



Handelshögskolan
VID GÖTEBORGS UNIVERSITET

Humankapital – En ökande mängd

Kandidatuppsats i företagsekonomi
Extern redovisning
Vårterminen 2012
Handledare: Inga-Lill Johansson
Författare: Erik Erlandsson
Per Clausén



Sammanfattning

Examensarbete i företagsekonomi, Handelshögskolan vid Göteborgs universitet, Extern redovisning, Kandidatuppsats, VT 12

Författare: Erik Erlandsson och Per Clausén

Handledare: Inga-Lill Johansson

Titel: Humankapital – En ökande mängd

Bakgrund och problem: Idag kan en allt större del av företags värden härledas till icke redovisade tillgångar och av dessa är humankapitalet en viktig del i företagets värdeskapande. För att informationsbrist inte ska uppstå förmedlar företagen sitt humankapital framförallt genom att lämna upplysningar om personalen i årsredovisningarna. Tidigare studier har undersökt mängden humankapital som företag uppger om och vi ska göra en uppföljning för att ta reda på hur mängden upplysningar har utvecklats över tiden.

Syfte: Det primära syftet med vår uppsats är att beskriva mängden upplysningar om humankapital, som de 20 största företagen på OMX Stockholm lämnar i sina årsredovisningar 2008 och 2010, samt att identifiera och diskutera eventuella skillnader mellan åren och med perioden 1998-2002.

Avgränsningar: Vi kommer endast kontrollera och beräkna mängden humankapital i årsredovisningarna och kommer inte kontrollera tillförlitlighet och sanningshalten i de uppgifter som företagen uppger. Om informationen som företagen uppger om verkligen är intressant kommer ej att undersökas.

Metod: Vi har genomfört en kvantitativ studie där det empiriska materialet har samlats in genom kodning av årsredovisningar för att undersöka mängden kvalitativ och kvantitativ information som är hänförlig till humankapital.

Resultat och slutsatser: Från 1998 till 2010 har den totala mängden upplysningar ökat med 68,9 % i årsredovisningarna, dock varierar mängden för enskilda företag mellan olika år.

Förslag till fortsatta studier: En liknande studie med storleksmässigt mindre, fler och även onoterade företag skulle vara intressant. Det skulle även vara intressant att lägga mer fokus på medarbetarsidor och undersöka hur företag ser på dem. För branscher kan man göra en närmare jämförelse mellan finans- och industribranschen, som är de två dominerande bland de 20 största. Även en studie där urvalet styrs av företagets branschtillhörighet, med ett jämt antal företag per bransch, hade varit intressant. Kvalitativa studier där företagen intervjuas för att söka förklaringen till varför mängden för enskilda företag varierar mycket mellan olika år eller där intressenterna intervjuas för att se vilken information de efterfrågar och varför.

Nyckelord: Humankapital, årsredovisningar, upplysningar, kvantitativstudie



Handelshögskolan
VID GÖTEBORGS UNIVERSITET

Förord

Vi vill framföra ett stort tack till vår handledare; Inga-Lill Johansson, för hennes stora engagemang, lärariska uppsattsseminarier, samt all den tid och hjälp hon givit oss. Vidare vill vi även framföra vår tacksamhet till Hanna Johansson och Sofie Karlsson för bra synpunkter under arbetets gång.

Trevlig läsning!

Göteborg 31/5-2012

Erik Erlandsson

Per Clausén



Innehållsförteckning

1. Inledning	5
1.1 Bakgrund.....	5
1.2 Problemdiskussion och frågeställningar.....	6
1.3 Syfte.....	6
1.4 Avgränsning.....	6
1.5 Uppsatsens disposition.....	7
2. Metod	8
2.1 Datainsamling.....	8
2.2 Citat från årsredovisningar.....	9
2.3 Innan datainsamlingen.....	9
2.4 Urval.....	10
2.5 Tillförlitlighet.....	11
3. Referensram	12
3.1 Vad är intellektuellt kapital?.....	12
3.2 Uppdelning av intellektuellt kapital.....	12
3.3 Definiering av humankapital.....	13
3.4 Hård och mjuk information.....	14
3.5 Olika sätt att definiera storleken på företagen.....	14
3.6 Motiv och nackdelar med frivilliga upplysningar.....	14
3.7 Isomorfism.....	16
3.8 Legitimitet.....	16
3.9 Tidigare studier.....	16
3.9.1 Utveckling av forskningen inom redovisningen av humankapital.....	16
3.9.2 "Intellectual capital disclosure in The Netherlands, Sweden and the UK: A longitudinal and comparative study".....	17
3.9.3 "Vilka och vilken mängd frivilliga personalupplysningar redovisas i företagens årsredovisningar? – En studie av 16 företags årsredovisningar från 2005 –".....	18
3.9.4 "Determinants and effects of human capital reporting and controlling".....	19
4. Empiri	20
4.1 Bransch och börsvärden.....	20
4.2 Utfall 2008.....	21
4.3 Utfall 2010.....	23
4.4 Summerade poäng 2008 och 2010.....	24
4.5 Medarbetarsidor.....	24
5. Analys	27
5.1 Översiktlig analys av vår studie.....	27
5.2 Utveckling 1998 till 2010.....	27
5.3 Analys av utfall för branscher.....	29
5.4 Analys utifrån storlek.....	30
5.5 Medarbetarsidorna.....	31
6. Empiriska slutsatser	32
7. Avslutande diskussion	34
7.1 Fortsatta studier och svagheter.....	36
8. Källor	37
8.1 Böcker:.....	37
8.2 Artiklar:.....	37
8.3 Årsredovisningar:.....	39



1. Inledning

I moderna företag är humankapital, i form av personalen, en viktig tillgång. Dagens redovisning ger dock inga möjligheter att ta upp denna tillgång i balansräkningen och detta leder till ett övervärde när man jämför ett företags marknadsvärde med bokfört värde. Företagens främsta sätt att påvisa sin personal är genom olika kommunikationsmedier, framför allt årsredovisningar. I denna studie kommer vi därför att undersöka hur stor mängd upplysningar som de 20 största företagen på OMX Stockholm Large Cap lämnar om sitt humankapital i sina årsredovisningar och vilken sorts information det är de lämnar, kvalitativ eller kvantitativ.

1.1 Bakgrund

“Om nu marknadsvärdena vida överstiger det bokförda värdet av nettotillgångarna måste det finnas några slags immateriella tillgångar som skapar detta övervärde. Vinster och kassaflöden uppstår knappast ur ingenting. Frågan är vad som skapar detta övervärde” (Catasús & Nobrand, 2011 s.10).

Skillnaden mellan bokfört värde och marknadsvärdet benämns ofta intellektuellt kapital och en del av det intellektuella kapitalet består av humankapital, alltså personalens kunskap och kompetens. Eftersom detta kapital skapar värden i företaget har investerare och intressenter ett stort intresse av att se hur personalen presenteras. (Catasús & Nobrand, 2011). Humankapital är även erkänt som den viktigaste produktionsfaktorn, motorn i den ekonomiska tillväxten och källan till ekonomiskt välstånd. Termen humankapital är skapad för att beskriva kunskap, färdighet och skicklighet hos personalen i ett företag. Uttrycket är tänkt att väcka idéer som att skickligheten hos personalen är en viktig input i produktionen och att resurser spenderade på utbildning och träning kan bli analyserade på liknande sätt som investeringar i materiellt kapital, som till exempel maskiner (Blair, 2011). När vi läste årsredovisningarna har vi noterat att många företag benämner sina anställda som sin viktigaste tillgång. Därför borde det vara logiskt att i så stor omfattning som möjligt upplysa om dem och vad de har för kvalitéer som kan hjälpa företaget i framtiden. Men då tyvärr inte redovisningen följt med utvecklingen den senaste tiden har olika investerare och intressenter antagligen fått lida till följd av bristfällig information angående humankapital. Detta då dagens redovisning fortfarande är anpassad efter det traditionella industrisamhället där materiella tillgångar är det viktigaste i företagen (Flamholtz m.fl. 2002).

Numera är en allt större del av företagen kunskapsföretag till skillnad mot tidigare då traditionella industriföretag var mer vanligt. Då var värdefulla tillgångarna materiella ting och företagen kunde förmedla sitt ägande och styrka genom att visa upp tillgångarna i sin balansräkning (Flamholtz m.fl. 2002). Problemet för dagens kunskapsföretag är att de inte kan anses ha kontroll över sin personal och därmed inte får aktivera dem i balansräkningen. Då måste de på något annat sätt förmedla sina styrkor om de vill attrahera investerare och intressenter till företaget (Norhayati m.fl. 2012). En undersökning från 1980 av företagen på S&P 500 visade att 80 % av marknadsvärdena bestod av redovisade värden. År 2000 hade detta förändrats kraftigt och endast 15 % av marknadsvärdena utgjordes av redovisade värden (Ballow m.fl. 2004). Det som kan konstateras är att efterfrågan på upplysningar om intellektuellt kapital har ökat de senaste årtiondena och en viktig orsak till detta är att de



traditionella redovisningstillgångarna inte längre är den största anledningen till företags börsvärden (Norhayati m.fl. 2012).

1.2 Problemdiskussion och frågeställningar

Företag förlitar sig mer och mer på det intellektuella kapitalets värdeskapande jämfört med traditionella värdeskapare som fysiskt och finansiellt kapital (Vandemaele m.fl. 2005). Investerarare är välinsatta om de två senare faktorerna genom de finansiella rapporterna men enligt Lev & Zarowin (1999) är det ett växande problem att rapporterna inte återspeglar det intellektuella kapitalet, där humankapital är en del. Denna informationsbrist kan företagen minska genom att lämna ut så mycket information som möjligt om personalen i sina årsredovisningar (Lev & Zarowin, 1999). De flesta upplysningar om intellektuellt kapital och humankapital är frivilliga och viktiga för att beskriva ett företags övervärden, i form av skillnaden mellan marknadsvärde och bokfört värde. Det är därför intressant att se hur stor mängd upplysningar företag väljer att presentera om personalen i sina årsredovisningar och hur det förändras över tiden. I denna uppsats gör vi en återkopplande studie av Vandemaele m.fl. (2005) studie för att se hur företagens mängd upplysningar om humankapital har förändrats sedan perioden 1998-2002 och vi kommer göra en jämförande undersökning för åren 2008 och 2010. S.N. Vandemaele, P.G.M.C. Vergauwen och A.J. Smits undersökte i sin artikel "*Intellectual capital disclosure in The Netherlands, Sweden and the UK: a longitudinal and comparative study*" upplysningar av intellektuellt kapital i årsredovisningarna för de 20 största börsföretagen i Storbritannien, Nederländerna och Sverige mellan 1998, 2000 och 2002. I sin artikel avslutar de med att skriva, att fortsatta studier med mer aktuell data skulle vara intressant för att göra en jämförelse med deras studie och identifiera möjliga trender. Med bakgrund till detta har vi tagit fram två stycken frågeställningar som ska försöka besvaras i denna uppsats.

- Vilken total mängd upplysningar om humankapital lämnade de 20 största börsbolagen på OMX Stockholm Large Cap 2008 respektive 2010 i sina årsredovisningar?
- Vilken förändring av mängden upplysningar om humankapital har skett från perioden 1998-2002 till 2008-2010?

