

**Tolk- och översättarinstitutet**  
**Stockholms universitet**

## **ÖVERSÄTTNING AV EN ÅRSBERÄTTELSE**

av

Gunilla Backlund Blesing

Denna uppsats syftar till att analysera det ekonomiska fackspråket i en årsberättelse. Den behandlar dels de syntaktiska och stilistiska egenskaper som karakteriserar det ekonomiska språket, det vill säga meningsuppbyggnad, termfrekvens, abstraktionsnivå, och dels de konkreta problem och svårigheter som kan uppkomma i samband med översättningsarbetet, det vill säga specifika facktermer, engelskans påverkan på språket i översättningen samt engelskans ing-former och kommatering. Analysen visar att språket i en årsberättelse är komplicerat med ett högt LIX-värde, långa meningar och en hög termfrekvens samt en hög abstraktionsnivå. Den visar dessutom att det är nödvändigt för en översättare att inneha vissa specialkunskaper vid översättning av facktexter inom specifika områden. Av översättaren av ekonomiska texter krävs både encyklopediska kunskaper och realiakunskaper i ämnet.

Magisteruppsats (20p) i engelska med inriktning på översättning

Stockholms universitet

Vårterminen 2005

Handledare: Brita Fjelkestam och Kerstin Wallin

# Innehållsförteckning

## Förord

1. Inledning
  - 1.1 Presentation av företaget
  - 1.2 Textens författare och innehåll
    - 1.2.1 Författarindividen
    - 1.2.2 Årsberättelsens semantiska och formella innehåll
    - 1.2.3 Årsberättelsens olika delar
  - 1.3 Språket i årsberättelsen
  - 1.4 Syftet med uppsatsen
2. Källtexten och översättningen
3. Analys av språket i en årsberättelse
  - 3.1 Det ekonomiska språkets kulturella kontext
    - 3.1.1 Målspråkets allmänna egenskaper
    - 3.1.2 Källtextens allmänna egenskaper
  - 3.2 Textens textuella nivå
  - 3.3 Textens informativa karaktär
  - 3.4 Textens syntaktiska nivå
    - 3.4.1 Textens LIX-värde
    - 3.4.2 Textens meningsstruktur
  - 3.5 Textens termfrekvens
  - 3.6 Textens abstraktionsnivå
  - 3.7 Sammanfattning
  - 3.8 Problem och svårigheter vid översättningen
    - 3.8.1 Engelskans påverkan på målspråket
    - 3.8.2 Svensk och engelsk kommatering
    - 3.8.3 Översättning av engelskans ing-form
  - 3.9 Sammanfattande kommentar
    - 3.9.1 Översättning är ett hantverk
    - 3.9.2 Översättare och/eller expert
4. Slutord

Bilaga 1 Citat ur källtexten

Bibliografi

## **Förord**

Jag har som slutarbete valt att översätta en årsberättelse från engelska till svenska. I mitt val av företag har jag utgått både från rent personliga intressen och från pedagogiska ställningstaganden. Jag ville arbeta med ett ämne och ett material som jag innehållsmässigt fann intressant och då låg det nära till hands för mig att välja ett bokförlag, men dessutom var det givetvis viktigt att årsberättelsen avsåg ett större företag så att både käll- och måltext skulle utgöra ett representativt studiematerial.

# 1. INLEDNING

En årsberättelse är i sig ett givande ämne att studera eftersom ämnet och språket är intressant både för lekmän och för fackmän. Till läsekretsen hör både den stora allmänheten och professionella yrkesmän och -kvinnor, även om läsarna har olika utgångsläge och intresse för innehållet i årsberättelsen. Skillnaderna mellan käll- och måltext ligger mer på det kulturella planet än på det lingvistiska. I respektive språk och land finns ett vedertaget fackspråk, det ekonomiska fackspråket, för denna typ av text men utformningen och graden av formalitet kan skilja väsentligt. I översättningsarbetet kommer jag därför att försöka vara källtexten så trogen som möjligt men samtidigt försöka åskådliggöra eventuella skillnader i layout och språkdräkt.

## 1. 1 Presentation av företaget

Amazon.com är ett relativt ungt, amerikanskt webbföretag. Företaget grundades 1995 och verksamheten går ut på att sälja varor på nätet till kunder över hela världen. Så här beskriver Jeffrey P. Bezos, företagets grundare och verkställande direktör, Amazon.com i sitt brev till aktieägarna:

Till våra aktieägare:

Amazon.com är på många sätt ingen vanlig butik. Vi har ett brett urval av produkter, oinskränkt av butiksyta. Lagret omsätts 19 gånger på ett år. Vi skräddarsyr butiken för var och en av våra kunder. Vi ersätter fastigheter med teknik (som blir billigare och bättre för varje år). Vi publicerar våra kunders kritiska kommentarer om våra produkter. Man kan göra ett köp på några sekunder och med ett enda tangentnedslag. Vi presenterar begagnade produkter vid sidan av nya och låter kunden själv välja. Vi delar vår viktigaste fastighet – våra sidor med

produktbeskrivningar– med tredje part, och kan de erbjuda ett bättre pris låter vi dem göra det.

En av våra mest spännande egenheter förstås av få. Folk ser att vi föresatt oss att erbjuda både den bästa kundupplevelsen i världen *och* samtidigt de lägsta priserna, men för vissa är denna tudelade målsättning paradoxal, för att inte säga rent av donquijotisk.

Traditionella varuhus ställs inför beprövade kompromisser att endera erbjuda högkvalitativa kundupplevelser eller lägsta möjliga priser. Hur kan Amazon.com erbjuda båda?

Detta är företagets affärsidé, det är vad företaget erbjuder och vad företaget har för egenskaper och styrkor. Målsättningen, enligt företagets årsberättelse, är ”att tillhandahålla världens största produktutbud och att vara världens mest kundorienterade företag”. I Sverige är Amazon.com kanske mest känt för sin bok- och medieförsäljning men produktsortimentet innefattar mycket mer än så, till exempel elektronik, datautrustning, mjukvara, data- och videospel, hushållsartiklar, barnartiklar, mobiltelefoner och kameror samt resetjänster. Affärsidén är att kunden ska kunna hitta allt hon eller han överhuvudtaget kan tänkas vilja köpa på Amazon.com:s webbsidor.

Företaget erbjuder både nya och begagnade produkter och produkterna säljs dels av Amazon.com själva och dels av andra återförsäljare samt av privatpersoner. Amazon.com har sex globala webbsidor i USA, Storbritannien, Tyskland, Frankrike, Japan och Kanada. Företaget, som är ett Fortune 500<sup>1</sup>-företag, redovisade år 2002 en nettoförsäljning på 3 932 936 miljoner dollar.

---

<sup>1</sup> Fortune 500 är en lista över USA:s mest inkomstbringande företag och ges ut av tidningen Fortune.

## 1. 2 Textens författare och innehåll

### *1.2.1 Författarindividen*

Det finns en mycket begränsad individualstil i fackspråk. Av en facktext krävs istället objektivitet, emotionell neutralitet, opersonlighet, entydighet, och en klart definierad terminologi (Hoffmann 1984: 31). Inget av dessa drag motiverar individualstil. De bidrar tvärtom till att tränga undan författarindividen. Ämnet och genren påverkar dock författaren i hans textproduktion i och med att fackspråken följer förutbestämda normer och stildrag.

Vissa språk som till exempel det juridiska och det militära är så formaliserade, ”frusna”, att de nästan inte tolererar några avvikelser alls från de vanliga uttryckssätten. Andra fackområden som till exempel datateknik och kommunikationsteori har däremot ännu inte hunnit stelna i traditioner och därför kan man här se ett bredare och lösare uttrycksmönster än hos mer traditionsbundna områden.

Ekonomins språk placerar sig någonstans mittemellan det juridiska och det datatekniska språket. Samtidigt som språket är vetenskapligt och mycket specifikt har det även en stark närvaro hos den stora allmänheten och i vardagsspråket, vilket innebär att exakta formuleringar ofta sammanblandas med mer allmänna uttryck. Det allmänna bruket av det ekonomiska språket har stor betydelse och gör språket levande och föränderligt. För alla fackområden gäller dock att författaren i sin textproduktion åtminstone på något sätt påverkas av ämnesområdet och dess stilistiska krav.

#### *1.2.1.1 Amazon.com:s författare*

Amazon.com:s författare nämns inte med namn, vilket inte heller är brukligt i dylika sammanhang. Textens olika delar är sannolikt skrivna av ett flertal olika personer. Den enda textdel som presenteras med namn är verkställande

direktörens brev till aktieägarna som jag citerade i utdraget ovan. Detta följer genrens konventioner och stämmer väl överens med fackspråkets allmänna karakteristika enligt vilken författaren är begränsad av fackkområdets och textgenrens krav och samtidigt bunden av allmänna förväntningar på facktexten och dess utformning (Nordman 1992: 28).

### **1.2.2      *Årsberättelsens semantiska och formella innehåll***

En årsberättelse är den skriftliga beskrivning som ett aktiebolag eller en ekonomisk förening gör av ett gånget verksamhetsår. Enligt lag måste den innehålla *resultaträkning, balansräkning, finansieringsanalys* och *förvaltningsberättelse*.

Bestämmelser om årsredovisning finns i olika lagar, bland annat aktiebolagslagen, bokföringslagen, nya årsredovisningslagen och lagen om ekonomiska föreningar. Det uppnådda resultatet ska jämföras med tidigare års resultat och slutligen ska redovisningen undertecknas och dateras av den bokföringsskyldige, vanligtvis företagets verkställande direktör. När redovisningen är fastställd ska den bindas, senast 6 månader efter räkenskapsårets utgång. Efter detta är årsredovisningen offentlig och finns att tillgå för alla intresserade.

Amerikanska börsbolag kontrolleras på motsvarande sätt av *Security and Exchange Commission* (SEC) som kan ses som en motsvarighet till Finansinspektionen i Sverige. Amazon.com:s årsberättelse är reglerad i Securities Act från 1933. Enligt denna lag är registrerade bolag skyldiga att inom loppet av 90 dagar lämna in en årsrapport som beskriver företagets verksamhet under det gångna året samt innehålla jämförande uppgifter från de två närmast föregående åren. Årsberättelsen ska i likhet med svenska redovisningar innehålla en uttömmande översikt av företagets verksamhet samt

finansiella position inklusive företagets bokslutsrevision. Årsberättelsen undertecknas av den bokföringsskyldige eller företagets verkställande direktör. Förutom att årsberättelsen ska underlätta företagsledningens helhetssyn och ekonomiska kontroll över bolaget, är den offentliga redovisningen också avsedd för företagets finansiärer. Den utgör det ekonomiska underlag som ska ge information och skydd till ägarna och det verktyg som kreditgivare, kunder och andra intressenter använder för att granska och analysera verksamheten.

### **1.2.3      *Årsberättelsens olika delar***

#### *1.2.3.1      Resultaträkning*

Resultaträkningen ingår tillsammans med balansräkning och eventuella bilagor i årsbokslutet, som är en avslutning av den löpande bokföringen under ett räkenskapsår. Resultaträkningen visar ett företags intäkter och kostnader under räkenskapsåret, så att man kan se om företaget gått med vinst eller förlust.

#### *1.2.3.2      Balansräkning*

Balansräkningen visar de tillgångar, skulder och egna kapital ett företag har. Tillgångarna kallas balansräkningens aktiva poster, medan skulder och eget kapital kallas passiva. Summan av aktiva och passiva är lika och kallas balansomslutningen.

#### *1.2.3.3      Finansieringsanalys*

En finansieringsanalys används till exempel för att analysera kapitalbehovet hos ett företag. Den redogör för hur företagets kapitalförsörjning är uppbyggd, det vill säga hur mycket av kapitalet som utgörs av eget kapital, lån, tillskjutna medel från ägarna med mera och hur kapitalanvändningen ser ut, det vill säga anskaffningen av till exempel inventarier och maskiner.



#### 1.2.3.4 Förvaltningsberättelse

Förvaltningsberättelsen innehåller förklaringar och kommentarer till balans- och resultaträkningen och förvandlar siffrorna till ord. Den tar bara upp de viktigare händelserna under året samt innehåller ofta företagets förväntningar på framtiden.

Till de punkter som brukar återfinnas hör investeringar, förändringar i styrelsens sammansättning och förslag till disposition av vinsten eller förlusten. Förvaltningsberättelsen ska ge en rättvis bild av hur företagets verksamhet, ställning och resultat har utvecklats. Det är den textdel som kompletterar balansräkning, resultaträkning och notapparat med information om händelser som inträffat under eller efter räkenskapsåret och som är av väsentlig betydelse för bolagets värdering. Den ska även redogöra för pågående arbete inom forskning och utveckling, och här kan man finna styrelsens förslag till vinstdisposition. En förvaltningsberättelse avges alltid av samtliga styrelseledamöter och verkställande direktören.

### 1. 3 Språket i årsberättelsen

Företagsekonomins språk är ett svårtolkat språk, hävdar Laurén & Nordman (1998, kapitel 8.4), i ett försök att sammanfatta karaktärsdragen för det ekonomiska språket. Det är ett område som expanderat snabbt och som lånat metoder och tänkesätt från många olika vetenskaper. Språket kännetecknas av vaga uttryck och formuleringar som i olika sammanhang kan ha mycket skilda betydelser. Engelskans påverkan är därtill mycket stor vilket innebär att språket även färgats av främmande terminologi.

Mer specifikt kan det sägas att språket kännetecknas av mellanlånga termer, som huvudsakligen består av ettordstermer. Det är ett substantivrikt språk vilket gör att texten har en hög abstraktionsnivå. En fjärdedel av substantiven är verbalsubstantiv, därav många -ing/-ning och -ande/-ende ord. Verburvalet är ensidigt och de typiska verben är *ha*, *vara*, och *kunna*.

Huvudverb är vanligast; de hjälpverb som förekommer är oftast modala hjälpverb. Passiv kan förekomma i rätt stor utsträckning i syfte att ge ett opersonligt och sakligt intryck.

Adjektiv förekommer nästan inte alls. De mest frekventa adjektiven är *olika*, *stor* och *viss*. Företagsspråket är dessutom konjunktionsfattigt; konjunktionerna används mest för neutral samordning, i syfte att ange alternativ, synonymi, kontrast eller generalisering. Meningslängden i en företagsekonomisk text ligger kring tjugo ord per mening. Satserna i en mening är oftast långa. Den vanligaste meningen består av en huvudsats, och den näst vanligaste är huvudsats följd av bisats. Att-satser och relativa bisatser spelar en viktig roll medan temporala bisatser är mer sällsynta.

Allmänt kan man säga att företagsekonomins språk har ett argumenterande och diskuterande framställningssätt. Det är sakligt, opersonligt och profillöst. På grund av att språket kännetecknas av långa fraser och många flerstaviga ord är textrytmen långsam. Språket har få rytmiska frasfigurer men påtagligt många långa ord. Det informativa elementet är betydligt viktigare än det konstnärliga. De många olika metoderna inom de ekonomiska vetenskaperna har skapat interna språksvårigheter. Därtill har matematiseringen av den ekonomiska teorin gjort att texterna blivit mer abstrakta och komplicerade (Ohlin, 1976:45).

Nu återstår att se om min analys bekräftar dessa påståenden eller inte, eller om den kanske kommer fram till helt andra slutsatser.

#### 1. 4 Syftet med uppsatsen

En översättare behöver specialkunskaper inom många olika områden. Ekonomi är ett av de områden som översättare ofta kommer i kontakt med i sin yrkesutövning och är det ämne som jag själv främst har erfarenhet av och således känner mig mest hemma med. Syftet med den här uppsatsen är därför att analysera språket i en årsberättelse.

