



LUNDS UNIVERSITET
Ekonomihögskolan

Företagsekonomiska institutionen
FEKH69
Examensarbete i redovisning på kandidatnivå
HT2017

Motiven bakom de frivilliga personalupplysningarna i kunskapsföretagens årsredovisningar

En kvalitativ studie av tre Small Cap-företag

Författare:

Rebecka Arneryd	940108
Karolina Hilleskog	940722
Gustaf Persson	940121

Handledare:

Karin Jonnergård

Förord

Inledningsvis vill vi rikta ett stort tack till de företag som har valt att medverka i denna studie. Trots årets mest hektiska period, med ett årsbokslut som väntar runt hörnet, har vi upplevt ett stort intresse för vår studie samt omtanke att intervjuerna ska bli så uttömmande som möjligt för att studiens syfte ska kunna besvaras. Utan er hade denna studie inte varit möjlig att fullfölja. Vi vill även visa stor uppskattning till vår handledare, Karin Jonnergård, som alltid oavsett tidpunkt på dygnet tagit sig tid att utväxla tankar och idéer och visat ett stort engagemang och uppmuntran för denna studie.

Lund, 2018-01-09

Rebecka Arneryd

Karolina Hilleskog

Gustaf Persson

Sammanfattning

Titel: Motiven bakom de frivilliga personalupplysningarna i kunskapsföretagens årsredovisningar – en kvalitativ studie av tre Small Cap-företag.

Datum för slutseminarium: 11 januari 2018

Kurs: FEKH69 – Examensarbete i redovisning på kandidatnivå

Författare: Rebecka Arneryd, Karolina Hilleskog och Gustaf Persson

Handledare: Karin Jonnergård

Nyckelord: Frivilliga upplysningar, intellektuellt kapital, humankapital, kunskapsföretag, motiv

Syfte: Studiens syfte är att undersöka vilka motiv kunskapsföretagen har till att lämna frivilliga personalupplysningar i sina finansiella rapporter. Författarnas ambition är att göra en kompletterande vidarestudie på Cedergrens och Holmers (2014) studie *”Frivillig redovisning av humankapital – en studie av kunskapsföretag och varuproducerande företag i Sverige 2003-2012”*.

Metod: Studien har en kvalitativ forskningsstrategi och svar på Cedergrens och Holmers (2014) förslag till framtida studier. Studiens empiriinsamling består av tre intervjuer samt en kompletterande innehållsanalys från Cedergrens och Holmers (2014) studie som använts vid granskning av företagens årsredovisningar.

Teoretisk referensram: Författarna definierar innebörden av humankapital för denna studie. För att underbygga förståelsen för frivilliga personalupplysningar redogör författarna även för den tvingande lagstiftningen samt presenterar tidigare gjord forskning om motiven bakom frivilliga personalupplysningar. Avslutningsvis sker en presentation av studiens teoretiska referensram, bestående av legitimitetsteorin, intressentteorin och slutligen institutionell teori.

Empiri: I avsnittet presenteras inledningsvis de frivilliga personalupplysningarna i varje enskilt företags årsredovisning som följer av en sammanfattande redogörelse för intervjun. Kapitlet avslutas med en kategorisering av de tre identifierade motiven bakom frivilliga personalupplysningar.

Slutsats: Resultat är att det enligt företagen finns tre gemensamma motiv till frivilliga personalupplysningar. Det första är att tillgodogöra aktieägarnas informationsbehov och ge underlag för investeringsbeslut. Det andra är att attrahera ny personal. Det tredje är att ge samma typ av information som andra företag gör. I grund och botten handlar det första och sista motivet om legitimitetsskapande medan det andra motivet har en tydligare koppling till varumärkesbyggande.

Abstract

Title: Motives behind voluntary human capital disclosures in the annual reports of knowledge-based companies - a qualitative study of three small cap companies.

Seminar date: 11th of January, 2018

Course: FEKH69

Authors: Rebecka Arneryd, Karolina Hilleskog, Gustaf Persson

Advisor: Karin Jonnergård

Key words: Voluntary disclosures, intellectual capital, human capital, knowledge-based companies, motives

Purpose: The purpose of the study is to investigate what motives knowledge-based companies have to provide voluntary human capital information in their financial reports. The authors' ambition is to do a complementary study to Cedergren's and Holmer's (2014) study "Voluntary human capital disclosures – A study of knowledge-based and manufacturing companies in Sweden 2003-2012".

Method: The study has a qualitative research strategy and answers to Cedergren's and Holmer's (2014) proposal for future studies. The study's empirical collection consists of three interviews and a complementary content analysis from the Cedergren's and Holmer's (2014) study. The content analysis has been used when reviewing the companies' annual reports.

Theoretical framework: The authors define the meaning of human capital for this study. In order to substantiate the understanding of voluntary human capital information, the authors also present the current legislation and previous research on the motives for voluntary human capital disclosures. Finally, the study's theoretical frame of reference, consisting of legitimacy theory, interest theory and finally institutional theory is presented.

Empirical foundation: Initially in this section, the voluntary human capital disclosures in each company's annual report are presented. After this, a summary of the interviews follows. The chapter concludes with a categorization of the three identified motives behind voluntary human capital disclosures.

Conclusion: The result is that, according to the companies, there are three common motives for voluntary human capital disclosures. The first is to accommodate shareholders' information needs and provide basis for investment decisions. The second is to attract new staff. The third is to provide the same type of information that other companies do. Basically, the first and last motive concerns legitimacy creation, while the second motive has a clearer link to building a strong brand.

Ordlista

IAS	International Accounting Standards
SNI	Svensk näringsgrensindelning
ÅRL	Årsredovisningslagen
BFL	Bokföringslagen
FoU	Forskning och utveckling
ISIN	International Securities Identification Number
SCB	Statistiska Centralbyrån

INNEHÅLLSFÖRTECKNING

1. INLEDNING	1
1.2 BAKGRUND	1
1.3 PROBLEMATISERING	2
1.4 SYFTE	4
1.5 AVGRÄNSNING	4
1.6 DISPOSITION	5
2. METOD	7
2.1 STUDIENS TILLVÄGAGÅNGSSÄTT	7
2.2 STUDIENS FORSKNINGSANSATS	8
2.3 STUDIENS METOD	8
2.4 STUDIENS URVALSMETOD	9
2.5 INNEHÅLLSANALYS	11
2.6 INTERVJUMETOD	13
2.6.1 GENOMFÖRANDET AV INTERVJUN	14
2.6.2 BEARBETNING AV EMPIRIN FRÅN INTERVJUN	15
2.7 ANALYSMETOD	15
2.8 METODKRITIK	16
2.8.1 STUDIENS TROVÄRDIGHET	16
2.8.2 STUDIENS ÄKTHET	18
2.9 KÄLLKRITIK	19
3. REFERENSRAM	20
3.1 DET INTELLEKTUELLA KAPITALET – HUMANKAPITAL	20
3.2 DEN FINANSIELLA RAPPORTERINGEN OM FÖRETAGS HUMANKAPITAL	21
3.2.1 TVINGANDE LAGSTIFTNING FÖR HUMANKAPITAL	21
3.2.2 FRIVILLIGA UPPLYSNINGAR FÖR HUMANKAPITAL	23
3.3 MOTIV TILL FRIVILLIG REDOVISNING AV PERSONALUPPLYSNINGAR	25
3.4 TEORETISK UTGÅNGSPUNKT	25
3.4.1 LEGITIMITETSTEORIN	25
3.4.2 INTRESSENTTEORIN	27
3.4.3 INSTITUTIONELL TEORI	29
3.5 ANALYSMODELL	31
4. EMPIRI	33
4.1 FÖRETAG A	33
4.1.1 PERSONALUPPLYSNINGAR I FÖRETAG A:S ÅRSREDOVISNING	33
4.1.1 INTERVJU MED FÖRETAG A	33
4.2 FÖRETAG B	36
4.2.1 PERSONALUPPLYSNINGAR I FÖRETAG B:S ÅRSREDOVISNING	36
4.2.2 INTERVJU MED FÖRETAG B	36
4.3 FÖRETAG C	38
4.3.1 PERSONALUPPLYSNINGAR I FÖRETAG C:S ÅRSREDOVISNING	38
4.3.2 INTERVJU MED FÖRETAG C	39
4.4 KATEGORISERING UTIFRÅN DE TRE VIKTIGASTE MOTIVEN	40
4.4.1 TILLGODOGÖRA AKTIEÄGARNAS INFORMATIONSBEHOV OCH GE UNDERLAG FÖR INVESTERINGSBESLUT	40
4.4.2 ATTRAHERA NY OCH BEHÅLLA NUVARANDE PERSONAL	41
4.4.3 GE SAMMA TYP AV INFORMATION SOM ANDRA FÖRETAG GÖR	41

5. ANALYS OCH RESULTAT	42
5.1 TILLGODOGÖRA AKTIEÄGARNAS INFORMATIONSBEHOV OCH GE UNDERLAG FÖR INVESTERINGSBESLUT	42
5.2 ATTRAHERA NY OCH BEHÅLLA NUVARANDE PERSONAL	44
5.3 GE SAMMA TYP AV INFORMATION SOM ANDRA FÖRETAG GÖR	45
5.4 RESULTAT	46
6. SAMMANFATTNING MED REFLEKTION	48
6.1 DISKUSSION AV STUDIENS RESULTAT	48
6.2 STUDIENS SVAGHETER	49
6.3 STUDIENS BIDRAG OCH FÖRSLAG PÅ FRAMTIDA FORSKNING	49
REFERENSLISTA	51
BILAGOR	55
BILAGA 1. CHECKLISTA	55
BILAGA 2. SAMMANSTÄLLNING AV ÅRSREDOVISNINGARNA	56
BILAGA 3. INTERVJUFRÅGOR TILL SAMTLIGA FÖRETAG	57

1. Inledning

I studiens första kapitel gör författarna en redogörelse för gällande lagstiftning samt en beskrivning om vad frivilliga upplysningar är och varför dessa finns i företagets årsredovisningar. Vidare följer en mer specificerad förklaring om vad frivilliga personalupplysningar är och dess betydelse för kunskapsföretag. Problematiseringen kring lagstiftningens krav på vad som får klassificeras som immateriella tillgångar leder in på studiens syfte och frågeställning. Slutligen redogörs studiens avgränsning och disposition.

1.2 Bakgrund

Enligt gällande svensk lagstiftning skall ett företags årsredovisning ge en rättvisande bild av företagets finansiella ställning samt resultat. Förutom den traditionella redovisningen som består av resultaträkning och balansräkning finns kassaflödesanalyser, förvaltningsberättelse och ett antal olika tilläggsupplysningar. Vad som skall ingå i den traditionella redovisningen regleras av tvingande lagstiftning, utöver denna kan även tilläggsupplysningar förekomma, om det krävs för att ge allmänheten en rättvisande bild av företaget, detta i enlighet med 2 kap. 3 § ÅRL (1995:1554). I dagens samhälle har allmänheten ett ökat intresse för företagets sociala ansvar och ställer högre krav på kompletterande upplysningar samtidigt som att allt inte kan mätas i kvantitativa termer (Artsberg, 2005). Detta gör att företagets tilläggsupplysningar blir alltmer viktiga för att företagen ska kunna förmedla en rättvisande bild av verksamheten. Dessa tilläggsupplysningar är s.k. frivilliga upplysningar, vilket Meek et al., (1995) definierar som *“free choices on the part of company managements to provide accounting and other information deemed relevant to the decision needs of users of their annual reports”*.

Frivilliga upplysningar kan delas in tre kategorier; strategisk, icke finansiell och finansiell information (Meek et al., 1995). Tidigare studier visar att graden av frivilliga upplysningar skiljer sig åt mellan företag, dels beroende på vilket ändamål som ska uppnås samt vem som ska nås av informationen. Den finansiella och strategiska informationen beslutas i relation till investerare medan den icke finansiella informationen riktas till en bredare grupp av intressenter utöver ägarna. Den icke-finansiella informationens syfte ligger mestadels i att tillgodose intressenter om företagets sociala ansvar (Meek et al., 1995). Några av de mest frekventa faktorerna som påverkar graden av frivilliga upplysningar är företagsstorlek, företagets ägarstruktur och branschtillhörighet. För att kunna ge ut ytterligare upplysningar i

en större omfattning krävs det att företagen är relativt kapitalstarka för att skapa upplysningarna. Företagsstorleken kan vara en bidragande faktor som kan påverka utgivandet av frivilliga personalupplysningar om informationen redan används och finns internt. Slutligen kan branschtillhörigheten skapa en variation av dominerande resurser och utgivande av information om personal. Till exempel kräver industriföretag mer omfattande kapitalinvesteringar, där aktieägare bidrar med kapital och medarbetarna bidrar med arbete. Medan branscher som är mer kunskapsintensiva istället har den centrala resursen i företagets medarbetare, och det finansiella kapitalet har därmed inte en lika stor insatsresurs i kunskapsintensiva företag i jämförelse med industriföretag (Sveiby et al., 1989).

Kunskapsföretag är en verksamhet som i första hand erbjuder sin kompetens för sina kunder. Det innebär högutbildad personal som utifrån olika situationer löser ett problem eller tillfredsställer en kunds behov. Kunskapsföretag går under kategorin tjänsteföretag, vars verksamhet inte säljer fysiska varor och produkter, utan tjänster, dock kan en FoU-avdelning inom ett företag utgöra ett kunskapsföretag. Utöver en FoU-avdelning är konsultföretag, advokatfirmor och revisionsbyråer typiska exempel på kunskapsföretag. Den produktion som sker i ett kunskapsföretag är utav en icke standardiserad form, beroende av kundens behov och problemlösande för just en speciell situation – vilket ställer höga krav på kunnig och kreativ personal. Den mänskliga resursen och individens förmåga, kallat humankapital, är därmed en värdefull tillgång i ett kunskapsintensivt företag (Sveiby et al., 1989). Ett företag vilket använder personalens kunskap som en konkurrensfördel klassas som ett kunskapsföretag (Edvinsson & Malone, 1998).