1.3 Syfte

Det primära syftet med vår uppsats är att beskriva mängden upplysningar om humankapital som företagen lämnade i sina årsredovisningar 2008 och 2010 samt att identifiera och diskutera eventuella skillnader mellan åren och med perioden 1998-2002.

1.4 Avgränsning

Vi kommer endast kontrollera och beräkna mängden humankapital i årsredovisningarna och kommer inte kontrollera tillförlitligheten och sanningshalten i de uppgifter som företagen uppger. Om informationen som företagen uppger gällande humankapital verkligen är intressant för någon kommer ej att undersökas.



1.5 Uppsatsens disposition

Metod: I detta kapitel kommer tillvägagångssättet som vi har använt oss av att förklaras och diskuteras under några olika underrubriker: datainsamling, citat från årsredovisningar, innan datainsamling, urval och tillförlitlighet.

Referensram: Referensramen kommer dels beröra intellektuellt kapital som humankapital är en del av, definiera humankapital och ta upp faktorer som påverkar mängden frivilliga uppgifter och även några tidigare studier inom området.

Empiri: I empirin kommer resultaten för vår studie att presenteras och uppvisas genom ett antal tabeller och figurer.

Analys: I analysen kommer vi att analysera de empiriska data som vi har samlat in. Vi kommer även att analysera utvecklingen från perioden som Vandemaele m.fl. (2005) gjorde sin studie och fram till och med vår studie.

Empiriska slutsatser: I de empiriska slutsatserna kommer vi att sammanfatta de slutsatser vi har hittat genom analys av tidigare studier, teorier och vår data.

Avslutande diskussion: I detta kapitel kommer vi att föra en avslutande diskussion om förändringen som har skett från 1998 till 2010. Exempelvis kommer vi diskutera om ökad mängd ger större fördelar, eventuella nackdelar med den utvecklingen vi sett och den stora variationen enskilda företag uppvisar mellan olika år.



2. Metod

I detta kapitel kommer tillvägagångssättet som vi har använt oss av att förklaras och diskuteras under några olika underrubriker: datainsamling, citat från årsredovisningar, innan datainsamling, urval och tillförlitlighet.

2.1 Datainsamling

Den metod som vi har använt oss av vid insamling av empirisk data har tidigare använts i flera olika undersökningar av mängden intellektuellt kapital i årsredovisningar. Några exempel är Vandemaele m.fl. (2005), Bozzolan m.fl. (2003) och Guthrie & Petty (2000). Det är en longitudinell undersökning vi genomfört för åren 2008 och 2010. Metoden är kvantitativ där man utgår ifrån företagets årsredovisningar och beräknar mängden information om humankapital i dem. Anledningen till att årsredovisningar används som utgångspunkt för studien är att ledare för företag ofta framhåller årsredovisningen som ett bra kommunikationsinstrument (Guthrie & Petty, 2000). Årsredovisningar kan däremot anses vara ett dokument som analytiker, till företag som kommunicerar mycket information, inte har stor användning av (Souissi & Khlif, 2012). Men tidigare studier om frivilliga upplysningar har även fler argument för att årsredovisningar ska granskas i upplysningsstudier. De nämner bland annat att de produceras regelbundet, sprids mycket och läses av många (Ax & Marton 2008). Sedan använde sig även Vandemaele m.fl. (2005) av årsredovisningar som undersökningsobjekt och då vi gör en uppföljning på delar av deras studie kommer även vi att använda oss av årsredovisningar som undersökningsobjekt.

Arbetet med insamling av den empiriska datan startades med att de 20 utvalda företagets årsredovisningar för åren 2008 och 2010 laddades ner från respektive företags hemsida i pdf-format på svenska. Två av företagen saknade fullständiga årsredovisningar på svenska, ABB och Millicom, och då använde vi oss av den engelskspråkliga versionen istället. Dessa 40 årsredovisningar lästes sedan av oss båda för att märka ut informationen om humankapital i dem. Efter att båda läst en årsredovisning hade vi en genomgång för att säkerställa att vi hade gjort samma bedömning. Bedömningen av hur mycket upplysningar som lämnas om humankapital i årsredovisningar tar sin utgångspunkt i hur många meningar som behandlar ämnet. Enligt Milne och Adler (1999) är kodningen av meningar mer tillförlitlig än av ord eftersom enskilda ord kan sakna betydelse när de är tagna ur sitt sammanhang. Däremot visar Ax och Martons (2008) studie att det finns en mycket hög korrelation mellan ord och meningar, vilket gör de två måtten är utbytbara. Poängsystemet är uppbyggt enligt följande: en kvalitativ mening som behandlar humankapital ger 1 poäng, en kvantitativ mening 2 poäng och en figur ger också 2 poäng. Det som definierar humankapital enligt denna studie är följande fem variabler: "Employees, Know-how, Education, Work-related knowledge och Work-related competence", men även andra särdrag hos de anställda som till exempel genomsnittsålder och personalomsättning användes för att uttrycka humankapital. På sidan 420 i Vandemaele m.fl. (2005) kan man läsa följande citat:



“Human capital – human capital relates to employee competence assets. It includes employee know-how, education, work-related knowledge and work-related competence. It also includes other characteristics of the employees, like average age and turnover.” (Vandemaele m.fl. 2005 s.420)

Det är utifrån dessa variabler som vi har kodat humankapitalet i årsredovisningarna enligt poängsystemet. För information som upprepas ges inga ytterligare poäng, exempelvis kan siffran för antalet anställda vara återkommande. I vissa fall innehöll pdf-filen även hållbarhetsredovisningen och andra delar, men då granskades bara själva årsredovisningen. En intressant aspekt som vi noterade under arbetets gång var att medarbetarsidor fanns i vissa årsredovisningar och deras omfattning varierade. Därför beslöt vi oss för att lägga till denna parameter i studien och undersöka mängden information om humankapital som fanns på medarbetarsidorna. I analysen jämför vi insamlade datan med tidigare studier och teori samt lägger grunden för de empiriska slutsatserna.

2.2 Citat från årsredovisningar

Här presenterar vi exempel på citat om humankapitalet som vi hittat i de undersökta företagens årsredovisningar. De två första är exempel på kvantitativa och den sista på en kvalitativ mening.

*“Utbildningsinvestering per anställd uppgick till cirka 26.200 (22.000) kr.”
(Investors årsredovisning 2010 s. 42)*

“Totalt genomfördes närmare 90 projekt under året med kompetenshöjande aktiviteter för hundratals medarbetare.” (Assa Abloys årsredovisning 2010 s. 25)

“Medarbetarna är inte bara bolagets viktigaste resurs för framgång, utan även dess bästa ambassadörer vad gäller att attrahera framtida medarbetare.” (Alfa Laval's årsredovisning 2010 s. 42)

2.3 Innan datainsamlingen

Innan vi började med kodningen av årsredovisningarna i vår studie testade vi att koda två årsredovisningar som Vandemaele m.fl. (2005) hade kodat för att säkerställa att vi gjorde samma bedömning. De årsredovisningar vi testade att koda var ABB och Sandviken 2002 och vi gjorde samma bedömning och fick samma resultat som Vandemaele m.fl. (2005). Innan kodningen startade på riktigt testade vi också att koda två årsredovisningar för att se tidsåtgången för att koda en årsredovisning. Utifrån detta test och att vi hade begränsad tid för denna studie valde vi att endast undersöka mängden humankapital istället för intellektuellt kapital i denna studie. Vi trodde då att 20 företag och tre olika år skulle ge lagom tidsåtgång men det visade sig att de årsredovisningarna vi hade testat hörde till de kortaste årsredovisningarna. Detta gjorde att vi efter ett tag insåg att vi fick nöja oss med att koda årsredovisningar för endast två olika år, då tiden inte räckte till. Vi kontaktade författarna bakom den tidigare studien för att få mer information om deras arbete. Det som vi främst var intresserade av var hur många poäng som var kvalitativa och kvantitativa för respektive bolag. Philip Vergauwen, en av medförfattarna, mailade tillbaka och svarade att han letade men inte hittade datan. Vi skickade ändå våra resultat till honom och han tyckte materialet var intressant.



2.4 Urval

I vår studie har vi valt att undersöka de 20 företagen på OMX Stockholm Large Cap med störst börsvärde den 26:e april 2012. Motivet bakom att välja de företagen med störst börsvärde är att de företagen borde ha resurserna som krävs för att publicera den största mängden upplysningar om intellektuellt kapital (Vandemaele m.fl. 2005). Men även att stora företag antagligen har en ledande roll i finansiell rapportering och är mer synliga i samhället i större utsträckning (Guthrie & Petty 2000). Dock har viss kritik lämnats mot detta antagande och vissa studier, Bukh m.fl. (2005), har kommit fram till att företags storlek inte alls har något samband med antal lämnade upplysningar. Majoriteten är dock av uppfattningen att storlek är avgörande för mängden upplysningar som lämnas i årsredovisningarna. För att kunna göra en rättvis jämförelse med Vandemaele m.fl. (2005) studie valde vi antalet företag till 20, då de hade med de 20 största företag på OMX Stockholm Large Cap. Av de 20 företag som ingick i Vandemaele m.fl. (2005) studie är det fortfarande 14 stycken som är kvar bland de 20 företag med högst börsvärde på OMX Stockholm Large Cap, den 26 april 2012.

Urvalet av företag som granskades i vår studie hade den 26 april 2012 ett börsvärde mellan 449 595 och 56 165 miljoner kronor. De utvalda företagen kan ses i tabell nedan.

Företag i vår studie

Företag	Börsvärde (Mkr)
ABB	300 283
Alfa Laval	56 165
Assa Abloy	71 993
AstraZeneca	449 595
Atlas Copco	203 747
Ericsson	208 349
H&M	379 674
Handelsbanken	133 856
Investor	102 034
Millicom	71 327
Nordea	235 349
Sandviken	117 724
SCA	71 921
Scania	110 000
SEB	95 468
SKF	74 860
Swedbank	125 049
Swedish Match	57 297
TeliaSonera	193 468
Volvo	190 813

Företag i Vandemaele m.fl. studie

Företag
ABB
Assa Abloy
Atlas Copco
Autoliv*
Electrolux*
Ericsson
H&M
Handelsbanken
Holmen*
Investor
Sandviken
SCA
SEB
Securitas*
Skandia*
SKF
Swedbank
Swedish Match
Tele2*
Volvo

(* = Ej med i vår studie)



2.5 Tillförlitlighet

Samtliga årsredovisningar har kodats enskilt av oss båda och sedan har varje resultat gått igenom gemensamt. Detta borde ge ett mer tillförlitligt resultat, än om endast en person hade kodat. En svaghet med poängsystemet, som vi noterade under studiens gång och som skulle kunna påverka resultatet, är att antalet poäng som företagen får är relaterat till antal meningar som behandlar humankapital och beroende på vilket sätt man skriver på kan samma information fördelas i olika många meningar. Att vi även tog hänsyn till figurer i studien gör studien om mängden humankapital mer komplett (Unerman, 2000). En nackdel med att läsa årsredovisningarna och att manuellt markera och räkna meningar och figurer som upplyser om humankapital är att det finns utrymme för subjektiva bedömningar. Dessa minskar möjligheten att upprepa samma studie och få exakt samma resultat (Möller m.fl. 2011). En fördel med metoden är att istället för att söka i dokumenten för vissa nyckelord är att vi finner även meningar med upplysningar om humankapital som inte nämner nyckelorden. Viss poängdifferens skulle kunna vara hänförlig till den mänskliga faktorn men bör inte påverka resultatet och utfallet i någon större omfattning, då vi båda kodat enskilt och jämförde utfallen gemensamt. Urvalet valdes inte slumpmässigt och kan inte representera OMX Stockholm som helhet, utan vi valde medvetet ut de företagen med störst börsvärde.



