



Handelshögskolan
VID GÖTEBORGS UNIVERSITET
Företagsekonomiska institutionen

Värdering av internt upparbetade immateriella tillgångar

- design på balansräkningen

Magisteruppsats

Företagsekonomi/Externredovisning
HT 2007

Författare:	Johan Andersson	800920
	Daniel Björnson	801018
	Lars Schött	720714

Handledare: Inga-Lill Johansson
Ulla Johansson

Sammanfattning

Magisteruppsats i företagsekonomi vid avdelningen för Externredovisning och Företagsanalys, Handelshögskolan vid Göteborgs universitet HT 2007.

Författare: : Johan Andersson, Daniel Björnson, Lars Schött

Handledare: Inga-Lill Johansson, Ulla Johansson

Titel: *Värdering av internt upparbetade immateriella tillgångar – design på balansräkningen*

Bakgrund och problem: I takt med att fokus i den moderna ekonomin har skiftat från tillverkande industri till tjänsteproduktion så har vårt samhälle i enlighet med detta fått karaktären av en mer kunskapsbaserad ekonomi. På senare tid har forskare kunnat visa att design som en kunskapsresurs är ett konkurrensmedel och att det finns ett positivt samband mellan lönsamhet och design. Då det kan konstateras att design är viktigt ur ett konkurrensperspektiv och att design de facto genererar ett värde, är det för en investerare viktigt att detta värderas på ett relevant sätt och sedermera redovisas i företagets finansiella rapportering. Det är således, ur företagets perspektiv, viktigt att lämpliga värderingsprinciper som leder till relevant information regleras i standarder för redovisning för att möjliggöra detta. Redovisningen tillåter idag att en internt upparbetad immateriell tillgång, såsom design, värderas och redovisas initialt till sitt anskaffningsvärde. Efterföljande värdering ska även den ske till anskaffningsvärde minskat med ackumulerade avskrivningar. Alternativet vore att redovisa tillgången till ett verkligt värde men detta kräver enligt nuvarande regelverk en aktiv marknad vilket emellanåt saknas för internt upparbetade immateriella tillgångar.

Det övergripande kravet på redovisningen, enligt internationella redovisningsstandarder är att den finansiella informationen ska vara relevant för att en extern användare ska kunna fatta ekonomiska beslut baserade på informationen. Det sätt som redovisningen behandlar internt upparbetade immateriella tillgångar idag kan inte anses gynna relevansen av den finansiella informationen. Detta då verkligt värde, vilket anses mer relevant för en extern användare vid ekonomiska beslut, inte får användas vid värdering av en sådan tillgång. Utifrån att den finansiella informationen ska vara relevant och då design blivit allt viktigare som ett konkurrensmedel samt det positiva samband som påvisats mellan design och lönsamhet har vi formulerat följande frågeställning:

Hur kan design som en internt upparbetad immateriell tillgång identifieras och värderas utifrån kravet på relevant finansiell information?

Syfte: Genom en fallstudie av ett företag kommer vi ur ett *företags perspektiv* att beskriva (1) hur design kan fastställas som en *immateriell tillgång*; (2) huruvida vedertagna värderingsmetoder inom redovisning är tillämpliga vid *värdering* och *omvärdering* av design som en internt upparbetad immateriell tillgång och (3) hur design som en internt upparbetad immateriell tillgång kan utgöra *finansiell information* utifrån egenskapen relevans.

Avgränsningar: Uppsatsen beskriver hur ett företag kan identifiera, värdera och redovisa en internt upparbetad immateriell tillgång i form av *industridesign*. Andra internt upparbetade immateriella tillgångar berörs ej. Den produkt som är grunden för vår fallstudie syftar endast till att fungera som ett belysande exempel.

Metod: Valet föll på att utföra en fallstudie för att på lämpligt sätt få svar på vår frågeställning och uppfylla tillhörande syften. SKF Mekan ansågs vara ett relativt stort och etablerat företag och förmodades därmed kunna tillhandahålla relevant information. Företaget använder sig av *industridesign* i sin produktutveckling för ett kullagerhus, SNL Large, vars formgivning ansågs kunna konkretisera vår studie, dels för oss själva, dels för våra läsare. Referensramens synsätt är vald utifrån internationella redovisningsstandarder, design och dess ekonomiska lönsamhet samt värderingsmodeller för immateriella tillgångar. Val av intervjupersoner föll naturligt på relevanta personer i form av SKF Mekans marknads- och produktchef och ekonomichef där vi under intervjuprocessen arbetade med en öppen frågeguide för att erhålla respondenternas synsätt snarare än vårt eget. Slutligen bearbetas och presenteras empirin utifrån uppsatsens tre delsyften för att ge en logisk struktur.

Resultat och slutsatser: Utifrån analysen av vår fallstudie har vi kunnat konstatera att design kan klassas som en immateriell tillgång då den uppfyller krav enligt redovisningens krav på identifikation, kontroll och förväntade framtida ekonomiska fördelar. Vidare kan konstateras att tillgängliga värderingsmodeller är tillämpliga och att dessa ger avsevärda skillnader i tillgångens värde. Nuvarande redovisningsprinciper tillåter för internt upparbetade immateriella tillgångar en initial värdering endast till anskaffningsvärde respektive omvärdering till anskaffningsvärde minskat med ackumulerade avskrivningar. Uppsatsens tillämpade alternativa redovisningsprinciper, i enlighet med föreslagna vidareutvecklingar av regelverket från IASB och FASB, visar på att en värdering till verkligt värde enligt direktkassaflydesmetoden tar hänsyn till förväntade intäkter och risker som design är förknippad med. Analysen belyser samtidigt vikten att vara uppmärksam på att värderingen bygger på vissa antaganden och att värderingen därmed måste vara aktuell och omvärdering göras regelbundet. Vidare beskriver analysen att en redovisning av design till verkligt värde är ett steg till en mer relevant finansiell information men att det samtidigt kan påverka tillförlitligheten negativt. I sammanhanget har analysen även gett indikationer på att det inom företag finns en inneboende försiktighet på grund av nuvarande redovisningsprinciper. Vi menar på att för att kunna uppnå en mer relevant finansiell information måste företag anamma argumentationen kring verkliga värden och de bedömningar som krävs för att uppnå relevans. Slutligen menar vi att, utifrån vår fallstudie av design, så bör en internt upparbetad immateriellt tillgång generellt sätt redovisas till verkligt värde för att uppnå kravet på en relevant finansiell information.

Förslag till vidare studier: Under uppsatsens gång har vi noterat de skilda åsikter som finns beträffande design som värdeskapare. Mot bakgrund av detta vore det intressant att utföra en studie som beskriver och eventuellt förklarar olika avdelningars syn, inom ett företag, på design som värdeskapare. Vi har även noterat att olika immateriella tillgångar påverkar och underbygger varandra i ett företag och det kan därför vara intressant med en studie i om en värdering av en specifik immateriell tillgång kan anses vara giltig som en enskild post utan att hänsyn har tagits till värderingen av andra påverkande immateriella tillgångar.

Abstract

Graduate Master Thesis in Business Administration, Financial Reporting and Analysis, School of Business, Economics and Law, Göteborg University, Autumn 2007.

Authors: Johan Andersson, Daniel Björnson, Lars Schött
Tutors: Inga-Lill Johansson, Ulla Johansson

Title: *Valuing Internally Generated Intangible Assets – Design on the Balance Sheet*

Background and Problem Discussion: Following the development in the new economy, where the focus has changed from industrial production towards service production, our society is characterized having a knowledge-based economy. Researchers have found that design leads to competitive advantages. They have also found a positive relation between design and company financial performance. As design is acknowledged from a competitive perspective and as design contributes to company value it is reasonable to argue that investors find it important that design, as a company asset, is valued in a relevant manner and disclosed accordingly in company financial statements. Thus accounting standards for financial statements of design is important, from a company perspective, to realize this. Current international accounting standards recognize internally generated intangible assets, like design, to be initially measured at cost. Subsequent accounting is measured at cost less any amortization and impairment losses. An alternative approach is to recognize internally generated intangible assets at fair value. However, according to current accounting standards, fair value can only be determined by reference to an active market, which for intangible assets are expected to be uncommon.

International accounting standards state that relevance should be an important characteristic of financial information and that financial information is relevant only when it influences the economic decisions of users, i.e. investors. The manner in which current accounting standards recognize internally generated intangible assets, is not considered as supporting the idea of relevant financial information. This, on the basis of fair value not being applicable when valuing the asset. On background of the demand for relevant financial information and of the view of design being important as a competitive advantage as well as contributing to economic value, we have stated the following research problem:

How can design, as an internally generated intangible asset, be recognized and measured on the basis of the demand for relevant financial information?

Purpose: By conducting a case study we shall, from a *company's perspective*, describe (1) recognition of design as an *intangible asset*; (2) whether commonly accepted accounting valuation approaches are applicable for *initial* and *subsequent measuring* of design as an internally generated intangible asset and (3) how design as an internally generated intangible asset can constitute relevant *financial information*.

Limitations and Focuses: The study describes how a company can recognize and measure an internally generated intangible asset, represented by industrial design, in financial statements. Other similar internally generated intangible assets are out of scope. The product used in the case study serves only as an illustrative example of the occurrence.

Methodology: Conducting a case study was considered best practice in our search for answers to the research question and to fulfill the purpose for the study. SKF Mekan was considered to be a relatively large and established company and presumed to be able to supply relevant information for our study. The company uses industrial design in their product development process and we selected a bearing house, SNL Large, whose design was considered a suitable illustration for our study. The framework is deployed on the basis of international accounting standards, design and its contribution to company performance and valuation methods for intangible assets. When selecting interviewees we considered SKF Mekan's Head of Product Marketing and CFO to be suitable for giving relevant information. During the interviews we practiced an open dialog with only a few set of themes, allowing the respondents to give a frank outlook on the subject. The motive for this approach was to avoid having our own views influence the answers. Our data was then worked at and presented with a structure that followed our study's three sub-purposes.

Empirical Results and Conclusions: On the basis of our case study we have concluded that design can be recognized as an intangible asset since it complies with international accounting standards that require the entity to be identified, to be controlled by the company and to result in future economic benefits. It is also concluded that commonly accepted accounting valuation approaches is applicable for measuring design and that different methods for measuring design result in considerable differences in asset value. The approach in this study realizes alternative accounting principles with focus on fair value, according to proposed discussions by IASB and FASB. The result shows that a valuation approach based on fair value, using a direct cash flow method, will take into account expected quantity of future economic benefits as a result of design as well as the risks associated with the asset. However, our results also points out that a valuation approach of fair value needs attention to its underlying assumptions and assessments, and that the approach needs to be based on current interests by regular valuation intervals. Furthermore it is concluded that a recognition and measurement at fair value of design, as an internally generated intangible asset, would increase the opportunity to satisfy the relevance criteria of financial information, but could also have a negative impact on the reliability of the information. The case study has also indicated an inherent prudence in the company's accounting as a possible consequence of current accounting principles. Hence there is a need for acknowledgement for the argumentation on fair value principles and assessments in accounting for companies to be able to produce relevant financial information. It is finally concluded, according to our case study of design, that an internally generated intangible asset should in principle be recognized and measured at fair value to satisfy the demand for relevant financial information.

Suggestions for Further Research: It would be interesting to perform a study that describes and also possibly explains different views of design as factor that contributes to company performance. Since our study has found that different intangible assets in a company relates to and support each other, it would be interesting to study if the valuation of an individual intangible asset is valid without considering the value of related assets.



Förord

Vår uppsats ställer design och redovisning mot varandra; två begrepp som har skilda karaktärer och skapar olika associationer. Design har för många mjuka egenskaper av en tillåtande spridd karaktär medan redovisning uppfattas som ett begrepp med hårda egenskaper och associeras med ord som krånglighet och svårlästa föreskrifter. Skiftningar i begreppens karaktär gör att även språkbruket i denna uppsats färgas naturligt av dessa variationer.

Vår förhoppning med den här uppsatsen är att ge våra läsare en konkret beskrivning av ett ämne (immateriella tillgångar) som vi under vår utbildning fått erfara är högaktuellt och som på senare tid varit föremål för diskussion då olika traditioner inom redovisningen ställts emot varandra. Att kunna få tillfälle att i vår uppsats integrera vårt magisterämne redovisning med ett annat aktuellt område som design, vilket kanske har ett mer populärt och allmängiltigt intresse, har vi tyckt varit mycket spännande.

Vi vill först och främst passa på att rikta ett stort tack till Birgitta Hammar, marknads- och produktchef vid SKF Mekan, för hennes stora engagemang för vår uppsats i synnerhet och hennes trevliga sätt i allmänhet. Därtill vill vi tacka Leif Carlsson, economichef vid SKF Mekan, för hans medverkan till vår studie.

Från Handelshögskolan vid Göteborgs universitet vill vi tacka Inga-Lill Johansson och Ulla Johansson för reaktiv respektive entusiasmerande handledning och Gunnar Rimmel för hans bidrag till att inledningsvis konkretisera uppsatsens ämnesområde.

Med hopp om trevlig läsning!

Göteborg den 11 januari 2008

Johan Andersson

Daniel Björnson

Lars Schött



Innehållsförteckning

SAMMANFATTNING	II
ABSTRACT	IV
FÖRORD	VI
INNEHÅLLSFÖRTECKNING	VII
1 INLEDNING	8
1.1 BAKGRUND.....	8
1.2 PROBLEMDISKUSSION	11
1.3 FRÅGESTÄLLNING.....	12
1.4 SYFTE	13
1.5 AVGRÄNSNINGAR OCH INRIKTNINGAR.....	13
1.6 UPPSATSENS STRUKTUR.....	14
2 METOD	15
2.1 TILLVÄGAGÅNGSSÄTT	15
2.2 UNDERSÖKNINGSDATA	18
2.3 STUDIENS KVALITET	19
3 REFERENSRAM	21
3.1 DESIGN SOM IMMATERIELL TILLGÅNG	21
3.2 VÄRDERING OCH OMVÄRDERING AV IMMATERIELLA TILLGÅNGAR	27
3.3 RELEVANT FINANSIELL INFORMATION	32
3.4 VÅR UNDERSÖKNINGSMODELL	35
4 DESIGN HOS SKF MEKAN	36
4.1 DESIGN SOM IMMATERIELL TILLGÅNG	36
4.2 VÄRDERING OCH OMVÄRDERING AV DESIGN	44
4.3 RELEVANT FINANSIELL INFORMATION	49
5 SLUTSATSER	51
5.1 RESULTAT.....	51
5.2 RESULTATENS TEORETISKA OCH PRAKTISKA BIDRAG	56
5.3 FÖRSLAG TILL VIDARE STUDIER.....	57
6 REFERENSER	58
BILAGA A - IASB	61
BILAGA B - SKF MEKAN AB	62
BILAGA C - INTERVJUGUIDE	64
BILAGA D - VÄRDERINGAR	65
FIGURFÖRTECKNING	
FIGUR 1-1 UPPSATSENS STRUKTUR.....	14
FIGUR 3-1 VÅR UNDERSÖKNINGSMODELL	35
FIGUR 4-1 NMO PRODUKTUTVECKLINGSPROCESS	36
FIGUR 4-2 SNL LARGE EFTER RESP. FÖRE PRODUKTUTVECKLING	37

1 Inledning

Uppsatsens inledande kapitel ämnar ge läsaren en förståelse för och en första inblick i ämnet där vi, något okonventionellt, ställer två helt skilda begrepp mot varandra - design och redovisning. Ämnets bakgrund leder in på en problematisering som argumenterar för uppsatsens frågeställning och syfte. Då vi är medvetna om ämnets komplexitet och begreppens olika associationer görs därför en avgränsning av ämnet. För att underlätta för läsaren redogörs avslutningsvis för uppsatsens struktur.

1.1 Bakgrund

Design som en resurs

I takt med att fokus i den moderna ekonomin har skiftat från tillverkande industri till tjänsteproduktion så har vårt samhälle i enlighet med detta fått karaktären av en mer kunskapsbaserad ekonomi.¹ I denna nya ekonomi har konkurrensen hårdnat genom en ökad globalisering av marknaderna. För att företagen ska kunna bibehålla eller stärka sina positioner på dessa krävs att de hittar nya utvägar istället för att låta service- eller priskonkurrens undergräva lönsamheten på sikt.² Kotler & Roth menar att i den ökade konkurrensen måste företagen finna konkurrensfördelar för att särskilja sig. Ett av få verktyg för att uppnå detta är en framgångsrik design av produkterna som erbjuds. De menar att det finns flera fördelar med en välutvecklad och genomtänkt design; design kan skapa en personlighet för en nylanserad produkt och även hjälpa till att positionera om produkter som nått slutet på sin livscykel. Designen är dock inte självständig som egenskap utan måste integreras med produktens övriga attribut såsom användbarhet, kvalitet, hållbarhet och utseende.³ Då företagen idag är konkurrensutsatta ur ett internationellt perspektiv, så kommer framgångsrika företag främst att kännetecknas av en förmåga att leva upp till den nivå på standard som sätts av de allra bästa företagen när det gäller design, kvalitet och innovationer.⁴ Det danska företaget Bang & Olufsen visar på hur design kan användas som konkurrensmedel på ett framgångsrikt och marknadsledande sätt. Företaget menar själva att teknologin är underordnad innovation och designidéer som motsvarar kundernas förväntningar.⁵ Ytterligare exempel på design som en viktig tillgång för företaget är Apples lansering av datorn iMac, som inte bara ökade företagets marknadsandelar och vinst, utan även startade en trend inom produktområdet när det gäller stil och mode. Forskare hävdar dock att betydelsen av design är kontextberoende, det vill säga att det beror på i vilken bransch företaget verkar i samt hur den marknadsförs.⁶ Mot bakgrund av ovanstående kan det konstateras att design är en viktig resurs sett ur *företagets perspektiv*. Vi ställer i sammanhanget oss frågan hur design som resurs påverkar företagets ekonomiska ställning ur ett lönsamhetsperspektiv.

¹ Smith, G.V. & Parr, R.L (2003)

² Kotler, P. & Roth, G.A. (1984)

³ Ibid

⁴ Walsh, V. & Roy, R. (1992)

⁵ Kotler, P. & Roth, G.A. (1984)

⁶ Gemser, G. & Leenders, M.A.A.M. (2001)

Design ur lönsamhetssynpunkt

Värdet av design har varit föremål för diskussion när det gäller i vilken utsträckning det påverkar företagets lönsamhet; flera forskare har under senare tid försökt undersöka värdet av design. Hertenstein et al har sett ett positivt samband mellan god design och en hög lönsamhet genom en omfattande empirisk studie av 172 företag.⁷ Även Gemser & Leenders stödjer detta samband genom en liknande studie av inrednings- och teknikföretag. De menar att industridesign integrerat i produktutvecklingsprocessen är viktigt för företagets konkurrensförmåga. Forskarna fann positiva samband mellan intensiteten av designåtgärder och det finansiella resultatet, vilket kan förklara varför vissa företag såsom exempelvis Apple är mer framgångsrika än andra.⁸ Studier av design relaterat till företagets lönsamhet har även gjorts i Sverige. En av dessa undersökningar ("Design som utvecklingskraft") syftade till att utvärdera svenska statens designsatsning mellan åren 2003 och 2005. Forskaren fann en tydlig koppling mellan satsningen på design och en ökad finansiell lönsamhet i ett antal av de undersökta företagen. Vidare konstaterades även att satsningen generat nya arbetstillfällen, nya tankesätt och handlingsmönster hos företagsledningen vilket i förlängningen kan bidra ytterligare till ökad lönsamhet. Därtill påvisades att design kunde urskiljas som en specifikt utmärkande orsak till den ökade lönsamheten.⁹ Det kan således påvisas, sammantaget flera forskares resultat, att design som resurs genererar lönsamhet, beroende på företagets bransch och hur väl designen integreras med övriga produktattribut. Detta innebär att det från *företagets perspektiv* är viktigt att kunna påvisa värdet av design och hur detta regleras och redovisas i den finansiella informationen.

Design som en immateriell tillgång

International Accounting Standards Board (IASB, se *Bilaga A*) är normgivare för internationell redovisning genom standarderna IFRS/IAS. IFRS/IAS definierar immateriella tillgångar som en identifierbar icke-monetär tillgång utan fysisk form.¹⁰ Dessa kan enligt IFRS/IAS delas in i olika typer: marknadsrelaterade, kundrelaterade, konstrelaterade, kontraktbaserade och teknologibaserade. Bland de marknadsrelaterade immateriella tillgångarna återfinns poster såsom varumärken och design (exempelvis färg, form eller förpackning) medan det bland teknologibaserade återfinns patenträttigheter och mönsterskydd för exempelvis design.¹¹

Finansiell rapportering syftar till att tillhandahålla information om ett företags finansiella ställning och resultat samt om förändringar i den ekonomiska ställningen.¹² En kunskapsbaserad ekonomi innebär konsekvenser för den finansiella rapporteringen där det sedan länge finns erfarenhet i hur värdering av materiella tillgångar hanteras. Kombinationen en avsaknad av redovisningsmodell för hantering av immateriella tillgångar likt den för materiella tillgångar och att värdet för dessa växer i både storlek och omfattning i en kunskapsbaserad ekonomi, resulterar i att fler ifrågasätter huruvida ett företags ekonomiska

⁷ Hertenstein J.H., Platt, B.P. & Veryzer R.W. (2005)

⁸ Gemser, G. & Leenders, M.A.A.M. (2001)

⁹ Ilstedt Hjelm, S. et al. (2007)

¹⁰ IFRS/IAS (2007), IAS 38 pkt. 8

¹¹ IFRS/IAS (2007), IFRS 3 bilaga 1

¹² IFRS/IAS (2007), IASB Föreställningsram pkt. 9

värden avspeglas i den nuvarande finansiella rapporteringen. Problematiken försvårar användbarheten för investerare att finna företagets verkliga värden utifrån dess tillgångar.¹³

Utifrån *företagens perspektiv* föreligger ett intresse av att kunna redovisa relevant ekonomisk information för att kunna tillgodose investerares behov av underlag för ekonomiska beslut.¹⁴ Då betydelsen av immateriella tillgångar har ökat i den kunskapsbaserade ekonomin har detta uppmärksammats av normsättare av redovisningsstandarder när det gäller hur dessa ska hanteras i företagets finansiella rapportering.¹⁵ Redovisningsstandarderna för immateriella tillgångar behandlar idag initial och efterföljande finansiell rapportering av immateriella tillgångar utifrån tre huvudsakliga situationer: företagsförvärv, separata förvärv och upparbetning internt.¹⁶ Det finns dock diskussioner inom diskursen huruvida dagens reglering är tillämplig i rådande kunskapsbaserade ekonomi; nuvarande reglering innebär begränsningar vid aktivering och erkännande av internt upparbetade immateriella tillgångar på grund av svårigheter i identifikation av framtida ekonomiska fördelar och värdering av densamma.¹⁷

Relevans ses av IASB som grundläggande egenskap för att den ekonomiska informationen ska anses avspegla ett företags ställning på ett riktigt sätt. Normgivare och andra intressenter inom diskursen diskuterar förbättringspotentialer inom främst två viktiga områden för immateriella tillgångar som idag anses vara bristfällig mot bakgrund av redovisningens grundläggande syften och principer, där relevans anses vara övergripande. Det första området gäller initial redovisning av immateriella tillgångar som genereras internt genom upparbetning samt separata förvärv av dessa (till skillnad från rena företagsförvärv). Det andra området täcker hur immateriella tillgångar ska värderas vid påföljande räkenskapsår vilket är en naturligt följd av det första området. Redovisningsprinciper för reglering av immateriella tillgångar vid företagsförvärv som inkluderar definition, identifikation och värdering av immateriella tillgångar är utgångspunkter och står som modell i diskussionen av dessa två områden.¹⁸ Normgivare hävdar samtidigt att den ekonomiska informationen måste uppfylla egenskapen tillförlitlighet vilket åsyftar att endast poster som är verifierbara får redovisas i ett företags balansräkning.¹⁹ Mot bakgrund av en diskussion kring relevans i den finansiella informationen, som är beroende av företagets egna bedömningar, finns här ett motsatsförhållande som inte är helt oproblemiskt.

