



GÖTEBORGS UNIVERSITET
HANDELSHÖGSKOLAN

Bemanningsföretag vs. Revisionsbyråer

- En studie om hur humankapital presenteras i fyra
bemanningsföretag samt fyra revisionsbyråer.

Magisteruppsats i företagsekonomi
Externredovisning
Vårterminen 2013
Handledare: Kristina Jonäll
Författare: Anna Amborn
Charlotte Axelsson

Förord

Vi vill härmed tacka vår handledare Kristina Jonäll, som har varit ett stort stöd under arbetets gång och som bidragit med kunskap, engagemang och vägledning. Vi vill även rikta ett stort tack till våra opponenter för att de bidragit med konstruktiv kritik och förbättringsförslag.

Göteborg, maj 2013

Anna Amborn

Charlotte Axelsson

Sammanfattning

Examensarbete i företagsekonomi, Handelshögskolan vid Göteborgs universitet, Externredovisning, Magisteruppsats, vårtermin 2013

Författare: Anna Amborn & Charlotte Axelsson

Handledare: Kristina Jonäll

Titel: Bemanningföretag vs. revisionsbyråer - En studie om hur humankapital presenteras i fyra bemanningföretag samt fyra revisionsbyråer.

Bakgrund och problemdiskussion: Humankapital är en tillgång som finns i kunskapsintensiva branscher. Denna studie undersöker redovisningen av humankapital i bemanningföretag samt revisionsbyråer. Båda dessa branscher är beroende av sin personal och borde följaktligen vilja redovisa denna resurs på ett eller annat sätt. Dagens redovisning utgör därmed ett problem, då det inte finns tillräcklig reglering kring hur viktiga tillgångar så som humankapital skall redovisas. Detta leder till att humankapitalet inte reflekteras i redovisningen trots att de är en stor bidragande faktor till företagets framgång. Den möjlighet som finns för företag som har ett stort humankapital och vill upplysa sina intressenter om detta är att redovisa dessa i form av frivilliga upplysningar.

Syfte: Uppsatsens primära syfte är att undersöka *hur* fyra revisionsbyråer samt fyra bemanningföretag genom frivilliga upplysningar redovisar humankapital i sina årsredovisningar, på sina hemsidor samt i andra av företaget publicerade dokument. Vidare undersöks vilka skillnader som finns mellan de olika företagen och branscherna samt vad dessa eventuella skillnader kan bero på.

Metod: Den metod som används för att svara på studiens frågeställning är en kvalitativ textanalys. Det empiriska materialet har samlats in från de åtta företagens årsredovisningar, hemsidor samt andra dokument som publicerats av företagen. Ordanalyser har genomförts med hjälp av det kvalitativa analysprogrammet NVivo 10.

Slutsats: Studien visar att bemanningföretagen främst fokuserar på att lämna information gällande personalens kompetens i de granskade dokumenten. Revisionsbyråerna lägger däremot mer vikt vid att upplysa om personalens utbildningsmöjligheter. Detta tros bero på att företagen i de två branscherna riktar sig till olika intressentgrupper. Gemensamt för flertalet av företagen är att denna information främst lämnas på hemsidor och i externa dokument och inte i årsredovisningen i samma utsträckning.

Förslag till fortsatt forskning: Det hade varit intressant att med denna studie som utgångspunkt undersöka hur dessa åtta företags redovisning av humankapital utvecklas över tid. Dock bör det ha gått några år mellan jämförelserna för att lättare kunna urskilja några skillnader. Ett annat förslag är att undersöka om det finns kopplingar mellan hur företagsledningen resonerar kring värdering av sin personal och hur humankapital redovisas.

Nyckelord: humankapital, intellektuellt kapital, immateriella resurser, kunskapsföretag, tjänsteföretag, revisionsbyråer, bemanningföretag.

Definitioner

Nedan presenteras definitioner av två viktiga begrepp som använts i studien:

Humankapital¹:

“ ... människors kunskaper, färdigheter och andra till produktionsförmågan bidragande fysiska och psykiska egenskaper som förvärvats genom investeringar i form av bl.a. utbildning, träning och hälsovård.”

(Humankapital, u.å.)

Kunskapsföretag:

“... företag (vanligen tjänsteföretag) vars tillgångar huvudsakligen utgörs av de anställdas speciella kunskaper och/eller kompetens.”

(Kunskapsföretag, u.å.)

¹Begreppet humankapital kommer att diskuteras ytterligare i Kapitel 3 - Referensram.

Innehållsförteckning

1. Inledning	1
1.1 Bakgrund	1
1.2 Problemdiskussion	2
1.3 Syfte	3
1.4 Frågeställning	3
1.5 Studiens disposition	3
2. Metod	4
2.1 Val av metod	4
2.2 Studiens arbetsgång	4
2.3 Val av bransch och företag	4
2.4 Teoriunderlag	5
2.5 Det empiriska materialet	6
2.5.1 Metod för insamling	6
2.5.2 Bearbetning av materialet	6
2.6 Metod för analys	7
2.7 Uppsatsens kvalitet	7
2.7.1 Validitet	7
2.7.2 Reliabilitet	8
3. Referensram	10
3.1 Immateriella tillgångar	10
3.2 Intellectuellt kapital	10
3.2.1 Det intellektuella kapitalets delar	11
3.3 Humankapital	12
3.4 Intressentteorin	14
3.5 Legitimitetsteori	15
3.6 Institutionell teori	15
3.7 Impression Management	16
3.8 Tvingande upplysningar	16
3.9 Frivilliga upplysningar	16

4. Empiri och Analys	18
4.1 Bemanningsföretag.....	18
4.1.1 Proffice	18
4.1.2 Manpower	20
4.1.3 Adecco	22
4.1.4 Uniflex	24
4.2 Revisionsbyråer.....	26
4.2.1 PwC	26
4.2.2 Ernst & Young.....	28
4.2.3 Kpmg	30
4.2.4 Deloitte	32
5. Diskussion och Slutsats.....	35
5.1 Vilken samt hur lämnas information om humankapital?	35
5.2 Likheter och skillnader mellan de två branscherna.....	40
5.3 Vad kan likheterna och skillnaderna bero på?	41
5.4 Slutsats	42
5.4.1 Bemanningsföretagen fokuserar på kompetens.....	42
5.4.2 Revisionsbyråerna lägger störst vikt vid utbildning.....	43
5.4.3 Endast positiv information presenteras.....	43
5.4.4 Informationen riktas till olika intressentgrupper	43
5.4.5 Årsredovisningens minskade betydelse.....	43
5.5 Kritisk granskning av studien.....	44
5.6 Förslag till fortsatt forskning.....	44

Figurförteckning

Figur 1. Det intellektuella kapitalets beståndsdelar	11
Figur 2. Humankapitalets beståndsdelar	12
Figur 3. Företaget och dess intressenter.....	14
Figur 4. Proffice ordanalys	20
Figur 5. Manpower ordanalys	22
Figur 6. Adecco ordanalys	23
Figur 7. Uniflex ordanalys	25
Figur 8. PwC ordanalys.....	28
Figur 9. Ernst & Young ordanalys.....	30
Figur 10. Kpmg ordanalys	32
Figur 11. Deloitte ordanalys	34
Figur 12. Ordanalys - Bemanningsföretagen	37
Figur 13. Ordanalys - Revisionsbyråerna	40

Tabellförteckning

Tabell 1. Presentation av valda företag.....	5
Tabell 2. Curados modell av intellektuellt kapital.....	12
Tabell 3. Finansiell information avseende de studerade bemanningsföretagen	18
Tabell 4. Finansiell information avseende de studerade revisionsbyråerna	26
Tabell 5. Sammanställning av bemanningsföretagens presenterade information.....	36
Tabell 6. Sammanställning av revisionsbyråernas presenterade information.....	39

1. Inledning

Uppsatsens första kapitel börjar med en bakgrundsbeskrivning av valt forskningsområde. Därefter förs en problemdiskussion som mynnar ut i uppsatsens syfte och frågeställningar. Kapitlet avslutas med en beskrivning av studiens fortsatta disposition.

1.1 Bakgrund

Under 1960-talet tog utvecklingen och diskussionerna kring redovisningen av humankapital fart och har sedan dess varit ett omtalat ämne (Rimmel, 2003). Det var främst redovisningsforskare i USA som drev utvecklingen framåt, då under namnet Human Resource Accounting. Dock svalnade intresset under 70-talet för att sedan under 80-talet återupptas i Sverige och då istället under begreppet personalekonomi. (Gröjer & Johanson, 2008) Det var även under mitten av 80-talet som den nya generationen av kunskapsföretag började ta allt större del av marknaden (Savage, 1996 i Rimmel, 2003). Dessa företag kännetecknas av att de ofta har mer immateriella än materiella tillgångar, vilket dock inte presenteras i de finansiella rapporterna. I dessa företag kan det bokförda värdet vara 10 till 100 gånger mindre än det marknadsmässiga värdet. (Stewart, 1997; Edvinsson och Malone, 1997; Sveiby, 1997; Brooking, 1996, i Rimmel, 2003)

År 1991 föreslog den svenska regeringen att det skulle bli obligatoriskt med personalekonomisk redovisning för de organisationer med fler än 100 anställda. Redovisning av personalekonomi sågs som ett redskap och en möjlighet för företag att hushålla med mänskliga resurser. (Gröjer & Johanson, 2008) Genom att dokumentera och bokföra investeringar och kostnader i personalvård skulle företagen få ökade ekonomiska incitament att jobba med arbetsmiljö i större utsträckning. Dock genomfördes aldrig lagförslaget, detta på grund av att det ansågs vara för svårt att ta fram ett regelverk som skulle kunna tillämpas på olika typer av branscher. (Johansson & Mellander, 2001) Andra faktorer som pekas ut som bidragande till att förslaget aldrig genomfördes är det regeringsskifte som skedde 1991 samt den rådande ekonomiska kris som Sverige genomled under början av 90-talet (Johanson, 2010). Trots att den svenska regeringens förslag aldrig genomfördes har teorierna kring personalredovisning fortsatt att utvecklas både i Sverige och utomlands.

Diskussioner om redovisning av immateriella resurser² ledde till att International Accounting Standard Board (IASB) år 1998 gav ut IAS 38, som skulle ligga till grund för redovisningen. IASB hade arbetat med standarden i över 10 år, men trots detta genomfördes ingen större ändring. Detta tyder på att det finns en stor problematik och osäkerhet kring värdering av immateriella resurser. (Gröjer & Johanson, 2008)

Organisationen I4cp³ har under 30 år undersökt vad som skiljer de högst presterande företagen från de företag som presterar lägst på marknaden. Deras genomgång från 2012 visar att en avgörande faktor för framgång är i vilken utsträckning och hur företagen jobbar med sitt

² Immateriella resurser kan till exempel vara humankapital. (Tillgång, u.å.) Begreppet kommer att diskuteras ytterligare i Kapitel 3 - Referensram.

³I4cp är ett av världens största privata nätverk av företag som genom forskning och undersökningar som fokuserar på att förbättra företags produktivitet.

humankapital. 79 procent av de högpresterande företagen värderar *“Talent management”*, med andra ord hur man förvaltar kunskande, som ett av de fem viktigaste fokusområdena för att nå framgång. (I4cp, 2012)

1.2 Problemdiskussion

Huvudsyftet med finansiell rapportering har länge varit att förse intressenter med information. Dock har gruppen av intressenter utvecklats från att det främst varit investerare och kreditlånggivare som använt sig av informationen till att det i allt större utsträckning blivit anställda, leverantörer och kunder som visar intresse för den information som företagen lämnar. Det finns indikationer på att den information som tidigare lämnades i de frivilliga upplysningarna inte längre anses lika värdefull, vilket har lett till att det nu sker en utveckling avseende de frivilliga upplysningarna. Dagens redovisning utgör därmed ett problem, då viktiga tillgångar så som humankapital inte reflekteras i redovisningen trots att de är en stor bidragande faktor till företagets framgång. (Wallman, 1996)

“In business, the most important lesson I have learned is that there is one currency that always plays the key role in forming value, and that is human capital - the knowledge, skills and experiences of people...”
Lowell Milken (u.å.)⁴

Citatet ovan visar på värdet av humankapital samt dess starka betydelse för företag. Till skillnad från tidigare, då de flesta företag förlitade sig på fysiskt och finansiellt kapital som de viktigaste tillgångarna, så värdesätter nu allt fler företag det intellektuella kapitalet som en viktig del i den värdeskapande produktionen (Vandemaale, Vergauwen & Smith, 2005). Det är ett växande problem för investerare att information om intellektuellt kapital och därmed humankapital inte finns med i de finansiella rapporterna (Lev & Zarowin, 1999). Detta är även ett problem för beslutsfattare i företagen, då de använder de finansiella rapporterna som underlag (Chen & Lin, 2003). Det är främst inom kunskapsstarka företag som detta kan bli ett problem, då mjuka tillgångar så som intellektuellt kapital och humankapital, som ofta utgör deras största resurs, inte kan tas upp i de finansiella rapporterna (Bornemann & Leitner, 2002). Humankapitalet leder till ökad kunskap samt konkurrensfördelar för många företag, vilket inte blir synligt i traditionella finansiella rapporter. Detta innebär att de finansiella rapporterna inte längre fungerar som ett fullständigt beslutsunderlag (Chen & Lin, 2003).

Humankapital är en tillgång som finns i många kunskapsintensiva branscher och är ofta den största orsaken till dessa företags framgång. Denna studie kommer att undersöka redovisningen av humankapital i bemanningsföretag samt revisionsbyråer. Båda dessa branscher är beroende av sin personal och borde följaktligen vilja redovisa denna resurs på ett eller annat sätt. Inom respektive bransch har de fyra största aktörerna valts ut, då man kan utgå ifrån att större företag har möjlighet att lägga större resurser på den information som presenteras.

⁴Lowell Milken är ordförande samt en av grundarna till Milken Family Foundation.

1.3 Syfte

Uppsatsens primära syfte är att undersöka *hur* fyra revisionsbyråer samt fyra bemanningsföretag genom frivilliga upplysningar redovisar humankapital i sina årsredovisningar och på respektive företags hemsidor. Vidare undersöks vilka skillnader som finns mellan de olika företagen och branscherna samt vad dessa eventuella skillnader kan bero på.

1.4 Frågeställning

Ovanstående problemdiskussion och syfte har lett fram till följande frågeställningar:

- Vilken samt hur lämnas information om humankapital inom respektive bransch? Vilka skillnader och/ eller likheter finns mellan företagen i samma bransch?
- Vilka likheter finns mellan branscherna samt hur skiljer sig informationen som lämnas om humankapital?
- Utifrån presenterade teorier; vad kan eventuella likheter och skillnader bero på?

1.5 Studiens disposition

Kapitel 2 - Metod: I metodkapitlet beskrivs vilka metodmässiga tillvägagångssätt som har används i denna studie samt hur uppsatsens kvalitet och trovärdighet kan ha påverkats av de val som gjorts. Detta ger läsaren en möjlighet att själv bedöma studiens resultat.

Kapitel 3 - Referensram: I detta kapitel presenteras den teoretiska referensram som ligger till grund för studien. Bland annat beskrivs begreppen intellektuellt kapital och humankapital. Fortsättningsvis beskrivs teorier kring företagens skäl för offentliggörande av information samt en förklaring av innebörden av frivilliga och tvingande upplysningar.

Kapitel 4 - Empiri och Analys: I detta kapitel redovisas och analyseras den information som har insamlats från de åtta utvalda företagen. Granskningen omfattar årsredovisningar samt information och dokument som finns på företagens hemsidor.

Kapitel 5 - Diskussion och Slutsats: I detta sista kapitel förs en avslutande diskussion för att besvara studiens frågeställning, som därefter resulterar i studiens slutsats. Vidare görs en kritisk granskning av studien och kapitlet avslutas med förslag på fortsatt forskning inom det valda ämnet.

2. Metod

I följande kapitel presenteras de metodval som gjorts. Här beskrivs val av företag och bransch samt hur det empiriska och teoretiska materialet har samlats in och analyserats. Vidare beskrivs hur analysen har genomförts och avslutningsvis berörs uppsatsens kvalitet, vilket omfattar studiens validitet samt reliabilitet.

2.1 Val av metod

För att uppnå studiens syfte genomfördes en så kallad kvalitativ textanalys. Detta innebar att författarna noggrant granskat och analyserat textens innehåll och därigenom tagit fram det essentiella innehållet i respektive företags publicerade material. Att använda sig av den kvalitativa textanalysen som metod framför den kvantitativa innehållsanalysen har flera fördelar. För denna studies del är det viktigt att fokus i textanalysen ligger på helheten och *vad* företagen väljer att presentera gällande humankapitalet och inte *att* viss information presenteras. (Esaiasson, Gilliam, Oscarsson & Wängnerud, 2007). Till hjälp för att genomföra undersökningen har det kvalitativa textanalysprogrammet NVivo 10 använts.