3. Referensram

Referensramen kommer dels beröra intellektuellt kapital som humankapital är en del av, definiera humankapital och ta upp faktorer som påverkar mängden frivilliga uppgifter och även några tidigare studier inom området.

För att hitta lämplig information till uppsatsen har vi bland annat använt följande söktermer: “*Human capital disclosure*”, “*Upplysningar om humankapital*” och “*Intellectual capital*” i Ekonomiska bibliotekets databaser. Den mest relevanta och intressanta informationen samt vägledningen har vi hittat i olika artiklar från vetenskapliga tidskrifter, som till exempel: “*Journal of Intellectual Capital*” och “*Journal of Human Resource Costing & Accounting*”. Även genom tidigare uppsatser har vi hittat vägledning till användbar information. Vandemaele, Vergauwen och Smits artikel har varit en viktig utgångspunkt för vidare informationssökning då vi gjort en upprepning på delar av deras studie. Genom att läsa deras referenser har vi sökt oss vidare bland artiklar som behandlade både intellektuellt kapital och kvantitativa studier.

3.1 Vad är intellektuellt kapital?

Intellektuellt kapital definieras och förklaras på flera olika sätt inom litteraturen av olika författare, vi kommer här ta upp några förklaringar. Ett sätt är att intellektuellt kapital kan definieras som de intellektuella resurser som företag innehar för att höja värdet på deras tillgångar. Intellektuellt kapital är intellektuella saker inom företaget som kunskap, information och erfarenheter som kan användas för att skapa välstånd (Gopika, 2004). Ett annat sätt att uttrycka intellektuellt kapital är som en del av det övervärde i form av “goodwill” man får betala för ett företag om man skulle köpa det. För många företag är deras fasta tillgångar mindre viktiga än deras immateriella tillgångar för företagets värde. Medarbetarnas talanger, ledningens effektivitet och kvaliteten på kund och leverantörs relationer är exempel på tillgångar som företagen har men som inte får vara med på företagets balansräkningar, dessa är även en del av företagets intellektuella kapital (Stewart, 1997). En bra metafor för att beskriva intellektuellt kapital och dess betydelse är att se ett företag som ett träd. Där grenar, löv och allt annat som är synligt över marken kan ses som företagets finansiella rapport. Men om man verkligen vill veta hur trädet kommer fortsätta växa och utvecklas i framtiden måste man ta reda på vilka förutsättningar det har och det ser man under marken där rötterna är. Rötterna i denna metafor illustrerar ett företags intellektuella kapital och hur viktigt det intellektuella kapitalet är för ett företags framtida utveckling. Som vi inledde med kan intellektuellt kapital förklaras på flera olika sätt och synonymerna till intellektuellt kapital är många, några exempel är kunskapskapital, icke-finansiella tillgångar, immateriella tillgångar, dolda och osynliga tillgångar (Edvinsson & Malone, 1997).

3.2 Uppdelning av intellektuellt kapital

Intellektuellt kapital kan definieras och struktureras upp på flera olika sätt men vi kommer följa den uppdelningen som Sveiby (1997) gör i sin bok “The new organizational wealth”. Han delar upp intellektuellt kapital i intern struktur, extern struktur och personalens kompetens. Där den interna strukturen är tillgångar för



företaget som de anställda skapat men företaget äger, som till exempel patent, administrativa system och datasystem. Extern struktur är till exempel olika former av relationer som företaget har, exempelvis kundstock men även varumärken. Den sista delen av det intellektuella kapitalet är företagets anställda och deras kompetenser. Den kompetensen utvecklas genom utbildningar och mer erfarenhet (Sveiby, 1997). Ett annat sätt att dela upp intellektuellt kapital är i endast två stycken kategorier: humankapital och strukturellt kapital. Där humankapital exemplifieras, på liknande sätt som Sveiby (1997), som personalens kompetens och förmåga att lösa problem. Det strukturella kapitalet har ungefär samma innebörd som en sammanslagning av kategorierna extern och internstruktur från Sveibys (1997) indelning. Exempel på strukturellt kapital enligt denna indelning är mjukvaror, databaser, patent och relationer till utomstående, som till exempel nyckelkunder (Edvinsson & Malone, 1997). Vidare i uppsatsen kommer endast humankapital att behandlas då det är huvudområdet för uppsatsen.

3.3 Definiering av humankapital

I detta stycke kommer en genomgång av olika sätt som ordet humankapital kan förklaras på och slutligen kommer den definitionen, som vi har använt oss av i genomgången av årsredovisningarna, att förklaras.

Inom litteraturen har flera olika ord använts som synonymer för ordet humankapital, några exempel är: "Human assets", "Human resources", "Cultural capital" och "Worth of employees" (Abeysekera & Guthrie, 2004). Dessa uttryck har väldigt lika betydelse men ändå inte exakt samma innebörd. I uppsatsen kommer vi använda uttrycket humankapital. En förklaring av humankapital, enligt Abeysekera & Guthrie (2004), är att det är en kombination av faktorer som innehåvs av personalen i ett företag. Det kan omfatta kunskaper, färdigheter och tekniska förmågor och personliga drag som intelligens, energi, attityd, tillförlitlighet, engagemang, förmåga att lära, fantasi och kreativitet, lust att dela information, delta i ett team samt fokusera på organisationens mål (Abeysekera & Guthrie, 2004). Humankapital kan även delas upp i olika undergrupperingar exempelvis primärkompetens, hävstångskompetens och kärnkompetens. Primärkompetenser kan närmast liknas vid okvalificerad arbetskraft med grundliga kunskaper och erfarenheter som alla kan uppnå, hävstångskompetenser är branschspecifika kunskaper som tar tid eller utbildning att lära sig och kärnkompetens är företagsspecifik expertkunskaper och erfarenhet som gör att företaget kan särskiljas från andra. Humankapital kan även sägas vara de människorna i ett företag som är svåra att ersätta och ger högt förädlingsvärde för företaget, alltså de anställda som skapar produkter eller tjänster som ger kunderna anledning att välja deras företag och inte konkurrenten (Stewart, 1997). Samtliga dessa förklaringar av humankapital är snarlika varandra. Den definitionen vi slutligen har valt att använda för humankapital i vår studie är samma som Vandemaele m.fl. (2005) använde sig av i sin studie. Den består av fem variabler som beskriver humankapital: "Employees", "Know-how, Education, Work-related knowledge och Work-related competence". Dessa variabler för humankapital har sitt ursprung i Sveibys (1997) indelning av intellektuellt kapital som även Guthrie och Petty (2000) använde sig av för att definiera de olika delarna av intellektuellt kapital. Denna definition omarbetades sedan något av Bozzolan m.fl. (2003).



3.4 Hård och mjuk information

Information man hittar i årsredovisningar kan delas in i olika kategorier. Häckner (1985) delade in information i hård och mjuk information, där hård informationen anses kunna kvantifieras och användas i analytiska metoder. Hård information lämpar sig ofta för att användas i grafiska presentationer, symboler och liknande då de oftast uttrycks i siffror. Exempel på hård information är redovisning, ekonomiska analyser, inköpssiffror och marknadsandelar. Denna form av information lämpar sig att användas i beslutsmodeller. Mjuk information består av visioner, idéer, värderingar och påverkas av traditioner och normer. Den här informationen är kvalitativ och har kopplingar till kreativitet och vilja, ett exempel på mjuk information är en affärsidé. Denna information används inom strategiska sammanhang och ses ofta som subjektiv, beskrivande, ostrukturerad, oftast icke-kvantitativ och sällan väldefinierad. (Häckner, 1985)

Uppdelningen av information i de två kategorier som Häckner gjorde 1985 stämmer bra överens med den kategoriseringen vi gjorde av meningar i kvalitativa och kvantitativa. Det han nämner som hård information ser vi som kvantitativ information och det han nämner som mjuk information ser vi som kvalitativ information. Ett problem som forskare noterat är att företag har svårigheter med att få en bra blandning mellan kvalitativ och kvantitativ information när de kommunicerar till sina intressenter. Medarbetare på ekonomiavdelningar är framförallt förstjusta i kvantitativ information men en siffra säger inte allt utan kan behöva mer beskrivande och förklarande information. (Baron, 2011)

3.5 Olika sätt att definiera storleken på företagen

Att definiera det största företaget inom en grupp av företag är svårt då flera olika företag kan vara störst beroende på hur man definierar storlek. Exempel på parametrar som kan användas är vinst, försäljning, totala tillgångar, omsättning, antal anställda och börsvärde. Tidigare studier där man velat undersöka stora företag har använt sig av flera av dessa variabler. Abeysekera & Guthrie (2005) och Guthrie & Petty (2000) ville i sitt urval ha de 30 respektive 20 största företagen och valde då de företagen med högst börsvärde. Även Khan och Khan (2010) hade också börsvärde som parameter för urval av största företagen, de valde de företagen med högsta genomsnittliga börsvärde över 3 år. Bozzolan m.fl. (2003) använde flera olika parametrar för att få fram urvalet av företag till sin undersökning men en av de slutliga parametrarna de hade var försäljning, där de delade in företagen efter storlek på försäljning. Singh och Kansal (2011) valde också ut de största företagen, inom den branschen de valt, efter börsvärde. Efter att gått igenom flera olika studier där man ville få med de största företagen i sitt urval, kan vi se att parametern börsvärde är vanligast. Detta gör att även vi väljer att styra vårt urval efter börsvärde på företagen.

3.6 Motiv och nackdelar med frivilliga upplysningar

Motiven bakom upplysningar om humankapitalet är hänförliga till vilken kommunikationsstrategi och ambitionsnivå som företaget har. Årsredovisningen är ett av de viktigaste kommunikationsmedlen till företagets intressenter och hur de anställda beskrivs får därför betydelse för hur företaget uppfattas och bedöms. En hög grad av öppenhet minskar osäkerheten om företagets situation. Normalt innebär detta att risken bedöms som mindre och kapitalmarknaden ställer lägre



avkastningskrav på företag. Information som investerare är intresserade av är främst de anställdas kompetens, relation till företaget, att de trivs och att företaget betalar konkurrenskraftiga löner. Upplysningar om personalen kan även ses som ett verktyg för den interna verksamhetsstyrningen och ledningen kan använda sig av årsredovisningen för att påverka och informera de anställda. Information om utvecklings- och karriärvägar samt utbildningsinsatser och kompetenshöjande åtgärder av anställda kan hjälpa till att profilera företaget och göra det mer attraktivt för framtida anställda samt för att bibehålla de nuvarande (Catasús & Nobrand, 2011).