Årsberättelsen är ett intressant material att arbeta med inte minst för att den erbjuder möjligheten att använda två olika stilar; dels det rent ekonomiska fackspråket med facktermer (resultat- och balansräkning) och dels den mycket friare delen (verksamhetsberättelsen) som använder sig av ett ledigare och kreativare språk. Termerna i *sifferdelen* eller bildspråket i *textdelen* kanske inte alltid kan översättas ord för ord utan översättaren bör känna till motsvarande fackuttryck i målspråket.

I texturvalet har jag tillåtit mig rätt stor frihet eftersom jag velat få med så många olika typer av texter som möjligt, dels standardtexter med fasta ord och uttryck men dels även friare texter. Det rör sig med andra ord om en partiell översättning av originalet inte minst på grund av att Amazon.com:s årsberättelse i sin helhet omfattar 88 sidor och en fullständig översättning därmed är utesluten.

Syftet med analysen är att komma fram till några allmänna slutsatser om det ekonomiska fackspråket angående exempelvis meningslängd, grammatisk struktur, ordval samt eventuella andra specifika egenheter. Analysen kommer även att diskutera vikten av att ha expertkunskap i det ämne som översätts, såväl språklig som formell, innehållsmässig kompetens.

## 2. KÄLLTEXTEN OCH ÖVERSÄTTNINGEN

### Business

*This Annual Report on Form 10-K and the documents incorporated herein by reference contain forward-looking statements based on expectations, estimates  
5 and projections as of the date of this filing. Actual results may differ materially from those expressed in forward-looking statements.*

### General

Amazon.com, Inc., a Fortune 500 company, commenced operations on the World Wide Web in July 1995. We seek to offer Earth's Biggest Selection and  
10 to be Earth's most customer-centric company, where customers can find and discover anything they may want to buy online. We endeavor to offer our customers the lowest possible prices. We and our sellers list millions of unique new, used and collectible items in categories such as apparel and accessories, electronics, computers, kitchen and housewares, books, music, DVDs, videos,  
15 cameras and photo items, office products, toys, baby items and baby registry, software, computer and video games, cell phones and service, tools and hardware, travel services, magazine subscriptions and outdoor living items. Through our Merchants@ and Amazon Marketplace programs, zShops and Auctions, any business or individual can sell virtually anything to  
20 Amazon.com's millions of customers.

We operate six global Web sites: *www.amazon.com*, *www.amazon.co.uk*, *www.amazon.de*, *www.amazon.fr*, *www.amazon.co.jp* and *www.amazon.ca*. We also own and operate the Internet Movie Database at *www.imdb.com* ("IMDb"),  
25 which is a comprehensive and authoritative source of information on movie and

## Affärsverksamheten

*Denna årsredovisning på formulär 10-K samt referensbilagor innehåller framtidsinriktad information som är baserad på förväntningar, uppskattningar och prognoser per inlämningsdatum för årsredovisningen. De faktiska*  
5 *resultaten kan avvika avsevärt från de resultat som förekommer i den framtidsinriktade informationen.*

## Allmänt

Amazon.com Inc., ett Fortune 500 företag<sup>2</sup>, påbörjade sin verksamhet på webben i juli 1995. Vårt mål är att erbjuda världens största produktsortiment och  
10 att vara världens mest kundorienterade företag där kunderna kan hitta och upptäcka allt de kan tänkas vilja köpa på nätet. Vi strävar efter att erbjuda våra kunder lägsta möjliga priser. Vi och våra återförsäljare saluför miljontals unika nya och begagnade varor samt samlarobjekt inom kategorier som kläder och  
15 accessoarer, elektronik, datorer, köks- och hushållsartiklar, böcker, musik, DVD- och videofilmer, kameror och fotoartiklar, kontorsartiklar, leksaker, barnartiklar, mjukvara, data- och videospel, mobiltelefoner och service, verktyg och hårdvara, resetjänster, tidningsprenumerationer samt friluftsutrustning. Via  
20 våra program Merchants@ och Amazon Marketplace, zShops och auktioner kan vilka företag eller privatpersoner som helst sälja praktiskt taget vad som helst till Amazon.com:s miljontals kunder.

Vi driver sex globala webbsidor: [www.amazon.com](http://www.amazon.com), [www.amazon.co.uk](http://www.amazon.co.uk),  
[www.amazon.de](http://www.amazon.de), [www.amazon.fr](http://www.amazon.fr), [www.amazon.co.jp](http://www.amazon.co.jp) och [www.amazon.ca](http://www.amazon.ca). Dessutom äger och driver vi Internet Movie Databas (en filmdatabas) på  
25 [www.imdb.com](http://www.imdb.com). ("IMDb"), en omfattande och erkänd informationskälla över

---

<sup>2</sup> Fortune 500 är en lista över USA:s mest inkomstbringande företag och ges ut av tidningen Fortune.

entertainment titles and cast and crew members. IMDb offers IMDb Pro, a subscription service designed for the entertainment industry.

5 Amazon.com was incorporated in 1994 in the state of Washington and reincorporated in 1996 in the state of Delaware. Our principal corporate offices are located in Seattle, Washington. We completed our initial public offering in May 1997 and our common stock is listed on the Nasdaq National Market under the symbol “AMZN.”

10 As used herein, “Amazon.com,” “we,” “our” and similar terms include Amazon.com, Inc. and its subsidiaries, unless the context indicates otherwise.

### **Business Strategy**

We seek to offer Earth’s Biggest Selection and to be Earth’s most customer-centric company, where customers can find and discover anything they might  
15 want to buy online. We have designed our Web sites to allow millions of new, used and collectible products to be sold by us and by other businesses and individuals worldwide. A product on our Web sites may be listed for sale simultaneously by several different sellers. For instance, a product may be offered by us, by a participant in our Merchants@ program and by a business or  
20 individual selling a new, used or collectible version of the product through Amazon Marketplace, zShops or Auctions. We also offer certain e-commerce services to other businesses through our Merchant.com and Syndicated Stores Programs.

titlar på filmer och underhållningsprogram samt medverkande/rollinnehavare och scenarbetare. På IMDb erbjuds IMDb Pro som är en prenumerationstjänst för hela nöjesbranschen.

- 5 Bolaget Amazon.com bildades 1994 i delstaten Washington och ombildades 1996 i delstaten Delaware. Huvudkontoret ligger i Seattle, Washington. Vi bör noterades i maj 1997 och upptas på Nasdaq National Market under namnet "AMZN".
- 10 "Amazon.com," "vi," "vår" och liknande termer som används i detta dokument innefattar Amazon.com Inc. och dess dotterbolag, såvida texten inte anger något annat.

### **Affärsstrategin**

- Vi strävar efter att erbjuda världens största produktutbud och att vara världens mest kundorienterade företag, där kunderna kan hitta och upptäcka allt de kan tänkas vilja köpa på nätet. Våra webbsidor är utformade så att vi och andra företag eller privatpersoner världen över kan erbjuda miljontals nya och begagnade varor samt även samlarobjekt till försäljning. En produkt på vår webbsida kan saluföras av flera olika återförsäljare samtidigt. På Amazon Marketplace, zShops eller Auctions kan en produkt exempelvis erbjudas av oss, av en deltagare i programmet Merchants@ eller av ett företag eller en privatperson som vill sälja nya eller begagnade produkter eller samlarobjekt. Vi erbjuder även vissa e-handelstjänster till andra företag genom våra program Merchant.com och Anslutna butiker.

## Operating Segments

Beginning in 2001, we organized our operations into four principal segments: North America Books, Music and DVD/Video (“BMVD”); North America Electronics, Tools and Kitchen (“ETK”); International; and Services. See Item 8 of Part II, “Financial Statements and Supplementary Data – Notes to Consolidated Financial Statements – Note 15 – Segment Information” for additional information regarding our segments.

*BMVD Segment.* This segment includes retail sales from *www.amazon.com* and *www.amazon.ca* of books, music and DVD/video products and magazine subscription commissions. This segment also includes commissions from sales of these products, new, used or collectible, through Amazon Marketplace and amounts earned from sales of these products by other businesses through our Merchants@ program and product revenues from stores offering these products through our Syndicated Stores program.

Our BMVD segment had net sales of \$1.87 billion, \$1.69 billion and \$1.70 billion in 2002, 2001 and 2000, respectively. In 2002, we launched our Canada-focused Web site at *www.amazon.ca* and launched Syndicated Stores at *www.cdnnow.com* and *www.waldenbooks.com*. In addition, we added in-store pickup to our *www.borders.com* Syndicated Store and added over 50,000 magazine, newspaper and newsletter titles to our Magazine store at *www.amazon.com*.

*ETK Segment.* This segment includes *www.amazon.com* retail sales of electronics, home improvement and home and garden products, as well as our mail-order catalog sales. This segment also includes commissions from sales of these products, new, used or collectible, through Amazon Marketplace and



## Rörelsegrenar

I början av år 2001 organiserade vi vår verksamhet i fyra huvudgrenar: North America Books, Music and DVD/Video ("BMVD"); North America Electronics, Tools and Kitchen ("ETK"); International; och Services. Se 5 "Finansiella rapporter och kompletterande upplysningar – Noter till koncernredovisningen – Not 15 – Information om rörelsegrenar" i punkt 8 Del II för mer information om de olika rörelsegrenarna.

*Rörelsegren BMVD.* Denna gren omfattar detaljhandelsförsäljning via 10 [www.amazon.com](http://www.amazon.com) och [www.amazon.ca](http://www.amazon.ca) av böcker, musik och DVD/video-produkter samt provisioner från tidningsprenumerationer. Området omfattar även provisioner från försäljning av dessa produkter – nya och begagnade produkter eller samlarobjekt - via Amazon Marketplace samt intäkter från andra 15 företags försäljning via Merchants@ samt intäkter från butiker som erbjuder produkterna via Anslutna butiker (Syndicated Stores).

Nettoomsättningen för BMVD-området uppgick år 2002 till 1,87 miljarder dollar, år 2001 till 1,69 miljarder dollar och år 2000 till 1,70 miljarder dollar. År 2002 lanserade vi en webbsida i Kanada på [www.amazon.ca](http://www.amazon.ca) och dessutom 20 Anslutna butiker på [www.cdnnow.com](http://www.cdnnow.com) samt [www.waldenbooks.com](http://www.waldenbooks.com). Därutöver lanserade vi tjänsten "hämta-i-butik" på vår webbsida [www.borders.com](http://www.borders.com) hos Anslutna butiker och utökade sortimentet i Tidskriftsbutiken (Magazine store) på [www.amazon.com](http://www.amazon.com) med över 50 000 tidskrifter, dagstidningar och andra informationsblad.

25 *Rörelsegren ETK.* Denna gren omfattar [www.amazon.com](http://www.amazon.com):s detaljhandelsförsäljning av elektronik, inredningsartiklar, hem- och trädgårdsprodukter samt postorderförsäljning. Området omfattar även provisioner från försäljning av

dessa produkter – nya och begagnade produkter samt samlarobjekt - via Amazon Marketplace och

amounts earned from sales of these products by other businesses through our Merchants@ program, such as with Office Depot, and will include revenues  
5 from stores offering these products, if any, through our Syndicated Stores program.

Our ETK segment had net sales of \$645 million, \$547 million and \$484 million in 2002, 2001 and 2000, respectively. During 2002, we launched our Office  
10 Depot store at *www.amazon.com*.

*International Segment.* This segment includes all retail sales of the following internationally-focused Web sites: *www.amazon.co.uk*, *www.amazon.de*, *www.amazon.fr* and *www.amazon.co.jp*. These international sites share a  
15 common Amazon.com experience, but are localized in terms of language, products, customer service and fulfillment. Our international segment had net sales of \$ 1.17 billion, \$661 million and \$381 million in 2002, 2001 and 2000, respectively. In 2002, *www.amazon.co.uk*, *www.amazon.de*, *www.amazon.co.jp* each launched Amazon Marketplace. In addition, the Syndicated Store at  
20 *www.virginmega.co.jp* was launched, and *www.amazon.de* launched a magazine and periodicals store.

*Services Segment.* This segment consists of commissions, fees and other amounts earned from our services business, including our Merchant.com  
25 program (such as *www.target.com*), and to the extent full product categories are not also offered by us through our online retail stores, our Merchants@ program, such as our apparel store, the Toysrus.com and Babiesrus.com stores, and portions of the Target store at *www.amazon.com*, as well as our commercial agreement with America Online, Inc. This segment also includes Auctions,

zShops, Amazon Payments and miscellaneous marketing and promotional agreements.

intäkter från andra företags försäljning via Merchants@, som till exempel Kontorsbutiken (Office Depot), och kommer att omfatta intäkter från butiker som erbjuder produkterna via Anslutna butiker.

- 5 Nettoomsättningen för ETK-området uppgick år 2002 till 645 miljoner dollar, år 2001 till 547 miljoner dollar och år 2000 till 484 miljoner dollar. År 2002 lanserade vi Kontorsbutiken på *www.amazon.com*.

Internationella rörelsegrenen. Denna gren omfattar all detaljhandels-  
10 försäljning på följande webbsidor med internationell inriktning: *www.amazon.co.uk*, *www.amazon.de*, *www.amazon.fr* och *www.amazon.co.jp*. De internationella hemsidorna erbjuder en gemensam Amazon.com tjänst men har en lokal inriktning i fråga om språk, produktsortiment, kundservice och fulfillment<sup>3</sup>. Nettoomsättningen för det internationella området uppgick år 2002  
15 till 1,7 miljarder dollar, år 2001 till 661 miljoner dollar och år 2000 till 381 miljoner dollar. Alla tre hemsidorna *www.amazon.co.uk*, *www.amazon.de* och *www.amazon.co.jp* introducerade år 2002 Amazon Marketplace. Därutöver öppnades avdelningen Anslutna butiker på *www.virginmega.co.jp* och *www.amazon.de* lanserade en butik för tidningar och tidskrifter.

20

*Rörelsegren Service*. Denna gren omfattar provisioner, avgifter och andra intäkter från vårt serviceområde, inklusive vårt program Merchant.com (till exempel *www.target.com*) samt Merchants@) i den mån vi inte också erbjuder kompletta produktkategorier via våra on-line detaljhandelsbutiker, som  
25 exempelvis klädbutiken, butikerna Toysrus.com och Babiesrus.com samt delar av Target-butiken på *www.amazon.com* och därtill handelsavtalet med America

---

<sup>3</sup> Enligt Computer Sweden kan fulfillment (uppfyllelse) även översättas med kundservice – en lös term inom webbekonomin som syftar dels på fullföljandet av en beställning (leverans, betalning), dels på åtgärder (uppföljning) för att se till att kunden är nöjd och blir kvar som kund (ö.a.).

Online Inc. Denna gren omfattar även auktioner, zShops, Amazon Payments och olika marknadsförings- och PR-avtal.

The Services segment had net sales of \$246 million, \$225 million and \$198 million in 2002, 2001 and 2000, respectively. In 2002, we launched our apparel store which now has more than 500 popular brands of clothing, shoes and accessories offered by our Merchants@ program. In addition, we launched [www.target.com](http://www.target.com) under our Merchant.com program.

### **Marketing and Promotion**

Our marketing strategy is designed to strengthen and broaden the Amazon.com brand name, increase customer traffic to our Web sites, encourage customers to shop in many product categories, promote repeat purchases and develop incremental product and service revenue opportunities. First and foremost, our best marketing efforts are focused on improving the customer experience, which drives word-of-mouth promotion and repeat customer visits. We also deliver personalized Web pages and services and employ a variety of media, business development activities and promotional methods to achieve these goals. We benefit from public relations activities and from time to time we employ various means of online and traditional advertising, including e-mail, radio, television and print media and direct marketing. We also participate in cooperative advertising arrangements with certain of our vendors. We direct customers to our Web sites through our Associates program, which enables associated Web sites to make our products available to their audiences with fulfilment performed by us. Currently, over 900,000 Web sites have enrolled in our Associated program. In addition, we offer an everyday free shipping option at [www.amazon.com](http://www.amazon.com) for certain orders that exceed a specific amount, and offer similar options for our internationally-focused Web sites. Although marketing expenses do not include our free and reduced shipping offers, we view such offers as an effective marketing tool.