1.3 Problematisering

Utöver den tvingande lagstiftningen om humankapital finns det även tilläggsupplysningar om företagets humankapital, exempelvis personalens kompetensnivå och utbildningar. I enlighet med IAS 38 får inte humankapital redovisas som en immateriell tillgång i företagets balansräkningar. Detta beror på att lagstiftarna bakom IAS 38 kräver att företagen måste ha kontroll över tillgången, den ska även vara identifierbar samt ge ekonomiska fördelar i framtiden, vilket humankapital inte uppfyller. Trots att ett företags humankapital kan vara en förutsättning för verksamhetens existens och ekonomiska flöden, kan företaget inte skydda personalens kunskap juridiskt så länge det inte går att kontrollera att kunskapen sprids vidare, vilket inte är vanligt. Immateriella tillgångar ska vara identifierbar vilket betyder att den ska

kunna avskiljas, det vill säga säljas eller bygga på juridiska rättigheter, såsom varumärken, vilket inte heller går att göra med personalens kunskap. Oavsett om personalens kunskap skulle leda till ekonomiska fördelar för företaget, uppfyller humankapital inte den kompletta definitionen av immateriella tillgångar som krävs enligt IAS 38 (Marton et al., 2016). Att företag inte får redovisa sitt humankapital som en tillgång i balansräkningen kan vara problematiskt för många företag, framförallt de kunskapsföretag vilka bygger på sin personals kompetens istället för att vara kapitalintensiva. Skulle dessa företag enbart redovisa de personalupplysningar som är tvingande enligt lagstiftning, kommer det inte att ge en rättvisande bild av företagets värdefulla tillgång, sin personal, och på sätt ge en missvisande bild av företagets finansiella ställning (Deegan & Unerman, 2011).

Tidigare forskning har fokuserat på vilka företagsegenskaper som påverkar graden av frivilliga upplysningar, där exempelvis Broberg et al. (2009) uppmärksammade i sin kvantitativa studie att det finns ett signifikant samband mellan företagsstorleken och graden av frivilliga upplysningar och förklarade detta utifrån agentteorin som teoretisk utgångspunkt. Tidigare forskning har även specificerats ytterligare genom att ha undersökt vilka motiv som ligger bakom utgivandet av frivilliga upplysningar, generellt men också med fokus på vissa typer av upplysningar, såsom hållbarhetsupplysningar och personalupplysningar. Etminan et al. (2004) har exempelvis studerat vilka motiv som ligger bakom frivilliga personalupplysningar i företag inom tillverkningsindustrin. Deras studies identifierade motiv har varit att företagen vill uppnå en transparens i sin redovisning och öka företagets legitimitet samt visa upp sin goda sida för samhället. Cedergren och Holmer (2014) har gjort en kvantitativ studie genom en jämförelse av företags årsredovisningar inom två olika branscher, kunskapsföretag och varuproducerande företag. Resultatet visade att det förekommer en signifikant korrelation mellan branschtillhörigheterna vad det gäller storleken på utgivandet av frivilliga personalupplysningar, där kunskapsföretag generellt ger ut mer än varuproducerande företag. Detta förklaras genom att varuproducerande företag har mer materiella tillgångar som fås tas upp i balansräkningen, till skillnad från kunskapsföretag som har mer immateriella tillgångar i form av kompetens, vilken inte får tas upp som en tillgång i balansräkningen. Därmed måste information om dessa immateriella tillgångar ges ut på annat sätt. Cedergren och Holmer (2014) har i sin studie identifierat behovet av att göra ytterligare forskning om humankapitalredovisning och föreslår till framtida forskning att göra en kvalitativ undersökning i form av intervjuer med företag inom dessa branscher. I studier som Cedergrens och Holmers (2014), sträcker sig forskningen endast till vad som har redovisats i

årsredovisningen i form av kvantitativa termer, medan en kvalitativ studie undersöker bakgrunden till varför upplysningarna faktiskt publiceras i årsredovisningen. I en kvantitativ studie är det alltså inte möjligt att undersöka, ur företagets perspektiv, vilka motiv som ligger bakom publiceringen och möjligheten att inkludera fler teorier, för att förklara motiven, försvinner. Därför anser författarna att det är stort intresse att komplettera Cedergrens och Holmers (2014) kvantitativa studie för att få ett heltäckande underlag för att förstå motiven. Med Cedergrens och Holmers studie som utgångspunkt önskar vi att uppfylla deras förslag på framtida forskning: en kvalitativ studie genom intervjuer med företag ur kunskapsbranschen som åsyftar att undersöka företagets syn på deras frivilliga personalupplysningar. Vi önskar att kunna göra en jämförelse mellan den faktiska informationen i årsredovisningarna och företagets egna uppfattning och försöka identifiera motiven bakom denna frivilliga information.

1.4 Syfte

Studiens syfte är att undersöka vilka motiv kunskapsintensiva företag har till att lämna frivilliga personalupplysningar i sina finansiella rapporter. Författarnas ambition är att göra en kompletterande vidarestudie på Cedergrens och Holmers (2014) studie ”*Frivillig redovisning av humankapital - En studie av kunskapsföretag och varuproducerande företag i Sverige 2003 – 2012*”.

1.5 Avgränsning

I Cedergrens och Holmers (2014) studie görs en jämförelse mellan varuproducerande företag och kunskapsföretag. På grund av begränsad tid har författarna till denna studie valt att avgränsa studien till företag inom kunskapsbranschen och exkludera varuproducerande företag. Valet mellan dessa två branscher motiveras av att författarna är intresserade av att undersöka motiven bakom att ge ut frivilliga personalupplysningar, och omfattningen av dessa är större i kunskapsföretag än hos varuproducerande företag. Studien kommer även enbart att studera företag som är noterade på Nasdaq OMX Nordics, Small Cap. Valet av denna avgränsning beror på att färre företag vilka är noterade som Small Cap har studerats tidigare. Chansen för att kunna genomföra intervjuer är större än hos företag noterade som Large Cap, då större företag tenderar att ha högre arbetsbelastning vid den här tiden på året och risken för att inte få tillgång till en intervju är större. Utgångspunkten för studien var till en början ett större urval av respondenter, genom att inkludera Mid Cap-företag, vilket

Cedergren och Holmer (2014) har gjort i sin studie. Dock har inte detta varit möjligt då dessa företag inte har haft något intresse utav att delta i studien, detta på grund av tidsbrist eller frånvaro av optimal respondent. För att skapa en jämförbarhet mellan utvalda företag har företagens näringsgrensindelning studerats och företag med likartade eller överensstämmande näringsgrensindelning har valts.

1.6 Disposition

Nedan återfinns en disposition av studiens utformning.

1. Inledning

I studiens inledande kapitel presenteras en bakgrund som leder in i en problematisering av det studerade området som slutligen mynnar ut i studiens syfte och val av avgränsning.

2. Metod

I det andra kapitlet presenterar författarna studiens tillvägagångssätt i form av urvalsmetod, empiriinsamling samt hur författarna använt sig av en innehållsanalys som hjälpmedel för empirin och analysen.

3. Studiens referensram

I detta kapitel presenteras den slutliga teoretiska referensramen som ligger till grund för nästkommande kapitel. För att underbygga förståelsen för studiens innehåll återfinns även avsnitt om annan litteraturöversikt med viktiga begrepp, den tvingande lagstiftningen samt tidigare forskning.

4. Empiri

Detta kapitel består av det insamlade materialet som författarna gjort i företagens årsredovisningar samt genom intervjuer med respektive företag. För att konkretisera empiriinsamlingen till den teoretiska referensramen avslutas avsnittet med en kategorisering av identifierade motiv.

5. Analys och resultat

I studiens femte kapitel kopplar författarna den teoretiska referensramen med den insamlade empirin och framställer ett resultat av identifierade motiv och underliggande motiv till frivilliga personalupplysningar.

6. Sammanfattning med reflektion

I det avslutande kapitlet görs en sammanfattning av studiens resultat och knyter an till studiens syfte. Författarna kommer även reflektera över studiens eventuella svagheter. Slutligen görs en jämförelse till tidigare forskning och identifiering av studiens bidrag samt förslag till vidare forskning.

2. Metod

I studiens andra kapitel beskriver och argumenterar författarna för sina val av metod. Inledningsvis sker en presentation av studiens tillvägagångssätt. Denna följs av en förklaring av studiens deduktiva karaktär och val av kvalitativ empiriinsamlingsmetod. Därefter klargörs vilken urvalsmetod som genomförts och varför samt hur tillvägagångssättet vid empiriinsamlingen har genomförts. Avslutningsvis sker en kritisk diskussion till författarnas val av metod och källor.

2.1 Studiens tillvägagångssätt

Genom att se studiens process i ett antal stadier förenklas redogörelsen av tillvägagångssättet. Författarna har i studiens första stadie undersökt tidigare forskning som har gjorts inom forskningsområdet för att skapa en uppfattning och identifiera vad som saknas. I detta stadie identifierade författarna en studie av Cedergren och Holmer (2014) vars studie hade en kvantitativ form och analyserade personalupplysningar i kunskapsföretag och varuproducerande företag utifrån valda företags årsredovisningar. Författarna valde därefter att göra en studie på Cedergrens och Holmers (2014) förslag till framtida forskning:

”En kvalitativ undersökning där man intervjuar de redovisningsansvariga på de undersökta företagen om deras syn på redovisning av humankapital. Med utgångspunkt i denna studie skulle man genom intervjuer kunna få en djupare förståelse för företagens incitament att redovisa om humankapital.”

I studiens andra stadie har författarna utökat den teoretiska referensramen, i jämförelse med Cedergrens och Holmers (2014) studie, för att kunna uppnå en mer övergripande bild av motiven för frivilliga personalupplysningar. I det tredje stadiet undersökte författarna ett lämpligt urval av respondenter och när urvalet och respondenternas medverkan var bekräftad, studerades företagets årsredovisningar. Med hjälp av Cedergrens och Holmers (2014) innehållsanalys och valda parametrar har undersökningen av årsredovisningen gjorts för att göra lämpliga intervjufrågor anpassat efter studiens teoretiska referensram. I studiens fjärde stadie genomförde författarna empiriinsamlingen genom en personlig intervju och två telefonintervjuer. I det sista och femte stadiet sorterades den inhämtade empirin och kategoriserades i en analysmodell kopplat till den teoretiska referensramen för att slutligen analyseras.

2.2 Studiens forskningsansats

En studies koppling mellan dess teori och empiri kan beskrivas utifrån två olika teorier, den induktiva och deduktiva teorin. Ett induktivt tillvägagångssätt betyder att författarna har utgått ifrån slutsatser från utförda iakttagelser som leder fram till en lämplig teori. Processen vid ett deduktivt tillvägagångssätt kan sägas vara det motsatta till induktivt tillvägagångssätt, nämligen att studiens resultat grundas i en teori och inte tvärtom. Ett deduktivt tillvägagångssätt innebär då att författarna utifrån tidigare kunskap inom forskningsområdet formulerar en eller flera hypoteser. Dessa ska sedan sättas i relation till det insamlade och färdigställda empiriska materialet inom forskningsområdet. Författarna har ett ansvar att kunna specificera vilken del av empirimaterialet som är relevant, då empiriinsamlingen styrs av vilken hypotes som ska besvaras. Slutligen kommer det deduktiva tillvägagångssättet att avslutas med en induktion, vilket betyder att teorin som tidigare var grund för empiriinsamlingen, kommer att anpassas efter studiens resultat (Bryman & Bell, 2013). Den här studien kommer grundas på den deduktiva teorin för att på bästa sätt besvara studiens frågeställning. Den deduktiva forskningsansatsen kan motiveras utifrån att författarna har undersökt tidigare forskning om frivilliga upplysningar och då framförallt frivilliga upplysningar om humankapital. Tidigare studier som gjorts på forskningsområdet har inspirerat författarnas val av teoretiska referensram samt vilken bransch som är av intresse. Detta för att kunna skapa en jämförbarhet, fast med en ny infallsvinkel genom intervju med valda kunskapsföretag. Precis som vid den deduktiva forskningsansatsen har författarna gjort en induktion av teorin och omformulerat denna efter att empiriinsamlingen skett. Detta berodde på att vissa valda teorier inte längre var utav intresse då det inte nämndes som ett incitament till publiceringen av frivilliga personalupplysningar hos kunskapsföretagen vid intervjuerna.

2.3 Studiens metod

Bryman och Bell (2013) anser att den kvantitativa och kvalitativa forskningsstrategin ska skiljas ifrån varandra, då dessa forskningsstrategier tillämpar olika metoder eller förfaranden. Den kvantitativa forskningsstrategin grundas på en deduktiv teori och innefattar kvantifierade data i sin empiriinsamling och analys. Den kvalitativa forskningsstrategin kan sägas vara dess motsats, med en induktiv forskningsansats grundas en kvalitativ forskningsstrategi på ord istället för kvantifierade data. Skärvad och Lundahl (2016) beskriver den kvalitativa forskningsstrategin som *”ett sätt att systematiskt samla in, organisera och tolka kvalitativa*

data” och den kvantitativa forskningsstrategin som ett sätt att *”mäta, kvantifiera eller statistiskt beskriva ett fenomen”*. Den här studien kommer att ha en kvalitativ forskningsstrategi då hela av empiriinsamlingen har skett genom intervjuer eller genom insamling av data i årsredovisningarna (Skärvad & Lundahl, 2016). Innehållsanalyser används ofta inom kvantitativa studier men det finns även en typ av kvalitativ innehållsanalys, en s.k. etnografisk innehållsanalys (Altheide, 1996). Denna typ av innehållsanalys har använts i studien då författarna har studerat årsredovisningarnas innehåll i text och den gjorda kategoriseringen grundar sig på innebörden av texten, snarare än exempelvis antalet träffar på ord eller tabeller i årsredovisningarna. Som tidigare nämnts kopplas den deduktiva teorin generellt sett till kvantitativa metoden och den induktiva teorin kopplas till den kvalitativa metoden. Trots detta anser författarna att det är en deduktiv forskningsansats som har tagits, då författarna har valt att utgå ifrån tidigare studier inom forskningsområdet. Detta kopplas i sin tur till den kvalitativa metoden genom att processen avslutas med en induktiv återkoppling till teorin.

2.4 Studiens urvalsmetod

För att på ett tydligt vis bygga vidare på Cedergrens och Holmers (2014) kvantitativa studie krävs det att studiernas urval motsvarar varandra. Till en början har författarna identifierat innebörden av ett kunskapsföretag, vilket går i linje med Sveiby et al., (1989) och Edvinsson och Malone (1998) definition, det vill säga ett tjänsteföretag som erbjuder sin kompetens för sina kunder och som även använder detta som ett konkurrensmedel, som tidigare redogjorts i avsnitt 1.2. Nedan följer de flertal kriterier som vi har fastställt för att de analyserade företagen ska kunna uppnå studiens syfte, skapa en jämförbarhet mellan valda företag samt att uppfylla målet att vara en vidarestudie av Cedergrens och Holmers (2014) studie.