Företag vill ofta förmedla en känsla av stabilitet och trygghet för sin personal gentemot kunder för att möjliggöra en stabilare och längre affärsrelation. Uppgifter om forskning och utveckling, som förknippas med nytänkande och innovation, samt anställdas utbildningsnivå och arbetserfarenhet är områden som företag försöker lyfta fram för att övertyga kunderna om att det inte finns någon mer kompetent leverantör på marknaden. Upplysningar om humankapital blir även ett instrument för att påvisa sitt samhällsansvar och att företaget är goda samhällsmedborgare, ett modernt exempel på detta är information om jämställdhet (Catasús & Nobrand, 2011).

Det finns generellt många potentiella fördelar med att lämna frivilliga upplysningar i sin årsredovisning för företag. Fördelar som forskare har funnit är att det ofta sker en mervärdering av dessa företag då mer information finns tillgänglig för värdering. Ytterligare fördelar med att lämna frivilliga upplysningar som nämns av forskare är att det kan leda till lägre kapitalkostnader. Om mer frivillig information lämnas attraheras även fler analytiker att följa företaget och detta är bra då det kommer ge mer pricksäkra framtida prognoser för företaget (Adrem, 1999). För att tillfredställa intressenter och minska informationsbristen behövs en omfattande information om personalen i årsredovisningen (Lev & Zarowin, 1999). Det vi tar med oss ifrån detta är att mer frivillig information leder till minskad informationsasymmetri och antagligen till lägre kapitalkostnad för företagen (Bogdan m.fl. 2009).

Studier visar också att vissa företag inte väljer att redovisa mycket mer än vad lagen kräver angående frivilliga upplysningar, detta trots att flera studier påvisar stora fördelarna med att göra detta. En undersökning påvisar också att företagen endast kommunicerar frivilliga uppgifter gällande personalens utveckling, eller annan information relaterad till humankapital, då de har något bra att kommunicera. Detta då intressenter skulle reagera negativt om dålig information om personalen presenterades i årsredovisningen (Williams, 2001)

Avslutnings ska sägas att nyttan av att presentera mer information om personalen måste vägas mot kostnaden i form av tid och att konkurrenter får mer insyn i företaget, vilket kan skada konkurrensmöjligheterna. Viss information som kan skada företaget är hög personalomsättning och att de anställda inte trivs eller framställs i negativ bemärkelse. (Catasús & Nobrand 2011)



3.7 Isomorfism

Isomorfism definieras som processen som gör att organisationer som är verksamma inom samma miljö tenderar att likna varandra. I början av sin livscykel kan stora olikheter ses mellan organisationer för att med tiden bli mer homogena. Det finns tre typer av isomorfism: tvingande, härmande och normativ. Den tvingande innebär att organisationer blir mer lika varandra på grund av externa regelverk eller påtryckningar, exempelvis reglering för upplysningar i årsredovisningar. Härmande isomorfism innebär att osäkerhet i organisationen kan elimineras genom att härma en annan, mer framgångsrik, organisation. Normativ isomorfism kan liknas med professionalism i form av att liknande utbildningar och kulturer gör ledare homogena och styr organisationer i samma riktning (DiMaggio & Powell, 1983). Härleder man isomorfism till upplysningar om humankapital borde företags information i årsredovisningar bli mer lika.

3.8 Legitimitet

Enligt Suchman definieras legitimitet som att en enhets handlingar är önskvärda, korrekta, eller lämpliga inom den sociala miljö, av normer, värderingar, övertygelser och definitioner, som enheten är verksam inom. Status och rykte associeras med legitimitet men huvudfunktionen är att eliminera negativ uppmärksamhet för att uppnå en acceptabel nivå (Suchman, 1995). Företag eftersträvar att uppnå mer legitimitet och detta skulle kunna vara en tänkbar förklaring till att man vill vara så ärlig som möjligt och lämna mycket upplysningar om sin personal i årsredovisningen.

3.9 Tidigare studier

Det vi kommer ta upp här är först en genomgång av tidigare forskning inom redovisningen av humankapital. Efter detta kommer en sammanfattning av Vandemaele m.fl. (2005) studie med fokus på den delen som behandlar humankapital. Därefter kommer ytterligare två studier som behandlar samma ämne.

3.9.1 Utveckling av forskningen inom redovisningen av humankapital

Humankapitalets redovisning, Human Resource Accounting, har genom historien haft 5 olika perioder enligt Eric G. Flamholtz, Maria L. Bullen och Wei Hua, (2002)

- 1960-1966
- 1967-1970
- 1971-1977
- 1978-1980
- 1981- nu (2002)

Under den första perioden började olika forskare bidra med forskning som definierade människor som en viktig del av organisationer, en tillgång i företag och försök till metoder för att redovisa deras värde gjordes. (Flamholtz m.fl. 2002)

Under andra perioden var det mycket grundforskning för att utveckla och bedöma gångbarheten av modeller för mätning av mänskliga resursers kostnader och värde. Det var under den andra perioden som uttrycket "Human Resource Accounting" användes för första gången i en rapport 1968. Forskare analyserade även bristen i att värdera personalkostnader som utgifter istället för tillgångar man investerar i.



De kom även fram till att “Human Resource Accounting” framförallt användes av ledningen som ett verktyg. (Flamholtz m.fl. 2002)

1971 ökade intresset för “Human Resource Accounting” kraftigt i västvärlden, Japan och i Australien, vilket bidrog till ytterligare akademisk forskning inom området. Under perioden gjordes tidigt försök att applicera olika teorier på organisationer och amerikanska “American Accounting Association” grundade en kommitté som tog fram rapporter över humankapitalets utveckling. Fortsatt utveckling av olika modeller för värdering av personalens kompetens skedde under perioden. (Flamholtz m.fl. 2002)

Under fjärde perioden minskade intresset, då mycket av den relativt enkla grundläggande forskningen var avklarad och då krävdes betydligt mer kunskap inom ämnet och det var då endast ett fåtal forskare som besatt denna kunskap. Några få betydande studier gjordes under perioden och det verkade som om utvecklingen inom ämnet hade kommit till ett slut. (Flamholtz m.fl. 2002)

Den sista perioden startade enligt Flamholtz m.fl. 1981 och fortsatte minst fram till att deras artikel publicerades 2002. Intresset för “Human Resource Accounting” ökade under denna period mycket till följd av att stora klassiska företag inom industrin började konkurreras ut av nya mer kunskaps- och teknologinischade företag. (Flamholtz m.fl. 2002)

3.9.2 “Intellectual capital disclosure in The Netherlands, Sweden and the UK: A longitudinal and comparative study”

I Vandemaele, Vergauwen och Smiths studie från 2005 undersöks upplysningar om intellektuellt kapital från årsredovisningar i börsbolag i Sverige, Nederländerna och Storbritannien. De 20 största företagen från vardera land undersöktes innan, under och efter IT-bubblan, 1998, 2000 och 2002, för att kunna göra en jämförelse mellan länderna och se eventuella trender. Årsredovisningarna kodades med hjälp av nyckelord som berör intellektuellt kapital tre områden: internstruktur, externstruktur och humankapital. I sina slutsatser kommer författarna fram till att Svenska företag lämnar fler upplysningar om intellektuellt kapital, jämfört med företag från Storbritannien och Nederländerna. Trenden gällande intellektuellt kapital för hela perioden är stigande, med undantag för i Sverige mellan 2000 och 2002 då trenden är något negativ. Författarna förklarar minskningen i Sverige som att intressenternas efterfrågan på intellektuellt kapital kan vara mättad samt att kostnaden för att lämna upplysningar överstiger nyttan. Ser man endast till humankapital är mängden ungefär den samma både 2000 och 2002 (Vandemaele m.fl. 2005).

Studien indikerar också på att det finns konvergens mellan ländernas praxis för upplysningar om intellektuellt kapital och antyder att det har etablerats en viss standardiserad nivå för upplysningar om intellektuellt kapital bland företag. Mellan alla länder och år bestod upplysningarna om intellektuellt kapital av 40 % hänförligt till externstruktur, 30 % till internstruktur och 30 % till humankapital (Vandemaele m.fl. 2005).



Samma poängsystem användes i deras studie som i vår och för samtliga svenska företagen var genomsnittspoängen 49,4 för 1998, 61,1 för 2000 och 61,5 för 2002, gällande mängden upplysningar företagen lämnade om humankapital. Det företaget som fick flest poäng i deras studie var SEB som 1998 fick hela 151 poäng och den lägsta poängen hade Sandviken 1998, då de endast fick 2 poäng (Vandemaele m.fl. 2005).

Totalpoäng för humankapital från Vandemaele m.fl. studie

Företag	1998	2000	2002
ABB	28	38	35
Assa Abloy	57	68	66
Atlas Copco	87	149	50
Autoliv	25	49	78
Electrolux	67	45	31
Ericsson	74	90	27
H&M	14	40	57
Handelsbanken	39	63	83
Holmen	35	52	74
Investor	43	31	71
Sandviken	2	95	64
SCA	63	50	60
SEB	151	79	79
Securitas	40	72	75
Skandia	58	65	77
SKF	52	71	71
Swedbank	80	70	97
Swedish Match	37	61	64
Tele2	9	19	47
Volvo	27	14	23
Totalt:	988	1221	1229
Genomsnitt	49,4	61,1	61,5

(Vandemaele m.fl. 2005)

3.9.3 "Vilka och vilken mängd frivilliga personalupplysningar redovisas i företagens årsredovisningar? – En studie av 16 företags årsredovisningar från 2005 –"

Denna kandidatuppsats är skriven av Elisabeth Sönnergren (2006) och var del av ett forskningsprojekt av Christian Ax och Jan Marton (2008) som senare publicerar artikeln "Human capital disclosures and management practices". Uppsatsen undersöker 16 företags årsredovisningar för 2005 för att se hur många ord och meningar de redovisar om personalen inom vissa områden. I sina slutsatser kommer hon fram till att troligen alla företag anser det vara relevant att upplysa om personalen samt att spridningen mellan företagen är stor. Stora Enso redovisar 2789 ord medan Skandia endast redovisar 277 stycken. Den parametern inom personalupplysningar som företag upplyste mest om var kompetensutvecklingspolicy. Bransch var en till



viss del avgörande faktor för mängden och typen av upplysningar, som lämnades i årsredovisningarna, och den branschen som lämnade ut störst mängd upplysningar i studien var hälsoindustrin. Antalet meningar som behandlade humankapital i respektive företags årsredovisning varierade mellan 33 och 166 med ett genomsnitt på 65 stycken. (Sönnergren, 2006)

3.9.4 “Determinants and effects of human capital reporting and controlling”

Även författarna bakom den här artikeln har gjort en studie som liknar vår studie där de har beräknat mängden humankapital som de 130 största noterade företagen i Tyskland upplyser om. De granskade årsredovisningar för år 2005 till 2008 genom att söka på vissa nyckelord, kopplade till humankapital. De fann att det genomsnittliga antalet träffar på nyckelorden ökade från 66 till 84, mellan 2005 och 2008. Under samma tid fann de också att det genomsnittliga antalet sidor per årsredovisning ökade från 150 till 188 sidor, vilket gjorde att antal nyckelord per sida var stabilt under hela perioden. De fann i studien tydliga tecken på att storlek på företagen var en avgörande parameter för hur stor mängd företagen upplyste om, både när storlek bestämdes av antal anställda eller totala tillgångar. De fann däremot att lönsamhet inte är någon avgörande faktor för hur många upplysningar företagen lämnade. (Möller m.fl. 2011)



4. Empiri

I detta kapitel kommer vi att presentera resultatet av den insamlade datan. Materialet är uppdelat i en kortare tabell med information om företagens börsvärde, anställda och vilken bransch företaget är verksamt inom samt våra resultat för vardera år. Vår data visar mängden humankapital som de 20 största företagen på OMX Stockholm Large Cap lämnar upplysningar om i sina årsredovisningar, 2008 och 2010. För varje företag och år är datan uppdelad i kvalitativ och kvantitativ information, där en kvalitativ mening ger 1 poäng, en kvantitativ mening eller figur ger 2 poäng. I tabellerna presenteras antalet kvalitativa och kvantitativa meningar samt total poängen. Totalpoängen ges alltså genom att antalet kvantitativa meningar eller figurer multipliceras med två och adderas med antalet kvalitativa meningar. Mängden informationen som lämnas på medarbetarsidor, om några sådana finns, i årsredovisningarna redovisas separat i en egen tabell.

