 2007). Med andra ord kan det vara avgörande för föreningens fortsatta utveckling att årsredovisningen får en central roll för medlemmarna.

1.4 Syfte

Resonemangen ovan utmynnar i ett syfte för denna studie, nämligen att utreda i vilken mån Lantmännens medlemmar använder föreningens årsredovisningar för att hålla sig informerade om föreningen. I studien skiljs mellan olika medlemskategorier, primärt förtroendevalda och icke förtroendevalda medlemmar, men också olika ålderskategorier, kön, utbildningsnivåer, storlek på lantbrukföretag, produktionsinriktning, företagsform samt antal år i branschen.

Studiens resultat ska kunna tjäna såsom underlag för Lantmännens beslut om hur årsredovisningen ska se ut, framför allt hur information om dess innehåll ska förmedlas till föreningens medlemmar.

1.5 Tillvägagångssätt

Studiens teoretiska bas är agentteori och äganderättsteori. Årsredovisningarna ses såsom ett redskap för föreningens huvudmän (medlemmarna) att kontrollera och styra sin agent (styrelsen och affärsledningen). I och med att föreningen ägs kollektivt har var och en av medlemmarna incitament att vara s k gratispassagerare, vilket kan yttra sig på olika sätt, bland annat i att man kan undlåta att sätta sig in i föreningens verksamhet.

I en undersökning från Nya Zeeland framkommer att medlemmarna i föreningen Ravensdown i hög grad avstår från att läsa årsredovisningen samt att det finns brister i deras ekonomiska kunskaper (Shanahan, Lord & Robb, 2007). Den nyzeeländska studien har emellertid ingen teoretisk ambition utan har en helt deskriptiv ansats. Det är möjligt att jämföra den föreliggande studiens resultat med de nyzeeländska observationerna, men för att kunna uppnå en förståelse av resultaten är det agent- och äganderättsteori som kan vara behjälplig.

Utifrån teorin härleds ett antal hypoteser (teoretiska slutsatser), som testas i en empirisk undersökning. Denna utformas såsom en enkät till ett urval av medlemmar i Lantmännen.

Det empiriska materialet insamlas genom brevlades intervjuer bland medlemmar inom Lantmännen. Ett frågeformulär skickas ut till 1200 medlemmar i fyra distrikt. Spridningen bland distrikten sträcker sig från söder till norr. Medlemmarna ombeds att besvara frågorna och skicka tillbaka de ifyllda formulären i ett färdigfrankerat svarskuvert. En påminnelse skickas ut till de, som inte svarar inom angiven tid.

Frågeformuläret är i stort sett en rak översättning av det frågeformulär, som den nyzeeländska forskargruppen använde i sin senaste studie, som avsåg medlemmarna i lantmannaföreningen Ravensdown (Shanahan, Lord & Robb, 2007). Vissa frågor är helt identiska (bortsett från språket) medan andra visserligen är något omgjorda men dock på ett sådant sätt att jämförelser är meningsfulla.

Ravensdown säljer förnödenheter till lantbrukarna, varför det är meningsfullt att jämföra denna med Lantmännen. Föreningen skiljer sig från Lantmännen såtillvida att det inte förekommer någon handel med spannmål, men föreningen är dock den nyzeeländska förening, som mest liknar Lantmännen.

2. Lantmännen ek. för.

2.1 Verksamhet och struktur

Med en nettoomsättning på 32 256 mkr för 2006 inom 10 affärsområden (fig. 1) är Lantmännen ett stort och komplext företag, som ägs av ca 44 000 svenska lantbrukare. Lantmännens kärnverksamhet är handel med lantbruksprodukter och drivs i affärsområdet Lantmännen lantbruk (Lantmännens årsredovisning 2006). Försäljning av utsäde, gödsel, växtskydd och foder samt mottagning, lagring, förädling och försäljning av de produkter, som lantbrukarna odlar ingår i Lantmännens huvuduppgift (Lantmännens hemsida 2008).

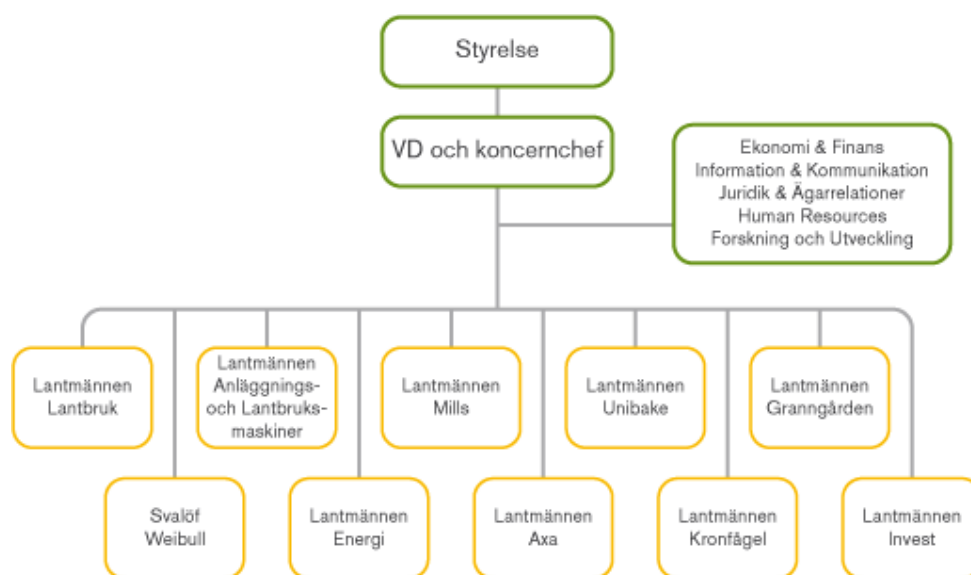


Fig. 1: Lantmännens verksamhetsområden. Källa: Lantmännens hemsida, <http://www.lantmannen.se/sv/Lantmannen-COM/Om-koncernen/Organisation/>

Under mitten av 1800-talet bildades lantmannaföreningar runt om i Sverige. Dessa tidiga föreningar hade som syfte att förbättra lantbrukarnas ställning genom bland annat att sänka inköpspriser och sänka transportkostnader samt ge möjlighet till erfarenhetsutbyte. För att kunna utnyttja skalfördelar och synergier samt få del i hela värdekedjan utvecklades de ursprungliga lantmannaföreningarna och slogs ihop i större föreningar. Den nuvarande koncernen bildades 2001 då de regionala föreningarna fusionerades i en gemensam ekonomisk förening. Idag finns Kalmar lantmän samt 24 lokalföreningar som fristående föreningar. Dessa har dock ett organisationsmedlemskap i Lantmännen. (Lantmännens hemsida 2007)

Med tiden och viljan att dra fördel av värdekedjans mer lönsamma delar har verksamhetsområdena blivit fler, och den ursprungliga verksamheten, som idag betraktas som kärnverksamhet, har blivit ett av flera affärsområden. Affärsområdenas verksamheter spänner över flera områden från producent till slutkund vilket gör Lantmännen till en mycket komplex koncern på många spelplaner.