¹³ Smith & Parr (2003)

¹⁴ Nobes, C. & Parker, R. (2006)

¹⁵ Quilligan, L. (2006)

¹⁶ Nobes, C. & Parker, R. (2006)

¹⁷ IASB Intangible Assets Draft Agenda Proposal 3B (2007)

¹⁸ Ibid

¹⁹ IFRS/IAS (2007), IASB Föreställningsram pkt. 24-46

1.2 Problemdiskussion

Den finansiella rapporteringen syftar enligt internationell normgivning till att tillhandahålla information om ett företags finansiella ställning och resultat samt om förändringar i den ekonomiska ställningen. Informationen är användbar för olika användares beslut i olika frågor. Finansiella rapporter som upprättas i detta syfte innehåller sådan information som tillgodoser merparten av användarnas informationsbehov. De innehåller dock inte all den information som kan behövas som beslutsunderlag eftersom informationen till stor del avser historiska händelser.²⁰ Det har diskuterats hur investerare och långgivare på ett bättre sätt ska tillhandahållas bättre finansiell information. Ett flertal aktörer har varit inblandade i denna diskussion såsom företagsledare, redovisningsspecialister, värderingsexperter och akademiker.²¹

Historiskt sett kan redovisning indelas i anglosaxisk och kontinental tradition. Anglosaxisk tradition präglas av intressen från utomstående ägare och investerare medan den kontinentala traditionen inriktar sig på intressenter såsom långgivare och stat.²² Långgivare och stat har ett intresse av att kunna bilda sig en uppfattning om företagets ekonomiska ställning utifrån en försiktig värdering av företagets tillgångar som underliggande kreditsäkerhet. Detta för att inte riskera att tillgångarna är övervärderade utifrån en osäker marknadsvärdering, vilket kan resultera i kreditförluster för kreditgivaren. Denna typ av redovisning är dock inte intressant för utomstående ägare och investerare då dessa har behov av relevant information från den finansiella rapporteringen som återspeglar ekonomiskt riktiga värden.²³ Då IFRS/IAS i huvudsak inriktar sig på noterade företag²⁴ är det av betydelse att regleringen innebär att informationen blir användbar för investerare utifrån detta perspektiv. Det ligger därför i företagets intresse att regleringen tillgodoser investerares informationsbehov.

Mot bakgrund av den ökade betydelsen av immateriella tillgångar kan det argumenteras för att regleringen av denna behöver förändras för att det ur *företagens perspektiv* ska ges möjlighet att uppvisa relevant finansiell information. Wayne menar att vi kan ha en ny kunskapsbaserad ekonomi men att den viktigaste frågan är att ta hänsyn till hur vi ska utveckla den finansiella rapporteringen för att motsvara denna.²⁵ I linje med detta finns ett behov att den finansiella informationen av immateriella tillgångar skall förändras så att även internt upparbetade sådana ska erkännas.²⁶ IASB har tillsammans med andra aktörer och intressenter inom redovisning påbörjat ett arbete med att utveckla en agenda i enlighet med de krav som framförts inom diskursen. Begränsningarna i regleringen av immateriella tillgångar har uppmärksamats då dessa har sitt ursprung i en reglering från 1977. IASB menar att en omarbetning av nuvarande redovisningsstandard för immateriella tillgångar (IAS 38) där värdering, erkännande och upplysningar av immateriella tillgångar som är mer i linje med IASB:s föreställningsram, skulle förbättra relevansen i den finansiella informationen.²⁷

²⁰ IFRS/IAS (2007), IASB Föreställningsram pkt. 12-13

²¹ Smith, G.V. & Parr, R.L. (2003)

²² Nobes, C. & Parker, R. (2006)

²³ Ibid

²⁴ IFRS/IAS (2007), Tillämpning av internationella redovisningsstandarder, s. 29.

²⁵ Wayne, S. (2001)

²⁶ Smith, G.V. & Parr, R.L. (2003)

²⁷ IASB Intangible Assets Draft Agenda Proposal 3B (2007)

IASB framför i sitt utkast till agenda både för- och nackdelar gällande dagens regelverk av immateriella tillgångar. Utkastet till agenda skildrar flera av redovisningsområdets intressenters och aktörers olika synpunkter. *Fördelar* med att behålla dagens reglering är att immateriella tillgångar är svåra att värdera och omvärdera och inbjuder till subjektivitet. Vidare framhålls argument för att bibehålla nuvarande reglering på grund av att det anses att investerare tillgodoser sig information om internt upparbetade tillgångar från andra källor såsom tilläggsupplysningar i årsredovisningen. *Nackdelar* med dagens standard är att denna medför en rapportering som inte överensstämmer med tillgångens verkliga värde och på så sätt inte uppfyller kravet på relevans.²⁸ Detta innebär i förlängningen att användare får svårt att skapa sig en uppfattning om företagsledningens förmåga att förvalta tillgångar de kontrollerar inom ramen för företagets verksamhet. Resultatet av detta kan innebära minskat förtroende för aktiemarknadens roll då det skapas informationsasymmetri på grund av systematisk undervärdering av immateriella tillgångar. Därmed har företagsledningen mer kunskap om företagets reella värden än vad investerare besitter utifrån tillgänglig finansiell information, vilket i sin tur kan leda till insideraffärer.²⁹

Ett annat argument som framförs som en nackdel med dagens reglering är rådande inkonsekvens kring initial värdering av immateriella tillgångar. Enligt nuvarande regelverk ska internt upparbetade immateriella tillgångar värderas enligt kostnadsbaserad princip till anskaffningsvärde medan immateriella tillgångar som tillfaller ett företag genom företagsförvärv ska värderas till verkligt värde utifrån en marknadsbaserad princip. Olika värderingsmetoder gör att jämförbarheten mellan företag, som är en grundläggande kvalitativ egenskap enligt IASB:s föreställningsram, blir lidande vilket framförallt drabbar den externa användaren. Då det kommer till den påföljande redovisningen av en immateriell tillgång är möjligheten att använda omvärdering till verkligt värde begränsad då IASB föreskriver att en aktiv marknad ska finnas för den aktuella immateriella tillgången. Detta gäller dock endast immateriella tillgångar medan andra typer av tillgångar såsom anläggningstillgångar, biologiska tillgångar samt finansiella instrument inte har en sådan begränsning. Det kan argumenteras för att normgivaren i detta sammanhang inte är konsekvent varför det finns ett behov av omarbeting av den standard som reglerar immateriella tillgångar, så att den på ett bättre sätt överensstämmer med IASB:s grundläggande föreställningsram med dess överordnade kvalitativa krav på relevans och jämförbarhet i den finansiella informationen.³⁰

1.3 Frågeställning

Utifrån ovanstående bakgrund och problemdiskussion har vi kommit fram till följande frågeställning:

Hur kan design som en internt upparbetad immateriell tillgång identifieras och värderas utifrån kravet på relevant finansiell information?

²⁸ IASB Intangible Assets Draft Agenda Proposal 3B (2007)

²⁹ Lev, B. (2001)

³⁰ IASB Intangible Assets Draft Agenda Proposal 3B (2007)

1.4 Syfte

Genom en fallstudie av ett företag kommer vi ur ett *företags perspektiv* att beskriva:

- (1) ... hur design kan fastställas som en *immateriell tillgång*
- (2) ... huruvida vedertagna värderingsmetoder inom redovisning är tillämpliga vid *värdering* och *omvärdering* av design som en internt upparbetad immateriell tillgång
- (3) ... hur design som en internt upparbetad immateriell tillgång kan utgöra *finansiell information* utifrån egenskapen relevans.

1.5 Avgränsningar och inriktningar

Uppsatsens undersökning behandlar regleringen för noterade koncerner vilka följer nuvarande *internationella redovisningsstandarder IFRS/IAS* från normgivaren IASB.

Uppsatsen undersöker hur ett *företag* kan redovisa en internt upparbetad immateriell tillgång så att den finansiella informationen blir användbar för mottagaren i form av en investerare. Detta utifrån relevans som kvalitativ egenskap.

Vi definierar begreppen *design och industridesign* i referensramen. Därefter använder vi begreppen synonymt med varandra.

Uppsatsen kommer först och främst att utvärdera hur ett företag kan identifiera, värdera och redovisa en internt upparbetad immateriell tillgång i form av *industridesign*. Hur andra internt upparbetade immateriella tillgångar kan identifiera, värderas och redovisas kommer endast att framgå analogt.

Vidare görs i studien en avgränsning utifrån en *väsentlighetsaspekt* då resultatens väsentlighet inte relateras till företaget eller produkten som studeras utan snarare till betydelsen generellt för tillvägagångssättet i redovisningssammanhang.

Uppsatsen kommer genom en industridesignad produkt beskriva, genom ett *exempel*, hur en internt upparbetad immateriell tillgång kan identifieras, kontrolleras, värderas och eventuellt redovisas. Produkten är till för att ge läsaren förståelse gällande problematiken med att identifiera, kontrollera, värdera och redovisa en internt upparbetad tillgång. Således utgör produkten inte underlag för att dra generella slutsatser om hur annan identifiering, kontroll, värdering och redovisning än dagens skulle påverka valt företag.

1.6 Uppsatsens struktur

Uppsatsens inledande kapitel följs av ett metodkapitel där uppsatsens metodiska vägval presenteras, det vill säga hur vi har gått tillväga och varför. Referensramen är den bakgrund för begrepp och förståelse av ämnet som uppsatsens synsätt vilar på. I efterföljande kapitel (Design hos SKF Mekan) redovisar vi uppsatsens resultat i form av vårt empiriska underlag och analys av densamma utifrån referensramen. För att underlätta för läsaren och undvika upprepningar har vi valt att avstå från separat kapitel för empiri. I uppsatsens avslutande kapitel diskuteras uppsatsens resultat relaterat till vår frågeställning och syften. Avslutningsvis redogörs för resultatens teoretiska och praktiska bidrag ur olika perspektiv samt så ges förslag till vidare studier i ämnet.

Disposition och övergripande innehåll illustreras i figuren nedan.



Figur 1-1 Uppsatsens struktur

(Källa: egen figur)

2 Metod

Här presenterar vi hur vi gått tillväga i vårt arbete, vilka vägval som gjorts och varför. Avslutningsvis förs en diskussion om studiens kvalitet, i form av trovärdighet och källkritik. I övrigt har vi i metoden medvetet valt att inte positionera oss med terminologi från metodlitteratur. Vi har istället koncentrerat oss på att så konkret som möjligt beskriva, förklara och motivera vårt faktiska tillvägagångssätt.

2.1 Tillvägagångssätt

Val av ämne

Vi hyste från början ett allmänt intresse för de allt mer betydelsefulla färdigheter och resurser i form av kunskap, som företag idag i mångt och mycket är uppbyggda av. Kunskaper har fått en allt större betydelse i samhället på grund av ständigt hårdnande konkurrens. Tillgångar i form av kunskap brukar i ekonomiska sammanhang benämnas immateriella tillgångar. Mot bakgrund av vetenskapen om de immateriella tillgångarnas betydelse kände vi ett intresse av att undersöka huruvida dessa på ett relevant sätt redovisas i ett företags finansiella information.

Samtidigt fanns det ett intresse från Göteborgs universitet att genom ett uppsatsarbete integrera ämnesområdena design och redovisning. Efter kontakt med Inga-Lill Johansson (docent vid Företagsekonomiska institutionen på Handelshögskolan i Göteborg) och Ulla Johansson (docent vid Business and Design Lab) bestämde vi oss för att anamma utmaningen i att skriva en uppsats med en klar koppling till såväl design, i form av immateriell tillgång, som redovisning, eftersom detta stämde väl överens med vår önskan av ämne.

Ämnesstudier

Inledningsvis hölls en intern diskussion gällande inriktning och problemområden hänförlig till valt uppsatsämne. Under denna fas diskuterades ämnet med Gunnar Rimmel (docent vid Handelshögskolan i Göteborg) som har immateriella tillgångar som särskilt intresseområde. Redovisning av design som immateriell tillgång diskuterades för att hitta en lämplig ingång till ämnet. Därtill sökte vi skriftliga källor i form av vetenskapliga artiklar vilka först och främst behandlade design i samband med ekonomiskt värdeskapande i företag. Dessutom studerade vi mer grundligt hur dagens reglering av redovisning av immateriella tillgångar ser ut men även vilken kritik som framförts mot densamma. Diskussionen och sökningen resulterade i en mer tydlig bild beträffande hur design som en immateriell tillgång idag får eller snarare *inte* får redovisas vilket resulterade i uppsatsens problemdiskussion, frågeställning och syfte.

Informationssökningen var under denna fas emellanåt något problematisk då det tidigare inte har forskats om något som är direkt hänförligt till redovisning av design som en immateriell tillgång. Vi har därför varit tvungna att söka information utifrån de olika ämnesområdena och begreppen design och immateriell tillgång. Begreppen har därefter kopplats samman utifrån vad litteraturen har haft att erbjuda. Att det tidigare inte har forskats något vidare beträffande

uppsatsens ämne anser vi resulterat i en ännu större utmaning med ett större på krav på en omsorgsfull informationssökning. Vi har hela tiden haft ambitionen att söka litteratur utifrån oberoende vetenskaplig sådan, vilket har gjorts för att dels säkerställa kvaliteten på den information som behandlas i uppsatsens, dels för att belysa olika synsätt inom ämnesområdet.

Val av fallstudie

För att uppfylla uppsatsens delsyften i att beskriva hur ett företag kan identifiera, kontrollera och slutligen på ett relevant sätt värdera och redovisa en internt upparbetad immateriell tillgång använde vi oss av en fallstudie. Vi förde därefter en diskussion kring vilka företag som vore tänkbara att utgå ifrån. Detta mynnade slutligen ut i följande önskemål:

- Ett relativt stort och välkänt företag med inarbetade rutiner gällande design för att öka möjligheterna att kunna ta del av lämplig dokumentation.
- Ett företag som använder sig av industridesign av en fysisk produkt framför exempelvis tjänst eller process, då det enligt oss torde vara lättare att relatera till något som är synligt.
- Ett företag vilka producerar en fysisk produkt som inte innefattas av för många produktionsprocesser för att inte försvåra förståelsen för dess industridesign.

Företag med nämnda kriterier var alltså tänkbara föremål för vår fallstudie. Vårt val av företag föll sedermera på SKF, närmare bestämt SKF Mekan. Anledningen till att vi valde att studera designlösningen på en av deras produkter var utifrån vetskap om att företaget på ett utförligt sätt integrerar industridesign som en del i sin produktutveckling av fysiska produkter. Vidare valde vi SKF då vi ser dem som en etablerad organisation med inarbetade rutiner vilket dessutom har öppenhet som ett av sina ledord.³¹

Att i vår fallstudie använda oss av ett företag som exempelvis Volvo kan möjligen ha varit ett alternativ. Vi ansåg dock att det skulle bli svårt att använda ett industridesignfall kopplat till bilproduktion; detta då en sådan process troligen består av ett långt flöde aktiviteter och med en integration av många enheter vilket skulle innebära att det skulle bli för komplext för vår studie.

Vidare föll valet av produkt till vår fallstudie, efter rekommendation ifrån Anders Sahlgren på SKF Sverige och diskussion med Birgitta Hammar (SKF Mekan), på en produkt i form av ett kullagerhus, "SNL Large". Anledningen till detta var att produkten först och främst var av fysisk karaktär och att den dessutom under åren 1997 till 2000 omarbetades genom ett produktutvecklingsprojekt där den blev föremål för en påtaglig industridesignlösning.

Vi vill ytterligare förtydliga att det är *designen* (formgivningen) tillhörande kullagerhuset SNL Large som fallstudien ämnar studera och inte själva kullagerhuset i sig. Designen bör vidare ses som en enskild designlösning utan direkt koppling till SKF Mekan där vi inte kommer att framföra någon åsikt beträffande hur SKF Mekan bör identifiera, kontrollera, värdera eller redovisa nämnd designlösning. En sådan rekommendation kräver enligt oss en

³¹ <http://www.SKF.com> (20071210)

mängd mer information och kunskap än vad som ryms inom den här uppsatsen. Därtill skulle sådana rekommendationer enligt oss lätt leda till en diskussion beträffande designens väsentlighet för SKF. Den här uppsatsen syftar istället undersöka hur en identifiering, kontroll, och värdering av design som internt upparbetad immateriell tillgång *principiellt kan göras* utifrån ett krav på en relevant finansiell information.

Val av referensram

Uppsatsens verktyg och stödjande argumentation för analysen har valts utifrån ämnets två begrepp: design och redovisning. Design är ett tämligen utforskat område akademiskt liksom regleringen av redovisning vilken har en lång tradition präglad av nationella normer och synsätt som på senare tid internationaliserats. Då design i samband med redovisning inte behandlas explicit i någon vetenskaplig litteratur har vi istället valt att göra en koppling mellan immateriella tillgångar och redovisning då design generellt kan härledas som en immateriell tillgång enligt tidigare metoddiskussioner.

Strukturen på referensramen är vald utifrån uppsatsens tre delsyften och redogör för vårt synsätt beträffande det ämne vi valt att studera. Inledningsvis, som stöd för uppsatsens *första* delsyfte, används referenser från ett flertal olika forskare som definierar och utvecklar vad design är. Detta har vi valt utifrån att vi vill visa på att design, som vid informationssökningen visat sig vara ett komplext begrepp, har flera olika betydelser men där kärnan i begreppet visar sig tämligen likt. Därefter redovisar vi hur kontroll av en immateriell tillgång kan skapas genom framförallt rättsliga avtal, här refereras till författare som Bernitz et al och Hart & Fazzani. Dessutom diskuteras immateriella tillgångar utifrån vilka framtida ekonomiska fördelar som kan förknippas med design. Detta har vi valt att göra utifrån forskning från huvudsakligen Hertenstein et al som kopplat design med lönsamhet för att hitta faktorer som genererar värde.

Referensramen innehåller vidare begrepp som stöd för det *andra* delsyftet, där värdering av immateriella tillgångar behandlas. Vi har här valt att använda värderingsbegrepp och värderingsansatser som refereras till i internationella redovisningsstandarder från europeiska IASB och nordamerikanska Financial Accounting Standards Board (FASB), både när det gäller nuvarande reglering samt utkast till förslag för vidareutvecklingar av dessa då de passar väl till vår frågeställning. Skälet till att vi använder synsätt från båda dessa normgivare är att standarder från FASB ofta står som modell för de standarder som IASB ger ut samt att dessa två organisationer numera har ett tätt samarbete i syfte att få ett mer globalt och enhetligt regelverk. Eftersom de värderingsansatser som anges i regelverken förklaras mycket kortfattat och inte ger någon uttömmande vägledning har referenser till Reilly & Schweihns använts för att öka förståelsen och ge praktisk tillämpning vid vår fallstudie.

Slutligen presenteras utifrån uppsatsens *tredje* delsyfte egenskaper för vad som kännetecknar relevant finansiell information ur en användares intresse, utifrån företagets perspektiv att tillhanda sådan information. Vi har valt att utgå ifrån de synsätt som internationella normgivare (IASB och FASB) har, ofta genom direkt referens till deras respektive regelverk och förslag på nya regler. Vidare refereras i sammanhanget till Smith och Nobes & Parker

som förtydligar och förklarar dessa synsätt genom att jämföra olika redovisningstraditioner och ger en bredare förståelse för olika behov av finansiell information och dess rapportering.

2.2 Undersökningsdata

Val av intervjupersoner

Utifrån målsättningen att samla in så mycket information kring en designad produkt som möjligt, fördes en diskussion rörande vilken form av data uppsatsen kräver. Under diskussionen kom vi först och främst fram till ett behov av att intervjua någon ansvarig för industridesignen för den produkt vi valt. Valet föll naturligt på Birgitta Hammar som är chef för Product Marketing vid SKF Mekan och således har haft det fulla ansvaret för produktutvecklingsprocessen av SNL Large. Vidare identifierades ett behov av att tala med någon som har ekonomiskt ansvar inom företaget vilket resulterade i att vi även valde att intervjua ekonomichefen vid SKF Mekan, Leif Carlsson.

Insamling av empiriskt material

En personlig intervju hölls med Birgitta Hammar vid SKF Mekans huvudkontor i Katrineholm. Vi träffade i samband med denna intervju även ekonomichefen Leif Carlsson, med vilken vi höll en intervju vid ett senare tillfälle. Intervjun med Birgitta Hammar delades upp i två sessioner varav den första behandlade industridesign som begrepp och SKF Mekans produktutvecklingsprojekt för SNL Large, medan värdet av SNL Larges designlösning behandlades under den andra sessionen. Intervjun hade förberetts genom att Birgitta försågs med vår intervjuguide en vecka före vårt möte. Intervjun i sin helhet varade i fyra timmar. Intervjun, i samråd med respondenten, spelades in på en diktafon. Intervjuguiden var uppdelad i tre huvudområden: design som begrepp, värdet av design och relevant finansiell information. Det senare huvudområdet besvarades dock i huvudsak av Leif Carlsson i egenskap av ekonomichef. Varje huvudområde innehöll cirka fem underområden. Tanken bakom att utforma intervjuguiden på detta sätt var dels för att få respondenten att först resonera fritt kring varje enskilt huvudområde, dels för att därefter vid behov kunna styra in mot de områden som vi ansåg vara obesvarade (se *Bilaga C*). I annat fall, med strikt styrda frågor, ser vi en risk i att påverka respondenten åt något håll, framförallt åt våra egna föreställningar i ämnet, vilket gör att den informationen som erhålls blir mer vinklad och därmed mindre användbar.

Då Leif Carlsson inte hade möjlighet att närvara under hela intervjun med Birgitta Hammar så hölls en kompletterande telefonintervju med honom efterföljande vecka. Intervjun hade förberetts genom att respondenten tidigare via e-post tagit del av vår intervjuguide. Intervjun med Leif Carlsson varade i cirka 30 minuter och spelades in via telefon.

Vi har efter nämnda intervjuer haft kortare telefon- och e-postkontakt med såväl Birgitta Hammar som Leif Carlsson då det funnits behov av kompletterande information för att förtydliga de svar som tidigare erhållits av respondenterna. Därtill har respondenterna bistått oss med ekonomisk dokumentation av produktutveckling och försäljning gällande SNL Large.