4.1 Bransch och börsvärden

Urvalet av företagen som undersöks i uppsatsen har valts ut efter storlek, där de 20 företagen på OMX Stockholm Large Cap med störst börsvärde den 26/4-2012 är med i studien. Börsvärdena bland de 20 största varierade mellan 449595 miljoner kronor för AstraZeneca och 56165 miljoner kronor för Alfa Laval. Tabellen visar bransch, börsvärde samt medelantalet anställda som företagen hade under 2011.

Företagen, bransch, börsvärde och anställda

Företag	Bransch	Börsvärde	Anställda
ABB	Industri	300 283	133 600
Alfa Laval	Industri	56 165	14 667
Assa Abloy	Industri	71 993	41 000
AstraZeneca	Hälsovård	449 595	57 200
Atlas Copco	Industri	203 747	35 131
Ericsson	Teknik	208 349	104 525
H&M	Konsumenttjänster	379 674	64 874
Handelsbanken	Finans	133 856	11 200
Investor	Finans	102 034	11 303
Millicom	Telekommunikation	71 327	6 654
Nordea	Finans	235 349	33 068
Sandviken	Industri	117 724	50 030
SCA	Konsumentvaror	71 921	43 697
Scania	Industri	110 000	37 496
SEB	Finans	95 468	18 912
SKF	Industri	74 860	42 886
Swedbank	Finans	125 049	16 287
Swedish Match	Konsumentvaror	57 297	3 880
TeliaSonera	Telekommunikation	193 468	28 412
Volvo	Industri	190 813	98 162



Dessa 20 företag har delats in i grupper efter vilken bransch de tillhör för att kunna jämföra mängden upplysningar företag från olika branscher lämnar. Branschindelningen kommer från den som OMX Stockholm använder sig av, Industry Classification Benchmark (ICB). De branscherna som finns enligt ICB:s indelning är finans, industri, infrastruktur, hälsovård, konsumenttjänster, konsumentvaror, olja & gas, material, telekommunikation samt teknik. Bland de 20 företagen i vårt urval representeras majoriteten av branscherna förutom infrastruktur, olja & gas och material. Det som kan ses i tabellen är att de flesta, 8 av 20, företag tillhör industribranschen. För de övriga branscherna är fem från finans, två från konsumentvaror, två från telekommunikation samt en från vardera konsumenttjänst, teknik och hälsovård.

Företagen uppdelade i branscher

Finans	Hälsovård	Industriverksamhet	Konsumenttjänst	Konsumentvaror	Teknik	Telekommunikation
Handelsbanken	AstraZeneca	ABB	H&M	SCA	Ericsson	Millicom
Investor		Alfa Laval		SwedishMatch		TeliaSonera
Nordea		Assa Abloy				
SEB		Atlas Copco				
Swedbank		Sandviken				
		Scania				
		SKF				
		Volvo				

4.2 Utfall 2008

Det företag som fick mest poäng 2008 var Alfa Laval med 134 poäng medan Millicom fick minst, endast 16 poäng. I kvalitativ information har AstraZeneca mest med 68 meningar och SCA minst med endast 3. Även om man ser till kvantitativ information är det Millicom som har minst med endast 4 stycken meningar och Alfa Laval har flest kvantitativa meningar eller figurer med 51 stycken.



Företag sorterade efter totalpoäng (2008)

Företag	Kvalitativ (1p)	Kvantitativ (2p)	Totalpoäng
Alfa Laval	32	51	134
AstraZeneca	68	30	128
SEB	38	42	122
Volvo	32	38	108
Atlas Copco	42	31	104
Swedbank	24	38	100
Assa Abloy	24	37	98
TeliaSonera	23	32	87
Handelsbanken	31	25	81
Swedish Match	47	17	81
SCA	3	33	69
SKF	33	18	69
Investor	26	21	68
Sandviken	16	25	66
ABB	18	20	58
Ericsson	13	21	55
H&M	22	13	48
Nordea	14	17	48
Scania	21	13	47
Millicom	8	4	16

**Företag sorterade efter kvalitativ info. Företag sorterade efter kvantitativ info.
(2008)**

Företag	Kvalitativ (1p)
AstraZeneca	68
Swedish Match	47
Atlas Copco	42
SEB	38
SKF	33
Alfa Laval	32
Volvo	32
Handelsbanken	31
Investor	26
Swedbank	24
Assa Abloy	24
TeliaSonera	23
H&M	22
Scania	21
ABB	18
Sandviken	16
Nordea	14
Ericsson	13
Millicom	8
SCA	3

Företag	Kvantitativ (2p)
Alfa Laval	51
SEB	42
Swedbank	38
Volvo	38
Assa Abloy	37
SCA	33
TeliaSonera	32
Atlas Copco	31
AstraZeneca	30
Handelsbanken	25
Sandviken	25
Ericsson	21
Investor	21
ABB	20
SKF	18
Nordea	17
Swedish Match	17
H&M	13
Scania	13
Millicom	4



4.3 Utfall 2010

De företagen med högst totalpoäng under 2010 var Alfa Laval och Swedbank med 137 poäng tätt följda av AstraZeneca på 136 poäng, lägst hade ABB med 24 poäng. AstraZeneca hade flest meningar med kvalitativ information för 2010, 78 stycken, sedan sjunker antal meningar stadigt ner till sista och 20:e plats där TeliaSonera endast hade 7. För kvantitativa meningar 2010 hade Alfa Laval flest med 54 stycken, Swedbank hade näst mest med 46 stycken medan Millicom endast hade 1 kvantitativ mening eller figur.

Företag sorterade efter totalpoäng (2010)

Företag	Kvalitativ (1p)	Kvantitativ (2p)	Totalpoäng
Alfa Laval	29	54	137
Swedbank	45	46	137
AstraZeneca	78	29	136
Swedish Match	77	21	119
SEB	50	31	112
Assa Abloy	26	40	106
Handelsbanken	37	30	97
Atlas Copco	34	31	96
Volvo	36	26	88
SCA	8	39	86
Investor	47	19	85
Sandviken	31	22	75
Ericsson	21	26	73
Scania	40	16	72
Nordea	35	15	65
SKF	27	15	57
TeliaSonera	7	17	41
H&M	10	11	32
Millicom	29	1	31
ABB	10	7	24



**Företag sorterade efter kvalitativ info. Företag sorterade efter kvantitativ info.
(2010)**

Företag	Kvalitativ (1p)
AstraZeneca	78
Swedish Match	77
SEB	50
Investor	47
Swedbank	45
Scania	40
Handelsbanken	37
Volvo	36
Nordea	35
Atlas Copco	34
Sandviken	31
Alfa Laval	29
Millicom	29
SKF	27
Assa Abloy	26
Ericsson	21
H&M	10
ABB	10
SCA	8
TeliaSonera	7

Företag	Kvantitativ (2p)
Alfa Laval	54
Swedbank	46
Assa Abloy	40
SCA	39
SEB	31
Atlas Copco	31
Handelsbanken	30
AstraZeneca	29
Volvo	26
Ericsson	26
Sandviken	22
Swedish Match	21
Investor	19
TeliaSonera	17
Scania	16
Nordea	15
SKF	15
H&M	11
ABB	7
Millicom	1

4.4 Summerade poäng 2008 och 2010

Totala mängden kvalitativa meningar för samtliga företag 2008 var 535 och kvantitativa meningar var något färre, 526 stycken. Detta ger en totalpoäng på 1587 poäng för 2008. För 2010 var totalpoängen något högre med 1669 poäng, vilken bestod av 677 kvalitativa meningar och 496 kvantitativa meningar.

Summerade poäng

	Kvalitativa (1p)	Kvantitativa (2p)	Totalpoäng
2008	535	526	1587
2010	677	496	1669

4.5 Medarbetarsidor

De flesta företag hade någon form av medarbetarsida. Av de 40 årsredovisningarna vi har granskat hade 30 stycken av dem medarbetarsidor. 2008 var det fyra av företagen som saknade medarbetarsidor och 2010 var det sex stycken. För de företagen som hade medarbetarsidor kommer vi här redovisa hur mycket kvalitativ och kvantitativ information som de lämnat på dessa sidor. De företagen som hade medarbetarsidor fick tillsammans ihop en totalpoäng på 551 för 2008 och 578 för 2010 från medarbetarsidorna. Detta motsvarar 34,7 % år 2008 respektive 35,2 % för år 2010 av den totala poängen.



2008 hade inte ABB, Ericsson, SCA och Scania medarbetarsidor. De som lämnade flest upplysningar på medarbetarsidorna var AstraZeneca, SEB och Alfa Laval. Minst lämnade H&M, Sandviken och Millicom. Vad gäller kvalitativ och kvantitativ information är det mest anmärkningsvärda att Swedish Match lämnade flest kvalitativa upplysningar, 36 stycken, men tillsammans med Millicom minst kvantitativa, 3 stycken. Swedbank är det enda företag som lämnar fler kvantitativa upplysningar än kvalitativa.

Summerade poäng från medarbetarsidorna

	Kvalitativa (1p)	Kvantitativa (2p)	Totalpoäng medarbetarsidorna
2008	291	130	551
2010	362	108	578

Medarbetarsidorna (2008)

	Kvalitativa (1p)	Kvantitativa (2p)	Totalpoäng medarbetarsidorna
AstraZeneca	28	11	50
SEB	25	12	49
Swedbank	13	16	45
Alfa Laval	25	10	45
Handelsbanken	25	9	43
Swedish Match	36	3	42
Investor	20	10	40
TeliaSonera	13	13	39
Assa Abloy	17	7	31
Atlas Copco	11	10	31
Nordea	13	7	27
SKF	18	4	26
Volvo	14	6	26
H&M	17	4	25
Sandviken	10	5	20
Millicom	6	3	12
ABB			
Ericsson			
SCA			
Scania			

2010 hade TeliaSonera och Millicom inte längre några medarbetarsidor. De företag som lämnade flest upplysningar var Swedbank, Swedish Match och AstraZeneca. H&M, Volvo och SKF lämnade minst antal upplysningar på medarbetarsidorna. H&M var även det företag som minskade mest från 2008, från 25 till 5 poäng.



