



Handelshögskolan
VID GÖTEBORGS UNIVERSITET

Intellektuellt kapital - samspelet mellan intern och extern rapportering

Kandidatuppsats i företagsekonomi
Ekonomistyrning
Vårterminen 2009
Handledare: Johan Dergård
Författare: Daniel Thelmén
Peter Wahlström

Förord

Vi gav oss in på området nästan helt utan tidigare kunskap, men med ett stort engagemang. Engagemanget har vi kvar, kunskaperna nu är dock desto större.

Vi vill först och främst tacka vår handledare Johan Dergård för ett visat engagemang och stöd under hela uppsatsprocessen. Vidare vill vi även tacka de personer som tog sig tid och ställde upp på en intervju: Mats Almgren på Elanders, Marie Idestrom på Wallenstam och Göran Hermansson på Concordia Maritime.

Göteborg den 3 juni 2009

Sammanfattning

Examensarbete i företagsekonomi, Handelshögskolan vid Göteborgs universitet, Ekonomistyrning, Kandidatuppsats, VT 2009

Författare: : Daniel Thelmén och Peter Wahlström

Handledare: Johan Dergård

Titel: Intellectuellt kapital – samspelet mellan intern och extern rapportering

Bakgrund och problem: Intellectuellt kapital har på senare tid blivit en viktigare del av företags värdeskapande. Samspelet mellan intern och extern rapportering av intellectuell kapital är däremot inte särskilt utvecklat. Enligt vissa författare bör kunskap om icke-finansiella värde drivarmått påverka såväl val av interna prestationsmått som extern rapportering. Detta har dock ofta förutsatts implicit i litteraturen inom området, senare forskning ger även anledning att betvivla styrkan i kopplingen mellan intern och extern rapportering.

Syfte: Uppsatsens syfte är att beskriva samspelet mellan företags interna- och externa rapportering av intellectuell kapital.

Metod: Information till teoretisk referensram samlades främst in från vetenskapliga artiklar och böcker. Den empiriska informationen har samlats in via innehållsanalyser av de undersökta företagens årsredovisningar och genom intervjuer av respektive företags ekonomichefer.

Resultat och slutsatser: Vi har undersökt tre börsnoterade, Göteborgsbaserade bolag för att få en inblick i hur den interna och externa rapporteringen av intellectuell kapital ser ut. Vi kom fram till att det finns en viss skillnad gällande vad som rapporteras internt och externt. En stor anledning till detta tros vara rädslan för att ge konkurrenser känslig information.

Förslag till fortsatt forskning: Då vi på grund av uppsatsens begränsade omfattning inte kunde dra några klara slutsatser, föreslås en bredare och djupare ansats för att få en djupare förståelse av samspelet mellan extern och intern rapportering av intellectuell kapital.

FÖRORD	2
SAMMANFATTNING	3
1 INLEDNING	6
1.1 BAKGRUNDSBESKRIVNING	6
1.2 PROBLEMFÖRMULERING	6
1.3 SYFTE	7
1.4 UPPSATSENS FORTSÄTTA DISPOSITION.....	7
2 METOD	8
2.1 INLEDANDE METOD.....	8
2.2 VAL AV FÖRETAG	8
2.3 UNDERSÖKNINGSMETOD	8
2.3.1 Kvalitativ metod.....	8
2.3.2 Kvantitativ metod.....	8
2.3.3 Val av undersökningsmetod.....	8
2.4 INNEHÅLLSANALYS	8
2.5 METOD FÖR DATAINSAMLING.....	9
2.5.1 Datainsamling för teoretisk referensram	9
2.5.2 Datainsamling, Undersökningsmetod (tillvägagångssätt) för empiri	9
2.6 METOD FÖR ANALYS.....	10
2.7 UNDERSÖKNINGSKVALITET	10
2.7.1 Validitet.....	10
2.7.2 Reliabilitet.....	10
2.8 KÄLLKRITIK	11
3 TEORETISK REFERENSRAM	12
3.1 ALLMÄNT OM INTELLEKTUELLT KAPITAL.....	12
3.2 DEFINITION.....	12
3.3 KATEGORISERING	12
3.3.1 Humankapital.....	13
3.3.2 Strukturkapital	13
3.3.2.1 Kundkapital.....	13
3.3.2.2 Organisationskapital.....	13
3.3.2.2.1 Innovationskapital.....	13
3.3.2.2.2 Processkapital	13
3.3.3 Relationskapital	13
3.4 VÄRDESKAPANDE.....	14
3.5 EXTERN RAPPORTERING AV INTELLEKTUELLT KAPITAL.....	15
3.6 INTERN RAPPORTERING AV INTELLEKTUELLT KAPITAL.....	16
3.7 TIDIGARE FORSKNING OM SAMSPLET MELLAN INTERN OCH EXTERN RAPPORTERING AV INTELLEKTUELLT KAPITAL	17
4 UNDERSÖKNING AV RAPPORTERING AV INTELLEKTUELLT KAPITAL	18
4.1 ELANDERS	18
4.1.1 FÖRETAGSPRESENTATION.....	18
4.1.2 Extern rapportering	18
4.1.3 Intern rapportering av intellektuellt kapital.....	19
4.1.4 Samspel mellan intern och extern rapportering.....	20
4.2 WALLENSTAM	21
4.2.1 Företagspresentation	21
4.2.2 Extern rapportering	21
4.2.3 Intern rapportering.....	23
4.2.4 Samspel mellan intern och extern rapportering.....	23
4.3 CONCORDIA MARITIME	24
4.3.1 Företagspresentation	24
4.3.2 Extern rapportering	24
4.3.3 Intern rapportering.....	25
4.3.4 Samspel mellan intern och extern rapportering.....	26

5 ANALYS	28
5.1 JÄMFÖRELSE MELLAN FÖRETAG	28
5.1.1 Extern rapportering av intellektuellt kapital.....	28
5.1.2 Intern rapportering av intellektuellt kapital.....	29
5.1.3 Samspel mellan intern och extern rapportering av intellektuellt kapital	30
5.2 JÄMFÖRELSE AV UNDERSÖKNINGENS RESULTAT OCH TIDIGARE FORSKNING	31
5.2.1 Extern rapportering av intellektuellt kapital.....	31
5.2.2 Intern rapportering av intellektuellt kapital.....	32
5.2.3 Samspel mellan intern och extern rapportering av intellektuellt kapital	33
6 SLUTSATS	34
6.1 SLUTDISKUSSION	34
6.2 FRAMTIDA FORSKNING	34
7 KÄLLFÖRTECKNING	35
8 BILAGOR	38
8.1 BILAGA 1: FRÅGEFORMULÄR.....	38

1 Inledning

1.1 Bakgrundsbeskrivning

Det finns ingen självklar definition av intellektuellt kapital i litteraturen. De flesta författare har sina egna definitioner, vilka ofta kan vara abstrakta och därmed svåra att använda i praktiken. De flesta författare är dock ense om att kunskap i någon form bör ingå, samt att definitionen bör innefatta att intellektuellt kapital skall rendera framtida fördelar (Kaufmann & Schneider, 2004).

Ofta kan marknadsvärdet på ett företag skilja sig från det redovisade värdet. Det är enligt Edvinsson och Malone (1998) den här skillnaden som kallas intellektuellt kapital. Anledningen till skillnaden är att det finns tillgångar som inte får tas med i balansräkningen på grund av regler som måste följas i externredovisningen. Det har dock riktats kritik mot denna definition. Meer-Kooistra och Zijlstra (2001) ifrågasätter huruvida kapitalmarknader är effektiva, samtidigt som aktiekurser fluktuerar från dag till dag utan att företags intellektuella kapital ändrats.

Enligt García-Meca et al. (2005) har ökad konkurrens, globalisering, internationalisering, teknologiska förändringar och en ökad betydelse för kunskapsintensiva processer föranlett förändringar i företags värdeskapandeprocess. Således har immateriella tillgångar blivit en del av företags värde. Enligt Sullivan (2000) skapar företags intellektuella kapital, i egenskap av företags primära ”kassaflydedrivare”, innovationerna som senare omvandlas till värde.

I många företag har intellektuellt kapital blivit en allt viktigare del av företags värdeskapande. Det har därför blivit allt viktigare för företag att kunna identifiera, mäta och rapportera intellektuellt kapital internt (Meer-Kooistra & Zijlstra, 2001). Företag kan på så sätt utveckla olika sorters prestationsmått som har koppling till de viktigaste delarna i dess värdeskapande. Brist på information om intellektuellt kapital kan leda till att företags resurser fördelas skevt (Kaufmann & Schneider, 2004).

1.2 Problemformulering

Det finns enligt litteraturen om intellektuellt kapital ett antal fördelar med såväl intern som extern rapportering av intellektuellt kapital. Fördelar som nämns med den externa rapporteringen är exempelvis att informationsasymmetrin mellan företaget och externa intressenter minskar (Brüggen et al., 2009) och att det blir lättare för företag att få attraktiva villkor för sin finansiering (Meer-Kooistra & Zijlstra, 2001). Interna fördelar kan enligt Guthrie (2001) vara att intern rapportering av intellektuellt kapital kan ge ökad moral hos medarbetarna och lägre personalomsättning. Vidare nämner Marr et al. (2003) att företag kan mäta intellektuellt kapital för att hjälpa företaget att formulera sin strategi, utvärdera utförandet av strategin och underlätta strategiutveckling.

Relationen mellan intern- och extern rapportering av intellektuellt kapital är enligt Ittner och Larcker (2009) däremot inte särskilt utvecklad. Enligt vissa författare bör kunskap om icke-finansiella värdedrivare påverka såväl val av interna prestationsmått som extern rapportering. Anledningen är att de värdedrivarmått som gör att företag kan kommunicera, och styra beteende mot, strategiska mål även är intressanta för externa intressenter, exempelvis vid uppskattning av företags värde (Ittner & Larcker, 2009). Om extern rapportering av intellektuellt kapital skall uppfattas som relevant av kapitalmarknadens aktörer bör denna

information rapporteras i ett sammanhang där företagets värdeskapandeprocesser betonas (Bukh, 2003).

Enligt Ax och Marton (2008) förutsätts kopplingen mellan intern och extern rapportering genom årsredovisningen och ledningens interna aktiviteter ofta implicit i litteraturen. Däremot hittades vid en litteraturgranskning ingen empirisk studie av denna koppling, trots att denna koppling anses viktig (Ax & Marton, 2008).

En undersökning av Ittner och Larcker samt PricewaterhouseCoopers indikerar att amerikanska företags rapportering av information om olika prestationsmått beror mer på tron om vad analytiker och investerare beaktar än vad företagen tror är viktigt för aktieägarnas framtida avkastning. Resultaten i undersökningen antyder att företagens externa rapportering skiljer sig från dess uppfattade värdedrivare, samt att intern och extern rapportering enbart överensstämmer för en mindre andel prestationsmått. Enligt företag som enbart rapporterar en begränsad del av sina viktiga värdedrivare externt berodde detta främst på att konkurrenter skulle kunna använda informationen i konkurrerande syfte, samt i mindre utsträckning på att marknaden inte förstår informationen etc. (Ittner & Larcker, 2009).

1.3 Syfte

Uppsatsens syfte är att beskriva samspelet mellan företags interna och externa rapportering av intellektuellt kapital.

1.4 Uppsatsens fortsatta disposition

Kapitel 2: Metod

Detta kapitel behandlar vårt val av tillvägagångssätt vid uppsatsarbetet för att uppnå vårt syfte. Här beskriver vi bland annat hur vi gått tillväga när vi gjort vår innehållsanalys och datainsamling.

Kapitel 3: Teoretisk referensram

Här behandlas den information som samlats in från tidigare forskning som anses relevant för att uppnå syftet med denna uppsats.