Bearbetning av empiriskt material

De intervjuer som vi höll med Birgitta Hammar och Leif Carlsson har i sin helhet transkriberats. Detta gjordes för att vi skulle få en övergripande blick över vad som framkommit under intervjuerna och för att försäkra oss om att ingen väsentlig information uteblivit. Efter transkribering sorterades det empiriska materialet, i den mån det inte stämde, in under intervjuernas huvudområden som motsvaras av de tre underkapitel som återfinns i referensramen. När detta gjorts granskades och komprimerades informationen för att slutligen verka som det empiriska material vilken uppsatsen använder sig av. Denna process innebar även att en del mindre betydelsefull information uteslöts mot bakgrund av att kunna bistå läsaren med relevant och tydlig information. Vi har i stor utsträckning använt oss av citat från det empiriska materialet i syfte att avspegla respondenternas åsikter och kunskaper för att kunna lämna utrymme för läsarens egna tolkningar. Ett alternativt sätt hade varit att i större utsträckning omarbeta det empiriska materialet så att det framförs utifrån våra formuleringar. Detta anser vi dock hade kunnat öka risken för att påverka informationen åt något håll.

Presentation av empiriskt material

Uppsatsens empiriska del presenteras tillsammans med den analytiska delen för att skapa en enkel läsning och undvika onödiga upprepningar. På detta sätt slipper läsaren att gå tillbaka till ett separat empirikapitel för att påminna sig om vad som framfördes vid intervjuerna. Vi är medvetna om att detta eventuellt kan skapa en viss förvirring om vad som är empiri kontra vad som är analys. Vi har för att undvika förvirring presenterat det empiriska materialet i separata stycken genom dels citat med annan typstil, dels med notreferat till respektive intervju i varje stycke.

Det empiriska materialet och analysen av denna presenteras enligt referensramens struktur utifrån uppsatsens tre delsyften. Detta gjorde vi för att på ett enkelt sätt kunna besvara vår frågeställning och i förlängningen kunna redovisa resultaten av uppsatsens delsyften på ett enligt oss strukturerat sätt. Att referensramen och empirisk-analytiska delen följer samma struktur förenklar enligt oss ytterligare läsningen samt resulterar i en tydlig koppling mellan vad referensramen framför och vad som framförs i empirin.

2.3 Studiens kvalitet

Trovärdighet

För att öka uppsatsens kvalitet och trovärdighet har en omfattande informationssökning gjorts där näst intill uteslutande använda referenser utgörs utifrån vetenskaplig litteratur inom våra ämnesområden. I urvalet av vetenskapliga artiklar och litteratur har endast de som av oss uppfattas som mest erkända tagits med. När det gäller de redovisningsstandarder som diskuteras finns inga andra källor att tillgå än de organisationer (IASB och FASB) som de facto administrerar och utvecklar dessa.

Genom att i huvudsak använda personliga intervjuer som empiriskt material anser vi att trovärdigheten ökar då respondenterna på ett mer närvarande sätt beskriver sina kunskaper



och synsätt. En öppen frågeguide bidrar till att respondenten tillåts resonera fritt och blir därmed mindre styrda av oss som intervjuar. Vi har inte funnit anledning att ifrågasätta trovärdigheten av vårt empiriska material då vi uteslutande intervjuat personer med ledande befattningar som har tillgång till relevant dokumentation. Då dokumentationen bygger på faktiska siffror från fallstudieföretaget kan denna ytterligare anses öka trovärdigheten för våra resultat.

Resultat som presenteras kan och bör alltid ifrågasättas kritiskt. Både det som studeras och på det sätt det görs måste tolkas för att kunna beskrivas och återges. Dessa tolkningar färgas naturligt av våra egna värderingar, kunskaper och erfarenheter. Vi anser dock att trovärdigheten i det vi presenterar ändå är hög då vi är medvetna om ovanstående och därtill öppet redovisar hur vi gått tillväga samt på vilka grunder vi gör dessa tolkningar. Vidare måste intervjumaterialet tolkas och till viss del reduceras för att göras hanterbart. Synsätt i referensramen fungerar som förklaringsmodeller och är ett stöd för att strukturera det empiriska materialet. Dessa begränsar oss dock i våra tolkningar. Om andra tolkningar är närmare en sanning eller skulle innebära andra resultat kan vi inte säga annat än att möjligheten existerar.

Källkritik

Vi har i största möjliga mån försökt att undvika oss av allmänna *källor* från Internet utan har istället koncentrerat oss på att söka och använda vetenskapliga artiklar och litteratur från elektroniska akademiska databaser som behandlar våra ämnesområden. I vissa delar av uppsatsen har vi dock, på grund av avsaknad av forskning inom något område, varit tvungna att referera till information från Internet. Detta har dock mestadels gällt kompletterande information, i första hand företagsfakta, som återfinns i uppsatsens bilagor.

Uppsatsens *mundliga källor* består av personer med organisatoriskt ansvar för de områden som fallstudien behandlar. Dessa källor kan därmed anses relevanta i sammanhanget. Det kan dock hävdas att deras naturliga lojalitet ligger i linje med företagets intressen och att vederbörande därför svarat i enlighet med dessa. Ett av fallstudieföretagets ledord är som tidigare nämnts öppenhet vilket i viss mån kan anses minska denna påverkan. Viktigt att påpeka är att fallstudieföretagets intressen inte nödvändigtvis måste skilja sig från vår uppsats intressen; att finna svar på vår frågeställning.

3 Referensram

Kapitlet beskriver uppsatsens bakomliggande antaganden och den bakgrund som utgör vårt synsätt och kunskapsgrund i ämnet. Referensramen utgör vidare ett analysverktyg för att förklara och beskriva de resultat som vi kommer fram till samt till att stödja de resonemang som förs. Inledningsvis diskuteras hur design kan klassificeras som en immateriell tillgång i ett företags redovisning vilket leder in på ett synsätt på värdering och omvärdering av immateriella tillgångar. Därefter redogörs för relevans i den finansiella informationen. Avslutningsvis presenteras vår undersökningsmodell som förtydligar referensramen och som även utgör stöd för strukturen på uppsatsens efterföljande analytiska avsnitt.

3.1 Design som immateriell tillgång

Att definiera immateriella tillgångar är inte helt oproblematiskt. I de förarbeten som föranledde redovisningsstandarderna IFRS 3 (Företagsförvärv) och IAS 38 (Immateriella tillgångar), hade normgivaren International Accounting Standards Board (IASB) inledningsvis svårigheter med att utforma kraven för och definitionen av en immateriell tillgång.³² Den definition som används inom redovisningen är framtagen av IASB och enligt dem är först och främst en tillgång en resurs som *kontrolleras* av ett företag till följd av inträffade händelser och som förväntas innebära *framtida ekonomiska fördelar*.³³ En exakt definition ges för en immateriella tillgång, vilket är en *identifierbar icke-monetär tillgång utan fysisk form*.³⁴ Därmed ställs tre krav, identifierbarhet, kontroll och förväntade framtida ekonomiska fördelar, för att en resurs utan fysisk form ska få klassas som en immateriell tillgång. Dessa grundläggande krav diskuteras nedan i relation till begreppet design.

Identifikation

Reilly & Schweih's tillika IASB framför identifikation som ett krav för att något skall få klassas som en immateriell tillgång. IASB poängterar i redovisningsstandarderna för immateriella tillgångar (IAS 38) att vissa immateriella tillgångar kan finnas i eller på en fysisk form. Gällande om tillgången skall klassas som materiell eller immateriell tillgång beror på vilken del av tillgången som betyder mest; den immateriella eller den materiella delen. Vidare konstateras i standarderna att utgifter gällande bland annat utvecklingsverksamheter där syftet är att utveckla kunskap så klassas tillgången som immateriell, även om verksamheten resulterar i en tillgång med fysisk form. Ytterligare beror klassificeringen av tillgången utifrån om den immateriella delen endast är avsedd för en specifik materiell vara och är en integrerad del av denna; om så är fallet ses hela tillgången som materiell. På motsvarande sätt klassificeras tillgången som immateriell om den immateriella delen går att särskilja ifrån den materiella och inte utgör en integrerad del av den materiella.³⁵ Vidare delas immateriella

³² Smith, G.V. & Parr, R.L. (2003)

³³ IFRS/IAS (2007), Föreställningsram pkt. 53-59

³⁴ IFRS/IAS (2007), IAS 38 pkt. 8

³⁵ Ibid

tillgångar in i ett antal kategorier. Reilly & Schweis redovisar en kategori som ingenjörrelaterade immateriella tillgångar under vilken bland annat industridesign insorteras.³⁶ Även IASB gör en indelning av immateriella tillgångar; en skillnad föreligger dock i klassificeringen då industridesign kategoriseras som dels marknadsrelaterade immateriella tillgångar (exempelvis färg, form, förpackning), dels teknologibaserade immateriella tillgångar (patent, mönsterskydd).³⁷

Vad är då innebörden av begreppet design? Många tycks ha sin egen syn på vad detta är, hur design definieras och betydelsen av den. Design och designade produkter förknippas ofta med mode, extravagans, trendriktighet, lyx och dyrt.^{38;39} Att likställa design och lyx anses dock inte korrekt även om begreppet ofta används i dessa sammanhang. Ordet design har flera betydelser och tolkas på olika sätt. Kotler & Roth konstaterar att design dels kan ses som en färdig produkt eller tjänst där fokus ligger på resultatet av en aktivitet, dels som själva processen i sig och inriktar sig då på aktiviteten framför slutprodukten.⁴⁰ Hilary Cottams, director vid engelska Design Council, utgår ifrån design som aktivitet då hon menar att designens hjärta är innovation och problemlösning. Stuart Macdonald, director vid Skottlands nationella arkitektur och designcenter, The Lighthouse, är inne på samma spår då han argumenterar för att design är en kreativ problemlösande aktivitet vilken korsar såväl social och ekonomiska som kulturella gränser.⁴¹ Stiftelsen svensk industridesign (SVID), tar även de först och främst sikte på design som aktivitet (designprocessen) där de framför design som kreativ problemlösning där funktionella såväl som estetiska krav ingår. Designprocessen används inom många olika områden och designprojekt vilka rör såväl varor och tjänster som miljöer och budskap. SVID nämner dock även design som resultat av aktiviteten då begreppet design definieras enligt följande:⁴²

”Design innebär arbetsinsats för att lösa ett problem på ett kreativt sätt där både funktionella och estetiska krav ingår. Design används ibland även för att beskriva resultatet av arbetsinsatsen.”

Brittiska design council har en motsvarande definition av design där de definierar begreppet dels som ett substantiv, dels som ett verb. Substantivet syftar först och främst till design som en process, med en rad olika beståndsdelar. Processens moment presenteras i kronologisk ordning men utförs interaktivt i stor utsträckning. Substantivet syftar även till resultatet i sig. Design councils fulla definition av design lyder enligt följande:⁴³

”a) A set of instructions (specifications, drawings, schedules etc) necessary to construct an artefact or service. b) Artefact or service itself.”

”Design (verb) - Generation of information by which a required product or service can become a reality.”

³⁶ Reilly, R.F. & Schweih, R.P. (1999)

³⁷ IFRS/IAS (2007), IFRS 3 bilaga 1

³⁸ Michl, J. (2004)

³⁹ Walsh, V., Roy, R. & Bruce, M. (1988)

⁴⁰ Kotler, P. & Roth, G.A. (1984)

⁴¹ Design Council (2005)

⁴² <http://www.svid.se> (20071225)

⁴³ <http://www.designcouncil.org.uk> (20071127)

Vidare argumenteras för design som en aktivitet vilken förklaras som kreativa planer eller instruktioner som inte tidigare existerat, där resultatet av dessa kan variera i form av olika designlösningar.⁴⁴ Bettina von Stam forskar kring design och ser design som en medveten beslutsfattande process där information i form av idéer förvandlas till en produkt; antingen en substantiell sådan i form av en vara eller icke substantiell i form av en tjänst, där designern under processens gång hela tiden experimenterar, utforskar och jämför för att välja ut den bästa lösningen.⁴⁵ Enligt Olle Eksell, mångårig designer och kreatör, kan design röra sig om en idéskiss eller plan, en struktur eller formgivning. Det kan vidare vara ett utkast eller utförande, en ritning eller ett mönster. Gemensamt för all design är enligt vederbörande dock att allt utgår ifrån form och formskapande där design är ett medel för att förvandla kaos till form.⁴⁶

Att begreppet design har ett flertal betydelser och inkluderar en rad olika områden råder det med andra ord inga tvivel om. För att förtydliga och förklara vilka områden som design inkluderar delar Olle Eksell upp begreppet i underkategorier, fyra stycken dominerande delar, vilka han kallar arkitektur, grafisk formgivning, industriell formgivning och mode.⁴⁷ Ulrich & Pearson förklarar *industrieldesign* eller industriell formgivning som en process vilken förvandlar ett antal önskemål och krav till en produktlösning i form av färg, material, modell och grafik.⁴⁸ Kraven på produkten kan vara såväl estetiska och ergonomiska som funktionella och att produkten skall anpassas till massproduktion.^{49;50} Ulrich & Pearson utgår vidare ifrån användaren och att industridesignen utformas efter vad som efterfrågas. Hertenstein & Platt konstaterar att industridesign, i form av designprocessen, är en av nyckelfaktorerna vad gäller att utveckla en ny produkt (produktutvecklingsprocess) där den tillsammans med aktiviteter såsom forskning och utveckling, marknadsföring, ingenjörskonst och tillverkning är av största vikt för en lyckad produktutveckling.^{51;52}

Walsh et al påtalar att industridesign ofta likställs med produktdesign vilken de definierar som ”gestaltning av egenskaper, material och komponenter” vilket genererar produktens attribut i form av funktion, användarvänlighet, utseende, livslängd och så vidare. Vidare argumenterar de att produktdesign är mångfasetterad där inte bara funktionella och estetiska krav ingår utan även inkluderar att produkten skall vara enkel att producera och generera ekonomiska fördelar.⁵³ SVID intar ett brett perspektiv då de förklarar industridesign som utveckling och planering av såväl varor som tjänster, processer, budskap, miljöer och budskap.⁵⁴

Vi kan här konstatera att design utifrån ovanstående resonemang kan definieras på en mängd olika sätt och att det finns gott om utrymme för personliga reflektioner gällande begreppet

⁴⁴ Walsh, V., Roy, R & Bruce, M. (1988)

⁴⁵ v. Stam, B. (2007)

⁴⁶ Eksell, O. (1999)

⁴⁷ Ibid

⁴⁸ Ulrich, K.T. & Pearson, S. (1998)

⁴⁹ Ibid

⁵⁰ Hertenstein, J.H., Platt, B.P. & Veryzer, R.W. (2005)

⁵¹ Ibid

⁵² Hertenstein J.H. & Platt, B.P. (2000)

⁵³ Walsh, V., Roy, R & Bruce, M. (1988)

⁵⁴ <http://www.svid.se> (20071225)

betydelse. Dock konstateras det samtidigt att utifrån designforskarens perspektiv så ses design först och främst som en process vilken är en del av produktutvecklingsprocessen. Design delas vidare upp i underkategorier där industridesign är en av dessa. Därtill har vi konstaterat att design inom redovisningen kan identifieras som en immateriell tillgång.

Kontroll

För att företag enligt redovisningen ska anses ha kontroll över en tillgång ska dessa ha förmågan att säkerställa att de framtida ekonomiska fördelarna kommer företaget till gagn och begränsa andras möjligheter att få del av dessa. Företagets kontroll av en tillgång uppkommer i normala fall i form av juridiska rättigheter.⁵⁵ Design ses som en intellektuell prestation varför den behandlas inom immaterialrätten, där den delvis skyddas och kontrolleras genom patentregistrering men kanske framförallt genom mönsterskydd.⁵⁶

Produktutveckling behöver inte enbart avse en teknisk lösning utan kan även avse nyskapande formgivning, detta benämns ofta i det vardagliga språket som design.⁵⁷ Krav för att en designlösning skall kunna skyddas ur juridisk aspekt, är att den ska vara ny och att den måste ha en särprägel vilket innebär att produkten som helhet skiljer sig från tidigare design.⁵⁸ Design behandlas inom mönsterrätten. Det finns tre alternativ att införskaffa skydd enligt denna lag; det första alternativet är att erhålla ett nationellt skydd genom *mönsterskyddslagen* vilket görs genom ansökan hos patent och registreringsverket. Det andra alternativet är att söka skydd inom EU genom *EG-förordningen om formgivning*. Det sista alternativet är att inte registrera något skydd utan att få skydd i samband med *offentliggörandet av designen*, även detta i enlighet med tidigare nämnd EG-förordning.⁵⁹ Genom att registrera sin produkt kan ett skydd erhållas i upp till 25 år medan det oregistrerade skyddet endast gäller i tre år. Det skydd som ges genom att registrera sin produkt är dessutom betydligt lättare att kontrollera och mer omfattande än det oregistrerade skydd som ges av ett offentliggörande.⁶⁰ Eftersom att ett oregistrerat designskydd endast ger ett efterbildningsskydd betyder detta att den som kopierar designen måste ha känt till designen för att denna ska anses vara skyddad.⁶¹

En annan möjlighet att skydda produkters attribut och funktioner, dock inte förfaranden, är genom *bruksskydd*. Denna möjlighet existerar för närvarande inte i Sverige. Det finns inte heller någon sådan gemensam lag för länderna inom EU. Europeiska länder som har en form av bruksskydd är bland andra Danmark, Finland, Polen och Tyskland. Utanför Europa återfinns bland annat Japan och Ryssland som tillämpar denna typ av skydd. Bruksskyddet ger precis som mönsterrätten innehavaren rätt att förbjuda andras kommersiella användning av de skyddade egenskaperna hos produkten. Bruksskyddet används ofta som ett komplement till patent eller mönsterskydd, vilket på detta sätt ger ett effektivare skydd för produkten. Vanligast används bruksmodeller inom det mekaniska området. För att något ska kunna bruksskyddas krävs alltid att det är en nyhet, samt att de skiljer sig från tidigare modeller

⁵⁵ IFRS/IAS (2007), IAS 38 pkt. 12

⁵⁶ Bernitz, U. et al. (2004)

⁵⁷ Ibid

⁵⁸ <http://www.prv.se> (20071202)

⁵⁹ Bernitz, U. et al. (2004)

⁶⁰ Hart, T. & Fazzani, L. (2004)

⁶¹ Bernitz, U. et al. (2004)

vilket dock är underordnat nyhetskravet.⁶² Genom att skapa kontroll över designlösningar i form av patent eller mönsterskydd skapas en ensamrätt till nyttjandet av denna och i förlängningen till de framtida ekonomiska fördelarna.⁶³

Framtida ekonomiska fördelar

Vårt samhälle har gått från att i huvudsak vara av industriell karaktär till att bli mer av ett tjänstesamhälle vilket har inneburit att betydelsen av de immateriella tillgångarna ändrats.⁶⁴ Immateriella tillgångar, exempelvis design, har blivit elementära konkurrensmedel för att företagen ska kunna överleva på en mer globaliserad marknad.⁶⁵ Designens ekonomiska betydelse var däremot länge ett utforskat område som det även idag råder stor osäkerhet kring.⁶⁶ Samtidigt höjs emellanåt röster för vikten av att företag kan visa upp en god design på sina produkter. Bettina von Stam argumenterar för att det i dagens snabbföränderliga värld är innovation som är grunden till en ökad konkurrensförmåga; försäljningsökning vilket ger företag möjligheter att penetrera nya marknader som i förlängningen kommer att generera ett ökat värde. Von Stam menar vidare att design i form av medvetenhet om och användning av design är nyckelfaktorer för att utveckla en framgångsrik innovation som i sin tur påverkar företagets värde.⁶⁷ Hertenstein et al konstaterar samtidigt att för att design skall generera en ökad ekonomisk lönsamhet, så räcker det inte att öka försäljning eller att höja priset på en produkt utan detta måste sättas i relation till eventuella ökade kostnader.⁶⁸ Är fallet sådant att det sammanlagda värdet som designen genererar är större än kostnaden kan det sålades konstateras att den genererat värde. På samma sätt som design kan generera ett ekonomiskt värde genom högre priser och högre försäljning kan design, under förutsättning att försäljningen är konstant, även generera ett värde genom minskade produktionskostnader.⁶⁹

Mot bakgrund av en ökad efterfrågan och konsumtion av design har forskare intresserat sig alltmer för vad design genererar för ekonomiska fördelar. Forskning på senare tid har ofta visat på ett kausalt samband mellan design och ekonomiskt värdeskapande, om än med olika starka kopplingar.⁷⁰ I motsats till detta fann Ulrich & Pearson i sin studie beträffande tillverkning av kaffekokare inte något signifikant samband mellan design och ökad ekonomisk lönsamhet. Forskarna konstaterar samtidigt att studien är begränsad då denna endast analyserar sambandet design och kostnad och därmed lämnar eventuella samband mellan design och ökad intäkt därhän.⁷¹ Ett flertal studier inom området har dock kunnat påvisa tydliga tecken på att design genererar en värdeökning och en bättre position för företaget. Gemser & Leenders konstaterar att det finns ett generellt samband mellan designintensitet och ekonomiskt resultat och menar att företag som Apple och Philips framgångar kan förklaras genom god design. Samtidigt konstateras det att designens påverkan

⁶² Wallin, B-G. (2006)

⁶³ v. Triest, S. & Vies, W. (2006)

⁶⁴ Smith, G.V. & Parr, R.L. (2003)

⁶⁵ Kotler, P. & Roth, G.A. (1984)

⁶⁶ Gemser, G. & Leenders, M.A.A.M. (2001)

⁶⁷ v. Stam, B. (2007)

⁶⁸ Hertenstein, J.H., Platt, B.P. & Veryzer, R.W. (2005)

⁶⁹ Hertenstein, J.H. & Platt, B.P. (2000)

⁷⁰ Hertenstein, J.H., Platt, B.P. & Veryzer, R.W. (2005)

⁷¹ Ulrich, K.T. & Pearson, S. (1998)

på företagets resultat till stor del är branschspecifik och att dess påverkan på teknikföretags ekonomiska resultat är större än för inredningsföretag. Vidare menar de att designen ger störst effekt i branscher där det inte sedan tidigare existerar någon uttalad sådan.⁷² Andra forskare, såsom Walsh & Roy, argumenterar för att det genom design finns en möjlighet i att utveckla en produkt till att bli framgångsrik och som genererar ekonomiskt värde, och att det inte alla gånger är innovationen som leder till ekonomiskt positivt resultat.⁷³

Hertenstein et al framför i sin studie en konceptuell modell hur design relateras till produktutvecklingsfasen och hur denna i sin tur, genom påverkan på en produkts pris, efterfrågan, produktionskostnader etc., genererar ett ekonomiskt värde. Forskarnas studie, vilken genomfördes under 1990-talets senare del, omfattade 147 amerikanska börsnoterade företag där företag med en hög intensitet i att visa upp god design jämförs med företag som har låg intensitet. Studien visar tydligt att företag med hög intensitet i att visa upp god design också levererar mer tillfredsställande ekonomiska resultat i form av större nettoinkomster och kassaflöden, högre vinstmarginal och högre aktieutdelningar samt ett sammanlagt bättre årligt resultat. Vidare framförs att design genererar ekonomiskt ökat resultat på flertal olika sätt: ökad efterfrågan, ett ökat pris och/eller sänkta produktionskostnader med ett bibehållet försäljningspris.⁷⁴ På motsvarande sätt har det i Sverige konstaterats att design genererar lönsamhet för företagen. Regeringens designsatsning under åren 2003 till 2005, "*Design som utvecklingskraft*", har visat sig generera så väl ekonomiska som icke ekonomiska positiva resultat. Regeringens satsning om 51 miljoner kronor genererade en omsättningsökning motsvarande 300 miljoner kronor, dels nya tankemönster, förändrade perspektiv, ökad delaktighet etc., vilka förväntas ge fortsatta positiva effekter.⁷⁵ Ett flertal berörda företag anser att designsatsningen var nödvändig och ett viktigt moment för omsättningsökningen samt att detta inte skulle ha åstadkommit om denna inte genomförts.⁷⁶

Det kan utifrån ovanstående resonemang konstateras att det råder klarhet i att design är en strategisk viktig resurs vilken i de flesta fall genererar ett ekonomiskt värde för företagen. Hertenstein & Platt poängterar dock svårigheten med att beräkna designens ekonomiska påverkan för ett företag då denna är en del i hela produktutvecklingsprocessen.⁷⁷ Avsaknaden av beräkningar vilka tar hänsyn till designens ekonomiska betydelse i samband med produktutveckling, har därtill gjort det än svårare att härleda ett kausalt samband mellan design och ekonomiskt värdeskapande.⁷⁸

⁷² Gemser, G. & Leenders, M.A.A.M. (2001)

⁷³ Walsh, V. & Roy, R. (1992)

⁷⁴ Hertenstein, J.H., Platt, B.P. & Veryzer, R.W. (2005)

⁷⁵ Ibid

⁷⁶ Ilstedt Hjelm, S. et al. (2007)

⁷⁷ Hertenstein, J.H. & Platt, M.B. (2000)

⁷⁸ Ibid

3.2 Värdering och omvärdering av immateriella tillgångar

Inledningsvis förs en diskussion kring värderingsproblematik för internt upparbetade immateriella tillgångar utifrån nuvarande redovisningsprinciper. Därefter redovisas uppsatsens tillämpade värdebegrepp och värderingsansatser för *initial värdering* och *omvärdering* av internt upparbetade immateriella tillgångar. Detta görs utifrån principerna i IFRS 3 (Rörelseförvärv) och SFAS 157 (Värdering till verkligt värde) samt utifrån diskussionsunderlag från IASB och FASB angående framtida vidareutveckling av nuvarande standarder för dessa. Avslutningsvis redogörs för relevanta informationskällor vid värderingsarbetet.