- Företagen ska vara börsnoterade på OMX Nasdaq Nordics
- Företagen ska vara ett Small Cap-företag
- Företagen ska tillhöra, enligt Nasdaqs bedömning, teknologisektorn
- Företagen ska ha svenska ISIN-nummer
- Företagen ska tillhöra ett förutbestämt spann av näringsgrensindelningar
- Företagen ska uppfylla årsredovisningslagens definition av större företag. Vilket återfinns i 1 kap. 3 § 1 st. 4p. ÅRL (1995:1554):

”Större företag:

- *Företag vars överlåtbara värdepapper är upptagna till handel på en reglerad marknad eller motsvarande marknad utanför Europeiska ekonomiska samarbetsområdet, eller*
- *Företag som uppfyller mer än ett av följande villkor:*
 - a) *Medelantalet anställda i företaget har under vart och ett av de senaste räkenskapsåren uppgått till mer än 50,*
 - b) *Företagets redovisade balansomslutning har för vart och ett av de två senaste räkenskapsåren uppgått till mer än 40 miljoner kronor,*
 - c) *Företagets redovisade nettoomsättning har för vart och ett av de två senaste räkenskapsåren uppgått till mer än 80 miljoner kronor.”*

Förutsättningen för att kunna utföra studien har varit att samtliga företag ska vara börsnoterade. Kravet på börsnoterade bolag beror på att företagens årsredovisningar då grundar sig på ett gemensamt regelverk och de finansiella rapporterna är offentliga för allmänheten, därav också för företagens olika intressentgrupper i samhället. I samband med valet mellan Large Cap, Mid Cap eller Small Cap övervägde författarna risken att empiriinsamlingen riskerar att bli bristfällig om Large Cap valdes. Risken för bristfällighet kan bero på att årsbokslutet ligger nära i tid för samtliga noterade bolag och att just företag vilka noterats som Large Cap ofta har mer hektiskt och mindre tid för uttömmande intervjuer eller uppföljning. Risken för att inte få en representativ andel kunskapsföretag av Large Cap ökar då också, i jämförelse med Mid Cap och Small Cap. Trots att Cedergren och Holmers (2014) har utgått ifrån Mid Cap respektive Small Cap så kommer denna studie enbart inrikta sig på företag som är noterade som Small Cap. Efter att ha undersökt intresset för intervjuer hos företag noterade som Mid Cap, insåg författarna att studiens insamlade empiri från företagen inte kommer motsvara en majoritet av urvalet och valde därför att enbart avgränsa sig till Small Cap. Sortering skedde sedan av de olika sektorerna som nämns på OMX Nasdaq Nordics hemsida och valet av teknologisektorn grundas på att studien ska utgå från kunskapsintensiva företag, vilket teknologisektorn kan tänkas vara. Därefter skedde ytterligare ett urval från teknologisektorn, detta urval bestod av att identifiera, utifrån SCB:s hemsida, vilken näringsgrensindelning företagen hade. Detta för att specificera jämförelsen av avvikelser och gemensamheter hos företag vilka bedriver verksamheter inom samma näringsgrensindelning. Näringsgrenar av intresse för uppsatsen syfte förtydligas nedan.

SNI-nummer	Definition av näringsgren
70220	Konsultverksamhet avseende företags organisation
71110	Arkitektverksamhet
71121	Teknisk konsultverksamhet inom bygg- och anläggningsteknik
71122	Teknisk konsultverksamhet inom industriteknik
71123	Teknisk konsultverksamhet inom elteknik
71124	Teknisk konsultverksamhet inom energi-, miljö- och VVS-teknik
71125	Övrig teknisk konsultverksamhet

Figur 1. Lista över näringsgrenar av intresse för studien.

Efter att ha identifierat vilka näringsgrenar som var av intresse för att besvara studiens syfte användes hemsidan allabolag.se för att undersöka vilken näringsgrensindelning utvalda Small Cap-företag inom teknologisektorn hade. Det slutgiltiga urvalet bestod av fem stycken företag, varav tre stycken företag har valt att delta i denna studie. Branschtillhörigheten är enligt allabolag.se:s bedömning och trots att dessa skiljer sig ifrån varandra har samtliga företag ett SNI-nummer inom det spann som vi valt att utgå ifrån. Det slutgiltiga urvalet kan ses i figuren nedan. Det slutgiltiga urvalet ses i tabellen nedan.

Small Cap-företag	SNI-nummer	Bransch
Företag A	71123 – Teknisk konsultverksamhet inom elteknik	Teknisk konsultverksamhet
Företag B	70220 – Konsultverksamhet avseende företags organisation	Teknisk konsultverksamhet
Företag C	70220 – Konsultverksamhet avseende företags organisation	Juridik, ekonomi och konsulttjänster

Figur 2. Studiens slutliga urval av tre Small Cap-företag.

2.5 Innehållsanalys

Då studien är utav en kvalitativ karaktär kommer författarna att fokusera på de olika perspektiven av kvalitativa innehållsanalyser. För att kunna utnyttja en innehållsanalys vid en kvalitativ forskningsstrategi krävs det att koncentrera sig på språket, vad som står i texten samt den kontextuella betydelsen (Tesch, 1990). Hsieh och Shannon (2005) presenterar sin definition av en innehållsanalys som *”a research method for the subjective interpretation of the content of text data through the systematic classification process of coding and identifying*

themes or patterns". När man diskuterar olika typer av kvalitativ innehållsanalys kan man skilja på: konventionell innehållsanalys, summativ innehållsanalys samt riktad innehållsanalys (Hsieh & Shannon, 2005).

När man använder sig av en konventionell innehållsanalys saknas det kunskap inom det studerade området och istället för att utgå från redan bestämda kategorier bestäms kategorierna utefter vad datan visar (Kondracki & Wellman, 2002). Vid användningen av en summativ innehållsanalys identifieras och kvantifieras vissa ord eller ett visst innehåll i texten för att förstå den kontextuella användningen av det (Hsieh & Shannon, 2005). Den sista typen av kvalitativ innehållsanalys, riktad innehållsanalys, används då teorier eller existerande undersökningar om ett fenomen anses vara ofullständigt (Hsieh & Shannon, 2005). Potter och Levine-Donnerstein (1999) menar att denna typ av innehållsanalys är en deduktiv användning av teorin, vilket Bryman och Bell (2013) förklarar som att empirin grundar sig på teorin, men att teorin sedan kommer anpassas efter studiens resultat. Målet med att använda den riktade innehållsanalysen är att vidareutveckla eller bekräfta ett teoretiskt ramverk samtidigt som denna typ av innehållsanalys kan vara ett stöd för att identifiera viktiga variabler, fastställa ett lämpligt kodningsschema och relationen mellan koderna. Istället för att utgå ifrån vad insamlad data visar utgår man ifrån redan existerande studier och fastställer nyckelkoncept eller variabler i kodningssystem (Potter & Levine-Donnerstein, 1999). Insamlas data genom intervjuer är ett lämpligt upplägg att utgå från öppna frågor för att sedan ställa mer specifika frågor som kan sorteras i det fastställda kodningsschemat (Hsieh & Shannon, 2005). Kodning kan göras utifrån två olika strategier beroende på vad forskningsfrågan är. Ska man studera känslomässiga fenomen kan man först notera de intervjufrågor man tror ger en känslomässig reaktion för att sedan kodifiera det man noterat i första steget och det som inte kan kodifieras får en ny egen kod. I den andra strategin kodifierar man först genom det förutbestämda koderna och det som inte kan kodifieras kommer senare analyseras (Hsieh & Shannon, 2005).

Av dessa tre typer av kvalitativa innehållsanalyser kommer denna studie bygga på en riktad innehållsanalys. Flera studier har redan gjorts om frivilliga personalupplysningar och delvis har liknande teoretiska ramverk använts med olika utgångspunkter och syften. Som den riktade innehållsanalysen också står för, är denna studie en vidareutveckling på Cedergrens och Holmers (2014) studie, vilken denna innehållsanalys även bygger på. Studien kommer därför att bygga på den andra strategin, där en kodifiering sker först och som sedan kommer analyseras. Framtagandet av innehållsanalysen i Cedergrens och Holmers (2014) studie är

gjord utifrån ett kodningsschema, också kallat checklista (se bilaga 1), som bygger på en del tidigare studier och har främst sin grund i Ax och Martons (2008) studie. Deras studie är gjord på svenska företags redovisning av humankapital och syftar till att undersöka sammankopplingen mellan upplysningar om humankapital i årsredovisningen och förvaltningen av humankapital i företagen. Kodningsschemat som studien utgår ifrån, består ursprungligen av 20 stycken parametrar från Ax och Martons (2008) studie, ytterligare fem parametrar har Cedergren och Holmer (2014) lagt till i form av; medarbetarundersökning, allmänt om kompetens, definierad kompetens, kommentar om intäkt per anställd och resultat per anställd. I checklistan förklaras innebörden av varje enskild parameter och för att denna studie ska kunna byggas vidare på Cedergren och Holmer (2014) och visa en rättvis bild, kommer dessa 25 parametrar som indelade i sex olika kategorier att användas (se bilaga 1). Genom att studera varje företags årsredovisning har författarna klassificerat in de frivilliga personupplysningarna under varje parameter i checklistan (se bilaga 2). Användningen av en innehållsanalys har gjorts för att få en helhetsbild av vad och hur mycket varje företag väljer att publicera om frivilliga personalupplysningar och verka som ett hjälpmedel till intervjufrågorna.

2.6 Intervjumetod

Som tidigare nämnts skriver Bryman och Bell (2013) att den kvalitativa forskningsstrategin lägger vikt vid ord istället för siffror och hur människor i den studerande miljön tolkar verkligheten. Detta gör att intervjuer är ett lämpligt sätt för studiens syfte att insamla relevant data och är också det vanligaste sättet i den kvalitativa forskningsstrategin. Empiriinsamlingen har skett genom tre intervjuer, varav en har varit en personlig intervju på företagets kontor i Malmö och två har varit telefonintervjuer. Det är viktigt att ha i åtanke att möjligheten till att avläsa respondentens kroppsspråk och ansiktsuttryck försvinner i samband med telefonintervju. Dock kan författarna fortfarande uppfatta tonläge i samband med intervjun och det har inte heller funnits någon möjlighet till personlig intervju då företagen har haft sina säten i Göteborg respektive Stockholm. I syfte till att inspireras och sortera lämpliga intervjufrågor har författarna i samband med skapandet av intervjufrågorna tagit del av andra studier, vilka också har berört frivilliga personalupplysningar. En av dessa studier har varit Etminans et al. (2004) studie *“Motiv bakom frivilliga personalupplysningar i årsredovisningen – en studie av svenskrelaterade företag inom tillverkningsindustrin”*, vilken har gjort en liknande studie men för de tillverkande företagen och en annan teoretisk referensram. Inför intervjutillfällena har författarna valt att skicka ut intervjufrågorna till

samtliga företag för att ge dessa en uppfattning om intervjuens struktur. Det finns både för- och nackdelar med att låta respondenterna ta del av intervjuunderlaget. Fördelen är att respondenterna har det underlag som krävs för att kunna besvara frågorna och ge ett bra underlag för studien. I samband med att författarna kontaktade potentiella respondenter, upplevde dessa att det fanns en kunskapsbrist hos flera av företagen angående vem som faktiskt ansvarade över utgivandet av frivilliga personalupplysningar. Därför bestämde författarna att skicka ut intervjuunderlaget för att minimera risken för bristfälliga svar. En nackdel hade kunnat vara att mer spontana svar och tankar försvinner när respondenterna kunnat få tillgång till att förbereda sig inför intervjun. För att underbygga intervjufrågorna och minimera risken för utstuderade svar, har författarna valt att komplettera med konkreta frågor baserade på innehållsanalysen, angående redovisningen av frivilliga personalupplysningar från företagens årsredovisningar som respondenterna inte har fått ta del av.

2.6.1 Genomförandet av intervjun

De genomförda intervjuerna har varit av kvalitativ karaktär. Detta motiveras genom att författarna har intresserat sig för respondenternas ståndpunkter och vad denna tycker är viktigt att betona. Ett mål har varit att ge utrymme till respondenten att tala fritt och avvika från intervjufrågorna samt att intervjuerna är av flexibel karaktär. Vid en kvalitativ intervju kan man välja att ha en ostrukturerad eller semistrukturerad intervju. Studiens samtliga intervjuer har haft en semistrukturerad utformning. Bryman och Bell (2013) förklarar att denna utformning utgår ifrån en intervjuguide som berör de teman som författarna vill få besvarade samt beröra, samtidigt som det lämnas utrymme för respondenten att själv formulera sina svar. Checklistan och innehållsanalysen av årsredovisningarna har varit författarnas intervjuguide under intervjuerna för att säkerhetsställa att aktuella teman blir berörda. Intervjuguiden måste nämligen inte vara skriftligt utformad utan kan även bestå av visuella markörer för ett visst tema och verka som en minneslista, vilket checklistan har gjort i denna studie. Intervjuguiden är alltså ett kompletterande underlag och har haft som funktion att ställa mer specifika följdfrågor till de ursprungliga intervjufrågorna, men den har också varit en viktig grund för intervjuunderlaget. För att undvika att intervjuerna skulle bli osammanhängande var det bara en av författarna som ställde intervjufrågorna och följdfrågor utifrån intervjuguiden för att säkerställa att intervjun uppfyllde en röd tråd. Dock närvarade samtliga tre författare vid alla intervjuer och deltog aktivt genom att komplettera med ytterligare frågor för att garantera att empiriinsamlingen blev heltäckande.

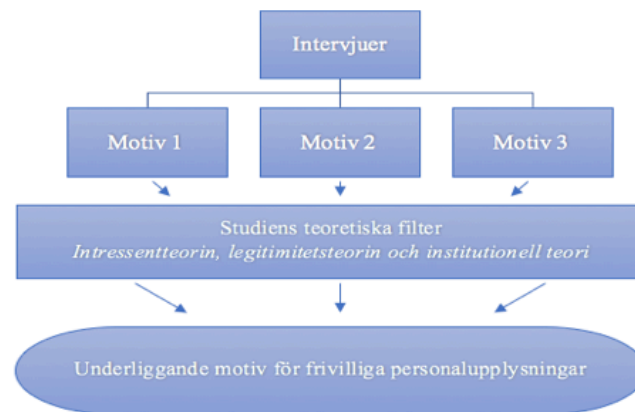
2.6.2 Bearbetning av empirin från intervjun

Samtliga intervjuer spelades in för att sedan transkriberas efter godkännande av respondenterna. Genom transkriberingen kan författarna säkerställa att respondenternas svar inte kan misstolkas och kan i efterhand ta ställning till allt som sagts under intervjun men också kunna reflektera över hur respondenten svarat på frågorna. Trots att transkriberingen är väldigt tidskrävande uppfattar författarna att det har underlättat till att göra en ingående analys samt ett bra hjälpmedel för att kunna göra upprepade genomgångar av respondenternas svar. Något som bör betonas är risken för att transkriberingen kan hämma respondenterna att svara utförligt, då dessa vet att deras svar finns inspelade. Dock har författarna avhjälpt detta problem genom att betona att studiens syfte är att få ett övergripande synsätt istället för ett synsätt på företagsnivå samt att företagsnamnen kommer vara anonyma. När transkriberingen var färdigställd började författarna sammanställa ett sammanfattande empiriavsnitt med grund i varje enskilt företags intervju. Även om studien har till syfte ge ett övergripande perspektiv, istället för företagsspecifikt, har författarna resonerat att en presentation för varje enskild intervju kommer att underlätta för läsaren att se likheter eller skillnader. Dessutom är detta en bra utgångspunkt för att sedan bryta ner empiriinsamlingen i de gemensamma motiv som studien syftar till att finna.