Nettoomsättningen för serviceområdet uppgick år 2002 till 246 miljoner dollar, år 2001 till 225 miljoner dollar och år 2000 till 198 miljoner dollar. År 2002 öppnade vi klädbutiken under Merchants@ som idag tillhandahåller kläder, skor och accessoarer av över 500 kända varumärken. Vi introducerade även  
5 www.target.com som ligger under Merchant.com.

### **Marknadsföring och PR-aktiviteter**

Vår marknadsföringsstrategi är utformad i syfte att förstärka och utvidga Amazon.com:s varumärke, utöka kundtrafiken till våra webbsidor, uppmuntra kunderna att handla från många olika produktkategorier, främja återkommande  
10 inköp samt skapa produkt- och servicealternativ som ger särintäkter. I marknadsföringen satsar vi först och främst på att förbättra kundens köppplevelse för att stimulera mun till mun reklam och sporra till återkommande köptillfällen. Vi erbjuder även personliga webbsidor och tjänster och använder oss av flera typer av media, affärsutvecklingsaktiviteter och  
15 säljfrämjande åtgärder för att uppnå dessa mål. Vi drar nytta av PR-verksamhet och använder oss tidvis även av olika former av on-line eller traditionell reklam, inklusive e-post, radio, television, tidningar samt direkt marknadsföring. Vi deltar även i gemensamma reklamarrangemang tillsammans med en del av våra återförsäljare. Vi skickar kunder till våra webbsidor via våra partnerprogram,  
20 vilket gör att länkade webbsidor kan erbjuda våra produkter till sin kundkrets medan vi sköter kundservicen. Idag ingår över 900 000 webbsidor i vårt partnerprogram Associates. Dessutom erbjuder vi gratis frakt alla dagar på *www.amazon.com* för beställningar som överskrider en viss summa, och liknande alternativ finns även på våra internationella webbsidor. Även om vårt  
25 erbjudande om kostnadsfri frakt eller sänkt portoavgift inte ingår i marknadsföringskostnaderna ser vi dessa erbjudanden som effektiva marknadsföringsredskap.

## **Customer service**

We believe that our ability to establish and maintain long-term relationships with our customers and to encourage repeat visits and purchases depends, in part, on the strength of our customer service operations, and we continually seek to improve the Amazon.com customer service experience. Customers can use the “your-account” website features to track order and shipment status, review estimated delivery dates, cancel unshipped items, change delivery information and payment options, combine orders, edit gift options and return items. In addition to these and similar online self-service features, users can contact customer service representatives 24 hours a day, seven days a week. We have automated certain tools used by our customer service staff and have plans for further enhancements. We currently have customer service personnel working in six customer service centers located in Tacoma, Washington; Grand Forks, North Dakota; Huntington, West Virginia; Slough, the United Kingdom; Regensburg, Germany; and Sapporo, Japan. In addition, we have customer service cosourcing arrangements with certain vendors in India, Northern Ireland and the U.S.

## **Fulfillment**

We currently lease and operate U.S. fulfillment facilities in New Castle, Delaware; Coffeyville, Kansas; Campbellsville and Lexington, Kentucky; Fernley, Nevada; and Grand Forks, North Dakota. We also lease and operate three European fulfillment centers that are located in Marston Gate, the United Kingdom; Orleans, France; and Bad Hersfeld, Germany. In Japan, Nippon Express, a leading courier company, provides fulfillment services for orders from *www.amazon.co.jp* under a cosourcing arrangement; and in Canada, Assured Logistics, an affiliate of Canada Post, provides outsourced fulfillment

## **Kundservice**

Vi tror att vår förmåga att skapa och upprätthålla långsiktiga förbindelser med våra kunder samt att uppmuntra återkommande besök och inköp delvis beror på våra starka servicefunktioner, och dessutom strävar vi hela tiden efter att ge

5 kunderna en bättre upplevelse av servicen på Amazon.com. Kunderna kan använda funktionen "Mitt konto" på webbsidorna för att följa sina beställningar och kontrollera fraktstatus, få reda på beräknat leveransdatum, avbeställa produkter som inte skickats, ändra leveransuppgifter och betalningsalternativ, kombinera beställningar, göra gåvobeställningar samt returnera produkter.

10 Utöver dessa och liknande funktioner för självbetjäning on-line kan användarna kontakta vår kundtjänst dygnet runt sju dagar i veckan. Vi har automatiserat vissa verktyg som används av kundtjänsten och planerar ytterligare förbättringar. För närvarande har vi personal på sex kundtjänster i Tacoma, (Washington), Grand Forks (North Dakota), Huntington (West Virginia), Slough

15 (Storbritannien), Regensburg (Tyskland) och Sapporo (Japan). Dessutom anlitar vi tillsammans med vissa återförsäljare en gemensam underleverantör för vår kundtjänst i Indien, Nordirland och U.S.A.

## **Fulfillment – Kundservice**

I USA leasar och driver vi för närvarande fulfillment-anläggningar i New Castle

20 (Delaware), Coffeyville (Kansas), Campbellsville och Lexington (Kentucky), Fernley (Nevada) och Grand Forks (North Dakota). Vi leasar och driver även tre fulfillment-centra i Europa som ligger i Marston Gate (Storbritannien), Orleans (Frankrike) och Bad Hersfeld (Tyskland). I Japan har vi ett underleverantörsavtal med Nippon Express, en av de ledande kurirfirmorna, för

25 fulfillment av beställningar från *www.amazon.co.jp* och i Kanada har vi lagt ut fulfillment-tjänsten på Assured Logistics, ett dotterbolag till Canada Post



services for orders from *www.amazon.ca*. On an aggregate basis, these fulfillment centers (including the facilities that are leased by Nippon Express and Assured Logistics) comprise approximately 4.2 million square feet of warehouse space. In addition, we currently lease six off-site facilities totalling 5 approximately 1.1 million square feet of space, which support the storage and fulfillment functions of our U.S. fulfillment centers. Our fulfillment centers facilitate our ability to deliver merchandise to customers on a reliable and timely basis. In addition, we fulfil certain orders through outsourced fulfillment providers.

## 10 **Seasonability**

Our business is generally affected by both seasonal fluctuations in Internet usage (which generally declines during summer months) and traditional retail seasonality. Traditional retail sales for most of our products (including books, music, DVDs, videos, toys and electronics, among others) usually increase 15 significantly in the fourth calendar quarter of each year. Of particular note is the fourth quarter seasonal effect on our sales of toys (which are mainly sold through our Merchants@program relationship with Toysrus.com) and electronics.

## **Technology**

20 We have implemented numerous Web-site management, search, customer interaction, recommendation, transaction-processing and fulfillment services and systems using a combination of our own proprietary technologies and commercially available, licensed technologies. Our current strategy is to focus our development efforts on creating and enhancing the specialized, proprietary 25 software that is unique to our business and to license or acquire commercially-developed technology for other applications where available and appropriate.

för beställningar från *www.amazon.ca*. Sammantaget omfattar dessa centra (inklusive anläggningarna som leasas av Nippon Express och Assured Logistics) en lageryta om ungefär 4,2 miljoner kvadratfot. Utöver detta leasar vi för närvarande sex off-site anläggningar med en yta om totalt 1,1 miljoner kvadratfot, som ger stöd för lagren och fulfillment-tjänsterna på våra USA-baserade centra. Fulfillment-centren gör det lättare att leverera varor till kunderna på ett tillförlitligt sätt och i rätt tid. Därtill sköts vissa beställningar av underleverantörer.

### **Säsongsvariation**

10 Vår verksamhet påverkas som regel av säsongsvariation i Internet-användningen (som vanligen minskar under sommarmånaderna) men även av traditionell säsongsvariation inom detaljhandeln. Traditionell detaljhandelsförsäljning av de flesta av våra produkter (inklusive böcker, musik, DVD- och videofilmer, leksaker, elektronik samt andra produkter) ökar i regel märkbart under fjärde kvartalet varje år. Fjärde kvartalets säsongsvariation är särskilt tydlig för leksaks- och elektronikförsäljningen (som i huvudsak säljs genom samarbetet mellan Merchant@ och Toysrus.com).

### **Teknik**

20 Vi har infört talrika tjänster och system för underhåll av hemsidor, sökfunktioner, kundinteraktion, rekommendationer, transaktionshantering samt fulfillment med hjälp av både vår egen teknik och kommersiellt tillgänglig teknik på licens. Vår strategi idag är att koncentrera vårt utvecklingsarbete på att skapa och förbättra egna specialiserade program, som är unika i branschen, samt skaffa licenser eller köpa kommersiellt utvecklad teknik för andra program när sådana finns och är lämpliga.

We use a set of applications for accepting and validating customers orders, placing and tracking orders with suppliers, managing and assigning inventory to customer orders and ensuring proper shipment of products to customers. Our transaction-processing systems handle millions of items, a number of different status inquiries, gift-wrapping requests and multiple shipment methods. These systems allow the customer to choose whether to receive single or several shipments based on availability and to track the progress of each order. These applications also manage the process of accepting, authorizing and charging customer credit cards.

## 10 **Competition**

The retail environment for our products is generally intensely competitive. Our current or potential competitors include: (1) physical-world retailers, catalog retailers, publishers, distributors and manufacturers of our products, many of which possess significant brand awareness, sales volume and customer bases, and some of which currently sell, or may sell, products or services through the Internet, mail order or direct marketing; (2) other online e-commerce sites; (3) a number of indirect competitors, including Web portals and Web search engines that are involved in online commerce, either directly or in collaboration with other retailers; and (4) companies that provide e-commerce services, including Web-site developers and third-party fulfillment and customer-service providers. We believe that the principal competitive factors in our market segments include selection, price, availability, convenience, information, discovery, brand recognition, personalized services, accessibility, customer service, reliability, speed of fulfillment, ease of use and ability to adapt to changing conditions. For services we offer to business and individual sellers, additional competitive factors include the quality of our services and tools and

Vi använder oss av en uppsättning program som tar emot och bekräftar kundbeställningar, lägger ut och följer beställningar hos leverantörer, hanterar och tar fram varor till kundbeställningarna samt ser till att de rätta produkterna skickas ut till kund. Våra transaktionssystem kan hantera miljontals artiklar, de flesta förfrågningar rörande status, önskemål om presentförpackning samt flera olika fraktalternativ. Tack vare dessa system kan kunden välja mellan en eller flera sändningar beroende på tillgång samt följa varje beställning. Systemen sköter även mottagning, kontroll och debitering på kundernas kreditkort.

## **Konkurrens**

10 Förhållandena inom detaljhandeln för våra produkter är i allmänhet ytterst konkurrensbetonade. Våra nuvarande och potentiella konkurrenter är: (1) detaljhandlare i den fysiska världen, postorderföretag, förläggare, våra leverantörer och tillverkare. De är i många fall mycket märkesmedvetna med stora säljvolymmer och kundbaser och säljer eller kan i vissa fall komma att sälja produkter eller tjänster via Internet, postorder eller direkt försäljning, (2) andra on-line webbsidor för e-handel, (3) ett antal indirekta konkurrenter, inklusive Webbportaler och - sökmotorer som sysslar med on-line handel, direkt eller tillsammans med andra detaljhandlare, och (4) företag som erbjuder e-handelstjänster, inklusive företag som skapar Webbsidor samt tredje mans länkar till andra leverantörer av fulfillment- och kundtjänst. Vi tror att de främsta konkurrensfaktorerna inom vårt marknadsområde är sortiment, pris, tillgång, bekvämlighet, information, upptäckt, märkeskännedom, personlig service, tillgänglighet, kundtjänst, tillförlitlighet, snabbhet i utförandet, användarvänlighet och förmåga att anpassa sig till föränderliga omständigheter.

25 För tjänster som vi erbjuder företag och enskilda återförsäljare tillkommer ytterligare konkurrensfaktorer som kvaliteten på vår service och våra verktyg

speed of performance for our services. As the market segments in which we operate continue to grow, other companies may also enter into business combinations or alliances that strengthen their competitive positions.

**Intellectual Property**

5 We regard our trademarks, service marks, copyrights, patents, domain names, trade dress, trade secrets, proprietary technologies and similar intellectual property as critical to our success, and we rely on trademark, copyright and patent law, trade-secret protection and confidentiality and/or license agreements with our employees, customers, partners and others to protect our proprietary  
10 rights. We have registered a number of domain names and been issued a number of trademarks, service marks, patents and copyrights by U.S. and foreign governmental authorities. We have also applied for the registration of other trademarks, service marks, domain names ad copyrights in the U.S. and internationally, and we have filed U.S. and international patent applications  
15 covering certain of our proprietary technology. We have licensed in the past, and expect that we may license in the future, certain of our proprietary rights, such as trademarks, patents, technologies or copyrighted materials, to third parties.

**Employees**

We employed approximately 7,500 full-time and part-time employees at  
20 December 31, 2002. However, employment levels fluctuate due to seasonal factors affecting our business. We also employ independent contractors and temporary personnel on a seasonal basis. None of our employees is represented

samt snabbhet i utförandet. Allt eftersom våra marknader fortsätter att växa kan även andra företag inleda affärsförbindelser och -samarbeten som stärker deras konkurrenskraft.

## **Immateriella rättigheter**

5 Vi anser att våra varumärken, servicemärken, upphovsrätter, patent, domännamn, vår så kallade trade dress<sup>4</sup> eller produktens helhetsintryck, våra affärshemligheter, egna tekniker och immateriella rättigheter är av yttersta vikt för vår framgång. När det gäller skydd av äganderätt förlitar vi oss på lagstiftning om varumärken, upphovsrätt och patent, skydd av affärshemligheter  
10 och tystnadsplikt och/eller licensavtal med våra anställda, kunder, partners och andra. Vi har registrerat ett antal domännamn och har tilldelats ett antal varumärken, servicemärken, patent och upphovsrätter av amerikanska och utländska statliga myndigheter. Vi har även ansökt om registrering av andra varumärken, servicemärken, domännamn och upphovsrätter i U.S.A och  
15 internationellt samt lämnat in amerikanska och internationella patentansökningar som täcker några av våra egna tekniker. Vi har tidigare beviljat licenser till tredje man och kommer förmodligen även i framtiden att bevilja licenser för vissa av våra äganderätter som exempelvis varumärken, patent, tekniker eller upphovsrättsmaterial.

## **20 Anställda**

Den 31 december 2002 hade vi cirka 7 500 hel- och deltidsanställda. Antalet anställda varierar dock på grund av säsongvariationer som påverkar vår

---

<sup>4</sup> "Trade dress" utgör en del av den amerikanska varusmärkesrätten och är ett rättsligt skydd för utformningen av produkter och deras förpackningar. Traditionellt syftade begreppet på paketering eller etikettering av en produkt men har under åren utvecklats till den sammansatta imagen av en produkt (storlek, form, färg, textur, grafik etc.).

verksamhet. Vi har även kontraktsanställd personal och tillfällig personal på säsongmässig basis. Ingen av våra anställda är fackligt organiserad

by a labor union and we consider our employee relations to be good. Competition for qualified personnel in our industry is intense, particularly for software-development and other technical staff. We believe that our future success will depend in part on our continued ability to attract, hire and retain

5 qualified personnel.



och vi anser att våra personalrelationer är goda. Konkurrensen om kvalificerad personal i vår bransch är mycket hård speciellt när det gäller programmerare och teknisk personal. Vi tror att vår framgång i fortsättningen till viss del kommer att vara beroende av vår fortsatta förmåga att locka, anlita och behålla kvalificerad personal.