Nuvarande redovisningsprinciper

Värdering av internt upparbetade immateriella tillgångar regleras idag genom IAS 38 (Immateriella tillgångar) respektive av IFRS 3 (Rörelseförvärv) för förvärvade sådana. Enligt IAS 38 ska *internt upparbetade* immateriella tillgångar värderas initialt till anskaffningsvärde som summan av de utgifter som uppkommit från och med den tidpunkt den uppfyller uppsatta kriterier för kontroll och identifikation enligt inledande diskussioner.⁷⁹ Vidare föreskriver IAS 38 att värdering efter första redovisningstillfället ska ske till anskaffningsvärde minskat med ackumulerade avskrivningar under dess nyttjandeperiod och nedskrivningar alternativt omvärderas till verkligt värde som ska fastställas genom hänvisning till en aktiv marknad. Nyttjandeperioden för en immateriell tillgång ska betraktas som obegränsad om det inte finns en förutsägbar gräns för den tidsperiod under vilken tillgången förväntas generera intäkter för företaget.⁸⁰ Det är dock sällsynt med en aktiv marknad för internt upparbetade immateriella tillgångar varför omvärdering till verkligt värde inte kan genomföras. Detta innebär att en stor del av existerande värden av immateriella tillgångar inte kan redovisas i företagens finansiella rapporter.⁸¹ Enligt IFRS 3 ska *förvärvade* internt upparbetade immateriella tillgångar värderas initialt till verkligt värde vid förvärvstidpunkten.⁸² Omvärdering sker genom nedskrivningsprövning enligt IAS 36.⁸³ Således värderas förvärvade internt upparbetade immateriella tillgångar till verkligt värde både vid initial värdering och vid omvärdering enligt IFRS 3.

Principerna för värdering av internt upparbetade immateriella tillgångar är inkonsistenta med IASB:s föreställningsram då det görs en irrelevant skillnad i hur en immateriell tillgång uppkommer mellan IFRS 3 och IAS 38. Skillnaden består i att IFRS 3 ger vägledning till initial värdering och omvärdering av förvärvade internt upparbetade immateriella tillgångar och erbjuder relevanta värdebegrepp i form av verkligt värde enligt föreställningsramen. IAS 38 tillåter inte tillämpning av verkligt värde vid initial värdering samt omvärdering efter första redovisningstillfället för internt genererade immateriella tillgångar.⁸⁴

⁷⁹ IFRS/IAS (2007), IAS 38 pkt. 65

⁸⁰ Ibid pkt. 74-75, 78, 88

⁸¹ IASB Intangible Assets Draft Agenda Proposal 3B (2007)

⁸² IFRS/IAS (2007), IFRS 3 pkt. 24, 37c, 45

⁸³ Ibid pkt. 55

⁸⁴ IASB Intangible Assets Draft Technical Paper 3C (2007)

IFRS 3 och SFAS 157 följer dock IASB:s föreställningsram respektive FASB:s föreställningsram men även kombinerat genom en överenskommelse⁸⁵ mellan IASB och FASB, som bland annat behandlar redovisning av immateriella tillgångar. IASB:s diskussionsunderlag utgör en relativt samlad bild av relevanta aktörers synsätt för vidareutveckling av nuvarande standarder för att möta modernare krav på den finansiella informationen. I enlighet med att det tidigare påvisats att design har möjlighet att uppfylla kriterierna för att definieras som internt upparbetad immateriell tillgång, kan det mot denna bakgrund föreslås initial värdering och omvärdering av design enligt principerna i IFRS 3 respektive SFAS 157 utifrån IASB:s diskussionsunderlag.

Tillämpade principer för värderingsbegrepp

Anskaffningsvärde

Anskaffningsvärde av en tillgång definieras som det belopp som vid anskaffningstillfället erlagts som betalning av likvida medel, eller till verkligt värde av tillgång som i samband med anskaffningen lämnas i byte.⁸⁶

Anskaffningsvärde av en internt upparbetad immateriell tillgång definieras i sin tur i IAS 38 som summan av de utgifter som uppkommer från och med den tidpunkt då den immateriella tillgången uppfyller följande krav: troliga förväntade ekonomiska fördelar; anskaffningsvärdet ska kunna beräknas på ett tillförlitligt sätt; tillgången är i utvecklingsfasen (utgifter relaterade till forskningsfasen får ej beräknas till anskaffningsvärdet).⁸⁷

Verkligt värde

Verkligt värde definieras som det pris som säljaren skulle erhålla vid en försäljning av tillgången ("avyttringsvärde"). Verkligt värde förutsätter inte att försäljningen sker på en, för tillgången, aktiv marknad mellan två oberoende parter utan försäljningen kan ses som en hypotetisk transaktion på datumet för värderingstillfället, sett från säljarens perspektiv.⁸⁸

Syftet med att värdera till verkligt värde är att uppskatta ett marknadspris för tillgången utan att en transaktion inträffar i verkligheten. Vid värdering till verkligt värde ska värderingen, i största möjligaste mån, ske med hjälp av information från marknaden. Med det menas antaganden och data som de olika marknadsaktörerna skulle använda vid en värdering.⁸⁹

Begreppen verkligt värde och *marknadsvärde* anses inte vara synonymer även om de är närbesläktade. Skillnaden sägs främst ligga i att marknadsvärde förutsätter en aktiv marknad där det de facto går att överlåta tillgångar och skulder medan verkligt värde är ett vidare begrepp som även inbegriper situationer när aktiv marknad saknas och där verkligt värde kan fastställas med hjälp av värderingsmodeller.⁹⁰

⁸⁵ Memorandum of Understanding IASB-FASB (2007)

⁸⁶ IFRS/IAS (2007), Föreställningsram pkt. 100 a

⁸⁷ IFRS/IAS (2007), IAS 38 pkt. 21-22, 57, 65

⁸⁸ FASB Statement No. 157 pkt. 5

⁸⁹ FASB Exposure draft Fair Value Measurement (2004)

⁹⁰ Remissvar från Finansdepartementet (Ds 2002:61)

Värderingstidpunkt

Tidpunkten för initial värdering skall vara den dag då ägaren av tillgången fick rätt att dra ekonomisk nytta av densamma; *transaktionsdagen*, det vill säga då tillgången redovisas i ägarens finansiella rapporter (balansräkningen).⁹¹ Omvärdering skall göras så pass regelbundet att, per balansdagen, tillgångens redovisade värde inte skiljer sig väsentligt från dess verkliga värde.⁹²

Tillämpade principer för värderingsansatser

Tre fundamentala ansatser existerar för att fastställa en immateriell tillgångs verkliga värde: marknads-, avkastnings- och kostnadsansatsen. Dessa är logiskt indelade efter sina tekniska egenskaper men syftar alla till att beräkna ett rimligt värde för den aktuella immateriella tillgången vid ett visst datum.⁹³

Marknadsansatsen

Värdering görs utifrån den immateriella tillgångens pris på en marknad med perfekt konkurrens och jämviktspriser mellan utbud och efterfrågan. Värderingen baseras således på det pris immateriella tillgången kan förväntas sig generera på en lämplig aktiv marknad för den och inte kostnaden eller det slutgiltiga priset av densamma.⁹⁴

Vid analys av jämförelsetransaktioner på en aktiv marknad, för att fastställa ett värde enligt marknadsansatsen för teknologiska immateriella tillgångar, föreskriver Riley och Schweihs ett flertal olika moment. Dessa innefattar bland annat undersökning av lämplig marknad för att hitta erbjudanden om försäljning eller köp av licenser, patent eller andra skyddade rättigheter för teknologier som är jämförbara med aktuell immateriell tillgång.⁹⁵

Vid jämförelse mellan genomförda marknadstransaktioner och aktuell immateriell tillgång bör ta hänsyn tas till faktorer såsom legala rättigheter; förekomst av särskilda finansiella villkor mellan köpare och säljare; typ av bransch; marknadens geografiska egenskaper; transaktionens villkor och tidsperioder; övriga tillgångar inkluderade i transaktionen.⁹⁶

Marknadsansatsen anges vara den mest lämpliga vid ett förvärv av internt upparbetade immateriella tillgångar men av praktiska skäl är detta problematiskt eftersom en marknadsprismetod, med fastställande av marknadspris på aktiv marknad, kräver relevanta jämförelsetransaktioner som ofta saknas.⁹⁷

⁹¹ IFRS/IAS (2007), IFRS 3 pkt. 24-25

⁹² IFRS/IAS (2007), IAS 38 pkt. 75

⁹³ Reilly, R.F. & Schweihs, R.P. (1999)

⁹⁴ Ibid

⁹⁵ Ibid

⁹⁶ Reilly, R.F. & Schweihs, R.P. (1999)

⁹⁷ Nilsson, S-A. & Thinggaard, F. (2007)

Kostnadsansatsen

Värdering görs utifrån kostnader relaterade till den immateriella tillgången enligt principen om nyttomaximering av den immateriella tillgången i förhållande till möjligheter till substitut av densamma (utbud) samt prisjämvikt på en marknad där det råder perfekt konkurrens (efterfrågan). Värderingen är därmed inte nödvändigtvis lika med företagets redovisade kostnader för den immateriella tillgången. Kostnaderna är beräknade utifrån en ekonomisk betydelse vilket innebär att värderingen påverkas av marknadsrelaterade skiftningar i utbud och efterfrågan av likvärdiga immateriella tillgångar. Då substitut av immateriella tillgångar är relativt få är modellen likvärdigt begränsande. Olika metoder inom den kostnadsbaserade ansatsen tillämpar olika definitioner av kostnader såsom till exempel reproduktionskostnader och återanskaffningskostnader och innefattar vanligtvis följande kostnadskomponenter: ⁹⁸

- Materialkostnader
- Arbetskostnader
- Omkostnader
- Vinstmarginalkrav för material-, arbets- och omkostnader
- Avkastningskrav investerat kapital i utvecklingsprocessen (alternativkostnad)
- Förlorat ekonomiskt värde (på grund av återanskaffningar)

Värdering utifrån uppkomna utgifter, som kan hänföras en tillgång i form av attribut och tidsperiod, anses vara en lämplig metod när det gäller *planerade* internt upparbetade immateriella tillgångar. Uppgifter om historiska kostnader kan förutsättas vara tillförlitliga på samma sätt som vid allokering av kostnader för övriga tillgångar. Kostnadsansatsen anses dock inte vara tillämplig för *oplanerade* internt upparbetade immateriella tillgångar eftersom det inte finns någon tillförligt koppling mellan tillgångens attribut och specifika kostnader. ⁹⁹

Avkastningsansatsen

Baseras på att värdet av den aktuella tillgången mäts genom dess förmåga att generera framtida kassaflöden. Metoder för avkastningsansatsen är: ¹⁰⁰

- *direktkassaflödesmetoden*: diskontering av kassaflöden som är direkt hänförliga till tillgången (för enskilda separata immateriella tillgångar)
- *royaltykassaflödesmetoden*: diskontering av hypotetiska royaltyutbetalningar som företaget sparar genom att äga den aktuella tillgången (till exempel varumärken, teknologier och programvaror)
- *residualkassaflödesmetoden*: diskontering av tillgångens kassaflöden efter avdrag för kapitalkostnader (för alla typer av immateriella tillgångar)
- *marginalkassaflödesmetoden*: skillnaden mellan diskonterade kassaflöden för företaget med respektive utan den aktuella tillgången

⁹⁸ Reilly, R.F. & Schweih, R.P. (1999)

⁹⁹ IASB Intangible Assets Draft Technical Paper 3C (2007)

¹⁰⁰ Nilsson, S-A. & Thinggaard, F. (2007)

Det finns flertal olika mått på kassaflöden som är relevanta för ovanstående metoder; brutto- eller nettointäkt, bruttovinst, vinst före skatt med flera. Måtten kan vidare delas in i olika kategorier av kassaflöden: ¹⁰¹

- Metoder som kvantifierar *stegvis växande nivåer av inkomster* på grund av att företaget äger den immateriella tillgången kontra att annan äger den.
- Metoder som kvantifierar *stegvis sjunkande nivåer av kostnader* på grund av att företaget äger den immateriella tillgången kontra att annan äger den.
- Metoder som uppskattar *minskade utgifter för royaltyn* eller licensavgifter för en immateriell tillgång utifrån situationen att företaget själv äger tillgången.
- Metoder som kvantifierar *skillnader i företagets totala värde* mellan situationerna där företaget äger respektive inte äger den specifika immateriella tillgången.
- Metoder som beräknar värdet på en specifik immateriell tillgång som en *residual av det totala företagets värde* eller som en residual av ett beräknat värde på samtliga immateriella värden i företaget.

Någon generell rekommendation ges inte utan omständigheter avgör från fall till fall vilken värderingsmetod som är lämpligast för aktuell immateriell tillgång. För att kunna göra tillförlitliga beräkningar kan flera metoder användas tillsammans. Vid omvärdering ska prövning av nedskrivningsbehov normalt göras med samma värderingsmetod som användes vid den initiala värderingen. Kostnadsansatsen är däremot inte tillåten vid omvärderingar då detta inte är förenligt med god redovisningssed. ¹⁰²

Informationskällor

Finansiella rapporter och budgetunderlag är användbara i källor för samtliga värderingsansatser vid värdering av immateriella tillgångar såsom teknologier. Löneunderlag och projektrapporter är särskilt användbara vid den kostnadsbaserade ansatsen. Vidare underlag utgörs av köpt eller licenserad teknologi, egna teknologier i form av patent eller patenterbara sådana, interna processer samt yrkeskunnande vid tidpunkten för värderingen. Värderingsarbetet bör innefatta information om syftet med den immateriella tillgången, utvecklingsperiod, livslängd och ekonomiska fördelar eller kostnadsrationaliseringar som är förknippade med densamma. Faktorer som påverkar den immateriella tillgången såsom försäljningsstatistik eller licensinformation om andra jämförbara eller konkurrerande tillgångar bör även tas hänsyn till vid informationsinsamlingen. ¹⁰³

Intern information kan med fördel även kompletteras med intervjuer av nyckelpersoner i företagets ledning som kontrollerar den aktuella immateriella tillgången. Följande informationsfaktorer för teknologier utgör underlag som lämpligen erhålls genom en intervjuprocess: ¹⁰⁴

¹⁰¹ Reilly, R.F. & Schweih, R.P. (1999)

¹⁰² Nilsson, S-A. & Thinggaard, F. (2007)

¹⁰³ Reilly, R.F. & Schweih, R.P. (1999)

¹⁰⁴ Ibid



- Förväntningar om marknadspotential och kommersialisering
- Antal konkurrenter inom området och deras nivå på utvecklingsframsteg eller marknadsandel
- Marknadshinder för att utveckla teknologin
- Förvärv av företag som äger liknande immateriella tillgångar
- Förväntade regleringar eller andra faktorer som påverkar den immateriella tillgångens kommersiella livslängd

3.3 Relevant finansiell information

För att informationen ska vara användbar är det viktigt att den uppfyller vissa krav som utgörs av kvalitativa egenskaper. Enligt normgivaren IASB är *begriplighet*, *relevans*, *tillförlitlighet* och *jämförbarhet* de viktigaste¹⁰⁵, där relevans och tillförlitlighet ses som övergripande kvalitativa egenskaper.¹⁰⁶ Dessa två ställs ibland mot varandra, varför en avvägning mellan dem måste göras. Exempelvis vad gäller tidsaspekten; dröjer det innan informationen når användarna så tappar den i relevans medan den blir mer tillförlitlig ju äldre den blir och vice versa.¹⁰⁷ Även om en avvägning ofta måste göras dem emellan så utläses det ur föreställningsramen att relevansen är den primära kvalitativa egenskapen då fokus ligger på investerare.

*”Relevansen måste komma först, för om informationen är irrelevant, spelar det inte någon roll vilka andra egenskaper den har”.*¹⁰⁸

För att informationen ska vara relevant så måste den vara begriplig och aktuell, annars skulle den inte kunna användas för ekonomiska beslut. När informationen är relevant kan den vara det utifrån två aspekter, relevant för prognoser och relevant för efterhandskontroller. Prognosrelevant är informationen när det är möjligt att göra prognoser över ett företags framtida resultatutveckling medan återföringsrelevant är informationen när det går att jämföra med hur utfallet faktiskt blev.¹⁰⁹ Dock går det inte att undkomma att informationen samtidigt måste anses tillförlitlig, den får alltså inte vara vinklad eller innehålla väsentliga fel.¹¹⁰ Redovisningen ska alltså avbilda verkligheten på ett rätt sätt, vilket gör att underbegreppen validitet och verifierbarhet är kopplade här till. Validitet innebär att redovisningen avbildar de aspekter som den avser att avbilda medan verifierbarhet står för att redovisningen ska kunna bekräftas vara sanningsenlig.¹¹¹

Fokus har historiskt sett, inom den kontinentala redovisningen, legat på användare såsom stat och långivare. Redovisningen har därför tenderat till att vara något försiktig, då dessa framförallt varit intresserade av tillförlitliga rapporter och ett så kallat ”worst case scenario” i

¹⁰⁵ IFRS/IAS (2007), IASB Föreställningsram, s. 12-15

¹⁰⁶ Smith, D. (2006)

¹⁰⁷ IFRS/IAS (2007), IASB Föreställningsram, s. 12-15

¹⁰⁸ Solomons, D. (1989)

¹⁰⁹ Smith, D. (2006)

¹¹⁰ IFRS/IAS (2007), IASB Föreställningsram, s. 12-15

¹¹¹ Smith, D. (2006)

syfte att säkra tillgångars värde som underliggande säkerhet för givna krediter.^{112;113} Idag har dock målsättningen flyttats från försiktighet i den finansiella redovisningen till att informationen skall fylla den kvalitativa egenskapen relevans i större utsträckning. Utifrån detta nyare perspektiv granskar och omarbetar normgivaren de standarder som reglerar företagets finansiella redovisning. Hela den standard som behandlar immateriella tillgångar, även då hur den finansiella rapporteringen av dessa tillgångar ska göras, har sitt ursprung i en reglering från 1977. Då denna ansetts vara bristfällig har IASB tagit fram ett förslag på agenda till hur en omarbetning av denna standard skulle kunna se ut, vilken bland annat för en diskussion kring hur internt upparbetade immateriella tillgångar på bästa sätt ska kunna rapporteras.¹¹⁴

En annan anledning till att diskussion förs kring en mer relevant finansiell information, är mot bakgrund att ett allt svagare samband mellan traditionella redovisningsmått och tillgångars verkliga värden har kunnat konstateras. Skillnaden mellan företagets marknadsvärden och bokförda värden har ökat dramatiskt i omfattningen under senare tid vilket fått en ökad uppmärksamhet. Scenariot har bland annat har sin förklaring i övergången från industrisamhälle till kunskapssamhälle där en av orsakerna till ovanstående skillnader sägs ligga i det intellektuella kapitalet, vilket oftast exkluderas i den finansiella informationen. Det intellektuella kapitalet kan grovt delas in i humankapital (anställdas kompetens, företagets värderingar och kultur etc.), strukturkapital (patent, varumärken, processer etc.) och kundkapital (relationer och strategiska allianser etc.). De olika kategorierna är inte självständiga utan olika typer av intellektuellt kapital har samband sinsemellan. Till exempel förutsätter strukturkapital förekomst av humankapital; det måste finnas anställda som kan skapa processer i företaget. Däremot är tillgångar i form av strukturkapital lättare att skydda då dessa, till skillnad mot humankapital, ägs av företaget. Även tillverkande företag kan anses ha ett stort intellektuellt kapital. Skillnaden mellan tillverkande företag och ”kunskapsföretag” ligger mest i magnituden av det intellektuella kapitalets påverkan på värdeskapandet.¹¹⁵

Att i redovisningen undervärdera och i vissa fall exkludera det intellektuella kapitalet och övriga immateriella tillgångar torde vara olyckligt för redovisningens relevans. En analys som gjorts av PricewaterhouseCoopers, där de studerat hur stor del av det genomsnittliga försäljningspriset som utgjorde immateriella tillgångar av alla företagsförsäljningar som gjordes under 2003 på den amerikanska börsen, talar sitt tydliga språk. Det visade sig att hela 74 procent av det genomsnittliga försäljningspriset utgjordes av immateriella tillgångar. Av de 74 procenten utgjorde hälften goodwill och en fjärdedel övriga immateriella tillgångar. Enligt Hadjiloucas & Water visar dessa resultat på ett växande behov av föreskrifter, vilka ger vägledning i hur företagen ska redovisa och upplysa om immateriella tillgångar på ett rättvisande sätt.¹¹⁶ Även Triest & Vis berör vikten av att på ett rättvisande sätt värdera immateriella tillgångar och föreslår ett tillvägagångssätt i värderingen av ett patent, som en del det intellektuella kapitalet.¹¹⁷

¹¹² Smith, D. (2006)

¹¹³ Nobes, C. & Parker, R. (2006)

¹¹⁴ IASB Intangible Assets Draft Agenda Proposal 3B (2007)

¹¹⁵ Ekström, S. (2000)

¹¹⁶ Hadjiloucas, T. & Winter, R. (2005)

¹¹⁷ Van Triest, S. & Vies, W. (2006)



I den traditionella ekonomin har det sedan länge funnits erfarenhet i hur värdering och sedermera en redovisning av materiella tillgångar ska hanteras. Redovisningsprinciperna för immateriella tillgångar är däremot inkonsistenta där möjligheten till redovisning enligt verkligt värde för framför allt internt upparbetade immateriella tillgångar är kraftigt begränsad. Avsaknaden av en konsekvent redovisningsmodell, där internt upparbetade immateriella tillgångar endast tillåts redovisas försiktigt enligt anskaffningsvärde på grund av att kravet på om en aktiv marknad inte uppfylls, är föremål för diskussion beträffande huruvida denna modell uppfyller egenskapen om relevans.¹¹⁸ Att värdet av immateriella tillgångar dessutom växer i både storlek och omfattning i en kunskapsbaserad ekonomi, har gjort att allt fler nu intresserar sig för och ifrågasätter huruvida ett företags ekonomiska värden avspeglas i informationen i den befintliga finansiella rapporteringen.¹¹⁹

Utav ovanstående resonemang står det klart att den finansiella rapporteringen har en viktig funktion att fylla, ge användarna information som hjälper dem i att fatta beslut av ekonomisk karaktär. För att informationen ska vara användbar för detta syfte krävs primärt att den är relevant och för att den ska vara relevant för användarna krävs det att den speglar verkligheten. Ovan har det konstaterats att den finansiella informationen rörande immateriella tillgångar, där design ingår, inte alltid uppfyller kravet på relevans. Behov föreligger alltså att se över hur rapporteringen av immateriella tillgångar ska se ut.