Kapitel 4: Undersökning av rapportering av intellektuellt kapital

Detta kapitel presenterar resultaten från vår undersökning av Concordia Maritime, Wallenstam och Elanders. Informationen kommer från intervjuer med respektive företags ekonomichef och innehållsanalyser av företagens årsredovisningar.

Kapitel 5: Analys

Inledningsvis analyseras den empiriska informationen från företagen ur olika perspektiv. I den andra delen jämförs informationen med den teoretiska referensramen.

Kapitel 6: Slutsats

I detta avslutande kapitel diskuteras och tolkas informationen vi tagit del av utifrån vårt syfte och vår problemformulering. Vidare ges förslag till framtida forskning rörande samspelet mellan intern och extern rapportering.

2 Metod

2.1 Inledande metod

För att undersöka samspelet mellan intern och extern rapportering har vi använt oss av intervjuer för att få en insikt i hur företagen ser på rapporteringen och utfört innehållsanalyser för att se hur mycket intellektuellt kapital respektive företag redovisar externt i sin årsredovisning. Vi kommer nedan att beskriva mer i detalj hur vi gått tillväga för att få svar på vår problemställning.

2.2 Val av företag

Grundtanken vid val av företag är att dessa skall vara noterade på Stockholmsbörsens Mid Cap-lista samt helst Göteborgsbaserade företag. Sökningen har pga. problem med att hitta företag som gick med på en intervju utvidgats till att även innefatta större Small Cap-bolag och mindre Large Cap-bolag. Vi har inte valt att undersöka någon särskild bransch då vår undersökning enbart går ut på att undersöka samspelet mellan extern och intern rapportering av intellektuellt kapital i företag.

2.3 Undersökningsmetod

Det finns två huvudsakliga undersökningsmetoder som kan användas till en uppsats. Dessa är kvalitativ och kvantitativ metod (Halvorsen, 1992). Vi skall nedan göra en kort beskrivning av varje metod för att sedan redogöra vilken eller vilka metoder vi använder i uppsatsen.

2.3.1 Kvalitativ metod

Denna metod kännetecknas av att den inte använder siffror eller tal. Utsagor sker ofta verbalt och översätts sedan till ord. Det finns en vilja att komma närmare undersökningsobjektet för att få en djupare förståelse och uppfattning om hans eller hennes perspektiv, vilket innebär ett mer subjektivt förhållningssätt. Ett annat utmärkande drag för den kvalitativa metoden är att den ofta är hypotesgenererande (induktiv), vilket betyder att hypotesen och teorin kan förändras under arbetets gång (Backman, 2008).

2.3.2 Kvantitativ metod

Kvantitativa metoder utmärks enligt Backman (2008) av användning av mätningar, kvantifiering med stöd av statistik och matematik som har till syfte att utmynna i numeriska observationer. Till skillnad från kvalitativ metod så har forskaren ett mer distanserat förhållningssätt i den kvantitativa metoden, eftersom det finns en vilja att få ett bredare perspektiv. En kvantitativ metod skall ge informationen en stark jämförbarhetsprägel, där datainsamlingsprocessen är ofta i hög grad strukturerad och formell (Halvorsen 1992).

2.3.3 Val av undersökningsmetod

I denna uppsats har vi valt att främst använda oss av den kvalitativa metoden vid undersökning av företagen, eftersom vi vill komma in djupare för att se vad de faktiskt gör. Detta görs med hjälp av personliga intervjuer. Vi har även använt den kvantitativa metoden när vi analyserat företagens externa rapportering av intellektuellt kapital i form av en innehållsanalys. Anledningen är att vi vill få en tydlig bild av vad som rapporteras externt.

2.4 Innehållsanalys

För att få en uppfattning om hur mycket intellektuellt kapital ett företag rapporterar i sin årsredovisning så har vi valt att använda oss av innehållsanalys. En årsredovisning kan sökas

igenom antingen manuellt eller elektronisk men det finns både för- och nackdelar med båda metoderna. En nackdel med manuell sökning är subjektiviteten som uppkommer när intellektuellt kapital skall definieras och kategoriseras. Då intellektuellt kapital inte är klart definierat kan vad som skall klassas som rapportering av intellektuellt kapital skilja sig åt mellan personer som utför sökningen (Beattie & Thomson, 2007). Det kan gå fortare att använda elektronisk sökning, särskilt om det handlar om stora datamängder. Den stora nackdelen är att en sådan sökning tar med ord som inte är satta i sitt sammanhang. Vid en jämförelse mellan elektronisk och manuell sökning så kom Beattie och Thomson (2007) fram till att 40 % av det som identifierades i den elektroniska sökningen inte var intellektuellt kapital, samtidigt som den elektroniska sökningen endast enbart identifierade 17,3 % av den informationen som identifierades i den manuella sökningen. Vi har således valt att använda oss av manuell sökning eftersom den ger en mer korrekt bild.

Innehållsanalys kan koda genom att antingen räkna antal ord, sidor eller meningar (Milne & Adler, 1999). Att bara räkna ord gör innehållsanalysen mer opålitlig. Ett ord i sig säger ingenting utan en mening eller att det sätts i ett sammanhang. Vi har valt att använda oss av antal meningar för både kodning och mätning. Om vi är osäkra på vilken kategori meningarna tillhör, så jämför vi dem med andra säkra meningar och litteraturen. Att använda meningar för både kodning och mätning ger enligt Milne och Adler (1999) en mer fullständig, pålitlig och meningsfull data för analys. Beattie och Thomson (2007) anger textenheter som en metod för kodning för att komma runt problemet med tvetydiga meningar som kan innehålla exempelvis både humankapital och relationskapital. Vi har dock valt att förkasta denna metod eftersom den ger ännu sämre reliabilitet.

Vi har valt att exkludera företagens finansiella rapporter och noter i årsredovisningen eftersom denna information är obligatorisk och finansiell. Bilder exkluderas på grund av att de är svårtolkade. Tabeller och grafer inkluderas i innehållsanalysen, där en kolumn motsvarar en mening. Vi har även mätt antal upprepningar inom varje komponent för att kunna visa hur ofta viss information rapporteras.

2.5 Metod för datainsamling

2.5.1 Datainsamling för teoretisk referensram

Informationen för teoretisk referensram fick vi från sekundärdata i form av vetenskapliga artiklar och böcker. I början av uppsatsskrivandet erhöll vi vetenskapliga artiklar från vår handledare för att få en insyn i ämnet, vilket vi även erhöll löpande under uppsatsens gång. Fortsättningsvis undersökte vi främst tidigare artiklars referenslistor för att erhålla ytterliggare artiklar inom området. Vi sökte även själva i olika databaser såsom Emerald och Business Source Premier, främst inom tidskriften Journal of Intellectual Capital. Sökorden vi främst använde oss av var: intellectual capital, disclosure of intellectual capital, reporting on intellectual capital och categorization of intellectual capital.

2.5.2 Datainsamling, Undersökningsmetod (tillvägagångssätt) för empiri

Den empiriska delen av rapporten består i huvudsak av kvalitativa undersökningar i form av personliga intervjuer med ekonomichefer på företag, som senare kompletterats av kortare telefonintervjuer med respektive ekonomichef. Anledningen till att just ekonomichefer valdes som respondenter var att dessa ansågs ha mest information med tanke på att de är ansvariga för den ekonomiska rapporteringen i företaget. Denna typ av respondent har även Ax och Marton (2008) använt i sin undersökning med liknande syfte. Detta har gett oss information om företagets interna rapportering av intellektuellt kapital, motiven bakom företagets val av

extern rapportering och samspelet mellan den externa och interna rapporteringen. Innan varje intervju har vi skickat ut information om uppsatsens syfte samt lite övergripande information om området till respondenterna. Vi har med hjälp av innehållsanalys gått igenom årsredovisningar för de företag vi skall studera, för att hitta information om extern rapportering av intellektuellt kapital. I intervjun har vi utgått från ett antal förbestämda frågor som respondenten erhållit en tid innan själva intervjun. För att få så bra jämförbarhet som möjligt så har alla tre respondenterna från respektive företag fått besvara samma frågor, dock är en fråga formulerad utifrån resultatet av respektive företags innehållsanalys. Respondenterna har fått tämligen hög grad av frihet att yttra sina egna åsikter och värderingar för att vi skall få insyn i hur företagen ser på saker. Intervjuerna spelades in på en ljudfil för att underlätta sammanställningen av intervjun. En intervju är enligt Halvorsen (1992) strukturerad då både presentationen av frågorna och registreringen av svaren sker på ett systematiskt sätt. En ostrukturerad intervju bygger på frågor som är färdigformulerade men saknar fasta svarsalternativ. En ostrukturerad intervju syftar till att locka fram respondentens värderingar och åsikter förutom ren fakta. Den första frågan i intervjun är kopplad till vissa komponenter vi hittat i innehållsanalysen och huruvida företaget rapporterar dessa komponenter internt. Den här frågan i intervjun är strukturerad eftersom samma frågor ställs till alla respondenter och det finns fasta svarsalternativ. Resten av intervjun är semi-strukturerad då den bygger på ett antal färdigformulerade frågor men utan några fasta svarsalternativ. Denna form av semi-strukturerad intervju har även Abeysekera (2008) använt sig av i sin undersökning med liknande syfte som vårt. Till vår innehållsanalys har vi använt oss av sekundärdata från de undersökta företagens årsredovisningar.

2.6 Metod för analys

I analysens första del jämförs de undersökta företagen med varandra i syfte att identifiera likheter och skillnader med hjälp av tabeller. Detta har skett genom jämförelser av vad företagen sagt i sina respektive intervjuer och jämförelser med företagens externa rapportering, som skett med hjälp av innehållsanalys. I efterföljande del jämförs det vi kommit fram till i undersökningen med tidigare forskning.

2.7 Undersökningskvalitet

2.7.1 Validitet

Validitet är ett begrepp som kan likställas med giltighet eller relevans (Halvorsen, 1992). Insamlad data skall vara så relevant som möjligt i förhållande till problemställningen, medan empiridelen skall ha en stark koppling till teoridelen för att få en bättre giltighet. För att få så bra relevans som möjligt har vi studerat tidigare litteratur som har en stark koppling till vårt problem. För att öka giltigheten har vi vid intervjuerna ställt frågor som utgår från vår teoretiska referensram.

2.7.2 Reliabilitet

Reliabilitet syftar på hur pålitliga mätningarna är. Reliabiliteten är hög om oberoende mätningar ger ungefär samma resultat (Halvorsen, 1992). Det empiriska intervjumaterialet har skickats till intervjupersonerna innan inlämning för att säkerställa att inga felaktigheter kommit med, en respondent har dock inte svarat. Ett sätt att påvisa reliabilitet vid innehållsanalys är användandet av flera personer som utför kodningen, för att sedan rapportera att skillnaderna mellan kodarna är få, alternativt att avvikelser mellan kodarna analyserats om och skillnaderna lösts (Milne & Adler, 1999). Vid utförandet av innehållsanalyserna i uppsatsen har årsredovisningarna först analyserats av ena författaren varefter båda författarna gått igenom årsredovisningarna tillsammans. Eventuella frågetecken

om huruvida meningar innehåller intellektuellt kapital-komponenter har diskuterats av författarna, varefter beslut har fattats genom konsensus. Vi har även ökat undersökningens reliabilitet genom att ställa samma frågor till alla respondenter vid respektive intervju.

2.8 Källkritik

När det gäller de sekundära källorna så har vi, genom användningen av främst vetenskapliga artiklar från kända författare som är vanligt förekommande inom området, undvikit information som kan vara vinklad och mindre trovärdig. Artiklarna vi sökt efter har haft författare som ofta har refererats i andra artiklar. Eftersom det skett en snabb utveckling på området intellektuellt kapital så har vi undvikit att använda alltför gammal information. När det gäller böckerna vi använt så har de refererats i de vetenskapliga artiklar vi tidigare använt.