5

***We May Experience Significant Fluctuations in Our Operating Results and Rate of Growth***

5 Due to our limited operating history, our evolving business model and the unpredictability of our industry, we may not be able to accurately forecast our rate of growth. We base our current and future expense levels and our investment plans on estimates of future net sales and rate of growth. Our expenses and investments are to a large extent fixed. We may not be able to adjust our spending quickly enough if our net sales fall short of our expectations.

10 Our revenue and operating profit growth depends on the continued growth of demand for the products offered by us or our sellers, and our business is affected by general economic and business conditions throughout the world. A softening of demand, whether caused by changes in consumer preferences or a weakening of the U.S. or global economies, may result in decreased revenue or growth.

15 Terrorist attacks and armed hostilities create economic and consumer uncertainty that could adversely affect our revenue or growth. Such attacks and security concerns could create delays in and increase the cost of product shipments to and from us, which may decrease demand. Revenue growth may not be sustainable and our company-wide percentage growth rate may decrease  
20 in the future.

Our net sales and operating results will also fluctuate for many other reasons, including:

- Our ability to retain and increase sales to existing customers, attract new customers and satisfy our customer's demands;
- 25 • Our ability to expand our network of sellers, and to enter into, maintain, renew and amend on favourable terms our strategic alliances;
- Foreign exchange rate fluctuations;

### *Vi kan drabbas av betydande svängningar i rörelseresultat och tillväxttakt*

På grund av vår korta verksamhetshistoria, vår affärsmodell som ständigt utvecklas och det faktum att vår bransch är svåröversäglig kan vi inte exakt förutse vår tillväxttakt. Vi baserar våra nuvarande och framtida kostnadsnivåer samt våra investeringsplaner på uppskattningar av framtida nettoomsättning och tillväxttakt. Våra kostnader och investeringar är till stor del fasta. Om det visar sig att nettoomsättningen inte motsvarar våra förväntningar kanske vi inte kan anpassa våra utgifter tillräckligt snabbt.

10 Intäkternas och rörelseresultatets tillväxt är beroende av en fortsatt efterfrågetillväxt på de produkter vi och våra återförsäljare erbjuder och vår verksamhet påverkas av allmänna ekonomiska förhållanden och generella företagsvillkor runtom i världen. En minskad efterfrågan, vare sig den beror på konsumenternas förändrade vanor eller på en försvagad amerikansk eller global ekonomi, kan leda till mindre intäkter eller försvagad tillväxt. Terroristattacker och väpnade fientligheter skapar osäkerhet i ekonomin och hos konsumenterna vilket kan påverka våra intäkter och vår tillväxt negativt. Sådana attacker och orosmoment gällande säkerheten kan leda till förseningar och högre fraktkostnader till och från oss vilket kan minska efterfrågan. Inkomstillväxten 15 kan kanske inte upprätthållas och den procentuella tillväxttakten för hela företaget kan komma att minska i framtiden.

Omsättningen och rörelseresultatet kommer också att fluktuera på grund av många andra orsaker, exempelvis:

- Vår förmåga att behålla och öka försäljningen till befintliga kunder, attrahera nya kunder och tillfredsställa våra kunders behov
- Vår förmåga att utvidga vårt säljarnätverk samt inleda, upprätthålla, förnya, revidera och förbättra våra strategiska allianser på förmånliga villkor
- Valutakursrörelser

- Our ability to acquire merchandise, manage inventory and fulfil orders;
- The introduction by our competitors of Web sites, products or services;
- Changes in usage of the Internet and online services and consumer acceptance of the Internet and e-commerce;
- Timing and costs of upgrades and developments in our systems and infrastructure;
- The effects of strategic alliances, acquisitions and other business combinations, and our ability to successfully integrate them into our business;
- Technical difficulties, system downtime or interruptions;
- Variations in the mix of products and services we sell;
- Variations in our level of merchandise and vendor returns;
- Disruptions in service by shipping carriers;
- The extent to which we offer free shipping promotions; and
- An increase in the prices of fuel and gasoline, which are used in the transportation of packages, as well as an increase in the prices of other energy products, primarily natural gas and electricity, which are used in our operating facilities.

Finally, both seasonal fluctuations in Internet usage and traditional retail seasonality are likely to affect our business. Internet usage generally slows during the summer months, and sales in almost all of our product groups, particularly toys and electronics, usually increase significantly in the fourth calendar quarter of the year.

- Vår förmåga att skaffa varor, hantera lagret och uppfylla beställningar
  - Webbssidor, produkter och tjänster som införs av konkurrenterna
  - Förändringar i användningen av Internet, on-line tjänster och kundernas inställning till Internet och e-handel
- 5
- Uppgraderingar och utveckling av våra system och infrastrukturen
  - Effekterna av strategiska allianser, uppköp och andra företagsförvärv och samgåenden samt vår förmåga att på ett framgångsrikt sätt införliva dem i vår verksamhet
  - Tekniska problem, systemavbrott eller -störningar
- 10
- Variationer i vårt produkt- och servicesortiment
  - Variationer i mängden varureturner från kund och återförsäljare
  - Störningar i fraktbolagens service
  - Omfattningen av vårt erbjudande om gratis frakt
  - Höjda priser på bränsle och bensin som används i transporten av försändelser, liksom på annan energi, framförallt naturgas och electricitet, som används i våra anläggningar
- 15

Slutligen är det troligt att säsongsvariationer av både Internet-användning och traditionell detaljhandel påverkar vår verksamhet. Användningen av Internet minskar vanligen under sommarmånaderna medan försäljningen inom nästan alla produktgrupper, speciellt leksaker och elektronik, ökar märkbart under årets fjärde kvartal.

20

### ***We have Foreign Exchange Risk***

The results of operations of our internationally-focused Web sites are exposed to foreign exchange rate fluctuations as the financial results of the applicable subsidiaries are translated from the local currency into U.S. Dollars upon  
5 consolidation. As exchange rates vary, net sales and other operating results, when translated, may differ materially from expectations.

In addition, our 6.875% Convertible Subordinated Notes due 2010 (“6.875% PEACS”) are denominated in Euros, not U.S. Dollars. When we periodically  
10 remeasure the principal of the 6.875% PEACS based on fluctuations in the Euro/U.S. Dollar exchange ratio, we will record non-cash gains or losses in “Other gains (losses), net” on our statements of operations. Furthermore, we have invested some of the proceeds from the 6.875% PEACS in Euro-denominated cash equivalents and marketable securities. Accordingly, if the  
15 U.S. Dollar strengthens compared to the Euro, cash equivalents and marketable securities balances, when translated, may be materially less than expected and vice versa.

### ***Our Past and Planned Future Growth Will Place a Significant Strain on our 20 Management, Operational and Financial Resources***

We have rapidly and significantly expanded our operations and will endeavor to expand further to pursue growth of our product and service offerings and customer base. Such growth will continue to place a significant strain on our management, operational and financial resources. We also need to train and  
25 manage our employee base. Our current and planned personnel, systems, procedures and controls may not be adequate to support and effectively manage our future operations. We may not be able to hire, train, retain, motivate and manage required personnel, which may limit our growth.

### ***Det finns en växelkursrisk***

Rörelseresultaten från de internationella marknadernas webbsidor påverkas av växelkursförändringar när de finansiella resultaten från berörda dotterbolag i samband med konsolidering omräknas från lokal valuta till amerikanska dollar.

5 På grund av valutakursförändringar kan nettoomsättningen och andra rörelseresultat vid omräkningen skilja väsentligt från förväntningarna.

Dessutom är de konvertibla förlagsbevisen på 6,875 % som förfaller till betalning 2010 (6,875 % PEACS) uttryckta i euro, inte amerikanska dollar. I samband med den periodiska omräkningen av kapitalbeloppet av de 6,875 % PEACS, vilken är baserad på valutakursförändringar mellan euro och amerikanska dollar, bokförs icke-kontanta vinster eller förluster under "Övriga nettovinster (förluster)" i resultaträkningen. Utöver detta har vi investerat en del av intäkterna från 6,875 % PEACS i andra likvida medel i euro samt i säljbara värdepapper. Om den amerikanska dollarn stärks i jämförelse med euron kommer följaktligen saldot för de andra likvida medlen och de säljbara värdepappren vid en omräkning att bli betydligt lägre än väntat och vice versa.

### ***Vår tidigare och planerade framtida tillväxt kommer att sätta stor press på de administrativa, operativa och finansiella resurserna***

Vi har i snabb takt och i stor omfattning utvidgat vår verksamhet och kommer även i fortsättningen att sträva efter tillväxt i produkt- och serviceutbud samt kundbas. En sådan tillväxt kommer att sätta fortsatt press på de administrativa, operativa och finansiella resurserna. Vi behöver också utbilda och sköta vår personalstyrka. Vår nuvarande och framtida personal, våra system, processer och kontroller är kanske inte tillräckliga för att underhålla och på effektivt sätt hantera vår framtida verksamhet. Vi kanske inte kan anlita, utbilda, behålla, motivera och sköta erforderlig personal, vilket kan begränsa vår tillväxt.

In addition, we do not expect to benefit in our newer market segments from the first-to-market advantage that we experienced in the online book channel. Our gross profits in our newer business activities may be lower than in our older business activities. In addition, we may have limited or no experience in new product and service activities and our customers may not favourably receive our new businesses. To the extent we pursue strategic alliances to facilitate new product or service activities, the alliances may not be successful. If any of this were to occur, it could damage our reputation and negatively affect revenue growth.

10

***We Have a Limited Operating History and Our Stock Price Is Highly Volatile***

We have a relatively short operating history and, as an e-commerce company, we have a rapidly evolving and unpredictable business model. The trading price of our common stock fluctuates significantly. Trading prices of our common stock may fluctuate in response to a number of events and factors, such as:

15

- General economic conditions;
- Changes in interest rates;
- Conditions or trends in the Internet and the e-commerce industry;
- Fluctuations in the stock market in general and market prices for Internet-related companies in particular;
- Quarterly variations in operating results;
- New products, services, innovations and strategic developments by our competitors or us, or business combinations and investments by our competitors or us;
- Changes in financial estimates by us or securities analysts and recommendations by securities analysts;
- Changes in Internet regulation;

20

25



I våra nyare marknadsområden förväntar vi oss inte heller kunna dra nytta av fördelen av att vara först på marknaden som vi upplevde i samband med on-line butiken för böcker. Bruttovinsterna i de nya affärsverksamheterna kan komma att bli lägre än i de äldre affärsverksamheterna. Det är även möjligt att vi har ringa erfarenhet eller helt saknar erfarenhet av eventuella nya produkt- och serviceverksamheter och våra nya affärsverksamheter kanske inte mottas väl av våra kunder. Vidare kan det hända att de nya allianser vi söker för att främja nya produkter eller tjänster inte blir framgångsrika. Det skulle i så fall kunna skada vårt rykte och påverka vår inkomstillväxt negativt.

### ***Vi har en begränsad verksamhetshistoria och en mycket instabil aktiekurs***

Vi har en relativt kort verksamhetshistoria och som e-handelsföretag har vi en affärsmodell som utvecklas snabbt och är oberäknelig. Säljkursen för vår aktie varierar märkbart. Variationerna i aktiens säljkurs kan bero på ett antal händelser och faktorer:

- Allmänna ekonomiska förhållanden
- Räntesatsförändringar
- Förhållanden eller trender i Internet- och e-handelsbranschen
- Fluktuationer på aktiemarknaden i allmänhet och i marknadspriser för företag i Internet-branschen i synnerhet
- Variationer i kvartalsresultatet
- Konkurrenternas eller våra egna nya produkter, tjänster, nyheter och strategier, affärssammanslagningar eller investeringar
- Våra eller värdepappersanalytikers förändrade finansiella uppskattningar samt analytikers förändrade rekommendationer
- Förändringar i regleringen av Internet

- Changes in our capital structure, including issuance of additional debt or equity to the public;
  - Additions or departures of key personnel;
  - Corporate restructurings, including layoffs or closures of facilities;
- 5
- Changes in the valuation methodology of, or performance by, other e-commerce companies; and
  - News and securities analyst reports and speculation relating to new and existing commercial agreements, general business or Internet trends or our existing or future products or services.
- 10 Any of these events may cause our stock price to rise or fall and may adversely affect our business and financial opportunities.

Future volatility in our stock price could force us to increase our cash compensation to employees or grant larger stock awards than we have

15 historically, which could hurt our operating results or reduce the percentage ownership of our existing stockholders, or both. In the first quarter of 2001, we offered a limited non-compulsory exchange of employee stock options. This option exchange offer resulted in variable accounting treatment for certain of our stock options. Variable accounting treatment will result in unpredictable

20 stock-based compensation expense dependent on fluctuations in quoted prices for our common stock. In late 2002, we implemented a restricted stock unit plan, which will be our primary vehicle for employee stock-based compensation going forward. Restricted stock and restricted stock units are measured at fair value on the date of

25

- Förändringar i vår kapitalstruktur, inklusive utfärdandet av skuldebrev eller aktier till allmänheten
- Tillkommande eller avgående nyckelpersoner
- Omstruktureringar av företaget, inklusive permitteringar eller nedläggningar av lokaler
- Förändringar av andra e-handelsföretags värderingsmetoder eller resultat
- Nyheter och rapporter från värdepappersanalytiker samt spekulationer om nya och befintliga handelsavtal, allmänna affärs- eller Internet-trender eller våra nuvarande eller framtida produkter eller tjänster

Alla dessa händelser kan få kursen på våra aktier att stiga eller sjunka och kan påverka våra affärs- och finansiella möjligheter negativt.

- 15 Framtida instabilitet i aktiekursen kan tvinga oss att höja kontantersättningen till de anställda eller erbjuda ett bredare aktieprogram<sup>5</sup> än vi gjort hittills, vilket kan försämra vårt rörelseresultat eller minska nuvarande aktieägares procentuella ägarandelar, eller bådadera. Under första kvartalet 2001 erbjöd vi ett begränsat frivilligt utbyte av de anställdas aktieoptioner. Optionsutbytet ledde till att vissa
- 20 av våra aktieoptioner redovisades på olika sätt. En rörlig redovisning leder till oförutsägbara aktiebaserade kompensationsutgifter som är beroende av variationer i börskursen på våra vanliga aktier. I slutet av år 2002 införde vi en bunden aktieplan som kommer att utgöra vårt främsta verktyg i de anställdas aktiebaserade kompensation i fortsättningen. Bundet aktiekapital och bundna
- 25 aktier värderas till ett skäligt pris per datum för

---

<sup>5</sup> Stock awards, dvs. aktier som överläts eller säljs kraftigt rabatterade. Aktierna får oftast inte säljas vidare förrän efter en viss tid (ö.a.).

grant based on the number of shares granted and the quoted price of the common stock, which will be recognized as compensation expense ratably over the corresponding employee service term.

5 ***Government Regulation of the Internet and E-commerce is Evolving and Unfavorable Changes Could Harm our Business***

We are subject to general business regulations and laws, as well as regulations and laws specifically governing the Internet and e-commerce. Such existing and future laws and regulations may impede the growth of the Internet or other  
10 online services. These regulations and laws may cover taxation, user privacy, pricing, content, copyrights, distribution, electronic contracts, consumer protection, the provision of online payment services, broadband residential Internet access and the characteristics and quality of products and services. It is not clear how existing laws governing issues such as property ownership, sales  
15 and other taxes, libel and personal privacy apply to the Internet and e-commerce. Unfavourable resolution of these issues may harm our business. In addition, many jurisdictions currently regulate “auctions” and “auctioneers” and may regulate online auction services. Jurisdictions may also regulate consumer-to-consumer fixed price online markets, like zShops and certain aspects of Amazon  
20 Marketplace. This could, in turn, diminish the demand for our products and services and increase our cost of doing business.

beviljandet och baseras på antalet aktier som beviljats samt aktiens kursnotering, vilket kommer att betraktas som kompensationsutgift i proportion till anställningstiden.