2.2 Organisation

Medlem i Lantmännen kan den bli som bedriver lantbruks- eller livsmedelsproduktion inom Lantmännens verksamhetsområde. Både fysisk och juridisk person kan bli medlem. För att medlemskapet ska fortgå krävs insatsgrundande omsättning med Lantmännen under en treårsperiod. (Lantmännens stadgar 2006)

Varje medlem har en röst i distriktsstämman, som hålls varje år. Vid distriktsstämman medverkar representanter från koncernledningen och koncernstyrelsen (Lantmännens hemsida 2007). Distriktsstämman väljer representanter till fullmäktige för föreningsstämman. Vid föreningsstämman väljs styrelsen. Styrelsen utser ordförande samt verkställande direktör (Lantmännens stadgar 2006). (Fig. 2)

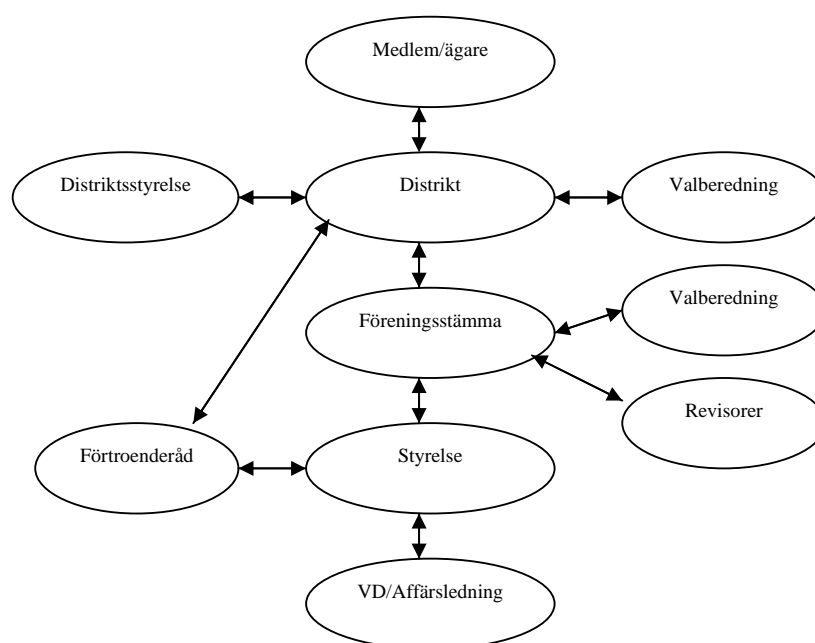


Fig. 2, Lantmännens medlemsdemokratiska organisation. Källa: Lantmännens årsredovisning 2006

Medlemmarnas del av vinsten fördelas dels genom återbäring och efterlikvid baserade på den enskilda medlemmens omsättning med Lantmännen och dels genom insatsutdelning samt insatsemission (Lantmännens årsredovisning 2006). Detta innebär att medlemmarnas incitament att idka handel med Lantmännen ökar genom att mera handel med Lantmännen ger en högre andel av vinsten, som avsätts för dessa ändamål.

3. Litteratur

3.1 Läsning och förståelse av en årsredovisning

Frågan om hur företags ägare läser, förstår och använder årsredovisningar har intresserat forskare – och praktiker – i många årtionden. Särskilt bör nämnas studier av börsnoterade företags ägare, genomförda på 1970-talet av Lee och Tweedie. Förutsättningarna för aktieägares syn på årsredovisningar och kooperativa medlemmars syn är emellertid grundläggande olika. I och med att aktier är omsättningsbara till marknadspriser, har aktieägarna intresse av att kontinuerlig hålla sig välinformerade om hur företaget bedrivs, och de vill kunna sälja sina aktier vid en tidpunkt då företagets framtidsutsikter ter sig som ljusast. Det individuella ägandet av aktier har ingen motsvarighet i kooperativa företag, där ägandet är kollektivt, liksom styrningen av företaget är det. Äganderättsteoretiska resonemang kan ge god belysning av dessa skillnader (Nilsson & Björklund, 2003).

Kooperativa föreningars medlemmar kan inte spekulera i några ägarbevis, vilket reducerar deras incitament att hålla sig à jour. Aktieägare kan lättast uttrycka sitt missnöje med föreningen genom att sälja sina aktier, medan endast de stora aktieägarna har möjlighet till inflytande på årsstämmorna. Den kooperativa medlemmens främsta protestmöjlighet är att försöka göra sin röst hörd vid distriktsstämmorna, medan han eller hon ofta inte har alternativa inköps- eller försäljningskanaler att välja i tillfälle av missnöje med föreningen. Den enskilde medlemmens möjlighet att driva igenom en förändring i någon föreningspolicy är emellertid mycket liten, i synnerhet som dagens kooperativa föreningar är mycket stora och komplexa. Till detta kommer att den enskilde måste använda sig av egen tid och andra resurser, samtidigt som hans eller hennes föreslagna åtgärder troligen är tänkta att främja en större grupp av medlemmar (Olson, 1965).

Till detta kommer att den enskilde kan förväntas röna motstånd från föreningens ledning och anställda. I princip är ju de anställda uppdragstagare åt föreningens medlemmar – alltså ett klassiskt agent- och huvudmannaförhållande – men samtidigt gäller att företagsledningen har överlägsna resurser av alla slag. Agentteorin talar om informationsasymmetri. På så sätt har ledningen möjligheter att blockera många förslag till förändringar från medlemmarnas sida. Kollektiviteten i styrningen av föreningen får således till effekt att medlemmarna i stort har liten anledning att engagera sig.

Dessa resonemang talar för att man kan förvänta sig att medlemmar i kooperativa föreningar har svagt incitament till att skaffa sig djupa kunskaper om föreningarnas verksamheter och ekonomi. Självfallet finns undantag – i synnerhet de förtroendevalda på olika nivåer har troligen mycket starka skäl att hålla sig väl informerade, inte minst eftersom deras väljare förväntas vilja ha muntlig information. Det är generellt lättare att tillägna sig muntlig information, som möjliggör frågor och svar, snarare än skriftlig information.

En grupp av forskare i Nya Zeeland har genomfört några studier av hur kooperativa föreningars medlemmar läser och förstår föreningarnas årsredovisningar. Deras frågeformulär i alla dessa studier har varit i princip detsamma som användes vid studien av börsnoterade företag i England 1977, eftersom de därmed har kunnat få jämförelsemöjligheter.

De tidigaste studierna från dessa forskare hade uppläggningar, som gör dem mindre intressanta såsom jämförelseobjekt till den föreliggande studien. I sitt första projekt undersökte forskargruppen detaljister, som var medlemmar i en nyzeeländsk

anskaffningsförening (Lord, Shanahan & Robb, 2005). Detaljhandlarna har dels en regelbunden kontakt med sitt kooperativ och dels en vana från sina egna företag att läsa olika rapporter. Den andra studien riktade sig till förtroendevalda inom brittiska konsumentföreningar och alltså inte medlemmar i stort (Robb, Shanahan & Lord, 2006). Förtroendevalda kan förmodas ha ett starkare incitament att läsa årsredovisningen. Den undersökning, som har intresse för den föreliggande undersökningen, avser en lantmannaföreningen Ravensdown (Shanahan, Lord & Robb, 2007).