3 Teoretisk referensram

3.1 Allmänt om intellektuellt kapital

Externredovisningen styrs av lagar och rekommendationer som bestämmer vad företagets redovisning ska innehålla och vilka poster som får finnas med i balansräkningen. Intellektuellt kapital har enligt Meer-Kooistra och Zijlstra (2001) ett framåtblickande perspektiv, årsredovisningen däremot har ett bakåtblickande perspektiv. På grund av dessa lagar finns det flera tillgångar som inte får redovisas i balansräkningen. Exempel på intellektuellt kapital är personalens kunskaper och skicklighet, varumärken, patent och kundrelationer (Edvinsson & Malone, 1998).

Konsekvensen av att det finns flera dolda poster i balansräkningen blir att marknads värdering av företaget ofta med stor marginal överstiger det bokförda värdet (eget kapital). Det är just denna skillnad som brukar kallas intellektuellt kapital (Edvinsson & Malone, 1998). Det har även riktats kritik mot definitionen av intellektuellt kapital som skillnaden mellan marknadsvärde och redovisat värde. Enligt Meer-Kooistras och Zijlstras (2001) undersökning så finns det de som ifrågasätter huruvida kapitalmarknaderna är effektiva. Vidare fortsätter kritiken med att aktiepriser fluktuerar för mycket på grund av vissa händelser från dag till dag som inte har med förändringar av intellektuellt kapital att göra (Meer-Kooistra & Zijlstra, 2001).

3.2 Definition

Det har forskats en hel del om intellektuellt kapital sedan mitten av 1990-talet, dock finns det fortfarande ingen entydig definition av intellektuellt kapital. Författare från olika vetenskapsgrenar har skilda åsikter om hur definitionen ska se ut och vad den ska innehålla (Choong, 2008). Intellektuellt kapital kan enligt Edvinsson och Malone (1998) också benämnas som icke-finansiella, immateriella, dolda, och osynliga tillgångar. Nedan återges exempel på olika definitioner på intellektuellt kapital:

- Intellektuellt kapital är kunskap som kan omvandlas till vinst (Sullivan, 2000).
- En immateriell tillgång är ett anspråk på framtida fördelar som inte har en fysisk eller finansiell form (Lev, 2001)
- Immateriella tillgångar är de tillgångar som inte har någon fysisk existens men ändå har ett värde för företaget. (Edvinsson & Malone, 1998).

De flesta författare är dock ense om att kunskap i någon form bör ingå i definitionen och att intellektuellt kapital skall inbringa framtida fördelar (Kaufmann & Schneider, 2004).

3.3 Kategorisering

Kaufmann och Schneider (2004) har i sin litteraturgranskning kommit fram till att det finns många olika kategoriseringar inom området intellektuellt kapital. Kategorierna är ofta generella och det är oklart vilka resurser som kan kopplas till en viss kategori. Enligt Lev och Zambon (2003) har kategoriseringen av intellektuellt kapital i humankapital, strukturkapital och relationskapital bred acceptans. Ibland används dock synonyma termer vid benämning av de olika kategorierna. Anställda och anställdas kompetens används ibland istället för humankapital. Vissa författare använder internt kapital och organisationskapital när de hänvisar till strukturkapital. Relationskapital, vilket omfattar relationer med kunder och andra grupper utanför företaget, kallas ibland extern struktur. Relationskapital kan även benämnas

kundkapital eller externt kapital (Beattie & Thomson, 2006). Nedan beskrivs de olika kategorierna och vad de innehåller.

3.3.1 Humankapital

Humankapitalet består av de anställdas individuella förmåga, skicklighet, innovationsförmåga, kreativitet och erfarenhet. Detta kan innefatta hur företags personal och ledning kontinuerligt utvecklar och tillägnar sig nya kunskaper och om dessa kunskaper införlivas och sprids inom företaget. Andra viktiga aspekter som ingår är hur ofta det genererar nya idéer och hur ofta dessa förverkligas inom företaget. Eftersom humankapitalet har att göra med de anställda så kan det inte ägas av företaget (Edvinsson & Malone, 1998). Meritum (2001) definierar humankapital som den kunskap de anställda tar med sig när de lämnar företaget, där viss kunskap är unik för individen, annan är mer allmän.

3.3.2 Strukturkapital

Strukturkapitalet är bl.a. organisationsstruktur, patent, varumärken, kundrelationer, mjukvara, hårdvara och organisationskapacitet. Dessa komponenter syftar till att stödja och förbättra de anställdas arbete i företaget. Strukturkapitalet är det intellektuella kapital som finns kvar på arbetsplatsen när de anställda gått hem. I motsats till humankapitalet så kan strukturkapitalet ägas av företaget och kan därför användas till att göra affärer. Strukturkapitalet delas vidare upp i två underkategorier: kundkapital och organisationskapital (Edvinsson & Malone, 1998). Meritums (2001) definition av strukturkapital är den samling av kunskap som stannar på företaget efter arbetsdagen. Här omfattas exempelvis organisatoriska rutiner, procedurer, system, kulturer och databaser. Vissa kan få lagstadgat skydd och bli immaterialrätter.

3.3.2.1 Kundkapital

Kundkapital består av exempelvis kundstock, kundlojalitet och kundnöjdhet. Dessa beskriver relationen till företagets kunder och hur lojala dessa kunder är (Edvinsson & Malone, 1998).

3.3.2.2 Organisationskapital

Organisationskapitalet utgörs av företags satsningar på system, verktyg och verksamhetsfilosofi som har till uppgift att öka kunskapsflödet, inte bara inom företaget men även till leverantörer och distributörer. Vidare kan organisationskapitalet delas in i följande undergrupper: innovationskapital och processkapital (Edvinsson & Malone, 1998).

3.3.2.2.1 Innovationskapital

Innovationskapital handlar om hur bra företagets förnyelseförmåga är gällande innovationer och vilka resultat dessa genererar i form av skyddade affärsrättsliga rättigheter som exempelvis patent. Till innovationskapitalet hör även andra immateriella tillgångar och begåvningar som används för att kunna skapa och effektivt marknadsföra nya produkter och tjänster (Edvinsson & Malone, 1998).

3.3.2.2.2 Processkapital

Processkapital är olika former av arbetsprocesser, tekniker och personalprogram som syftar till att stödja och förbättra effektiviteten i produktionen och tjänsteleveranser. Det är sådan kunskap som används fortlöpande vid värdeskapande (Edvinsson & Malone, 1998).

3.3.3 Relationskapital

Meritum (2001) definierar relationskapital som alla resurser vilka härrör till företagets externa relationer, exempelvis med kunder, leverantörer och forskningspartners. Detta är en bredare

definition än Edvinssons och Malones (1998) kundkapital. Det omfattar den del av human- och strukturkapitalet som har att göra med företagets relationer med intressenter samt uppfattningen dessa har om företaget. Meritum (2001) har till skillnad från Edvinsson och Malone (1998) brutit ut relationskapitalet till en egen huvudkategori.

Meritum är ett EU-baserat projekt som har till syfte att få fram riktlinjer för rapportering av intellektuellt kapital. Meritums kategorisering innehåller i stort sett samma saker som Edvinssons och Malones, dock har kundkapitalet brutits ut och placerats i den bredare huvudkategorin relationskapital. En annan skillnad är att Edvinsson väljer att placera företagets filosofi och kultur under humankapital, till skillnad från Meritum som placerar dessa komponenter under strukturkapital.

3.4 Värdeskapande

I en undersökning av Sullivan (2000) framkom att företag fick följande värden av intellektuellt kapital:

- Intäkter från produkter och tjänster
- Rykte och image
- Tillgång till andras teknologi
- Undvikande av rättstvister
- Designfrihet
- Minskade kostnader
- Hinder för konkurrenter
- Inträdeshinder för presumtiva konkurrenter
- Kundlojalitet
- Skydd för innovationer

Enligt undersökningen är de typer av intellektuellt kapital som ger störst värde för företag patent, varumärken, kunskap och relationer. Olika sorters intellektuellt kapital skapar olika sorters värde.

Intellektuellt kapital kan skapa såväl direkt- som indirekt värde för företag (Sullivan, 2000). Det direkta värdet består delvis av kassaflöden som genereras av det intellektuella kapitalet, delvis av vinstökningar då företagets intellektuella kapital avgör hur företaget kan bedriva sin verksamhet kostnadseffektivt. Intellektuellt kapital-aktiviteter som räknas som direkta är alltså de som resulterar i intäkt alternativt minskad kostnad, där det finns en otvetydig koppling mellan intellektuellt kapital och värde. Indirekt värde uppkommer exempelvis när företag använder sig av intellektuellt kapital vid strategisk positionering. Sådana aktiviteter är ofta ej förknippade med en transaktion, varför kopplingen till värde är mindre tydlig och svårare att mäta. Merparten av det värde intellektuellt kapital skapar för ett företag är indirekt. Därför är kopplingen mellan intellektuellt kapital och värde ofta svår att identifiera och än svårare att kvantifiera.

Intellektuellt kapital kan även sägas generera både offensivt och defensivt värde för företag. Defensiva aktiviteter förbereder företaget för offensiva aktiviteter mot företaget från personer eller grupper utanför företaget. Exempelvis medför patent defensivt värde då dessa hindrar andra företag från att använda företagets immateriella tillgångar. Offensiva aktiviteter syftar till att förbättra företagets förmåga att nå sin vision eller implementera sin strategi. Varumärken kan medföra offensivt värde genom att produkter kan säljas till premiumpris, samtidigt som ett känt varumärke kan leda till upprepad försäljning (Sullivan, 2000).

Det är inte de enskilda komponenterna i intellektuellt kapital som skapar värde för ett företag. Enligt Meer-Kooistra och Zijlstra (2001) undersökning så kan värde bara skapas om dessa komponenter samverkar med varandra, inte var för sig. Därför produceras mer värde ju större samverkan är mellan komponenterna. En viktig aspekt är nätverken med leverantörer, eftersom dessa ofta är involverade i företagets viktiga processer såsom just-in-time leveranser. När företag inom nätverket blir alltmer beroende av varandra, så kommer detta nätverk bidra till att mer och mer värde skapas i framtiden. En annan aspekt är sambandet mellan kundkapital och humankapital. Skickliga säljare bidrar till att skapa och upprätthålla kundrelationer, vilket i sin tur drar till sig personal till företaget. Humankapitalet har även en viktig funktion vid samspelet mellan produktutveckling och försäljning. Vid lanseringen av en ny produkt så måste forskning och utvecklingsavdelningen samverka med en skicklig försäljningsavdelning för att lanseringen skall lyckas. Meer-Kooistra och Zijlstra (2001) menar att humankapital är nyckelfaktorn när det gäller samspelet mellan de olika komponenterna.

3.5 Extern rapportering av intellektuellt kapital

Nuvarande ramar för externredovisning tillåter enbart redovisning av ett fåtal intellektuellt kapital-komponenter (Meer-Kooistra & Zijlstra, 2001). Således är extern rapportering av information om intellektuellt kapital främst frivillig (Marr et al., 2003). Enligt Brügger et al. (2009) finns endast lite klar information om vad som avgör extern rapportering av intellektuellt kapital.

För att extern rapportering av intellektuellt kapital skall uppfattas som relevant av kapitalmarknaden bör informationen rapporteras i ett sammanhang där företagets värdeskapandeprocesser betonas. Ledningens förståelse av strategi och värdeskapande bör kommuniceras, ej enbart indikatorer av allmänt intresse. Rapporteringen bör göras i ramverket för företagets strategi för värdeskapande (Bukh, 2003).