2.2 Studiens arbetsgång

Arbetet med denna studie inleddes med att en mindre undersökning gällande humankapital genomfördes, för att utifrån denna formulera studiens syfte samt frågeställningar. Därefter genomfördes en djupare undersökning av relevant material till studien, vilket resulterade i den teoretiska referensramen. Därefter genomfördes en insamling av material till det empiriska kapitlet, vilket består av information från de åtta utvalda företagens årsredovisningar samt hemsidor. Efter att informationen var insamlad och tillgänglig började arbetet med att bearbeta materialet till en sammanhängande text för respektive företag. Det insamlade materialet från de åtta företagen har sedan analyserats med hjälp av NVivo för att hitta relevanta mönster. Nästa steg för färdigställandet av studien innebar en djupare diskussion grundad på den genomförda analysen samt de tidigare presenterade teorierna. Arbetet avslutades med att sammanfatta de viktigaste slutsatserna samt att kritiskt granska arbetet och ge förslag på fortsatta studier inom området.

2.3 Val av bransch och företag

Studien utgår från två kunskapsintensiva branscher, då det främst är dessa branscher som har ett stort humankapital och därmed har ett intresse av att lämna information om dessa tillgångar. De branscher som valts är bemanningsbranschen och revisionsbranschen. Anledningen till att dessa två branscher ingår i studien är att båda branscherna är beroende av sin personal för verksamhetens framgång och fortlevnad. Författarna utgår också från att revisionsbyråerna besitter stor kunskap inom redovisning och därmed borde ligga i framkant vad det gäller redovisning av humankapital. Det blir därmed intressant att använda revisionsbyråer i en jämförelse med bemanningsföretag för att se om redovisningen skiljer sig åt dem emellan.

De fyra största aktörerna inom respektive bransch har valts ut för att utgöra underlaget i studiens jämförelse. Valet att använda de fyra största företagen i respektive bransch grundas på att dessa företag är branschledande och därmed antas ha både störst resurser och motiv att lägga tid och kraft på den information som presenteras. De bemanningsföretag som valts ut har mellan 5000 och 8500 anställda, medan revisionsbyråerna har mellan 1000 och 3700 anställda i Sverige. De utvalda revisionsbyråerna är därmed något mindre räknat i antalet anställda. Inom bemanningsbranschen finns dessutom en större spridning av kompetenser hos de anställda, allt från ekonomi och administration till industri och logistik. Studien undersöker följande företags redovisning av humankapital:

Revisionsbyråer	Bemanningsföretag
PwC	Proffice
Ernst & Young	Manpower
Kpmg	Adecco
Deloitte	Uniflex

Tabell 1. Presentation av valda företag (Illustration av författarna)

2.4 Teoriunderlag

Referensramen innehåller beskrivningar av de begrepp som används i studien. Dessutom presenteras en rad teorier som tillsammans med det empiriska materialet används för att längre fram dra slutsatser av. Till referensramen har material i form av böcker, tidsningsartiklar samt i viss mån elektroniskt material använts. Detta för att läsaren ska få en grundläggande förståelse för det valda ämnet. Under arbetets gång har vetenskapliga artiklar samt avhandlingar använts för att uppnå en djupare förståelse för ämnet. Detta material används också tillsammans med det empiriska materialet i syfte att stödja samt ligga till grund för studiens analys och diskussion.

För att samla in material till studiens referensram har följande databaser använts; Business Source Premier, Emerald, FAR Komplet, Gunda, JSTOR, LIBRIS, Retriver Business samt Web of Knowledge. Följande sökord har använts vid insamlingen av studiens material;

- Humankapital
- Intellektuellt kapital
- Immateriella resurser
- Frivilliga upplysningar
- Kunskapsföretag
- Tjänsteföretag

För att utöka sökningsområdet har även de engelska termerna för ovanstående sökord använts. Dessutom har begreppen använts i kombination med varandra för att ta fram material med större relevans för den aktuella studien.

När olika termer och fenomen beskrivs i den teoretiska referensramen har flertalet källor som beskriver samma fenomen använts, detta för att säkerställa att den beskrivning som görs är korrekt samt för att ge olika infallsvinklar av det aktuella ämnet.

2.5 Det empiriska materialet

Insamling och bearbetning av material till det empiriska kapitlet har skett i tre steg. Det första steget var att samla in årsredovisningar och hitta relevant information på respektive företags hemsidor. Denna process beskrivs vidare under avsnitt 2.5.1. Steg två och tre beskrivs i avsnitt 2.5.2, som innebar att söka fram information om humankapital i de utvalda dokumenten och sammanställa denna information till en löpande text.

2.5.1 Metod för insamling

Primärdata är data som forskaren själv söker fram under projekts gång för att analysera och som används som underlag för studien (Bell, 2000). Det empiriska materialet i denna studie bygger på information från de åtta utvalda företagens årsredovisningar samt annat publicerat material på företagens hemsidor. Årsredovisningarna som används i studien gäller räkenskaperna för 2011 när det gäller bemanningsföretagen och 2011/ 2012 för revisionsbyråerna som har brutet kalenderår. I de fall då företagen har publicerat årsredovisningarna på sina hemsidor är dokumenten hämtade därifrån och i övriga fall är årsredovisningarna hämtade från Bolagsverket via databasen Retriver Business.

Den metod som använts vid insamlingen av material från företagens hemsidor genomfördes genom att båda författarna systematiskt genomsökte samtliga företags hemsidor för att hitta relevanta dokument och information på var sitt håll. Den information som ansågs relevant hämtades hem och därefter jämfördes iakttagelserna för att säkerställa att en likartad bedömning gjorts och att inget tillgängligt material missats. Dokument som har använts för att svara på studiens frågeställningar är exempelvis CSR-rapporter, Transparency rapporter samt hållbarhetsredovisningar. Detta material är hämtat från företagens hemsidor under våren 2013 och består av information som direkt kan läsas på hemsidorna samt dokument som finns upplagda. När material till studien har valts ut har författarna utgått ifrån företagens svenska hemsidor. När det gäller till exempel Manpower finns dock två svenska hemsidor, varav den ena tillhör moderbolaget ManpowerGroup AB och den andra tillhör det svenska dotterbolaget Manpower Sverige AB. I detta fall har författarna utgått från det undersökta företags hemsida, Manpower Sverige AB, och endast använt information från moderbolagets hemsida då det funnits länkar till denna från dotterbolagets hemsida. I andra fall har det förekommit att länkade dokument varit på engelska. Som tidigare nämnts är detta en studie som endast berör företagens svenska redovisning. Skribenterna upplever dock inte att användandet av dessa dokument strider mot detta, eftersom de engelska dokumenten som har använts har upprättats av de svenska bolagen. Detta gäller exempelvis Deloitte som upprättat en *Transparency Report* på engelska.

2.5.2 Bearbetning av materialet

När de tillgängliga dokumenten och elektroniska texterna var insamlade började arbetet med att grundligt läsa dessa och markera de delar som berörde humankapital. Denna process gick till som så att båda författarna grundligt granskade och läste samtliga dokument och markerade den text som var relevant för studien. När båda författarna gått igenom dokumenten på varsitt håll

gjordes en jämförelse för att se om observationerna skiljde sig åt, om så var fallet diskuterades dessa skillnader för att komma fram till en gemensam slutsats angående huruvida materialet var relevant eller inte.

Den information som samlats in sammanställdes sedan till en beskrivande text som utgör det empiriska materialet i studien. De citat som presenteras i empirin har valts ut då de anses vara relevanta för att belysa företagens syn på humankapital.

2.6 Metod för analys

När det empiriska materialet var insamlat påbörjades arbetet med analysen, som är upplagd enligt följande; först analyseras det insamlade texterna för respektive företag. Som stöd för analysen genomfördes därefter en ordanalys av det publicerade materialet från respektive företag i textanalysprogrammet NVivo. Sist redogörs för vart respektive företag har valt att presentera sitt material. Nedan beskrivs analysmomenten mer ingående.

Analysen genomfördes med utgångspunkt från delfrågorna ett och två. Denna analys ligger sedan till grund för att besvara dessa frågor och även delfråga tre i det avslutande kapitlet. Vid genomförandet av analysen var utgångspunkten Roos (1998) modell över humankapitalets beståndsdelar. Denna modell valdes då den på ett systematiskt sätt klargör vilka utgångspunkter och teman som förekommer i det insamlade materialet. När de förekommande fokusområdena identifierats användes slutligen detta underlag för att i Kapitel 5 - Diskussion och Slutsats, med hjälp av den teoretiska referensramen diskutera och besvara de tre delfrågorna.

Vidare genomfördes en ordanalys med hjälp av analysprogrammet NVivo för att undersöka vilka ord och termer som företagen har använt i de granskade dokumenten. Ordanalysen syftar till att finna relevanta samband till studiens analys och diskussion. För att kunna genomföra ordanalysen lades samtliga granskade dokument och texter in i textanalysprogrammet. Därefter markerades all text som behandlar personalen och därmed är av betydelse för studien. Efter att detta arbete genomförts kunde ordanalyser för respektive företag och bransch tas fram med hjälp av NVivo. Vissa avgränsningar gjordes vid framtagningen av ordanalyserna. Endast de tjugofem mest frekvent använda orden valdes ut och dessutom togs alla ord på mindre än fem bokstäver bort. Den sistnämnda avgränsningen gjordes för att förhindra att småord som till exempel "är", "i" samt "vara" inte skulle tas i beaktande. Slutligen rensades företagens namn bort ur ordanalyserna då dessa inte är av betydelse för att besvara studiens frågeställning. Ordanalyserna presenteras därefter som en bild, där de ord som har använts mest frekvent i materialet är de med störst teckenstil.

2.7 Uppsatsens kvalitet

Validitet och reliabilitet kan ses som mått på en studies trovärdighet och är viktiga områden som bör uppmärksammas i vetenskapliga kontexter (Björklund & Paulsson, 2009).

2.7.1 Validitet

Validitet kan sägas innebära att man mäter det man säger sig mäta, även kallat *resultatvaliditet* (Esaiasson et al., 2007). Esaiasson et al. (2007) hävdar dock att det är minst lika viktigt att *begreppsvaliditeten* i en studie är hög. För att uppnå detta måste det finnas en god överensstämmelse mellan de teoretiska begreppen och de valda empiriska indikatorerna.

Författarna har valt att använda sig av en definition av humankapital som är relativt bred och vedertagen inom branschen, vilket anses öka begreppsvaliditeten i studien. Genom att undersöka hur olika företag redovisar humankapital i sina årsredovisningar samt på sina hemsidor anser skribenterna också att studien täcker majoriteten av företagens presenterade material, vilket även det bidrar till att stärka studiens validitet. Om istället endast företagets årsredovisningar hade studerats skulle en fullständig jämförelse mellan företagen inte kunnat genomföras, då det visat sig att flertalet av företagen valt att presentera information gällande humankapital i andra dokument än i sina årsredovisningar.

När det gäller insamlingen av det empiriska materialet till studien har skribenterna varit noggranna med att båda två gått igenom det publicerade dokumenten och informationen från samtliga företag. Detta för att ytterligare säkerställa att allt relevant material upptäckts.

Med tanke på det begränsade antal företag som undersökts kan studiens resultat inte anses representera varken revisionsbranschen eller bemanningsbranschen som helhet. Författarna anser dock att valet av att använda en kvalitativ ansats genererar bra underlag för att uppfylla studiens syfte och frågeställningar.

2.7.2 Reliabilitet

En studies reliabilitet avgör i hur stor utsträckning studien kan anses trovärdig och pålitlig (Bryman & Bell, 2011). Begreppet kan delas in i två delar; extern reliabilitet och intern reliabilitet. Extern reliabilitet handlar om i hur stor utsträckning den aktuella studien kan upprepas och ge samma resultat. Ett problem vid kvalitativ forskning kan vara att de observationer som gjorts är färgade av forskarnas tolkning. För att uppnå en god intern reliabilitet bör de som inhämtat informationen ha tolkat denna korrekt, dessutom skall en extern bedömare kunna göra samma tolkning av materialet. (LeCompte & Goetz, 1982, i Bryman & Bell, 2011)

Årsredovisningar som har använts i denna studie är, som tidigare nämnts, publicerade under 2012 och gäller räkenskaperna 2011 eller 2011/2012. Dock kommer bemanningsföretagens årsredovisning för 2012 att publiceras medan denna uppsats fortfarande är under konstruktion. Detta har inte tagits till hänsyn, då företagen skall kunna jämföras med varandra på ett rättvisande sätt och därmed har årsredovisningarna med utgivningsår 2012 använts.

Materialet i årsredovisningar samt övrigt material som företagen lämnat ut kan anses vinklat då företagen i fråga självfallet vill framställa sig själva på bästa sätt. Då studien ämnar undersöka hur företagen informerar om och jobbar med humankapital är detta dock de bäst lämpade dokumenten att studera. Vidare är samtliga årsredovisningar som granskats i denna studie reviderade och godkända, vilket bidrar till att öka dess trovärdighet.

Materialet till studiens referensram bygger på information som andra forskare och författare samlat in för sina egna forskningsprojekt, det vill säga i annat syfte än det som föreligger för denna studie. Vid användande av sådant material bör man därför vara extra uppmärksam på att den insamlade informationen kan vara vinklad eller inte heltäckande. (Björklund & Paulsson, 2009)

När man använder sig av hemsidor i en undersökning finns det en risk att dessa kan uppdateras under arbetets gång. Dessutom kan vissa hemsidors komplexa struktur göra att material på de olika sidorna inte upptäcks. För att detta skall undvikas i så stor utsträckning som möjligt har författarna kontinuerligt under skrivandet varit inne på företagens hemsidor för att säkerhetsställa att ingen ny information har lämnats. Dock kan sådant material som har publicerats efter färdigställandet av denna uppsats inte tas i beaktande.

3. Referensram

Kapitlet inleds med en presentation av begreppen immateriell tillgångar, intellektuellt kapital och humankapital. Vidare beskrivs teorier kring företagens skäl för offentliggörande av information. Kapitlet avslutas med en förklaring av innebörden av tvingande samt frivilliga upplysningar.

3.1 Immateriella tillgångar

En växande källa till framgång i många företag är immateriella tillgångar, vilka består av information och kunskap omsatt i arbete i syfte att skapa värde (Wriston, 1993). Gröjer och Johanson (2008) hävdar att immateriella tillgångar fått en allt större betydelse för många företags framgång på senare år. För att en immateriell tillgång skall få tas upp i balansräkningen måste den dock, enligt RR 15, uppfylla vissa krav. Bland annat skall det ha inträffat en ekonomisk händelse och tillgången skall vara identifierbar, det vill säga avskiljbar från andra tillgångar så som goodwill. Dessutom skall företaget ha kontroll över framtida ekonomiska fördelar hänförliga till tillgången, vilket kan fås genom juridiskt bindande avtal och rättigheter. Vanligt förekommande immateriella tillgångar är patent, licenser och datorprogram. De immateriella tillgångar som inte uppfyller dessa krav och som inte heller kan tas upp som goodwill benämns ofta intellektuellt kapital. (Edvinsson & Malone, 2006)

3.2 Intellektuellt kapital

Det intellektuella kapitalet kan definieras på olika sätt, men en vanligt förekommande definition beskriver intellektuellt kapital som skillnaden mellan ett företags bokförda värde och dess marknadsvärde. Med andra ord värdet på de tillgångar som inte får tas upp i redovisningen. (Edvinsson & Malone, 2006) Dock har detta sätt att definiera intellektuellt kapital kritiserats och Bukh, Larsen och Mouristen (2001) skriver i sin artikel att detta är ett irrationellt sätt att beskriva intellektuellt kapital. Detta på grund av att man då hade blivit tvungen att acceptera att intellektuellt kapital är en funktion av redovisningsregler för att konstruera det bokförda värdet. Detta är inte logiskt hävdar författarna, då det intellektuella kapitalet inte skall innehålla finansiellt kapital. Författarna kritiserar även antagandet om att intellektuellt kapital skulle utgöra skillnaden mellan det bokförda värdet och marknadsvärdet. Bukh, Larsen och Mouristen (2001) menar att detta skulle innebära att marknadsvärdet är givet och att marknadsvärdet påverkar det intellektuella kapitalet och inte tvärtom.