3.2 Ravensdown

Ravensdown förser sina medlemmar med lantbruksprodukter, främst gödning. Tillsammans med Ballance Agri-Nutrients Ltd, som också är en kooperativ förening, kontrollerar Ravensdown 90 % av marknaden för gödningsmedel i Nya Zeeland (Shanahan, Lord & Robb, 2007). Som ett resultat av missnöje med kvaliteten på gödningsmedel hos de bolagsägda företagen startades Ravensdown 1977 på Sydön. Företaget växte och 20 år senare expanderade man till Nordön så att föreningen idag har hela Nya Zeeland som marknad (Shanahan, Lord & Robb, 2007).

Enligt Shanahan, Lord & Robb (2007) är det inte många av Ravensdowns medlemmar som läser årsredovisningen noggrant (se tabell 1). De flesta skummar den. Detta uttrycker större likgiltighet jämfört med författartrions tidigare studier.

Tabell 1. Ravensdownmedlemmarnas läsning av årsredovisningen (Källa: Shanahan, Lord & Robb, 2007)

Läser årsredovisningen noggrant	Skummar igenom årsredovisningen	Läser inte alls årsredovisningen
3 %	75 %	22 %

Såsom anledning till att man inte läser årsredovisningen alls uppgav Ravensdowns medlemmar brist på intresse. Detta följdes tätt av tidsbrist samt att årsredovisningen upplevdes som svår att förstå. Många efterlyste ett enklare språk. Av dem som inte läste årsredovisningen var det 10 % som inte ansåg sig behöva detta för att de litar på ledningen.

De delar av årsredovisningen, som lästes mest noggrant var nya produkter, rapporten från VD och ordföranden, samt förnyelse, forskning och utveckling. Långt ner på listan av lästa delar hamnar punkter såsom tio års tillbakablick, kassaflödesanalys och finansiella noter. Endast 5 % gjorde någon form av egen analys av rapporten.

Av Ravensdowns medlemmar ansåg 78 % att ett viktigt syfte med årsredovisningen är att hålla ledningen ansvarig inför medlemmarna. Därefter kom att ge medlemmarna en indikation av värdet på företaget (67 %), och över hälften ansåg årsredovisningen betydelsefull för att motivera utdelningar.

I tabell 2 kan utläsas vilka delar av årsredovisningen som anses vara viktigast. De stämmer väl in på de delar som lästes mest noggrant. Samma delar ligger i topp 6.

Inte färre än 83 % hade tre eller fler ytterligare informationskällor. Där stod den lokala tidningen för största andelen men även branschtidningar inom lantbruk samt Ravensdowns

nyhetsbrev var flitigt lästa. Däremot användes inte hemsidan i någon större utsträckning. Detta kan bero på de svårigheter som finns med tillgängligheten av bredband.

Tabell 2. Ravensdownmedlemmarnas val av stoff för läsning (Källa: Shanahan, Lord & Robb, 2007)

Sections	Ranked 1st or 2nd	Overall ranking
Financial Highlights	36%	1
Chairman and CEO's Report	26%	2
Statement of Financial Performance	24%	3
New Products	23%	4
Statement of Financial Position	13%	5
Innovation and R&D	12%	6 =

Förståelsen av termer i årsredovisningen var allmänt låg. Endast en tredjedel av de, som svarade på denna fråga, förstod vad soliditet och avskrivningar betyder. För termerna omsättningstillgångar, minoritetsintressen samt förändring i eget kapital var det färre än 15 % som kände till vad de betyder.

De flesta av Ravensdowns medlemmar är nöjda med årsredovisningens kvalitet och innehåll. Dock efterfrågades ytterligare finansiell information, däribland vinstprognoser, budgetar samt miljöfrågor. I rapportens slutsatser skriver författartrion att eftersom en så stor del läser flera andra källor för att få information, vore det strategiskt riktigt att släppa information från årsredovisningen till dessa källor. Även Internet ses som en möjlig väg om tillgängligheten är god.

3.3 Stora och komplexa organisationer

I lantbrukskooperationens begynnelse var det marknadsmisslyckanden som var den utlösande faktorn till bildandet av kooperativa lantbruksföretag. Missnöje med priser och kvalitet medförde att kooperativa företag startades för att råda bot på dessa problem. Det var även viktigt att som producent ha kontroll över sin situation.

I takt med att stordriftsfördelar har utnyttjats mer och mer har de kooperativa företagen blivit allt mer komplexa (Hogeland, 2006). Detta har medfört att företagen följer en mer strikt ekonomisk effektivitet, och med ökad vertikal integration kommer allt mer av verksamheter allt längre ifrån producenterna. De kapitalkrävande kooperativa företagen har fått ett ökat behov av externa kapitalkällor. Följden har blivit att medlemmarna känner sig allt mindre delaktiga och att deras möjlighet till kontroll minskat. Troligt är att medlemmar i mycket stora föreningar har mindre intresse av ta del i föreningens verksamhet och också sämre möjligheter att förstå och uttolka informationen.

Lantbrukarna har blivit mer individualistiska, samtidigt som medlemskåren blivit allt mer heterogen. Därmed uppstår skillnader i nyttan med Kooperationen mellan de olika medlemmarna samt att behovet av information avviker mellan olika lantbrukare. Många har intresse i det som rör den egna verksamheten och är inte så intresserade av de verksamheter som ligger längre bort (Kihlén, 2006). De vill veta vad Lantmännen kan ge för nytta till den egna gården. Även dessa faktorer kan förmodas betyda att medlemmar i stora och komplexa föreningar ägnar mindre resurser att fördjupa sig i årsredovisningarna.

Man kan förvänta sig att ju större en kooperativ förening är, desto mindre engagemang blir det från medlemmarna. De enskilda medlemmarna drunknar i mängden av medlemmar. I samma riktning pekar företagens storlek, mätt såsom omsättning, och likaledes komplexiteten i företagens verksamhet. Medlemmarna får allt större problem att förstå och bedöma företagens verksamhet, när denna är extremt omfattande och komplex.

3.4 Teoretiska slutsatser

Lantmännen har en stark marknad i Sverige, liksom Ravensdown har i Nya Zeeland, men Lantmännen har till skillnad från Ravensdown flera verksamhetsområden. Hogelands (2006) resonemang tyder på att i stora kooperativa föreningar med heterogena medlemskårer kan medlemmarna känna sig mindre delaktiga med liten möjlighet till kontroll. Ravensdown visade sig ha en låg andel medlemmar som läser årsredovisningen noggrant och en stor grupp som inte läser den alls. En första hypotes är att *(1) med en mer komplex organisation torde Lantmännens medlemmar i ännu mindre utsträckning läsa årsredovisningen än vad Ravensdowns medlemmar gör.* Det ska dessutom beaktas att Lantmännen har en långtgående vertikal integration i sin verksamhet. Mindre än en fjärdedel av Lantmännens verksamhet är medlemsnära, och företaget arbetar i 19 länder. Det är inte sannolikt att svenska bönder har förmåga att förstå dessa komplexa verksamhetsgrenar.