¹¹⁸ IASB Intangible Assets Draft Agenda Proposal 3B (2007)

¹¹⁹ Smith, G.V. & Parr, R.L. (2003)

3.4 Vår undersökningsmodell

Nedanstående modell illustrerar samband mellan referensramens resonemang. Initial värdering och omvärdering av design kan i modellen utläsas genom begrepp för finansiell information utifrån dels nuvarande redovisningsprinciper dels tillämpade alternativa redovisningsprinciper och vice versa.

		Värdering av design	
		Initial (första redovisningstillfället)	Omvärdering (påföljande redovisningstillfällen)
Finansiell information	Nuvarande redovisningsprinciper (försiktighet)	<ul style="list-style-type: none"> Definition på internt upparbetad immateriell tillgång (IAS 38) Anskaffningsvärde (IAS 38) 	<ul style="list-style-type: none"> Definition på internt upparbetad immateriell tillgång (IAS 38) Anskaffningsvärde minus ack. avskrivningar (IAS 38)
	Tillämpade redovisningsprinciper (relevans)	<ul style="list-style-type: none"> Definition internt upparbetad immateriell tillgång (IAS 38) Verkligt värde enl. kostnads- och avkastningsansatsen (FASB, IFRS 3, Reilly & Schweihs) 	<ul style="list-style-type: none"> Definition på internt upparbetad immateriell tillgång (IAS 38) Verkligt värde enligt avkastningsansatsen (FASB, IFRS 3, Reilly & Schweihs)

Figur 3-1 Vår undersökningsmodell
(Källa: egen figur)

4 Design hos SKF Mekan

I detta kapitel redovisas empirin från fallstudien. Empirin presenteras och analyseras här enligt resonemangen från referensramen och vår undersökningsmodell. Inledningsvis analyseras hur design kan utgöra en immateriell tillgång hos SKF Mekan. Detta leder vidare in på uppsatsens resultat när det gäller värdering och omvärdering av design på SKF Mekan. Avslutningsvis analyseras SKF Mekans syn på relevant finansiell information utifrån begreppet design.

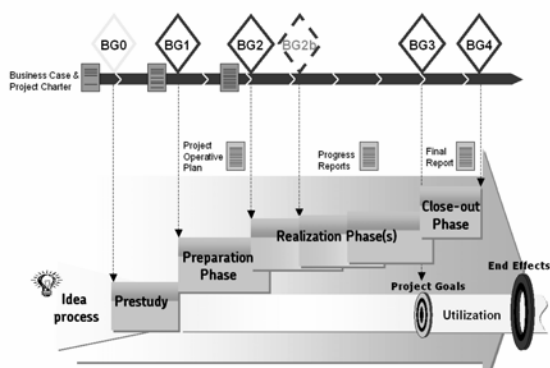
4.1 Design som immateriell tillgång

Identifikation

Birgitta Hammar, chef för Product Marketing vid SKF Mekan i Katrineholm (se *Bilaga B*), ger en klar syn på begreppet design men ger samtidigt uttryck för andra associationer:

*”Min definition då jag pratar om design är formgivning men jag misstänker att ni kanske pratar om konstruktion...?”*¹²⁰

Design, eller formgivning, hos SKF Mekan är enligt Birgitta Hammar en viktig del av företagets produktutveckling; på utvecklingsavdelningen har industridesign använts sedan 1995 då det anses viktigt hur produkter ser ut även om de ska byggas in i maskiner. Birgitta Hammar berättar om en strukturerad och dokumenterad produktutvecklingsprocess (NMO) som tillämpas inom SKF, med olika faser och beslutssteg, så kallade business gates. Första steget är själva idéfasen (förstudie) där tanken om en ny produkt, eller uppgradering av en befintlig produkt, lanseras. Efterföljande steg består av prepareringsfas, förverklingsfas(er) och avslutningsfas. Krav på dokumentation under produktutvecklingens olika faser innefattar bland annat budget och verkliga utfall för olika typer av kostnader per aktivitet samt även upprättande av försäljningsprognoser.¹²¹



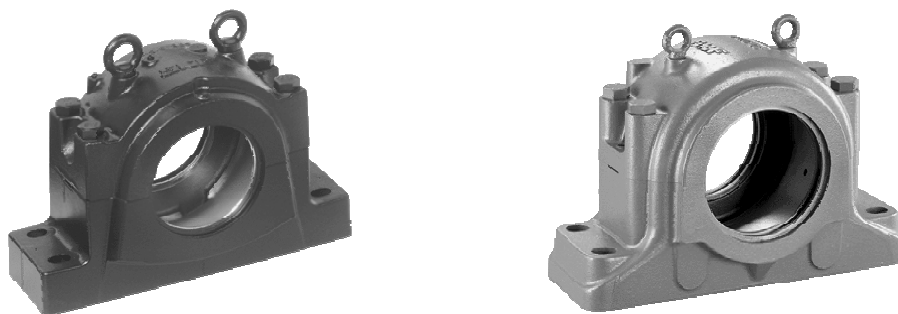
Figur 4-1 NMO Produktutvecklingsprocess
(Källa: Hammar, B. SKF)

¹²⁰ Hammar, B. SKF (20071206)

¹²¹ Ibid



Birgitta Hammar redogör för en av företagets gjutna produkter, SNL Large, ett stort så kallat lagerhus som varit mycket framgångsrikt rent försäljningsmässigt efter att det utvecklats och uppgraderats. Detta utifrån resultatet av ett produktutvecklingsprojekt där bland annat industridesign var en av de största aktiviteterna. Av SKF Mekans totala omsättning utgör försäljningen av lagerhus cirka 80 procent. Av deras lagerhus studeras här SNL, vilken delas in i Small och Large. Projektet att ta fram den nya SNL Large startades 1999, år 2001 lanserades den på marknaden. Då produkten funnits på marknaden i sju år finns det gott om försäljningsstatistik. SNL Large finns i storlekarna 150 mm till 500 mm.¹²²



Figur 4-2 SNL Large efter resp. före produktutveckling
(Källa: Hammar, B. SKF)

Under preparationsfasen sker mycket av förarbetet till industridesignen. Birgitta Hammar förklarar att marknadsavdelningen har ett stort ansvar för preparationsfasen och att de använder sig av ”Quality Function Deployment” (QFD), en koncerngemensam strukturerad metod för att behandla kundernas önskemål på de produkter SKF säljer. QFD innebär att de under lång tid gör omfattande kundbesök världen över och genomför intervjuer med både kundföretagens inköpare, användare och montörer i syfte att utröna vilka behov som föreligger från deras sida. SKF Mekan gör strategiska val när det handlar om vilka kunder de besöker och samlar in önskemål från. Intresset från kundernas sida är stort varför antal önskemål blir många och för att underlätta hanteringen ombeds kunderna att ranka sina önskemål efter hur betydelsefulla de anses vara. En preparationsfas kan vara under flera månader, och upp till ett år för större produktutvecklingsprojekt. När resultaten från preparationsfasen ska ställas samman för att inleda en förverklingsfas berättar Birgitta Hammar att de vid SKF Mekan arbetar tvärfunktionellt genom hela organisationen genom att involvera enheter som marknad, utveckling, gjuteri och verkstad.¹²³

*”Genom att alla är med från början skapas förståelse för designen.”*¹²⁴

Birgitta Hammar förklarar vidare att involverade enheter gemensamt går igenom kundönskemål för kundönskemål, prioriterar och rangordnar, för att försöka förstå hur de ska designa produkten för att uppfylla de olika kundönskemålen. Hon poängterar i sammanhanget att kundönskemålen inte bara faller inom begreppet design eller industridesign utan handlar även om rena konstruktionsåtgärder för att uppfylla rent funktionella önskemål såsom att till

¹²² Ibid

¹²³ Ibid

¹²⁴ Ibid

exempel förenkla montering och demontering. Önskemål som handlade om formgivning av SNL Large var utseendet; det skulle "se robust ut", vara "stilrent" och därmed lättare att hålla rent. Dessa förutsättningar för formgivningen gavs till ett externt industridesignföretag som redan efter en vecka lämnade sex olika förslag på design av SNL Large. Birgitta Hammar förklarar att resultatet blev en kompromiss av två av dessa förslag efter en diskussion mellan marknad å ena sidan och teknik å andra sidan. Industridesignen resulterade bland annat i att SNL Large färgades svart, med ett jämnare ytskikt och att dimensionen på existerande lyftöglor gjordes betydligt större, dels för att lagerhuset skulle rent funktionellt klara större vikter, dels för att lagerhuset genast fick ett annat, mer robust utseende.¹²⁵

*"Bara det enkla, att öka storleken på öglorna, gjorde att huset såg mer robust ut... och kunderna i USA började genast kalla huset för "Mickey Mouse"."*¹²⁶

Birgitta Hammar berättar att många formgivningsåtgärder återanvänds för andra produkter i den mån det är möjligt. Åtgärderna är enligt henne en del av företagets insamlade kunskap där formgivningen återspeglar strategisk kunskap om vad som efterfrågas på marknaden och hur industridesign kan lösa dessa krav.¹²⁷

Att design har flera betydelser och verkar inom flera kontexter har tidigare diskuterats i referensramen. Dessa resonemang kan i stor utsträckning förklara den syn Birgitta Hammar ger uttryck för när det gäller design hos SKF Mekan. Det finns en medvetenhet om begreppets komplexitet men samtidigt en klar uppfattning om vilken innebörd begreppet ges hos SKF Mekan och i företagets strukturella processer. Design är formgivning av företagets produkter men hon inser att det inte är en självklarhet och att det krävs uppmärksamhet för att alla ska tala samma språk.

Referensramen klassar industridesign som bland annat färg, form, innovation och problemlösning. Inom redovisningen klassas den som en immateriell tillgång i form av bland annat mönsterskydd. Såväl svenska SVID och engelska Design Council definierar design som aktiviteter i form av kreativa planer och nytänkande. Det framhålls samtidigt i sammanhanget att kreativiteten kan verka även under strukturerade beslutsprocesser för att nå fram till ett slutresultat i form av en ny produkt efter utforskande och genom rationella arbetsmetoder. Resonemangen stämmer väl överens med hur Birgitta Hammar beskriver processerna och aktiviteterna som präglar företagets industridesign vid produktutvecklingar enligt projektprocessen för NMO. Samtidigt kan koppling göras till den diskussion som Hertenstein & Platt för när det gäller vilken viktig roll industridesign spelar vid produktutvecklingen. Design hos SKF Mekan har sin grund i önskemål och krav, en medveten insamlad strategisk kunskap som omvandlas till en produktlösning, som enligt Ulrich & Pearson är en elementärt viktig definition på formgivning inom industrin. Steget är därmed inte långt till en hos SKF Mekan ingenjörrelaterad immateriell tillgång i form av industridesign. Vidare kan förarbetet till SKF Mekans industridesign klassas som en immateriell tillgång enligt IASB:s standard IAS 38, då dessa utgifter i samband med utvecklingsverksamheten syftar till att utveckla just kunskap, både tvärfunktionellt inom organisationen men även kunskap om kundernas behov.

¹²⁵ Ibid

¹²⁶ Ibid

¹²⁷ Ibid

Kontroll

Birgitta Hammar berättar att SNL Large är mönsterskyddad, vilket innebär att det som är visuellt när huset står som det ska användas, är skyddat. Ett *mönsterskydd* kan gälla i upp till 25 år, men söks för fem år åt gången. Men eftersom gjutmodellerna för lagerhusen endast har en livslängd på cirka 15 år finns det anledning att omarbete designen utefter gjutmodellens livslängd. Hänsyn måste dock tas till om mönsterskyddet går ut tidigare i något land, eftersom mönsterskyddens livslängd varierar från land till land. Vissa av lagerhusen har mönsterskydd som går ut redan 2011, vilket gör att SKF Mekan redan nu måste börja omarbete designen eftersom det tar ungefär tre till fyra år att ta fram en ny produkt. Birgitta Hammar menar vidare att konkurrenterna ständigt försöker kopiera deras produkter varför det är oerhört viktigt för dem att hela tiden söka skydd för nya designlösningar. Därav måste de hela tiden göra små förbättringar av produkten vilket även hjälper dem att differentiera sig.¹²⁸

Referensramens normer är i linje med hur SKF Mekan gör för att kontrollera sina tillgångar. Enligt regleringen av redovisningen anses kontroll ha uppkommit då företaget besitter förmågan att säkerställa att tillgångens framtida ekonomiska fördelar kommer företaget till gagn eller möjligheten att begränsa andras möjligheter till dessa. Detta sker som regel genom juridiska skydd. För att en design lösning ska kunna mönsterskyddas krävs det av regelverket att den ska anses vara ny och den måste ha en särprägel vilken gör att den som helhet ska skilja sig från tidigare design.

SKF Mekan måste söka skydd i varje land de säljer eller producerar sina produkter för att kunna kontrollera designen även där. Birgitta Hammar önskar att EU tog fram ett gemensamt skydd för hela regionen vilket har varit uppe för diskussion utan egentliga resultat. SKF som koncern har ett grundpaket som ger dem *kontroll i flera länder*; SKF Mekan går utanför detta grundpaket och söker skydd i fler länder. Detta då konkurrensen är väldigt tuff inom sortimentet lagerhus. Dels skyddar de produkterna i de länder där de säljs, dels även i de länder där konkurrenter agerar för att dessa inte ska kunna kopiera deras produkter på de marknader de inte själva bevakar.¹²⁹

Eftersom det inte finns något globalt skydd för mönster att söka så måste företag söka mönsterskydd i flera länder. Dock är ett mönster skyddat inom EU i upp till tre år från det att det offentliggjorts; detta skydd är däremot en svagare form då det är svårare att bevisa vem som äger rätt till vad i händelse av en tvist. Därav är det naturligt att ett företag som SKF Mekan söker mönsterskydd i respektive land de agerar i för att kunna ha fullständig kontroll på tillgången.

Birgitta Hammar berättar att i vissa länder finns det utöver mönsterskydd dessutom något som kan kallas *bruksskydd*, där exempelvis Tyskland och England har lagstadgad denna form av skydd. Genom att både skaffa mönsterskydd och bruksskydd innehas ett skydd som enligt Birgitta Hammar är effektivare än endast mönsterskydd. Detta innebär att det finns en möjlighet att få sådana delar som inte syns skyddade. I de länder denna möjlighet finns är det en självklarhet för SKF att använda sig av denna typ av skydd. På lagerhusen kan då även

¹²⁸ Ibid

¹²⁹ Ibid

foten skyddas, vilket är viktigt för SKF eftersom dess utformning utgör ett starkt försäljningsargument. Detta eftersom lagerläget är otroligt viktigt för lagerhusets livslängd.¹³⁰

Möjligheten till bruksskydd har varit ämne för diskussion även i Sverige men det finns idag inget som kan jämföras med detta. Däremot så är det flera andra länder som har denna form av skydd inskrivet i lagen. SKF Mekan använder sig av bruksskydd i de länder där detta är möjligt för att i sin tur få ett effektivare skydd för sina produkter vilket är ett bra komplement till mönsterskyddet. Härav skaffar sig SKF Mekan en än mer långtgående kontroll över sina produkter än vad som är möjligt i Sverige.

Birgitta Hammar berättar vidare att de valt att inte patentera någon tillverkningsmetod, då dessa istället är *sekretesskyddade* eftersom de leverantörer som varit med och tagit fram maskiner och metoder åt SKF Mekan inte får avslöja något genom ett avtal som ingåtts. Leverantören har alltså ett konfidentielltavtal och dessutom är flera av maskinerna inkapslade i ett hölje vilket betyder att detaljer inte syns. Detta är viktigt för SKF Mekan eftersom det bara är de som tillverkar enligt dessa metoder, varför de inte vill att konkurrenter ska få reda på hur det går till.¹³¹

Att det är viktigt för SKF att hemlighålla sina metoder och bearbetningsprocesser gentemot sina konkurrenter kan konstateras eftersom dessa utgör konkurrensfördelar. Då de inte använder patent till detta ställs en hel del krav på avtalen som upprättas för att hindra leverantörer och andra som har kännedom om dessa att avslöja detaljer, detta ligger dock utanför immaterialrätten.

Framtida ekonomiska fördelar

Birgitta Hammar berättar att sedan lanseringen av SNL Large har försäljningen i stort sett tredubblats, försäljningen gick från 3900 stycken lagerhus år 2000 till 11000 år 2007. Dock poängterar hon svårigheten i att beräkna designens exakta påverkan på försäljningen då hon menar att orsaken till denna ökning kan bero på många olika faktorer, varför de inte heller har räknat på vad det eventuellt har genererat. Exempelvis kan försäljningsökningen delvis bero på att SKF har ett större sortiment än sina konkurrenter. Trots detta så är Birgitta Hammar säker på att designen har genererat ett värde där intäktsökningen är direkt hänförlig till design och att denna många gånger om överstiger dess kostnad. De framtida ekonomiska fördelar som SKF Mekan ser kan delas in i fyra kategorier, *ökat kundvärde*, *ökad produktidentitet*, *stärker varumärket* samt *differentiering* gentemot konkurrenterna.¹³²

Birgitta Hammars övertygelse om att design genererar en ekonomisk lönsamhet ligger i linje med vad Hertenstein et al påvisade i sin studie av 147 börsnoterade amerikanska företag där de visar på ett positivt samband mellan designintensitet och ekonomisk lönsamhet. Samtidigt konstateras att själva kvantifieringen av lönsamheten är svår att utföra vilket även Hertenstein & Platt menar då de påvisar ett flertal olika faktorer i produktutvecklingsprocessen som genererar framtida ekonomiska fördelar. Gemser & Leenders menar i sammanhanget, för att

¹³⁰ Ibid

¹³¹ Ibid

¹³² Ibid



en designlösning skall generera ett positivt ekonomiskt resultat krävs att intäktsökningen överstiger kostnaden, vilket enligt Birgitta Hammar definitivt är fallet hos SKF Mekan designlösning beträffande SNL Large.

Den produktutvecklingsprocess, vilken redogörs för i avsnittet om identifikation, som SKF Mekan jobbat efter innefattar ett intensivt arbete att undersöka vilka eventuella krav och önskemål som kunderna har på produkten. Genom att på detta sätt vara lyhörda för vad kunderna har för önskemål och tillgodose dessa skapas ett *ökat kundvärde*, eftersom kunden då känner sig delaktig och faktiska förbättringar görs utifrån kunden. På detta sätt är alltså kunden med och skapar ett lagerhus med attribut och funktioner som denne känner behov av. Denna delaktighet gör att kunden med stor sannolikhet kommer att köpa just ett sådant lagerhus, då det inte anses troligt att kunden vänder sig till en annan leverantör som inte uppfyller dessa attribut och funktioner. Härigenom garanteras näst intill en ökad omsättning. Att användning av design kan skapa delaktighet vilket i sin tur kan kopplas till ekonomiska fördelar, styrks även av den forskning som Johansson utförde. Då kunden med största sannolikhet blir lojal gentemot den produkt som denne varit med att ta fram gör att SKF Mekan kan ta ut en lite högre marginal än sina konkurrenter, eftersom de har det som kunden efterfrågar. På detta sätt har SKF Mekan alltså skapat både en förhöjd omsättning samt en högre vinstmarginal.

*”En annan fördel som vi fick av att vi jobbade så kundstyrt var att marknadsföringen av produkten gjordes samtidigt. Vi behövde aldrig fundera på olika försäljningsargument då allt vi gjort med produkten utgick ifrån kunden vad kunden ville ha.”*¹³³

Att undersöka vad kunderna har för önskemål och därefter tillgodose dessa så långt det är möjligt med tanke på kostnad och tekniska förutsättningar genererar inte enbart intäkter i form av att kunna ta ut ett högre pris. Genom att intervjua kunden om vilka attribut som denne söker i ett lagerhus så får SKF Mekan samtidigt in försäljningsargument från kunden. Försäljningsargument som är skapade av kunden själv torde vara tämligen svåra för densamma att motstå. Härigenom försvinner en hel del arbete med att ta fram marknadsföring för produkten och på detta sätt minskar kostnaden, vilket till skillnad ifrån Ulrich & Pearson styrks av Hertenstein et al i deras resonemang att användandet av design inte bara ökar intäkter utan även kan resultera i kostnadsminskningar. Utöver detta så borde även kundbesöken, som gjorts för att intervjua kunderna om attribut som de önskar i ett lagerhus, fungera som en viss marknadsföring av produkten. Detta då förtroende kan byggas från företaget gentemot kunden samt att kännedomen om företaget och dess produkter torde öka vilket i sin tur borde resultera i en ökad omsättning och möjlighet till en bättre marginal.

Birgitta Hammar menar att SKF Mekan ser andra positiva effekter som kommer av att de jobbat med att ta reda på vad kunden önskar av produkten. Exempelvis ser de att detta skapat en *stark produktidentitet*, vilket gör att produkterna särskiljer sig från sina konkurrenters. Ett önskemål från kunderna var nämligen att lagerhuset skulle vara svart, en färg som ofta förknippas med robusthet. Detta förslag togs med i designen av det färdiga lagerhuset och har idag implementerats i alla deras numera svarta lagerhus.¹³⁴

¹³³ Ibid

¹³⁴ Ibid

En produkt har enligt Birgitta Hammar en bra identitet då kunderna kan avgöra att det är en SKF produkt utan att se företagsnamnet på den; kunden vet alltså dess tillhörighet bara genom att se på den. När vederbörande då kopplar produkten till SKF så associerar de den indirekt till de värden som företaget står för, exempelvis kvalitet. I detta fall kan det sägas att designen förmedlar den produktidentitet som SKF vill förknippas med. På detta sätt intar designen en central roll som budbärare vilket är i enlighet med hur von Stam ser design som en nyckelfaktor för konkurrens.