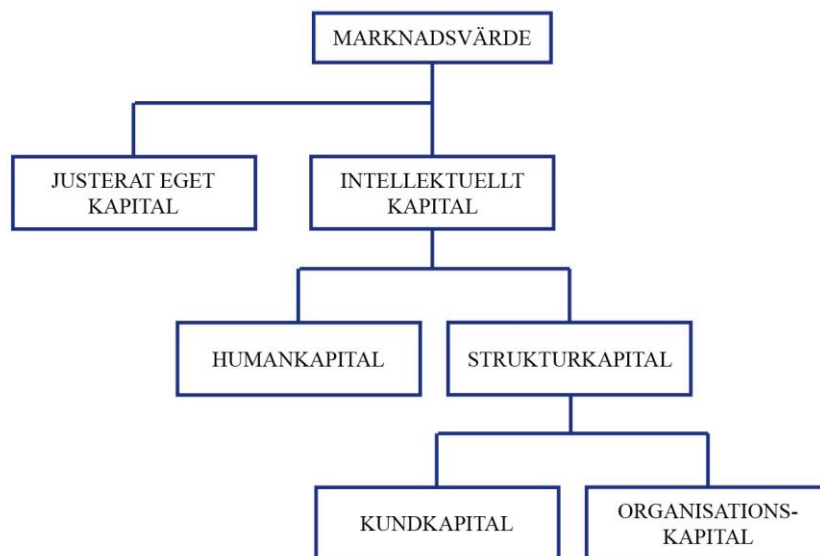
Guthrie (2001) hävdar i sin artikel att det intellektuella kapitalets ökade betydelse i ekonomin främst beror på följande faktorer:

- IT- revolutionen och det växande informationssamhället.
- Den ökade betydelsen av kunskap och den kunskapsbaserade ekonomin.
- De förändrade mönstren för sociala aktiviteter och nätverkssamhället.
- Framväxten av innovation och kreativitet som de viktigaste faktorerna för ökad konkurrenskraft.

3.2.1 Det intellektuella kapitalets delar

Det intellektuella kapitalet delas ofta in i två delar, humankapital och strukturkapital. Humankapital förklaras vidare i avsnitt 3.3, men i korthet relaterar det till värdet på vad de anställda kan producera, deras kompetens samt deras förmåga att bygga relationer. Strukturkapitalet kan sägas utgöra det värde som företaget kan äga och består av ytterligare två delar; kundkapital samt organisationskapital. Strukturkapitalet beskrivs som den infrastruktur som gör det möjligt för humankapitalet att fungera genom att stödja de anställdas produktivitet. Organisationskapitalet innefattar bland annat hur organisationen struktureras och styrs, de tekniska lösningar som används, företagets databaser samt patent som gör det möjligt för företaget att leverera sina varor. Dessutom räknar man in hur företaget arbetar med forskning och utveckling. Relationskapital, även kallat kundkapital, beskrivs som det samlade värdet av ett företags relationer med kunder, leverantörer och andra aktörer på marknaden. (Kannan & Aulbur, 2004)

Strukturkapitalet ägs av företaget och är lättare att skydda än humankapitalet, samtidigt kan man säga att humankapitalet är en förutsättning för att kunna bygga upp strukturkapitalet. Detta har gjort att företagsledare i kunskapsintensiva företag måste fokusera allt mer på att uppnå en balans mellan relations-, human- och strukturkapital. (Ekström, 2000) Figur 1, som visas nedan, illustrerar marknadsvärdets beståndsdelar.



Figur 1. Omarbetning av Edvinsson och Malones modell av det intellektuella kapitalets beståndsdelar (Edvinsson & Malone, 2006)

Enligt Curado, Henriques och Bontis (2011) kan en annan uppdelning av intellektuellt kapital göras. I denna modell delar författarna upp det intellektuella kapitalet i tre delar; humankapital, kundkapital samt organisationskapital. Skillnaden jämfört med Edvinsson och Malones modell är att organisationskapitalet inte anses vara en del av kundkapitalet, utan är en självständig del av det intellektuella kapitalet. Tabell 2 demonstrerar denna uppdelning samt ger exempel på vad respektive område innefattar.

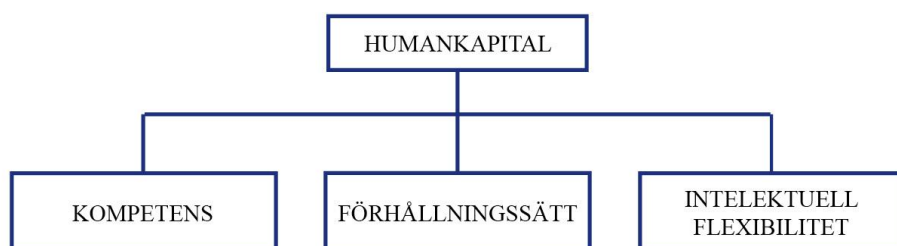
Humankapital	Kundkapital	Organisationskapital
Anställda	Kunder	Forskning & utveckling
Kompetens	Leverantörer	Patent
Utbildning	Kundlojalitet	Ledarskap
Anställdas förmåner	Rykte	Arbetsbeskrivningar
Inflytande	Varumärkeskänedom	Företagskultur

Tabell 2. Omarbetning av Curados modell av intellektuellt kapital (Curado et al, 2011)

3.3 Humankapital

Ett företags intellektuella kapital består, som beskrivet ovan, av tre delar varav humankapital ibland anses som den svåraste för företaget att ha kontroll över. Detta innebär att denna tillgång inte kan tas upp i företagets balansräkning. Som redovisningsreglerna ser ut idag så behandlas investeringar i humankapital som en kostnad i resultaträkningen i form av löne-, personal- samt utbildningskostnader. Detta minskar företagets intäkter, medan investeringar i andra tillgångar tas upp i balansräkningen, vilket ger företaget framtida ekonomiska fördelar (Flamholtz, Bullen & Hua, 2002). Vid förvärv av kunskapsintensiva företag, med andra ord företag med ett stort humankapital, kommer posten goodwill att representera marknadsvärdet på dessa tillgångar. Detta är dock det enda tillfälle vid vilket dessa värden får ett marknadspris (Engström, 1999).

Enligt Roos (1998) består humankapital av tre delar; *Kompetens*, *Förhållningssätt* och *Intellektuell flexibilitet*, som visas i Figur 2. *Kompetens* skapar värde för företaget genom de anställdas kunskaper, färdigheter, talanger och kunnande, medan *Förhållningssätt* snarare handlar om de anställdas motivation och företagsledningens förmåga att nå strategiska mål. Slutligen beskrivs *Intellektuell flexibilitet* som de anställdas förmåga att ta till sig ny kunskap samt deras förmåga till uppfinningsrikedom. (Roos, 1998)



Figur 2. Humankapitalets beståndsdelar (Illustration av författarna)

Al-Ali (2003) beskriver flera olika definitioner av humankapital och menar att en viktig aspekt för att kunna utvinna värde ur humankapital är att överföra kunskapen som finns där till strukturkapitalet. Detta kan göras genom att till exempel skapa interna utbildningsprogram där kunskapen som finns hos de anställda inom företaget kan göras tillgängligt för hela organisationen. Genom att strukturera och tillgängliggöra kunskapen hos individer kan företaget också säkerställa att värdet av denna kunskap inte går förlorad när viktiga personer slutar eller relationer med viktiga kunder upphör. (Ordóñez de Pablos, 2004)

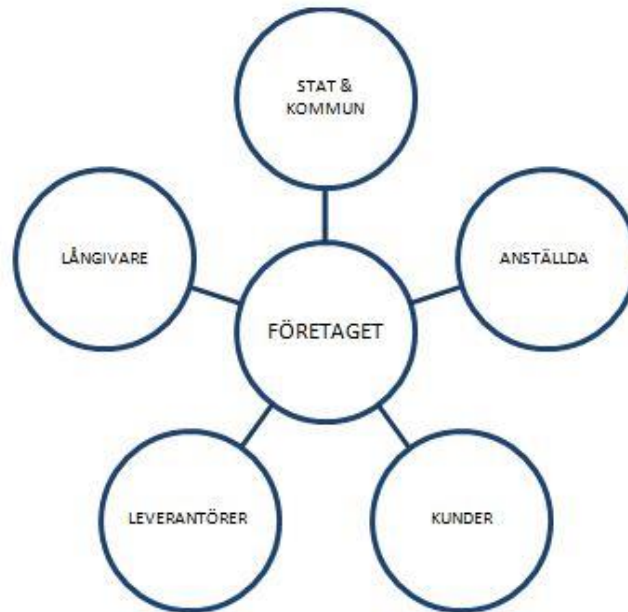
Att värdera, sammanställa och redovisa information om humankapital är, enligt Flamholtz, et al. (2002), viktigt ur flera olika aspekter. För det första ger det numerisk information om kostnader och intäkter angående personalen som en del av företagets organisatoriska tillgångar. Det kan även underlätta beslutsfattande inom företaget gällande personalfrågor samt motivera företagsledningen att anta ett humankapitalsperspektiv vid beslutsfattande. Författarna menar att arbetet med att ta fram information om humankapital kan ge positiva effekter både genom att detta underlag är viktigt vid beslutsfattande, men också att själva processen i sig ger signaler till omvärlden om att man värdesätter denna tillgång. (Flamholtz, et al, 2002)

Humankapital anses vara en viktig beståndsdel när det gäller företagens mål att generera vinst, då kunskap och intelligens härrör från humankapitalet. (Chen och Lin, 2003) Uliana, Macey & Grant (2005) menar att företag gärna skriver ofta och mycket om sin personal i de ekonomiska rapporterna. Däremot hävdar författarna att företagen inte använder begreppet humankapital i dessa texter och att företagen inte heller nämner hur humankapitalet bidrar till att uppfylla organisationens mål.

Enligt Chen och Lins (2003) artikel förekommer det tre olika sätt att offentliggöra humankapital i de finansiella rapporterna. Det första sättet är enligt författarna att VD:n kan presentera information om humankapitalet i VD-brevet, som förekommer i årsredovisningen. Dock är VD-brev ingen obligatorisk handling, och därför förekommer inte VD-brev i alla årsredovisningar (Jonäll, 2009). Det andra sättet enligt Chen och Lin (2003) är att humankapitalet presenteras i noterna i de finansiella rapporterna, både i numerisk- och skriftlig form. Det tredje sättet är att humankapitalet redovisas som en immateriell tillgång. Dock är det viktigt att, som tidigare nämnts, klargöra att en förutsättning för att humankapitalet skall kunna redovisas som en immateriell tillgång är att följande tre kriterier är uppfyllda: företaget skall ha kontroll över tillgången, den ska generera framtida ekonomiska fördelar samt ha uppkommit till följd av en inträffad händelse (RR15). Enligt Chen och Lin (2003) är det ovanligt att samtliga dessa kriterier är uppfyllda och därför inträffar detta endast vid extremfall.

3.4 Intressentteorin

Enligt Freeman och Reed (1983) har företagen inte enbart ett ansvar att presentera information gentemot sina aktieägare, utan även mot andra externa intressenter. Denna grupp har en stor betydelse för organisationernas fortsatta överlevnad. Företagens intressenter kan bland annat innefatta anställda, kunder, leverantörer, långgivare samt staten och kommuner. (Freeman & Reed, 1983). I Figur 3 visas ett antal av ett företags tänkbara intressenter.



Figur 3. Företaget och dess intressenter (Illustration av författarna)

För att förstå intressentteorin är det viktigt att förstå begreppen bakom teorin. Begreppen intressent samt stakeholder är omdiskuterade, då innebörden av dessa kan ha olika betydelse. Det svenska begreppet intressent antyder att den aktuella gruppen har någon form av intresse gällande organisationens verksamhet. Den engelska termen stakeholder däremot tyder mer på att intressenten har en djupare anknytning till organisationen. (Ljungdahl, 1999) För att förtydliga detta begrepp har Clarkson (1995) i sin artikel delat in intressenterna i två grupper, nämligen primära samt sekundära. Grupper som en organisation inte skulle klara sig utan för att inte riskera organisationens fortlevnad anses vara den primära gruppen och exempel på dessa intressenter kan vara anställda, investerare samt leverantörer. Den sekundära gruppen innefattar intressenter som har ett intresse av organisationen, men som inte har någon betydelse för verksamhetens fortlevnad. Media är ett exempel på en sekundär intressent. (Clarkson, 1995)

För att förmedla en viss bild av verksamheten till olika intressentgrupper kan företagsledningen genom presentation av ekonomisk information tillgodose olika intressenters behov. Detta genom att välja att redovisa viss information för att på så sätt påverka intressenters attityd gentemot verksamheten. Därmed kan det ligga i ett företags strategi att till exempel redovisa miljö- och samhällsrelaterad information för att gynna samt tillgodose relationen till dess mest betydelsefulla intressentgrupper. (Ljungdahl, 1999)

3.5 Legitimitetsteori

“När ett företag försöker skapa acceptans från omvärlden för sitt handlande”
(Kaplan & Ruland, 1991, s. 370)

Citatet ovan sammanfattar vad legitimitetsteorin handlar om enligt Kaplan och Ruland (1991). Legitimitetsteori behandlar vad företag gör för att legitimera sina handlingar. Eftersom legitimiteten är beroende av vilka förväntningar och normer som finns i omgivningen så betyder legitimitet olika saker för olika intressenter och olika företag. Företag måste därför, för det första, ta reda på vilka deras intressenter är, vilka av dessa intressenter som är viktigast för företaget och till sist vad företaget kan göra för att öka sin legitimitet inför just denna grupp. (Milne, 2002)

Ett sätt för företag att öka sin legitimitet är att, i sina årsredovisningar och finansiella rapporter, upplysa om handlingar som de anser öka legitimiteten. Flertalet forskare hävdar att årsredovisningar och de miljömässiga upplysningar som där presenteras främst riktar sig till finansiella intressenter. (T.ex. Neu, Warsame & Pedwell, 1998; Milne, 2002). Huruvida de upplysningar som lämnas angående exempelvis miljö eller personal faktiskt har någon påverkan på investerarens beslut råder det dock skilda meningar om. Milne (2002) har undersökt hur investerare reagerar på information i årsredovisningar angående positiva engagemang för miljön. Författaren kom fram till att finansiella intressenter faktiskt värderar och påverkas av upplysningar i de finansiella rapporterna genom att i högre utsträckning investera i företag som upplyser om agerande som anses stärka dess legitimitet. Bukh (2003) däremot, påpekar att det inte finns några bevis på att sådan frivillig information om till exempel personal som lämnas i finansiella rapporter påverkar investerarens beslut. Detta menar författaren beror på att den information som bland annat presenteras angående humankapital inte är den information som investerare efterfrågar.

3.6 Institutionell teori

Institutionell teori kan användas som ett komplement till intressentteorin och legitimitetsteorin för att förklara och förstå hur företag anpassar sina frivilliga upplysningar beroende på vilka förväntningar som finns från dess omvärld. (Deegan & Unerman, 2006)

Enligt den institutionella teorin finns det en benägenhet i organisationer att efterlikna andra organisationer som uppfattas som framgångsrika i branschen samt anses legitima (Dimaggio & Powell, 1991 i Törnqvist, Lumsden & Marton, 2000). Det kan till exempel handla om att företag inför arbetsrutiner som är vedertagna inom den specifika branschen, inte för att dessa arbetsrutiner är effektiva utan för att de används av många andra företag i samma bransch. Detta leder ibland till en viss likformighet mellan företag i samma bransch. (Ljungdahl, 1999) Det behöver dock inte nödvändigtvis betyda att organisationerna blir kopior av varandra, vilket beror på att när en organisation försöker efterlikna en annan så kan det uppkomma omständigheter som påverkar tolkningen vid implementeringen av de nya idéerna. (Törnqvist, et al., 2000)

3.7 Impression Management

Som termen Impression Management antyder så handlar detta fenomen om hur människor och företag försöker kontrollera hur andra uppfattar dem. Genom att uppföra sig på ett speciellt sätt kan företag påverka omvärldens uppfattning och beslut om dem. (Leary & Kowalski, 1990)

När det gäller finansiella rapporter förekommer detta fenomen när företagsledningen väljer att rapportera information på ett sådant sätt att läsarens uppfattning av företagets handlande påverkas åt något håll. Vanligtvis förekommer detta i frivilliga upplysningar och texter som fokuserar på att tolka företagets finansiella ställning. (Brennan, Guillamon-Saorin, & Pierce, 2009) Genom att i dessa frivilliga upplysningar fokusera på och framhäva positiv information manipuleras läsarens uppfattning av företaget i fråga. I de fall då negativ information redovisas används ofta invecklade meningar och ordval, detta för att försöka få läsaren att inte upptäcka bakomliggande betydelse av innehållet. (Merkl- Davis & Brennan, 2011)

3.8 Tvingande upplysningar

Denna studie behandlar frivilliga upplysningar i de ekonomiska rapporterna och på företagens hemsidor. Dock kommer nedan de upplysningar som måste lämnas om personalen i de finansiella rapporterna beskrivas kort.

Bestämmelser om de upplysningar rörande personalen i företagen som måste lämnas enligt Årsredovisningslagen och som därmed är tvingande är medelantalet anställda under året, könsfördelningen bland ledande befattningshavare, löner, andra ersättningar och sociala kostnader samt pensioner och andra förmåner. Dessutom skall företagen redogöra för avgångsvederlag för tidigare styrelse, suppleanter, verkställande direktör och vice verkställande direktör. (Årsredovisningslagen, 1995:1554).