Minskad informationsasymmetri mellan företag och externa intressenter är en viktig anledning till frivillig extern rapportering av intellektuellt kapital (Brügger et al., 2009)

Om företag inte rapporterar intellektuellt kapital externt blir följden att företagets investerare saknar information om företagets immateriella resurser. Detta resulterar i att investerarnas riskuppfattning blir högre, varför företag med stort intellektuellt kapital kan ha svårt att få attraktiva villkor för sin finansiering (Meer-Kooistra & Zijlstra, 2001).

Potentiella fördelar med att rapportera är alltså såväl att kommunicera företagets fördelar som att locka till sig resurser (Mouritsen et al., 2004). Rapportering av intellektuellt kapital genom frivilliga upplysningar kan anses som en fördel enligt Williams (2001) då sådan information gör det möjligt för investerare och andra relevanta intressenter att bättre analysera företagets framtida kapacitet för värdeskapande.

Andriessen (2004) har vid en översikt av problemdefinitioner gällande intellektuellt kapital identifierat fem huvudkategorier: att minska skillnaden mellan marknadsvärde och bokfört värde, förbättra intressenters information om företagets reala värde och framtida prestation, minska informationsasymmetrin, öka möjligheten att skaffa kapital samt att förbättra företagets rykte och påverka aktiekursen.

Det kan även finnas nackdelar med extern rapportering av intellektuellt kapital. Företag är rädda för att avslöja alltför mycket information om intellektuellt kapital externt. De är rädda för att deras konkurrenssituation kan försämrats, samtidigt som det finns en risk för att höga

förväntningar om framtiden kan byggas upp (Meer-Kooistra & Zijlstra, 2001). Andra anledningar till företags försiktighet vid rapportering av intellektuellt kapital är att marknaden inte anses förstå informationen, informationen är inte tillräckligt tillförlitlig för att rapporteras samt att företag inte helt förstår sina värde drivare (Ittner & Larcker, 2009).

Garcia-Meca et al. (2005) nämner att extern rapportering kan kommuniceras genom två olika typer av kommunikationskanaler. Den första är offentliga kanaler såsom årsredovisning, Internet, och intellektuellt kapitalrapporter. Sådan information riktas till externa agenter. Den andra kommunikationskanalen är privata kanaler såsom personlig kommunikation, presentationer till analytiker och telefonmöten. Dessa riktas främst till finansiella analytiker och institutionella investerare.

3.6 Intern rapportering av intellektuellt kapital

Företag kan använda sig av intern rapportering av intellektuellt kapital för att bättre förstå sina intellektuella resurser. Problemet är hur dessa resurser skall styras. Företagets intellektuella resurser består av kunskap, vilken används för att förbättra innovationskapaciteten, processer och prestationer hos företag. Då kunskap är immateriell så måste den dock omvandlas till kunskapsresurser som klart kan beskrivas, utvecklas, värderas och kombineras. Kunskapsresurser kan styras vilket betyder att de kan ingå i en intellektuellt kapital rapport. Det finns olika typer av kunskapsresurser som exempelvis anställda, kunder, partners, virtuell infrastruktur och teknologier. Styrning av kunskapsresurser är beroende av dessa kunskaper och deras samverkan. För att företag ska kunna få fram en klar strategi för kunskapsstyrning är det av yttersta vikt att de förstår hur kunskapsresurserna samverkar (Mouritsen, 2004).

Det finns åtskilliga anledningar till varför företag skall rapportera intellektuellt kapital internt. Marr et al. (2003) har i en systematisk litteraturgranskning identifierat fyra anledningar till varför företag skall mäta intellektuellt kapital. Dessa anledningar är:

- Att hjälpa företag att formulera sin affärsstrategi
- Utvärdera utförandet av strategi i företaget
- Underlätta strategiutveckling, diversifiering och expansionsbeslut
- Att använda intellektuellt kapital som bas för kompensation

Meer-Kooistra och Zijlstra (2001) nämner i deras undersökning ett antal fördelar med att rapportera intellektuellt kapital internt. De menar att intern rapportering av intellektuellt kapital kan vara ett viktigt hjälpmedel för att förbättra beslutsfattandet i företag och gör det även möjligt att utvärdera hur effektivt företaget har använt sitt intellektuella kapital. Vidare belyser de att intern rapportering på ett tydligare sätt visar kopplingen mellan de olika intellektuellt kapital-komponenterna och deras relation till företagets strategi. Intern rapportering kan även bidra till att få en bättre förståelse i företag för hur nuvarande och framtida kassaflöden kan uppkomma från intellektuellt kapital.

Guthrie (2001) säger att om ett företag rapporterar intellektuellt kapital internt så kan det få positiva effekter som exempelvis: ökad moral hos medarbetarna, lägre personalomsättning, ökade investeringar för att utveckla företagets intellektuella kapital och en bättre förståelse för vilka som är de viktigaste faktorerna för vidareutveckling och tillväxt. Guthrie (2001) säger även att genom att mäta intellektuellt kapital internt i företag så kan detta bidra till en bättre tillämpning av benchmarking.

För att ett företag skall lyckas med att mäta och styra intellektuellt kapital effektivt så måste alla i organisationen vara engagerade i arbetet med intellektuellt kapital. Detta kan underlätta om det är en erfaren och respekterad person i organisationen som driver arbetet med att mäta och styra intellektuellt kapital (Guthrie, 2001).

Det finns ett antal olika modeller för att mäta intellektuellt kapital. De vanligaste är enligt Guthrie (2001) Kaplans och Nortons Balanced Scorecard (BSC) och Karl-Erik Sveibys Intangible Asset Monitor.

Den största nackdelen med intern rapportering av intellektuellt kapital är de ökade kostnader denna medför. Att samla in information är både tidskrävande och ansträngande (Meer-Kooistra & Zijlstra, 2001). Roslender och Fincham (2003) anger att det finns svårigheter hos företag med att mäta intellektuellt kapital på ett systematiskt sätt. Vidare säger Guthrie och Petty (2000) att det finns problem för företag att översätta retorik till jämförbara mått, vilket skulle göra det lättare att på ett bättre sätt utvärdera och förbättra styrningen av human- och relationsattribut.

3.7 Tidigare forskning om samspelet mellan intern och extern rapportering av intellektuellt kapital

De icke-finansiella värde drivare som finns i företag skall påverka både val av interna prestationsmått och extern rapportering (Black et al., 1998, Eccles et al. 2001). Även om ett företag skapar och bibehåller värde så kommer investerare inte uppfatta detta värde såvida företaget inte har ett effektivt kommunikationsprogram. Denna värdekommunikation har såväl interna som externa syften. Intern kommunikation utbildar medarbetarna om företagets strategier och mål. Kommunikation med investerare måste syfta till att få dessa att förstå företagets värdebaserade strategier och mål, samtidigt som de tror på ledningens förmåga att implementera dem (Black et al., 1998).

Kopplingen mellan extern rapportering genom årsredovisningen och ledningens interna aktiviteter förutsätts ofta implicit. Trots att kopplingen anses viktig hittade Ax och Marton (2008) vid en litteraturgranskning ingen empirisk studie av denna koppling. Nyare forskning ger även anledning att ifrågasätta styrkan hos denna koppling. Resultaten från en undersökning av Ax och Marton (2008) ger exempelvis ej mycket stöd för en koppling mellan extern rapportering av humankapital och ledningens interna aktiviteter rörande humankapital. Däremot ger resultaten en viss indikation om att det finns en koppling mellan ledningens aktiviteter och uppfattad vikt av att rapportera detta externt. Detta märks dock ej i den faktiska externa rapporteringen. Enligt Ittners och Larckers (2009) undersökning så beror den externa rapporteringen i företag mer på tron om vad analytiker och investerare beaktar än vad företaget tror är viktigt för aktieägarnas framtida avkastning. Därför skiljer sig den externa rapporteringen från dess uppfattade värde drivare, intern och extern rapportering överensstämmer endast för en mindre andel av prestationsmått.

4 Undersökning av rapportering av intellektuellt kapital

4.1 Elanders

4.1.1 Företagspresentation

Elanders är en internationell infomedia- och tryckerikoncern som återfinns i tio länder på fyra kontinenter. Bolaget är sedan 1989 noterat på Stockholmsbörsens Small Caplista. Huvudkontoret ligger i Göteborg. Företaget producerar bland annat förpackningar, manualer, cd-skivor och broschyrer. År 2008 hade koncernen 1809 medarbetare och en omsättning på 2,191 miljarder kronor. Företaget har gått från att vara ett traditionellt tryckeri till en internationell infomediakoncern där stort fokus ligger på kundens behov. (Årsredovisning 2008 och www.elanders.se)

4.1.2 Extern rapportering

En idé bakom Elanders externa rapportering av intellektuellt kapital är att den externa rapporteringen skall stimulera det interna arbetet inom dessa områden. Detta skall förhoppningsvis öka samarbetet och få ut kraften hos personalen inom organisationen. Ett exempel är nätverken som företaget vill använda för att öka kraften i koncernen. Däremot ifrågasätter Elanders huruvida företagets aktieägare är intresserade av information om företagets strukturkapital. Strukturkapital var modernt för ett antal år sedan, i tuffa tider är det istället kassaflöden som räknas. Elanders tror inte heller att extern rapportering kan göra det lättare att få finansiering från banker och liknande institutioner då dessa intressenter nästan uteslutande går på finansiell information. Den externa rapporteringen av intellektuellt kapital riktar sig till aktieägarna, såväl nuvarande som potentiella. Tanken är att ge dessa en inblick i företaget.

Det finns enligt Elanders även nackdelar med att rapportera intellektuellt kapital externt. Företaget vill inte att information som anses vara interna angelägenheter skall nå konkurrenterna. Enligt Elanders kan denna typ av information även vara osäker.

Efter att ha undersökt Elanders årsredovisning, som omfattade 140 sidor, så upptäckte vi att den dominerande kategorin var relationskapital, RK, (45%), följt av strukturkapital, SK, (28%) och den minsta kategorin humankapital, HK, (26%). De komponenter som nämndes flest gånger var, vilket kan ses i Tabell 1, företagsnamn (20 gånger), kunder (12 gånger), ledningsprocesser (12 gånger) och informationssystem (9 gånger).

Elanders

	Frekvens	Upprepningar	
Strukturkapital			
Intellectual Property	Patent		
	Copyrights	1	
	Registrerade varumärken		
Infrastrukturtillgångar	Ledningsfilosofi	1	
	Företagskultur	3	
	Ledningsprocesser	12	
	Tekniska processer	2	
	Informationssystem	9	
	Nätverkssystem		
	Finansiella relationer		
Relationskapital			
Varumärken		1	
Kunder		12	
Kundnöjdhet		5	
Kundlojalitet			
Företagsnamn (ej konkurrenter)		19	1
Distributionskanaler		2	3
Affärssamarbeten		5	1
Licensavtal			
Fördelaktiga kontrakt			
Franchiseavtal			
Kvalitetsstandarder		1	1
Humankapital			
Know-how			
Utbildning		3	
Yrkeskvalifikationer			
Arbetsrelaterad kunskap			
Arbetsrelaterade kompetenser			
Entreprenöriella förmågor		5	
Karriärsutveckling		1	
Fackföreningsaktiviteter		6	4
Value-added statements		3	1
antal anställda		4	1
anställdas ålder		1	
Nöjda medarbetare			
Hälsotal		3	
Summa		99	12

Tabell 1 Innehållsanalys av Elanders årsredovisning, 2008.