5 ***Den statliga regleringen av Internet och e-handel förändras och ogynnsamma förändringar kan skada vår verksamhet***

Vi lyder under allmänna affärsbestämmelser och lagar likväl som regleringar och lagar som är speciellt inriktade på Internet och e-handel. Sådana befintliga och framtida lagar och bestämmelser kan hämma utvecklingen av Internet- och andra on-line tjänster. Dessa bestämmelser och lagar kan gälla beskattning, användarnas integritet, prissättning, innehåll, upphovsrätter, distribution, elektroniska avtal, konsumentskydd, on-line betaltjänster, bredbandsuppkoppling till Internet i bostäder samt produkt- och serviceegenskaper samt kvalitet. Det är oklart hur befintliga lagar som reglerar frågor om äganderätt, omsättningsskatter och andra skatter, ärekränkning och personskydd är tillämpliga på Internet och e-handel. Ogynnsamma beslut i dessa frågor kan skada vår verksamhet. Dessutom reglerar många jurisdiktioner numera ”auktioner” och auktionsförrättare och kan komma att reglera on-line auktionstjänster. Jurisdiktionerna kan även komma att reglera online-marknader mellan privatpersoner för försäljning till fasta priser, detta gäller exempelvis zShops och vissa delar av Amazon Marketplace. Detta kan i sin tur minska efterfrågan på våra produkter och tjänster samt öka kostnaderna för vår affärsverksamhet.

## Results of Operations

### *Net sales*

Net sales include the selling price of consumer products sold by us, less promotional discounts, rebates and sales returns; outbound shipping charges billed to our customers; commissions and other amounts earned from sales of new and used products on Amazon Marketplace; amounts earned (fixed fees, sales commissions, per-unit activity fees, or some combination thereof) for sales of retail products through our Merchants@program, such as Toysrus.com and Target stores at *www.amazon.com*; the selling price of consumer products sold by us through our Syndicated Stores program, such as *www.borders.com*; amounts earned (fixed fees, sales commissions, per-unit activity fees; or some combination thereof) in connection with our Merchant.com program, such as *www.target.com*; amounts earned from third parties who utilize our technology services such as search, browse and personalization; and amounts earned for miscellaneous marketing and promotional agreements.

Net sales were \$3.93 billion, \$3.12 billion and \$2.76 billion for 2002, 2001 and 2000 respectively, representing increases of 26% and 13% for 2002 and 2001, respectively. The increases in 2002 net sales were primarily attributable to our International segment and our BMVD segment, which increased \$508 million and \$185 million in 2002, respectively. The increases in 2001 net sales were primarily attributable to our International segment and our ETK segment, which increased \$280 million and \$63 million, respectively. During 2002, revenues improved \$47 million in comparison to 2001 due to changes in foreign exchange rates (specifically the weakening of the U.S. Dollar in comparison to the Euro and British Pound).

## Rörelseresultatet

### *Nettoförsäljning*

Nettoförsäljningen inkluderar säljpriset för konsumentvaror som vi sålt exklusive kampanjpriser, rabatter och returer; utgående fraktavgifter som debiterats kund; provisioner och annan inkomst av försäljning av nya och begagnade produkter på Amazon Marketplace; inkomst av försäljning av detaljhandelsprodukter via Merchants@ (fasta avgifter, säljprovisioner, avgift för enskilda aktiviteter eller kombination av dessa), till exempel Toysrus.com och Target-butikerna på *www.amazon.com*; säljpriset för konsumentartiklar som vi sålt via Syndicated Stores, t.ex. *www.borders.com*; inkomst i samband med vårt samarbete med Merchant.com (fasta avgifter, säljprovisioner, avgift för enskilda aktiviteter eller kombination av dessa), som *www.target.com*; inkomst från tredje part som använder våra tekniska tjänster, till exempel sök- och blädderfunktioner samt personalisering; och inkomst från diverse marknadsförings- och reklamavtal.

Nettoförsäljningen uppgick år 2002 till 3,93 miljarder dollar, år 2001 till 3,12 miljarder dollar och år 2000 till 2,76 miljarder dollar, vilket motsvarar en ökning på 26 % år 2002 och 13 % år 2001. Ökningen av nettoförsäljningen år 2002 kan i huvudsak tillskrivas det internationella verksamhetsområdet och BMVD-verksamhetsområdet, vilka ökade sin försäljning med 508 miljoner dollar respektive 185 miljoner dollar år 2002. Ökningen av nettoförsäljningen år 2001 kan i huvudsak tillskrivas det internationella verksamhetsområdet och ETK-verksamhetsområdet, vilka ökade sin försäljning med 280 miljoner dollar respektive 63 miljoner dollar. Under år 2002 steg inkomsterna med 47 miljoner dollar i jämförelse med år 2001 beroende på valutakursförändringar (närmare

bestämt på att den amerikanska dollarn försvagades gentemot euron och brittiska pundet).

Shipping revenue (which consists of outbound shipping charges to customers) across all operating segments was \$365 million, \$357 million and \$339 for 5 2002, 2001 and 2000, respectively. Shipping revenues does not include any commissions or other amounts earned from Amazon Marketplace. In January 2002, we introduced a new shipping option at *www.amazon.com*, offering everyday free shipping for certain orders that exceed a specified amount, and we lowered this threshold several times throughout the year. We offer similar 10 shipping options for our internationally-focused Web sites and may offer other free or reduced-fee shipping options over time. These shipping offers reduce shipping revenue as a percentage of sales and cause our gross margins on retail sales to decline. We view these shipping offers as an effective marketing tool.

15 First quarter of 2003 net sales are expected to be between \$1.025 billion and \$1.075 billion, or grow between 21% and 27%. For the full year 2003, net sales are expected to grow over 15%. However, any such projections are subject to substantial uncertainty.

## 20 ***Gross Profit***

Gross profit is net sales less the cost of sales, which consists of the purchase price of consumer products sold by us, inbound and outbound shipping charges to us, packaging supplies and certain costs associated with our service revenues. Costs associated with our Services segment revenues and classified as costs of 25 services generally include fulfillment-related costs to ship products on behalf of third-party sellers, costs to provide customer service, credit card fees and other related costs.



Fraktintäkterna (som utgörs av utgående fraktavgifter till kund) från alla verksamhetsområden sammanlagt uppgick år 2002 till 365 miljoner dollar, år 2001 till 357 miljoner dollar och år 2000 till 339 miljoner dollar. Fraktintäkterna inkluderar inga provisioner eller annan inkomst från Amazon Marketplace. I 5 januari 2002 introducerade vi ett nytt fraktalternativ på *www.amazon.com* där vi erbjöd gratis frakt varje dag på vissa beställningar som översteg en bestämd summa och vi sänkte denna gräns flera gånger under året. Vi erbjuder liknande fraktalternativ på våra webbsidor med internationell inriktning och kan komma att erbjuda andra gratis eller rabatterade fraktavgifter framöver. Dessa 10 frakterbjudanden minskar fraktintäkterna i procent av försäljningen och gör att vårt bruttoresultat från detaljhandeln minskar. Vi betraktar frakterbjudandena som effektiva marknadsföringsverktyg.

Under första kvartalet år 2003 förväntas nettoförsäljningen uppgå till mellan 15 1 025 miljarder dollar och 1 075 miljarder dollar, dvs. en ökning på mellan 21 och 27 procent. Nettoförsäljningen för hela år 2003 väntas öka med över 15 procent. Alla prognoser präglas dock av stor osäkerhet.

### ***Bruttovinst***

20 Bruttovinsten är det samma som nettoförsäljningen minus kostnaden för sålda varor, vilken omfattar anskaffningspriset för konsumentvaror som sålts av oss, ingående och utgående fraktavgifter till oss, förpackningsmaterial och vissa kostnader för våra serviceintäkter. Kostnader som förknippas med intäkter från serviceverksamhetsområdet och klassificeras som servicekostnader omfattar i 25 regel fulfillment-kostnader för frakt av produkter för tredje mans räkning, kostnader för kundservice, kreditkortsavgifter och andra liknande kostnader.

Effective January 1, 2002, we prospectively changed our inventory costing method to the first-in first-out (“FIFO”) method of accounting. This change resulted in a cumulative increase in product inventory of \$0.8 million, with a corresponding amount recorded to “Cumulative effect of change in accounting principle” on the statements of operations in 2002. We evaluated the effect of the change on each quarter during 2001 and determined such effect to be less than \$1.2 million individually and in the aggregate. We determined this change to be preferable under accounting principles generally accepted in the United States since, among other reasons, it facilitates our record keeping process, significantly improves our ability to provide cost-efficient fulfillment services to other companies as part of our services offering and results in increased consistency with others in our industry.

Gross profit was \$993 million, \$799 million and \$656 million for 2002, 2001 and 2000, respectively, representing increases of 24% and 22% for 2002 and 2001, respectively. Gross margin was 25%, 26% and 24% for 2002, 2001 and 2000, respectively. Increases in gross profit in 2002 primarily correspond with increases in units sold (including increased product sales through Amazon Marketplace), improvements in transportation and inventory management and improvements in product sourcing, offset by price reductions on books and electronics, the expiration of certain high-margin marketing and promotional agreements, and our free and reduced-rate shipping offers. Increases in gross profit in 2001 primarily correspond with improvements in inventory management and product sourcing, and to a lesser extent, increased product sales through Amazon Marketplace. Our overall gross margins fluctuate based on several factors, including our mix of sales during the period (including sales through Amazon Marketplace), competitive pricing decisions and general efforts to reduce prices for our customers over time, as well as the extent to which we provide free and reduced-rate shipping offers.

Den 1 januari 2002 ändrade vi på försök vår värdering av varulagret enligt redovisningsprincipen först in, först ut ("FIFO"). Denna förändring resulterade i en kumulativ ökning av varulagret med 0,8 miljoner dollar och motsvarande summa infördes under "Kumulativ effekt av förändringar i redovisningsprinciperna" i resultaträkningen för år 2002. Under 2001 beräknade vi effekten av förändringen för varje kvartal och bedömde att effekten skulle bli mindre än 1,2 miljoner dollar per kvartal och ackumulerat. Vi ansåg att förändringen var att föredra med hänvisning till de allmänna redovisningsprinciperna i USA eftersom den bland annat underlättar bokföringsarbetet, väsentligt förbättrar vår förmåga att erbjuda kostnadseffektiva fulfillment-tjänster till andra företag som en del av vårt serviceutbud och leder till ökad överensstämmelse med andra företag i branschen.

Bruttovinsten uppgick år 2002 till 993 miljoner dollar, år 2001 till 799 miljoner dollar och år 2000 till 656 miljoner dollar, det vill säga en ökning på 24 och 22 procent åren 2002 och 2001. Bruttovinsten uppgick år 2002 till 25 %, år 2001 till 26 % och år 2000 till 24 %. Bruttovinstökningen under år 2002 består i huvudsak av ökat antal sålda enheter (inklusive ökad varuförsäljning via Amazon Marketplace), förbättrad transport och lagerhållning samt förbättrad produktförsörjning, vilket uppvägs av rabatterade priser på böcker och elektronik, vissa utgångna marknadsförings- och PR-avtal med höga marginaler samt våra erbjudanden om avgiftsfria eller rabatterade fraktavgifter. Bruttovinstökningen år 2001 kommer främst från förbättringar av lagerhantering och produktinköp och, i mindre utsträckning, från ökad försäljning genom Amazon Marketplace. Det totala bruttoresultatet fluktuerar på grund av ett antal faktorer, inklusive vår försäljningsmix under perioden (inklusive försäljning via Amazon Marketplace), konkurrenskraftiga prissättningsbeslut och generella ansträngningar att fortsättningsvis sänka priserna för våra kunder och även omfattningen av våra avgiftsfria och rabatterade fraktavgifter.

### **3. ANALYS AV SPRÅKET I EN ÅRSBERÄTTELSE**

Analysen av Amazon.com:s årsrapport följer i stort den analysmodell som beskrivs i Hellspong & Ledin (1997) men har även tagit intryck av den stilanalys som beskrivs i Melin & Lange (2000).

#### **3.1 Det ekonomiska språkets kulturella kontext**

Amazon.com:s årsrapport är publicerad av företaget självt i februari år 2003. Författaren eller snarare författarna till texten är okända. Årsrapporten som sådan faller under rubriken ekonomisk facktext. Ekonomisk facktext, eller teknolekt, är dock ett samlingsbegrepp som inte specifikt hänför sig till språket inom redovisning och årsrapporter utan även täcker områden som marknadsföring och nationalekonomi. Förvånansvärt nog är det svårt att hitta bra material som är speciellt inriktat på redovisningsspråket.

##### ***3.1.1 Målspråkets allmänna egenskaper***

Det finns ingen officiell språkpolitik för det ekonomiska fackspråket i Sverige, vilket kan jämföras med till exempel medicinskt fackspråk. Detta kan dels bero på att det ekonomiska fackspråket är relativt ungt och dels på att språket expanderat snabbt och tagit influenser från många olika områden. Det svenska ekonomiska fackspråket påverkas dessutom i väldigt hög grad av engelskan. Ett annat karakteristiskt drag för det ekonomiska fackspråket är dess vaga termdefinitioner, det vill säga samma ord kan ha helt skilda betydelser beroende på i vilket sammanhang det används. Till och med fackområdets egna användare uppvisar osäkerhet och inkonsekvens i sin användning av språket (Laurén & Nordman, 1987:154 ff).

Det ekonomiska fackspråket har därtill en mycket bred populär utbredning och används dagligen av både lekmän och fackmän. Man kan därmed säga att språket egentligen utgörs av dels ett ekonomiskt fackspråk och dels ett

ekonomiskt allmänspråk. Övergången är dock inte alltid helt entydig, vilket ses tydligt i till exempel en årsrapport som använder sig av båda formerna beroende på vilken del av rapporten som läses (Laurén & Nordman, 1998, kapitel 4.4).

### 3.1.2 Källtextens allmänna egenskaper

En allmän karakterisering av Amazon.com:s årsrapport ger vid handen att det rör sig om en officiell, saklig och opersonlig text. Stilen är koncentrerad och komplicerad. Det rör sig om en ekonomiskt fackspråklig text och syftet med texten är att förmedla relevant information på ett objektivet sätt. Nedanstående analys är baserad på följande preliminära konstateranden:

- Texten har informativ karaktär
- Texten har en hög termfrekvens
- Texten har en hög abstraktionsnivå
- Texten har en hög grad av komplexitet

Dessutom antar jag att texten har följande P-matris

Skribent	Skribentsyfte(n)	Läsare
Läsarsyften		
informatör	direkt informativ	informerad
		frivillig
		allmänhet
kunskapssökning		

Melin & Lange (2000:23) använder sig av en dylik matris för att på ett enkelt sätt åskådliggöra de kunskaper som finns om texten, det vill säga skribentens avsikter och läsarens förväntningar. Matrisen gör det lättare att bedöma om en text är ändamålsenlig eller inte. P:et står för produktion. Värdena för de olika faktorerna är utvalda enligt en relativ abstraktionsnivå och kan vara exempelvis följande:

Skribenten beskrivs som expert, informatör underhållare eller myndighet

Skribentsyftet kan vara informativt, explikativt, direktivt eller expressivt

Läsaren beskrivs som allmänheten, expert, anställd eller berörd person

Läsarsyftet kan vara tvång-frivillighet eller användning-kunskapssökning

P-mattisen ger en generell, spontan karakterisering av texten. Mattisen klassificerar texten i en viss genre, exempelvis sakprosa gentemot fiktion eller populär gentemot vetenskaplig, och förser den med en specifik språklig utformning, exempelvis abstrakt gentemot konkret eller formell gentemot informell, och förenklar därmed det fortsatta analysarbetet.