3.9 Frivilliga upplysningar

Utöver de ovan beskrivna tvingande upplysningarna kan företaget själva välja att redogöra för annan viktig information, så kallade frivilliga upplysningar, antingen i löpande text eller genom figurer och bilder i de finansiella rapporterna. Eftersom humankapital inte uppfyller kriterierna för att få tas upp som en tillgång och heller inte ska finnas med i de tvingande upplysningarna är det enda sättet för företagen att redogöra för denna tillgång genom olika typer av frivilliga upplysningar. Då frivilliga upplysningar inte är reglerade blir det upp till varje företagsledning att välja hur denna information presenteras. (Annell & Sveiby, 1989)

Lev och Zarowin (1999) har studerat om, och i sådana fall hur investerares informationsbehov har förändrats över en tidsperiod på tjugo år. Studien visar den traditionella redovisningen inte längre är tillräcklig för att täcka investerares informationsbehov. Detta menar författarna främst beror på att de rådande redovisningsreglerna inte utvecklats i samma takt som förekomsten av kunskapsföretag ökat. För att tillgodose investerares behov måste företaget istället upplysa om viktiga tillgångar på annat sätt. En viktig anledning till att företag lämnar frivilliga upplysningar om humankapital är för att minska den informationsasymmetri som annars kan uppstå (García-Meca, Parra, Larrán, & Martínez, 2005).

Vissa problem har uppmärksammats kring frivilliga upplysningar om immateriella tillgångar och humankapital. Eftersom de frivilliga upplysningarna inte regleras och därmed inte är standardiserade så minskar jämförbarheten mellan företagen. Detta leder till negativa konsekvenser för externa intressenter då informationen inte alltid kan jämföras mot andra företag och investeringsobjekt. (Flamholtz, et al., 2002)

Dock hävdar Souissi och Khlif (2012) i sin artikel att årsredovisningen inte längre är det enda självklara valet när det gäller vart investerare väljer att hitta betydelsefull information. Förutom rapporter från finansiella analytiker utgör företagets hemsidor en viktig källa där relevant information inhämtas. Därmed har betydelsen av årsredovisningar minskat, då investerare måste hitta andra källor för att få fram tillgänglig information för att kunna fatta sina beslut. (Souissi & Khlif, 2012)

4. Empiri och Analys

I detta kapitel presenteras den information som har samlats in från årsredovisningar samt företagens hemsidor. Först kommer informationen gällande bemanningsföretagen att presenteras och därefter informationen från revisionsbyråerna. De båda avsnitten kommer inledas med en kort beskrivning om de aktuella företagen och därefter presenteras information som lämnas av respektive företag. Vidare kommer det insamlade materialet att analyseras för varje enskilt företag.

4.1 Bemanningsföretag

Det största bemanningsföretaget är Proffice med totalt 21,3 procent av marknaden i branschen, följt av Manpower med 16,5 procent, Adecco med 12,4 procent och Uniflex med 6,78 procent av marknaden. Sammanlagt står dessa fyra företag för cirka 57 procent av den totala marknaden för bemanningsföretag. (Bemanningsföretagen, 2012)

Tabell 3 presenterar information avseende de fyra företagens omsättning, personalkostnader, antal anställda samt antal kontor i Sverige. Informationen som visas i tabellen nedan är hämtad från företagens årsredovisningar samt hemsidor.

	Omsättning (tkr)	Personal- kostnader (tkr)	Antal kontor	Antal anställda
Proffice	4 770 000	3 925 000	35	8 607
Manpower	3 572 571	2 840 559	60	7 536
Adecco	2 540 148	2 030 698	50	5 292
Uniflex	1 582 474	1 478 372	53	3 651

Tabell 3. Finansiell information avseende de studerade bemanningsföretagen (Illustration av författarna)

4.1.1 Proffice

Utöver de tvingande upplysningar som finns rörande personalen har Proffice valt att presentera information om sin personal på olika platser i sin årsredovisning. Bland sina nyckeltal väljer Proffice att redovisa medelantalet anställda, nettoomsättning per anställd samt förädlingsvärde per anställd. I förvaltningsberättelsen finns ett stycke kallat Medarbetare där man bland annat skriver om att medelantalet årsanställda ökat med 30 procent det senaste året. Vidare beskrivs personalstyrkans sammansättning och man säger sig ha en större andel icke-nordiska medarbetare än marknaden som helhet. Här beskrivs också de egenskaper som beaktas vid nyrekrytering vilka är; kompetens, duglighet och personliga egenskaper. Vidare beskrivs de

satsningar som görs i företaget för att motivera de anställda, bland annat Proffice egna utbildningsprogram Proffice Kompetens som skall bidra till att alla anställda utvecklas och får chansen att jobba med nya arbetsuppgifter. (Proffice, 2012)

Information om de anställda återfinns även i en not, "Not 4: Risker och osäkerhetsfaktorer", där Proffice beskriver kvalificerade anställda som en avgörande faktor för att kunna genomföra kunduppdrag med lyckade resultat. För att säkerställa kvaliteten på de anställda ställs höga krav på kompetens och specialistkunskaper vid rekrytering. (Proffice, 2012)

"Dagligen skapar vi möjligheter att utvecklas för såväl våra medarbetare som kunder."
(Proffice, u.å.a)

På sin hemsida beskriver Proffice de värderingar som ligger till grund för att attrahera kompetenta medarbetare och skapa långvariga kundrelationer. Här använder företaget sig av tre värdeord; engagerade, lyhörda och lösningsorienterade vilka ska utgöra grunden i företagets arbete. (Proffice, u.å.b) På hemsidan skriver Proffice även att de 2004 blev ett så kallat Auktoriserat bemanningsföretag. Denna auktorisation skall bland annat säkerställa att rekryteringar sker på urval av kompetens, kunskap och färdigheter samt att de anställda får kontinuerlig kompetensutveckling genom arbete med olika arbetsuppgifter ute hos företagen. (Proffice, u.å.c)

Analys

Enligt Roos (1998) så består humankapital av tre delar; *Kompetens, Förhållningssätt och Intellektuell flexibilitet*. Dessa tre kategorier kommer att ligga till grund för analysen av samtliga företag. Dock kommer fortsättningsvis referensen Roos (1998) att utelämnas då dessa kategorier används i analysen, detta för att undvika upprepning.

Efter granskning av Proffices material blir det tydligt att de väljer att lägga fokus på rekrytering. Störst fokus gällande rekrytering handlar om egenskaper som Proffice värdesätter hos anställda när det rekryterar. Företaget poängterar även hur viktigt det är att personal som de anställer besitter goda kunskaper och har den kompetens som efterfrågas. Utifrån detta kan man se att Proffice lägger störst fokus på området *Kompetens*. Utöver egenskaper som Proffice värdesätter hos sin personal lägger de även stor vikt vid att ha engagerad personal, vilket berör *Förhållningssätt*. Slutligen så berör även Proffice det sista området som är *Intellektuell flexibilitet*. Dock har Proffice valt att inte göra någon djupare beskrivning av vad de anställa erbjuds för typ av utbildning eller till vilken grad, utan nämner endast kort deras utbildningsprogram Proffice Kompetens.

Den ordanalys som har genomförts i NVivo presenteras i Figur 4. Ordanalysen bekräftar tidigare antaganden om att Proffice fokusområden främst är kompetens och rekrytering. Den visar även att engagemang är ett begrepp som Proffice gärna använder sig av. Det mest frekvent använda ordet är självfallet medarbetare, då texten som har analyserats handlar om Proffices personal.



Figur 4. Proffice ordanalys (NVivo)

Proffice har valt att presentera sin information gällande humankapital i sin årsredovisning samt på hemsidan. I årsredovisningen presenterar Proffice sin information i förvaltningsberättelsen samt under noter. Detta är i enlighet med två av tre sätt som Chen och Lin (2003) presenterar i sin artikel om offentliggörande av humankapital i företags årsredovisningar. Dock presenteras till större del informationen på Proffice hemsida, vilket tyder på att Soussi och Khlif (2012) har rätt i sitt antagande om att hemsidor har blivit en allt viktigare källa för att finna information som inte behandlas i årsredovisningen.

4.1.2 Manpower

I sin årsredovisning presenterar Manpower enbart de upplysningar om personalen som är obligatoriska. (Manpower, 2012) Dock finns en CSR- rapport som är gemensam för hela koncernen, Corporate Social Responsibility Update, där Manpower ägnar stort utrymme åt personalen. Rapporten inleds med VD-brevet där en förändring av världsekonomin beskrivs. Denna förändring menar VD:n har lett till att vi nu befinner oss i den så kallade Human Age. Detta innebär att personal och kompetens blivit en mer betydelsefull tillgång för företag världen över. Manpower menar att det på senare tid blivit allt viktigare att vara ett ansvarsfullt företag, då detta fungerar som en central drivkraft för att fånga medarbetarnas engagemang. Genom deras engagemang kan företagets fulla potential frigöras och konkurrensfördelar skapas. Vidare beskrivs de anställdas talang och kunnande som den viktigaste tillgången för social innovation och ekonomisk tillväxt. (Manpower, 2011a)

“When our deep understanding of human potential is connected to the ambition of business, a dynamic power is created.”
(Manpower, 2011a, sid. 1)

CSR-rapporten avslutas med en beskrivning av vikten av att erbjuda relevant utbildning för personalen. Bland annat beskrivs det prisbelönta Global Training and Development Center som är ett nätbaserat utbildningsprogram som utvecklats av Manpower. Här erbjuds anställda nätkurser inom olika områden såsom IT och affärskompetens. (Manpower, 2011a) CSR-rapporten sammanfattas med följande citat;

“We are a company that can help organizations and individuals alike understand that in the Human Age it is not about technology, systems or money. From this point forward it is the talent, ambition and imagination of diverse range of people that will be the key building blocks of growth. It will be human potential itself that will be the catalyst of change and the global driving force - economically, politically and socially.”
(Manpower, 2011a, sid. 50)

Förutom CSR-rapporten finns ytterligare en rapport kallad *Entering the human age*. I detta dokument fortsätter Manpower att beskriva den förändring som nu äger rum, då vi går från IT-samhälle mot ett samhälle där människor blivit den avgörande resursen för ekonomisk tillväxt. Företaget säger sig vara ledande inom att ta tillvara denna mänskliga resurs genom att använda sig av en rad olika strategier för att matcha kompetenser mot existerande behov på arbetsmarknaden. (Manpower, 2011b) Utöver dessa två rapporter finns viss information på koncernens hemsida där företaget bland annat beskriver vikten av utbildning för att kvalitetssäkra sitt erbjudande. Detta görs genom att regelbundet vidareutbilda de anställda. (Manpower, u.å.)

Analys

När man läser vad Manpower skriver om sin personal så framgår att stor vikt läggs vid att uttrycka att företaget sätter stort värde på medarbetarna i organisationen. VD:n går så långt som att säga att vi inträtt i en ny tidsålder där de anställda och deras kompetens är företagets viktigaste tillgång. Ovanstående kan kopplas till kategorin *Kompetens*. På flertalet ställen nämns också utbildning av personalen som något som Manpower lägger resurser på, bland annat genom sitt eget nätbaserade utbildningsprogram. Utbildning är en annan del av humankapital som är viktig för företaget genom de anställdas *Intellektuella flexibilitet*. Manpower skriver även att de anser det viktigt att vara ett ansvarsfullt företag, då man tror att detta ökar de anställdas motivation och engagemang gentemot företaget, vilket rör den tredje delen av humankapital - *Förhållningssätt*.

Ordanalysen i NVivo visar att de vanligast förekommande orden i samband med att Manpower skriver om sin personal bland annat är lärande, utbildning, talang och tillgång, vilket förstärker bilden av att det är just dessa områden som är i fokus gällande personalen på Manpower. Figur 5 visar den ordanalys som har genomförts.



Figur 5. Manpower ordanalys (NVivo)

Det är tydligt att Manpower främst valt att fokusera på personalen i andra dokument än årsredovisningen, där man enbart tar upp obligatoriska upplysningar. Manpower använder sig istället främst av sin CSR- rapport, men även rapporten *Entering the human age*, som ingående beskriver deras syn på kompetens vilket stämmer med vad Soussi och Khlif (2012) beskriver om att företag börjat finna nya vägar för att presentera information.

4.1.3 Adecco

I Adeccos årsredovisning beskrivs företagets vision som att de skall vara det naturliga valet för både kunder och anställda. Det ingår även i deras affärsidé att lägga stort fokus på medarbetarnas utveckling. Någon annan frivillig information gällande personalen finns inte med i Adeccos årsredovisning. (Adecco, 2012) På Adeccos hemsida finns det mer beskrivet om hur de arbetar för att utveckla sin personal samt att skapa en bra arbetsplats för dem. Företaget hävdar att det är genom deras anställda som goda och långa relationer till företagets kunder skapas och utvecklas. (Adecco, u.å.a)

“Vår viktigaste tillgång är våra kvalificerade medarbetare.”
(Adecco, u.å.b)

Adecco erbjuder sina anställda att ta del av utbildningstjänsten Klickportalen, vilket är en webbtjänst som innehåller fler än 200 e-learningkurser. Detta ger det anställda chansen att utbilda sig inom exempelvis affärsutveckling, It och personlig utveckling från och med sin första arbetsdag. (Adecco, u.å.a)

Varje anställd konsult hos Adecco tilldelas en konsultchef, som är med och ser till att den anställdes utveckling går framåt samt att den anställda får uppdrag som passar dennes kompetens och erfarenhet. Konsultchefen ansvarar även för att uppdraget går som det ska och att både den anställda samt kunden är nöjda med det utförda arbetet. För att det ska föreligga en bra kontakt med den anställda konsulten och konsultchefen genomförs besök samt möten på den anställdas tillfälliga arbetsplats samt på Adeccos kontor. Varje år genomförs också utvecklingssamtal

tillsammans med konsultchefen, för att utvärdera hur året har gått samt vilka framtidsplaner som finns. Adecco beskriver att detta samtal ses även som en bra möjlighet för att komma fram till om det finns något utvecklingsbehov hos den anställda konsulten. (Adecco, u.å.a)

Adecco erbjuder friskvårdsbidrag på 3 000 kronor per år till de anställda för att uppmuntra till motion och nyttigare val och därmed främja bättre hälsa hos personalen. Adecco erbjuder även sina anställda 15 procent rabatt hos olika träningsanläggningar samt subventionerad massage hos naprapat. Företaget beskriver dessa satsningar som ett viktigt medel för att de anställda skall må bra och då kunna utföra ett ännu bättre arbete. För att det ska föreligga en bra stämning bland de anställda anordnar Adecco bland annat sommarfester, föreläsningar samt afterwork. En stor höjdpunkt under året skriver Adecco är det så kallade Adecco Star Awards, där de mest framgångsrika konsulterna uppmärksammas. (Adecco, u.å.a)

Analys

Vid granskning av Adeccos publicerade material framgår det att störst fokus riktas mot de anställdas möjlighet att utvecklas på arbetsplatsen. En noggrann redogörelse finns över det arbetssätt som används för att hjälpa de anställda med denna utveckling, bland annat genom regelbundna samtal och uppföljningar av konsultchefer. Detta arbete kan antas bidra till att öka de anställdas motivation och företagsledningens möjlighet att nå strategiska mål, vilket kan knytas till kategorin *Förhållningssätt*. Vidare väljer Adecco att beskriva de förmåner som man erbjuder sina anställda samt evenemang som anordnas för att skapa en bra stämning, dessa åtgärder kan också knytas till *Förhållningssätt* som handlar om personalens motivation. Utöver detta tyder det publicerade materialet på att *Intellektuell flexibilitet* anses viktigt, här beskriver Adecco sitt egna utbildningsprogram, Klickportalen, som erbjuder personalen möjlighet till utbildning och kompetenshöjning inom en rad olika områden. Av citatet ovan från Adeccos hemsida framgår också att man anser den kvalificerade personalen vara företagets viktigaste tillgång, vilket kan knytas till *Kompetens*.

Att det är dessa områden som Adecco främst fokuserar på blir också till viss del tydligt vid ordanalys av det publicerade materialet, se Figur 6 nedan. Ord som aktivitet och friskvård nämns ofta i texten, men även ord som tillgång och utveckling används i stor utsträckning när företaget pratar om sin personal. Dock visar resultatet från ordanalysen att Adecco inte skriver om utbildning i någon större utsträckning.



Figur 6. Adecco ordanalys (NVivo)

Likt övriga bemanningsföretag fokuserar Adecco väldigt lite på personalen i sin årsredovisning där de endast övergripande beskriver sin vision gällande personalen. Istället presenteras denna information på hemsidan där företaget valt att ingående beskriva olika arbetssätt, vilket än en gång bekräftar Soussi och Khelifi (2012) teori om årsredovisningens minskade betydelse för intressenter.