Medarbetaresidorna (2010)

	Kvalitativa (1p)	Kvantitativa (2p)	Totalpoäng medarbetarsidorna
Swedbank	26	18	62
Swedish Match	47	6	59
AstraZeneca	39	9	57
SEB	42	6	54
Handelsbanken	30	10	50
Investor	29	10	49
Atlas Copco	22	12	46
Alfa Laval	22	12	46
Assa Abloy	20	9	38
Sandviken	26	5	36
Nordea	20	4	28
Volvo	20	4	28
SKF	16	2	20
H&M	3	1	5
ABB			
Ericsson			
Millicom			
SCA			
Scania			
TeliaSonera			



5. Analys

I detta kapitel kommer vi att analysera de empiriska data som vi har samlat in och presenterade i föregående kapitel. Vi kommer även att analysera utvecklingen från perioden som Vandemaele m.fl. (2005) gjorde sin studie på och fram till och med vår studie.

5.1 Översiktlig analys av vår studie

Från 2008 till 2010 ökar den totala poängen med 5,2 %, från 1587 till 1669, vilket motsvarar 82 poäng. Detta är mindre än den genomsnittliga procentuella ökningen, från 1998 till 2010, som är 4,5 % per år. Delas poängen upp i kvalitativ och kvantitativ information kan noteras att den kvalitativa informationen också ökar men däremot minskar mängden kvantitativ information. För 2008 var information väldigt jämt fördelat mellan kvalitativ och kvantitativ information då 50,4 % av informationen var kvalitativ och 49,6 % var kvantitativ. Till 2010 hade detta förändrats och det var tydlig övervikt för kvalitativ information med 57,7 % mot 42,3 % för kvantitativ information. Men då den kvantitativa informationen ger två poäng per mening, siffra eller figur tillför den kvantitativa informationen mer till totalpoängen. Då vi inte fått tillgång till Vandemaele m.fl. (2005) data uppdelad i kvalitativ och kvantitativ, utan endast har tillgång till totalpoängen för respektive företag och år, kan vi inte analysera hur mängden kvalitativ och kvantitativ information förändrats under perioden 1998-2002. Att vi finner i empirin att mängden kvalitativ information ökar kraftigt och att den kvantitativa avtar mellan 2008 och 2010 skulle kunna härledas till att företagen också hade insett det problemet som Baron (2011) belyste, att det inte bara räcker med kvantitativ information utan den även måste förklaras i mer beskrivande termer. Detta skulle då kunna vara en förklaring till att företagens mängd av kvalitativ information ökade kraftigt 2008 till 2010.

5.2 Utveckling 1998 till 2010

Om man jämför den totala poäng som de 20 största företagen på OMX Stockholm Large Cap fick i den tidigare studien av Vandemaele m.fl. (2005) och i vår studie kan man se en tydlig trend att antalet totala poäng stadigt ökar för varje undersökt år. Mellan 1998 och 2010 ökade den totala poängen för samtliga företag från 988 till 1669, detta motsvarar en ökning med 68,9 %. Genomsnittspoängen som företagen fick i Vandemaele m.fl. (2005) studie ökade från 49,4 poäng 1998 till 61,1 poäng 2000 och 61,5 poäng 2002. I vår studie började genomsnittspoäng på 79,4 poäng 2008 och ökade till 83,5 poäng 2010. Generellt kan sägas att mängden humankapital som företagen upplyste om har ökat över tiden men att mängden upplysningar som specifika företag lämnar kan variera kraftigt mellan olika år. Beräknar man standardavvikelsen för respektive år, både i Vandemaele m.fl. (2005) och vår studie, ser utvecklingen ut på det viset att från 1998 till 2002 avtar den något medan den ökar 2008 och 2010 igen. Detta visar att mängden upplysningar, om humankapital som företag lämnar i sina årsredovisningar, inte blir mer lika varandra över hela perioden. Detta talar emot isomorfism då företagens årsredovisningar enligt



isomorfismen borde bli mer lika varandra över tiden. Dock kan man från 1998 till 2002 se en tendens att företagens totalpoäng blir mer lika varandra, då standardavvikelsen sjunker under denna period. Den tvingande isomorfismen som gör företag mer lika varandra genom regler kan dock härledas till de obligatoriska upplysningar som finns. En möjlig förklaring till att företag vill upplysa mycket om sin personal skulle också kunna vara att de vill vara öppna mot samhället och uppnå hög legitimitet. I motsatt skulle ett företag som lämnar få upplysningar få låg legitimitet och möjligtvis missgynnas av intressenter.

Totalpoäng, Medelpoäng och Standardavvikelse över alla 5 åren

	1998	2000	2002	2008	2010
Totalpoäng	988	1221	1229	1587	1669
Medelpoäng	49,4	61,05	61,45	79,35	83,45
Standardavvikelse	33,4	29,8	20,2	30,8	35,2

Utvärderar man förändringen för företagen som var med i Vandemaele m.fl. (2005) studie ser man att mellan 1998 och 2000 ökade 14 av dem sin totalpoäng och mellan 2000 och 2002 var det 12 stycken som ökade och två stycken som hade oförändrade värden. Sett över de tre åren var det 8 stycken som ökade sin totalpoäng mellan varje år och av de 20 företagen som vi granskade ökade 13 av dem sin totalpoäng mellan 2008 och 2010. Delar man upp det i kvalitativ och kvantitativ information är det 14 av företagen som ökar sin kvalitativa information medan endast 8 stycken ökar sin kvantitativa information mellan åren 2008 och 2010. Vissa företag som utmärker sig mer när det gäller stora förändringar mellan olika år är Millicom som ökar motsvarande 94 %, från 16 till 31 poäng och ABB minskade med 59 %, från 87 till 41 poäng mellan 2008 och 2010. Anmärkningsvärt är också att Sandvik 1998 låg sist med 2 poäng men 2 år senare, 2000, fick 95 poäng.

Generellt kan alltså konstateras att mängden humankapital som företagen upplyser om har ökat över tiden men att mängden upplysningar som enskilda företag lämnar kan variera mellan olika år. Att vissa företag varierar väldigt mycket skulle kunna härledas till Williams (2001) forskning, den påvisar att företag väljer att endast upplysa om frivillig information i årsredovisningen då de har något bra att kommunicera till sina intressenter. En sak som vi exempelvis noterade var att vissa företag endast gjorde medarbetsundersökningar utvalda år och de åren som de fick ett bra resultat informerade de mycket om undersökningen. Detta innebär att de åren då de inte hade någon undersökningen eller inte fick ett tillfredställande resultat lämnade de oftast mindre upplysningar om humankapital.

Tilläggas bör dock att Möller m.fl. (2011) fann att det inte bara är mängden humankapital som ökar utan även årsredovisningarnas antal sidor. De såg att mängden humankapital ökade i samma takt som årsredovisningarna, denna utveckling skulle antagligen även kunna appliceras på Sverige.

En av Vandemaele m.fl. (2005) slutsatser var att utvecklingen för upplysningar i svenska företag började stanna av och att efterfrågan antagligen var mättad och kostnaderna började överstiga nyttan. Vår studie påvisar motsatsen, att mängden har fortsatt utvecklas även efter 2002. Detta påvisar även studien som gjordes av Sönnergren (2006), den gjordes på årsredovisningar för 2005 och ligger mittemellan



Vandemaele m.fl. (2005) och vår studie. Denna studie hade inte riktigt samma utgångspunkt och granskningsmetod men den undersökte mängden humankapital i årsredovisningar och resultatet från den ligger ungefär i linje med den ökningsutvecklingen som vi sett från 1998 till 2010. En möjlig förklaring till att Vandemaele m.fl. (2005) såg att utvecklingen började stanna av skulle kunna vara de stora förändringar som enskilda företag uppvisar för enskilda år eller att IT-krisen påverkade på något sätt.

5.3 Analys av utfall för branscher

De olika branscherna vi har delat in företagen i är finans, industri, hälsovård, konsumenttjänster, konsumentvaror, teknik och telekommunikation. När vi granskar företagen i vår studie noterar vi att de fem största företagen är verksamma inom olika sektorer och av de fem minsta är två verksamma inom industrin, två inom konsumentvaror och en inom konsumenttjänster. Noteras kan också göras att bland urvalet är industri- och finansbranschen överrepresenterande och tillsammans i majoritet. Att flera av branscherna representeras av endast ett eller två företag gör att inte allt för stora slutsatser kan dras från branschernas genomsnittspoäng. Den bransch som får högst genomsnittspoäng 2008 är hälsovården, där AstraZeneca är ensamt företag och fick 128 poäng. Branschen med lägst genomsnittspoäng var konsumenttjänster med 48 poäng, även denna grupp bestod av endast ett företag, H&M. För 2010 var det samma branscher som kom först och sist, då AstraZeneca båda åren hör till de bättre företagen och H&M till de sämre. Detta är samma resultat som Sönnergren (2006) hittade i sin studie då hälsobranschen även i den lämnade flest upplysningar. Mellan branscherna med flest företag, finans och industri, kan ett skifte ses från 2008 då industribranschen hade en något högre genomsnittspoäng än finansbranschen medans finansbranschen klart gick förbi 2010. Gör man samma indelning efter bransch för företagen i Vandemaele m.fl. (2005) studie är det även i detta fall bara finans- och industribranschen som får tillräckligt många företag i sina kategorier. Det som kan konstateras är att det verkar vara någon annan form av yttre omständighet som är den avgörande faktor än branschtillhörighet, då industribranschen 1998 hade en genomsnittspoäng på 41,9 och finansbranschen 74,2. År 2000 var det tvärtom och industribranschen hade 72,4 och finansbranschen 61,6. Slutligen skiftar det för 2002 igen då industribranschen hade 54,9 och finansbranschen 81,4 i genomsnittspoäng.