4.1.3 Intern rapportering av intellektuellt kapital

Den nytta Elanders ser med intern rapportering har främst att göra med företagets medarbetare. Det är svårt för ett företag att prestera utan nöjda medarbetare och humankapitalet är oerhört viktigt. Strukturkapitalet är enligt Elanders helt beroende av humankapitalet. Även på kundsidan anses nöjda medarbetare som gör ett bra jobb viktigare än mätningar av kundnöjdhet. Elanders har däremot ingen uttalad strategi för att rapportera intellektuellt kapital internt i företaget.

Vilka medarbetare som får ta del av den interna rapporteringen inom Elanders varierar. Exempelvis går informationen om nöjda kunder ut till de berörda koncernföretagen och säljarna. Målet är att vara så öppna som möjligt inom företaget. Elanders använder sig inte av någon speciell modell för intern rapportering av intellektuellt kapital, även om vissa varianter som liknar t.ex. balanserade styrkort används.

4.1.4 Samspel mellan intern och extern rapportering

Tabell 2 innehåller svar på frågor angående om Elanders internt rapporterar vissa intellektuellt kapital-komponenter som identifierats i företagets årsredovisning, samt hur viktiga de komponenterna är i förhållande till företagets strategi/värdeskapandemodell. De komponenter som även rapporteras internt är också mycket viktiga för företagets strategi med undantag för rapportering av nöjda kunder som bara anses som ganska viktiga. Uppföljning av denna komponent sker ej på koncernnivå utan på lägre nivå i organisationen av personal som ligger nära kunden. Ledningsprocesser rapporteras enligt Elanders inom företaget. Olika sorters risker mäts relativt noggrant och följs upp. Dessa processer anses vara mycket viktiga för företagets värdeskapande. Informationssystem rapporteras internt och anses vara extremt viktigt för Elanders värdeskapande. Dessa system hjälper till att skapa ett gemensamt språk för koncernens alla dotterbolag och skall också underlätta att få fram synergieffekter inom organisationen. Hälsotal rapporteras även inom företaget och detta anses vara av yttersta vikt för värdeskapande i företaget. Företaget rapporterar fackföreningsaktiviteter internt och anser att detta är viktigt för värdeskapande i företaget. Det är viktigt med medarbetare för att på så sätt få ut kraft ur organisationen. Tabell 2 visar också att det finns flera komponenter som rapporteras externt men ej internt, däribland affärssamarbeten som identifierats sex gånger i innehållsanalysen. Anledningen till att entreprenöriella förmågor inte rapporteras internt beror på svårigheter med att mäta. Ett annat mått som Elanders rapporterar internt, men inte externt är humankapitalindex. Måttet mäter bland annat hur nöjda medarbetarna är och deras attityder gentemot chefer. Detta index används för att kunna följa upp personalen och anses vara av yttersta vikt för företagets värdeskapande. Den externa rapporteringen av nöjda kunder, nöjda medarbetare etc. fokuserar på att informera om att detta mäts internt. Resultaten av mätningarna rapporteras inte externt. Vad som till slut rapporteras externt beror på om ekonomichefen/VD:n anser att informationen kan vara skadlig om den rapporteras ut.

Enligt Elanders är det föga troligt att det finns områden som är viktiga att rapportera externt, men inte internt. Det är viktigt för omvärlden att veta vad som är viktigt internt i företaget. Däremot finns områden som kan vara viktiga vid intern rapportering, men ej vid extern rapportering. Exempelvis anses det inte trovärdigt att rapportera resultat från mätningar av kundnöjdhet, vilket Elanders tror visar sig i andra mått som exempelvis ökad försäljning. Det är svårt för externa intressenter att jämföra resultat mellan olika företag om mätningarna inte utförs på samma sätt. Detta kan leda till misstolkningar som kan skada företaget. Det viktiga är att omvärlden vet att Elanders arbetar med det.

Elanders

Rapporterar ni följande externt identifierade intellektuellt kapitalkomponenter internt?				
Om ja, hur viktiga är dessa i förhållande till företagets strategi/värdeskapandemodell (skala 1-7 där 7 betyder mycket viktigt)		Ja	Nej	Skala 1-7
HK	Anställdas entreprenöriella förmågor		Nej	-
HK	Fackföreningsaktiviteter	Ja		5
HK	Hälsotal	Ja		7
SK	Företagskultur		Nej	-
SK	Ledningsprocesser	Ja		7
SK	Informationssystem	Ja		7
RK	Nöjda kunder	Ja		4
RK	Varumärken		Nej	-
RK	Affärssamarbeten		Nej	-
Rapporterar ni andra mått internt som är direkt kopplade till er strategi/värdeskapandemodell				
HK	Humankapitalindex	Ja		7

Tabell 2 Elanders interna rapportering av vissa externt identifierade komponenter.

4.2 Wallenstam

4.2.1 Företagspresentation

Wallenstam är ett fastighetsbolag som främst hyr ut bostäder och lokaler. Företaget köper och bygger även fastigheter åt företag och privatpersoner. Bolaget är noterat på OMX börsen i Stockholm och återfinns på Mid Caplistan. Företagets geografiska marknader är Göteborg, där även huvudkontoret ligger, Helsingborg och Stockholm. År 2008 hade koncernen 159 anställda och en omsättning på 1,250 miljarder kronor. Wallenstam har börjat bygga vindkraftverk för att minska energikostnaden och att bli självförsörjande på miljövänlig el. (Årsredovisning 2008 och www.wallenstam.se)

4.2.2 Extern rapportering

Wallenstam har ingen uttalad strategi för extern rapportering av intellektuellt kapital. Det som rapporteras externt skall vara det som rapporteras internt. Det finns dock fler interna nyckeltal.

Wallenstam ser flera fördelar med den externa rapporteringen av intellektuellt kapital. Det är viktigt att visa vart företaget är på väg. Genom transparens i rapporteringen ökar företagets trovärdighet, vilket kan resultera i en bättre aktieutveckling. Wallenstam håller med om att rapportering av intellektuellt kapital kan underlätta finansieringen. Då banker har tystnadsplikt finns även möjligheten att rapportera mer information än den som finns i externredovisningen till denna intressent. Möjliga svårigheter med extern rapportering av intellektuellt kapital är exempelvis att det inte finns några regelverk för rapportering av denna typ av information. Om informationen är för detaljerad, i synnerhet gällande konkurrensfördelar, kan detta även vara ett problem ur konkurrenssynpunkt.

De intressenter extern rapportering av intellektuellt kapital främst riktar sig till är myndigheter, investerare och banker. Vid sidan av årsredovisningen använder sig Wallenstam av sin hemsida för att rapportera frivilliga upplysningar av intellektuellt kapital. Informationen i sig skall inte skilja sig från informationen i årsredovisningen, dock uppdateras hemsidan kontinuerligt varför informationen där kan vara mer aktuell.

Wallenstam

	Frekvens	Uppprepningar	
Strukturkapital			
Intellectual Property			
	Patent		
	Copyrights		
	Registrerade varumärken		
Infrastruktur tillgångar	Ledningsfilosofi	1	
	Företagskultur		
	Ledningsprocesser	8	4
	Tekniska processer		
	Informationssystem	1	
	Nätverkssystem		
	Finansiella relationer	1	
Relationskapital			
Varumärken	4		
Kunder	8	1	
Kundnöjdhet	3		
Kundlojalitet			
Företagsnamn (ej konkurrenter)	10		
Distributionskanaler			
Affärssamarbeten	5		
Licensavtal			
Fördelaktiga kontrakt			
Franchiseavtal			
Kvalitetsstandarder			
Humankapital			
Know-how			
Utbildning			
Yrkeskvalifikationer			
Arbetsrelaterad kunskap			
Arbetsrelaterade kompetenser			
Entreprenöriella förmågor	1		
Karriärsutveckling	7		
Fackföreningsaktiviteter			
Value-added statements			
antal anställda	2		
anställdas ålder	1		
Nöjda medarbetare	2	1	
Summa	54	6	

Tabell 3 Innehållsanalys av Wallenstams årsredovisning, 2008.

Efter en innehållsanalys av Wallenstams årsredovisning, som omfattade 112 sidor, så upptäckte vi att den dominerande kategorin var relationskapital (56%), följt av humankapital (24%) och den minsta kategorin strukturkapital (20%). De komponenter som nämndes flest

gångar var, vilket står i tabell 3, ledningsprocesser (12 gånger), företagsnamn (10 gånger), kunder (9 gånger) och karriärsutveckling (9 gånger).

4.2.3 Intern rapportering

Wallenstam har ingen uttalad strategi för att rapportera intellektuellt kapital internt. Istället är det upp till varje affärsområdeschef att välja ut egna mål och nyckeltal, anpassade till dennes verksamhet. Företaget använder sig inte av någon särskild modell för att rapportera intellektuellt kapital. Enkelhet vid rapportering anses dock vara en fördel.

En fördel Wallenstam ser med att rapportera intellektuellt kapital internt är att det gör det möjligt att se hur företaget följer sina strategier. Det är inspirerande för företaget att se att det är på rätt väg. Möjliga svårigheter med intern rapportering av intellektuellt kapital är att det kan finnas vissa mätproblem. Exempelvis nämns svårigheten med att särskilja ett möte från utbildning.

Vilka personer som får ta del av informationen beror dels på typ av information, dels på vilka som är berörda. Information om medarbetare rapporteras exempelvis på avdelningsnivå, medan annan information enbart rapporteras på ledningsnivå. Samtidigt finns viss information som rapporteras i mindre utsträckning.

4.2.4 Samspel mellan intern och extern rapportering

Tabell 4 innehåller svar på frågor angående om Wallenstam internt rapporterar vissa intellektuellt kapital-komponenter som identifierats i företagets årsredovisning, samt hur viktiga dessa komponenter är i förhållande till företagets strategi/värdeskapandemodell. Alla de komponenter som vi frågade om, med utgångspunkt i vår innehållsanalys, rapporterades även internt. Wallenstam rapporterar nöjda medarbetare internt och anser det viktigt att personalen skall trivas och känna sig betydelsefull. Detta bidrar till att lönsamheten förbättras. Olika processer rapporteras internt i företaget, exempel är värderingsprocesser, köp- och säljprocesser och budgetprocesser. Den senare anses vara mycket viktig för Wallenstams verksamhet. Ett annat mått som Wallenstam anger som viktigt för värdeskapande är projektutveckling.

De intellektuellt kapital-komponenter som Wallenstam rapporterar externt är normalt de som rapporteras internt, då det som är viktigt att rapportera externt är det som är viktigt att rapportera internt. Däremot är den interna rapporteringen av intellektuellt kapital normalt mer detaljerad än företagets externa rapportering.

Wallenstam

Rapporterar ni följande externt identifierade intellektuellt kapitalkomponenter internt?				
Om ja, hur viktiga är dessa i förhållande till företagets strategi/värdeskapandemodell (skala 1-7 där 7 betyder mycket viktigt)		Ja	Nej	Skala 1-7
HK	Nöjda medarbetare	Ja		5
HK	Karriärsutveckling	Ja		3
RK	Processer (lednings-, tekniska-)	Ja		3
RK	Informationssystem	Ja		3
RK	Kundnöjdhet	Ja		7
RK	Varumärke	Ja		6
Rapporterar ni andra mått internt som är direkt kopplade till er strategi/värdeskapandemodell				
SK	Projektutveckling	Ja		7

Tabell 4 Wallenstams interna rapportering av vissa externt identifierade komponenter.