4.1.4 Uniflex

Uniflex skriver i sin årsredovisning att den största tillgången i ett bemanningsföretag är personalen och att det därför är av stor vikt att ha personal som är engagerad samt motiverad i sitt arbete. För att Uniflex skall kunna erbjuda hög kvalitet menar de att det är mycket viktig att ha kompetent personal. Följande citat återfinns i VD-brevet av Jan Bengtsson:

”Uniflex framgångar bygger på de samlade insatserna från våra ambitiösa och engagerade medarbetare. Det är tillsammans som vi har lagt grunden för även fortsatta framgångar och jag ser fram emot att arbeta med er under det kommande året.”
(Uniflex, 2012, sid. 3)

Uniflex beskriver i sin årsredovisning att personalen ges möjlighet att byta arbetsuppgifter under sin anställningstid och att de erhåller en trygghet i att tillhöra en stor organisation. Vidare skriver Uniflex att verksamheten präglas av entreprenörskap inom företagets struktur och att detta uppskattas av deras säljare och personalansvariga. Under arbetets gång har personalansvarig ständigt kontakt med den uthyrda personalen, för att på så sätt kunna följa upp arbetet och se till att kundens behov är tillfredsställt samt att personalen trivs på arbetsplatsen. Uthyrda personer i relation till antalet säljare, personalansvariga och övrig administrativ personal är ett nyckeltal som Uniflex säger sig lägga stort fokus på. (Uniflex, 2012)

När Uniflex skall rekrytera ny personal använder de sig av platsannonsering, sin hemsida samt rekommendationer från anställda. Vid anställning av ny personal tas referenser och kopior av betyg samt att intervjuer genomförs. I vissa fall kan även kandidaten få genomgå tester, för att Uniflex skall kunna säkerställa att den anställdas kompetens uppnår kundens behov. Uniflex menar att de erbjuder sina medarbetare support och en eftertraktad arbetsplats tack vare sina kompetenta personalansvariga och dokumenterade rutiner. Detta skriver Uniflex är viktigt för att de skall kunna upprätthålla sitt rykte som arbetsgivare samt för att det skall kunna bevara en hög rekryteringstakt. Uniflex säger sig lägga stor vikt vid att ständigt rekrytera ny personal för att på så sätt kunna upprätthålla en hög leveranskapacitet. (Uniflex, 2012)

Uniflex skriver i sin årsredovisning att det är viktigt för företaget att personalen känner sig trygg i sitt arbete och därför är utbildning samt tillgång till information viktigt. För att de anställda lätt skall kunna ta del av denna information finns en personalhandbok med samlad information. Genom avstämningar och medarbetarenkäter följer Uniflex upp medarbetarnas arbete och egna reflektioner. (Uniflex, 2012)

Uniflex beskriver att de har relativt hög personalomsättning för den uthyrda personalen, då det ofta händer att kunden väljer att anställa personen i fråga. Det kan även vara så att den anställda endast vill arbeta under en kortare period eller att den anställda väljer att återuppta sina studier. En genomsnittlig anställningstid för uthyrd personal (exklusive extraanställda) är cirka 1,5 år och

med extraanställda inkluderat är den genomsnittliga anställningstiden cirka 0,5 år. Genomsnittsåldern för Uniflex anställda är 28 år. (Uniflex, 2012)

Analys

Efter granskning av Uniflex material framgår det att de är viktigt för dem att ha en engagerad och motiverad personal, vilket kan kopplas till kategorin *Förhållningssätt*. Till denna kategori kan även kommunikationen mellan medarbetarna och personalansvariga kopplas. Detta genom att den personalansvariga skall se till att den anställda utvecklas samt följer verksamhetens strategi. Vidare skriver Uniflex om hur deras rekryteringsprocess går till samt att kandidaten får genomgå tester för att säkerställa att denne är kompetent och kan klara av uppdraget. I samma avsnitt talar Uniflex som sina kunniga personalansvariga som bidrar till en attraktiv arbetsplats. Detta kan kopplas samman med *Kompetens*, då Uniflex lägger stor vikt vid att framställa sin personal som kompetent och kunnig. *Intellektuell flexibilitet* berörs genom att Uniflex beskriver hur viktigt det är med utbildning för att personalen skall känna trygghet på sin arbetsplats.

Till skillnad från de andra företagen i bemanningsbranschen väljer Uniflex att i sin årsredovisning presentera ytterligare finansiell information gällande exempelvis personalomsättning och genomsnittlig anställningstid samt nyckeltal. Dock kan inte detta kopplas samman med Roos (1998) beskrivning av humankapital.

Utifrån den ordanalys som har genomförts med Uniflex material, se Figur 7, är det svårt att se en tydlig koppling till den information som de har presenterat. Personal är det ord som har använts mest frekvent. Vidare kan man utifrån ordanalysen utläsa att begrepp som är kopplade till ovanstående resonemang är engagerade, personalomsättning samt rekrytering.



Figur 7. Uniflex ordanalys (NVivo)

Uniflex har valt att presentera all aktuell information i sin årsredovisning och detta skiljer sig från hur de andra företagen har valt att redovisa informationen. I sin årsredovisning har Uniflex ett helt kapitel som handlar om personalen och VD lägger även stor vikt i VD-brevet på att skriva om personalen. Uniflex har valt att inte presentera någon information alls om sin personal på sin hemsida eller i övriga dokument. I detta fall motsäger detta Souissi och Khelif's (2012) teori, om att årsredovisningen till stor del har förlorat sin funktion. Dock är det viktigt att poängtera att Uniflex årsredovisning är mer utvecklad i området gällande frivilliga upplysningar om man jämför med en traditionell årsredovisning.

4.2 Revisionsbyråer

PwC, Ernst & Young, Kpmg samt Deloitte benämns ofta *The big four* och är inte bara Sveriges utan även världens största aktörer inom revisionsbranschen. (Ehrs, 2012) Tabell 4 presenterar information gällande revisionsbyråernas omsättning, personalkostnader, antal kontor samt antal anställda i Sverige. Informationen är hämtad från företagens årsredovisningar samt hemsidor.

	Omsättning (tkr)	Personal- kostnader (tkr)	Antal kontor	Antal anställda
PwC	4 592 586	2 769 084	130	3 711
Ernst & Young	3 090 080	1 580 808	63	2 048
Kpmg	2 148 867	1 322 899	59	1 562
Deloitte	1 429 287	774 545	27	1 097

Tabell 4. Finansiell information avseende de studerade revisionsbyråerna (Illustration av författarna)

4.2.1 PwC

PwC har i sin årsredovisning valt att inte lämna annan information än vad som är tvingande upplysningar enligt svensk lag. Det finns dock ett undantag, då PwC beskriver i förvaltningsberättelsen i sin årsredovisning att det sker en ständig satsning gällande utvecklingen av medarbetarna. Under det aktuella räkenskapsåret hade varje anställd på PwC lagt 86,7 timmar på utbildning, vilket motsvarade fem procent av de anställdas tillgängliga tid. (PwC, 2012a)

I dokumentet Verksamheten - Kvalitet, service, innovation har PwC valt att mer utförligt presentera information om bland annat verksamheten, hållbarhet samt medarbetarna. I detta dokument skriver PwC om hur viktigt det är att vara en attraktiv arbetsgivare för att på så sätt kunna rekrytera, utveckla samt behålla de bästa medarbetarna i branschen. För att PwC skall framstå som en attraktiv arbetsgivare talar Magnus Johansson, Service Line Leader, om hur viktigt det är att PwC kan erbjuda arbetsuppgifter som är utmanande och stimulerande samt erbjuda utvecklingsmöjligheter för de anställda. Utbildning är ett viktigt område enligt PwC och ett sätt att arbeta med detta säger man är genom att förbättra medarbetarnas kunskaper inom specifika områden och därmed skapa en bättre uppfattning av klienternas verksamheter. (PwC, 2012b)

“Resultatet av de interna undersökningarna som gjorts under året visar att våra medarbetare är engagerade, motiverade och trivs på sin arbetsplats.”
(PwC, 2012b, sid. 26)

PwC beskriver att det inom byrån finns en stark gemenskap och att medarbetarna känner ett eget ansvar för hela organisationen. Under räkenskapsåret rekryterades över 600 personer, men på grund av hög personalomsättning ökade antalet anställda inom PwC med totalt 350 personer. En viktig process inom PwC kallas för Performance Management, där organisationen arbetar med

att säkerställa att de anställda uppnår sina och även organisationens mål och visioner samt att de båda strävar i samma riktning. Detta implementeras genom att de anställda tillsammans med sina coacher formulerar individuella mål och aktiviteter för kommande år, vilket sedan sammanfattas i en utvecklingsplan. Denna utvecklingsplan skall ha en samhörighet med verksamhetens vision och affärsplan. En utvärdering av den anställdas prestation kommer därefter att ske för att kontrollera om eller hur väl målen har uppnåtts. (PwC, 2012b)

PwC beskriver hur viktigt det är att det finns en väl fungerande kommunikation mellan de anställda och deras chefer. PwC har därför infört Upward Feedback, som skall leda till att ledarna samt verksamheten utvecklas. Den information som har lämnats om respektive ledare används sedan som ett underlag till att sätta nya mål för individen. Under det aktuella räkenskapsåret presenterades omkring 10 000 omdömen, vilket resulterade i återkopplingsrapporter för nästan 800 chefer och klientansvariga. (PwC, 2012b)

PwC säger sig satsa på utbildning för sina medarbetare genom internutbildning, vilket skall leda till ökad kunskap inom företagets olika affärsområden. Det läggs även stor energi på satsningar inom ledarutveckling, där PwC bland annat har utvecklat nya utbildningar. Dessutom har det ägt rum ett större antal coachutbildningar. En viktig anledning till att PwC lägger så mycket tid och resurser på medarbetarna säger man bland annat är för att de anställda ska ges möjlighet till reflektion kring frågor som rör balansen mellan arbetslivet och vardagen, hälsan samt föräldraskap. (PwC, 2012b)

Analys

PwC lägger stort fokus på att skriva om utbildning, både för personer med ledarpositioner samt övriga anställda, vilket kan kopplas till kategorin *Intellektuell flexibilitet*. PwC poängterar ytterligare ett viktigt område som rör kommunikationen mellan anställda och deras chefer, samt hur viktigt det är att det sker uppföljning så att de anställdas mål matchar organisationens mål. Detta område hamnar under kategorin *Förhållningssätt*. Vidare berörs även *Förhållningssätt* då PwC skriver om hur engagerad och motiverad deras personal är. Kategorin *Kompetens* omnämns inte i någon större utsträckning i materialet från PwC.

Enligt ordanalysen som tagits fram i NVivo kan det utläsas att medarbetarna är det ord som använts mest frekvent i deras texter. Andra relevanta begrepp som kontinuerligt har använts i texten är utbildning och återkoppling. Detta stämmer även överens med ovanstående observation angående vilka områden som PwC lägger störst fokus på. Ordet rekrytering finns med som ett vanligt förekommande ord i nedanstående ordanalys, dock är detta område inte något som varit i fokus i det publicerade materialet.



Figur 8. PwC ordanalis (Nvivo)

Det är främst i PwCs dokument Verksamheten - Kvalitet, service, innovation som företaget har lämnat information om sin personal. Detta tyder på vad som tidigare nämnts, enligt Souissi och Khlif (2012), att årsredovisningen till viss del har förlorat sin funktion avseende vissa områden och att intressenter blir tvungna att söka efter information på andra platser.

4.2.2 Ernst & Young

I Ernst & Youngs årsredovisning presenteras information om personalen i ett avsnitt under förvaltningsberättelsen. Ernst & Young har även valt att upprätta ett dokument som både innehåller årsredovisningen samt hållbarhetsredovisning, Års- och hållbarhetsredovisning 2011/2012. Här beskriver företaget att personalen är en viktig byggsten för deras framgång. För att upprätthålla en hög kvalitet på sitt arbete skriver Ernst & Young att det är viktigt att rekrytera samt behålla de mest engagerade och kvalificerade medarbetarna. (Ernst & Young, 2012a)

“Ernst & Youngs strategi bygger på peoplefirst-kultur. Det innebär att vi är övertygade om att vår framgång grundas på våra medarbetares kompetens.”
(Ernst & Young, 2012a, sid. 4)

Vidare väljer Ernst & Young att presentera information om olika priser och utnämningar som företaget fått i egenskap av arbetsgivare. Enligt en undersökning som genomfördes av Företagsbarometern 2012 framgår att Ernst & Young ses som en attraktiv arbetsgivare när ekonomistudenter i Sverige fått ranka och svara på frågor om vilka arbetsgivare som de ser som mest åtråvärda. Företaget blev högst rankande inom sin bransch och kom totalt på en fjärdeplats. Ernst & Young rankas även som den mest ideala arbetsgivaren i Norden enligt en undersökning gjord av Nordic Top 50. I undersökningen Sveriges Bästa Arbetsgivare som Universum genomförde där arbetstagare får tycka till om sin arbetsgivare var Ernst & Young en av de 20 bäst rankade. (Ernst & Young, 2012a)

Ernst & Young anser att det, för att företaget skall kunna behålla sina medarbetare, är viktigt att det råder ett bra ledarskap inom organisationen. Därför satsar Ernst & Young på sina ledare för att de skall kunna utvecklas och möta medarbetarnas behov. Detta görs genom internationella och lokala interna ledarutvecklingsprogram, som är till för att förbereda och stimulera deras ledare inför nya utmaningar. Utöver ledarskapsutveckling säger sig Ernst & Young lägga stora resurser och mycket tid på frågor om jämställdhet och mångfald. För att organisationen skall

förbli framgångsrik menar Ernst & Young att de måste anpassa sig efter samhällets utveckling och utmaningar. (Ernst & Young, 2012a)

Vidare beskrivs i årsredovisningen att det vartannat år genomförs en global medarbetarundersökning bland Ernst & Youngs alla byråer, dock gjordes inte denna undersökning under det aktuella räkenskapsåret. Istället genomfördes en mindre undersökning, vilken bland annat visade på en ökad svarsfrekvens samt att engagemangindexet ökat med två procentenheter. (Ernst & Young, 2012a) Medarbetarundersökningen visade också att områden som Ernst & Young behöver arbeta mer med är att bli mer effektiva och tydliga med att förmedla en framtidsvision som motiverar de anställda. Ett ytterligare område som medarbetarna önskar att organisationen skall bli bättre på är att ledningen i större utsträckning skall beakta hur de anställda påverkas av deras beslut. (Ernst & Young, 2012b)

Varje medarbetare hos Ernst & Young har tillgång till en Counselor, som är till för att vägleda medarbetaren vid upprättande av mål samt utformning av individuella utvecklingsplaner. Ernst & Young hjälper sina anställda med att nå sina mål genom att erbjuda utbildning, coachning samt praktisk erfarenhet. Ernst & Young använder sig av personliga styrkort för att se till att individens mål även stämmer överens med organisationens mål. De beskriver det som att varje enskild individs kompetens och mål skall kopplas samman med företagets strategi, där medarbetarna utgör grunden för hela strategin. (Ernst & Young, 2012b) De anställdas möjlighet till vidareutbildning beskriver Ernst & Young som en viktig del för att kunna skapa en bra arbetsmiljö och en ökad motivation, som i sin tur leder till att de anställda gör ett bra jobb med företagets klienter (Ernst & Young, u.å.). Ernst & Young erbjuder, förutom utbildningar och utvecklingsmöjligheter i Sverige, även kurser utomlands för de anställda. För att förhindra korruption inom företaget genomförs årligen utbildningar inom detta område. Under 2011 genomförde varje medarbetare 79,3 utbildningstimmar. (Ernst & Young, 2012b)

Ernst & Young skriver att de erbjuder sina anställda 2000 kronor per räkenskapsår i friskvårdsbidrag. De anställda förses med sjukförsäkring, olycksfallsförsäkring samt sjukvårdsförsäkring. Medarbetarnas sjukfrånvaro har fortsatt att minska och ett projekt har påbörjats som på sikt skall göra medarbetarna mer kunniga gällande kost och träning. (Ernst & Young, 2012b)

Analys

Ernst & Young skriver i sin årsredovisning hur viktigt det är att ha den mest engagerade och kvalificerade personalen. Fortsättningsvis skriver Ernst & Young att det är deras personal som ligger till grund för företagets framgång. Detta tyder på att ett stort fokus för Ernst & Young ligger på att presentera information som rör kategorin *Kompetens*, detta genom att i texterna belysa den kunskap som finns inom organisationen. Vidare lägger företaget kraft på att skriva om utbildningar som erbjuds de anställda. Dessa utbildningar gäller såväl chefer som övriga anställda. Denna information hör till kategorin *Intellektuell flexibilitet*, då det handlar om hur de anställda tar till sig ny kunskap. Den sista kategorin, *Förhållningssätt*, berörs genom att Ernst & Young beskriver hur viktigt det är att det finns en väl fungerande kommunikationskanal mellan de anställda och deras chefer. Dessutom skriver företaget om vikten av att de anställdas och organisationens mål och strategier följer varandra. Ernst & Young beskriver vilka förmåner som erbjuds samt företagets satsning på de anställdas hälsa. Detta kan också knytas samman med *Förhållningssätt*, då det berör personalens motivation.