*”Att husen är svarta, var som sagt från början ett kundönskemål. Detta har sedermera blivit en del av vår identitet, idag är husen kända som ”de där svarta husen”.”*¹³⁵

Som tydligt beskrivs här har husen fått en stark produktidentitet, vilket gör att produkten inte behöver motiveras och förklaras för kunderna i samma utsträckning som liknande produkter med sämre identitet. Produkten är känd och kopplas till företaget SKF, vilket gör att kunderna kopplar ihop den med varumärket SKF.

*”Tyska säljare har berättat att de idag säljer fler lagerhus än tidigare på grund av att de är så robusta och användbara samt att konkurrenternas produkter inte har dessa egenskaper. Detta konstaterar SKF härrör både från designen av produkten och dess speciella egenskaper.”*¹³⁶

Precis som Birgitta Hammar konstaterar så kan en ökad produktidentitet generera en ökad försäljning genom att kunden uppfattar produkten på ett visst sätt. I detta fall förknippas produkten med robusthet vilket är en egenskap som konkurrenterna verkar sakna. Inte nog med att det genererar en ökad omsättning så torde det även vara möjligt att ökar vinstmarginalen då kunderna uppfattar produkten som överlägsen konkurrenternas. En bra produktidentitet, vilket beskrivits ovan som att produkten förmedlar sina kvalifikationer genom dess yttre, sänker kostnaderna för marknadsföring av produkten då den inte behöver motiveras och förklaras till kunderna i samma utsträckning som liknande produkter med sämre identitet. Att designen genererar ett värde och då störst effekt i branscher där konkurrenterna saknar motsvarande design lösningar är i linje med de resonemang som Gemser & Leenders för.

Birgitta Hammar berättar att SKF:s *varumärke* idag är väldigt starkt, vilket visas tydligt i de imageundersökningar företaget låtit göra. I dessa har de ämnat undersöka hur de upplevs i förhållande till sina konkurrenter där samtliga undersökningar visar på liknande resultat med SKF i topp. Enligt dem själva så står varumärket SKF för kvalitet och detta anses vara en av de främsta konkurrensfördelarna de har gentemot sina konkurrenter. SKF är medvetna om att deras varumärke ständigt måste underhållas för att inte tappa mark gentemot konkurrenterna. Ett led i detta är att designa sina produkter utifrån de kundönskemål de samlat in. Genom att skapa en produkt som inte bara är av god kvalitet utan även skapa en produkt som ser ut att vara av god kvalitet, förstärks varumärket ytterligare. Denna kvalitet förmedlas genom

¹³⁵ Ibid

¹³⁶ Ibid



produkten, vilket inte bara förstärker varumärket utan hjälper till att särskilja SKF från sina konkurrenter.¹³⁷

Att arbeta upp ett så starkt varumärke som SKF tar lång tid, desto snabbare går det att radera detsamma om inte produkterna klarar av att leva upp till vad som förväntas av kunderna. Härav är det enligt Birgitta Hammar självklart att ett företag som SKF även ständigt måste uppgradera och omarbete sina produkter. Det har företaget gjort genom att implementera kundönskemål i produkten och att de tagit fram ett yttre som mer överensstämmer med deras självbild som kvalitetsledande. En produkt som så tydligt förknippas med god kvalitet, genom bland annat en bra design, torde resultera i en merförsäljning, enligt Walsh & Roy. Förutsatt att SKF som varumärke och att deras produkter håller vad de lovar så kan de även ha en högre vinstmarginal på sina produkter än konkurrenterna då kundsegmentet främst söker kvalitet.

Något som Birgitta Hammar också nämner som viktigt för att kunna konkurrera effektivt är att *produktdifferentiera* sig. Hon menar att företaget inser att de aldrig kommer att vara det billigaste alternativet på marknaden utan snarare vara bland de dyrare just för att kunna fortsätta utveckla produkterna. Då de alltid kommer att vara dyrare anser de att det är viktigt att differentiera sig, helt enkelt tillföra mer till kunden än vad deras konkurrenter gör. SKF Mekan ser att designen av produkterna är ett sätt att tydligt differentiera sig gentemot konkurrenterna.¹³⁸

Genom att differentiera sig, exempelvis genom design, blir det lättare för kunden att se vad fördelarna med just SKF:s produkter är. Deras produkter uppfattas inte då som en i mängden. Genom att vara den som sticker ut blir valet för kunden enligt Birgitta Hammar enklare, vilket gör att de kan ligga lite högre på pristrappan. Att design kan resultera i en lönsammare produkt genom att det ges en möjlighet till att sätta ett högre pris, vilket då ger en högre vinstmarginal förutsatt att kostnaderna hålls konstanta styrks av Hertenstein et al. Att även måla alla lagerhusen svarta ser företaget som en differentiering vilket gjorde att kunderna tydligt ser att något har hänt och därav får ett intresse för produkten. Att designen genererar värde inte enbart genom innovationen, utan även via andra delar såsom ökat kundvärde, ökad produktidentitet, varumärkesbyggande och differentiering är i enlighet med de argument Walsh & Roy framför.

¹³⁷ Ibid

¹³⁸ Ibid

4.2 Värdering och omvärdering av design

Under intervjun fördes en diskussion rörande värdet av design och hur detta skulle kunna beräknas på ett korrekt sätt. Birgitta Hammar berättade i detta sammanhang att de på SKF Mekan aldrig försökt sig på att beräkna designlösningarnas ekonomiska påverkan.

”Att kunna få en uppfattning om vilket värde design bidrar med till verksamheten är mycket intressant, det skulle bland annat kunna användas för att motivera våra satsningar på industridesign.”¹³⁹

Birgitta Hammar berättar att SKF Mekan sen införandet av nya SNL Large kunnat påvisa en tredubblad årlig försäljning för år 2007. Det vill säga att försäljningen gått ifrån 3900 enheter år 1999 till 11000 enheter år 2007. Birgitta Hammar menar att en del av den totala försäljningsökningen kan hänföras till industridesignen av den nya produkten som skedde år 2000 och att andra faktorer exempelvis kan vara konjunktursvängningar, bättre konstruktion eller marknadsföring. Vidare förklarar Birgitta Hammar att något som direkt kan hänföras till produktutvecklingen, där design är en del, är den prisökning om 15 procent som produkten belastats med vid införandet år 2001. Av dessa 15 procent bedömer hon att två tredjedelar direkt kan relateras till industridesignen av produkten. Som tidigare nämnts har industridesignen och processen i att upprätta denna skapat ett mervärde; detta genom indirekt marknadsföring i och med kundbesöken, en starkare produktidentitet etcetera.¹⁴⁰

Initial värdering

Utifrån Birgitta Hammars resonemang om att design skapar ekonomiskt värde och förekomst av ekonomiska rapporter och prognoser som har gjorts i samband med produktutvecklingen, kan två möjliga metoder för initial värdering tillämpas vid värdering av designen av SNL Large i föreliggande fallstudie. I referensramen framförs tre olika värderingsmetoder, kostnadsansats, avkastningsansats och marknadsansats. Den senare kräver en aktiv marknad för aktuell immateriell tillgång vilket i detta fall saknas varför den ej tillämpas. Först belyses hur internt upparbetade immateriella tillgångar idag enligt nuvarande redovisningsprinciper tillåts redovisas och värderas initialt, vilket är värdering enligt anskaffningsvärde med en kostnadsansats. Detta görs för att kunna påvisa skillnaden mellan en värdering till verkligt värde mot dagens tillåtna värdering till anskaffningsvärde. Vidare presenteras värdering av internt upparbetade immateriella tillgångar till verkligt värde utifrån både en kostnads- och en avkastningsansats. Hänvisning görs för varje typ av värdering mot korresponderande ”ruta” från vår undersökningsmodell.

¹³⁹ Ibid

¹⁴⁰ Ibid

Värdering till anskaffningsvärde enligt nuvarande redovisningsprinciper (ruta 1)

De kostnader vilka är hänförliga till industridesignen av SNL Large är enligt Birgitta Hammar externa konsultkostnader för en industridesigner, resekostnader vid kundbesök och arbetade timmar. Externa konsultkostnader är i detta fall lösningsförslag på industridesignen som köpts in från formgivaren. Resekostnader utgörs av de resor till och från kunderna som gjordes för att inhämta önskemål från dessa. Den tid som personal från SKF Mekan lagt ner under produktutvecklingsfasen redovisas som kostnad för arbetade timmar. Siffror för de olika kostnadsposterna är framtagna från SKF Mekans interna redovisning av produktutvecklingsprojektet för SNL Large och består av faktiska utfall för externa kostnader och resekostnader samt standardpriser för arbetade timmar.¹⁴¹

Ruta 1. En värdering till *anskaffningsvärde* baserat på ovanstående resulterar i ett initialt anskaffningsvärde per 2000-12-31 om **807 500 kr** för design av SNL Large (se *Bilaga D* för beräkningar).

Beräkning av anskaffningsvärdet är i enlighet med referensramens nuvarande redovisningsprinciper där IAS 38 föreskriver värdet som summan av nedlagda kostnader för den immateriella tillgången. Produktutvecklingsprojektet pågick under år 2000 varför kostnader från denna period tagits hänsyn till vid värderingen. Värderingstidpunkten torde således göras med en transaktionsdag per 2000-12-31 för att återspegla när tillgången för första gången skulle kunna presenteras i finansiella rapporter. Denna värdering kan vidare kopplas till de poster som Reilly & Schweih's presenterar för kostnadsansatsen. Skillnaden är dock att vid kostnadsansatsen värderas en tillgång till verkligt värde genom att inkludera alternativkostnader, vilket alltså här har utelämnats. De externa konsultkostnaderna och interna arbetskostnaderna kan enligt oss ingå i det Reilly & Schweih's benämner som arbetskostnader. Resekostnaderna i samband med kundbesöken likställer vi med vad författarna presenterar som omkostnader för design av SNL Large. Vidare menar Reilly & Schweih's att kostnaderna vid värdering enligt en kostnadsansats inte nödvändigtvis måste vara lika med företagets redovisade kostnader, detta är dock fallet i vår fallstudie eftersom dessa siffror är lätta att tillgå från företagets perspektiv ur interna redovisningssystem.

Värdering till verkligt värde enligt tillämpade principer med kostnadsansatsen (ruta 3)

Enligt Leif Carlsson tillämpas en generell internränta om 6,21 procent när det gäller interna kalkyler för projekt inom SKF. Internräntan tillämpas bland annat för att ta beslut om att genomföra projekt eller ej. Ovanstående kostnader för värdering till anskaffningsvärde kan därmed belastas med ett avkastningskrav enligt denna internränta för produktutvecklingen av SNL Large.¹⁴² Internräntan tar som utgångspunkt SKF-koncernens marginella upplåningsränta justerad för riskpremie, vilken inkluderar marknadsrisk och risk beroende på den kassagenererande enhetens storlek. Ledningen baserar internräntan på den inneboende risk som finns i den aktuella affären och i liknande branscher.¹⁴³

¹⁴¹ Ibid

¹⁴² Carlsson, L. SKF (20071210)

¹⁴³ Årsredovisning SKF (2006)

Ruta 3. En värdering enligt *kostnadsmetod med alternativkostnad* resulterar i ett initialt verkligt värde per 2000-12-31 om **1 993 534 kr** för design av SNL Large (se *Bilaga D* för beräkningar).

I kostnadsansatsen framför Reilly & Schweih's en alternativkostnad som ytterligare kostnadspost. Denna alternativkostnad avspeglar den avkastning som skulle ha genererats av den alternativa investering som de förkastat framför den valda investeringen. Internräntesatsen ligger till grund för den totala avkastning SKF Mekan skulle ha fått på det investerade kapitalet under den kommande 15-årsperioden, här tillika med den period mönsterskyddet gäller. Härigenom kan vi argumentera för att alternativkostnaden därmed blir det avkastningskrav de rimligen måste ha för den valda investeringen, i detta fall produktutvecklingen och designen av SNL Large. Kostnadsansatsen i dess fulla form värderar därmed tillgången till ett verkligt värde med hänsyn taget till avkastningskravet på investerat kapital. Vidare följer värderingstidpunkten för denna värdering resonemanget för ett transaktionsdatum per 2000-12-31 enligt diskussionen kring anskaffningsvärde ovan. Verkligt värde beräknat med hjälp av kostnadsansatsen resulterar i ett värde på designen av SNL Large som är drygt det dubbla jämfört med anskaffningsvärdet.

Värdering till verkligt värde enligt tillämpade principer med avkastningsansatsen (ruta 3)

Designlösningen för SNL Large genererar ekonomiskt värde för företaget på ett flertal olika sätt enligt Birgitta Hammar. Att designlösningen bidragit till ekonomiska fördelar i form av ett högre varumärkesvärde, minskade kostnader på grund av indirekt marknadsföring och förbättrade kundrelationer samt ökad kunskap om kundernas behov är hon helt säker på. Samtidigt belyser Birgitta Hammar svårigheten i att kvantifiera designlösningens påverkan på det ekonomiska resultatet. En förändring som dock direkt kan hänföras till produktutvecklingsprojektet av SNL Large, där design utgör den ena delen av projektet och konstruktion den andra, är enligt Birgitta Hammar försäljningsprisökningen. Av en prisökning om 15 procent bedöms två tredjedelar vara direkt hänförlig till design. Detta eftersom SKF Mekan genom kundundersökningar tagit fasta på vad kunden är beredd att betala för och formgivit produkten enligt dessa kundönskemål. Försäljningen har, efter uppgifter ifrån Birgitta Hammar, ökat från 3900 enheter år 1999 och från 8900 enheter år 2006 till 11000 enheter år 2007. Vidare har SKF Mekan prognostiserat försäljningen till 20 000 produkter årligen mellan år 2012 till 2015. Prognoser för framtida kassaflöden från rörelsen baseras på uppskattningar av framtida intäkter och rörelsens kostnader, där tidigare års utfall används som underlag. Birgitta Hammar berättar vidare att vid prognostiseringen tas hänsyn till allmänna marknadsförhållanden, branschutveckling och annan tillgänglig information.¹⁴⁴

Ruta 3. En värdering enligt avkastningsansatsen med *direktkassaflödesmetoden* resulterar i ett initialt verkligt värde per 2000-12-31 om **33 634 772 kr** för design av SNL Large (se *Bilaga D* för beräkningar).

¹⁴⁴ Hammar, B. SKF (20071206)

Värdering enligt Reilly & Schweih's avkastningsansats baseras som tidigare nämnt på att värdet på den aktuella tillgången mäts genom dess förmåga att generera framtida kassaflöden. Direktkassaflödesmetoden är en av flera metoder inom avkastningsansatsen och valdes då den är tillämplig på fallstudien av SKF Mekan och SNL Large utifrån vilken typ av information och data kring den internt upparbetade tillgången som SKF Mekan har tillgänglig. Metoden innebär en diskontering av framtida kassaflöden som är direkt hänförliga till designen av SNL Large. Diskonteringsperioderna är i beräkningarna lika med de år för vilken designen är mönsterskyddad, det vill säga de år som prognostisering görs av kassaflöden. Diskonteringsräntan är satt till den generella internränta om 6,21 procent som tidigare diskuterats. För att initialt värdera design till verkligt värde enligt direktkassaflödesmetoden har vi utfört en beräkning gällande designens förväntade framtida positiva kassaflöden. Detta efter att ha beaktat SKF:s genomsnittliga årlig prisökning om fem procent. Designens värde per produkt och år multipliceras med årlig försäljning av antalet enheter vilket resulterar i en total årlig intäkt, från året efter färdig produkt till sista året enligt gällande mönsterskydd. Detta stämmer väl överens med Reilly & Schweih's metoder för informationskällor där hänsyn tas till marknadspotential och kommersialisering vid prognosarbetet.

Utifrån konstaterade och prognostiserade försäljningssiffror har antaganden gjorts för att få fram försäljningssiffror för de år mönsterskyddet gäller. Mellan lansering år 2000 och år 2006 bedöms försäljningen årligen öka med 1000 enheter, vilket ger en linjär ökning mellan dessa år. Från år 2006 till år 2011 har den årlig försäljningsökning bedömts till 2000 enheter, för att även här påvisa en linjär ökning mellan dessa år. I och med att SKF Mekan gjort sin sista prognos år 2012 har vi bedömt försäljningen vara konstant fram till mönsterskyddets slut år 2015. Det här har vi gjort för att inte övervärdera de framtida kassaflödena. De årliga positiva kassaflödena har därefter belastats med skatt om 28 procent för att till sist nuvärdesberäknas. Vår beräkning har tagit hänsyn till den metod inom avkastningsansatsen vilken kvantifierar stegvis växande nivåer av inkomster på grund av att företaget äger designen kontra att något annat företag skulle äga den. Det kan enligt resultatet ovan konstateras att en värdering enligt denna metod, med ett transaktionsdatum för värderingen per 2000-12-31, skulle generera ett avsevärt större initialt värde på designen av SNL Large än värdering till anskaffningsvärde eller till verkligt värde enligt kostnadsansatsen.

Omvärdering

Nuvarande redovisningsprinciper begränsar möjligheten till en omvärdering av internt upparbetade immateriella tillgångar utifrån resonemanget att det inte existerar någon aktiv marknad för denna typ av tillgång. Detta skulle i vårt fall av industridesignlösningen gällande SNL Large innebära att en omvärdering inte är tillåten. Inledningsvis analyseras således hur designlösningen av SNL Large enligt nuvarande redovisningsprinciper ska redovisas efter första redovisningstillfället. Därefter görs en omvärdering genom tillämpning av redovisningsprinciper utifrån IASB:s förslag till agenda för omarbetning av regelverket för internt upparbetade immateriella tillgångar, där en värdering till verkligt värde diskuteras. Omvärdering görs till verkligt värde endast enligt avkastningsansatsen på grund av marknadsansatsen kan anses ogiltig eftersom en arkiv marknad för fallstudiens tillgång saknas samt på grund av att omvärdering enligt kostnadsansatsen inte tillåts rent principiellt inom

redovisning. Hänvisning görs för varje typ av värdering mot korresponderande ”ruta” från vår undersökningsmodell.

Värdering till anskaffningsvärde minskat med ackumulerade avskrivningar (ruta 2)

Då industrideSIGNEN av produkten kan klassas som en tidsbestämd immateriell tillgång ska denna skrivas av i enlighet med IAS 38. Avskrivning sker under nyttjandeperioden som här kan ses som begränsad till 15 år, enligt den period som gäller för mönsterskyddet (kontrollen av den aktuella tillgången). Detta innebär att tillgångens värde år 2007 skulle bestå av initialt anskaffningsvärde (se tidigare beräkning för ingående värden för SNL Large) minus ackumulerade avskrivningar för perioden 2001 till 2007.

Ruta 2. En värdering till *anskaffningsvärde minskat med ackumulerade avskrivningar* resulterar i ett redovisat värde per 2007-12-31 om **430 667 kr** för design av SNL Large (se *Bilaga D* för beräkningar).

Vi kan härmed konstatera att det redovisade värdet för SNL Large blir i stort sett hälften av det ursprungliga anskaffningsvärdet. Enligt nuvarande redovisningsprinciper för en internt upparbetad immateriell tillgång, så minskar med redovisade värdet med tiden, oberoende av faktisk utveckling av densamma i relation till dess framtida ekonomiska fördelar.

Värdering till verkligt värde enligt tillämpade principer med avkastningsansatsen (ruta 4)

För att beskriva dagens verkliga värde per transaktionsdag 2007-12-31 har vi i enlighet med direktkassaflödesmetoden utfört en omvärdering av designen av SNL Large. Den data och det tillvägagångssätt som används vid denna omvärdering är identisk med den data och det tillvägagångssättet som användes vid initial värdering till verkligt värde enligt direktkassaflödesmetoden. Skillnaden består i att beräkningen utgår ifrån år 2007 med en återstående livslängd på mönsterskyddet om åtta år fram till år 2015, vilket därmed ger en diskonteringsperiod om åtta år vid nuvärdesberäkningen.

Ruta 4. En värdering enligt avkastningsansatsen med *direktkassaflödesmetoden* resulterar i ett omvärderat verkligt värde per 2007-12-31 om **36 093 261 kr** för design av SNL Large (se *Bilaga D* för beräkningar).

Vid jämförelse med den initiala värderingen till verkligt värde enligt samma metod kan en ökning om knappt tre miljoner i värde konstateras. Denna ökning hänför sig till en ökning i prognostiserad försäljning av SNL Large men även av en generell årlig prisökning (över allmän inflationsnivå) då diskonteringsräntan är en realränta där hänsyn till allmän inflation görs. Vid bibehållen försäljning skulle beräkningen dock ha resulterat i ett minskat värde och således en nedskrivning av tillgången på balansräkningen. Vid jämförelse med anskaffningsvärdet för SNL Large per 2007-12-31, så vittnar denna metod om att en omvärdering av designlösningen till verkligt värde skiljer sig väsentligt ifrån en värdering baserad på anskaffningsvärden.

4.3 Relevant finansiell information

Leif Carlsson, ekonomichef vid SKF Mekan i Katrineholm, förklarar att företaget direkt kostnadsför hänförliga utgifter för designsatsningar, vilka i sin tur därmed belastar resultaträkningen det år utgifterna uppkommer. Vidare förklarar han att detta är ett naturligt tillvägagångssätt och berättar vidare att det som aktiveras som tillgångar i balansräkningen är investeringar av materiell karaktär.¹⁴⁵

”För mig känns det naturligt, precis som man har kostnader för produktionsutveckling så tar man det löpande i verksamheten. Det är väl i sådana fall om man har kostnader för investeringar, i hårda grejer som verktyg och fixtur och modeller och vad det nu kan vara. De tar vi som en investering om de har en livslängd på minst tre år och en kostnad över 20 000 kronor.”¹⁴⁶

Leif Carlsson fortsätter att resonera kring principer gällande redovisning av kostnader för design.

”Det beror väl lite på kanske vad det är för produkter och tjänster som man utvecklar också. Programmeringsföretag som utvecklar större datasystem och lägger ner åtskilliga miljoner i utveckling, för att sedan sälja systemen, måste väl hantera det på ett annat sätt kanske.”¹⁴⁷

Här resonerar Leif Carlsson kring att kostnadens storlek på en designlösning kan vara grunden till att denna redovisas på olika sätt. Det kan samtidigt skönjas en viss tvekan hos respondenten gällande att aktivera internt upparbetade immateriella tillgångar, medan vederbörande ser en större självklarhet i att aktivera materiella tillgångar. Den fulla anledningen till detta ligger möjligtvis i att utvecklingskostnaderna kan vara låga så att det inte uppmärksammas på något större sätt och därför kostnadsförs. Troligare är kanske att materiella investeringar alltid har aktiverats (i detta fall till belopp som överstiger 20 000 kronor), medan internt upparbetade immateriella tillgångar idag kostnadsförs och att det inte läggs allt för mycket tid i att analysera logiken bakom principerna.