Genomsnittspoäng per bransch (2008)

Finans	Hälsovård	Industriverksamhet	Konsumenttjänst	Konsumentvaror	Teknik	Telekommunikation
81	128	58	48	69	55	16
68		134		81		87
48		98				
122		104				
100		66				
		47				
		69				
		108				
83,8	128	85,5	48	75	55	51,5

(Tabellen visar alla företags poäng uppdelade i branscher)

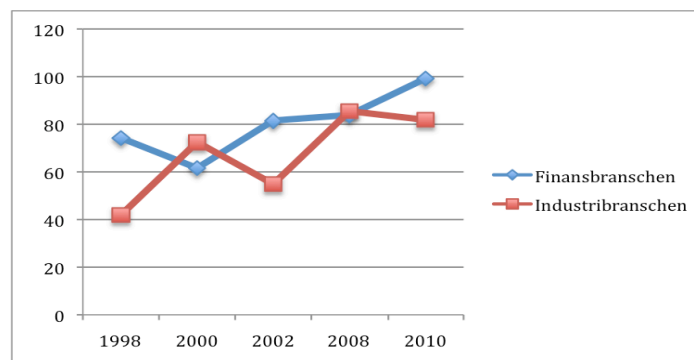


Genomsnittspoäng per bransch (2010)

Finans	Hälsovård	Industriverksamhet	Konsumenttjänst	Konsumentvaror	Teknik	Telekommunikation
97	136	24	32	86	73	31
85		137		119		41
65		106				
112		96				
137		75				
		72				
		57				
		88				
99,2	136	81,875	32	102,5	73	36

(Tabellen visar alla företags poäng uppdelade i branscher)

Genomsnitt finans- och industribranschen



5.4 Analys utifrån storlek

Bland de 20 företagen i vår studie kan man se att storleken på företagen är en avgörande faktor för hur stor mängd upplysningar som de publicerade. Delas de 20 företagen in i två grupper, en med de tio företagen med störst börsvärde och en med de 10 minsta, kan man se att medelvärdet på totalpoängen bland de 10 största är något större 2008 jämfört med de minsta företagen. 2010 är det tvärtom och de 10 minsta företagen har något högre genomsnittspoäng. Om man grupperar in företagen i två grupper efter antal anställda kan man faktiskt se att det är de 10 minsta företagen som lämnar flest upplysningar, både för 2008 och 2010. Några exempel som kan ses är att AstraZeneca som är det största företaget, sett till börsvärde, upplyser mycket i förhållande till övriga företag, H&M som är det näst största företaget, sett till börsvärde, hör till de sämre företagen på att upplysa och Alfa Laval som är det minsta företaget i vår studie fick flest poäng båda åren. I vår studie upplyser alltså de minsta företagen mest båda åren sett till antal anställda och sett till börsvärde upplyser de mest, ett av åren, 2010. Att storleken på företagen är en avgörande faktor för mängden fann Möller m.fl. (2011) i sin studie, det sambandet som de fann var att större företag upplyser mer om humankapital, både om storlek definieras efter antal anställda och totala tillgångar. Bukh m.fl. (2005) fann däremot i sin studie inga samband mellan storlek på företag och mängd lämnade upplysningar. Inga av dessa tidigare studier stämmer alltså överens med vårt resultat, då de minsta företagen upplyste mer än de



största. Tilläggas bör dock att vår analys endast gäller för de 20 största företagen och inga generella slutsatser kan dras för hela OMX Stockholm.

Medelpoäng för 10 största/minsta sorterade efter börsvärde & anställda

		10 största	10 minsta
2008	Börsvärde	81,7	77
	Anställda	74,6	84,1
2010	Börsvärde	78,9	88
	Anställda	74,9	92

5.5 Medarbetarsidorna

En intressant upptäckt är att trots att upplysningar om humankapital ökade mellan 2008 och 2010, så minskade antalet företag som hade tydliga medarbetarsidor i sin årsredovisning, från 16 till 14 stycken. Mönstret att den kvalitativa informationen ökar medans den kvantitativa informationen minskar gäller även på medarbetarsidorna. Den totala mängden information och poäng på medarbetarsidorna ökar trots att färre företag hade medarbetarsidor 2010. Från medarbetarsidorna var den genomsnittliga totalpoängen 34,4 år 2008 och för 2010 var motsvarande siffra 41,3. Av de företag som hade medarbetarsidor i sina årsredovisningar låg Millicom 2008 i topp med hela 75 % av sina upplysningar på medarbetarsidorna och minst hade Volvo på 24 %. Motsvarande siffror för 2010 var 57,7 % för Investor och 15,6 % för H&M.

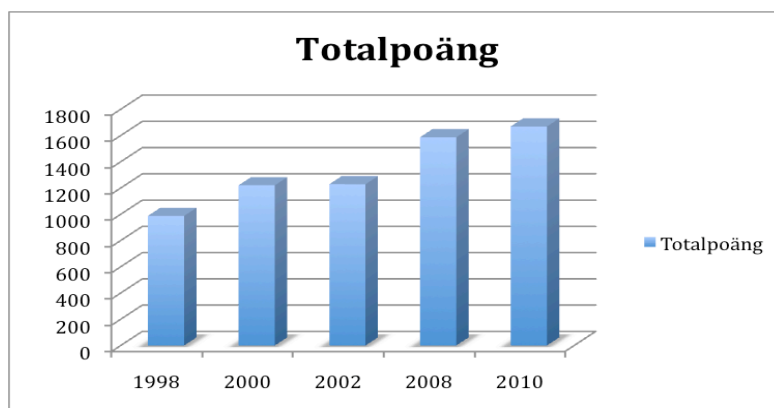


6. Empiriska slutsatser

Här i de empiriska slutsatserna kommer vi att sammanfatta de slutsatser vi har hittat genom analys av tidigare studier och vår data.

De slutsatser vi kan dra utifrån vår empiriska data är att de 20 största företagen på OMX Stockholm Large Cap för 2008 publicerade 1061 stycken meningar och figurer som upplyste om humankapital i sina årsredovisningar. Delar man upp upplysningarna i kvalitativt och kvantitativt information var det 535 respektive 526 stycken upplysningar. Detta gav en totalpoäng, enligt metoden som vi använt oss av, på 1587 poäng. För 2010 var motsvarande siffra för de 20 största företagens totala upplysningar i årsredovisningarna 1173 stycken. I kvalitativa och kvantitativa information var det 677 respektive 496 stycken, vilket gav den totala poängen 1669.

Undersöker man förändringen från början av Vandemaele m.fl. (2005) studie till slutet av vår studie, alltså 1998 till 2010, kan man se en ökning av den totala poängen från 988 till 1669. Detta motsvarar en ökning på 68,9 % och en genomsnittlig procentuell ökning på 4,5 % per år. För perioden 1998, 2000 och 2002 var det totala utfallet i poäng 988, 1221 samt 1229 per år. Motsvarande siffror för 2008 och 2010 var 1587 och 1669.



Slutsatsen blir att mängden upplysningar om humankapital har ökat över perioden 1998 till 2010. Storleken på ökningen har dock varierat mellan olika år. Mellan 1998 och 2000 ökade upplysningarna med 233 poäng (23,6 %) och mellan 2000 och 2002 ökade upplysningarna endast med 8 poäng (0,7 %). Den största ökningen skedde mellan 2002 och 2008 med 358 poäng (29,1 %). Det är inte speciellt anmärkningsvärt då det är flest antal år mellan de granskade perioderna. Mellan 2008 och 2010 var ökningen 82 poäng (5,2 %). Totalt ger detta alltså en genomsnittlig procentuell ökning på 4,5 % per år mellan 1998 och 2010.

Vi kan dra slutsatsen att det sambandet som Möller m.fl. (2011) upptäckte, att större företag i Tyskland upplyser mer om humankapital, inte gick att hitta i vår studie. Tvärtom var det de mindre företagen som lämnade fler upplysningar. Däremot fann vi indikationer på att företagen kan ha insett samma problem som Baron (2011) antydde i sin artikel, nämligen att informationen i årsredovisningarna till större del bör vara kvalitativ.



Slutsatsen som Vandemaele m.fl. (2005) drog i sin studie var att de såg tecken på att mängden upplysningar som företagen lämnade i sina årsredovisningar angående humankapital hade slutat att öka och stabiliserat sig i Sverige. Detta motbevisas genom vår studie då vi ser en fortsatt tydlig ökning i mängden upplysningar. Den avtagning de såg i sin studie var antagligen en tillfällig utplaning av ökningen i mängden humankapital som skulle kunna förklaras med den stora slumpmässigheten och variationen som vi ser för enskilda företag mellan olika år.



7. Avslutande diskussion

Här i detta kapitel kommer vi att föra en avslutande diskussion om förändringen som har skett från 1998 till 2010. Exempelvis kommer vi diskutera om ökad mängd ger större fördelar, eventuella nackdelar med den utvecklingen vi sett och den stora variationen enskilda företag uppvisar mellan olika år.

Det som tydligt kan konstateras är att från 1998 till 2010 har mängden upplysningar om humankapital ökat i företagens årsredovisningar. Denna ökning skulle delvis kunna förklaras av att årsredovisningarna generellt har fått mer information och fler sidor, denna förklaring hittade Möller m.fl. (2011) för de tyska företag de undersökte. De såg att ökningen av mängden upplysningar följde årsredovisningarnas storleksökning, detta stämmer antagligen även överens med utvecklingen i Sverige. Svensk kultur associeras ofta med en stark fokus på människor och Sverige ligger i framkant vad gäller upplysningar om humankapital (Bounfour, 2003). Detta tillsammans med informationssamhällets påverkan att hela tiden öka utbudet av information gör att uppgifter om personalen blir ett område som växer.

En fråga gällande kvantiteten av upplysningar är om den ökade mängden verkligen tillfredställer intressenterna bättre, ger högre kvalitet på prognoser av analytikerna eller på annat sätt kommer företagen till nytta. Fokus från företagen borde ligga på att lämna ett komplett utbud av information som tillfredställer alla intressenters efterfråga och minskar informationsasymmetrin. Frågan är då hur mycket information som verkligen behövs för det. I första hand bör investerare prioriteras om underlättad finansiering och sänkta kapitalkostnader är angeläget. Men alla fördelar med ökad mängd upplysningar måste ställas mot nackdelarna, som att det kostar pengar att ta fram information och att företaget samt personalens integritet kan skadas av att för mycket information lämnas ut. Det kan spekuleras i om företag verkligen är säkra på att nyttan överstiger kostnaderna för att lämna ut alla dessa upplysningar eller om de bara på grund av yttre påverkan tar fram all tillgänglig information eftersom mer information efterfrågas. Angående mängden så borde det finnas en gräns för hur mycket information intressenter kan ta åt sig innan informationen blir överflödigt, men eftersom företag har många olika intressenter som efterfrågar olika information borde nog mängden kunna göras relativt stor innan alla är nöjda.

Idag har många av de stora börsföretagen en hållbarhetsredovisning som de publicerar separat och i dessa finns ofta en avdelning som behandlar medarbetarna. Vissa företag hänvisar till och med från årsredovisningen till sin hållbarhetsredovisning för mer information angående medarbetarna. Att hållbarhetsrapporter tas fram gör att mer information angående personalen antagligen blir sammanställd och det är lätt att bara flytta över den information man tycker är viktigast att kommunicera till sina intressenter genom årsredovisningen. Detta talar också för att upplysningar om humankapital i årsredovisningar växer. Då hållbarhetsrapporterna tas fram kan det diskuteras om de intressenterna som vill ha information angående personalen skulle kunna läsa hållbarhetsredovisningen istället. En förklaring till ökningen av informationen i årsredovisningen kan alltså vara att fler företag tar fram utförligare hållbarhetsrapporter och därigenom har mer information om personalen sammanställd, som även kan publiceras i årsredovisningarna.



I början av vår insamling av data hittade vi en till parameter att undersöka i form av hur mycket information som fanns på företagens medarbetarsidor i årsredovisningarna. Endast 35 % av upplysningarna står på medarbetarsidorna och antalet företag som använder medarbetarsidor minskar vilket också tyder på att dess betydelse för företagen är begränsad. En anledning till detta skulle kunna vara att hållbarhetsredovisningen fått mer uppmärksamhet och att företag kanske väljer att flytta över sina medarbetarsidor till dem. Hållbarhetsredovisningen får antagligen alltså både ta över ansvaret för medarbetarsidorna men kan också vara en bidragande anledning till att mer information om företagens personal tas fram.