### 3. 2 Textens textuella nivå

Käll- och måltextens indelning i avsnitt och stycken är i stort identiska med varandra. Båda texterna består av 15 sidor fördelat på 16 avsnitt och 35 stycken. Den engelska texten är dock marginellt längre, 412 rader jämfört med 406 rader eller 3636 ord jämfört med 3362. Storleken på avsnitten både i den svenska och den engelska versionen skiljer sig avsevärt, från det minsta stycket på två rader till det längsta stycket på 26 rader. Det bör dock påpekas att de två längsta styckena i texten består av punktuppställningar och därför blir styckena långa. Två stycken är 20 rader långa. 10 stycken är 7-8 rader långa.

Denna jämförelse visar också att översättningen är mycket trogen källtexten. Styckeindelningen följer genomgående den ursprungliga texten och några större förändringar har heller inte gjorts i språket eftersom ordantalet skiljer sig så pass lite.

### 3.3 Textens informativa karaktär

Årsrapporten är en utredning som beskriver företagets verksamhet i ord och siffror. Texten innehåller dels faktiska uppgifter om händelser som redan ägt rum och dels förutsägelser om händelser som väntas eller kan förväntas äga rum i framtiden.

Den utredande karaktären framträder på flera sätt, främst i form av adverb och konjunktioner vars syfte är att väga olika faktorer mot varandra: men (öt. 17:12, 23:11) och medan (öt. 19:21, 33:20). Samtidigt kan det konstateras att antalet konjunkter är mycket få.

Därutöver finns ord som markerar orsakssammanhang:

- tack vare och beroende på (öt. 25:7, 43:26)
- beroende av (öt. 29:4, 31:10, 39:22)
- på grund av (öt. 27:22, 31:2, 31:22, 35:5, 47:25)
- i jämförelse med (öt. 35:15, 43:26)

Det finns också en del tunga sammansatta prepositioner:

- till viss del (öt. 29:3)
- på förmånliga villkor (öt. 31:27)
- i samband med (öt. 35:4, 35:10, 37:2, 43:10)
- för närvarande (öt. 21:13, 21:19, 23:4)

Texten karakteriseras även av försiktighet och förutsägelser om framtiden, vilket anses karakteristiskt för utredningar, främst i valet av verb: *kan komma att* (öt. 31:21, 37:4, 41:19, 45:9) eller *kan plus infinitiv* som förutsägelse (öt. 11:4, 25:14, 27:1, 31:1/3/8/15/17/18/19, 35:5/29, 37:7/15, 39:13/14/15/17, 41:6/10/18/22) samt *förväntas* (öt. 45:14), *förutse* (öt. 31:4) och *värdera* (öt. 39:25). Bland adverb som uttrycker försiktighet förekommer *förmodligen* (öt. 29:17) och *kanske* (öt. 31:8/20, 35:27/28, 37:6) samt *vanligen* (öt. 23:11, 33:20).

I övrigt dominerar de sammanbindande satsadverbialen, vars syfte är att föra texten vidare eller att göra tillägg: *dessutom* (öt. 11:24, 15:19, 19:22, 21:4/15, 35:8, 41:18), *därutöver* (öt. 15:20, 17:17), *därtill* (öt. 17:26, 23:7), *inklusive* (öt. 17:22, 19:17, 23:2/13, 25:16/19, 39:1/4, 47:18/26), *ytterligare* (öt. 21:12, 25:26) och *exempelvis* (öt. 13:20, 17:24, 27:18, 31:23, 41:21).

Här kan även nämnas att adjektiv förekommer mycket sparsamt i texten. Bland de adjektiv som förekommer finns nya, unika, goda och framgångsrika.

### 3.4 Textens syntaktiska nivå

En text kan vara svårläst på olika nivåer: innehåll, meningsstruktur eller språk. Den kan vara svår på alla tre nivåer samtidigt eller på två eller bara en av dem. Ofta är innehållet och språket svårt men inte strukturen.

#### 3.4.1 *Textens LIX-värde*

Svår är givetvis ett relativt och vagt begrepp. Det som är svårt för en lekman inom ett område är förhållandevis lätt för en fackman inom samma område. Men om man syftar på en normalläsare kan man analysera en text rent konkret genom att räkna ut textens språkliga svårighetsnivå, dess läsbarhetsindex (LIX). Metoden går ut på att man räknar alla ord, alla meningar och de långa orden (minst sju bokstäver) i texten. När man lägger ihop meningslängden (antalet ord ÷ antalet meningar) med procentsatsen långa ord per mening (antalet långa ord ÷ totala antalet ord) får man textens LIX-värde. Ett lågt tal (tjugo) innebär att texten är lätt och ett högt tal att texten är svår.

Amazon.com-texten är komplicerad på ett innehållsligt plan. Den består av långa meningar och ett stort antal långa ord och helheten blir ofta svårfattlig, inte minst p.g.a. termernas mångtydighet och abstrakta natur. Texten är komplicerad även på ett språkligt plan vilket märks i textens LIX-värde. De långa orden består av nominaliseringar och ett stort antal framförställda attribut som inte enbart gör texten mer abstrakt utan också mer komplicerad.

Amazon.com:s årsberättelse har ett LIX-värde på 56,79. LIX-värdet beräknades genom att manuellt räkna ihop antalet långa ord och meningslängden, textens totala ordantal beräknades via word-programmet. Rubriker och punktuppställningar är inte inberäknade i LIX-värdet.



### 3.4.2 *Textens meningsstruktur*

Om man enbart tittar på antalet ord per mening är genomsnittslängden på meningar i Amazon.com:s årsberättelse mycket hög, 25,8 ord per mening. Detta kan jämföras med det testresultat som presenteras av Nordman (1992:32) där det ekonomiska fackmaterialet hade ett genomsnitt på 16,6 ord/mening jämfört med det juridiska materialet på 21,5 ord/mening. Amazon.com:s årsberättelse är alltså en komplicerad och mycket ordrik text.

Meningsstrukturen är dock viktigare för textens läsbarhet än meningslängden. Meningsstrukturen i svenska facktexter varierar stort mellan fackområden men även inom fackområdena själva. Om man tittar främst på ekonomiska och juridiska texter ser man enligt Nordman (1992:34,35) följande preferenser:

- ensamstående huvudsats är den vanligaste meningstypen
- huvudsats följd av bisats med underordnad bisats är den näst vanligaste meningstypen
- bisats huvudsats bisats är vanligt förekommande

Bisatserna kommer i svenska facktexter vanligen efter huvudsatsen. Detta hindrar givetvis inte att vissa texter använder ovanligt många inledande bisatser eller att bisatsinskott ibland är frekventa. Läsbarhetstest har visat att både bisatsinskott och inledande bisatser gör läsningen långsammare.

Relativa bisatser brukar räknas som de mest frekventa bisatstyperna i svenska texter. Andra vanliga bisatser är att-satser och temporala bisatser.

Meningsstrukturen i Amazon.com:s årsberättelse bekräftar endast delvis Nordmans resultat. Den övervägande andelen meningar, drygt 55 %, består visserligen av ensamstående huvudsatser men där slutar likheterna. Nästa stora grupp, drygt 24 %, är nämligen huvudsatser följt av bisatser, en grupp som Nordman inte alls kommenterar i sin analys. Tabell 1 på nästa sida visar den exakta fördelningen av huvudsatser och bisatser i Amazon.com-texten.

Tabell 1. Meningsstrukturen		
	Antal	
	meningar	%
Huvudsatser	91	55,3
Huvudsats + huvudsats	8	4,8
Huvudsats + bisats	40	24,2
Huvudsats + bisats + bisats	6	3,6
Inskott	16	9,7
Bisats + huvudsats	4	2,4
<b>Totalt</b>	<b>165</b>	<b>100%</b>

Endast knappa 4 % av meningarna har konstruktionen huvudsats följt av bisats och underordnad bisats vilket enligt Nordmans analys är vanligt förekommande i ekonomiska facktexter. Slutligen förekommer det 16 bisatsinscott, varav tre fall med konstruktionen HS + I + BS, och ett fall med bisatsinscott inom parentes.

Tabell 2 visar fördelningen av bisatser. Här följer språket i Amazon.com:s årsberättelse gängse bruk för fackspråkliga texter.

Tabell 2. Fördelningen av bisatser		
	Antal	%
<i>Relativa bisatser</i>		
Som	44	55,7
Där	4	5,1
Vilken, vilket, vilka	11	13,9
När	2	2,5
<i>Totalt</i>	<u>61</u>	<u>77,2</u>
<i>Nominala bisatser</i>		
Att / så att / för att	9	11,4
Hur	1	1,3
<i>Totalt</i>	<u>10</u>	<u>12,7</u>
<i>Övriga bisatser</i>		
Orsak: eftersom	2	2,5
Villkor: om / även om / Så vida	4	5,1
Tid: medan	2	2,5
<i>Totalt</i>	<u>8</u>	<u>10,1</u>
<b>Totalt</b>	<b>79</b>	<b>100%</b>

De relativa bisatserna dominerar stort med dryga 77 %. I de fyra fall då bisatsen var placerad före huvudsatsen var det fråga om villkorsbisatser (om/även om/eftersom).

Amazon.com:s årsberättelse består alltså av långa meningar och av många bisatser. Även om meningsstrukturen följer det konventionella mönstret i svensk facktext bestående av främst ensamstående huvudsatser eller huvudsatser följt av bisatser så innebär det stora antalet bisatser, knappt 49 %, att den språkliga strukturen är komplicerad.

Om man jämför med källtexten förekommer en del omskrivningar framförallt i ordföljden. Se följande exempel:

*For instance, a product may be offered by us, by a participant in our Merchants@ program and by a business or individual selling a new, used or collectible version of the product through Amazon Marketplace, zShops or Auctions. (kt. 12:18)*

På Amazon Marketplace, zShops eller Auctions kan en produkt till exempel erbjudas av oss, av en deltagare i programmet Merchants@ eller av ett företag eller en privatperson som vill sälja en ny eller en begagnad produkt eller ett samlarobjekt. (öt. 13:19)

*We have implemented numerous Web-site management, search, customer interaction, recommendation, transaction-processing and fulfillment services and systems using a combination of our own proprietary technologies and commercially available, licensed technologies. (kt. 22:20)*

Vi har infört talrika tjänster och system för underhåll av hemsidor, sökfunktioner, kundinteraktion, rekommendationer, transaktionshantering samt fulfillment med hjälp av både vår egen teknik och kommersiellt tillgänglig teknik på licens. (öt. 23:19)

*We regard our trademarks, service marks, copyrights, patents, domain names, trade dress, trade secrets, proprietary technologies and similar intellectual property as critical to our success, and we rely on trademark, copyright and patent law, trade-secret protection and confidentiality and/or license agreements with our employees, customers, partners and others to protect our proprietary rights. (kt. 26:5)*

Vi anser att våra varumärken, servicemärken, upphovsrätter, patent, domännamn, vår så kallade trade dress eller produktens helhetsintryck, våra affärshemligheter, egna tekniker och immateriella rättigheter är av yttersta vikt för vår framgång. När det gäller skydd av äganderätt förlitar vi oss på lagstiftning om varumärken, upphovsrätten och patent, skydd av affärshemligheter och tystnadsplikt och/eller licensavtal med våra anställda, kunder, partners och andra. (öt. 27:5)

*Accordingly, if the U.S. Dollar strengthens compared to the Euro, cash equivalents and marketable securities balances, when translated, may be materially less than expected and vice versa. (kt. 34:14)*

Om den amerikanska dollarn stärks i jämförelse med euron kommer följaktligen saldot för de andra likvida medlen och de säljbara värdepappren vid en omräkning att bli betydligt lägre än väntat och vice versa. (öt. 35:15)

Här är det oftast fråga om omplacering av adverbialen (se även öt. 19:10, 21:19, 33:18) men det förekommer även verbkonstruktioner som bytts ut mot particip (öt. 13:14), ing-former mot prepositionsuttryck för att undvika –ande, -ende-

konstruktioner (öt. 23:23). I två fall har måltextern förbättrats eller förenklats genom att komplicerade meningsstrukturer delas upp i två enklare meningar på sidorna 25 (r. 10) och 27 (r. 5).

I övrigt är det vanligt att i den svenska texten inleda med rumsadverbial: *via våra program kan vilka företag* (öt. 11:17), *i marknadsföringen satsar vi* (öt. 19:11) eller tidsadverbial *i början av år 2001 organiserade vi* (öt. 15:2), *för närvarande har vi* (öt. 21:13).

### 3. 5 Textens termfrekvens

En viktig del av varje facktext är som tidigare sagts terminologin. En term kan definieras som ett ord för ett väldefinierat begrepp inom ett fackområde. Detta innebär att både vanliga ord och mindre vanliga ord kan vara termer under förutsättning att de används i sin fackbetydelse. Vad som är en term avgörs alltså av författarens syften, det vill säga om ordet används i egenskap av sin fackspråkliga betydelse eller i överförd betydelse. Ohlin (1976:44) illustrerar den terminologiska oklarheten inom det ekonomiska språket genom att citera Humpty Dumpty i *Alice i Underlandet* ”När jag använder ett ord betyder det precis vad jag vill att det skall betyda.”

Termens huvudsakliga uppgift är likväl att göra texten smidigare. Det är lättare att koppla två termer till varandra än två långa fraser. En text med stor termfrekvens innebär också större komplexitet eftersom termer kan innehålla kunskap som går läsaren förbi. Det kan vara lätt att förstå vad en term betyder i princip men dess faktiska betydelse kräver ofta specialkunskaper som inte kommer fram i omskrivningar. Ett ytterligare skäl till varför termen har så stor betydelse i facktexter är att den ger ett professionellt intryck. Termlösa omskrivningar ger ett lekmannamässigt, oinsatt intryck. Den professionella texten kräver dock ett professionellt språk.

Denna text har en termfrekvens på 14,38 %. Den beräkningen bygger på att antalet termer (601) dividerats med antalet löpord (4179). Flerordstermer har

räknats som separata ord. Detta är i själva verket inte så högt för en facktext, som vanligen ligger kring 20 % termer, utan kan snarare jämföras med en tidningstext som brukar ligga på 10 % termer (Melin & Lange, 2000:86). Att termfrekvensen inte är högre kan delvis förklaras med att årsberättelser generellt är ämnade för *en informerad allmänhet*, vilket framgick av P-matrisen, och inte enbart experter. Språket är komplicerat men ett av skrivkriterierna är alltså att texten har en stor läsekrets och därmed bör vara så läsbarvänlig som möjlig. Man bör heller inte glömma att årsberättelser även har en viss marknadsföringsfunktion och ibland kan utgöra kundens/läsarens första inblick i företaget. Det är då givetvis viktigt att språket inte är avskräckande utan stimulerar till vidare intresse för företaget.

Själva indelningen i termer och icke-termer är inte självklar. Första sorteringen inkluderade specifika – självklara – företagsekonomiska termer, som exempelvis *årsredovisning, nettoomsättning, fullfillment, intäkter och kostnader* eller *konvertibla förlagsbevis*. Svårare var det vid den andra sorteringen när det gällde att även få med de mer abstrakta termerna, det vill säga vanliga termer med annan innebörd än de har till vardags. Detta var i många fall sammansatta ord som exempelvis *den framtidsinriktade informationen, kundorienterade företag, företag eller privatpersoner* och även ord som *rörelsegren/bransch* samt *förbindelser* och *förväntningar/uppskattningar*. Här är det alltså fråga om vanliga lekmanord som dock används på ett mycket specifikt sätt i just ekonomiska texter.