I studien av Ravensdown uttrycks en förmodan om att en anledning till den låga andelen som använder Internet är att tillgången till Internet är begränsad. Utvecklingen av bredband går framåt i Sverige och tillgången är relativt god även på landsbygden. Detta torde spegla sig i Lantmännenmedlemmarnas användning av Internetbaserad information. Detta leder till den andra hypotesen. *(2) Lantmännens hemsida förväntas vara väl använd av medlemmarna, jämfört vad förhållandet är i Ravensdown.*

Med en heterogen medlemskår, där det finns olika behov av information, kan det finnas stora skillnader rörande vad medlemmarna önskar information om. Vad som läses i årsredovisningen torde bero på vilken verksamhetsinriktning ens lantbruksföretag har. Även hur omfattande informationsutbudet är torde variera. En tredje hypotes är att *(3) den betydande storleken på Lantmännens medlemskår liksom den höggradiga heterogeniteten medför större skillnader vad gäller önskemål och information, jämfört med vad fallet är i Ravensdown, som har en mindre och troligen ej lika heterogen medlemskår och som har en mera fokuserad verksamhet.*

4. Empiri

4.1 Datainsamling

Under hösten skickades 1200 frågeformulär ut till medlemmar i Lantmännen. För att få en spridning över hela Sverige valdes fyra områden valdes ut, nämligen Växjö, Skaraborg, Uppland samt Skellefteå/Piteå. I följebrevet angavs syftet med studien samt utlystes en utlottning av fem presentkort på Granngården á 1000 kr. Avsikten med lotteriet var att locka till en högre svarsfrekvens. Risken att resultatet skulle påverkas av detta ansågs vara ringa.

Ett andra utskick gjordes till dem, som inte svarat inom angiven svarstid, och på så sätt utökades svarsfrekvensen. När svarstiden för det andra utskicket hade utlöp, drogs de vinnande svaren i utlottningen tillsammans av författaren och Lantmännens informationsansvariga, som också var företagets kontaktperson.

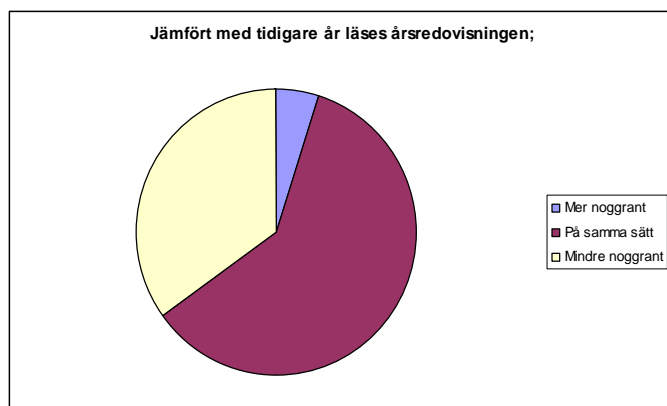
Totalt efter de två utskicken kom 490 ifyllda formulär tillbaka, vilket motsvarar en svarsfrekvens på 41 procent. Av dessa var elva blanka, vilket innebär en egentlig svarsfrekvens på 40 procent. En liknande studie av Kihlén (2006), som också vände sig till medlemmar i Lantmännen, samt studien av Ravensdown gav ca 40 procentiga svarsfrekvenser. Detta tyder på att utlottningen av presentkort inte hade någon större effekt. Dock var frågeformulären i denna undersökning av mer omfattande karaktär, varför en viss effekt ändå inte kan uteslutas.

Frågeformuläret består av två delar (se bilaga), där den första delen handlar om lantbrukarens egen situation och dennes företag. Den andra delen handlar om Lantmännens årsredovisning. Uppdelningen gjordes främst för att enkäten skulle uppfattas som mindre omfattande.

4.2 Redovisning av resultaten

4.2.1 Resultatet av hur alla sammantaget läser årsredovisningen

Av de inkomna enkäterna svarade 53 % att de läser årsredovisningen på samma sätt nu som förr, 31 % läser den mindre noggrant nu än förr och endast 4 % läser den mer noggrant idag (se diagram 1).



Figur 1: Resultat från enkätsvaren

Nära hälften av de som svarat läser inte årsredovisningen alls och nästan inga läser den noggrant (se tabell 3). Däremot skummar en tredjedel igenom årsredovisningen. Kriterierna för klassificering i de tre kategorierna är att minst hälften av delarna i årsredovisningen ska ha markerats i respektive kategori. Däremot uppger 138 (29 %) att de överhuvudtaget inte läser någon del alls, 50 (10 %) uppger att de skummar igenom alla delar och en enda person säger sig läsa alla delarna noggrant.

Tabell 3: Procentuell fördelning av noggrannhet i läsning

Läser årsredovisningen noggrant	Skummar igenom årsredovisningen	Läser inte alls årsredovisningen
2 %	33 %	49 %

Resterande 16 % har antingen lämnat luckor i svaren eller har ett spann som sträcker sig över alla tre områden.

Utan tvekan är den främsta anledning till att man inte läser årsredovisningen ett ointresse, följt av tidsbrist. Därefter anser 30 att de inte läser årsredovisningen, eftersom den var svår att förstå. (se tabell 4)

Tabell 4: Anledningar till att man inte läser årsredovisningen

Anledning	Antal svar
Ointresse	115
Tidsbrist	68
Svår att förstå	30
Behöver inte	22
Betydelselös	17

Den minst lästa delen av årsredovisningen är affärsområdet *Lantmännen Unibake* med 67 % som uppger att de inte läser den alls, 25 % som uppger att de skummar igenom den och endast 2 personer som uppger att de läser den noggrant. Den del av årsredovisningen som flest läser är *Lantmännen i korthet* (60 %), medan *VD har ordet* och *Förändring i kapital* är de mest noggrant lästa (13 %). Detta stämmer inte helt med hur viktiga de olika delarna upplevs. Den del som upplevdes vara viktigast av flest respondenter är *resultat- och balansräkningen* (se tabell 5), medan *Lantmännen i korthet* upplevdes som viktigast bara av 10 %. Dock är det 50 % av respondenterna som läser *resultat- och balansräkningen*, vilket stämmer bra med att denna fick en topplacering bland de viktigaste delarna. Av affärsområdena är *Lantmännen Lantbruk* den mest lästa, både kvalitativt och kvantitativt sett.