4.3 Concordia Maritime

4.3.1 Företagspresentation

Concordia Maritime är rederibolag med huvudsäte i Göteborg som sysslar med oljetransporter på den internationella marknaden och är noterat på Stockholmsbörsens Small Caplista. Bolaget bygger, utvecklar, bemannar och befraktar transportfartyg åt kunder. Verksamheten lägger stor vikt på nära samarbeten med flera företag inom Stena AB koncernen, som även är majoritetsägare. Företaget hade 2008 en omsättning på 560 miljoner kronor och antalet anställda uppgick till 175. (Årsredovisning 2008 och www.concordia-maritime.se)

4.3.2 Extern rapportering

Concordia Maritime har ingen uttalad strategi bakom sin externa rapportering av intellektuellt kapital. Däremot är de mått som rapporteras externt de som är viktiga i förhållande till företagets verksamhet, företaget positionerar sig som aktör i sitt marknadssegment. Årsredovisningen är Concordia Maritimes enda informationskanal för extern rapportering av intellektuellt kapital.

Nyttan Concordia Maritime ser med extern rapportering av intellektuellt kapital rör bland annat att medarbetare skall få se hur betydelsefulla de är för företaget. Samtidigt är det viktigt att finansiella intressenter förstår vikten av andra faktorer än de finansiella. Den externa rapporteringen är även en möjlig rekryteringsplattform då sjöfolk ofta kommunicerar med varandra om vad de har läst. Concordia Maritime ser för egen del ingen fördel med att rapportera intellektuellt kapital externt avseende att lättare få finansiering. Detta beror enligt Concordia Maritime på vilken bransch företaget verkar inom.

Concordia Maritime ser inga svårigheter med den externa rapporteringen av intellektuellt kapital. Detta beror på att företaget rapporterar relativt lite om intellektuellt kapital, inget systemstöd krävs för rapporteringen och att den rapportering som finns är på en övergripande nivå.

Efter att ha undersökt Concordia Maritimes årsredovisning, som omfattade 92 sidor, så upptäckte vi att den dominerande kategorin var relationskapital (67%), följt av humankapital (20%) och den minsta kategorin var strukturkapital (13%). De komponenter som nämndes flest gånger var, enligt tabell 5, företagsnamn (30 gånger), affärssamarbeten (12 gånger), ledningsprocesser (8 gånger) och kunder (5 gånger).

Concordia Maritime

	Frekvens	Uppprepningar
Strukturkapital		
Intellectual Property		
Infrastruktur tillgångar		
	5	3
	1	
Relationskapital		
Varumärken		
Kunder	5	
Kundnöjdhet		
Kundlojalitet		
Företagsnamn (ej konkurrenter)	14	16
Distributionskanaler		
Affärssamarbeten	10	2
Licensavtal		
Fördelaktiga kontrakt	2	2
Franchiseavtal		
Kvalitetsstandarder		
Humankapital		
Know-how	1	
Utbildning		
Yrkeskvalifikationer		
Arbetsrelaterad kunskap		
Arbetsrelaterade kompetenser		
Entreprenöriella förmågor		
Karriärsutveckling	4	
Fackföreningsaktiviteter	1	
Value-added statements		
antal anställda	2	
anställdas ålder	1	
Nöjda medarbetare		
Summa	46	23

Tabell 5 Innehållsanalys av Concordia Maritimes årsredovisning, 2008.

4.3.3 Intern rapportering

Concordia Maritime har ingen övergripande strategi för intern rapportering av intellektuellt kapital. Företaget använder sig inte heller av någon speciell modell för intern rapportering av

intellektuellt kapital. Concordia Maritime ser dock en nytta med intern rapportering av intellektuellt kapital. Denna nytta är möjligheten att mäta hur bra företaget lyckas med att leverera det kunderna kräver. Concordia Maritime ser inga svårigheter eller nackdelar med att rapportera intellektuellt kapital internt. Exempelvis ser företaget inga större problem med att mäta de områden det mäter.

Vilka personer som får ta del av den interna rapporteringen av intellektuellt kapital beror i Concordia Maritime på vilken typ av information det gäller. Resultat av personalenkäter rapporteras exempelvis till all personal inom företaget. LTI-rapporter, vars innehåll rör hur mycket tid som förloras vid olyckor, rapporteras endast till styrelsen.

4.3.4 Samspel mellan intern och extern rapportering

Tabell 6 innehåller svar på frågor angående om Concordia Maritime internt rapporterar vissa intellektuellt kapital-komponenter som identifierats i företagets årsredovisning, samt hur viktiga dessa komponenter är i förhållande till företagets strategi/värdeskapandemodell. Alla de komponenter vi frågade om, med utgångspunkt i vår innehållsanalys rapporterades även internt, med undantag för affärssamarbeten. Samtliga komponenter som rapporterades internt var av yttersta vikt för företagets strategi/värdeskapande. På frågan om Concordia Maritime rapporterar någonting om utbildning och karriär blev svaret ja. Personalen uppgavs vara mycket viktig för företaget. Därför var det även mycket betydelsefullt för företagets värdeskapande att detta rapporterades internt. En annan intellektuellt kapital-komponent som Concordia Maritime rapporterade internt var olika sorters ledningsprocesser, bland annat riskhantering. Företaget rapporterar mycket om operativa risker såsom skador och incidenter som påverkar båtarna. Nöjda kunder rapporteras internt inom Concordia Maritime. Anledningen är att Concordia Maritime endast har ett fåtal kunder och det är av yttersta vikt att behålla dessa. Företaget har därför nära samarbeten med kunderna. En eventuell förlust av en kund skulle resultera i ett stort bortfall i omsättningen. Ett mått som Concordia Maritime inte rapporterar externt, men internt är nöjda medarbetare, vilket är ännu ett tecken på hur viktig personalen är för företaget.

Merparten av rapporteringen gällande intellektuellt kapital hos Concordia Maritime sker internt, då det enligt Concordia Maritime är det de interna måtten som är viktigast. De externa måtten används mer ur presentationssyfte för att attrahera. Vissa saker som rapporteras externt kanske inte heller rapporteras internt. Internt rapporteras exempelvis mycket LTI, detta rapporteras inte externt. Anledningen är att det finns olika mål med den interna och externa rapporteringen. Skillnaden kanske inte är strategisk, dock finns en tanke bakom valen.

Concordia Maritime

Rapporterar ni följande externt identifierade intellektuellt kapitalkomponenter internt? Om ja, hur viktiga är dessa i förhållande till företagets strategi/värdeskapandemodell (skala 1-7 där 7 betyder mycket viktigt)		Ja	Nej	Skala 1-7
HK	Karriärsutveckling	Ja		7
SK	Ledningsprocesser	Ja		7
RK	Kundrelationer	Ja		7
RK	Imagebyggande (varumärke etc.)	Ja		7
RK	Affärssamarbeten		Nej	-

Rapporterar ni andra mått internt som är direkt kopplade till er strategi/värdeskapandemodell

HK	Nöjda medarbetare	Ja		7
----	-------------------	----	--	---

Tabell 6 Concordia Maritimes interna rapportering av vissa externt identifierade komponenter.

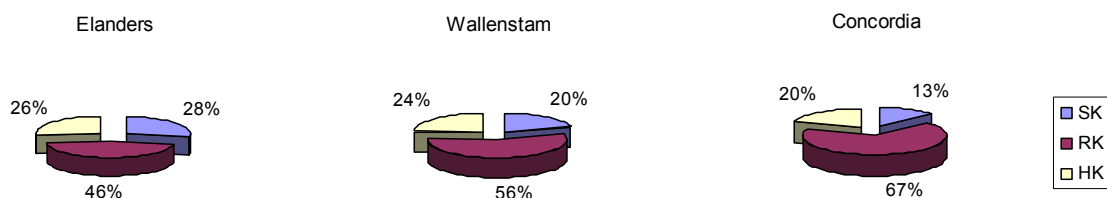
5 Analys

5.1 Jämförelse mellan företag

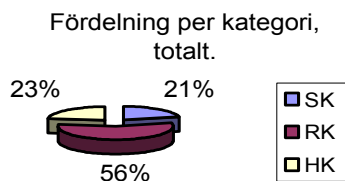
5.1.1 Extern rapportering av intellektuellt kapital

Inget företag i undersökningen har egentligen någon uttalad strategi för extern rapportering av intellektuellt kapital. Däremot har företagen idéer bakom den externa rapporteringen, dessa tenderar dock att skilja sig åt från företag till företag. Wallenstam och Concordia Maritime verkar överens om att den externa rapporteringen skall spegla det interna. Elanders idé skiljer sig så till vida att den externa rapporteringen förväntas stimulera det interna arbetet i företaget. Åsikterna skiljer sig även åt gällande vilka fördelar som finns med att rapportera intellektuellt kapital externt. Både Elanders och Concordia Maritime ser fördelar som är kopplade till företagets medarbetare, vilket kan tolkas som att företagen försöker få ut kraften ur medarbetarna. Det är dock svårt att se några direkta gemensamma fördelar företagen emellan. Exempelvis finns stora åsiktsskillnader rörande huruvida extern rapportering skulle kunna göra det lättare för företagen att få finansiering. Rörande nackdelar med extern rapportering är det främst risken för konkurrensnackdelar genom att avslöja för mycket information som lyfts fram. Vidare finns såväl likheter som skillnader gällande vilka intressenter företagens rapportering av intellektuellt kapital riktar sig till. Däremot är alla företag överens om att årsredovisningen är den primära informationskanalen för att rapportera intellektuellt kapital externt.

Gemensamt för alla tre företag i undersökningen är att relationskapital, vilket kan ses i figur 1, var den klart största kapitalposten inom intellektuellt kapital i respektive årsredovisning. Det skiljde sig dock om vilken som var den näst största kapitalposten. Hos Wallenstam och Concordia Maritime är humankapitalet den näst största posten. I Elanders årsredovisning är däremot humankapitalet den minsta posten, vilket är intressant då Elanders ofta nämner hur viktigt humankapitalet är. Summerat för alla företag, se figur 2, är relationskapital fortfarande den största posten, följt av i tur och ordning humankapital och strukturkapital. De två senare nämnda kategorierna är dock ungefär lika stora. Intressant att notera är att fördelningen när företagen summerats är närmast identisk med Wallenstams. De komponenter som nämndes flest gånger i respektive årsredovisning, se tabell 7, är någorlunda lika mellan företagen. Företagsnamn, ledningsprocesser och kunder är komponenter som rapporteras tämligen frekvent i alla årsredovisningar, dock i olika utsträckning. Omfattningen av rapportering av intellektuellt kapital i årsredovisningarna skiljer sig företagen emellan. Elanders är det företag som rapporterar klart mest intellektuellt kapital i sin årsredovisning, även i förhållande till antal sidor i årsredovisningen.



Figur 1 Fördelning av komponenter i innehållsanalys per kapitalslag, fördelat per företag.



Figur 2 Fördelning av komponenter i innehållsanalys per kapitalslag, summerat för företagen.

		Frekvens (ej upprepningar)		
		Elanders	Wallenstam	Concordia
Strukturkapital				
Intellectual Property	Copyrights	1		
Infrastruktur tillgångar	Ledningsfilosofi	1	1	
	Företagskultur	3		
	Ledningsprocesser	12	8	5
	Tekniska processer	2		
	Informationssystem	9	1	
	Finansiella relationer		1	1
Relationskapital				
	Varumärken	1	4	
	Kunder	12	8	5
	Kundnöjdhet	5	3	
	Företagsnamn (ej konkurrenter)	19	10	14
	Distributionskanaler	2		
	Affärssamarbeten	5	5	10
	Fördelaktiga kontrakt			2
	Kvalitetsstandarder	1		
Humankapital				
	Know-how			1
	Utbildning	3		
	Entreprenöriella förmågor	5	1	
	Karriärsutveckling	1	7	4
	Fackföreningsaktiviteter	6		1
	Value-added statements	3		
	antal anställda	4	2	2
	anställdas ålder	1	1	1
	Nöjda medarbetare		2	
	Hälsotal	3		
Summa		99	54	46

Tabell 7 Aggregerad innehållsanalys av företagens externa rapportering av intellektuellt kapital

5.1.2 Intern rapportering av intellektuellt kapital

I likhet med den externa rapporteringen har inget av de undersökta företagen i uppsatsen någon uttalad strategi bakom sin interna rapportering av intellektuellt kapital. Detta kan ses som intressant då samtliga företag i undersökningen ser fördelar med intern rapportering av intellektuellt kapital. Det finns däremot ett antal skillnader avseende den nytta företagen ser med att rapportera intellektuellt kapital internt. Wallenstam och Concordia Maritime har någorlunda lika syn på fördelar, vilket är att utvärdera verksamheten. Elanders idéer skiljer sig däremot då de anger att intern rapportering av intellektuellt kapital är helt hänförlig till

företagets medarbetare. Däremot lyfts inte nackdelar fram i någon större utsträckning av de undersökta företagen.