2.7 Analyismetod

Med grund i den teoretiska referensramen är studiens syfte att identifiera vilka motiv som finns till varför företag väljer att redovisa frivilliga personalupplysningar. För att kunna uppnå syftet ska empirin, i form av intervjuer vilket stöds av en kvalitativ innehållsanalys av företagens årsredovisningar, kunna identifiera motiven genom hur företagens nyckelpersoner beskriver val av redovisningen i deras årsredovisning. Därefter ska de teoretiska perspektiven användas för att kunna förklara vilka underliggande motiv som kan tänkas föreligga i förhållande till de motiv företagen beskriver. Det är dessa underliggande motiv som förhoppningsvis på ett mer övergripande plan kan förklara varför företag väljer att redovisa personalupplysningar. Motiv kommer således identifieras i två steg, varav det första identifieras med utgångspunkt i intervjuerna, det andra steget är en identifiering av underliggande motiv efter att den teoretiska referensramen har applicerats. I det första steget kommer det genom intervjuerna identifieras gemensamma och eventuella icke gemensamma motiv utifrån vad företagen explicit säger angående sina redovisningsval. Detta visas i studien

genom en kategorisering i empiriavsnittets sista del. Slutligen kommer det tas en teoretisk ansats i analysavsnittet, för att förklara vilka underliggande motiv som kan tänkas föreligga i förhållande till motiven som identifierats i empiriavsnittet. För att tydligare åskådliggöra för läsaren hur syftet ska besvaras genom analysen så har författarna konstruerat en modell, vilken visar hur processen i analysen kommer att gå till.



Figur 3. Studiens analysmetod.

2.8 Metodkritik

Till skillnad från kvantitativa studier där reliabilitet och validitet anses som viktiga kriterier för studien, har forskare inom den kvalitativa forskningsstrategin ifrågasatt hur viktiga dessa kriterier faktiskt är för den kvalitativa forskningen. Guba och Lincoln (1994) anser att det krävs andra mer specifika kriterier för att kunna bedöma en kvalitativ studies kvalité. Dessa två kriterier är trovärdighet och äkthet, vilka författarna till denna studie har valt att använda i sin metodkritik för att göra den mer specifik för den kvalitativa forskningsstrategin. Inom det ena kriteriet, trovärdighet, finns det fyra stycken delkriterier; tillförlitlighet, överförbarhet, pålitlighet och bekräftelse (Guba & Lincoln, 1994).

2.8.1 Studiens trovärdighet

Det första av dessa delkriterier, tillförlitlighet, innebär huruvida en studie kan generera en acceptans hos andra personer i den sociala omvärlden. För att uppnå detta kriterium är det viktigt att studien uppfyller de krav som finns för utförandet och rapporteringen, vilket kan göras genom respondentvalidering eller triangulering. Respondentvalidering innebär att man låter respondenterna ta del av studien, i syfte att säkerställa att den slutgiltiga empirin

stämmer överens med den information respondenterna gett ut (Bryman & Bell, 2013). Väljer man istället att tillämpa en triangulering innebär det att man använder olika datakällor för att bekräfta att man tolkat informationen rätt (Skärvad & Lundell, 2016). För att bringa tillförlitlighet till studien har författarna använt sig av både respondentvalidering och triangulering. Respondentvalideringen på så sätt att varje respondent har fått ta del av det sammanställda empiriavsnittet för deras intervju och ge sin bekräftelse till underlaget. Triangulering har tillämpats på genom att respondenternas svar utifrån intervjufrågorna har kombinerats med specifika frågor om vissa publiceringar i årsredovisningarna. Genom användningen av trianguleringen har författarna fått respondentens uttalande bekräftat genom publiceringarna i årsredovisningen, och tvärtom.

Det andra delkriteriet, överförbarhet, syftar på huruvida resultatet från studien kan överföras på andra situationer eller på samma situation vid ett senare tillfälle. Guba och Lincoln (1994) anser att beroende på om resultatet är av en djupare förståelse eller bredare beskrivning för en situation, kan man avgöra om resultatet går att applicera i en annan situation. Studien har till viss del en begränsad överförbarhet till andra situationer eller till framtida tillfällen. Det går exempelvis inte att överföra resultatet på en annan bransch, exempelvis tillverkningsbranschen då det kan föreligga andra motiv bakom frivilliga personalupplysningar än i kunskapsbranschen. Dock anser författarna att resultatet kan generaliseras inom kunskapsbranschen, begränsat till studiens urval vilket är de ytterligare två respondenterna som inte kunnat undersökas.

Något som hade kunnat motsvara den kvantitativa forskningens reliabilitet är det tredje delkriteriet, pålitlighet. Genom att ha ett granskande synsätt på den genomförda studien ska författarna kunna garantera att studien är fullständig från början till slut och lämna en åtkomlig redogörelse för forskningsprocessens genomförande (Guba & Lincoln, 1994). Reliabilitet kan delvis försäkras för empiriavsnittet genom att en respondentvalidering skett. Men också genom de flertal handledningsmöten författarna haft. Detta har varit ett hjälpmedel för uppsatsskrivandet för att undvika tunnelseende och istället få ytterligare ett synsätt på hur författarna ska lyckas besvara studiens syfte och för vad som är aktuellt för detta.

Det sista delkriteriet för att uppnå trovärdighet för studien är att kunna ge den bekräftelse och styrka dess resultat. För att ge studien bekräftelse ska författarna, trots svårigheter att agera objektivt, försöka att garantera att studien har genomförts i god tro. Innebörden av detta är att

författarna ska ha frångått sina personliga värderingar och inte påverkat fortlöpandet av studien (Guba & Lincoln, 1994). Författarna har i tidigare studier studerat huruvida vissa företagsspecifika egenskaper påverkar graden av frivilliga upplysningar i årsredovisningarna generellt. Dock har författarna inte haft någon tidigare uppfattning om frivilliga personalupplysningar och inte heller vilka bakomliggande motiv som kan tänkas föreligga. Därav har författarna i utgångsläget haft ett objektiva synsätt på det studerade ämnet. I samband med studiens första stadie, undersökning av tidigare forskning, går det dock inte att frångå det faktum att författarna påverkats av tidigare forskares slutsatser. Detta har avhjälpes genom att författarna gjort ett utstuderat förarbete av intervjufrågorna för att undvika att dessa blir ledande. Något som också styrker författarnas objektivitet är att författarna i utgångsläget presenterade fler och andra teorier i den teoretiska referensramen än vad den slutgiltiga teoretiska referensramen innehåller. Till en början utgick författarna ifrån en förutbestämd teoretisk referensram, som efter empirinsamlingen anpassades och även utvecklades efter vilka motiv författarna kunnat identifiera, vilket också går i linje med den deduktiva forskningsansatsen. På så sätt kan vi styrka att den subjektivitet som kan tänkas föreligga har eliminerats i samband med empirinsamlingen.

2.8.2 Studiens äkthet

Inom en studies äkthet uppmärksammas ett antal kriterier, ett av dessa är huruvida studien ger en rättvis bild av verkligheten. Detta bedöms utifrån om det kan dras slutsatser om den situation, åsikter eller uppfattningar som studerats (Bryman & Bell, 2013). Det vill säga om intervjupersonernas uppfattning och åsikter kan användas som slutsatser för företagets motiv bakom frivilliga upplysningar. I det stadie då författarna försökte finna lämpliga respondenter lades det särskilt vikt på att det krävdes en person från respektive företag som har en ansvarsroll för vad som publiceras i årsredovisningarna. Vid kontakt med potentiella respondenter blev författarna hänvisade till HR-ansvarig istället för ekonomiansvarig då denne hade tidsbrist för att medverka i intervjun. Istället för att använda dessa potentiella respondenterna valde författarna att tacka nej till intervju för att inte brista i studiens äkthet. Anledningen till varför författarna anser att det krävs respondenter med stor kunskap om företagets frivilliga personalupplysningar var inte enbart för att den enskilde respondentens åsikter skulle vara trovärdiga, utan också för att det krävs någon med kompetens om frivilliga personalupplysningar i den aktuella företagsbranschen för att dennes ord ska spegla företagets tolkningar och åsikter. Detta gör att risken för att motivens äkthet i kunskapsbranschen inte

skulle spegla urvalet minskar. Gällande motivens äkthet kan kritik riktas mot att intervjuerna enbart baseras på tre företag istället för fler och möjligheten att dra generella slutsatser för hela branschen, oavsett företagsstorlek, kan ifrågasättas. Dock har studien fortfarande en majoritet av det urval som studien avser och författarna anser därför att äktheten för slutsatserna fortfarande kan tillämpas för kunskapsföretag som är noterade som Small Cap inom teknologisektorn.

2.9 Källkritik

För att underbygga studiens trovärdighet och äkthet krävs det att författarna håller ett kritiskt förhållningssätt till använd primär- och sekundärdata. I samband med intervjuerna och utformningen av empirin har författarna haft i åtanke att respondenterna representerar företaget och därför kanske inte delar med sig av all information och underliggande anledningar till varför de frivilliga personalupplysningarna finns med. Då studiens syfte är att ur ett mer övergripande perspektiv identifiera kunskapsföretags underliggande motiv för frivillig redovisning av humankapital har författarna valt att låta företagen vara anonyma. Författarna har även betonat att det sker ur ett mer övergripande perspektiv för respondenterna, i förhoppning att detta ska få respondenterna att vilja dela med sig mer av sina tankar än om det hade varit en företagsspecifik studie då rädslan finns för att utelämma för mycket information om sin verksamhet. I samband med användningen av sekundärdata, vilket i det här fallet är företagens årsredovisningar, är det viktigt att ha i åtanke att det finns underliggande motiv till varför företagen väljer att publicera denna information. Studien syftar till att förstå just dessa motiv. Det betyder dock inte företagen faktiskt vidtar de åtgärder som beskrivs i deras årsredovisningar, men eftersom studiens syfte är att undersöka motiven till varför man väljer att redovisa de frivilliga personalupplysningarna så faller det inte inom studiens syfte att avgöra huruvida företagen uppfyller de faktiska handlingarna som de presenterar i årsredovisningen.

3. Referensram

Den valda referensramen presenteras i studiens tredje kapitel. Inledningsvis presenteras definitionen av intellektuellt kapital och humankapital. För att underbygga för det som innefattar de frivilliga personalupplysningar presenteras den tvingande lagstiftningen för personalupplysningar i den finansiella rapporteringen. Därefter redogörs innebörden av frivillig information gällande humankapital och tidigare studiers motiv till varför man ger ut frivilliga personalupplysningar. Slutligen presenteras studiens teoretiska referensram bestående av; intressentteorin, legitimitetsteorin och institutionell teori. Dessa ligger till grund för analysmodellen.

3.1 Det intellektuella kapitalet – humankapital

Det intellektuella kapitalet delas in i tre olika kategorier; organisationsresurser, relationsresurser och mänskliga resurser. Organisationsresurser innefattar uppbyggnad av tillgångar i form av rykte och företagskultur på marknaden. Till organisationens kapital räknas system och processer vid uppbyggande och utveckling av en organisation. Relationsresurs innefattar ett företags kontakt med aktörer i den externa och den interna omgivningen, i form av leverantörer, kunder, anställda och ägare. Den mänskliga resursen, även kallat humankapital, innebär kompetens, motivation och innovationsförmåga som anställda besitter inom en viss verksamhet. Det intellektuella kapitalet omfattar därmed delvis ryktet på marknaden, relationer som ett företag har med sina intressenter och kunskapen inom organisationen. Humankapitalet kan separeras från organisationsresurserna samt relationsresurserna i det intellektuella kapitalet. De huvudsakliga dimensionerna inom just humankapital är; kompetens, attityd och anpassningsförmåga. I samband med att företaget genererar lösningar för unika problem till sina kunder blir humankapitalet ett värdeskapande verktyg. Värdeskapandet kan uppnås genom individuell förmåga, skicklighet och erfarenhet. Detta återspeglas delvis i hur den anställde utarbetar lösningen samt genom vilken metod som används för att uppnå lösningen. Ledningen och personalen måste ständigt utveckla och skapa ny kunskap för att vara konkurrenskraftig och kunna anpassa sig till en föränderlig omvärld. För att värdet av ett kunskapsföretags humankapital ska öka kan företagen uppmuntra medarbetarna till kreativitet för att generera nya idéer till verksamheten (Roos et al., 2006).

Det finns fler beskrivningar av det intellektuella kapitalet, varav en görs av Edvinsson och Malone (1998). De anser att det intellektuella kapitalet är uppdelat i två delar, strukturkapital

och humankapital. Strukturkapitalet innebär, bland annat, investeringar eller leverantörskanaler vilka byggs upp utifrån humankapitalet. Uppbyggnaden sker genom kunskap och erfarenhet som inkluderas i humankapitalet och genererar i sin tur strukturkapital. Dock är det en stor skillnad mellan humankapitalet och strukturkapitalet. Exempelvis består strukturkapitalet av investeringar vilket kan ägas och mer fysiskt tillhandahållas, medan humankapitalet, som tidigare nämnts, inte kan kontrolleras. Det intellektuella kapitalet kan inte tas upp i balansräkningen utifrån finansiella siffror, utan det skapar ett framtida värde som måste framföras på ett annat sätt (Edvinsson & Malone, 1998).

Med bakgrund av presenterade definitioner av det intellektuella kapitalet definierar författarna humankapital som den mänskliga resursen i ett företag, i linje med Roos et al. (2006) tredje kategorisering. Denna definition motiveras då författarna, i samband med empiriinsamlingen, åsyftar att undersöka hur kunskapsföretagen motiverar valen av frivilliga personalupplysningar vad det gäller kompetens, motivation och innovationsförmåga. Författarna definierar även det intellektuella kapitalet i enlighet med Edvinssons och Malones (1998) definition av humankapital, vilket baseras på att idén om att undersöka frivilliga personalupplysningar grundar sig på intresset att förstå vilken typ av framtida värde som upplysningarna kan ge snarare än att enbart presentera den tvingande lagstiftningen.