Tabell 5: Viktigaste delarna i årsredovisningen

DI av årsredovisningen	Rankad 1:a eller 2:a
Resultat- och balansräkningen	27 %
Nyckeltal	14 %
Året i korthet	14 %
Mål och strategier	11 %
Ekonomisk ägarnytta	10 %
Lantmännen i korthet	10 %

På frågan om syftet med årsredovisningen kommer *att hålla ledningen ansvarig inför medlemmarna* på första plats. Drygt hälften (52 %) har rankat detta alternativ 1:a eller 2:a. På andra plats (49 %) kommer *att ge medlemmarna en uppfattning om värdet på Lantmännen* (se tabell 6). Även med enbart ranking nr 1 kom alternativen på samma placeringar men glappet mellan första och andra plats var betydligt större. Drygt hälften anser att de finansiella upplysningarna i Lantmännens årsredovisning är tillräckliga för medlemmarna och endast 8 % tycker att den är otillräcklig. En kommentar till detta var att ”För de som inte är insatta är det för mycket siffror och de som är kunniga behöver ha mer ingående information”.

Tabell 6: Syftet med Lantmännens årsredovisning

Syfte	Rankad 1:a eller 2:a
Att hålla ledningen ansvarig inför medlemmarna	52 %
Att ge medlemmarna en uppfattning om värdet på Lantmännen	49 %
Att ge medlemmarna en uppfattning om framtida efterlikvider, återbäring, ränta och insatsemissioner	44 %
Att ge medlemmarna information inför investeringsbeslut i det egna lantbruksföretaget	27 %
Att motivera nivån på efterlikvider och återbäring	27 %
Att tillhandahålla staten med information	13 %

En fråga handlade om förståelsen av olika termer i årsredovisningen. Respondenterna fick svara ”ja”, ”har ett hum om” samt ”nej” på om de vet vad avskrivningar, förändring i eget kapital, omsättningstillgångar, minoritetsintressen, soliditet samt immateriella tillgångar betyder. De flesta anser att de vet vad termerna betyder eller har ett hum om det. Två undantag fanns, nämligen *minoritetsintressen* och *immateriella tillgångar* som båda fick svaret nej på frågan av 32 % respektive 40 %.

En annan fråga var ”Vilken del av Lantmännens finansiella information är viktig för dig?” Här fanns inga alternativ att kryssa i utan respondenterna fick själva formulera sitt svar. Resultatet blev en mängd alternativ, som var svåra att koda. Dock dök formuleringen balans- och resultaträkningen upp flera gånger, ibland ensamt (7 %) och ibland med andra alternativ. Det var dock endast 35 % som svarade på denna fråga, vilket innebär att av dessa var det 20 % som angav balans- och resultaträkningen.

Många hade synpunkter på om det fanns ytterligare information som borde finnas i Lantmännens årsredovisning. Intressant var att även några av de, som anser att de inte alls läser årsredovisningen, ändå svarat på denna fråga. De områden som får störst respons är strategier (30 %) och vinstprognoser (24 %), medan 13 % ansåg att miljöfrågorna krävde ytterligare uppmärksamhet (se tabell 7).

Tabell 7: Ytterligare finansiell information

Finansiell information	Andel svar
Strategier	30 %
Vinstprognoser	24 %
Mer information om dotterbolagen	14 %
Miljöfrågor	13 %
Budgetar	13 %
Mer detaljer om medarbetarna	7 %

I sista frågan skulle respondenterna själva uttrycka om något kunde göras mer tydlig i Lantmännens årsredovisning. Det var 42 som svarade på denna fråga och nära hälften (20 st) ansåg i någon mån att årsredovisningen var för omfattande, svårbegriplig och borde göras mer lättillgänglig. En uppgav att årsredovisningen enbart skulle skickas ut till dem som verkligen ville ha den och ansåg att det var slöseri att skicka den till alla.

Hela 85 % av respondenterna använder andra källor för att få information om företag. Så gott som alla dessa läser någon lantbrukstidning samt lokala tidningar. Lantmännens egen medlemstidning, Grodden, läses av 72 % och noggrant av 16 %. Lantmännens hemsida är inte lika välbesökt – endast 37 % använder den vilket är något lägre än de använder andra hemsidor (40 %). Häften av respondenterna uppger att de använder årsredovisningar för att få information om olika företag, medan 69 % anger att de på något sätt tittat i Lantmännens årsredovisning.

4.2.2 Olika grupper läsning av årsredovisningen

Ovan redovisas resultatet för alla respondenterna, men medlemskåren är heterogen, och det skiljer sig mellan olika grupper. I detta avsnitt g några av delarna granskas skillnader beroende på lantbruksföretagets omsättning eller vilket distrikt medlemmarna tillhör.

En fråga i enkäten gällde omsättningen i respondenternas lantbruksföretag under 2006. De olika intervallen var:

- upp till 300 000 kr 138
- 301 000 kr – 500 000 kr 66
- 501 000 kr – 1 000 000 kr 78
- 1 001 000 kr – 2 000 000 kr 90
- 2 001 000 kr och uppåt 92

De flesta respondenterna har ett företag med en omsättning under 300 000 kr. Minst till antalet var de med en omsättning mellan 301 000 kr och 500 000 kr.

Det fanns en tydlig trend i hur omsättningsstorleken påverkar graden av läsning. Åtta av de nio som läser årsredovisningen noggrant återfinns hos de med en omsättning över 501 000 kr. Hos de med lägst omsättning är andelen, som inte läser hela, 60 %. Sedan faller andelen som inte läser årsredovisningen med ökande omsättning (se tabell 8). De båda grupperna 1 001 000 kr – 2 000 000 kr samt 2 001 000 kr och uppåt var likartade med 37-38 % som avstår läsningen.

Tabell 8: Läsning av årsredovisningen beroende på omsättningen, tkr

	- 300	301-500	501-1 000	1 001-2 000	2 000 -
Andel som inte läser mer än hälften	60 %	59 %	46 %	37 %	38 %
Andel som skummar mer än hälften	25 %	29 %	31 %	43 %	42 %
Andel som läser mer än hälften noga	0,7 %	0 %	4 %	3 %	2 %
Andel som läser någon del alls	59 %	74 %	71 %	76 %	76 %

De fyra distrikt, som enkäten skickades ut till, ligger spridda över hela Sverige med Växjö i söder och Skellefteå-Piteå i norr. Svarefrekvensen var jämnt fördelad mellan distrikten med en fjärdedel från varje. Det var också resultaten av hur medlemmarna läser årsredovisningen. Med oerhört jämna siffror går det att säga att hur årsredovisningen läses inte beror på var i landet medlemmarna bor (se tabell 9).

Tabell 9, läsningen av årsredovisningen beroende på distrikt

	Växjö	Västra Skaraborg	Uppland	Skellefteå-Piteå
Andel som inte läser mer än hälften	48 %	48 %	53 %	47 %
Andel som skummar mer än hälften	35 %	32 %	31 %	34 %
Andel som läser mer än hälften noga	2 %	2 %	2 %	2 %
Andel som läser någon del alls	37 %	35 %	32 %	36 %

De olika produktionsinriktningarna spannmål, svin, nöt och mjölk visade inte några större olikheter, när det gäller vilka delar av årsredovisningen medlemmarna läser mest. Alla fyra läser främst någon av sammanfattningarna i början av årsredovisningen (se tabell 10).