Enligt genomförd ordanalys i NVivo som presenteras i Figur 9 är det tydligt att det är några ord och begrepp som förekommer mer frekvent i de granskade texterna. Det som är mest relevant för denna studie är begreppet utbildning, vilket även är det mest använda ordet i Ernst & Youngs material. Detta stämmer överens med tidigare iakttagelse om att stort fokus läggs på *Intellektuell flexibilitet*. Vidare är det svårt att se några tydliga kopplingar mellan ordanalysen och materialet i empirin. De ytterligare ord som kan anses vara av väsentlig betydelse är begreppen kompetens, kvalitet samt counselors.



Figur 9. Ernst & Young ordanalys (NVivo)

I Ernst & Youngs årsredovisning finns det en hel del material publicerat om företagets personal, som presenteras i förvaltningsberättelsen. Som tidigare nämnt har Ernst & Young även valt att kombinera sin årsredovisning med en hållbarhetsredovisning. Det sistnämnda dokumentet är mer utvecklat och inkluderar även det material som finns med i den formella årsredovisningen.

4.2.3 Kpmg

I Kpmgs årsredovisning presenteras viss finansiell information om de anställda. Bland annat redovisar företaget i sin femårsöversikt siffror rörande omsättning per anställd samt personalkostnader per anställd, vilket inte ingår i de tvingande upplysningarna som skall presenteras enligt lag. Under “Not 4: Anställda och personalkostnader” redovisar Kpmg dessutom information om sjukfrånvaro hos personalen där uppdelning även görs efter kön och ålder. (Kpmg, 2012a)

Utöver årsredovisningen finns en Transparency Report där Kpmg skriver om att viktiga medel för att utveckla företagets arbete och för att säkerställa de anställdas kompetens är olika former av kvalitetsarbete. Här beskrivs också företagets kvalitetskontrollsystem Tone at the top som skall förespråka kvalitet och etik i arbetet. En komponent i detta kvalitetssystem är att fokusera på att locka till sig och behålla kompetenta och erfarna medarbetare genom hela organisationen. Kpmg beskriver att höga krav på prestation och professionalism ställs på de anställda, vilket skall göra att företaget behåller sin position som ett av världens ledande kunskapsföretag. Företaget säger sig också investera betydande belopp i rekrytering, utveckling och utbildning av

medarbetare. Kursutbudet som erbjuds de anställda består, förutom av kurser inom redovisning och revision, även av utbildningar inom tekniska färdigheter samt affärsutveckling, personlig utveckling och företagets värderingar. Genomgående i rapporten riktas fokus mot värdet av kompetent personal. (Kpmg, 2012b)

“Vår position som ett av världens ledande kunskapsföretag bygger till stor del på våra medarbetares kompetens och engagemang.”
(Kpmg, 2012b, sid. 17)

I rapporten beskrivs också medarbetarundersökningar som genomförs årligen och följs upp av företagets ledning. Avslutningsvis beskrivs en rad utmärkelser som företaget fått. Kpmg blev rankade åtta på Universums årliga lista för Sveriges bästa arbetsgivare och fick en andraplacering vid utmärkelsen Worlds Most Attractive Employer. (Kpmg, 2012b)

Vidare presenteras information på Kpmgs hemsida. Främst är det upprepningar av det som sägs i tidigare nämnda rapport med stort fokus på utbildning av personalen. Även här beskrivs ett av de viktigaste fokusområdena som att behålla och förstärka medarbetarnas kvalitet genom att erbjuda utbildning och kompetensutveckling i olika former. (Kpmg, u.å.)

Analys

Vid granskning av Kpmgs publicerade material framgår att stort fokus ligger på de anställdas kompetens och hur man arbetar för att stärka och utveckla denna. Kpmg benämner sig själva som ett av världens ledande kunskapsföretag och för att kunna fortsätta göra detta säger man sig investera stora belopp i rekrytering, utveckling och utbildning. Detta kan kopplas till två av humankapitalets delar, *Kompetens* och *Intellektuell flexibilitet*. Vidare informeras läsaren om de utmärkelser som företaget fått i egenskap av arbetsgivare i olika undersökningar. Genom att informera om detta beskriver man sig som en attraktiv arbetsgivare vilket kan antas locka kompetens till företaget. Vidare framgår av ovan presenterade citat att företagets framgång till stor del anses bygga på medarbetarnas engagemang, vilket kan kopplas till kategorin *Förhållningssätt*.

Av nedanstående ordanalys, Figur 10, framgår att de vanligast förekommande orden i det undersökta materialet rörande personalen handlar om just kompetens, utveckling och utbildning. Ordet professionella är också vanligt förekommande, vilket kan kopplas till att man säger sig vara ett ledande kunskapsföretag.



Figur 10. Kpmg ordanalys (NVivo)

Som tidigare nämnts så presenterar Kpmg i sin årsredovisning sådan finansiell information om personalen som inte är tvingande. Av de mått som presenteras så är tre av fyra kopplade till kostnader rörande personalen, till exempel sjukfrånvaro och personalkostnader, ett av dessa mått är dock omsättning per anställd vilket visar i vilken utsträckning de anställda bidrar till företagets omsättning. Detta kan ses som ett försök att genom finansiella mått visa på personalens positiva effekt för företagets framgång. Utöver dessa upplysningar väljer Kpmg att informera om personalen i andra dokument och på sin hemsida. I detta sammanhang är det dock svårt att kunna konstatera att årsredovisningen har minskat i betydelse, som Souissi och Khlif (2012) skriver i sin artikel. Dock stämmer det med vad författarna skriver om hemsidors ökade relevans.

4.2.4 Deloitte

Deloitte lämnar information om sina anställda i sin årsredovisning under rubriken Medarbetare, där man inleder med att poängtera att företaget strävar efter att vara förstahandsvalet för talangfulla medarbetare på arbetsmarknaden. Här beskrivs också individuella utvecklingsplaner som skapas för alla anställda och som sedan följs upp genom individuella utvecklingsamtal. Företagets egna utbildningsprogram Deloitte Academy framhävs som en drivande faktor för att skapa och bibehålla de anställdas kompetens. Här erbjuds utbildningar inom bland annat affärsmannaskap, ledarskap och teknisk kompetens och under året har personalen totalt deltagit vid 3180 olika utbildningstillfällen. (Deloitte, 2012a) På sin hemsida skriver Deloitte vidare om detta utbildningsprogram, där man beskriver att programmet anpassas efter individen och utvecklas i takt med att den anställde får mer erfarenhet. Programmet bygger på en filosofi som Deloitte kallar 70/20/10-modellen. Modellen skall bygga på en studie som visat att 70 procent av det vi lär oss kommer från praktiska erfarenheter i arbetslivet, medan endast 10 procent kommer från formella utbildningsinsatser. Genom att låta de teoretiska utbildningarna följa personalen i deras praktiska arbete menar företaget att den högsta nivån av kompetens kan uppnås i organisationen. Deloitte skriver att då företagets klienter ställer allt högre krav på de anställda så måste även de anställda kunna ställa högre krav på rätt utbildning i rätt tid. (Deloitte, u.å.a) För

att locka ny personal till företaget erbjuder de studentaktiviteter, temadagar och praktikplatser. Under året anställdes 173 nya medarbetare till företaget (Deloitte, 2012a).

“Länken är stark mellan ett starkt erbjudande inom utveckling och utbildning till våra medarbetare och vår kapacitet att leva upp till vårt löfte om högkvalitativa tjänster till våra klienter.”
(Deloitte, 2012a, sid. 4)

Förutom årsredovisningen så finns en så kallad Transparency Report som bland annat beskriver hur Deloitte arbetar för att stärka sitt humankapital. Bland annat finns ett kontrollsystem för att säkerställa att kompetent personal anställs. När någon ansöker om jobb på Deloitte finns en rad kriterier som skall uppfyllas innan personen ifråga blir anställd. Vidare finns ett program för hur de anställda kan befordras inom organisationen där på förhand fastställda krav måste uppnås innan någon kan ges en högre befattning. Utöver detta erbjuds ett utbildningsprogram med både interna och externa kurser där alla anställda förväntas delta, vilket också kontrolleras av företaget. (Deloitte, 2012b)

En viktig del för att behålla kompetens inom företaget anser Deloitte är att erbjuda alla anställda en egen karriärcoach. Tillsammans med sin coach sätter den anställda individuella mål som skall ha en tydlig koppling till Deloitte's övergripande mål, vilket säkerställer att denna satsning ger mervärde åt företaget. (Deloitte, u.å.b)

Analys

I det material som Deloitte presenterar om sin personal framgår det att företaget gärna vill framstå som en attraktiv arbetsgivare, både för att locka ny personal och för att värna om den befintliga personalen. I det publicerade materialet har företaget också valt att beskriva hur man arbetar för att säkerställa att kompetent personal anställs, bland annat genom ett internt kontrollsystem. Vidare läggs stort fokus på utbildning där det egna utbildningsprogrammet står i fokus. I texten beskrivs ingående hur detta utbildningsprogram är utformat för att de anställda skall behålla och utveckla sin kompetens och kunskap. Fokus på de anställdas *Kompetens* är det som skapar värde för företaget bland annat genom de anställdas kunskaper och färdigheter. Utbildning å andra sidan hamnar under kategorin *Intellektuell flexibilitet* där värdet snarare ligger i de anställdas förmåga att ta till sig ny kunskap. I texten beskrivs också det system som finns med så kallade karriärcoacher som skall bidra till att de anställdas arbete alltid har en stark koppling till företagets övergripande mål. Denna information kan kopplas till kategorin *Förhållningssätt*.

I nedanstående ordanalys, Figur 11, bekräftas bilden av att utbildning och utveckling är de områden som får störst fokus när Deloitte skriver om sin personal. Även ord som kompetens och professionell används frekvent, vilket bekräftar att det är den del av humankapitalet som man väljer att fokusera på i texterna.



Figur 11. Deloitte ordanalys (NVivo)

Deloitte har, som tidigare nämnts, en hel del information om personal och personalarbete i sin årsredovisning. Dock har företaget valt att beskriva exempelvis utbildningsprogrammet, vilket man nämner i årsredovisningen, mer ingående på sin hemsida. Dessutom finns en Transparency Report där man främst fokuserar på rekryteringar och befordringar inom företaget. I Deloittes fall lämnas till viss del information i deras årsredovisning, dock kompletteras denna med information på deras hemsida samt externa dokument. Detta stämmer till viss del överens med Souissi och Khlifts (2012) teori.

5. Diskussion och Slutsats

I detta avslutande kapitel kommer en diskussion att föras kring respektive frågeställning, vilket kommer leda fram till studiens slutsats. Därefter görs en kritisk granskning av studien och avslutningsvis presenteras förslag på fortsatt forskning.

5.1 Vilken samt hur lämnas information om humankapital?

Bemanningsbranschen

Vid sammanställning av bemanningsföretagens presenterade information framträder vissa mönster. Flera av företagen beskriver hur de säkerställer att kompetent personal anställs vid rekrytering, bland annat genom olika kontrollsystem. Företagen framhäver gärna att deras personal är både kvalificerad och kompetent och flera av företagen framhåller personalen som en viktig resurs. Detta kan tyda på att det område Roos (1998) kallar *Kompetens* är viktigt för företagen när de skriver om humankapital.

Flera av företagen förklarar även sin framgång genom att benämna personalen som deras viktigaste tillgång. Manpowers VD utmärker sig genom att i texten beskriva att vi nu inträtt i en ny tidsålder som han kallar *The Human Age*, vilket innebär att det nu är människorna som är företagets största och viktigaste resurs. Detta stämmer överens med Gröjer och Johanssons (2008) samt Wristons (1993) påståenden om att immateriella tillgångar i form av information och kunskap fått en allt större betydelse för företags framgång. Detta kan bero på den ökade betydelsen av kunskap och den kunskapsbaserade ekonomin, vilket är en av de faktorer som Guthrie (2001) hävdar bidragit till det intellektuella kapitalets ökade betydelse i många företag.

Roos (1998) beskriver i sin artikel att *Förhållningsätt* är en viktig del av humankapitalet genom att det skapar värde för företaget genom de anställdas motivation och företagsledningens förmåga att nå strategiska mål. Återkommande i texterna är att företagen skriver om hur de arbetar med att motivera de anställda på olika sätt. Adecco är det bemanningsföretag som lägger störst vikt vid kategorin *Förhållningssätt* då de exempelvis beskriver olika förmåner som erbjuds de anställda och som skall göra att personalen känner sig motiverad att göra ett bra arbete. De övriga företagen skriver om att deras personal är engagerad, dock beskrivs inte hur de arbetar för att uppnå detta. Två av företagen beskriver också att man på olika sätt arbetar för att stärka personalens koppling till de övergripande målen, bland annat genom utvecklingsplaner och samtal.

Det är endast två av de undersökta bemanningsföretagen som skriver om vilka utbildningsmöjligheter som erbjuds deras anställda. Dessa två ger även exempel på utbildningar som de erbjuder. Inom området utbildning sticker Manpower ut, där de beskriver att deras utbildningsprogram är prisbelönt samt att de anställda har möjlighet till varierande arbetsuppgifter. Al-Ali (2003) beskriver att det är viktigt att kunskapen som finns i företagen överförs till strukturkapital för att något värde skall kunna utvinnas. Risken för de bemanningsföretag som inte, enligt de granskade texterna, verkar arbeta med utbildning är att viktig kunskap och därmed ett stort värde går förlorat.

Det är vanligt förekommande att anställda inom bemanningsbranschen har ett varierande arbete där möjligheter finns att kunna byta både arbetsuppgifter och arbetsplats. Trots detta är det som tidigare nämnts endast Manpower och Uniflex som skriver om personalens möjlighet till varierande arbetsuppgifter samt poängterar hur viktigt detta är för att personalen skall trivas och göra ett bra arbete. Detta kan kopplas samman med den sista beståndsdel av humankapital - *Intellektuell flexibilitet* (Roos, 1998), där även utbildning är ett viktigt område.

I Tabell 5 sammanfattas den information som företagen har presenterat om sin personal. Informationen har delats in i kategorierna *Kompetens*, *Förhållningssätt* samt *Intellektuell flexibilitet*.

	Kompetens	Förhållningssätt	Intellektuell flexibilitet
Proffice	- Värderingar vid rekrytering - Kvalificerad personal - Kontinuerlig kompetensutveckling	- Engagerad personal	- Utbildningsmöjligheter
Manpower	- Anställdas kompetens - Kvalificerad personal - Största tillgång = personalen	- Motiverad personal - Engagerad personal	- Prisbelönt utbildningsprogram - Nya arbetsuppgifter
Adecco	- Kvalificerad personal	- Utvecklingsplan och samtal - Motivera personal genom förmåner	- Utbildningsmöjligheter
Uniflex	- Största tillgång = personalen - Kvalificerad personal	- Engagerade och ambitiösa medarbetare - Personalens mål = organisationens mål	- Nya arbetsuppgifter

Tabell 5. Sammanställning av bemanningsföretagens presenterade information. (Illustration av författarna)

Precis som ovanstående iakttagelser visar så bekräftar ordanalysen för samtliga bemanningsföretag, i Figur 12, att det läggs stor vikt vid att framställa sin personal som kvalificerad och kompetent. Ett av de ord som används frekvent i det insamlade materialet är kompetens, vilket stärker detta resonemang. Begreppet tillgång förekommer i flera fall, då företagen benämner sin personal som den viktigaste tillgången. Ytterligare begrepp som är vanligt förekommande i texterna är rekrytering, där det främst handlar om vilka egenskaper företagen värderar vid nyanställning. Detta kan vidare ses som intressant information att förmedla till potentiella anställda samt kunder. Ordanalysen bekräftar att stort fokus läggs på att skriva om personalens engagemang, dock är det som tidigare nämnts bara Adecco som beskriver hur detta görs.