Så hur ser redovisningsprinciperna idag ut gällande redovisning av internt upparbetade tillgångar? Som tidigare framgått får utvecklingskostnader då de uppfyller kraven för en immateriell tillgång aktiveras till anskaffningsvärde, det vill säga det värde som det kostade att utveckla tillgången. Enligt föregående diskussion finns det samtidigt klara indikationer på att immateriella tillgångar genererar ett värde som är långt över vad det kostat och därmed är redovisade till. PriceWaterhouseCoopers belyser, genom sin undersökning, att ett företags försäljningspris till 74 procent består av immateriella tillgångar. Hadjiloucas & Winter argumenterar i denna undersökning för det ökade behovet för investerare, analytiker och standardsättare av föreskrifter beträffande hur företagen ska redovisa och upplysa om immateriella tillgångar på ett rättvisande sätt.

¹⁴⁵ Carlsson, L. SKF (20071210)

¹⁴⁶ Ibid

¹⁴⁷ Ibid



Leif Carlsson belyser dock en problematik med att redovisa till verkligt värde:

*”Det värdet (verkliga värdet) blir ju en beräkning på förväntade intäkter och det är alltid känsligt redovisningsmässigt vad man får rätt att ta upp. För risken är att man blåser upp sin balansräkning rätt ordentligt att det visat sig att man har tänkt fel eller att någon konkurrent kommer med en ännu bättre produkt så är det inte värt så mycket kanske.”*¹⁴⁸

Leif Carlsson poängterar vidare faran i att redovisa utifrån prognoser då dessa vid en misräkning eventuellt genererar en övervärdering av balansräkningen.¹⁴⁹

Det framgår tydligt att respondenten ser en fara i att övervärdera en balansräkning men möjligen inte det motsatta, det vill säga en undervärdering. Leif Carlsson argumenterar för att kostnadsföra utgifter relaterade till design vid produktutvecklingen för att undvika övervärderingar. Detta är i linje med vad referensramen diskuterar när det gäller ett ”worst case scenario”, det vill säga en undervärdering snarare än relevans. Samtidigt framför respondenten ett intresse för frågeställningen, det vill säga att redovisa till verkligt värde, och påtalar då vikten i att det i sådana fall måste finnas någon som skulle granska beräknade förväntade intäkter.

*”Man måste ju göra det trovärdigt att det ligger ett värde i den här produktdesignen eller produktutvecklingen och vad det är för slags värde samt göra en bedömning av det som en tillgång. Ja, det är intressanta frågeställningar men jag tror inte att det finns några enkla svar.”*¹⁵⁰

Resonemanget berör referensramens diskussion kring bokförda värden och marknadsvärden samt vilka värden som bäst speglar relevant ekonomisk information. Problematiken diskuteras av Ekström som menar att redovisningen idag inte avspeglar företagets tillgångar på ett relevant sätt. Produktutveckling hos SKF Mekan innebär att relaterade värden och tillgångar från produktutveckling kan kopplas till det resonemang som förs av Van Triest & Vis kring intellektuellt kapital i form av strukturkapital och immateriella tillgångar. Därmed skulle det kunna argumenteras för att redovisning av design som en immateriell tillgång aktiverad i balansräkningen skulle innebära en mer relevant redovisning enligt Solomon och Smith & Parr samt IASB:s föreställningsram. IASB:s granskning av nuvarande reglering av immateriella tillgångar, med tyngdpunkt på internt upparbetade immateriella tillgångar som idag inte får värderas till verkligt värde, är ett steg på vägen mot att svara på de frågeställningar Leif nämner i samband med design.

¹⁴⁸ Ibid

¹⁴⁹ Ibid

¹⁵⁰ Ibid

5 Slutsatser

I uppsatsens avslutande kapitel förs en diskussion om vilka resultat som föregående analytiska kapitel givit upphov till. Inledningsvis presenteras resultaten utifrån våra tre delsyften för att därefter diskuteras utifrån vår frågeställning. Därefter förs ett resonemang kring resultatens teoretiska och praktiska bidrag. Avslutningsvis ges ett antal förslag på vidare studier i vårt ämne.

5.1 Resultat

Hur kan design som en internt upparbetad immateriell tillgång identifieras och värderas utifrån kravet på relevant finansiell information?

Analysen har behandlat uppsatsens ovanstående frågeställning genom tre delsyften. Hur vi har uppfyllt dessa beskrivs genom vår fallstudie ur ett företags perspektiv och våra resultat härutav diskuteras således i tre motsvarande underkapitel nedan.

Design som immateriell tillgång

(1) ...att beskriva hur design kan fastställas som en immateriell tillgång.

Design kan identifieras som en immateriell tillgång genom att det först etableras en definition av begreppet där momentet särskiljs från övriga processer i ett företag. Designen ska sedan ställas mot hur normgivare av redovisningsstandarder definierar immateriella tillgångar för att säkerställa en överensstämmelse. Kontroll kan fastställas genom att skydda designen rättsligt i form av framförallt mönsterskydd vilket även innebär en förutsättning för att kunna fastställa förekomst av framtida ekonomiska fördelar. Kan inte designen kontrolleras finns inga möjligheter att säkra intäkter från densamma. Till exempel kan konkurrenter designa sina produkter på samma sätt vilket innebär att intäkterna tillfaller någon annan. Framtida ekonomiska fördelar kan fastställas genom att hitta ett ökat kundvärde som kunderna är motiverade att betala för på grund av designen och som inte kan fås genom att köpa andra produkter, det vill säga genom en stark produktidentitet och differentiering som stärker varumärket. Är det ökade kundvärdet dessutom ett resultat av kommunikation med kunderna angående deras önskemål kan dessa aktiviteter innebära en kostnadsbesparing av marknadsföring vilket i sin tur i förlängningen även detta innebär ekonomiska fördelar på grund av designprocessen.

Man kan utifrån analysen av vår fallstudie konstatera att design kan särskiljas och uppfyller de krav som ställs på en immateriell tillgång men analysen visar även på andra resurser som kan klassas som immateriella tillgångar. Till exempel kan kunskap om kundernas önskemål och interna processer vid utvecklingsverksamhet utgöra resurser som kan hänföras som immateriella tillgångar. Dessa kan vidare anses utgöra både en grund till och förutsättning för andra immateriella tillgångar såsom design.

Vi kan härmed dra slutsatsen att designlösningen i vår fallstudie uppfyller de krav normgivaren bestämt gällande klassificering av en immateriell tillgång. Samtidigt är vi medvetna om att det kan finnas fall där en designlösning i något avseende inte uppfyller kraven för att få klassas som en immateriell tillgång och därför kostnadsförs direkt. Utifrån vetenskap om att design kan klassas som en immateriell tillgång kan en värdering göras av densamma för att avgöra med vilket belopp den ska aktiveras i balansräkningen. Resultaten av detta diskuteras i nästa underkapitel

Värdering av design

(2) ...att beskriva huruvida vedertagna värderingsmetoder inom redovisning är tillämpliga vid värdering och omvärdering av design som en internt upparbetad immateriell tillgång.

Analysen har ställt nuvarande redovisningsprinciper för värdering av immateriella tillgångar mot vår tillämpning av principer för värdering, vilket visas i vår undersökningsmodell. Resultatet av fallstudien har visat på att det finns alternativa möjligheter för att lösa den inkonsekvens som råder när det gäller nuvarande redovisningsprinciper för värdering av immateriella tillgångar till verkligt värde vid företagsförvärv och separata förvärv kontra internt upparbetning. I analysen av vår fallstudie beskriver vi en värdering av design som en internt upparbetad immateriell tillgång till verkligt värde genom tillgängliga värderingsansatser såsom avkastningsansatsen med direktkassaflödesmetoden och kostnadsansatsen. Vi använder oss av tillämpade redovisningsprinciper (*undersökningsmodell ruta 3 och 4*) som alternativ till nuvarande redovisningsprinciper (*undersökningsmodell ruta 1 och 2*). Nuvarande redovisningsprinciper för värdering till verkligt värde kräver enligt tidigare diskussioner en aktiv marknad och är därmed ej tillämplig i praktiken. Vår fallstudie visar att en initial värdering såväl som en omvärdering av en internt upparbetad immateriell tillgång till verkligt värde kan skilja sig avsevärt från en värdering till nuvarande tillåtna anskaffningsvärde. Detta då verkligt värde genom direktkassaflödesmetoden baseras på positiva framtida kassaflöden medan en värdering till anskaffningsvärde endast grundar sig i de kostnader tillgången givit upphov till vid anskaffningen av densamma.

I linje med uppsatsens problemdiskussion, där nackdelar med annan typ av värdering framförs av IASB, så tydliggörs här en problematik med värdering till verkliga värden av internt upparbetade immateriella tillgångar. Detta då verkligt värde baseras på företagens bedömningar och prognoser i form av förväntade framtida kassaflöden, vilket i sin tur försämrar redovisningens kvalitativa egenskaper om tillförlitlighet. Problematiken i att göra bedömningar blir tydlig i vår fallstudie när risk ska fastställas genom diskonteringsräntor vid beräkningar. Den diskonteringsränta (internränta) som tillämpats i vår fallstudie enligt uppgift från SKF Mekan anses vi dock vara tämligen låg och även försiktig då ett avkastningskrav om 6,21 % får anses som relativt dåligt jämfört med en riskfri ränta om 4,29 % (5-årig statslåneränta per 2008-01-04). Utifrån antagandet att denna är en realränta där hänsyn tagits till inflationseffekt kan den dock anses vara mer rimlig. Variationer i det allmänna ränteläget utifrån bland annat konjunktursvängningar kan därtill få stor påverkan på företagens balansräkningar och tillgångarnas verkliga värden. Det är därför enligt oss viktigt att omvärderingar görs regelbundet för att ta hänsyn till nya risksituationer och göra nya bedömningar utifrån dessa för att det verkliga värdet ska bli just ett verkligt sådant. Vi ser

vidare en osäkerhet i att en initial värdering av en internt utvecklad immateriell tillgång till verkligt värde innebär att värdet enbart baseras på förväntade framtida kassaflöden, då det de facto inte finns några konstaterade intäkter att utgå ifrån i gjorda prognoser.

Resultatet från vår fallstudie har alltså visat att det kan fastställas flera olika framtida ekonomiska fördelar från design, men att det är svårt att beräkna samtliga dessa samt att olika värderingsansatser ger stora skillnader i resultat. Värderingen enligt avkastningsansatsen är i vår fallstudie gjord på de kassaflöden vår respondent bedömde som direkt hänförliga till den internt utvecklade immateriella tillgången. Vidare har nyttjandeperioden, det vill säga i vårt fall den period under vilken tillgången genererar intäkter, beräknats utifrån ett mönsterskydd (kontroll) om 15 år trots att vissa länder tillåter mönsterskydd under en period om 25 år. Detta innebär att värderingen i sig blir mer tillförlitlig då den utgör ett minimum av de intäkter samt tidsperioder vilka är kopplade till designlösningen av SNL Large; det finns alltså en inneboende försiktighet i vår värdering. I kombination med de fördelar som värdering till verkligt värde innebär, enligt IASB:s argumentation i inledande problemdiskussion, så anser vi att en omarbetning av nuvarande redovisningsprinciper med större fokus på värdering till verkligt värde skulle innebära att här presenterade fördelar skulle överväga motsvarande nackdelar, särskilt mot bakgrund av de konstaterade skillnaderna i resultat beroende på vald värderingsansats.

Relevant finansiell information

(3) Beskriva hur design som en internt utvecklad immateriell tillgång kan utgöra finansiell information utifrån egenskapen relevans.

Först gäller det att uppfylla krav som normgivare och regelverk ställer upp för att en resurs, i vår fallstudie design som ett resultat av företagets produktutveckling, överhuvudtaget ska kunna klassas som en immateriell tillgång. Detta är en förutsättning för att designen ska kunna aktiveras på företagets balansräkning. Genom att värdera designen till verkligt värde och aktivera den på balansräkningen kan den finansiella informationen göras mer relevant då bokförda värden kommer närmare det värde som den förväntas ge avkastning till.

Vi har även utifrån resultatet av analysen i vår fallstudie identifierat ett antal indikationer på faktorer som bör belysas i det fortsatta arbetet hos företag för att de ska kunna anamma argumentationen kring värdering till verkligt värden för att uppnå relevans i den finansiella informationen (det ska dock noteras att vi inte kan dra några generella slutsatser kring dessa baserade på en fallstudie av endast ett företag, dock ger det en indikation):

- Det kan finnas en osäkerhet hos företag för att göra bedömningar när det gäller immateriella tillgångar. Detta kan enligt oss utgöra hinder och motstånd för aktivering av tillgångar på balansräkningen vilket leder till en mer försiktig redovisning där utgifter kostnadsförs ”för säkerhets skull”. Det verkar dock finnas medvetenhet om denna problematik hos företagen.



- Det kan finnas tendens hos företag att fokus ligger på att undvika övervärdering i redovisningen snarare än att undvika undervärdering. Att därmed ställa sig frågan om en försiktig redovisning är rotad i den ekonomiska kulturen hos svenska företag och vad det beror på anses därmed befogad. Enligt oss innebär undervärdering såväl som övervärdering att den finansiella informationen blir mindre relevant och därmed i samma grad oanvändbar för en investerare.
- Det kan antas att det finns en vilja hos företag att framstå som trovärdiga. Att samtidigt koppla begreppen relevans och trovärdighet, kan enligt oss utgöra dels en begränsning när det gäller bedömningar dels en möjlighet för att uppnå relevans i den finansiella informationen. Detta beroende på vilka förutsättningar och vilka underlag som kan ligga till grund för bedömningarna i varje enskilt fall.

Vi är medvetna om att redovisningen ofta innebär en avvägning mellan relevans och tillförlitlighet. Att värdera till verkligt värde skulle innebära en högre relevans men också en risk för minskad tillförlitlighet, vilket leder till att standardsättare i sin reglering av redovisningen måste väga dessa egenskaper mot varandra. Ur en investerares intresse, vilken kräver relevant information, är det först och främst av vikt att immateriella tillgångar, såsom i vårt fall design, aktiveras och att detta görs utifrån en relevant värdering där verkligt värde enligt tidigare diskussion visat sig förse användaren av mer korrekta siffror baserade på en aktuell situation. Detta till skillnad från värdering till anskaffningsvärde som ger en mer historisk information av vad något har kostat utan att visa vad kostnaden som sådan egentligen bidrar till i form av ett värde på företagets balansräkning.

Diskussion

- ***Olika påverkan balans- respektive resultaträkning***

Analysens resultat av olika värderingar av design som en internt upparbetad immateriell tillgång får inverkan på redovisningen när det gäller såväl balansräkningen som resultaträkningen. Att direkt kostnadsföra utgifter för design innebär att ingen aktivering sker över balansräkningen och att kostnaderna belastar resultaträkningen under det år som produktutvecklingen (designen) sker. Detta medför att företagets resultat blir ojämnt över åren med ett lågt resultat första året för att därefter stiga efterföljande år då inga kostnader finns för design. I vår fallstudie är dock kostnaderna för design tämligen låga i förhållande till den intäkt som designen genererar varför denna påverkan blir liten. Vid värdering till anskaffningsvärde och där kostnaderna periodiseras i form av avskrivningar under nyttjandeperioden för SNL Larges design skulle resultatet bli jämnt över tiden då kostnaderna belastar resultaträkningen i lika stora delar årligen. En värdering till verkligt värde enligt avkastningsansatsen är dock enligt oss den metod som skulle innebära störst relevans i den finansiella informationen i form av balans- respektive resultaträkning. Detta då förändringar i designens värde på balansräkningen regelbundet redovisas över resultaträkningen. Detta påverkar följaktligen företagets resultat enligt en aktuell värdering, med hänsyn tagen till bedömningar av försäljning och till riskerna förknippade med tillgången.

- ***Anskaffningsvärde inte relevant***

Utifrån en investerares perspektiv, som är intresserad av relevant finansiell information, ter sig en värdering av internt upparbetade immateriella tillgångar till verkligt värde mer användbart som underlag vid ekonomiska beslut då detta speglar den aktuella tillgångens förväntade avkastning. Vi menar därför att företag principiellt bör sträva efter att värdera internt upparbetade immateriella tillgångar till verkligt värde dels på grund av att flera tillgängliga värderingsmetoder för verkligt värde, enligt vår fallstudie, visat sig tillämpliga och dels på grund av de stora skillnader i värderingsresultat som vår fallstudie indikerat. Det kan således argumenteras för att en värdering till anskaffningsvärde och en omvärdering till anskaffningsvärde minskat med ackumulerade avskrivningar inte återger ett företags värde på internt upparbetade immateriella tillgångar på ett relevant och korrekt sätt; åtminstone inte ur ett företags perspektiv i en strävan att tillgodose investerare med finansiell information utifrån dessa egenskaper.

- ***Tilläggsupplysningar som kompromiss för att öka tillförlitligheten***

Vi är medvetna om att en värdering till verkligt värde kräver antaganden och bedömningar när det gäller de framtida kassaflöden tillgången kommer att generera vilket alltid innebär en minskad tillförlitlighet. Därmed krävs en avvägning mellan relevans och tillförlitlighet vid utarbetande av redovisningsprinciper. Vi menar därför, om nuvarande värderingsprinciper även i framtiden kvarstår, att internt upparbetade immateriella tillgångar som ett minimum i den finansiella informationen presenteras i form av tilläggsupplysningar. Detta ger förutsättningar för att de behov användaren av den finansiella informationen har, i någon mån ska kunna tillgodoses. Ovanstående resonemang ser vi dock endast som en sekundär lösning, en omvärdering till verkligt värde är enligt oss fortfarande det bästa alternativet i strävan efter en relevant finansiell information.

- ***Är aktörer inom redovisning och marknaden redo för verkliga värden?***

Det kan dock i sammanhanget argumenteras för att en redovisning mot verkliga värden, i syfte att närma sig marknadsvärden för ett företags tillgångar, inledningsvis skulle kunna innebära snedvridna priser på en aktiv marknad vid en försäljning av dessa tillgångar. Är marknadens aktörer inte mottagliga eller införstådda med denna typ av värdering då det fortfarande kan finnas föreställningar kring att redovisade tillgångar oftast är försiktigt värderade skulle detta kunna innebära att ett marknadspris för tillgången inledningsvis överstiger det bokförda verkliga värdet och således sker en övervärdering. Detta scenario torde dock enligt oss regleras allt eftersom aktörerna blir vana vid att företagets redovisning redan är upprättad till verkliga värden. Vidare kan diskuteras om det föreligger hög grad av osäkerhet inför att göra bedömningar i företag och hur pass starkt försiktighet inom redovisning är rotad hos företag. Detta har direkt påverkan på om, hur och när en värdering till verkliga värden av företags internt upparbetade immateriella tillgångar kan göras och därmed innebära högre relevans i den finansiella informationen.



Mot bakgrund av ovanstående menar vi att företag även i framtiden borde göra en **initial värdering till anskaffningsvärde** av en internt upparbetad immateriell tillgång. Detta enligt nuvarande redovisningsprinciper, vilket således inte är i linje med den grundläggande princip om verkliga värden som diskuteras av normgivare i samband med förestående förslag på vidareutveckling av redovisning av internt upparbetade immateriella tillgångar. En initial värdering till verkligt värde skulle enligt oss visserligen kunna öka den finansiella informationens relevans men samtidigt påverkar detta tillförlitligheten negativt i större grad än acceptabelt. En **omvärdering till verkligt värde** är dock enligt oss inte lika riskabelt och osäkert som en initial värdering enligt samma princip då det finns konstaterade kassaflöden från försäljningar av produkter vilket kan ligga till grund för de förväntade framtida kassaflödena. Omvärdering av en internt upparbetad immateriell tillgång till verkligt värde, med ett noggrant beaktande av föreliggande aktuella riskfaktorer, skulle därför enligt oss resultera i en mer relevant redovisning utan att för den delen i någon större utsträckning reducera dess tillförlitlighet. Därför menar vi att en intern upparbetad immateriell tillgång efter första redovisningstillfället ska värderas till verkligt värde, vilket i vår fallstudie av design av SNL Large på SKF Mekan visat sig möjligt enligt direktkassaflödesmetoden.

5.2 Resultatens teoretiska och praktiska bidrag

Litteraturen inom *kunskapsområdet* vittnar om ett ökat intresse kring att studera sambandet design och ekonomisk lönsamhet, hur design på olika sätt påverkar företags ekonomiska resultat. Den här uppsatsen stannar inte där, utan bidrar med ett inlägg till en integration av ämnesområdena design och redovisning; hur design som en internt upparbetad immateriell tillgång kan rapporteras i redovisningen på ett konkret och enligt oss relevant sätt, något som i litteraturen fortfarande lyser med sin frånvaro.

Uppsatsens tillvägagångssätt innebär visserligen ingen ny metodik i sig men ger ett tillämpat exempel på effekterna av den pågående diskussionen kring en vidareutveckling av *redovisningsområdet*. Genom att beskriva hur identifikation, säkerställande av kontroll och att finna framtida ekonomiska fördelar från tillgången, konstateras incitament för en aktivering av design på balansräkningen efter vederbörlig värdering eller omvärdering. Därmed kan vår syn på en framtida redovisning, som delvis är i linje med de förslag som normgivare diskuterar, erbjuda ett steg på vägen för en finansiell information till verkliga värden. Vi försöker sålunda i den här uppsatsen bidra med en beskrivning hur internt upparbetade immateriella tillgångar i form av design kan värderas och omvärderas i syfte att öka relevansen i den finansiella informationen

Våra resultat kan enligt oss vidare bidra till en ökad medvetenhet om hur olika värderingsmetoder beträffande internt upparbetade immateriella tillgångar, kan påverka *företagens finansiella rapportering*. Denna påverkan kan innebära att företagens balansräkningar på ett mer relevant och precist sätt presenterar dess aktuella tillgångar där till exempel restposten goodwill vid företagsförvärv skulle kunna bli mindre då andra immateriella tillgångar, som i detta fall design, redan är aktiverade. Redovisningen blir därmed enligt oss mer konkret och specifik. Vidare innebär denna påverkan en periodisering av kostnader för design vilket innebär att dessa kan skjutas upp för att bättre matcha de

framtida intäkter de förväntas ge upphov till, vilket i sin tur påverkar företagets resultat innevarande och efterföljande år.

Sammantaget kan uppsatsens resultat bidra till diskussionen kring hur företagens finansiella information och rapportering ska kunna ta hänsyn till dagens ökade betydelse av immateriella tillgångar vilket diskuterades inledningsvis i problemdiskussionen. Detta torde i sin tur bidra till att investerare ges bättre beslutsunderlag och även till att gapet mellan företagets bokförda värden och marknadsvärden kan minska i viss mån.

5.3 Förslag till vidare studier

Vi har i den här uppsatsen integrerat ämnesområdena design och redovisning. Genom vår fallstudie beskriver vi hur design identifieras, kontrolleras och skapar värde för att värderas och presenteras i den finansiella informationen. Något som vi under uppsatsen gång noterat är de skilda åsikter som finns beträffande design som värdeskapare; hur vissa argumenterar för design som den avgörande faktorn till ett företags framgång medan andra menar på att design i sig självt inte skapar något värde. Med bakgrund mot detta vore det intressant med en studie som beskriver och eventuellt förklarar olika företagsavdelningars syn på design som värdeskapande och hur en argumentation för en designsatsning går till internt vid ett företag.