Tabell 10: Läsning av årsredovisningen beroende på produktionsinriktning

	Spannmål	Svin	Nöt	Mjök
Del av årsredovisningen som lästes mest	Lantmännen i korthet	Sex år i sammandrag	Lantmännen i korthet + Året i korthet	Året i korthet
Procent av produktionsgrupp	63 %	68 %	59 %	62 %

4.2.3 Skillnaden på olika gruppers användning av hemsidan

IT används allt mer av alla, inklusive företagare. Andelen av respondenterna som använder Lantmännens hemsidor var inte så stor, men det ser olika ut för olika grupper av lantbruksföretagare?

I åldersgrupperna upp till 30 år samt över 66 år är det för få deltagare för att kunna säga något procentuellt, men intressant är att endast fyra av de nio i åldern upp till 30 år uppger att de använder Lantmännens hemsidor. Åldersgrupperna i mitten, 31 – 45 år samt 46 – 65 år, visar inte några större skillnader i användandet, även om det är något fler användare i den yngre gruppen.

Mer intressant är att studera omsättningens betydelse för användningen av Lantmännens hemsidor. Där finns samma mönster som vid läsningen av årsredovisningen. De med lägst omsättning använder hemsidorna minst, och de med högst omsättning använder dem mest. I gruppen med en omsättning över 2 000 000 kr är det 52 % som på något sätt nyttjar hemsidorna, att jämföra med den totala gruppen där 37 % är användare.

Det verkar som om männen är något mer benägna att använda hemsidorna än kvinnorna. Dock är det övervägande män som har svarat på enkäten. Det är därför svårt att säga något säkert om detta förhållande.

Tyvärr går det inte att säga mycket om de förtroendevaldas användning av Lantmännens hemsidor, då endast 13 förtroendevalda är bland svaren. Av dessa anger fem, i blandade åldrar, att de inte alls läser hemsidorna.

5. Analys

Det är svårt att jämföra Lantmännens och Ravensdown när det gäller hur många medlemmar som läser årsredovisningen. Anledningen är att metoden för att utröna vad som anses vara läst och inte läst kan skilja sig mellan de båda studierna. Jag har valt att om fler än hälften av de olika delarna är lästa respektive inte lästa, tillhör respondenten respektive grupp. Detta har medfört ett resultat som säger att knappt hälften av Lantmännens medlemmar läser årsredovisningen. Detta är färre än vad undersökningen av Ravensdowns medlemmar visar där knappt en fjärdedel inte alls läser årsredovisningen. Ännu större skillnad är det mellan de, som skummar igenom årsredovisningen, där tre fjärdedelar av Ravensdowns medlemmar skummar sig igenom mot en tredjedel av Lantmännens medlemmar. Detta stämmer väl med de teoretiska slutsatserna, där det förväntades att Lantmännens mer komplexa organisation skulle leda till att årsredovisningen lästes i mindre grad.

Kihléns studie (2007) visar på ett ointresse i verksamheter långt bort från den egna verksamheten. Detta speglar sig i resultatet, då medlemmarna med en liten verksamhet är mindre benägna att läsa årsredovisningen. En liten verksamhet ligger långt ifrån den stora industri som Lantmännen driver. Avkastningen från Lantmännen styrs dessutom av omsättningen med densamma, vilket medför att verksamheter med låg omsättning får en mindre del av Lantmännens resultat.

Lantmännens hemsidor utnyttjas inte i förväntad utsträckning. I studien om Ravensdown framkom att hemsidan inte besöktes speciellt flitigt av medlemmarna. En trolig anledning antogs vara dålig tillgänglighet till Internet på Nya Zeelands landsbygd. Antingen är den svenska landsbygdens tillgång till Internet överskattad i de teoretiska slutsatserna eller också är det fler faktorer än tillgängligheten, som avgör om denna teknik används, vilket denna studie inte fördjupar sig i.

Studien visar att i många delar är resultaten hos Ravensdown och Lantmännen likartade. De delar som anses vara ett viktigt syfte med årsredovisningen var i båda organisationerna att hålla ledningen ansvarig inför medlemmarna samt att ge en indikation på organisationens värde. Däremot framhöll Ravensdowns medlemmar syftet att motivera utdelningar, medan Lantmännens medlemmar ger detta syfte en betydligt lägre prioritet. När det gäller orsaker till att inte läsa årsredovisningen visar de båda undersökningarna på nästan identiska resultat. Främsta anledningen till att man inte läser årsredovisningen är ointresse och efter det kommer tidsbrist samt att den upplevs som svår att förstå. Detta ointresse kan bero på det som Hogeland skriver (2006). Hon pekar på att effektiviseringen i organisationerna medför att medlemmarna känner sig allt mindre delaktiga och deras möjligheter till kontroll minskar.

Vidare är både Lantmännens och Ravensdowns medlemmar flitiga på att utnyttja andra källor än årsredovisningen. Detta är inte överraskande, då årsredovisningen är endast en av många källor för information. Det är intressant att lokaltidningar och lantbrukstidningar är de källor som respondenterna i båda organisationerna använder mest.

I Ravensdown-studien sammanfaller delarna som läses noggrannast och de delar som ansågs vara viktigast. Detta stämmer inte helt in på resultatet från Lantmännen, där de mest noggrant lästa, *VD har ordet* samt *Förändring i eget kapital*, inte finns bland topp sex av de delar som anses vara viktigast. Inte heller den mest frekvent lästa, *Lantmännen i korthet*, hamnar på någon topplacering utan återfinns på en sjuätteplats. Dock var *Balans- och resultaträkningen*

både välläst och hamnade högst upp bland de viktigast rankade delarna. Det går inte att förklara denna skillnad mellan de två föreningarna.

Ett antagande i de teoretiska slutsatserna är att Lantmännens medlemskår på grund av betydande heterogenitet skulle anse sig ha olika behov av information. Denna slutsats visade sig inte stämma, då medlemmar med olika produktionsinriktningarna läser ungefär samma del av årsredovisningen mest frekvent. Möjligen kan en djupare analys ge en annan bild. Det är möjligt att den homogena företeelsen tidsbrist överbryggat det heterogena med de olika produktionsinriktningarna. Att det är just delarna som sammanfattar årsredovisningen tyder på att så kan vara fallet.

6. Slutsatser

Trots att Nya Zeeland ligger på andra sidan jordklotet finns många likheter mellan lantbrukarna där och här. Desto lättare är det att förstå att det också finns en del skillnader.

Utan tvekan är det ointresse som ligger bakom att så många som 49 % av Lantmännens medlemmar läser mindre än hälften av årsredovisningen och hela 29 % inte ens öppnar den. Förklaringen tycks ligga i den effektivisering och den komplexitet som finns inom Lantmännen. Dessutom ligger tidsbrist och förståelsesvårigheter bakom det stora antalet som inte läser årsredovisningen. Det är därför viktigt att föreningen finner en form, där även de som har ont om tid och svårt att sätta sig in i det digra materialet kan tillgodogöra sig de viktigaste delarna. Vid framtagandet av denna alternativa form är det viktigt att beakta det som Hogeland (2006) skriver och tänka på att lägga lantbrukarnas verksamheter närmare i presentationen. Mottagaren ska förstå vad nyttan med organisationen är, vart organisationen är på väg och varför vissa åtgärder vidtas.