Figur 12. Ordanalys – Bemanningsföretagen. (NVivo)

Vid en sammanställning av vart företagen valt att informera om sin personal, blir det tydligt att bemanningsföretagen endast i väldigt liten utsträckning valt att lämna informationen i sina årsredovisningar. Proffice och Adecco väljer istället att lämna denna information på sina respektive hemsidor. Manpower däremot har upprättat egna dokument, som i stor grad berör deras tankar och värderingar kring personalen. När det gäller vart informationen lämnas skiljer sig Uniflex från de andra bemanningsföretagen, då de valt att lämna all sin information gällande personalen i sin årsredovisning. Sammanfattningsvis kan det trots detta upplevas som att årsredovisningen har förlorat sin funktion inom detta område då den inte längre är den största informationskällan, vilket även innebär att den inte längre kan tillgodose alla intressenters informationsbehov. Detta resonemang stämmer överens med vad Souissi och Khlif (2012) skriver i sin artikel om årsredovisningens minskade betydelse. Souissi och Khlif (2012) fortsatta resonemang om att hemsidor i allt större utsträckning används för att sprida information stämmer även det överens med denna studies iakttagelser. I de fall där företagen valt att lämna information om sin personal i årsredovisningen är det främst i förvaltningsberättelsen som informationen presenterats.

Revisionsbranschen

Gemensamt för företagen är att de beskriver sin personal som kompetent och som en viktig tillgång för verksamhetens framgång. Exempelvis skriver Ernst & Young att de ser sin personal som en avgörande tillgång och byggsten för företagets framgång samt att det är tack vare deras medarbetare som de nått den ledande position som de nu har. Detta stämmer överens med Wristons (1993) ansats om att information och kunskap som omsätts i arbete blivit en allt viktigare källa till framgång i företag samt med vad Gröjer och Johansson (2008) säger om att immateriella tillgångar ökat i betydelse.

Revisionsbyråerna framställer gärna sig själva som attraktiva arbetsgivare på olika sätt, bland annat genom att framhålla de placeringar som erhållits i olika arbetsplatsundersökningar. PwC beskriver att det är viktigt att vara en attraktiv arbetsgivare för att på så sätt locka till sig kompetent personal. Det är därmed tydligt att man i texterna skriver om aktiviteter inom det område som Roos (1998) benämner *Kompetens*.

Två av revisionsbyråerna beskriver sin personal som engagerad. Dock, likt vad som uppmärksammades hos bemanningsföretagen, beskriver företagen inte hur de arbetar för att få sin personal engagerad. Ernst & Young utmärker sig dock genom att skriva om vilka förmåner som erbjuds de anställda och att dessa förmåner ligger till grund för att öka de anställdas motivation. PwC skriver att det inom företaget förekommer en specifik företagskultur, där de anställda känner en stark gemenskap till organisationen. Gemensamt för tre av byråerna är att de erbjuder karriärscoacher, vilka de beskriver skall vara till för att vägleda de anställda och se till att de anställda utvecklas. PwC, Ernst & Young samt Deloitte anser att det är viktigt att de anställdas mål stämmer överens med organisationens mål, detta för att företaget skall nå framgång och utvecklas. Ovanstående resonemang berör kategorin *Förhållningssätt* (Roos, 1998).

Vid granskning av de publicerade texterna framgår att de aktiviteter som berörs under *Intellektuell flexibilitet* (Roos, 1998) är områden som framställs som viktiga. Flera av de undersökta företagen beskriver ingående de olika utbildningsmöjligheter som erbjuds personalen. PwC och Ernst & Young lämnar även information om hur stor del av de anställdas arbetstid som läggs på olika former av utbildning. Då företagen uttryckligen anser personalen vara en viktig tillgång i företagets verksamhet framställs utbildning som ett viktigt medel för att kunna fortsätta leverera högkvalitativa tjänster. Ordóñez de Pablos (2004) menar att ett bra sätt att se till att enskilda individers kunskap kommer hela organisationen till del är att skapa interna utbildningsprogram. Genom att bedriva sådana processer säkerställer revisionsbyråerna också att kunskapen i företagen överförs till strukturkapital, vilket enligt Al- Ali (2003), är en viktig aspekt för att utvinna värde ur humankapitalet. Gemensamt för PwC och Ernst & Young är också att de väljer att skriva om de ledarskapsutbildningar som ges, vilket skulle kunna vara ett tecken på att man uppmuntrar de anställda att göra karriär inom företaget. Ett vanligt förekommande fenomen inom revisionsbranschen är att nyckelpersoner erbjuds delägarskap i byråerna. Detta skulle kunna vara ett sätt för revisionsbyråerna att säkerställa att viktiga och kompetenta personer inom företaget inte försvinner och att stora värden går förlorade.

I Tabell 6 sammanfattas den information som revisionsbyråerna har presenterat om sin personal. Informationen har delats in i kategorierna *Kompetens*, *Förhållningssätt* samt *Intellektuell flexibilitet*.

	Kompetens	Förhållningssätt	Intellektuell flexibilitet
PwC	- Attraktiv arbetsgivare = bästa medarbetarna	- Engagerad och motiverad personal - Stark gemenskap - Performance Management - Kariärrscoach - Personalens mål = organisationens mål	- Utbildning (86,7 h/anställd) - Stimulerande arbetsuppgifter - Ledarskapsutbildning
Ernst & Young	- Kvalificerad personal - Personalens kompetens = företagets framgång - Attraktiv arbetsgivare	- Engagerad personal - Karriärrscoach - Motivera personal genom förmåner - Personalens mål = organisationens mål	- Utbildning (79,3 h/anställd) - Ledarskapsutbildning - Utbildning för att förhindra korruption
Kpmg	-Kvalitetsarbete -Kompetent personal	- Personalens engagemang	- Utbildning
Deloitte	- Attraktiv arbetsgivare - Kontrollsystem = rätt personal anställs	- Kärriärcoach - Personalens mål = organisationens mål	- Utbildning - Beskriver brett kursutbud - Personalens utbildning och utveckling = hög kvalitativa tjänster

Tabell 6. Sammanställning av revisionsbyråernas presenterade information. (Illustration av författarna)

Ordanalysen som har tagits fram för samtliga revisionsbyråer visas i Figur 13. Det som främst utmärker sig i ordanalysen är att utbildning är det mest använda ordet. Detta styrker ovanstående resonemang om att utbildningen anses vara ett viktigt område för alla de fyra revisionsbyråerna. Ordanalysen visar även att kompetens och kvalitet är vanligt förekommande ordval vid beskrivning av personalen samt personalens arbete. Andra ord som används i stor utsträckning är coaching och feedback, vilket kan antas viktigt för att öka de anställdas engagemang i arbetet samt företagsledningens förmåga att nå strategiska mål.



Figur 13. Ordanalys - Revisionsbyråerna. (NVivo)

När det gäller vart revisionsbyråerna valt att lämna information om sin personal så skiljer det sig åt mellan företagen. Samtliga företag presenterar viss information om sin personal i årsredovisningen och då främst i förvaltningsberättelsen. Dock skiljer det sig mellan byråerna angående hur mycket information som de väljer att presentera i årsredovisningen. Inom revisionsbranschen är förekomsten av andra dokument vanligt förekommande, exempelvis CSR- och Transparency rapporter. Ernst & Young har, till skillnad från de andra byråerna, valt att kombinera årsredovisningen med sin hållbarhetsredovisning. Revisionsbyråerna tenderar att upprätta andra dokument där personalinformation lämnas, snarare än att lämna sådan information på sin hemsida. Det är endast två av företagen som redovisat information om personalen på sina hemsidor. Vart revisionsbyråerna valt att lämna information gällande personalen stämmer endast till viss del överens med Souissi och Khelif (2012) teorier. Ingen starkare koppling kan heller göras till Chen och Lins (2003) artikel, då de byråer som har valt att skriva om sin personal i årsredovisningen gör detta i förvaltningsberättelsen.

5.2 Likheter och skillnader mellan de två branscherna

Vid en jämförelse mellan de två branscherna kan man se en tendens till att bemanningsföretagen väljer att i större utsträckning fokusera på information som berör kategorin *Kompetens*. Detta genom att framställa sin personal som kvalificerad och kompetent. Flera av bemanningsföretagen går även så långt att de beskriver sin personal som sin största tillgång samt att det är personalen som ligger till grund för deras framgång. Denna benägenhet kan även utläsas i revisionsbyråernas material, dock inte i samma utsträckning.

Revisionsbyråerna tenderar att fokusera på att skriva om sin personal utifrån vilken typ av utbildning som de anställda erbjuds. Bemanningsföretagen nämner också utbildning i sina texter, dock beskrivs inte lika ingående vilken typ av, och hur mycket utbildning som erbjuds. Detta tyder på att revisionsbyråerna lägger större vikt vid *Intellektuell flexibilitet* jämfört med bemanningsföretagen. Genom att skapa och arbeta med interna utbildningsprogram kan företag, enligt Ordóñez de Pablos (2004), säkerställa att viktig kunskap kommer hela organisationen till godo och inte stannar hos enskilda individer eller kunder. Då bemanningsföretagen inte verkar fokusera på internutbildningar för personalen i samma utsträckning finns risken att denna kunskap aldrig överförs till strukturkapitalet och att företaget därmed går miste om detta värde.

Samtliga företag i de båda branscherna skriver att de har engagerad personal, vilket är en av de delar som berörs under *Förhållningssätt*. Det är dock främst revisionsbyråerna som beskriver hur de arbetar för att de anställdas mål skall överensstämja med företagets övergripande mål.

Trots att företagen inom de två branscherna skiljer sig åt på flera punkter så framträder vid granskning av materialet även ett flertal likheter i den information som lämnas. Främst handlar det om att företagen väljer att skriva om personalen på ett positivt sätt. Företagen beskriver gärna personalen som kompetent, engagerad och professionell. Dessutom skriver företagen om positiva insatser så som utbildningar, evenemang och förmåner som erbjuds de anställda. Det är endast Ernst & Young som skriver om vad de, utifrån resultatet av genomförd medarbetarenkät, behöver arbeta mer med. Detta kan kopplas till teorin om Impression Management, där företagen genom att fokusera på positiva händelser och insatser vill ge mottagaren av informationen en positiv bild av företagets handlande. Merkl- Davis & Brennan (2011) beskriver i sin artikel att eventuell negativ information som presenteras ofta redogörs på ett, för läsaren, invecklat sätt. Då det undersökta materialet endast innehåller enstaka negativ information kan dock ingen koppling göras till denna del av teorin.

En ytterligare likhet mellan branscherna är att de båda, när de skriver om sin personal, inte benämner detta som humankapital. I det insamlade material har termen humankapital inte använts en enda gång. Detta stämmer överens med vad Uliana, Mercey och Grant (2005) skriver i sin artikel om att företag när de skriver om sin personal inte väljer att använda sig av uttrycket humankapital. En förklaring till denna företeelse kan vara att varierande begrepp använts under årens lopp har när man skriver om sin personal, vilket också tydliggörs i studiens bakgrund. Därmed kan företagen ha valt att inte använda sig av begrepp humankapital för att inte skapa förvirring hos läsaren.

Alla företagen i studien har presenterat information och skrivit om sin personal i antingen årsredovisningen, på hemsidan eller i andra publicerade dokument. Detta tyder på att samtliga företag anser det vara viktigt att lämna information om sin personal. Det kan även innebära att företagen väljer att ge ut denna typ av information grundat på vad Flamholtz et al., (2002) kommit fram till i sin artikel om att företag skriver om sin personal, då det genererar ett betydelsefullt underlag vid beslutfattande samt visar att de värdesätter de anställda. Det framgår i det material som företagen publicerat att de värdesätter sin personal högt. Dock går det inte att säga om materialet även används som beslutsunderlag, då detta inte nämns i de granskade texterna.

5.3 Vad kan likheterna och skillnaderna bero på?

Både när det gäller bemanningsföretagen och revisionsbyråerna kan man anta, efter att ha analyserat deras material, att några av de viktigaste intressenterna är kunder/blivande kunder och anställda/blivande anställda. Detta kan kopplas samman med Intressentteorin, vilken enligt Ljungdahl (1999) innebär att vilken information som företagen väljer att lämna beror på vilken/vilka intressenter som de anser vara mest betydelsefulla. Flera av företagen lämnar information där de beskriver sig själva som attraktiva arbetsgivare samt att de är måna om och värderar sin personal högt, vilket kan antas vara information som främst riktar sig till intressentgruppen anställda. Flera av revisionsbyråerna presenterar information om hur de rankas som arbetsgivare vilket, som Ljungdahl (1999) beskriver, skulle kunna vara information som

presenteras för att tillgodose relationen mellan det aktuella företaget och intressentgruppen anställda. Företag inom båda branscherna, men främst inom bemanningsbranschen, skriver om sådant som kan antas vara riktat till intressentgruppen kunder. I detta fall handlar det snarare om den text där företagen beskriver personalen som kvalificerad samt de anställdas höga kompetens, för att på så sätt visa för sina kunder att företaget besitter stor kompetens och att de är det bästa valet när kunden behöver hyra in personal.

Som tidigare beskrivits innehåller det analyserade materialet som publicerats av bemanningsföretagen mycket information om engagemanget hos de anställda. Dessutom väljer företagen att beskriva några av de förmåner som de anställda i företagen erbjuds. Då bemanningsföretag på senare tid fått en hel del kritik för de anställningsvillkor som ofta råder kan en koppling göras till Milnes (2002) teori om att företagen försöker framstå som mer legitima. Detta genom att upplysa om sådant som omgivningen kan uppfatta som positivt, vilket i förlängningen stärker deras legitimitet.

Informationen som revisionsbyråerna lämnat om sin personal är väldigt likartad. I deras texter kan man utläsa ett mönster av gemensamma teman, bland annat skriver samtliga fyra företag inom denna bransch om utbildning som en viktig personalfråga. Personalen beskrivs också som kompetent och kvalificerad. Dessutom beskriver byråerna sig som attraktiva arbetsgivare samt att tre av byråerna skriver om att de anställda tilldelas en karriärscoach. Detta stämmer överens med den Institutionella teorin, som innebär att organisationer försöker efterlikna den mest framgångsrika i branschen (Törnqvist, Lumsden & Marton, 2000). Deegan och Unerman (2006) beskriver detta fenomen som att företag ofta anpassar sina frivilliga upplysningar efter de förväntningar som finns från omvärlden. Detta kan innebära att revisionsbyråerna efterliknar varandra på grund av att de upplever samma typ av förväntningar från omvärlden. En koppling kan här göras till Ljungdahls (1999) resonemang kring den institutionella teorin om att företag i samma bransch tenderar att efterlikna varandra, vilket kan leda till en viss likformighet i det publicerade materialet.

5.4 Slutsats

Studiens syfte var att undersöka *hur* fyra revisionsbyråer samt fyra bemanningsföretag genom frivilliga upplysningar redovisar humankapital i sina årsredovisningar och på sina hemsidor. Vidare var syftet att undersöka vilka skillnader som finns mellan de olika företagen och branscherna samt vad dessa eventuella skillnader kan bero på.

5.4.1 Bemanningsföretagen fokuserar på kompetens

Studien visar att samtliga av de undersökta företagen på ett eller annat sätt lämnar information om de av Roos (1998) presenterade beståndsdelarna av humankapital. Dock görs detta på lite olika sätt och med större fokus på olika delar. Inom bemanningsbranschen ligger fokus på att företagen vill framställa sin personal som kvalificerad och kompetent, vilket tyder på att informationen som lämnas riktar sig mot intressentgruppen kunder och potentiella kunder. Ett företag som tycks ha kommit något längre än övriga är Manpower som uttryckligen beskriver att utvecklingen går mot att personalen blir allt viktigare för företagets överlevnad, vilket stämmer väl överens med Gröjer och Johanssons (2008) samt Wristons (1993) teorier om att immateriella tillgångar i form av information och kunskap ökat i betydelse.

5.4.2 Revisionsbyråerna lägger störst vikt vid utbildning

Inom revisionsbranschen är det istället utbildning av personalen som är det största fokusområdet, vilket istället kan anses vara sådan information som riktar sig till anställda samt blivande anställda. Information angående utbildning kan dock även vara riktad till kunder och investerare då en viktig faktor för att utvinna värde ur humankapitalet enligt Al- Ali (2003) är att överföra kunskapen i företaget till strukturkapital, bland annat genom interna utbildningsprogram. Detta medför också, som Ordóñez de Pablos (2004) skriver, att man säkerställer att viktig kunskap kommer hela organisationen till godo och inte stannar hos enskilda individer eller kunder. Ett ytterligare sätt för revisionsbyråerna att säkra att värdet av deras humankapital stannar kvar i företagen är att erbjuda nyckelpersoner delägarskap. På så sätt knyts dessa personers kunskap till byråerna och risken minskar för att deras kunskap går förlorad genom att de slutar.

5.4.3 Endast positiv information presenteras

En ytterligare slutsats som kan dras av studien är att Impression Management verkar ha stor inverkan när det gäller frivilliga upplysningar om humankapital. Detta framgår genom att företagen i sina texter väljer att nästan enbart framställa sig själva på ett positivt sätt (Merkel-Davis & Brennan, 2011). De studerade företagen väljer att inte skriva om händelser och omständigheter som, för en intressent, kan tolkas som negativa. Därmed kan informationen som ges vara missvisande eftersom läsaren inte vet vad som kan ha utelämnats.