Uppsatsens resultat har även visat på att olika immateriella tillgångar påverkar och underbygger varandra i ett företag. Till exempel har fallstudien visat att kundkapital underbygger design som immateriell tillgång, det vill säga kunskap om kundernas önskemål är underlag för formgivning av produkterna. Det kan därför vara intressant med en studie som undersöker om en värdering av en specifik immateriell tillgång kan anses vara giltig som en enskild post utan att hänsyn har tagits till värderingen av andra påverkande immateriella tillgångar.

Under förutsättning att nämnda utvecklingsprojekt hos IASB beträffande värdering av internt upparbetade immateriella tillgångar till verkligt värde fortgår och realiserar enligt föreliggande agenda med förslag, ser vi en utmaning i att, efter en tid, utvärdera vad denna förändring inneburit eller skulle kunna innebära för den finansiella rapporteringen.

Avslutningsvis anser vi att det skulle vara intressant att få veta hur fler företag och särskilt ekonomifunktionen hos dessa ser på värdering av internt upparbetade immateriella tillgångar till verkligt värde och vidare hur dessa ser på de möjligheter och problem i samband med denna värdering som vår uppsats här har belyst.



6 Referenser

Litteratur:

- Bernitz, U. et al. (2004). *Immaterialrätt och otillbörlig konkurrens: upphovsrätt, patent, mönster, varumärken, namn, firma, otillbörlig konkurrens*. Jure, Stockholm.
- Eksell, O. (1999). *Design = Ekonomi*. Arena, cop. Kiruna
- Eriksson, L.T. & Wiedersheim-Paul, F. (2006). *Att utreda, forska och rapportera*. Liber, Malmö.
- Hart, T. & Fazzani, L. (2004). *Intellectual property law*. Palgrave, Basingstoke.
- Ilstedt Hjelm, S. et al. (2007). *Under ytan: En antologi om designforskning*. Raster förlag, Stockholm.
- Johansson, U. (2006). *Design som utvecklingskraft: En utvärdering av regeringens designsatsning 2003-2005*. Växjö University Press, Växjö.
- Lev, B. (2001). *Intangibles: Management, Measurement, and Reporting*, *The Brookings Institution Press*, Washington, D.C.
- Nobes, C. & Parker, R. (2006). *Comparative international accounting*. Financial Times, New York.
- Reilly, R.F. & Schweihs, R.P. (1999). *Valuing intangible assets*. McGraw-Hill, New York.
- Smith, D. (2006). *Redovisningens språk*. Studentlitteratur, Lund.
- Smith, G.V. & Parr, R.L. (2003). *Valuation of intellectual property and intangible assets*. Wiley cop, New York.
- Wallin, B-G. (2006). *Immaterialrätt för innovatörer och entreprenörer*. Norstedts juridik, Stockholm.
- Walsh, V. & Roy, R. (1992). *Winning by design Technology, product design and international competitiveness*. Blackwell Business Publishing, Oxford.

Artiklar:

- Design Council. (2005). A new definition for design. *Design Week*. 20(25) s. 10-11.
- Ekström, S. (2000). Värdering av företag i den nya ekonomin. *Balans*. 4 s. 12-20.
- Hadjiloucas, T. & Winter, R. (2005). Reporting the value of acquired intangible assets. *PricewaterhouseCoopers LLP*, s. 1-8.
- Hertenstein, J.H. & Platt, Marjorie, B.P. (2000). Performance Measures and Management Control in New Product Development. *American Accounting Association*. 14(3) s. 303-323.
- Gemser, G. och Leenders, M.A.A.M. (2001). How integrating industrial design in the product development process impacts om company performance. *The Journal of Product Management*. 18 s. 28-38.
- Hertenstein, J.H., Platt, M.P. & Veryzer, R.W. (2005). The Impact of Industrial Design Effectivness on Corporate Financial Performance. *Product development & Management association*. 22 s. 3-21.
- Kotler, P. & Roth, G.A. (1984). Design: a powerful but neglected strategic tool. *The Journal of Business Strategy*. s. 16-21.
- Michl, J. (2004). Bakom ordet design. *Bulletin Norsk Form Oslo*, 41(1) s. 4-5.
- Nilsson, S-A. & Thinggaard, F. (2007). Ökad konformitet i balansräkningarna. *Balans*. 3 s. 45-47.
- Quilligan, L. (2006). Intangible Assets identification and valuation under IFRS 3. *Accountancy Ireland*. 38(3) s. 10.
- Solomons, D. (1989). Guidelines for Financial Reporting Standards, *The Institute of Chartered Accountants in England and Wales (ICAEW)*, s. 30.
- v. Stam, B. (2007). The essential of innovation. *Design Council*.
- v. Triest, S. & Vis, W. (2007). Valuing patents on cost-reducing technology: A case study. *International journal of production economics*. 105 s. 282-292.
- Ulrich, K.T. & Pearson, S. (1998). Assessing the importance of through design product archaeology. *Management Science*. 44(3) s. 352-369.
- Walsh, V., Roy, R & Bruce, M. (1988). Competitive by design. *Journal of Marketing Management*. 4(2) s. 201-216.
- Wayne, S. (2001). Business and Financial Reporting, Challenges from the New Economy. *Financial Accounting Series Special Report*, Financial Accounting Standards Board, s. 9.

Internationella redovisningsstandarder:

FASB Exposure draft – Proposed Statement of Financial Accounting Standards – Fair Value Measurements. (2004). <http://www.fasb.org>

FASB Statement No. 157 (2007). <http://www.fasb.org>

IASB Draft Technical Paper 3C (2007). <http://www.iasb.org>

IASB Intangible Assets Draft Agenda Proposal 3B (2007). <http://www.iasb.org>

IASB-FASB, Memorandum of Understanding (27/2 2006). <http://www.iasb.org>

Internationella redovisningsstandarder – IFRS/IAS (2007). *FAR Förlag, Stockholm.*

Remissvar från Finansdepartementet Ds (2002:61). <http://www.fi.se>

Internetkällor:

<http://www.designcouncil.org.uk> (20071127)

<http://www.iasb.org> (20071210)

<http://www.fasb.org> (20071210)

<http://www.fi.se> (20071205)

<http://www.prv.se> (20071202)

<http://www.radetforfinansiellrapportering.se> (20071210)

<http://www.skf.com> (20071210)

<http://www.svid.se> (20071125)

Muntliga källor:

Carlsson, Leif. Chef Ekonomi/IS, SKF Mekan AB, Katerineholm (20071210)

Hammar, Birgitta. Chef Product Marketing, SKF Mekan AB, Katrineholm (20071206)

(Transkribering av intervjuer kan erhållas efter begäran hos författarna)

Övriga källor:

SKF Årsredovisning 2006

Bilaga A - IASB

IASC (International Accounting Standards Committee) grundades 1973 efter en överenskommelse mellan redovisningsorgan i Australien, Kanada, Frankrike, Tyskland, Japan, Mexiko, Holland, Storbritannien, Irland och USA. Det var dock först 1981 som IASC fick i uppgift att självständigt ta fram internationella redovisningsstandarder och publicera diskussionsdokument rörande internationella redovisningsfrågor.¹⁵¹ I mars 2001 bildades IASC Foundation som en icke vinstdrivande organisation, vilken också då fick fungera som moderorganisation till IASB (International Accounting Standards Board). IASB tog därmed över rollen från IASC som internationell standardsättare och normbildare inom redovisningen.¹⁵²

IASB består av 14 ledamöter vilka utses på upp till fem år. IASB har det fulla ansvaret för alla tekniska redovisningsfrågor som drivs inom organisationen och full beslutsrätt vad gäller vilka områden som skall tas upp på agendan. Arbetet ställer stora krav på dialog med nationella normgivare, praktiker, akademiker och andra. Utformningen av nya standarder sker genom en process som normalt består av förberedande publicerat diskussionsunderlag, remissutkast, fortsatta diskussioner och överväganden (ofta publika), i vissa fall publika utfrågningar och studiebesök samt slutligen fastställande av den nya/uppdaterade standarden. Till sin hjälp har IASB ett kansli som förbereder ärenden men IASB tar också hjälp av utomstående organisationer för förberedande arbete.¹⁵³ Nedan följer en schematisk bild över IASB, dess moderorganisation och dess underorganisation.



Källa: IASB

¹⁵¹ <http://www.iasb.org> (20071210)

¹⁵² Ibid

¹⁵³ <http://www.radetforfinansiellrapportering.se> (20071210)



Bilaga B - SKF Mekan AB

1907 uppfinner ingenjören Sven Winquist världens första självinställande kullager, grunden till Svenska Kullager Fabriken (SKF) är därmed lagd. Första året hade företaget endast 15 anställda och bara 2200 lager producerades. Idag har SKF produktion i mer än 80 länder, de har egna försäljningsbolag i 70 länder och 10 000 distributörer runt om i världen. Antalet anställda uppgår nu till 40 000 och företaget är representerade i 150 länder.¹⁵⁴ SKF koncernen delas in i tre divisioner; Industrial, Automotive och Service. I divisionen Industrial ingår bland annat SKF Mekan. SKF är idag ledande leverantör av produkter, kundanpassade lösningar och tjänster inom området lager och tätningar. Koncernen tillhandahåller även tekniskt stöd, underhållservice, tillståndsövervakning och utbildning.¹⁵⁵

Grunden till vad som idag är *SKF Mekan* lades redan 1888 av Gustaf Robert Grönqvist genom sitt hovslageri som sedermera blev en smedja. Efter att ett samarbete med en grossistfirma i Katrineholm ökade omsättningen för Grönqvists smedja, då produktionen ökade blev smedjan mer lik en industri och namnet Grönqvists Mekaniska Verkstad (GMV) antogs. Produktsortimentet växte för GMV och slutligen ledde de tillverkningen av kullager. 1915 köpte SKF upp GMV efter en patenntvist om kullager, samtidigt flyttades kullagertillverkningen till Göteborg medan lagerhustillverkningen förlades till Katrineholm.¹⁵⁶

SKF Mekan är idag ett helägt dotterbolag i SKF gruppen och ansvarar för en av SKF:s produktlinjer. Att ha ansvar för en produktlinje innebär att företaget innehar utveckling, tillverkning och marknadsföringsansvar över hela världen.¹⁵⁷ Tillverkningen av lagerhus och lagertillbehör sker fortfarande i den egna fabriken i Katrineholm och hos ett fåtal noga utvalda underleverantörer. SKF Mekan producerar idag cirka 6000 olika produkter, produktionen är uppdelad på tre områden vilket motsvarar fabriken; gjuteri, lagerhus och tillbehör och komponenter. De största användningsområdena för deras produkter är pappersmaskiner, kringutrustning för papperstillverkning, fläktar och utrustning för materialhantering. Bland annat så är de ledande tillverkare i världen av tillbehör till lager, såsom lagerhus, hylsor och muttrar.¹⁵⁸

Lagerhusen utgör idag klart den största delen av företagets omsättning, 80 procent, och försäljningen fortsätter att öka. Lagerhusen tillverkas i axeldimensioner från 20 millimeter till 1800 millimeter för att passa så många användningsområden som möjligt. Lagerhusens funktion är att ge en robust inbyggnad för självinställande lager.¹⁵⁹ Vidare har företaget en

¹⁵⁴ <http://www.skf.com> (20071210)

¹⁵⁵ Ibid

¹⁵⁶ Ibid

¹⁵⁷ Hammar, B. SKF (20071206)

¹⁵⁸ <http://www.skf.com> (20071210)

¹⁵⁹ Hammar, B. SKF (20071206)



väluttalad kvalitetspolicy där det övergripande mottot är; *"att ständigt bli bättre på att tillgodose behoven hos såväl interna som externa kunder"*.¹⁶⁰

SKF Mekans idoga kvalitetsarbete har resulterat i flera kvalitetserkännande såsom QS 9000 EFQM, vilket är ett europeiskt kvalitetspris. Denna utmärkelse är de ensamma om inom SKF. Vidare är företaget även certifierade enligt ISO 10 16949 vilket är ett krav från kunder inom bilindustrin.¹⁶¹ SKF Mekans produkter säljs över hela världen via företagets egna försäljningsbolag eller via någon av deras 10 000 distributörer.¹⁶² Idag är de 550 anställda vid SKF Mekan och omsatte under 2007 över 1 miljard SEK.¹⁶³

¹⁶⁰ <http://www.skf.com> (20071210)

¹⁶¹ Hammar, B. SKF (20071206)

¹⁶² <http://www.skf.com> (20071210)

¹⁶³ Hammar, B. SKF (20071206)



Bilaga C - Intervjuguide

Bjud in respondenterna att resonera kring vald produkt SNL Large utifrån vart och ett av tre nedanstående huvudområden:

1. Design som begrepp (Birgitta Hammar)

Checklista för områden som bör framkomma från intervjun som ett minimum:

- Beskrivning av produkten och dess design
- Design i produktutveckling
- Skydd av design
- Värdeskapande i relation till produktens design

2. Värdet av design (Birgitta Hammar)

Checklista för områden som bör framkomma från intervjun som ett minimum:

- Konstaterade ekonomiska fördelar från produktens design
- Konstaterade ekonomiska nackdelar från produktens design
- Förväntade ekonomiska fördelar från produktens design
- Förväntade ekonomiska nackdelar från produktens design
- Externa faktorer (konkurrenter, omvärld, bransch, kunder etc.)
- Riskfaktorer (avkastningskrav, internränta etc.)

3. Relevant finansiell information (Leif Carlsson)

Checklista för områden som bör framkomma från intervjun som ett minimum:

- Redovisning av internt upparbetad immateriell tillgång
- Redovisning av design
- Redovisning enligt verkligt värde av internt upparbetad immateriell tillgång
- Krav på redovisningen
- Relevans kontra tillförlitlighet



Bilaga D - Värderingar

Anskaffningsvärde initialt per 2000-12-31 (ruta 1)

SKF Mekan Produktutvecklingsprojekt år 2000
Design av SNL Large

kr	2000
Arbetskostnader	
Industridesigner (extern konsulttjänst)	162 500
Interna arbetstimmar (700 tim x 350 kr/tim) ¹	245 000
Onkostnader	
Resekostnader vid kundbesök ¹	400 000
Anskaffningsvärde initialt design SNL Large per 2000-12-31 (Summa kostnader)	807 500

¹ Innehåller interna möten och kundmöten. Nedjustering gjord med 50% av kundmötestimmar som behandlade rena marknadsföringsaktiviteter.

Anskaffningsvärde (minus ack. avskr.) per 2007-12-31 (ruta 2)

SKF Mekan Produktutvecklingsprojekt år 2000
Design av SNL Large

kr	2000
Arbetskostnader	
Industridesigner (extern konsulttjänst)	162 500
Interna arbetstimmar (700 tim x 350 kr/tim) ¹	245 000
Ornkostnader	
Resekostnader vid kundbesök ¹	400 000

Anskaffningsvärde initiativ design SNL Large per 2000-12-31
(Summa kostnader)

Nyttjandeperiod² (period för mönsterskydd), år

15

kr	Återstående nyttjandeperiod (år)							
	2001-12-31	2002-12-31	2003-12-31	2004-12-31	2005-12-31	2006-12-31	2007-12-31	
Anskaffningsvärde	807 500	807 500	807 500	807 500	807 500	807 500	807 500	
Årets avskrivning (linjär under nyttjandeperioden) (Anskaffningsvärde / nyttjandeperiod)	53833	53833	53833	53833	53833	53833	53833	
Akkumulerade avskrivningar	53833	107667	161500	215333	269167	323000	376933	
Redovisat värde design SNL Large	753 667	699 833	646 000	592 167	538 333	484 500	430 667	

¹ Innehåller interna möten och kundmöten. Nedjustering gjord med 50% av kundmötesstimmar som behandlade rena marknadsföringsaktiviteter.

² Enligt IAS 38 pkt 88 kan nyttjandeperioden här ses som begränsad till 15 år enligt den period som gäller för mönsterskyddet (kontrollen av den aktuella tillgången).

Kostnadsmetod verkligt värde initialt per 2000-12-31 (ruta 3)

SKF Mekan Produktutvecklingsprojekt år 2000
Design av SNL Large

Livslängd mönsterskydd, antal år (ränteperioder)	15
Internränta ¹ (realränta)	6,21%
Kr	
2000	
Arbetskostnader	
Industridesigner (extern konsulttjänst)	162 500
Interna arbetstimmar ² (700 tim x 350 kr/tim)	245 000
Omkostnader	
Resekostnader vid kundbesök ²	400 000
Summa kostnader	807 500
Alternativkostnader	
Avkastningskrav investerat kapital (Verkligt värde - summa kostnader)	1 186 034
Verkligt värde initialt design SNL Large per 2000-12-31	1 993 534
<i>(Summa kostnader x (1+internränta)ⁿ ränteperioder)</i>	

¹ Internräntan tar som utgångspunkt SKF-koncernens marginella uppläsningsränta justerad för en riskpremie, vilken inkluderar marknadsrisk och risk beroende på den testade kassagenererande enhetens storlek. Ledningen baserar internräntan på den inneboende risk som finns i den aktuella affären och i liknande branscher.

² Innehåller interna möten och kundmöten. Nedjustering gjord med 50% av kundmötetimmarna som behandlade rena marknadsföringsaktiviteter.





Direktkassaflödesmetod initialt verkligt värde per 2000-12-31 (ruta 3)

SKF Mekan Produktutvecklingsprojekt år 2000
Design av SNL Large

Livslängd mönsterskydd, antal år (ränteperioder) 15
Diskonteringsränta¹ (realränta) 6,21%
Årlig genomsnittlig prisökning 5%

	1999
Försäljningspris före design	5 769 kr
Period framtida värde prisökning (år)	0
	2000
Prisökningandel p.g.a design (år 2000) <i>(Försäljningspris i kr x prisökningandel p.g.a design i procent)</i>	10% 577 kr
EBITDA-marginal % och marginal i kr p.g.a design <i>(Prisökning p.g.a design i kr x marginal i procent)</i>	44% 264 kr

kr	Period framtida värde prisökning (år)		Diskonteringsperiod nuvärde (år)							
	1 0	2 1	3 2	4 3	5 4	6 5	7 6	8 7	9 8	
	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	
Prognosticerad försäljning ² , antal enheter	4000	5000	6000	7000	8000	9000	11000	13000		
Kassaflöde per enhet från design ³ (årlig prisökning) <i>(Marginal design i kr x årlig genomsnittlig prisökning i procent * ränteperiod)</i>	267	280	294	309	324	340	357	375		
Totalt årligt kassaflöde från design	1 066 111	1 399 271	1 763 081	2 159 775	2 591 730	3 061 481	3 928 900	4 875 408		
Totalt årligt kassaflöde från design e. skatt 28%	767 600	1 007 475	1 269 419	1 555 038	1 866 045	2 204 266	2 828 808	3 510 294		
Nuvärde totalt årligt kassaflöde fr. design e. skatt <i>(Totalt årligt kassaflöde / Diskonteringsränta * diskonteringsperiod)</i>	767 600	948 569	1 125 315	1 297 910	1 466 427	1 630 936	1 970 657	2 302 425		
		9 8	10 9	11 10	12 11	13 12	14 13	15 14		
		2008	2010	2011	2012	2013	2014	2016		
		15000	17000	19000	20000	20000	20000	20000		
		394	413	434	456	479	503	528		
		5 906 744	7 029 026	8 248 768	9 117 060	9 572 913	10 051 558	10 554 136		
		4 252 856	5 060 898	5 939 113	6 564 283	6 892 497	7 237 122	7 598 978		
		2 626 379	2 942 652	3 251 378	3 383 513	3 344 966	3 306 858	3 269 185		

Verkligt värde design SNL Large per 2000-12-31

33 894 772

¹ Diskonteringsräntan tar som utgångspunkt SKF-koncernens marginella upplåningsränta justerad för en riskpremie, vilken inkluderar marknadsrisk och risk beroende på den testade kassagenererande enhetens storlek. Ledningen baserar diskonteringsräntan på den inneboende risk som finns i den aktuella affären och i liknande branscher.

² Prognoser för framtida kassaflöden från rörelsen baseras på uppskattningar av framtida intäkter och rörelsens kostnader, där tidigare års utfall används som underlag. Allmänna marknadsförhållanden, branschutveckling och annan tillgänglig information används också.

³ Motsvarar vinstmarginal i kr per kassagenererande enhet.

Direktkassafiödesmetod verkligt värde per 2007-12-31 (ruta 4)

SKF Mekana Produktutvecklingsprojekt år 2000
Design av SNL Larje

Livslängd mönsterskydd, antal år (ränteperioder) 15
Diskonteringsränta (realränta) 6,21%
Årlig genomsnittlig prisökning 5%

1999

Försäljningspris före design 5 769 kr

Period framtida värde prisökning (år) 0
2000

Prisökningssandel p.g.a design (år 2000) 10% 577 kr
(Försäljningspris / kr x prisökningssandel p.g.a design / procent)

EBITDA-marginal % och marginal i kr p.g.a design 44% 254 kr
(Prisökning p.g.a design / kr x marginal / procent)

kr	Period framtida värde prisökning (år)		Diskonteringsperiod nuvärde (år)		2007		2008		2009		2010		2011		2012		2013		2014		2015	
	7	8	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	
	7	8	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	

Prognosticerad försäljning², antal enheter 4000 13000 15000 17000 18000 20000 20000 20000 20000 20000

Kassaflöde per enhet från design³ (årlig prisökning) 357 375 394 413 434 458 479 503 528
(Marginal design / kr x årlig genomsnittlig prisökning / procent * ränteperiod)

Totalt årligt kassaflöde från design 1 428 691 4 875 408 5 908 744 7 028 026 8 248 768 9 117 060 9 572 913 10 051 668 10 564 138

Totalt årligt kassaflöde från design e. skatt 28% 1 028 657 3 510 294 4 262 856 5 060 898 5 938 113 6 564 283 6 892 497 7 237 122 7 598 878

Nuvärde totalt årligt kassaflöde fr. design e. skatt 1 028 657 3 305 060 3 770 074 4 224 073 4 687 238 4 866 912 4 901 580 4 748 878 4 692 799
(Totalt årligt kassaflöde / Diskonteringsränta * diskonteringsperiod)

Verkligt värde design SNL Larje per 2007-12-31 36 093 261

¹ Diskonteringsräntan är som utgångspunkt SKF-koncernens marginella uppsättningsränta justerad för en riskpremie, vilken inkluderar marknadsrisk och risk beroende på den testade kassagenererande enhetens stovlek. Leasningen baserar diskonteringsräntan på den inneboende risk som finns i den aktuella affären och i liknande branscher.

² Prognoser för framtida kassaflöden från försäljen baseras på uppskattningar av framtida mätvärden och rörelseris kostnader, där tidigare års uträk används som underlag. Allmänna marknadsförhållanden, branschutveckling och annan tillgänglig information används också.

³ Måttstavar vinstmarginal / kr per kassagenererande enhet.