Alla tre undersökta företag uppger att vilka personer som får ta del av den interna rapporteringen varierar beroende på vilken typ av information det gäller. Viss information rapporteras endast på ledningsnivå, annan information rapporteras på lägre nivå. Bland de undersökta företagen använder sig inget av någon specifik modell för rapportering av intellektuellt kapital. Detta kan ha ett samband med att företagen inte har någon uttalad strategi för intern rapportering av intellektuellt kapital.

De komponenter företagen rapporterar internt är olika viktiga för företagens värdeskapande. Uppdelat på kapitaltyp, se tabell 8, är de relationskapitalkomponenter som rapporteras internt dem som är viktigast i förhållande till företagens värdeskapande. Härfter följer i tur och ordning humankapital och strukturkapital. Skillnaderna är dock inte speciellt stora mellan kapitaltyperna.

Kapitaltyp	Snittvärde
Humankapital	5,9
Strukturkapital	5,7
Relationskapital	6,2

Tabell 8 Genomsnittsvärde för komponenter som rapporteras internt per kapitaltyp.

5.1.3 Samspel mellan intern och extern rapportering av intellektuellt kapital

Det finns en del skillnader mellan de undersökta företagen gällande samspelet mellan den interna och externa rapporteringen. Såväl Elanders som Wallenstam säger att det som är viktigt att rapportera externt är det som är viktigt att rapportera internt. Dock skiljer sig Concordia Maritimes idéer bakom samspelet mellan intern och extern rapportering av intellektuellt kapital, då företaget anger att merparten av rapporteringen av intellektuellt kapital sker internt då denna rapportering anses vara viktigast. Alla företag i undersökningen anger dock att den externa rapporteringen är mindre detaljerad än den interna rapporteringen. Detta kan kopplas till nackdelen företagen nämner med att extern rapportering kan vara ett problem ur konkurrenssynpunkt.

Övergripande finns tydliga tecken på att de komponenter som ofta rapporteras externt även rapporteras internt i företagen, se tabell 9. Dock finns det i vissa fall en svagare koppling mellan de komponenter som anges vara mycket viktiga för företagens värdeskapande och det som rapporteras ofta externt. De mått som de undersökta företagen angav som inte fanns med i årsredovisningen var även mycket viktiga i förhållande till respektive företags värdeskapande, varför det kan vara intressant att notera att dessa ej rapporteras externt.

Som tidigare nämnts är relationskapital den med marginal största kapitaltypen vid extern rapportering. Detta tydliga mönster är dock inte lika uppenbart i den interna rapporteringen. De relationskapitalkomponenter som rapporteras internt är i genomsnitt endast marginellt viktigare för företagens värdeskapande än de övriga komponenterna. Samtidigt rapporteras en lägre andel av de externt identifierade relationskapitalkomponenterna internt än human- och strukturkapitalkomponenterna, se tabell 9.

De komponenter som rapporterades ofta i årsredovisningen rapporterades även internt hos Elanders. Samma koppling kan ses till det interna, där det som ej rapporterades internt endast i mindre utsträckning rapporterades externt. Däremot är det intressant att

fackföreningsaktiviteter rapporteras mycket mer externt än Hälsotal då Hälsotal anges som viktigare för Elanders värdeskapande.

Samtliga komponenter som vi identifierade i Wallenstams årsredovisning och frågade om rapporterades även internt i företaget, då även de komponenter som hade ett mindre genomslag i årsredovisningen. Det verkar därmed finnas en stark koppling mellan den externa och den interna rapporteringen. Vidare kan det ses som intressant att ledningsprocesser och tekniska processer som rapporteras relativt ofta i årsredovisningen, ansågs vara mindre viktiga för Wallenstams värdeskapande. Generellt sett så hade de komponenter som var mer viktiga för företagets värdeskapande ett mindre genomslag i årsredovisningen.

Det är anmärkningsvärt att den enda komponent som Concordia Maritime angav inte rapporterades internt, också var den som nämndes flest gånger i årsredovisningen. Annars verkar det finnas en stark koppling mellan den interna och den externa rapporteringen, då alla komponenter som frågades om också var mycket viktiga för företagets värdeskapande. Detta ligger även helt i linje med vad Concordia Maritime säger.

Humankapital	Internt			Externt	
	Ja	Nej	Skala 1-7	Antal	Motsvarar i innehållsanalys
Elanders	Anställdas entreprenöriella förmågor	Nej	-	5	Entreprenöriella förmågor
Elanders	Fackföreningsaktiviteter	Ja	5	10	Fackföreningsaktiviteter
Elanders	Hälsotal	Ja	7	3	Hälsotal
Wallenstam	Nöjda medarbetare	Ja	5	3	Nöjda medarbetare
Wallenstam	Karriärsutveckling	Ja	3	7	Karriärsutveckling
Concordia	Karriärsutveckling	Ja	7	4	Karriärsutveckling
Rapporterar ni andra mått internt som är direkt kopplade till er strategi/värdeskapandemodell					
Elanders	Humankapitalindex	Ja	7		
Concordia	Nöjda medarbetare	Ja	7		
Strukturkapital	Ja	Nej	Skala 1-7	Antal	Motsvarar i innehållsanalys
Elanders	Företagskultur	Nej	-	3	Företagskultur
Elanders	Ledningsprocesser	Ja	7	12	Ledningsprocesser
Elanders	Informationssystem	Ja	7	9	Informationssystem
Wallenstam	Processer (lednings-, tekniska-)	Ja	3	12	Ledningsprocesser, tekniska processer
Wallenstam	Informationssystem	Ja	3	1	Informationssystem
Concordia	Ledningsprocesser	Ja	7	8	Ledningsprocesser
Rapporterar ni andra mått internt som är direkt kopplade till er strategi/värdeskapandemodell					
Wallenstam	Projektutveckling	Ja	7		
Relationskapital	Ja	Nej	Skala 1-7	Antal	Motsvarar i innehållsanalys
Elanders	Nöjda kunder	Ja	4	5	Kundnöjdhet
Elanders	Varumärken	Nej	-	1	Varumärken
Elanders	Affärssamarbeten	Nej	-	6	Affärssamarbeten
Wallenstam	Kundnöjdhet	Ja	7	3	Kundnöjdhet
Wallenstam	Varumärke	Ja	6	4	Varumärken
Concordia	Kundrelationer	Ja	7	5	Kunder
Concordia	Imagebyggnad (varumärke, fördelaktiga kon	Ja	7	4	Varumärke, fördelaktiga kontrakt
Concordia	Affärssamarbeten	Nej	-	12	Affärssamarbeten

Tabell 9 Jämförelse mellan intern och extern rapportering.

5.2 Jämförelse av undersökningens resultat och tidigare forskning

5.2.1 Extern rapportering av intellektuellt kapital

De undersökta företagens tankar om extern rapportering av intellektuellt kapital har såväl likheter som skillnader mot de fördelar som nämns i litteraturen. Exempelvis anger både Concordia Maritime och Wallenstam att det som är viktigt för företaget att rapportera externt är det som är viktigt för företaget internt. Detta kan kopplas till Bukh (2003), som ansåg att vid extern rapportering av intellektuellt kapital så bör informationen rapporteras med koppling till företagets värdeskapande processer för att uppfattas som relevant av kapitalmarknaderna. Elanders idé bakom sin externa rapportering av intellektuellt kapital, det vill säga att stimulera det interna arbetet inom dessa områden, skiljer sig däremot från det som normalt finns i litteraturen inom området.

De undersökta företagens syn på nytta med att rapportera intellektuellt kapital externt skiljer sig som sagt åt. Wallenstam anger att transparens i rapporteringen ökar företagets trovärdighet, vilket kan leda till en bättre aktieutveckling. Detta är fördel som i litteraturen exempelvis identifierats av Andriessen (2004). Concordia Maritimes idé om att den externa rapporteringen kan användas som en möjlig rekryteringsplattform är däremot en idé som normalt ej lyfts fram i litteraturen inom området. Huruvida rapportering av intellektuellt kapital skulle underlätta för företagen att få finansiering är en fråga där de undersökta företagen är relativt oense. Tanken att om företag inte rapporterar sitt intellektuella kapital externt så kan följden bli att företag får svårare att få attraktiva finansieringsvillkor (Meer-Kooistra & Zijlstra, 2001) delas således ej fullt ut av företagen i undersökningen.

Meer-Kooistra och Zijlstra (2001) nämner att företags konkurrenssituation kan försämrans om alltför mycket information om intellektuellt kapital avslöjas via extern rapportering. Detta är en nackdel som lyfts fram av företagen i undersökningen.

Garcia-Meca et al. (2005) nämner att det finns ett antal möjliga kommunikationskanaler för extern rapportering av intellektuellt kapital. Företagen i undersökningen använde dock alla mer eller mindre uteslutande årsredovisningen för extern rapportering av intellektuellt kapital. Wallenstam angav dock att de även använde hemsidan som kommunikationskanal för extern rapportering, informationen där skall dock inte skilja sig från informationen i årsredovisningen.

5.2.2 Intern rapportering av intellektuellt kapital

Företagen i undersökningen nämner ett antal fördelar med intern rapportering av intellektuellt kapital som även nämns i litteraturen. Elanders nämner hur viktigt humankapitalet är för företaget. Komponenterna från både strukturkapitalet och relationskapitalet är helt beroende av hur bra humankapitalet fungerar. Detta kan kopplas till vad Meer-Kooistra och Zijlstra (2001) nämner angående vikten av samverkan mellan de olika intellektuella kapital-komponenterna för ett företags värdeskapande. En fördel Marr et al. (2003) nämner är att intern rapportering av intellektuellt kapital gör det möjligt att utvärdera utförandet av strategin i företaget. Detta kan kopplas till Wallenstam som anger att de ser en fördel att rapportera intellektuellt kapital internt eftersom de får en möjlighet att se hur de följer upp sina strategier. En koppling kan även dras till Concordia-Maritime som nämner att genom rapportering av intellektuellt kapital internt så kan de se hur bra företaget lyckas med att leverera det kunden kräver.

De undersökta företagen ser i allmänhet inga större nackdelar med intern rapportering av intellektuellt kapital. Den enda nackdelen som nämns i undersökningen är mätproblem, vilket kan kopplas till Roslender och Fincham (2003) som anger att det finns svårigheter hos företag med att mäta intellektuellt kapital på ett systematiskt sätt. Enligt Meer-Kooistra och Zijlstra (2001) är den största nackdelen med att rapportera intellektuellt kapital internt de kostnaderna som tillkommer i och med att informationsinsamlingen är både tidskrävande och ansträngande. Detta är intressant då denna nackdel inte alls nämns av företagen i undersökningen.

Vilka personer den interna rapporteringen riktar sig till varierar hos de undersökta företagen beroende på vilken typ av information det gäller. Elanders nämner som enda företag att deras målsättning är att vara så öppna som möjligt inom företaget, vilket kan kopplas till Guthrie (2001) som nämner att det är viktigt att alla medarbetare i organisationen är engagerade i

arbetet med intellektuellt kapital för att företaget skall kunna lyckas med att mäta och styra sitt intellektuella kapital effektivt.