3.2 Den finansiella rapporteringen om företags humankapital

3.2.1 Tvingande lagstiftning för humankapital

Även om svenska företag har stort utrymme för att anpassa sin redovisning och utförandet av personalupplysningar, finns det fortfarande en tvingande lagstiftning som skall följas. Dessa upplysningskrav om personalen är reglerade ÅRL (Artsberg, 2005). I 6 kap. 1 § 1st. BFL (1999:1078) återges det att ÅRL är tillämplig på bland annat företag som tillhör aktiebolag, ekonomiska föreningar, handelsbolag med en eller flera juridiska personer som delägare. Det framgår dock i 1 kap. 2 § 1st. ÅRL (1995:1554) att lagen inte tillämpas på försäkringsföretag om det inte är specifikt föreskrivet. Det är viktigt att ha förståelse för definitionen av ett stort respektive litet företag, då storlek påverkar graden av antalet upplysningskrav som erläggs. Definitionen förklaras i 1 kap. 3 § 1st. 4p. ÅRL (1995:1554) vilken föreskriver att ett större företag är ett företag vars värdepapper är upptagna för handel på en reglerad marknad eller en motsvarande marknad utanför Europeiska ekonomiska samarbetsrådet. Ett företag kan också

klassificeras som stort om mer än ett av följande villkor är uppfyllda under vart och ett av de senaste två räkenskapsåren; medelantalet anställda ska ha varit mer än 50 stycken, den redovisade balansomslutning har varit mer än 40 miljoner kronor, den redovisade nettoomsättningen har varit mer än 80 miljoner kronor. Definitionen av ett litet företag är beskrivet i 1 kap. 3 § 1st. 5p. ÅRL (1995:1554) som motsatsen till ett större företag. Nedan följer de mest betydande paragraferna för att uppfylla studiens syfte.

5 kap 37 § ÅRL (1995:1554) föreskriver att större företag ska lämna upplysningar om andelen män och kvinnor av det medelantalet anställda under räkenskapsåret, upplysningar om medelantalet anställda samt fördelning mellan män och kvinnor i varje land där företaget har anställda.

5 kap 38 § ÅRL (1995:1554) föreskriver att större företag ska upplysa om fördelningen mellan kvinnor och män bland styrelseledamöter, verkställande direktör samt övriga anställda i företagsledningen i årsredovisningen. Redovisningen ska ske var för sig vad det gäller styrelseledamöter och övriga befattningshavare. Upplysningarna ska representera förhållandena på balansdagen.

5 kap 39 § ÅRL (1995:1554) föreskriver att storleken på personalkostnaderna hos större företag ska finnas med i årsredovisningen vad det gäller löner och andra ersättningar samt sociala kostnader med en särskild uppgift gällande pensionskostnaderna.

5 kap 40 § ÅRL (1995:1554) föreskriver att större företag ska lämna upplysningar för det sammanlagda lönebeloppet för räkenskapsåret, samt de sammanlagda ersättningarna för styrelseledamöter, verkställande direktör och dess motsvarande befattningshavare. Utöver dessa ska likadana upplysningar lämnas för de övriga anställda. Paragrafens andra stycke förtydligar att om det skett jämförbar ersättning till styrelseledamöterna och den verkställande direktören eller dess motsvarande befattningshavare så ska detta särskilt anges i upplysningarna. Paragrafens tredje stycke föreskriver att i publika aktieföretag ska upplysningar för samtliga personer i bolagets ledning lämnas som det sammanlagda lönebeloppet samt andra ersättningar lämnas för styrelseledamöter, verkställande direktör eller motsvarande befattningshavare. Antalet personer i varje grupp ska även anges.

5 kap 41 § ÅRL (1995:1554) föreskriver att större företag ska lämna upplysningar för räkenskapsårets kostnader och förpliktelser som avser pensioner och liknande förmåner till styrelseledamöter, verkställande direktör och dess motsvarande befattningshavare. Skulle företaget vara publikt bolag så krävs det även att företaget lämnar dessa upplysningar om andra personer i bolagets ledning och även anger antalet personer. I det publika bolaget ska även upplysningar om löner och ersättningar till styrelseledamöter och företagets verkställande direktör anges för var och en.

5 kap 42 § ÅRL (1995:1554) föreskriver att kraven i 40 och 41 §§ ÅRL även gäller för tidigare styrelseledamöter och verkställande direktörer.

5 kap 43 § ÅRL (1995:1554) föreskriver att lagen likställer styrelsesuppleant med styrelseledamot och vice verkställande direktör med verkställande direktör.

5 kap 44 § ÅRL (1995:1554) föreskriver att om större företag träffat avtal om avgångsvederlag eller liknande till styrelseledamot, verkställande direktör eller annan person i ledningen så ska upplysningar om detta lämnas. Upplysningen ska innehålla avtalet och de mest viktiga villkoren.

3.2.2 Frivilliga upplysningar för humankapital

Redovisning kan idag ses som ett informationssystem med avsikt att kommunicera ut information till olika mottagare. Valet av redovisning bestäms utifrån hur relevant informationen är för mottagarna då informationen ska vara användbar och förståelig. Utöver de lagstiftade upplysningarna som finns i årsredovisningen har företag frivilligt utvecklat ytterligare upplysningar som läggs till i redovisningen. Här är det viktigt att vara medveten om att de frivilliga upplysningarna kan delas upp i två delar, de upplysningar som ett företag självmant lämnar ut och de upplysningar som inte lämnas ut i den finansiella rapporteringen. Några vanliga områden där ytterligare upplysningar presenteras är; personal, kunder, leverantörer, finansiärer, processer, lokalisering och innovationer. Frivilliga upplysningar om personal har de senaste åren utvecklats enormt och en allt fler företag ger ut upplysningar utöver den lagstiftade. Detta kan bero på att externa aktieägare vill veta hur den framtida vinsten kommer utvecklas, långivare vill kunna bedöma kreditrisken och därmed verksamhetens stabilitet. För anställda är det även viktigt att känna trygghet på arbetsplatsen och att veta att deras arbetsplats är bra i förhållande till konkurrenterna. Humankapitalet i

årsredovisningen ska återspegla ovanstående aspekter, vilket endast kan göras genom att ge ut frivilliga personuppgifter. Det finns därmed några nyckelfaktorer som vanligtvis förekommer i årsredovisningar: antalet utbildningsdagar för personalen, personalomsättning i procenttal, åldersfördelning av personalen, genomsnittligt antal år i yrket, andel av personalen i olika utbildningsnivåer och effektivitetstal när det gäller omsättning per anställd och vinst per anställd (Artsberg, 2005).

Utbildningsnivån för personer som direkt genererar intäkter redovisas oftast för att bevisa företagets framgång och vid jämförelse med andra företag. Utbildningsnivån används också allmänt för att beskriva de anställdas förmåga att generera bra produkter. Enligt Sveiby et al. (1989) kan det även vara nödvändigt med en klassificering inom olika områden av kompetens. Till exempel i ett konsultbolag inom teknik finns det en samlad kompetens som fördelas ut på olika områden, detta kan exempelvis vara fysisk kommunikation eller industriell anläggningsteknik. Antalet år en anställd har medverkat inom en viss verksamhet kan ses som ett mått på erfarenhet och kompetens, både individkapital totalt och individkapital per person. Därmed kan företag lyfta fram mer eller mindre kunskap inom olika områden och ge ut den information som är av mest värde (Artsberg, 2005).

Återkommande frivilliga uppgifter om humankapital i form av löpande text i årsredovisningar är; beskrivningar om företagets kultur, teknisk framgång och prognoser för framtiden. Det kan handla om hur de anställda trivs på sin arbetsplats och hur de utvecklas inom verksamheten. Intervjuer kan också förekomma som ett enskilt avsnitt i den finansiella rapporten, denna kan då innefatta en beskrivning av styrelsen, medarbetarna och olika samarbetsavtal med leverantörer och kunder. Som tidigare nämnts förekommer det tvingande uppgifter som måste ges ut i den finansiella rapporteringen, därutöver är det intressant att se vilka uppgifter som företag väljer att även inkludera utöver den tvingande lagstiftningen. Vanligtvis vill företag förmedla mer information för att ge en så bra helhetsbild av hela organisationen som möjligt, vilket inte alltid täcks av den tvingande lagstiftningen. (Healy, P.M., Palepu, K.G., 2001; Arvidsson, 2011).

3.3 Motiv till frivillig redovisning av personalupplysningar

En tidigare studie av Etminan et al. (2004) har undersökt vilka motiv som ligger bakom svenska tillverkningsföretags val att redovisa frivilliga upplysningar om humankapital. Etminan et al. (2004) konstaterade i sin studie att företag ser det som något positivt att ge ut upplysningar externt som är en del av de redan upparbetade upplysningarna internt, som inte anses vara tvingande upplysningar. Dels för att de redan har informationen tillhanda och dels för att externa aktörer ska få ytterligare information om organisationen. Fördelarna och därmed motiven till att ge ut information om humankapital uppger de i sin undersökning handlar om att uppnå legitimitet, få en transparens i redovisningen och visa en god sida utåt i samhället. Studien belyser att media och PR är en förmedlare av information och via denna kanal genereras information som är till nytta för intressenterna (Etminan et al., 2004). Algotsson och Engdahl (2004) har gjort en studie av fyra svenska storbankers motiv och överväganden till att lämna ut upplysningar om sin personal i årsredovisningarna. Studien visar att det finns en tydlig kombination mellan omvärldens behov och det interna arbetet som företagen kräver för att visa upp hur de arbetar med sin personal. I studien konstaterades att överväganden till att ge ut upplysningar om personal inte endast är till för externa aktörer. Utan också för att gynna den befintliga personalen och ständigt utveckla deras behov. Utöver de huvudsakliga motiven nämndes även att det fanns vissa incitament att ge ut frivilliga personalupplysningar på grund av trender i omvärlden samt ett försök att bli mer konkurrenskraftig (Algotsson & Engdahl, 2004).

Ovan studier har till viss del berört samma område som denna studie ämnar att belysa. Dessa har belyst både interna och externa faktorer som påverkar varför företagen redovisar frivilliga personalupplysningar. Bland annat tillgänglighet av informationen internt, PR-aspekter och legitimitet. I denna studie tas ett tydligare fokus på uteslutande kunskapsföretag. Förhoppningen är också att förklara motiven utifrån en ännu tydligare teoretisk utgångspunkt än studierna ovan. Den teoretiska utgångspunkten bottnar i legitimitetsteori, intressentteori och institutionell teori och redogörs för i nästa kapitel.

3.4 Teoretisk utgångspunkt

3.4.1 Legitimitetsteorin

Företag vill försäkra sin omvärld att de är en god aktör för samhället och arbetar i enlighet med samhällets normer, något som bidrar till legitimitetsskapande. Legitimitetsteorin utgår

ifrån ”sociala kontrakt” mellan samhället och företaget, där samhällets förväntningar på företaget ska stämma överens med företagets uppfattning om vad samhället efterfrågar och inte enbart på vad investerarna efterfrågar. Shocker och Sethi (1974) presenterar en god överblick av det sociala kontraktet och förklarar att varje social institution arbetar genom ett socialt kontrakt till samhället, vilket antingen är uttalat eller underförstått. För att överleva och vara vinstdrivande krävs det utifrån förklaringen att företag ska leverera något önskvärt för samhället och fördela ekonomiska, sociala eller politiska fördelar till makthavande grupper. Detta är inte ett givet kontrakt, utan förändras i takt med samhällsutvecklingen och dess trender och efterfrågan. Detta betyder att samhällets förväntningar har en stor inverkan på vad företaget bör göra för att skapa legitimitet (Deegan & Uneman, 2011). Då det är samhällets uppfattning av företaget som väger tungt är användningen av frivilliga upplysningar ett bra redskap för att påverka denna (Deegan & Unerman, 2011). Suchman (1995) menar därför att legitimitet inte är ett abstrakt mått när det baseras på samhällets uppfattningar utan kan rankas mellan hög till låg legitimitet. O’Donovan (2002) klassificerar legitimitet som en resurs som krävs för att kunna överleva på marknaden, vilken kan manipuleras i jämförelse med andra resurser i ett företag. Vidare är denna resurs ingenting företag kan införskaffa utan är något som måste förtjänas genom att besvara på samhällets förväntningar.

Lindblom (1993) nämner, som flera andra forskare, legitimitetsgapet. Detta skapas i samband med att det finns en skillnad mellan den förväntade prestationen och faktisk prestationen av företagen. Legitimitetsgapet kan uppkomma i samband med att samhällets förväntningar förändras utan att företaget förändras med dessa (Sethi, 1977). Trots att företagen förändras i takt med samhället kan legitimiteten hotas om man inte upplyser samhället om det. Förändringar ska förmedlas utåt istället för att ske i det tysta (Deegan & Unerman, 2011). Legitimitetsgapet kan även uppkomma när okänd information om företaget blir känt för allmänheten, genom exempelvis kritiserande nyhetsmedia, vilket skadar företaget (Sethi, 1977). Suchman (1995) och O’Donovan (2002) menar att företags legitimitetsstrategier antingen ska stärka, bibehålla eller reparera företagets legitimitet. Att bibehålla legitimitet kan göras genom att förutse framtida förändringar och skydda redan utförda prestationer, medan tillvägagångssättet för att stärka och reparera är snarlika. För att stärka sin legitimitet ska företag proaktivt engagera sig i aktiviteter för att bli accepterade och för att reparera ska företag reagera och besvara eventuella kriser (Suchman, 1995). Dowling och Pfeffers (1975) och Lindblom (1993) menar att frivilliga upplysningar som ges i exempelvis årsredovisningar

kan användas av företag som legitimitetsstrategi för att antingen stärka, bibehålla eller reparera företags legitimitet.

Legitimitetsteorin behandlar således flera olika sätt hur samhällets förväntningar på företaget påverkar hur företaget bör agera för att skapa legitimitet. Det finns alltså ett socialt kontrakt innehållande vissa krav på hur företagen ska agera för att skapa och upprätthålla någon form av legitimitet gentemot samhället som helhet. Teorin berör dock inte hur kraven ser ut från enskilda intressenter, detta berörs istället inom intressentteorin.