En eventuell förklaring till ökningen av humankapital i årsredovisningar skulle kunna vara att företag i större utsträckning idag använder sig av årsredovisningen som PR och reklam, för att till exempel attrahera och bibehålla kompetent personal. Samtidigt är det motsägelsefullt att mängden ökar då fler anser att årsredovisningen är ett förlegat dokument, exempelvis använder sig analytiker främst av kvartalsrapporter för att göra analyser och prognoser. Årsredovisningens uppgift för företagen kan alltså antas ha förändrats från analysmaterial till mer informations- och marknadsföringsdokument. Denna förändring skulle kunna vara en förklaring till den fortsatta ökningen av mängden humankapital i årsredovisningarna. Om prioritering av finansiell information minskar betyder det att det borde finnas områden som istället ökar, exempelvis upplysningar om personalen.

Som tidigare nämnts är förändringen av mängden humankapital för enskilda företag väldigt slumpmässig mellan olika år men totalt finns ändå en tydlig trend för ökad mängd upplysningar. Vi tror att variationen delvis är hänförlig till att företagen vill upplysa mer när de har något positivt att publicera om personalen som Williams (2001) studie antydde. Exempelvis vid bra resultat i medarbetarundersökningar.

En annan viktig aspekt som bör tas upp till diskussion, som inte är en orsak till förändringen utan en möjlig konsekvens, är om det är positivt eller negativt att mer upplysningar lämnas eftersom detta skulle kunna leda till att vi slutar se människor som människor och istället ser dem som ett föremål med äganderätt över. Detta är en negativ utveckling som skulle kunna bli verklighet om personalens objektifieras allt för mycket i årsredovisningar och av företagen.

Vandemaele m.fl. (2005) studie sträckte sig över IT-krisen 1998-2002, men inga slutsatser drogs med avseende på själva krisen. I likhet med vår studie inträffade även en kris för de år vi undersökte, finanskrisen 2008, dock har vi inga data från perioden innan krisen och kan därför inte dra några allt för tillförlitliga slutsatser. Det Vandemaele m.fl. (2005) kommer fram till är dock att den ökande trenden för humankapital är avtagande mellan 2000 och 2002, alltså efter krisen. I vårt utfall blir ökningen från 2008 till 2010 endast 5,2 % för 2 år, vilket är avsevärt mindre än den genomsnittliga ökningen på 4,5 % för hela studien. Detta skulle kunna tala för att även vår studie finner en avtagande trend för upplysningar om humankapital. I likhet mellan studierna skulle det då kunna sägas att företagen tenderar att upplysa mindre åren efter en kris. Detta skulle kunna motiveras med att företagen har mindre pengar att spendera på något de inte vet om de får fördelar av.



Kunskapsintensiva företag borde ha mer incitament att lämna fler upplysningar om humankapital vilket man kan se stämma in på att AstraZeneca, som till stor del har högutbildad personal, upplyser mycket mer än ett företag som H&M, där majoriteten av de anställda arbetar i butik och får antas inte ha särskilt hög utbildning, lämnar väldigt få upplysningar. Generellt blir företagen överlag mer och mer kunskapsbaserade och även de företagen som inte är kunskapsföretag använder sig i större utsträckning av personalens kunskaper. Detta får ses som en av de främsta anledningarna till att mängden upplysningar om humankapital växer.

7.1 Fortsatta studier och svagheter

Något vi vill förmedla vidare till fortsatta studier är bland annat några svagheter som vi noterat under studien. Dels att om meningar används som variabel för att beräkna mängden så kan samma information skrivas på flera olika sätt och bilda olika antal meningar. Även att den mänskliga faktorn kan påverka när granskningar görs manuellt. Urvalet av företag som vi gjorde i vår studie kan inte sägas representera hela OMX Stockholm så en liknande studie med storleksmässigt mindre och fler företag skulle vara intressant. Även en jämförelse med onoterade företag. Det skulle även vara intressant att lägga mer fokus på medarbetarsidor och undersöka hur företag ser på dem. För branscher hade det varit intressant att göra en närmare jämförelse mellan finans- och industribranschen, som är de två dominerande bland de 20 största. Även en studie där urvalet styrs av företagets branschtillhörighet, med ett jämt antal företag per bransch, hade varit intressant.

Kvalitativa studier där företagen intervjuas för att söka förklaringen till varför mängden för enskilda företag varierar mycket mellan olika år eller där intressenterna intervjuas för att se vilken information de efterfrågar och varför.



8. Källor

8.1 Böcker:

Adrem, Anders, (1999), *Essays on disclosure practices in Sweden: causes and effects*. Lund: Lund Univ. Press

Blair M. Margaret (2011) *An Economic Perspective On The Notion Of Human Capital*. i Burton-Jones A. & Spender J.-C. (Red.) *The Oxford Handbook of Human Capital*. Oxford: Oxford University Press

Catasús, B. & Nobrand, J. (2011) *Personalen i årsredovisningen*. Lund: Studentlitteratur & PricewaterhouseCoopers i Sverige AB

Edvinsson, L. & Malone, M.S. (1997) *Intellectual capital: realizing your company's true value by finding its hidden brainpower*. New York: HarperCollins Publishers, Inc.

Häckner, E. (1985) *Strategiutveckling i medelstora företag*. Göteborg: Bas

Stewart Thomas, (1997) *Intellectual capital: the new wealth of organizations*, New York: Doubleday

Sveiby, K-E. (1997) *The new organizational wealth: managing & measuring knowledge-based assets*. San Francisco: Berrett-Koehler

8.2 Artiklar:

Abeyssekera, I och Guthrie, J. (2004). "Human capital reporting in a developing nation". *The British accounting review*. Nr 36, s. 251-268

Abeyssekera, I. and Guthrie, J. (2005), "An empirical investigation of annual reporting trends of intellectual capital in Sri Lanka", *Critical Perspective on Accounting*, Vol. 16, s. 151-163

Ax, C. & Marton, J. (2008), "Human capital disclosures and management practices", *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 9, Issue: 3, s. 433-445

Ballow John J.; Roland Burgman; Michael J. Molnar, (2004) "Managing for shareholder value: intangibles, future value and investment decisions", *Journal of Business Strategy*, Vol. 25 Iss: 3, s. 26 – 34

Baron, Angela (2011), "Measuring human capital", *Strategic HR Review*, Vol. 10 Iss: 2 s. 30 – 35

Bogdan Victoria; Pop Cosmina Madalina; Popa Dorina Nicoleta, (2009) "Voluntary Internet financial reporting and disclosure – A new challenge for roman companies"



Economic Science Year: 2009 Vol: 3 Issue: 1 s. 770-778

Bounfour, A. (2003), "*The IC-dVAL approach*", Journal of Intellectual Capital, Vol. 4 No. 3, s. 396-412

Bozzolan, S., Favotto, F. and Ricceri, F. (2003), "*Italian annual intellectual capital disclosure*", Journal of Intellectual Capital, Vol. 4 No. 4, s. 543-58

Bukh, Per Nikolaj, Christian Nielsen, Peter Gormsen, Jan Mouritsen, (2005) "*Disclosure of information on intellectual capital in Danish IPO prospectuses*", Accounting, Auditing & Accountability Journal, Vol. 18 Iss: 6, s. 713 - 732

DiMaggio, P.J. & Powell, W.W, (1983) "*The Iron Cage Revisited*", American Sociological Review, Vol. 48, No. 2, s. 147-160.

Flamholtz, E.G., Bullen, M.L. & Hua, W. (2002), "*Human resource accounting: a historical perspective and future implications*", Management Decision, Vol. 40 Iss: 10 s. 947 – 954

Gopika Kannan, Wilfried G. Aulbur, (2004), "*Intellectual capital: Measurement effectiveness*", Journal of Intellectual Capital, Vol. 5 Iss: 3 s. 389 - 413)

Guthrie, J. and Petty, R. (2000), "*Intellectual capital: Australian annual reporting practices*", Journal of Intellectual Capital, Vol. 1 No. 3, s. 241-51

Khan, Md Habib-Uz-Zaman; Khan, Md Rashidozzaman , (2010), "*Human capital disclosure practices of top Bangladeshi companies*", Journal of Human Resource Costing & Accounting, Vol. 14 Iss: 4 s. 329 - 349

Lev, B. and Zarowin, P. (1999), "*The boundaries of financial reporting and how to extend them*", Journal of Accounting Research, Vol. 37 No. 2, s. 353-383

Milne, M. and Adler, R. (1999), "*Exploring the reliability of social and environmental disclosures content analysis*", Accounting, Auditing & Accountability Journal, Vol. 12 No. 2, s. 237-56

Möller, Klaus; Gamerschlag, Ramin; Guenther, Finn, (2011) "*Determinants and effects of human capital reporting and controlling*", Journal of Management Control Vol. 22 Iss: 3, s. 311-333

Norhayati Mat Husin, Keith Hooper, Karin Olesen, (2012) "*Analysis of intellectual capital disclosure – an illustrative example*", Journal of Intellectual Capital, Vol. 13 Iss: 2, s.196 – 220

Singh, Sukhdev; Kansal, Monika, (2011), "*Voluntary disclosures of intellectual capital: An empirical analysis*", Journal of Intellectual Capital, Vol. 12 Iss: 2 s. 301 - 318

Souissi, Mohsen; Khlif, Hichem , (2012) "*Meta-analytic review of disclosure level and cost of equity capital*", International Journal of Accounting and Information



Management, Vol. 20 Iss: 1, s. 49 – 62

Suchman, M.C. (1995), ”*Managing Legitimacy: Strategic and Institutional Approaches*”, *The Academy of Management Review*, Vol. 20, No. 3, s. 571-610

Sönnergren, Elisabeth (2006) “Vilka och vilken mängd frivilliga personalupplysningar redovisas i företagens årsredovisningar? – En studie av 16 företags årsredovisningar från 2005 –” Kandidatuppsats vid Handelshögskolan i Göteborg.

Unerman, Jeffrey (2000), "*Methodological issues - Reflections on quantification in corporate social reporting content analysis*", *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, Vol. 13 Iss: 5, s. 667 - 681

Vandemaele, S.N., Vergauwen, P.G.M.C. & Smits, A.J. (2005), "*Intellectual capital disclosure in The Netherlands, Sweden and the UK: A longitudinal and comparative study*", *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 6 Iss: 3, s. 417 – 426.

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

8.3 Årsredovisningar:

ABB	År: 2002, 2008, 2010
Alfa Laval	År: 2008, 2010
Assa Abloy	År: 2008, 2010
AstraZeneca	År: 2008, 2010
Atlas Copco	År: 2008, 2010
Ericsson	År: 2008, 2010
H&M	År: 2008, 2010
Handelsbanken	År: 2008, 2010
Investor	År: 2008, 2010
Millicom	År: 2008, 2010
Nordea	År: 2008, 2010
Sandviken	År: 2002, 2008, 2010
SCA	År: 2008, 2010
Scania	År: 2008, 2010
SEB	År: 2008, 2010
SKF	År: 2008, 2010
Swedbank	År: 2008, 2010
Swedish Match	År: 2008, 2010
TeliaSonera	År: 2008, 2010
Volvo	År: 2008, 2010