Myten om IT och ålder har fått sig en törn, eftersom de unga inte använder Lantmännens hemsidor mer än sina äldre kollegor, och det är inte mycket. Varför Internet inte används för att söka information om Lantmännen föranleder en del funderingar. Kanske läggs för stor vikt på resultatet, men det känns ändå som om Internetanvändandet ständigt ökar i samhället. Är det så att landsbygden inte har den tillgången till Internet som regeringen talar om? Innan jag började med detta arbete tänkte jag att hemsidan kan vara ett alternativ för att presentera årsredovisningen istället för att den ska skickas ut till alla medlemmar. Det rekommenderar jag inte idag, eftersom det verkar som om flertalet inte använder sig av detta media. Redan idag finns Lantmännens årsredovisning på hemsidan, vilket är bra då på sikt allt fler kommer att utnyttja detta. Däremot kan det ännu inte vara det enda alternativet att presentera årsredovisningen.

I resultatet kom fram att nästan alla Lantmännens medlemmar läser lantbrukstidningar. Att presentera delar av årsredovisningen i branschtidningar kan därför vara ett alternativ att överväga, om det blir aktuellt med en förändring i distributionen, kanske i form av en journalistisk artikel med förklarande text snarare än siffror. En sammanfattande och förklarande text efterfrågas av nära hälften av de, som bemödat sig att formulera ett svar på frågan om det går att göra Lantmännens årsredovisning mer tydlig. Studien visar även att bristen på tid är en realitet för många. Detta visas tydligt då de mest frekvent lästa delarna är sammanfattningarna.

Referenser

Litteratur

- Hogeland, J. (2007). "The economic culture of U.S. agricultural cooperatives", *Culture & Agriculture*, 28/2, pp. 67-79.
- Kihlén, A. (2007). *Lantmännens nya medlemsorganisation – utvärdering ur ett medlemsperspektiv*. Examensarbete 487, Institutionen för ekonomi, SLU, Uppsala. <http://epsilon.slu.se/archive/00001804/>
- Lantmännens årsredovisning 2006
- Lantmännens stadgar 2006.
- Lord, B.R., Y.P. Shanahan & A.J. Robb (2005.) "Annual report readership and understanding: A co-operative perspective", *Journal of Co-operative Studies*, 38/2: 5-21.
- Nilsson, J. & T. Björklund (2003). *Kan Kooperationen klara konkurrensen?* Rapport 149, Institutionen för ekonomi, SLU, Uppsala.
- Olson, M. Jr. (1965). *The Logic of Collective Action. Public Goods and the Theory of Groups*. Harvard University Press, Cambridge, Mass.
- Robb, A.J., Y.P. Shanahan & B.R. Lord (2006&. "Annual report readership and understanding: An international comparison", *Journal of Co-operative Studies*, 39/1: 24-34.
- Shanahan, Y.P., B.R. Lord and L.J. Robb (2007). "Annual Report Readership: A Study of an Agricultural Supply Cooperative", *Journal of Rural Cooperation*, 35 (2): 157-180.

Internet

Lantmännens hemsida, <http://www.lantmannen.com/default.aspx?id=3>, 2007-11-13.

Ravensdowns hemsida, <http://www.ravensdown.co.nz/default.htm>

Personliga meddelanden

Carlström, Anna, Lantmännen, 2007-09-18

Bilaga 1: Frågeformulär till medlemmar i Lantmännen

Del A, frågor om dig och ditt lantbruksföretag

1. I vanliga fall brukar jag
 - Alltid delta i undersökningar
 - Delta i vissa utvalda undersökningar
 - Aldrig delta i undersökningar, detta är ett undantag

2. Kön
 - Kvinna
 - Man

3. Ålder
 - 30
 - 31 – 45
 - 46 – 65
 - 66 –

4. Vilken utbildning och vilken erfarenhet har du? *(Du kan kryssa fler alternativ)*
 - Utbildning i redovisning: Gymnasium Högskola
 - Utbildning i företagsekonomi: Gymnasium Högskola
 - Utbildning i lantbruk: Gymnasium Högskola
 - Kurser i redovisning
 - Erfarenhet av bokföring
 - Ekonomiförvaltning
 - Styrelseuppdrag
 - Annat – i så fall vilken
 - Inget av ovannämnda

5. Hur länge har du varit lantbrukare? år

6. Huvudsaklig produktionsinriktning
- Spannmål
 - Svin
 - Nötkött
 - Mjök
 - Annan – i så fall vilken
7. Hur mycket omsatte ditt lantbruksföretag företag 2006, i kr
- 300 000
 - 301 000 – 500 000
 - 501 000 – 1 000 000
 - 1001 000 – 2 000 000
 - 2 001 000 –
8. Lantbruksföretaget drivs som
- Enskild firma
 - Handelsbolag / Kommanditbolag
 - Aktiebolag
 - Annat – i så fall vilket
9. Vilket distrikt tillhör du?
- Växjö
 - Västra Skaraborg
 - Uppland
 - Skellefteå-Piteå
10. Har du något förtroendeuppdrag inom Lantmännen?
- Ja
 - Nej
11. Är du medlem i fler ekonomiska föreningar eller har du aktier i något företag?
- Ja
 - Nej

Om Ja, hur många andra föreningar/företag är du medlem / äger du aktier i?

- 1 – 5
- 6 – 10
- 11 – 20
- fler än 20

Del B, frågor om årsredovisning och annan finansiell information

1. Läser du Lantmännens årsredovisning
 - Mer noggrant nu än förr
 - På samma sätt nu som förr
 - Mindre noggrant nu än förr

2. Vilka delar av Lantmännens årsredovisning läser du och hur noggrant läser du dessa? (Sätt kryss i lämpliga rutor.)

Del av årsredovisningen	1.Läser inte alls	2.Skummar igenom	3.Läser noggrant
a) Nyckeltal			
b) Lantmännen i korthet			
c) Året i korthet samt viktiga händelser			
d) Sex år i sammandrag (Koncernöversikt)			
e) Ordförande har ordet			
f) VD har ordet			
g) Att äga Lantmännen			
h) Ekonomisk ägarnytta			
i) Mål och strategier			
j) Lantmännen Lantbruk			
k) Svalöf Weibull			
l) L. Anläggnings- och lantbruksmaskiner			
m) Lantmännen Energi			
n) Lantmännen Mills			
o) Lantmännen Axa			
p) Lantmännen Unibake			
q) Lantmännen Kronfågel			
r) Lantmännen Granngården			
s) Lantmännen Invest			
t) Förändring och utveckling			
u) Förvaltningsberättelse			
v) Resultat- och balansräkning			
w) Förändringar i eget kapital			
x) Kassaflödesanalyser			
y) Noter med redovisningsprinciper			
z) Revisionsberättelse			
å) Styrelse och revisorer			
ä) Koncernledning			

Om du svarade "läser noggrant" på åtminstone ett alternativ, gå då vidare till fråga 3.