3.4.2 Intressentteorin

Gray et al. (1995) konstaterar att intressentteorin och legitimitetsteorin bör ses som två överlappande perspektiv inom ramen för antaganden om den politiska ekonomin. Legitimitetsteorin fokuserar i stort på samhällets förväntningar på företaget, medan intressentteorin har en mer specifik infallsvinkel genom fokus på bestämda intressentgrupper i samhället, då olika intressentgrupper har olika förväntningar på företagen (Deegan & Unerman, 2002). Tillsammans ska teorierna kunna tolka och förklara olika faktorer med olika infallsvinklar på varför företag väljer att lämna frivilliga upplysningar om sitt sociala ställningstagande (Gray et al., 1995).

För att förstå denna teori krävs det att förstå hur en intressent definieras. Freeman och Reed (1983) definierar den som en grupp eller individ som kan urskiljas från andra vilka eller vilken kan påverka eller bli påverkad av ett företags prestationer eller mål. Intressentteorin kan sägas ha två perspektiv – ett normativt och ett positivt perspektiv. Ett resonemang utifrån det normativa perspektivet innebär att intressenternas makt är irrelevant och att varje intressent bör behandlas likvärdigt av företagen. Istället för att intressentens ekonomiska makt över organisationen ska påverka organisationens val av sociala ansvar, bör istället företagets ansvar grunda sig i vad som berör intressentens livserfarenhet (Deegan & Unerman, 2011). Hasnas (1998) konstaterar att företaget inte ska existera och arbeta för att endast öka aktieägarnas avkastning utan istället koordinera samtliga intressenters intressen och skapa en förtroenderelation till dessa. Uppstår det en eventuell intressekonflikt ska man enligt den normativa intressentteorin arbeta för att uppnå en optimal balans mellan de olika intressenterna.

Det positiva perspektivets resonemang utgår ifrån att företag tenderar att fokusera på att uppfylla mer maktinflytande intressenters förväntningar framför andra intressenters förväntningar. Gray et al. (1996) resonerar att detta perspektiv är mer organisationscentrerad och avgörande för hur stor ansträngning företaget ska lägga på relationen till sin intressent beror på hur viktig intressenten är för företaget. Ett verktyg för att öka stödet för företaget är att lämna upplysningar till sina intressenter av betydelse. Ullman (1985) resonerar att ju mer kontroll en intressent har över ett företags resurser desto större makt har denna intressent över företaget, detta kan vara makt över begränsade resurser eller arbetskraft. Mitchell et al. (1997) anser att en intressents makt förhåller sig till två andra attribut hos intressenten, legitimitet och behov. Graden av makt avgörs av förmågan att påverka, graden legitimiteten bestäms utifrån huruvida intressentens krav överensstämmer med övriga intressentgrupper i samhället och intressentens behov beror på i vilken utsträckning det kräver företagets direkta uppmärksamhet.

Likt legitimitetsteorin spelar intressentgruppernas förväntningar roll för vilka upplysningar som lämnas av företagen och viktigast är upplysningarna som tillfredsställer de mest maktinflytande intressenterna (Bailey et al., 2000; Buhr, 2002). Roberts (1992) menar att företag kan ha som strategi att genomföra olika företagssociala aktiviteter och upplysa samhället om dessa aktiviteter, vilket är ett hjälpmedel för att upprätthålla och utveckla sina relationer till olika intressenter. Vidare menar Roberts (1992) att graden av makt hos intressenterna samt deras informationsbehov kan förklara vilken mängd av företagssociala upplysningar som lämnas av företagen. Det finns inga bestämmelser om vad upplysningarna ska innehålla mer än att den information som tillhandahålls, utöver årsredovisningarna, ska vara användbar för verksamheten framöver (Deegan & Unerman, 2011).

Trots att legitimitetsteori och intressentteori är överlappande finns det således ett väldigt tydligt fokus på hur enskilda intressenter inverkar på företagets redovisningsval. En faktor som makt hos en intressent kan här vara något som påverkar hur företaget väljer att redovisa. Makt innebär inflytande och därför kan redovisningen färgas av starka intressenters behov. Utöver legitimitetsteori och intressentteori så finns det ett tredje och även det ett överlappande perspektiv bland de teoretiska utgångspunkterna – institutionell teori.

3.4.3 Institutionell teori

Institutionell teori försöker förklara varför och hur organisationer, till följd av institutionella påtryckningar, börjar likna varandra mer och mer gällande hur deras verksamheter bedrivs (Deegan & Unerman 2011). Ursprungligen härstammar institutionell teori från organisationsteori men används även flitigt inom ramen för redovisningsteori. Deegan och Unerman (2011) lyfter fram att institutionell teori är relevant vid analys av företags användning av frivilliga upplysningar. Författarna menar att den institutionella teorin kompletterar legitimitetsteori och intressentteori vid analys av hur företagen reagerar på förändrade sociala och institutionella påtryckningar och krav. Institutionell teori kan delas upp i två dimensioner – ”Isomorphism” och ”decoupling”. I denna uppsats kommer endast ”Isomorphism” vara en del av den teoretiska referensramen. Här översätts detta till isomorfism (isomorphism).

3.4.5.1 Isomorfism

Isomorfism kan definieras som en begränsningsprocess som tvingar en enhet av en population att efterlikna andra enheter som möter samma typ av miljömässiga förhållande (DiMaggio & Powell, 1983). Företag som inte anpassar sin verksamhetsstruktur eller processer till vad andra gör riskerar enligt Deegan och Unerman (2011) att möta kritik då de inte följer mallen. Gällande isomorfism förtydligar Carpenter och Feroz (2001) att processen innebär att organisationer i slutändan blir mer och mer homogena. DiMaggio och Powell (1983) identifierar tre olika isomorfismiska processer – ”coercive”, ”mimetic” och ”normative” isomorphism. Dessa översätts här till tvingande (coercive), mimetisk (mimetic) och normativ (normative) isomorfism.

3.4.5.2 Tvingande isomorfism

DiMaggio och Powell (1983) förklarar att tvingande isomorfism är resultatet av informella och formella påtryckningar på en organisation av andra organisationer vilka har en maktposition. Denna maktposition beror på en beroendeställning och författarna menar att desto större beroende ”Organisation A” har av ”Organisation B” desto mer kommer ”Organisation A” förändras till att likna ”Organisation B”. Organisationen med förhållandevis stor makt, i vårt fall ”Organisation B” kan till exempel vara en intressent. Deegan och Unerman (2011) menar att gällande frivilliga upplysningar kan homogenitet här skapas då intressenten kan vara i en maktposition gentemot många organisationer. På så sätt kommer

dessa organisationer i slutändan implementera liknande tillvägagångssätt och konformitet i rapportering av frivilliga upplysningar uppstår. Sammanfattningsvis kan alltså tvingande isomorfism i fallet frivilliga upplysningar beskrivas som processen där en intressent i maktposition får flertalet organisationer i beroendeställning att implementera liknande tillvägagångssätt vid redovisningen.

3.4.5.3 Mimetisk isomorfism

Denna isomorfistiska process innebär att homogenitet skapas genom att organisationer försöker efterlikna varandra, ofta på grund av konkurrens eller legitimitetsskäl (Deegan & Unerman, 2011). Homogeniteten skapas alltså inte här till följd av att en stark intressent sätter samma krav på flera organisationer som är fallet med tvingande isomorfism. DiMaggio och Powell (1983) menar att det som uppmuntrar organisationer att efterlikna andra ofta är osäkerhet. Osäkerhet kan enligt DiMaggio och Powell (1983) här vara gällande sambandet mellan mål och medel. Något annat som kan bidra till osäkerhet är motstridiga mål. Större osäkerhet leder här till att organisationer i större utsträckning också väljer att ta efter organisationer som de anser är lyckosamma inom sektorn. Unerman och Bennett (2014) menar att anledningen till efterliknandet är att organisationer som inte väljer att efterlikna organisationer i samma sektor riskerar att tappa legitimitet i förhållande till dessa. Unerman och Bennett (2014) menar dock att anledningen till att en organisation börjar implementera något, som för sektorn är ett nytt tillvägagångssätt, grundar sig i konkurrensskäl. En organisation skulle inte börja implementera något nytt tillvägagångssätt för sektorn om det inte skulle vara så att de tror att det efterfrågas av viktiga intressenter. Det finns alltså här en koppling till påtryckningar från viktiga intressenter i enlighet med processen som förklaras genom tvingande isomorfism. Finns inte påtryckningar från viktiga intressenter skulle alltså en organisation inte implementera något nytt tillvägagångssätt för sektorn för att skapa en konkurrensfördel. Till följd av detta skulle andra organisationer inom sektorn inte heller efterlikna detta tillvägagångssätt för att behålla eller ytterligare öka sin legitimitet. Unerman och Bennet (2004) menar alltså med detta att det finns en koppling mellan tvingande isomorfism och mimetisk isomorfism.

3.4.5.4 Normativ isomorfism

Den sista isomorfistiska processen är normativ isomorfism. Denna process skapar homogenitet genom att normer i en grupp fungerar som en påtryckning att agera på ett visst

sätt (Deegan & Unerman 2011). Är man en del av gruppen så förväntas man också agera i enlighet med gruppens normer. Enligt DiMaggio och Powell (1983) kommer större vikt vid akademiska erfarenheter vid tillsättning av chefer och personal leda till högre grad av normativ isomorfism. Detsamma gäller om chefer inom organisationer som i högre grad är en del av handelssamarbete och professionella förbund. Anledningen till detta är att specifika grupper med individer som fått specifik träning tenderar att agera liknande, i annat fall agerar de inte inom gruppens normer (Deegan & Unerman 2011).

Med bakgrund av ovan nämnda isomorfistiska processer kan det framhållas att processerna inte nödvändigtvis gör organisationerna mer effektiva. Homogeniteten kan dock ha vissa fördelar, till exempel ur legitimitetssynpunkt, jämfört med att inte anpassa sig. Även om tre olika typer av isomorfistiska processer redogjorts, kan det konstateras att dessa kan vara svåra att särskilja och till och med vara verksamma samtidigt (Deegan & Unerman 2011). Överlappningen med legitimitetsteori och intressentteori är även denna tydlig. I nästa delkapitel redogörs för hur författarna tänkt använda valda teoretiska perspektiv.

3.5 Analysmodell

Analysen kommer att grundas på de tre valda teorierna; legitimitetsteorin, intressentteorin och institutionell teori. Dessa kommer att vara utgångspunkten för att analysera vilka motiv och hur företagen ser på utgivningen av frivilliga personalupplysningar i den finansiella rapporteringen. Intervjuerna är utgångspunkten för att få fram vilka motiv företagen bedömer ligga bakom utgivandet av frivilliga personalupplysningar i sin finansiella rapportering. När motiven identifierats utifrån intervjuerna kommer den teoretiska utgångspunkten ligga till grund för att förklara varför företagens motiv anses ligga till grund för utgivandet av de frivilliga personalupplysningarna. Hela den teoretiska referensramen har på något sätt ett perspektiv utifrån legitimitetsteorin och är på så vis legitimitetsskapande, men alla tre teorier har olika infallsvinklar och fokusområden. De tre utvalda teorierna i denna studie hänger på så vis ihop och är en bra utgångspunkt för att dra paralleller inom branschen och motiven.

Legitimitetsteorin är en förklaring till att företag väljer att ta till en del åtgärder för att uppnå legitimitet ur samhällets synvinkel, i det här fallet kan skapande av legitimitet användas i form av frivilliga personalupplysningar. Företagens motiv kommer sättas i relation till dessa faktorer, legitimitet, intressenter, konkurrenter, om de har en inverkan på utgivandet av

frivilliga personalupplysningar. Företagens motiv som identifierats i tidigare studier, (se avsnitt 3.3), har framförallt varit att nå investerare och uppvisa en bra sida av företaget, vilka har en stark anslutning till legitimitetsteorin och intressentteorin. Ytterligare en faktor till utgivande av frivilliga personalupplysningar är att företag vill bli mer konkurrenskraftig på marknaden, vilket kan kopplas till den institutionella teorin. Studiens analys kommer ske från materialet i empirin och utifrån den teoretiska referensramen. De identifierade motiven utifrån studiens intervjuer kommer kopplas till en eller flera teorier inom den teoretiska utgångspunkten

4. Empiri

I detta kapitel kommer författarna att redogöra i ett samlat avsnitt för varje enskilt företag för de frivilliga personalupplysningar som dessa identifierat i företagens årsredovisningar samt en redogörelse av empiriinsamlingen från intervjun. Slutligen, för att konkretisera vad som identifierats, kommer författarna presentera en kategorisering av den insamlade empirin som fastställer de tre viktigaste motiven för frivilliga personalupplysningar bland de studerande företagen.

4.1 Företag A

4.1.1 Personalupplysningar i företag A:s årsredovisning

Det framgår tydligt i företag A:s årsredovisning att företaget ser sin personal som en viktig grund för en framgångsrik verksamhet. I årsredovisningen återfinns bland annat ett avsnitt där företaget beskriver sin företagskultur som skandinavisk och där det ska finnas en möjlighet för varje anställd att kunna tala fritt och att transparens ska förekomma mellan varje anställd oavsett position. Grunden till att uppnå höga prestationer beskrivs som den anställdes möjlighet att själv kunna utöva inflytande på sitt arbetsinnehåll i en inspirerande miljö och ta stort ansvar för arbetsuppgifterna. Något som också bidrar till höga prestationer är den anställdes möjlighet att leva sunt och därför erbjuds varje anställd både friskvårdsbidrag och sjukvårdsförsäkring. Dessa aspekter är något företaget menar är anledningen till varför sjukfrånvaron låg under 1 % år 2016. I årsredovisningen lyfter även företaget att deras verksamhet är en plats för alla oavsett kultur, etnisk bakgrund, tro eller sexuell läggning. Detta tillsammans med jämställdhet och mångfald är något som präglar företagskulturen. I årsredovisningen finns även ett avsnitt bestående av intervjuer med tre medarbetare på företaget. I dessa beskrivs den enskilde medarbetarens personlighet, dennes arbetsuppgifter, anledningen till varför denne valde företaget som arbetsplats och vad denne uppskattar mest med sitt arbete. VD:n nämner även betydelsen av företagets kompetenta medarbetare för att göra börsnoteringen möjlig och smidig.