Enligt Guthrie (2001) är de vanligaste modellerna för att rapportera intellektuellt kapital Balanced Scorecard och Intangible Asset Monitor. Inget av de undersökta företagen angav att de använde någon av dessa modeller, dock uppgav Elanders att de använde vissa varianter som liknade Balanced Scorecard.

5.2.3 Samspel mellan intern och extern rapportering av intellektuellt kapital

Alla företag i undersökningen ser fördelar med såväl intern som extern rapportering. Dock ser företagen fler nackdelar med extern rapportering än intern rapportering. Detta är gemensamt med tidigare litteratur inom området som nämner fler externa nackdelar än interna med intellektuellt kapital.

Alla företag i undersökningen anger att den externa rapporteringen är mindre detaljerad än den interna rapporteringen. Detta har säkerligen en koppling till en nackdel Meer-Kooistra och Zijlstra (2001) nämner, nämligen att företags konkurrenssituation kan försämrats om alltför mycket information om intellektuellt kapital rapporteras externt. Såväl Elanders som Wallenstam anger att det finns en risk med att avslöja sina konkurrensfördelar för konkurrenterna, samtidigt som Concordia Maritime anger begränsad extern rapportering som anledning till att det inte finns någon nackdel med extern rapportering.

Samtliga företag i undersökningen nämner i större eller mindre utsträckning att det som rapporteras externt skall ha en koppling till det som anses viktigt internt i företagen. I Wallenstam syns denna koppling extra tydligt då de anger att företaget rapporterar alla de komponenter vi frågade om internt. Detta kan kopplas till vad Black et al. (1998) och Eccles et al. (2001) nämner om att icke-finansiella värde drivare i företag skall ha en inverkan på såväl val av interna prestationsmått som extern rapportering. Som nämnts tidigare verkar det dock finnas en olika stark koppling mellan företagen gällande de komponenter som anges vara mycket viktiga för företagets värdeskapande och det som rapporteras ofta externt. Måten de undersökta företagen angav som ej rapporterades i årsredovisningen var dessutom mycket viktiga i förhållande till respektive företags värdeskapande. En jämförelse kan göras med vad Ittner och Larcker (2009) nämner med att företags externa rapportering kan skilja sig från dess uppfattade värde drivare då den externa rapporteringen mer beror på vad företag tror att analytiker och investerare beaktar än vad företaget anser viktigt för framtida värdeskapande.

6 Slutsats

6.1 Slutdiskussion

Uppsatsens syfte har varit att undersöka samspelet mellan extern och intern rapportering av intellektuellt kapital. Vi har identifierat en viss koppling gällande samspelet mellan extern och intern rapportering av intellektuellt kapital. Kopplingen är dock inte fullständig. Vissa av de viktigaste komponenterna för värdeskapande rapporterades inte alltid externt. Även de komponenter som rapporterades ofta externt rapporterades inte alltid internt. Enligt undersökningen verkar rädslan för att rapportera för mycket information externt ur konkurrenssynpunkt vara huvudorsaken, vilket är helt i linje med vad Ittner och Larcker (2009) identifierat i en tidigare undersökning. Ett annat motiv kan vara att företagen inte har någon uttalad strategi vare sig för intern rapportering eller extern rapportering. Samtliga företag verkar dock hålla med om att den externa rapporteringen skall avspegla företagets interna verksamhet. Intressant är dock att den stora dominansen relationskapitalet har vid företags externa rapportering inte tycks avspegla den vikt för värdeskapande denna kapitaltyp har vid intern rapportering. Så mycket viktigare för värdeskapande anges relationskapitalet ej vara vid intern rapportering.

En anledning till att vi ej kan dra så tydliga slutsatser är att omfattningen i undersökningen är begränsad till endast tre företag. En annan begränsning i uppsatsen är att utgångspunkten är den externa rapporteringen och inte den interna rapporteringen.

6.2 Framtida forskning

Då forskningen om samspelet mellan intern och extern rapportering av intellektuellt kapital hittills har varit relativt begränsad i omfattning finns stora möjligheter med att bygga vidare inom detta område. Det finns oss veterligen inga tidigare, utförliga studier av detta samspel, varför en större studie hade kunnat vara intressant att genomföra. Som tidigare nämnts finns en del begränsningar i denna studie, främst är urvalet för litet för att några säkra slutsatser skall kunna dras. Ett intressant angreppssätt hade kunnat vara att jämföra företag bransch för bransch för att se om det finns skillnader mellan branscher som är mer eller mindre beroende av sitt intellektuella kapital.

Ett annat intressant angreppssätt hade kunnat vara att utgå från företags interna rapportering och därefter jämföra med den externa rapporteringen, vilket hade kunnat föra forskare närmare in på företagen. Detta kan dock vara svårare att få företag att acceptera. Intervjuer har en stor fördel när det gäller att undersöka företagets interna och externa rapportering av intellektuellt kapital eftersom området är relativt svårdefinierat.

7 Källförteckning

Böcker och Vetenskapliga artiklar

Abeysekera, I. (2008). Motivations behind human capital disclosure in annual reports. *Accounting Forum, Vol. 32 Issue 1, 16-29.*

Andriessen, D. (2004). IC valuation and measurement: classifying the state of the art. *Journal of Intellectual Capital, Vol. 5 No. 2, 230-242.*

Ax, C., & Marton, J. (2008) Human capital disclosures and management practices. *Journal of Intellectual Capital, Vol. 9 No. 3, 433-455.*

Backman, J. (2008). *Rapporter och uppsatser*. Lund: Studentlitteratur.

Beattie, V., & Thomson, S.J. (2006). Lifting the lid on content analysis to investigate intellectual capital disclosures, *Accounting Forum, Vol. 31 Issue 2, 129-163.*

Black, A., Wright, J., Bachman, J., Makall, M., & Wright, P. (1998). *In Search of Shareholder Value: Managing the Drivers of Performance*. London: Pitman Publishing.

Brüggen, A., Vergauwen, P., Dao, M. (2009). Determinants of intellectual capital disclosure: evidence from Australia. *Management Decision, Vol.47 No. 2, 233-245.*

Bukh, P.N. (2003). The relevance of intellectual capital disclosure: a paradox. *Accounting, Auditing & Accountability Journal, Vol. 16 No. 1, 49-56.*

Choong, K. (2008). Intellectual capital: definitions, categorization and reporting models. *Journal of Intellectual Capital, Vol. 9 No. 4, 609-638.*

Eccles, R., Herz, R., Keegan, E., & Phillips, D. (2001). *The Value Reporting Revolution: Moving Beyond the Earnings Game*. New York, NY: John Wiley & Sons.

Edvinsson, L., & Malone, M.S. (1998). *Det intellektuella kapitalet* (C. Ekberg övers.). Malmö: Liber Ekonomi (originalarbete publicerat 1997).

Garcia-Meca, E., Parra, I., Larrán, M., & Martínez, I. (2005). The Explanatory Factors of Intellectual Capital Disclosure to Financial Analysts. *European Accounting Review, Vol. 14 No. 1, 63-94*

Guthrie, J. (2001). The management, measurement and the reporting of intellectual capital. *Journal of Intellectual Capital, Vol. 2 No. 1, 27-41.*

Halvorsen, J. (1992). *Samhällsvetenskaplig metod* (S. Andersson övers.) Lund: Studentlitteratur (Originalarbete publicerat 1989).

Ittner, C & Larcker, D. (2009). Extending the boundaries: nonfinancial performance measures. *Handbook of Management Accounting Research, Vol. 3, 1235-1251.*

Kaufmann, L., & Schneider, Y. (2004). Intangibles: a synthesis of current research. *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 5 No. 3, 366-388.

Lev, B. (2001). *Intangibles: Management, Measurement, and Reporting*. Washington, D.C., Brookings Institution Press.

Lev, B., & Zambon, S. (2003) Intangibles and intellectual capital: an introduction to a special issue. *European Accounting Review*, Vol. 12 Issue 4, 597-603.

Marr, B., Gray, D., Neely, A. (2003). Why do firms measure their intellectual capital?. *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 4 No. 4, 441-464.

Meer-Kooistra, J och Zijlstra, S. (2001). Reporting on intellectual capital. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, Vol. 14 No. 4, 456-476.

Milne, M., & Adler, R. (1999). Exploring the reliability of social and environmental disclosures content analysis. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, Vol. 12 No. 2, 237-256.

Mouritsen, J., Bukh, P.N., Marr, B. (2004) Reporting on intellectual capital: why, what and how?. *MEASURING BUSINESS EXCELLENCE*, Vol. 8 No. 1, 46-54

Sullivan, P.H. (2000). *Value-Driven Intellectual Capital: How to Convert Intangible Corporate Assets Into Market Value*. New York, NY: John Wiley & Sons.

Williams, M. (2001). Is intellectual capital performance and disclosure practices related?. *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 2 No. 3, 192-203.

Internet

www.elanders.se

www.wallenstam.se

www.concordia-maritime.se

Meritum (2001) Guidelines for Managing and Reporting on Intangibles
www.pnbukh.com/site/files/pdf_filer/MERITUM_Guidelines.pdf

Intervjuer

Almgren, M. ekonomidirektör, Elanders, 2009-05-05

Hermansson, G. ekonomichef, Concordia Maritime, 2009-05-08

Ideström, M. administrative director med ansvar för ekonomi, juridik, personal och IT, 2009-05-07

Övrigt

Årsredovisning, Concordia Maritime, 2008

Årsredovisning, Elanders, 2008

Årsredovisning, Wallenstam, 2008

8 Bilagor

8.1 Bilaga 1: Frågeformulär

Intern rapportering av intellektuellt kapital

1. Använder ni er av följande intellektuellt kapitalkomponenter internt: _____? Om ja, hur betydelsefullt är detta att rapportera i förhållande till strategi/värdeskapande (värdeskapandemodell)?
2. Använder ni er av andra mått som är direkt kopplade till er strategi/värdeskapande?
3. Har ni en uttalad strategi för att mäta/rapportera intellektuellt kapital internt? Varför/varför inte?
4. Vilken nytta ser ni med att rapportera intellektuellt kapital internt?
5. Vilka svårigheter/nackdelar finns med intern rapportering?
6. Vilka personer får ta del av den interna rapporteringen?
7. Använder ni er av någon speciell modell för intern rapportering av intellektuellt kapital, såsom Balanced Scorecard, Intangible Asset Monitor, Navigatorn etc.? Egen modell?

Extern rapportering av intellektuellt kapital

8. Har ni en uttalad strategi/idé om vad ni rapporterar intellektuellt kapital externt via årsredovisningen? Om ja, vilken? Om nej, varför inte? Vad är idén bakom valet av de mått som används externt?
9. Vilken nytta ser ni med att rapportera intellektuellt kapital externt?
10. Vilka svårigheter/nackdelar finns med extern rapportering?
11. Vilka andra informationskanaler (t.ex. hemsida) än årsredovisningen används för att rapportera frivilliga upplysningar? På vilket sätt skiljer sig dessa?
12. Vilka intressenter riktar sig rapporteringen till? Varför just dessa?

Samspel mellan intern- och extern rapportering

13. Rapporteras samma mått internt- och externt? Finns det områden ni rapporterar/styr på internt som ni inte rapporterar externt och vice versa? Om ja, varför skillnader? Är eventuella skillnader medvetna strategiska val/omedvetna?
14. Hur är den relativa vikten för olika mått vid intern- och extern rapportering? Är de områden som anses viktiga vid intern rapportering också de områden ni lägger vikt på vid extern rapportering?