Om du svarade "läser inte alls" på **alla** alternativen, fortsätt med fråga 4.

Annars gå vidare till fråga 5.

3. (För de, som läser noggrant hela eller delar av årsredovisningen)

Genomför du någon slags analys av upplysningarna i årsredovisningarna?

- Ja Nej

Om Ja, ange vilken/vilka analys/er du genomför:.....

.....
.....
.....
.....

Gå vidare till fråga 5.

4. (För de, som inte alls läser årsredovisningen)

Varför läser du inte årsredovisningen?

- Tidsbrist
 Den är svår att förstå
 Den är betydelselös
 Jag är ointresserad
 Jag behöver inte, förtroendevalda och ledningen sköter det åt mig
 Annat (ange vad):.....

.....

5. Vilken del av Lantmännens finansiella information är viktig för dig?

.....
.....
.....

6. Rangordna de **tre** viktigaste delarna i Lantmännens årsredovisning. (1 = viktigast, 2 = näst viktigast, 3 = tredje viktigaste)

Del	Bedömning
a) Nyckeltal	
b) Lantmännen i korthet	
c) Året i korthet samt viktiga händelser	
d) Sex år i sammandrag (Koncernöversikt)	
e) Ordförande har ordet	
f) VD har ordet	
g) Att äga Lantmännen	
h) Ekonomisk ägarnytta	
i) Mål och strategier	
j) Lantmännen Lantbruk	
k) Svalöf Weibull	
l) L. Anläggnings- och lantbruksmaskiner	
m) Lantmännen Energi	
n) Lantmännen Mills	
o) Lantmännen Axa	
p) Lantmännen Unibake	
q) Lantmännen Kronfågel	
r) Lantmännen Granngården	
s) Lantmännen Invest	
t) Förändring och utveckling	
u) Förvaltningsberättelse	
v) Resultat- och balansräkning	
w) Förändringar i eget kapital	
x) Kassaflödesanalyser	
y) Noter med redovisningsprinciper	
z) Revisionsberättelse	
å) Styrelse och revisorer	
ä) Koncernledning	

7. Hur skulle du rangordna följande syften med Lantmännens årsredovisning? (1 = viktigast, 2 = näst viktigast, osv. Du kan ha samma bedömning av två eller flera alternativ.)

Syfte	Bedömning
a) Att hålla ledningen ansvarig inför medlemmarna	
b) Att tillhandahålla staten med information	
c) Att ge medlemmarna en uppfattning om värdet på Lantmännen	
d) Att ge medlemmarna en uppfattning om framtida efterlikvider, återbäring, ränta och insatsemissioner	
e) Att ge medlemmarna information inför investeringsbeslut i det egna lantbruksföretaget	
f) Att motivera nivån på efterlikvider och återbäring	
g) Annat (ange vad):	
.....	

8. Vilka av följande källor använder du för att få information om olika företag samt hur noggrant läser du dessa?

Källa	1.Läser inte alls	2.Skummar igenom	3.Läser noggrant
a) Olika företags årsredovisningar			
b) Olika företags delårsrapporter			
c) Dagens Industri			
d) DN och/eller SvD			
e) Lokala tidningar			
f) Lantbrukstidningar (T.ex. Land, ATL)			
g) Lantmännens hemsidor			
h) Andra hemsidor			
i) Grodden, Lantmännens tidning			
j) Banker och andra fondförvaltares utskick			
k) Företags reklamblad			
l) Andra (ange vilka).....			

Om du svarade "läser inte alls" i **samtliga** kategorier ska du gå vidare till fråga 10.

9. (För de som läser om företagen)

Vilken information i följande källor finner du är relevant för dig? (Kryssa i de rutor som stämmer med dig)

	Allmän information	Finansiella rapporter	Aktiepris	Framtidsutsikter	Trender	Resultat	Utdelningar	Priser på produkter
Årsredovisningar								
Delårsrapporter								
Dagens industri								
DN och/eller SvD								
Lokala tidningar								
Lantbrukstidningar								
Lantmännens hemsidor								
Andra hemsidor								
Grodden								
Banker och andra fondförvaltares utskick								
Företags reklamblad								
Andra, enligt ovan								

10. Vet du vad följande termer i årsredovisningen betyder?

- | | | | |
|-----------------------------|-----------------------------|---|------------------------------|
| Avskrivningar | <input type="checkbox"/> Ja | <input type="checkbox"/> Har ett hum om | <input type="checkbox"/> Nej |
| Förändringar i eget kapital | <input type="checkbox"/> Ja | <input type="checkbox"/> Har ett hum om | <input type="checkbox"/> Nej |
| Omsättningstillgångar | <input type="checkbox"/> Ja | <input type="checkbox"/> Har ett hum om | <input type="checkbox"/> Nej |
| Minoritetsintressen | <input type="checkbox"/> Ja | <input type="checkbox"/> Har ett hum om | <input type="checkbox"/> Nej |
| Soliditet | <input type="checkbox"/> Ja | <input type="checkbox"/> Har ett hum om | <input type="checkbox"/> Nej |
| Immateriella tillgångar | <input type="checkbox"/> Ja | <input type="checkbox"/> Har ett hum om | <input type="checkbox"/> Nej |

11. Tror du att de finansiella upplysningarna i Lantmännens årsredovisning är tillräckliga för medlemmarna?

- Ja Nej Vet inte

Kommentarer:

.....

.....

12. Vilken/vilka av följande aspekter har du en realistisk möjlighet att bedöma utifrån Lantmännens årsredovisning?

- Lönsamheten Överlevnadsförmågan
- Ledningens skicklighet Investeringspolitiken

13. Finns det någon ytterligare finansiell information, som du tycker att medlemmarna borde ha i Lantmännens årsredovisning?

- Budgetar
- Vinstprognoser
- Strategier
- Mer information om dotterbolagen
- Mer detaljer om medarbetarna
- Miljöfrågor
- Mer öppenhet om existerande information (ange vad)
-
- Annat (ange vad)
-

14. Anser du att de finansiella resultaten i Lantmännens årsredovisning är

- En korrekt beskrivning av Lantmännens finansiella position och utveckling
- I närheten av Lantmännens finansiella position och utveckling
- En felaktig beskrivning av Lantmännens finansiella position och utveckling
- Annat (*specificera*).....
.....
.....

15. Finns det någon del i Lantmännens årsredovisning som skulle kunna göras mer tydlig?

.....
.....
.....
.....
.....

Stort tack för din medverkan!

Om du vill ha ett exemplar av den rapport, som undersökningen resulterar i, ska du skriva ditt namn och din adress här:

.....
.....
.....
.....
.....

Pris: 100:- (exkl moms)

Tryck: SLU, Institutionen för ekonomi, Uppsala 2008

Distribution:

Sveriges lantbruksuniversitet
Institutionen för ekonomi
Box 7013
750 07 Uppsala
Tel 018-67 2165

Swedish University of Agricultural Sciences
Department of Economics
P.O. Box 7013
SE-750 07 Uppsala, Sweden
Fax + 46 18 673502