5.4.4 Informationen riktas till olika intressentgrupper

En förklaring till varför informationen mellan branscherna skiljer sig åt kan vara att informationen delvis är riktad till två olika intressentgrupper. Som tidigare nämnts riktar sig bemanningsföretagen främst mot gruppen kunder samt potentiella kunder vilket även revisionsbyråerna gör till viss del, dock med än större tyngdpunkt på anställda och potentiellt blivande anställda. Detta kan förklaras med hjälp av Intressentteorin, där Ljungdahl (1998) menar att företagsledningen genom att välja att redovisa viss information kan tillgodose olika intressentgruppers behov samt påverka deras attityd gentemot verksamheten.

En annan teori som kan vara till hjälp för att förklara skillnaderna mellan branscherna är den Institutionella teorin. Detta då det inom revisionsbranschen lämnas information om personalen som upplevs väldigt likartad. Detta tyder på att revisionsbyråerna påverkas av varandra gällande vilken och varför de lämnar en viss information (Deegan & Unerman, 2006).

5.4.5 Årsredovisningens minskade betydelse

Det kan konstateras efter att studien har genomförts att de undersökta företagen inom bemanningsbranschen främst lämnar information om humankapital på sina hemsidor och i externa dokument. Bland revisionsbyråerna används inte hemsidorna i samma utsträckning. Denna information återfinns istället till viss del i årsredovisningar, dock främst likt bemanningsföretagen i externa dokument. Sammanfattningsvis framgår det att informationen som lämnas om personalen hos samtliga företag främst återfinns på hemsidor och i separata rapporter, vilket stämmer väl överens med vad som tidigare sagts om att hemsidor blivit en allt viktigare informationskanal. (Souissi & Khlif, 2012) Detta tyder på att den traditionella redovisningen inte längre är tillräcklig för att täcka investerarnas informationsbehov, något som Lev och Zarowin (1999) menar kan bero på att redovisningsreglerna inte utvecklats i samma takt

som förekomsten av kunskapsföretag. Att samtliga undersökta företag trots detta väljer att lämna information om sitt humankapital kan förklaras av García-Meca, Parra, Larrán och Martínez (2005) teori om att detta minskar risken för informationsasymmetri.

5.5 Kritisk granskning av studien

Under arbetets gång har tankar uppkommit kring vad som skulle kunna ha gjorts annorlunda för att förbättrat studiens resultat. Då inga intervjuer har genomförts för att besvara den tredje frågeställningen bygger studiens slutsatser till stor del på författarnas egna tolkningar av materialet. Studien hade kunnat få en större bredd genom att komplettera den genomförda textanalysen av det insamlade materialet med material från intervjuer med viktiga nyckelpersoner på respektive företag.

Om mer tid funnits hade ett större urval av företag kunnat gynna studien. Detta hade bidragit till att mer generella slutsatser hade kunnat dras, vilket skulle ha ökat studiens trovärdighet och kunskapsbidrag. Vid större urval minskar risken för att resultatet påverkas av enstaka avvikelser och dessutom skulle det ha bidragit till att lättare kunna urskilja mönster i materialet.

5.6 Förslag till fortsatt forskning

Under arbetet med denna studie har det uppkommit reflektioner och tankar avseende förslag till vidare forskning inom ämnet humankapital. Nedan presenteras förslag som skulle vara intressanta att undersöka:

- En utgångspunkt för en uppsats skulle kunna vara att använda sig av de företag som ingick i denna studie och undersöka hur deras redovisning av humankapital utvecklas över tid. I beaktande bör då tas att det har gått några år mellan studierna för att lättare kunna urskilja förändringar.
- Det hade varit intressant att undersöka om det finns kopplingar mellan hur företagsledningen resonerar kring värdering av sin personal och hur humankapital redovisas.
- Det skulle också vara intressant att genomföra en jämförelse av information som lämnas om humankapital av företag verksamma i andra branscher än de som undersökts i denna studie. Då skulle man även kunna undersöka om den lämnade informationen skiljer sig beroende på om företagen är verksamma i en kunskapsintensiv bransch eller inte.

Källförteckning

- Al-Ali, N. (2003). *Comprehensive intellectual capital management: step-by-step*. Hoboken, N.J: Wiley.
- Annell, E., & Sveiby, K. E. (red.). (1989). *Den osynliga balansräkningen: nyckeltal för redovisning, styrning och värdering av kunskapsföretag*. Stockholm: Affärsvärlden.
- Bell, J. (2000). *Introduktion till forskningsmetodiken*. Lund: Studentlitteratur.
- Björklund, M., & Paulsson, U. (2009). *Seminarieboken - att skriva, presentera och opponera*. Lund: Studentlitteratur.
- Borneman, M., & Leitner, K. H. (2002). Measuring and reporting intellectual capital: the case of a research technology organization. *Singapore Management Review*. Vol. 24, Nr.3, 7-19.
- Brennan, N. M., Guillamon-Saorin, E., & Pierce, A. (2009) Impression management: developing and illustrating a scheme of analysis for narrative disclosures – a methodological note. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*. Vol. 22, Nr. 5, 789-832.
- Bryman, A., & Bell, E. (2011). *Företagsekonomiska forskningsmetoder*. Malmö: Liber.
- Bukh, P. N., Larsen, H. T., & Mouristen, J. (2001). Constructing intellectual capital statements. *Scandinavian Journal of Management*. Vol. 17, Nr. 2, 187-215.
- Bukh, P. N. (2003). The relevance of intellectual capital disclosure: a paradox? *Accounting, Auditing & Accountability Journal*. Vol. 16, Nr. 1, 49-56.
- Chen, H. M., & Lin K. J. (2003). The measurement of human capital and its effects on the analysis of financial statements. *International Journal of Management*. Vol. 20, Nr. 4, 470-478.
- Clarkson, M. (1995). A stakeholder framework for analyzing and evaluating corporate social performance. *Academy of Management Review*. Vol. 20, Nr. 1, 92-117.
- Cuado, C., Henriques, L., & Bontis, N. (2011). Intellectual capital disclosure payback. *Management Decision*. Vol. 49, Nr. 7, 1080-1098.
- Deegan, C., & Unerman, J. (2006). *Financial accounting theory*. (European ed.) Maidenhead: McGraw-Hill Education.
- Edvinsson, L., & Malone M. S. (2006). *Det intellektuella kapitalet*. Malmö: Liber Ekonomi.
- Ekström, S. (2000). Företagsvärdering: värdering av företag i den nya ekonomin. *Balans*. Nr. 4, 12.
- Engström, S. (1999). Värdering av kunskapsföretag – redovisning av upparbetad och förvärvat goodwill. *Balans*. Nr. 3, 28-35.

- Esaiasson, P., Giljam, M., Oscarsson, H., & Wängnerud, L. (2007). *Metodpraktikan: konsten att studera samhälle, individ och marknad*. Stockholm: Norstedts juridik.
- Flamholtz, E. G., Bullen, M. L., & Hua, W. (2002). Human resource accounting: a historical perspective and future implications. *Management Decision*. Vol. 40, Nr. 10, 947-954.
- Freeman, E., & Reed, D. (1983). Stockholders and stakeholder: a new perspective on corporate governance. *California Management Review*. Vol. 25, Nr. 3, 88-106.
- García-Meca, E., Parra, I., Larrán, M., & Martínez, I. (2005). The explanatory factors of intellectual capital disclosure to financial analysts. *European Accounting Review*. Vol. 14, Nr. 1, 63-94.
- Gröjer, J-E., & Johanson, U. i Olve, N-G. & Samuelsson, L.A. (2008). *Controllerhandboken*. Malmö: Liber AB.
- Guthrie, J. (2001). The management, measurement and the reporting of intellectual capital. *Journal of Intellectual Capital*. Vol. 2, Nr. 1, 27-41.
- Johansson, S., & Mellander, E. (2001). Satsa på personalekonomi för att förbättra arbetsmiljön! *Arbetsmarknad & Arbetsliv*. Vol. 7, Nr. 3, 201-207.
- Jonäll, K. (2009). *VD:n har ordet: Bilden av det goda företaget - i text och siffror i VD-brev*. Göteborg: BAS.
- Kannan, G., & Aulbur, W. G. (2004). Intellectual capital - measurement effectiveness. *Journal of Intellectual Capital*. Vol. 5, Nr. 3, 389-413.
- Kaplan, S. E., & Ruland, R. G. (1991). Positive theory, rationality and accounting regulation. *Critical Perspectives on Accounting*. Vol. 2, Nr. 4, 361-374.
- Leary, M. R. & Kowalski, R. M. (1990). Impression management: a literature review and two-component model. *Psychological Bulletin*. Vol. 107, Nr. 1, 34-47.
- Lev, B., & Zarowin, P. (1999). The boundaries of financial reporting and how to extend them. *Journal of Accounting Research*. Vol. 37, Nr. 2, 353-383.
- Ljungdahl, F. (1999). *Utveckling av miljöredovisning i svenska börsbolag - praxis, begrepp, orsaker*. Lund: Lunds Universitet.
- Merkel-Davis, D., & Brennan, N. (2011). A conceptual framework of impression management: new insights from psychology, sociology and critical perspectives. *Accounting and Business Research*. Vol. 41, Nr. 5, 415-437.
- Milne, M. J. (2002). Securing organizational legitimacy - an experimental decision case examining the impact of environmental disclosures. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*. Vol. 15, Nr. 3, 372-405.

Neu, D., Warsame, H., & Pedwell, K. (1998). Managing public impressions: environmental disclosures in annual reports. *Accounting, Organizations and Society*. Vol. 23, Nr. 3, 265–282.

Ordóñez de Pablos, P. (2004). Measuring and reporting structural capital. *Journal of Intellectual Capital*. Vol. 5, Nr. 4, 629-647.

Rimmel, G. (2003). *Human resource disclosures: a comparative study of annual reporting practice about information, providers and users in two corporations*. Göteborg: Göteborgs Universitet.

Roos, J. (1998). *Intellectual capital: navigating in the new business landscape*. New York: New York University Press.

Souissi, M., & Khlif, H. (2012). Meta-analytic review of disclosure level and cost of equity capital. *International Journal of Accounting and Information Management*. Vol. 1, Nr. 1, 49-62.

Törnqvist, U., Lumsden, M., & Marton, J. (2000). *Svenska normsättare på redovisningsområdet - institutionella och politiska aspekter*. FE-rapport 2000-377.

Uliana, E., Macey, J., & Grant, P. (2005). Towards reporting human capital. *Meditari Accountancy Research*. Vol. 13, Nr. 2, 167-188.

Vandemaele, S.N., Vergauwen, P.G.M.C., & Smith, A.J. (2005). Intellectual capital disclosure in The Netherlands, Sweden and The UK: a longitudinal and comparative study. *Journal of Intellectual Capital*. Vol. 6, Nr. 3, 417-426.

Wallman, S. (1996). The future of accounting and financial reporting - part II: the colored approach. *Accounting Horizons*. Vol. 10, Nr. 2, 138-148.

Wriston, W. (1993). *The twilight of sovereignty*. Malmö: Liber AB.

Elektroniska källor

Adecco. (u.å.a). *Förmåner som Adeccokonsult*. Hämtad 2013-04-19 från http://www.adecco.se/sv-SE/soker_du_jobb/Pages/Formaner_som_konsult.aspx

Adecco. (u.å.b). *Adecco världens största bemanning- och rekryteringsföretag*. Hämtad 2013-04-19 från <http://www.adecco.se/>

Bemanningsföretagen. (2012). *Topp 25 totalt Q4 2012*. Hämtad 2013-04-16 från http://www.bemanningsforetagen.se/MediaBinaryLoader.axd?MediaArchive_FileID=37a4d574-1393-4b4a-b447-23390c1b208d&FileName=Topp_25_totalt_Q4_2012_A.pdf

Deloitte. (2012b). *Transparency report - financial year ended 31 May 2012*. Hämtad 2013-04-19 från <http://www.deloitte.com/assets/Dcom-Sweden/Local%20Assets/Documents/Transparency%20Report%202012%20final.pdf>

Deloitte. (u.å.a). *Utbildning på Deloitte*. Hämtad 2013-04-19 från <http://mycareer.deloitte.com/se/sv/karriar-hos-oss/utbildning-pa-deloitte>

Deloitte. (u.å.b). *Utveckling på Deloitte*. Hämtad 2013-04-19 från <http://mycareer.deloitte.com/se/sv/karriar-hos-oss/utveckling-pa-deloitte>

Ehrs, O. (2012). *Revisionsbranschens bästa företag 2012*. Hämtad 2013-04-15 från http://www.realtid.se/ArticlePages/201206/12/20120612081600_Realtid765/20120612081600_Realtid765.dbp.asp

Ernst & Young. (2012b). *Års- och hållbarhetsredovisning 2011/2012*. Hämtad 2013-04-19 från [http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey_ar_hallbarhet_2011_2012/\\$FILE/ey_ar_hallbarhet_2011_2012_web.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey_ar_hallbarhet_2011_2012/$FILE/ey_ar_hallbarhet_2011_2012_web.pdf)

Ernst & Young. (u.å.). *Våra medarbetare*. Hämtad 2013-04-19 från <http://www.ey.com/SE/sv/About-us/Our-people-and-culture>

Humankapital. (u.å.). *I Nationalencyklopedin*. Hämtad 2013-04-02 från <http://www.ne.se.ezproxy.ub.gu.se/lang/humankapital#>

I4cp. (2012). *The Best Get Better: Critical Human Capital Issues of 2012*. Hämtad 2013-04-08 från <http://www.i4cp.com/media/the-best-get-better-critical-human-capital-issues-of-2012>

Johanson, U. (2010). *Efter 30 år med frågan – nu är det moget för nya tag! I dokumentationen ”Hur värdera och redovisa humankapitalet/icke materiella resurser?”*. Hämtad 2013-04-02 från http://www.iva.se/PageFiles/6591/Forskarworkshop_3F_22_sep_2010.pdf

Kpmg. (2012b). *Transparency Report*. Hämtad 2013-04-19 från <http://www.kpmg.com/se/sv/kunskap-utbildning/nyheter-publikationer/sidor/transparency-report.aspx>

Kpmg. (u.å.). *Kompetensutveckling*. Hämtad 2013-04-19 från <http://www.kpmg.com/SE/sv/karriar/Sidor/Kompetensutveckling.aspx>

Kunskapsföretag. (u.å.). *I Nationalencyklopedin*. Hämtad 2013-04-03 från http://www.ne.se.ezproxy.ub.gu.se/lang/kunskapsf%C3%B6retag?i_h_word=tj%C3%A4nstef%C3%B6retag

Lowell, M. (u.å.). *Quotes - Human Capital*. Hämtad 2013-04-11 från <http://lowellmilken.com/Lowell-milken-quotes/human-capital/>

Manpower. (2011a). *Corporate Social Responsibility Update*. Hämtad 2013-04-18 från <http://www.manpowergroup.se/CSR/Rapporter/>

Manpower. (2011b). *Entering the human age*. Hämtad 2013-04-19 från <http://www.manpowergroup.com/humanage/wefanthology2011.pdf>

Manpower. (u.å.). *Om oss*. Hämtad 2013-04-19 från
<http://www.manpowergroup.se/Om-oss/>

Proffice. (u.å.a). *Om oss - vår vision*. Hämtad 2013-04-18 från
<http://www.proffice.se/Om-Oss/>

Proffice. (u.å.b). *Våra värderingar*. Hämtad 2013-04-18 från
<http://www.proffice.se/Om-Oss/Vara-varderingar/>

Proffice. (u.å.c). *Auktorisation*. Hämtad 2013-04-18 från
<http://www.proffice.se/Om-Oss/Auktorisation/>

PwC. (2012b). *Verksamheten - Kvalitet, service, innovation*. Hämtad 2013-04-18 från
<http://www.pwc.se/sv/om-oss/assets/verksamheten-2011-2012.pdf>

Tillgång. (u.å.). *I Nationalencyklopedin*. Hämtad 2013-04-11 från
<http://www.ne.se.ezproxy.ub.gu.se/lang/tillg%C3%A5ng>

Regelverk

RR 15 Immateriella tillgångar.

Årsredovisningslagen, 1995:1554.

Årsredovisningar

Bemanningsföretagen:

Adecco. (2012). Årsredovisning 2011.

Manpower. (2012). Årsredovisning 2011.

Proffice. (2012). Årsredovisning 2011.

Uniflex. (2012). Årsredovisning 2011.

Revisionsbyråerna:

Deloitte. (2012a). Årsredovisning 2011/2012.

Ernst & Young. (2012a). Årsredovisning 2011/2012.

Kpmg. (2012a). Årsredovisning 2011/2012.

PwC. (2012a). Årsredovisning 2011/201