### 3.6 Textens abstraktionsnivå

Abstraktionsnivån i en text kan mätas i antalet ord i texten med ett stort betydelseomfång men litet betydelsedjup. Sådana ord är till exempel *affärsutvecklingsaktiviteter* (öt. 19:14), *säljfrämjande åtgärder* (öt. 19:15) och *försvagad tillväxt* (öt. 31:15). Vad betyder egentligen följande uttryck:

- *forward-looking statements based on expectations* (kt. 10:4)  
framtidssinriktad information som är baserad på förväntningar (öt. 11:3)
- *Our marketing strategy is designed to strengthen and broaden the Amazon.com brand name* (kt. 18:7)  
Vår marknadsföringsstrategi är utformad i syfte att förstärka eller utvidga Amazon.com:s varumärken (öt. 19:7)
- *general economic and business conditions* (kt. 30:12)  
allmänna ekonomiska förhållanden och generella affärsvillkor (öt. 31:12)
- *to enter into, maintain, renew and amend on favourable terms our strategic alliances* (kt. 30:25)  
inleda, upprätthålla, förnya, revidera och på förmånliga villkor förbättra våra strategiska allianser (öt. 31:26)

Att en text är abstrakt innebär ofta att den är svårläst. Läsaren måste förstå vidden av ordens innehållsliga betydelse och samtidigt kunna konkretisera ord som används på ett abstrakt sätt men som i en ekonomisk text har en egen specifik betydelse.

Abstraktionsnivån kan också definieras som att man utesluter detaljer för att göra texten allmännare, vilket kan åstadkommas med hjälp av vissa syntaktiska egenskaper, till exempel passiveringar utan agent, nominaliseringar och particip samt även bruket av sammansatta ord. Amazon.com:s årsrapport använder den här typen av transformationer i stor utsträckning:

#### a) Passiver

erbjuds, bildades, ombildades, börsnoterades, upptas (öt. 13:2/5/6/7/7), säljs (öt. 23:16), sköts, påverkas (öt. 23:7/10), påverkas (öt. 31:12), införs (öt. 33:2), påverkas, omräknas, bokförs, stärks (öt. 35:2/4/12/15), utvecklas (öt. 37:14), betraktas (öt. 41:2)

## b) Nominaliseringar

- den framtidsinriktade informationen (*forward-looking statements*) (öt. 11:5)
- i början av (*beginning in*) (öt. 15:2)
- i marknadsföringen satsar vi först och främst (*our best marketing efforts*) (öt. 19:11)
- gemensamma reklamarrangemang (*cooperative advertising arrangements*) (öt. 19:18)
- anläggningar med en yta om (*facilities totalling*) (öt. 23:4)
- mottagning, kontroll och debitering (*the process of accepting, authorizing and charging*) (öt. 25:8)
- föränderliga omständigheter (*changing conditions*) (öt. 25:24)

## c) Particip

utformade (öt. 13:16), länkade (öt. 19:20), specialiserade, utvecklad (öt. 23:23/24), kvalificerad, fortsatta, kvalificerad (öt. 29:1/4/4), fortsatt, minskad, förändrade, försvagad, väpnade (öt. 31:10/13/14/15/16), planerade, nuvarande, fortsatt (öt. 35:19/24/26), begränsad, förändrade (öt. 37:11/25/26), tillkommande, avgående, aktiebaserade, bunden, bundna (öt. 39:3/3/21/23/25).

## d) Sammansatta ord

framtidsinriktad, kundorienterad, rörelsegren, nettoomsättning, produktkategorier, handelsavtal affärsutvecklingsaktiviteter, underleverantör, märkeskänedom, fraktalternativ, upphovsrättsmaterial, tillväxttakt, verksamhetshistoria, valutakursrörelser, omsättningskatt (där engelskan består av två eller flera separata ord). Språket används på detta sätt i syfte att komprimera information för att få med det väsentliga men på ett kortfattat sätt, inte minst eftersom författaren riktar sig mot initerade läsare som vet vad som utelämnats och därmed slipper besväras med självklara fakta.



### 3.7 Sammanfattning

Med facit, det vill säga resultatet av den stilistiska analysen i hand, kan man rita en textkompass (se bild 1 nedan) enligt Melin & Lange (2000:38), som ger en enhetlig bild av språket i en årsberättelse.

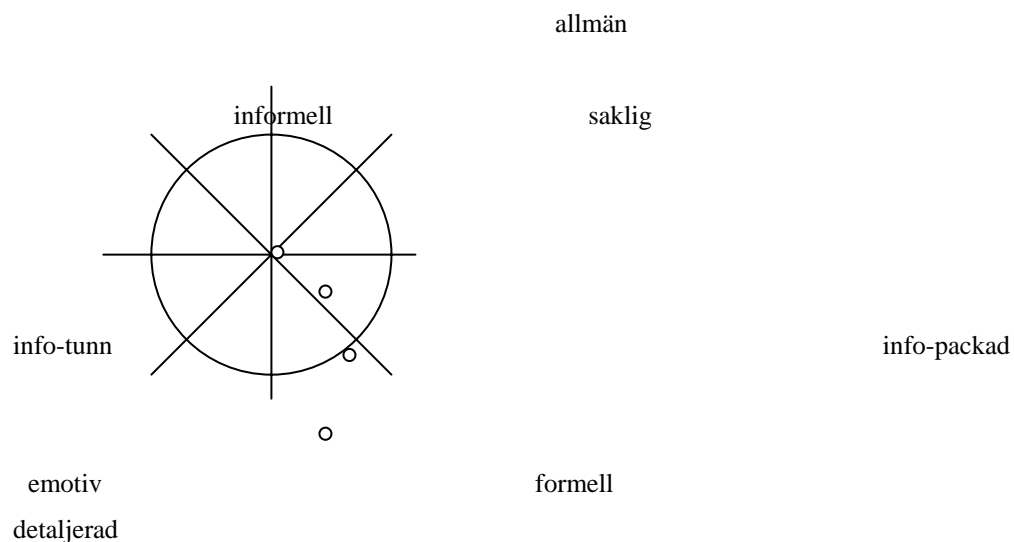


Bild 1. Årsberättelsens textkompass

Amazon.com karakteriseras framförallt av en saklig stil. Texten följer genren för årsberättelser som är saklig och torr i stilen. Det finns nästan inga emotiva drag alls, ingen lättsamhet eller andra metaforiska språkdrag, vilket ofta förekommer i till exempel ekonomiska tidningsartiklar. Det enda avvikande skulle i så fall vara bruket av det personliga pronominet "vi" som förekommer på 66 ställen i texten.

De formella dragen är givetvis många (hög komplexitet, hög abstraktionsnivå, högt LIX-värde, hög termfrekvens) vilket passar väl in på det ekonomiska fackspråket. Värt att notera är dock att fackspråkets komplexitet eller dess karaktärsdrag inte enbart bör jämföras med en hög termfrekvens, vilket är lätt gjort vid en ytlig analys. Det typiska för facktexter är nämligen helheten eller kombinationen av egenskaper, det vill säga inte enbart det faktum att texten är fylld av strikt företagsekonomiska termer utan också att frekvensen av abstrakta ord är så hög, och inte enbart att texten består av långa meningar

och långa ord utan även kombinationen av bisatser och satsförkortningar samt sammansatta ord. Det är summan av alla dessa drag som ger facktexten dess specifika drag och inte ett enskilt drag i sig.

Att texten riktar sig till en initierad läsekrets ses tydligt i användningen av det abstrakta språket och alla facktermerna. Däremot är texten inte speciellt detaljerad, utan har en allmän, informativ karaktär. Läsaren ges en snabb överblick i form av generella yttranden men ingen djupgående analys, ej heller några exakta formuleringar, förutom naturligtvis de stycken som specifikt återger sifferuppgifter. Den allmänna karaktären märks även i användningen av passiver och participer.

Slutligen är texten informationspackad. Detta märks av att all information i texten återges så kortfattat som möjligt i form av participer och satsförkortningar. Texten innehåller mycket få adjektiver samt andra former av omskrivningar eller utbroderingar. Innehållsmässigt upprepar sig texten ibland under olika rubriker men i övrigt följer texten modellen för hur en årsberättelse bör se ut.

Dessutom kan det kort konstateras att källtexten, och därmed även måltexten, i stor utsträckning skiljer sig från andra svenska årsberättelser när det gäller layout. Källtexten är strikt författad och utformad utan varken stilistiska eller typografiska stilgrepp. Svenska årsberättelser däremot kännetecknas ofta av lättsamhet och kreativitet i layouten, i både färg och bild. Typsnitt och teckenstorlek används frikostigt vilket ger texten ett överskådligt intryck samtidigt som själva årsberättelsen blir mer säljande. Läsningen blir onekligen roligare, men frågan är om det blir mer proffsigt.

### 3. 8 Problem och svårigheter vid översättningen

Vad bör man tänka på när man ska översätta en ekonomisk text eller en årsrapport från engelska till svenska? Vilka lingvistiska språkdrag bör man vara speciellt uppmärksam på och vilka bör man akta sig för? Finns det några generella råd eller anvisningar som man kan eller till och med bör gå igenom innan man inleder översättningsarbetet?

När jag översatte Amazon.com:s årsrapport följde jag gamla invanda arbetsrutiner. Jag granskade källtexten, markerade svåra ord och uttryck samt antecknade spontana reaktioner. Därefter arbetade jag snabbt och effektivt fram en första intuitiv svensk version av den engelska källtexten. Så långt gick arbetet smidigt. Men vid eftergranskningen började det tuffa arbetet med att omforma denna första version till en *sista* version skriven på korrekt och idiomatisk svenska. Dels handlade det om ta ställning till lexikaliska frågor och problem och dels om att göra syntaktiska och stilistiska val och omdömen.

Vid arbetet med den slutgiltiga versionen kunde jag kartlägga ett antal problemområden och vissa specifika svårigheter som krävde större kreativitet och kunskap från min sida.

#### 3.8.1 *Engelskans påverkan på målspråket*

Lånord utövar ett starkt tryck på översättaren och ställer hans/hennes omdömesförmåga på prov (Ingo, 1991:26). Översättaren kan lockas att välja det lättaste alternativet, det vill säga det svenska ord eller uttryck som mest liknar det engelska ordet eller uttrycket. I många fall är dock det valet inte det bästa.

I andra fall är de engelska orden och uttrycken problematiska att översätta till svenska beroende på att de helt enkelt inte existerar på svenska eller också beroende på att de redan används som lånord i målspråket. Termerna kan ha stelnat i språket i sin källspråkliga utformning till den grad att det kan vara svårt att försöka sig på en egen nyöversättning av dem. Det kan också visa sig att

källspråkets term enbart *omvandlats* till svenska, inte översatts, så att den nya termen blivit något av ett mellanting mellan de båda språken.

I Amazon.com:s årsberättelse finner man båda varianterna. Det finns dels ord, som jag valt att inte alls översätta, inte minst för att undvika förvirring bland läsarna som torde vara väl insatta i den ursprungliga, engelska termens betydelse men som i värsta fall kanske överhuvudtaget inte skulle förstå min svenska översättning och dels direkta översättningar från engelskan. Dessutom förekommer många fall – fallgropar – då omskrivningar varit nödvändiga just i syfte att undvika *svengelska*, i detta fall engelskans påverkan på målspråket.

a) Bibehållna engelska ord/uttryck

online – på nätet (öt. 11:11); on-line (öt. 17:24)

fulfillment – fulfillment (kundservice) (öt. 17:14)

off-site – off-site (öt. 23:4)

trade dress – trade dress eller produktens helhetsintryck (öt. 27:6)

b) Direkt översättning av engelska ord/uttryck

the world wide web – webben (öt. 11:9)

Internet regulation - regleringen av Internet (öt. 37:27)

capital structure - kapitalstruktur (öt. 39:1)

trade secrets – affärshemligheter (öt. 27:7)

trade secret protection – skydd av affärshemligheter (öt. 27:9)

jurisdictions – jurisdiktioner (öt. 41:18)

personalization – personalisering (öt. 43:14)

c) Omskrivning av engelska ord/uttryck

Nedan ges exempel på fall där frestelsen att använda första bästa svenska ord var stor. När det finns fullgoda svenska ord som exakt påminner om det engelska är det lätt hänt att man väljer det ordet, men i många fall är det inte det bästa och i vissa fall kan översättningen bli helt fel (alternativa direkta översättningar i kursiv stil).

To list – saluför (öt. 11:12) / Listed – upptas (öt. 13:7) *lista*

Common stock – aktie (öt. 37:15) *stamaktie*  
Indicate – anger (öt. 13:12) *indikera*  
Amounts earned – intäkter (öt. 15:13) *intjänade summor*  
Operating segment – rörelsegren (öt. 15:1) – verksamhetsområde (öt. 43:20)  
*operationssegment*  
Supplementary data – kompletterande upplysningar (öt. 15:5)  
*extra/supplementär information*  
e-mail – e-post (öt. 19:17) *mejl*  
facilities – anläggningar (öt. 21:19) *facilitet/inrättning*  
technology – teknik (öt. 23:18) *teknologi*  
applications – program (öt. 23:24) *applikationer*  
inventory – varor (öt. 25:3), lagret (öt. 33:1) *inventarie*  
proprietary technologies – egna tekniker (öt. 27:7) *ägda tekniker*  
intellectual property – immateriella rättigheter (öt. 27:4) *intellektuell egendom*  
independent contractors – kontraktsanställd personal (öt. 27:23)  
*självständiga/oberoende leverantörer*  
employee service term – anställningstid (öt. 41:3) *den anställdes*  
*tjänstgöringstid*  
user privacy – användarnas integritet (öt. 41:12) *användarnas privatliv*  
sales and other taxes – omsättningsskatter och andra skatter (öt. 41:16)  
*försäljningsskatter och övriga skatter*

Andra problem var orden ”outsource” (kt. 20:26) och ”stock awards” (kt. 38:15). En granskning på Internet visar att ordet ”outsourca” förekommer i var och varannan svensk text men man kan ändå fundera över om det inte finns någon svensk motsvarighet som är lika bra. Jag använder ”lägga ut” i min översättning.

Betydligt svårare var det med ”stock awards” för det uttrycket verkar inte existera på svenska. Det var till och med svårt att hitta experter som överhuvudtaget kände till uttrycket. Det visar sig att denna form av

aktiebelöning förekommer i USA men har egentligen inte haft någon större genomslagskraft i Sverige. Begreppet förekom i vissa företag även här för några år sedan men försvann snabbt. I översättningen försökte jag med allt från aktieoptioner till bonusaktier men valde till slut ”aktieprogram” och lade till en förklarande fotnot. Översättare avråds egentligen från att använda fotnoter men i detta fall tycker jag att det är motiverat med ett förtydligande, eftersom ”aktieprogram” är ett så vagt uttryck jämfört med källtextens mer exakta formulering.

Ett sista exempel på en fallgrop finner vi i verkställande direktörens brev som citeras i inledningen. Han skriver ”we trade real estate for technology” vilket jag ville översätta med ”vi byter fastigheter mot teknik”. Det skulle vara den direkta översättningen men det är ändå inte den korrekta. I slutversionen översätter jag istället meningen med ”vi ersätter fastigheter med teknik” och då tror jag att det som direktören faktiskt försöker säga också uttrycks i den svenska texten.

Generellt kan man konstatera att jag som översättare in i det sista vill undvika att använda engelska ord och uttryck. Endast i fyra fall behålls det engelska ordet. I sju fall förekommer direkta översättningar, även om man när det gäller ord som till exempel ”webb” kan undra över att det inte finns någon svensk motsvarighet. Svårt är det även med ord som ”personalisering”. Jag försökte med ”användarprofil” men ”personalisering” är ett vedertaget uttryck i svenskan och då är det ordet givetvis att föredra framför en omskrivning som istället kan verka förvirrande.

### **3.8.2      *Svensk och engelsk kommatering***

Det säger sig självt att översättaren bör ha bättre språkkunskaper än genomsnittet. Man kan till och med kräva att översättaren för målspråkets del har en utmärkt behärskning av språkets struktur – förutom en säker stilkänsla och en kreativ språkförmåga. En i övrigt felfri översättning upplevs som

misslyckad om syntaxen eller kommateringen inte följer målspråkets regler (Ingo, 1991:26).