4.1.1 Intervju med företag A

Företaget är ett globalt högteknologiskt företag och är sedan slutet av 2016 noterade som Small Cap på NASDAQ Stockholm. Intervjun med företaget hölls över telefon med företagets CFO och Financial Controller. Utöver dessa två finns det ytterligare två personer i verksamheten som arbetar inom deras s.k. "Finance team". I samband med att kvartals- och

årsrapporteringarna ska sammanställas är det framförallt ”Finance teamet” som aktivt jobbar och tar besluten kring vilka frivilliga personalupplysningar som ska tas med i årsredovisningen. Teamet tar även hjälp av en HR-manager som stödjer sammanställandet av årsredovisningen men då hen inte tillhör ledningsgruppen så har denne inte något bestämmande inflytande. Både VD och styrelse har även möjlighet att lämna synpunkter och förslag på publiceringar innan årsredovisningen är färdigställd. Utöver de som tillhör organisationen finns det inte en extern part som har bestämmande inflytande över vad som ska finnas med i form av frivilliga personalupplysningar.

Företagets CFO förklarar att avsnittet i årsredovisningen vilket består av intervjuer med medarbetarna och informationen kring utbildningsnivå främst är viktiga för potentiella medarbetare och investerare samt befintliga aktieägare. Då företaget har sitt säte i centrala Stockholm konkurrerar företaget om sina tekniker med många andra företag inom samma bransch. Presentationen av företagets medarbetare i årsredovisningen ökar förutsättningar för att attrahera samt finna rätt medarbetare som delar företagets syn på företagskultur. Informationen om personalen är, enligt företagets CFO, inte bara viktigt externt utan även internt på en internationell nivå då bolaget verkar globalt. Det är lika viktigt att hitta nya kompetenta medarbetare som det är att behålla medarbetarna för att uppnå en stabil tillväxt. Genom att förmedla personalinformation, såsom medarbetarintervjuerna, internt och på en global nivå medför det att företagets syn på företagskultur och hur trivsel samt gemenskap uppnås. Det medför även att medarbetarna får känna att de är en viktig del av organisationen och för dess fortlevnad, menar företagets Financial Controller.

De frivilliga personalupplysningarna är viktiga för potentiella investerare, menar respondenterna. Detta beror på att information om personal visar stabilitet och trivsel, vilket i sin tur ger en potentiell investerare en viss trygghet. Företagets CFO tillägger att det är ett sätt lyfta företagets varumärke för potentiella investerare. Hen förklarar vidare att deras företag skiljer sig ifrån andra företag inom branschen, som exempelvis Spotify. Till skillnad från Spotify som levererar en välkänd produkt till sina konsumenter, förmedlar företag A lösningar till andra bolag som i sin tur sedan levererar vidare lösningen till slutkonsumenten. Företag A verkar alltså inom s.k. business to business. Företagets CFO menar slutligen att frivilliga personalupplysningar är ett sätt för företaget att tydligare presentera vad företaget står för och hur de ska eller vill uppfattas i jämförelse med andra företag som förmedlar det gratis, såsom Spotify, genom sin dagliga marknadsföring till konsumenten. Det är inte enbart i

årsredovisningen som företaget publicerar personalupplysningar för att rikta sig till potentiella medarbetare. Det sker även genom rekryteringssajten, där även intervjuerna publiceras, samt i samband med att produktchefen är ute på olika universitet och presenterar företaget.

Att de befintliga aktieägarna har ett intresse i de frivilliga personalupplysningarna, menar respondenterna, beror på att dessa vet att verksamheten är beroende av sina talangfulla medarbetare och att företagets placering i Sverige är en konkurrenskraftig plats inom den verksamma branschen. För aktieägarna är det därför viktigt att veta att verksamheten jobbar aktivt att hålla varumärket uppe och att verksamheten kräver de mest kompetenta medarbetarna. För att kunna uppnå ett av årens mål, att ha en tillväxt på 20 %, krävs det att nya medarbetare rekryteras och att befintliga medarbetare trivs och stannar kvar, tillägger företagets Financial Controller. Företagets CFO menar även att informationen om företagets medarbetare visar den externa omgivningen att företaget är en internationell organisation som har medarbetare av olika nationaliteter, i olika delar av världen och inte enbart svenska ingenjörer som sitter isolerade och åtskilda från nya intryck och idéer.

Även finansiella intressenter, såsom analytiker, är viktiga parter för den djupa bedömningen av ett företag och har en indirekt påverkan på innehållet i årsredovisningen. Respondenterna anser att de behöver säkerställa att analytikerna får den information de behöver för att bedöma företaget på bästa sätt och göra en ansenlig analys som sedan kan presenteras. Samtidigt anser respondenterna att de frivilliga upplysningarna om företagets personal kanske inte är den högst prioriterade posten för bedömningen av företaget, men fortfarande en viktig del för företagets stabilitet. Trender i omvärlden, som socialt ansvar, är också något som indirekt påverkar företagets val av frivilliga personalupplysningar. Respondenterna säger att de jämför sig med andra bolag och hur dessa rapporterar för att få inspiration och idéer. Företaget nyttjar sedan det som de anser att vara av värde i sin egen årsredovisning. Respondenterna menar att de inte gör som alla andra men att det är viktigt att företaget håller samma informationsnivå som andra noterade bolag som driver liknande typ av verksamhet med samma struktur och verkar globalt. Genom att jämföra sig med dessa bolag kan företaget därför säkerställa att samma informationsnivå hålls.

Respondenterna säger att personalupplysningarna inte enbart är framställd för att publiceras i årsredovisningen utan att det även finns internt. Intervjuerna i årsredovisningen är information som har använts på företagets hemsida och är inte endast framtagna i syfte för publicering av

årsredovisningen. Efter börsnoteringen har företagets funderingar kring frivilliga personalupplysningar i samband med årets årsredovisning ökat. I den kommande årsredovisningen har företaget valt att inkludera medarbetarundersökningar, då dessa var framgångsrika, men även djupgående arbetsmiljöundersökningar. HR-chefen som finns som stöd för framtagningen av årsredovisningen har även gjort en del processer och förbättringar för hur företaget löpande hanterar sina medarbetare. Detta har skett genom bland annat utvecklingssamtal och förmåner som även kommer inkluderas i årsredovisningen.

4.2 Företag B

4.2.1 Personalupplysningar i företag B:s årsredovisning

Av de tre medverkande företagen har företag B störst andel frivilliga personalupplysningar i sin årsredovisning. Företaget arbetar inom industriell IT och automation. Företaget beskriver sig själva som ett företag vilket är beroende av att lyckas kunna attrahera och behålla en kompetent personal. Kompetent personal innebär både att medarbetaren ska vara skicklig samt inneha en social kompetens gentemot kunder och kollegor. Företaget motiverar att deras position på marknaden är tack vare en kombination av erfarenhet, kunskap och partners – vilket i sin tur gjort att företaget har haft möjlighet att rekrytera personal som är trygga, disciplinerade, nyfikna samt innehar rätt kompetens. I samband med detta återfinns även diagram för de anställdas utbildningsnivå där det går att tyda att nästan 70 % av medarbetarna har en akademisk examen och upplysningar om företagets låga personalomsättning, vilket låg på drygt 10 % under 2016. Mångfald och jämställdhet är ytterligare två saker som företaget arbetar aktivt med och uppmuntrar till anställda med ett annat ursprung. I den decentraliserade organisationen byggs företagskulturen på tillit där alla medarbetare ska känna att de medverkar och gör en viktig insats i organisationen. I årsredovisningen förekommer även nyckeltal som ”förädlingsvärde per anställd” samt ”rörelseintäkter per anställd”. I företaget väljer man även att reglera den fasta lönen samt förmåner utefter vilken unik kompetens som medarbetaren innehar.

4.2.2 Intervju med företag B

Inom företaget är det främst CFO som tar ställning till vilka frivilliga personalupplysningar som redovisas och omfattningen av dessa. Företagets revisorer brukar läsa även dessa delar av årsredovisningen men är inte med och påverkar val och omfattning under förutsättning att de lagstadgade kraven uppnås. Det framkommer i intervjun att de frivilliga

personalupplysningarna redan finns internt till följd av internrapportering och att det således inte är något som tas fram specifikt till årsredovisningen. Informationen sammanställs sedan endast till årsredovisningen. Upplýsningarna har enligt respondenten i princip sett likadana ut under väldigt lång tid, med undantag från eventuella mindre justeringar.

Under intervjun menar respondenten att syftet med de frivilliga personalupplýsningarna är att delge nuvarande och potentiella aktieägare tillräckligt med information om bolaget. Här poängteras av respondenten att företaget är ett konsultbolag och till och med ett kunskapsföretag. Högutbildad personal beskrivs som företagets maskiner då man inte har en maskinpark som till exempel tillverkande företag har. Att lyfta fram till exempel utbildningsnivå och åldersstruktur är här, enligt respondenten, ett sätt att ge en komplett bild av företaget och den inneboende kompetensen i detta, utöver vad som ryms i balans och resultaträkning. Respondenten menar här att aktieägarna speciellt kan vara intresserade av till exempel åldersstruktur i ett företag som håller på med konsultation och teknik då det hela tiden kommer ny kunskap och teknik. Att visa upp en mix av erfarenhet och ”nytt blod” kan därför vara viktig information att delge nuvarande och potentiella aktieägare. Även nyckeltal gällande personaleffektivitet och personalomsättning framhålls vara viktiga att förmedla då dessa kan vara viktiga för att utvärdera bolaget i förhållande till andra investeringsalternativ. Här menar respondenten att det bakom, till exempel hög personalomsättning, kan gömma sig dåliga arbetsförhållanden och att det bakom låg personalomsättning kan gömma sig att man inte lyckas förnya sig i tillräcklig grad.

Här framhålls att förhoppningen är att aktieägare och potentiella aktieägare ska ha tillräckligt med information för att ta sina beslut utifrån en helhetsbild av företaget, oavsett om det innebär beslut att investera eller inte. Detta även om förhoppningen från företagets sida är en investering. Till vilken del upplýsningarna faktiskt påverkar aktieägare och potentiella aktieägares beslut är respondenten osäker. Här framhålls av respondenten att denne tror att det möjligtvis kan röra sig om skillnader på marginalen men att det i slutändan troligtvis handlar om strikt finansiell information i årsredovisningens balans- och resultaträkning. Dock anser respondenten att det inte finns någon anledning att ta bort upplýsningarna då företaget är ett börsbolag och ett företag av allmänt intresse, även om de inte har gjort några undersökningar om mottagaren anser att informationen är intressant eller inte. Utöver just aktieägare, nuvarande och potentiella, lyfts vid intervjun även potentiella medarbetare upp som en målgrupp vilka man vill påverka genom sina frivilliga personalupplýsningar. Här menar

respondenten på att till exempel upplysningar om arbetsmiljö är något som kan vara viktigt för just eventuella framtida medarbetare. Dock understryker respondenten att företaget inte sitter och utvärderar samt aktivt tänker exakt vilken målgrupp de vill nå med sina personalupplysningar.

Företaget kommunicerar även ut vissa personalupplysningar på sin rekryteringshemsida. Dessa är inte samma som i årsredovisningen men de fyller, enligt respondenten, samma funktion som de upplysningarna i årsredovisningen som är riktade mot eventuella medarbetare. Utöver detta är företaget ute på arbetsmarknadsdagar, främst på universitet, och delar information som påminner om till exempel upplysningar om arbetsmiljö. Enligt respondenten finns inga externa aktörer som direkt har en inverkan på hur de väljer att redovisa frivilliga personalupplysningar. Dock framhålls att det självklart finns trender som påverkar, exempelvis det ökade intresset för företagets sociala ansvar. Respondenten menar att om något annat företag börjar redovisa något som företaget tycker är relevant och även andra företag tar efter så vill man inte vara ensam kvar att inte ha med upplysningen i sin redovisning. Även om företaget sneglar på konkurrenter menar respondenten att det snarare är mer generella trender än just branschspecifika som påverkar. Respondenten menar att genom att inspireras av andra konkurrenter framhålls som positivt när det gäller till exempel nyckeltal då detta skapar jämförbarhet. Gällande de mer ”mjukare” personalupplysningarna påpekas dock vikten av att framhålla företagsspecifika egenskaper.

Företaget har i dagsläget inga planer på att förändra hur de redovisar frivilliga personalupplysningar men framhåller här ännu en gång att trender kan komma att påverka. Dock menar respondenten att det blir en avvägning med kostnaden för att ta fram upplysningarna då företaget inte har samma resurser som riktigt stora börsbolag. Respondenten delger även sin åsikt att förändringar troligtvis ändå kommer ske trots att inga planer finns på det. Detta då kraven på årsredovisningarna, även för de mjukare delarna av årsredovisningen, ständigt ökar.

4.3 Företag C

4.3.1 Personalupplysningar i företag C:s årsredovisning

Företag C hanterar optiska kommunikationslösningar från utvecklingsstadiet och enda fram till leverans av lösningen. Mångfald och kunskap är två viktiga komponenter för att kunna uppnå framgång på lång sikt, utan olika kunskaper och perspektiv skulle verksamheten inte

kunna utveckla nya och mer effektiva lösningar för sina kunder. Medarbetarnas olikheter som exempelvis olika åldrar, kön och etnisk tillhörighet gör att medarbetarna kompletterar varandra. Företaget har vissa övergripande mål för organisationen, exempelvis att uppnå en trivsamt arbetsmiljö fysiskt som psykiskt, möjlighet att kunna kombinera arbete med föräldraskap, en jämn könsfördelning mellan män och kvinnor, möjlighet till personlig utveckling och likadan lön för likadant utfört arbete. Det presenteras även nyckeltal som nettoomsättning per anställd och resultat per anställd. I företaget finns även ett incitamentsprogram med teckningsoptioner för företagets anställda.

4.3.2 Intervju med företag C

Respondenten hävdar att det främst är företagets CFO som, tillsammans med marknadschefen, tar ställning till utgivandet av frivilliga personalupplysningar. Utifrån de frivilliga personalupplysningar som publiceras i årsredovisningen, menar respondenten, att dessa finns för att visa för befintliga aktieägare, potentiella investerare, leverantörer, kunder och potentiella medarbetare vad företaget står för. Respondenten anser att detta är viktigt då medarbetarna är en stark tillgång för företaget samtidigt som dessa upplysningar fungerar som marknadsföring för företagets varumärke. Respondenten menar vidare att trots att man spontant kan tänka sig att dessa upplysningar är viktigare för de befintliga aktieägarna och potentiella investerarna är denna typen av upplysningar viktiga i många andra led. Att attrahera rätt typ av medarbetare, visa för potentiella investerare att verksamheten bygger på kompetens och visa för befintliga aktieägare att verksamheten bevarar sin kompetens och utvecklar den. Respondenten tror dock inte att graden av frivilliga personalupplysningar kommer vara avgörande för huruvida en potentiell investerare väljer att investera, men att dessa upplysningar tillsammans med andra aspekter kan ge en förbättrad helhetsbild av företaget vid en eventuell investering. Hen menar också att i takt med att det ställs ökade krav på hållbarhetsredovisning så kommer graden av frivilliga personalupplysningar att öka och allt mer värdesättas.