När det gäller just kommatering skiljer sig svenskan och engelskan i rätt stor utsträckning. Och det är lätt för översättaren att strikt följa källspråkets användning av exempelvis kommatecken, tankstreck och semikolon. I Amazon.com:s årsberättelse förekommer semikolon frikostigt – och i råöversättningen följde jag oberört källtextens exempel. Men detta är givetvis inte speciellt svenskt. Så här skriver Svenska skrivregler:

Semikolon kan användas när man tycker att punkt är för starkt avskiljande och komma för svagt. Det kan användas mellan satser – normalt huvudsatser – som har ett nära samband med varandra. Semikolon skall inte användas i stället för kolon före uppräknig, exemplifiering, förklaring och dylikt.

I den engelska versionen används semikolon specifikt i samband med uppräknig och exemplifiering (kt. 21) och vid punktuppställningar (kt. 31, 37). Här har jag försvenskat genom att använda parenteser i samband med ren uppräknig eller genom att helt enkelt radera tecknen vid punktuppställningar, där det inte behövs några semikolon i svenskan.

En annan aspekt som skiljer är användningen av indrag. I källtexten används indrag i varje nytt stycke medan det i svenskan är brukligt att inte använda indrag i första stycket efter rubrik. Jag har konsekvent behållit indragen i källtexten men följt svenskans stilregler i måltextern.

### **3.8.3      *Översättning av engelskans ing-form***

Engelskans ing-form används för att uttrycka att något pågår just nu (be+ ing-form eller Present Continuous) men även för att uttrycka vana eller upprepade händelser samt för att uttrycka omedelbar framtid. Men formen existerar som bekant inte i svenskan utan ställer ständigt till problem för översättare och

övriga skribenter. Jag har studerat de meningar där ing-formen förekommer i källtexten, i form av Present Continuous men även ing-formen som följs av preposition samt ing-formen som satsförkortning, och jämfört dem med de svenska översättningarna för att se om det finns några typiska sätt att översätta ing-formen till svenska. Genomgången av materialet visar att ing-formen förekommer på 17 olika ställen i texten. Det vanligaste är att ing-formen nominaliserats, det näst vanligaste är att meningen skrivits om med en bisats. Därefter följer konstruktioner med perfekt particip och prepositioner, se exempel nedan:

### 1. Nominaliseringar

*Beginning in 2001, we organized* (kt. 14:2)

I början av år 2001 organiserade vi (öt. 15:2)

*our best marketing efforts are focused on improving the customer experience* (kt. 18:11)

i marknadsföringen satsar vi först och främst på att förbättra kundens köpupplevelse (öt. 19:11)

*we currently lease six off-site facilities totalling approximately 1.1 million square feet of space* (kt. 22:4)

utöver detta leasar vi för närvarande sex off-site anläggningar med en yta om totalt 1,1 miljoner kvadratfot (öt. 23:3)

*These applications also manage the process of accepting, authorizing and charging customer credit cards.* (kt. 24:7)

Systemen sköter även mottagning, kontroll och debitering på kundernas kreditkort. (öt. 25:7)

*ability to adapt to changing conditions* (kt. 24:24)

förmåga att anpassa sig till föränderliga omständigheter (öt. 25:24)



## 2. Bisatser

*a business or individual selling a new, used or collectible version* (kt.12:19)

ett företag eller en privatperson som vill sälja nya eller begagnade produkter eller samlarobjekt (öt. 13:21)

*revenues from stores offering these products* (kt. 14:14)

intäkter från andra företag som sålt produkter (öt. 15:14)

*we have customer service cosourcing arrangements with certain vendors in India* (kt. 20:16)

dessutom anlitar vi tillsammans med vissa återsäljare en gemensam underleverantör för vår kundtjänst i Indien (öt. 21:15)

*Our current strategy is to focus our development efforts on creating and enhancing the specialized, proprietary software that is unique to our business.*  
(kt. 22:23)

Vår strategi idag är att koncentrera vårt utvecklingsarbete på att skapa och förbättra egna specialiserade program, som är unika i branschen. (öt. 23:22)

*We use a set of applications for accepting and validating customers orders, placing and tracking orders with suppliers, managing and assigning inventory to customer orders and ensuring proper shipment of products to customers.* (kt. 24:1)

Vi använder oss av en uppsättning program som tar emot och bekräftar kundbeställningar, lägger ut och följer beställningar hos leverantörer, hanterar och tar fram varor till kundbeställningarna samt ser till att de rätta produkterna skickas ut till kund. (öt. 25:1)

*We have a relatively short operating history and, as an e-commerce company, we have a rapidly evolving and unpredictable business model.*  
(kt. 36:12)

Vi har en relativt kort verksamhetshistoria och som e-handelsföretag har vi en affärsmodell som utvecklas snabbt och är oberäknelig. (öt. 37:12)

*We are subject to general business regulations and laws, as well as regulations and laws specifically governing the Internet and e-commerce.*  
(kt. 40:7)

Vi lyder under allmänna affärsbestämmelser och lagar likväl som regleringar och lagar som är speciellt inriktade på Internet och e-handel.  
(öt. 41:7)

### 3. Perfekt particip

*forward-looking statements* (kt. 10:6 )  
framtidsinriktad information (öt. 11: 5)

*A softening of demand, whether caused by changes in consumer preferences or a weakening of the U.S. or global economies, may result in decreased revenue or growth.* (kt. 30:12)

En minskad efterfrågan, vare sig den beror på konsumenternas förändrade vanor eller på en försvagad amerikansk eller global ekonomi, kan leda till mindre intäkter eller försvagad tillväxt. (öt. 31:13)

### 4. Prepositionsuttryck

*News and securities analyst reports and speculation relating to new and existing commercial agreements, general business or Internet trends or our existing or future products or services.* (kt. 38:7)

Nyheter och rapporter från värdepappersanalytiker samt spekulationer om nya och befintliga handelsavtal, allmänna affärs- eller Internet-trender eller våra nuvarande eller framtida produkter eller tjänster. (öt. 39:8)

## 5. Övrigt

*We currently have customer service personnel working in six customer service centers* (kt. 20:12)

För närvarande har vi personal på sex kundtjänster (utelämnande av ing-verb) (öt. 21:14)

*Government Regulation of the Internet and E-commerce Is Evolving and Unfavorable Changes Could Harm our Business* (kt. 40:5)

Den statliga regleringen av Internet och e-handel förändras och ogynnsamma förändringar kan skada vår verksamhet (verb, passivering) (öt. 41:5)

### 3. 9 Sammanfattande kommentar

Sammanfattningsvis kan man efter denna analys generellt hävda att språket i den ekonomiska facktexten är komplicerad och abstrakt samt att den karakteriseras av ett högt antal långa ord och specifika termer.

Mer specifikt kan man om källtexten är skriven på engelska hävda att översättaren bör ge akt på ordföljd, kommatering och ing-former. Placeringen av adverb skiljer sig mellan svenska och engelska på så sätt att engelskan föredrar att placera tidsadverb i slutet av en mening medan man i svenskan gärna börjar med tidsuttrycket. I övrigt är det i engelskan vanligare med satsförkortningar (engelskans ing-form) medan man i svenskan föredrar omskrivningar med bisats.

När det gäller kommatering består skillnaden främst i användningen av komma och semikolon. Här kan man generellt säga att både kommatecken och semikolon används rätt frikostigt i engelskan medan de i svenskan används sparsamt. Engelskans ing-form kan ställa till problem men översätts i allmänhet med nominaliseringar eller bisats-omskrivningar på svenska.

Stilmässigt skiljer sig de två texterna faktiskt inte i så stor utsträckning som man kunde tro. Detta kan bero på att analysen gäller en jämförelse mellan måltext, som är en översättning från engelskan, och källtext och inte en jämförelse mellan en svensk originaltext och en engelsk originaltext. Facktexter som denna kräver i allmänhet stor semantisk exakthet eftersom deras huvudsakliga uppgift är att förmedla information.

En översättare av facktexter har inte så stor frihet att ändra eller skriva om. Målspråket ska givetvis vara idiomatiskt men facköversättarens främsta roll är alltjämt att återge innehållet i källtexten så exakt som möjligt.

### **3.9.1      *Översättning är ett hantverk***

En översättare behöver inte vara expert på något område, men en god översättare är expert på att finna information och terminologi inom det fackområde han eller hon översätter (se [www.sfoe.se](http://www.sfoe.se) Sveriges facköversättare).

### **3.9.2      *Översättare och/eller expert***

En god översättare är en kombination av en person med mycket goda språkkunskaper och en fackman inom ett specialområde. Ingo (1991:263) jämför översättaren med en bilchaufför som kan utföra och ombesörja den elementära servicen av sin bil efter att ha gått i en bra bilskola och ha läst "Förarens handbok" utan att för den skull känna till motorns konstruktion och funktion.

Det är alltså nödvändigt för översättaren att ha en god behärskning av det egna modersmålet och därtill ett främmande språk, men utöver språkkunskaperna behöver översättaren också kännedom om hur dessa två (eller

flera) språk och deras delsystem vid översättning ska knytas till varandra. Samtidigt kan man konstatera att det är omöjligt att behärska fackspråk och fackspråksöversättning om man inte dessutom har realia-kunskaper i ämnet.

Det positiva med fackspråkstexter är att de i allmänhet inte innehåller så många språkliga variationer utan stilen förblir densamma i texten - sina egna traditioner och språknormer till trots. Dock bör man som facköversättare känna till hur bruksnormerna växlar från språk till språk samt vilka nationella särdrag som gäller i respektive fackområde och språk. Det är genom att respektera dessa traditioner som översättaren skapar äkta och idiomatiska översättningar (Ingo, 1991: 35-37). För översättaren är facktexterna både arbetsdryga och ansvarskrävande. De förutsätter inte enbart encyklopedisk kunskap, det vill säga att översättaren kan utnyttja allmänna uppslagsverk, specialhandböcker och andra faktaböcker, utan kräver dessutom ofta att översättaren konsulterar fackmän och personligen sätter sig in i textens funktion och syfte.

## 4. SLUTORD

Syftet med denna uppsats var att åskådliggöra de eventuella skillnader i layout och språkdräkt som förekommer mellan käll- och måltext när ämnet faller inom det ekonomiska fackområdet. I min analys ville jag även komma fram till några allmänna slutsatser om det ekonomiska fackspråket vad gäller meningslängd, grammatisk struktur, termer samt eventuella andra specifika egenheter. Slutligen ville jag diskutera vikten av att ha expertkunskap i det ämne som ska översättas, såväl språklig som innehållsmässig kompetens.

Analysen har visat att jag i min översättning i stort bibehållit samma layout i måltext som i källtext vad gäller sid- och styckeindelning. Detta är i linje med allmän praxis enligt vilken facktextöversättaren i hög grad begränsas i sin textproduktion på grund av innehållsliga krav och målsättningar. Analysen visar vidare att den ekonomiska facktexten är ord- och termrik samt att det ekonomiska språket är komplicerat beroende på långa meningar och ett abstrakt innehåll. Det är därför viktigt att översättaren besitter dels goda språkkunskaper i både käll- och målspråk och dels är väl insatt i det ekonomiska ämnet i sig.

Efter slutfört arbete kan jag konstatera att det svåraste i översättningen var att hitta exakta svenska motsvarigheter till specifika ekonomiska termer och generella ekonomiska begrepp. Som facköversättare satte jag större vikt vid det semantiska än det syntaktiska så det viktigaste arbetet för mig bestod i att få innehållet klart för mig, och därefter förmedla innehållet på ett läsarvänligt sätt.

Det oaktat var jag givetvis speciellt uppmärksam på de syntaktiska skillnader mellan käll- och målspråk som finns, speciellt i fråga om ordföljd, kommatering, ing-former och, inte minst, direkt översättningar samt svengelska ord och uttryck.

## **Bilaga 1 Citat ur källtexten**

To our shareholders:

In many ways, Amazon.com is not a normal store. We have deep selection that is unconstrained by shelf space. We turn our inventory 19 times in a year. We personalize the store for each and every customer. We trade real estate for technology (which gets cheaper and more capable every year). We display customer reviews critical of our products. You can make a purchase with a few seconds and one click. We put used products next to our new ones so you can choose. We share our prime real estate –our product detail pages–with third parties, and, if they can offer better value, we let them.

One of our most exciting peculiarities is poorly understood. People see that we're determined to offer both world-leading customer experience *and* the lowest possible prices, but to some this dual goal seems paradoxical if not downright quixotic. Traditional stores face a time-tested tradeoff between offering high-touch customer experience on the one hand and the lowest possible prices on the other. How can Amazon.com do both?

## Bibliografi

- Blancher, Linda. 2000. *Årsredovisning för nybörjare. Att översätta en ekonomisk rapport*. I *Texter emellan 2*. Examensarbeten vid översättarutbildningen 1998-2000. (Översättningstudier vid Göteborgs universitet 2). Reprocentralen.
- Hellspong, Lennart & Ledin, Per. 1997. *Vägar genom texten*. Lund: Studentlitteratur.
- Hultman, Tor G. 2003. *Svenska Akademiens språklära*. Stockholm: Svenska Akademien.
- Ingo, Rune. 1991. *Från källspråk till målspråk*. Lund: Studentlitteratur.
- Laurén, Christer & Nordman, Marianne. 1998. *Från kunskapens frukt till Babels torn. En bok om fackspråk*. Stockholm: Liber.
- Liljestrand, Birger. 1993. *Språk I text: Handbok i stilistik*. Lund: Studentlitteratur.
- Melin, Lars & Lange, Sven. 2000. *Att analysera text*. Lund: Studentlitteratur.
- Möijer, Kjell. 1998. *Svensk stillära Stilistik & Stilanalys*. Stockholm: Ekelunds förlag.
- Nordman, Marianne. 1992. *Svenskt Fackspråk*. Lund: Studentlitteratur.
- Ohlin, Göran. 1976. *Ekonomins språk*. I Bertil Molde (red.) *Fackspråk*. Skrifter utgivna av Svenska språknämnden 57. Lund: Esselte.
- Ralph, Bo 1981. *Hur mycket fackspråk är fackspråk?* I: S. og CC Elert (red.) Svenska språknämnden. 2001. *Svenska språkregler*. Stockholm: Liber.
- Svenskans beskrivning 12. Acta Universitatis Umensis 37. Umeå.
- Zimmerman, Åsa. 2001. *Vad är svenskt?* Språklig jämförelse mellan den svenska finansplanen och den brittiska budgetöversikten. I *Texter emellan 3*. Examensarbeten vid översättarutbildningen 1999-2001. (Översättningstudier vid Göteborgs universitet 2). Reprocentralen.



## ÖVRIG ANVÄND LITTERATUR

Engelsk-svensk affärsordbok. 1999. Stockholm: Natur och kultur.

FARs engelska ordbok. 2001. Stockholm: FAR förlag.

Gullberg, Ingvar E. Norstedts svensk-engelsk fackordbok. 2000. Stockholm: Norstedt.

Hewings, Martin. *Advanced Grammar in Use*. 1999. Cambridge: Cambridge University Press.

Norstedts Business. 1999. Stockholm: Norstedt.

Norstedts svensk-engelsk-svenska ordbok. 1999. Stockholm: Norstedt.

Norstedts stora svenska ordbok. 1999. Stockholm: Norstedt.

Norstedts synonymordbok. 1999. Stockholm: Norstedt.

## INTERNET WEBBSIDOR

[www.computersweden.idg.se](http://www.computersweden.idg.se)

[www.far.se](http://www.far.se)

[www.finansportalen.se](http://www.finansportalen.se)

[www.kotus.fi](http://www.kotus.fi)

[www.nada.kth.se](http://www.nada.kth.se)

[www.prv.se](http://www.prv.se)

[www.sec.gov](http://www.sec.gov)

[www.thesauruslex.com](http://www.thesauruslex.com)

[www.tnc.se](http://www.tnc.se)