Respondenten berättar att den information som används i årsredovisningen gällande frivilliga personalupplysningar är något som redan är upparbetat internt, men enligt respondenten är det information som oftast behöver formuleras om eller inte direkt finns uttalat i skrift. Dock tillägger respondenten att man i företaget tittar på hur andra företag redovisar frivilliga personalupplysningar och inspireras av hur dessa väljer att presentera sin personal. På detta vis produceras information i företaget som är påverkat av den externa omgivningen i form av

konkurrenter. Respondenten tillägger även att hen inte tror att det är unikt för just det företag som hen jobbar för, utan att de flesta företag undersöker varandras redovisning och analyserar vilka typer av trender det finns för den frivilliga personalupplysningen, däribland företagens sociala ansvar. Huruvida det är för att vara som alla andra, menar respondenten, att man undersöker andra företag för att kunna presentera sitt eget på ett bättre sätt och ha en uppfattning om vad som bör presenteras och anpassar det efter företagets förutsättningar. Utifrån moderbolagets synvinkel, menar respondenten, att företaget inte förmedlar frivilliga personalupplysningar till allmänheten mer än vad som framgår i årsredovisningen. Vidare berättar hen att i samband med att företaget växt så jobbar dotterbolagen individuellt med hur de marknadsför sig och sin personal, medan moderbolaget snarare endast förvaltar dotterbolagen. Nästkommande årsredovisning kommer att innehålla ett separat hållbarhetsavsnitt där det kommer ske en större förändring vilket innebär en utökad del av frivilliga personalupplysningar i jämförelse med tidigare år.

4.4 Kategorisering utifrån de tre viktigaste motiven

Med bakgrund i ovan intervjuer har författarna identifierat tre motiv, vilka framgår i samtliga intervjuer. Nedan sker en redogörelse för dessa motiv.

4.4.1 Tillgodogöra aktieägarnas informationsbehov och ge underlag för investeringsbeslut

Ett motiv, som identifierats hos samtliga företag som intervjuats, till varför man väljer att redovisa frivilliga personalupplysningar är att tillgodogöra informationsbehov hos investerarna och ge underlag för investeringsbeslut. Både företag A och B lyfter här explicit fram att detta gäller både nuvarande aktieägare och potentiella aktieägare och företag C nämner aktieägare som en av flertalet intressenter. Företag B pekar specifikt på att frivilliga personupplysningar kan vara särskilt viktigt för ett kunskapsföretag, som dem själva, då dessa upplysningar kan ge en komplett bild om företaget där även inneboende kompetens belyses. Företag B menar i anslutning till nyckeltal angående personalomsättning och personaleffektivitet att detta kan vara viktigt vid utvärdering av investeringsalternativ. Att ge en helhetsbild är viktigt för att ge tillräcklig information även om det i slutändan leder till investering eller inte.

4.4.2 Attrahera ny och behålla nuvarande personal

Nästa motiv som är gemensamt hos alla företagen till att publicera frivilliga personalupplysningar är att attrahera ny personal. Företag A poängterar att det är viktigt att visa upp sitt varumärke för potentiella anställda och att detta är extra viktigt i teknikorienterade företag där konkurrensen om talangerna är hård. Även företag B och C lyfter fram potentiella arbetstagare som en viktig målgrupp till information i form av frivilliga personalupplysningar. Att visa upp en god arbetsmiljö är något som av företag B lyfts fram kan vara viktigt att visa upp för potentiella arbetstagare. Något som företag A lyfter fram men som inte uttryckligen nämns av de andra två företagen är att de frivilliga personalupplysningarna även är viktiga för att behålla personal. Detta försöker företaget i sina årsredovisningar göra genom att försöka poängtera hur viktig personalen är för företaget och genom att trycka på nyckelord som trivsel, gemenskap och jämlikhet.

4.4.3 Ge samma typ av information som andra företag gör

Ett sista motiv som identifierats till varför företagen väljer att redovisa frivilliga personalupplysningar, och kanske framförallt vilka upplysningar de redovisar, är att ge samma typ av information som andra företag gör. Samtliga företag lyfter fram att trender gällande redovisning är direkt eller indirekt något som påverkar hur företagen redovisar gällande frivilliga personalupplysningar. Alla företag poängterar att det är viktigt att redovisa det som är specifikt för företaget men att det gällande kanske framförallt informationsnivå är viktigt att följa samma mönster som andra företag. Företag A menar att de tar inspiration från företag främst i samma bransch och storlek medan företag B menar att det mer är generella trender som påverkar. Samtidigt menar företag B att man inte vill vara ensam kvar att inte redovisa något som andra gör. Gemensamt är dock att det synes handla om informationsnivå. Även företag C understryker att andra företags årsredovisningar ligger till grund för och inspirerar hur och vilka upplysningar som finns med i årsredovisningen.

5. Analys och resultat

Utifrån de, under empiriavsnittet, identifierade motiv enligt företagen, kommer det nedan analyseras och argumenteras för vilka underliggande motiv som kan föreligga i förhållande till dessa. Avsnittet avslutas med ett resultat där motiv och underliggande motiv återkopplas till studiens syfte.

5.1 Tillgodogöra aktieägarnas informationsbehov och ge underlag för investeringsbeslut

Gällande motivet att tillgodogöra aktieägarnas informationsbehov och ge underlag för investeringsbeslut kan det tänkas att det, i enlighet med legitimitetsteorin, finns inneboende legitimitetsskäl om vi ser till legitimitet från samhället i stort. I samband med intervjuerna har det dock inte framkommit något som tyder på att företaget uppfattar att samhällets förväntningar styr redovisningen av just personalupplysningar. Dock nämner samtliga respondenter att det finns trender som indirekt påverkar redovisningen, exempelvis att företag ska ta ett större socialt ansvar. Författarna resonerar att företagen kan tänkas försöka att prestera i takt med trenderna i samhället och för att inte skapa ett legitimitetsgap mellan samhällets förväntningar och företagets prestationer. Genom att förmedla frivilliga personalupplysningar till allmänheten kan företagen då undvika att ett eventuellt legitimitetsgap uppstår än om företagen hade valt att avstå ifrån att upplysa samhället kring sin personal. Genom att anpassa sig efter trenderna, anser författarna att företagen har undvikit ett legitimitetsgap och således inte upplevt att det föreligger förväntningar hos samhället, gällande redovisningen av personalupplysningar. Men att det undermedvetet kan föreligga ett underliggande motiv att undvika ett legitimitetsgap mellan företaget och samhället i stort.

Under intervjuerna har författarna identifierat att företagen har olika framtidsplaner gällande förändringarna av de frivilliga personalupplysningarna i årsredovisningarna. Respondenterna på företag A och C, vilka börsnoterades för cirka ett respektive två år sedan, har båda uttryckt att det kommer ske större förändringar och att mängden frivilliga personalupplysningar kommer att öka till nästkommande årsredovisning. Till skillnad från företag A och C berättar respondenten från företag B, som varit börsnoterat en längre tid, att företaget inte har några planer att ändra mängden eller innehållet av de frivilliga personalupplysningarna, och att de har inte heller gjort detta på flera år. Utifrån detta har författarna identifierat att det föreligger

ett underliggande motiv för företag A och C att stärka sin legitimitet, detta i linje med O'Donovans (2002) legitimitetsstrategier. De förändringar och tillägg som företag A och C kommer att göra, innebär att de proaktivt engagerar sig i att göra förändringar och tillägg för att öka legitimiteten i företagen och uppfylla informationsbehovet som föreligger hos aktieägare, som kan tänkas ha ökat i samband med börsnoteringen.

Något som kan konstateras är att det, gällande detta motiv, verkar finnas ett underliggande intressentresonemang från företagets sida. Trots att legitimitetsteorin och intressentteorin är något överlappande, läggs ett medvetet fokus från företagets sida på investerarna och deras informationsbehov. Det vill säga ett medvetet fokus på en enskild intressent och inte på att uppfylla ett socialt kontrakt. Samtliga företag har här lyft fram att deras främsta mål är att ge investerare en komplett bild och tillräcklig information. Här har det poängterats att personalupplysningar visar på stabilitet och trivsel vilket ger investerare en trygghet. Det har även lyfts fram att målet är att ge aktieägare och analytiker ett tillräckligt underlag för bedömning och att personalupplysningar är extra viktiga just för kunskapsintensiva företag. Företag B säger till exempel i anslutning till detta att för dem, som kunskapsföretag, är det extra viktigt att lyfta fram utbildningsnivå och åldersstruktur för att ge en kompletterande bild utöver det som syns i balans- och resultaträkning. I enlighet med det positiva intressentperspektivet verkar här fokus ligga på att uppfylla förväntningarna hos intressenter med stor makt. Detta då det för börsnoterade bolag, som respondenterna, är det ett säkert antagande att aktieägare och potentiella aktieägare, kollektivt sett, är en intressentgrupp med stor makt över företagets framgång. Något som, enligt författarna av studien, antyder att det gällande personalupplysningar faktiskt kan handla om att uppfylla förväntningar på information och skapa legitimitet och inte bara att attrahera investerare är att det under intervjuerna har lyfts fram att företagets uppfattning är att det troligtvis i slutändan ändå är andra delar av årsredovisningen som är avgörande för investeringsbeslut. Företag A hävdar att de vill ge analytiker tillräckligt med information men att det kanske inte främst är personalupplysningarna som är viktigast för dessa. Företag B menar att även om personalupplysningarna är viktiga för att ge en helhetsbild, tror de att effekten på investeringsbeslut endast är marginell. Oavsett om dessa förväntningar angående personalupplysningar faktiskt finns hos investerarna eller inte, verkar det som att företagen uppfattar förväntningarna som verkliga och att de därför väljer att redovisa som de gör. Det positiva intressentperspektivet lyfter fram att lämnandet av upplysningar är just ett verktyg att

öka stödet för företaget eller legitimiteten i förhållande till intressenter av betydelse, i detta fall aktieägare och potentiella aktieägare.

5.2 Attrahera ny och behålla nuvarande personal

I anslutning till motivet att attrahera ny och behålla nuvarande personal kan det konstateras att de frivilliga personalupplysningarna även här spelar en stor roll. Samtliga företag har lyft fram att ett av motiven bakom de frivilliga personalupplysningarna just är att attrahera ny personal. Författarna till denna studie anser att detta motiv inte till fullo faller in under någon av valda teorier i referensramen och därför inte kan förklaras av dessa. Legitimitetsteori och institutionell teori anses här inte kunna förklara vilka underliggande motiv som föreligger. Intressentteori skulle kunna förklara detta om det förutsätts att potentiella arbetstagare faktiskt är en intressent, vilket kan diskuteras. Snarare är det så att potentiella arbetstagare också är potentiella intressenter, vilket inte ryms inom den teoretiska modellen. Förutsätter man dock att potentiella arbetstagare är en intressent, skulle det kunna argumenteras för att denna faktiskt har viss makt och inflytande. Detta kan förklaras utifrån att samtliga företag har lyft fram vikten av rekrytering i kunskapsföretag och att det är hård konkurrens om talangfulla medarbetare, då dessa medarbetare är en viktig grundsten för företagets framgång. Något som också hade kunnat motivera att frivilliga personalupplysningar används för att attrahera nya medarbetare, förutsatt att de antas vara intressenter, är att både företag A och företag B använder de frivilliga personalupplysningarna i företagssociala aktiviteter. Företag A förmedlar personalupplysningar genom att ha samma medarbetarintervjuer som presenteras i årsredovisningen på sin rekryteringssajt samt i samband med besök på olika universitet. Företag B förmedlar också sina personalupplysningar muntligt i samband med arbetsmarknadsdagar på olika universitet. I enlighet med Roberts (1992) strategi inom intressentteorin, är detta ett sätt för företagen att utveckla relationen till potentiella arbetstagare. Detta motiveras ytterligare genom intervjun med företag B där respondenten förtydligar att upplysningar om företagets arbetsmiljö kan anses vara viktiga upplysningar för potentiella medarbetare. På så sätt kan det konstateras att potentiella medarbetare har ett visst maktinnehav och informationsbehov som påverkar vad företagen väljer att upplysa om.

Att det skulle handla om legitimitetsskapande gentemot potentiella arbetstagare kan visserligen vara en del av motivet, men denna studies författare har snarare intrycket att det handlar om att differentiera sig från konkurrenter just för att attrahera talangfull personal.

Stöd för detta kan vi bland annat finna i uttalande från Företag A om att när det gäller potentiella arbetstagare som mottagare av information, är målet framförallt varumärkesbyggande. När det gäller frivilliga personalupplysningar som ett medel att behålla nuvarande personal kan detta på ett tydligare sätt kopplas till intressentteori och målet att skapa legitimitet. Det har här lyfts fram att personalupplysningarna är ett sätt att visa för medarbetarna att de värderas högt och är en essentiell del av organisationen. Utöver detta väljer företag A att ha med intervjuer för att visa att man värdesätter mångfald och jämställdhet och betonar även nyckelord som trivsel och gemenskap. Detta är enligt författarna till denna studie ett försök att skapa legitimitet hos en för företaget viktig intressent, den befintliga arbetskraften.

5.3 Ge samma typ av information som andra företag gör

Trots att företagen menar att frivilliga personalupplysningar är ett sätt att lyfta fram unika aspekter i företaget, framkommer det under samtliga intervjuer att det är av stor vikt att följa trender och göra som andra företag gör. Ett av motiven till att företagen redovisar frivilliga personalupplysningar är att de inte vill att deras årsredovisningar ska avvika för mycket från det som blivit praxis bland andra redovisare. Det har angående detta lyfts fram att det just är informationsnivå och vilka upplysningar som redovisas som företagen tycks försöka imitera. Intressant här, som tidigare noterats, är att företag B som har varit börsnoterade längst av de intervjuade företagen, varken har gjort eller planerar att göra några större förändringar angående vilka personalupplysningar som redovisas. Företag A och C som båda är nya på börsen har däremot planer att markant öka personalupplysningarna i kommande årsredovisningar. Detta kan dels ha med krav från investerare att göra, i enlighet med argumenten under 5.1 ovan, men kan även tänkas vara relaterat till att företagen vill redovisa samma information som mer etablerade börsbolag gör, som exempelvis företag B. Det vill säga att företag A och C stärker sin legitimitet genom imitation.

Att företag i sin redovisning medvetet vill efterlikna varandra kan förklaras med institutionell teori och mer specifikt mimetisk isomorfism. Teorin framhäver att osäkerhet mellan mål och medel är något som kan öka företags benägenhet att efterlikna andra företag. Som nämnts tidigare, anser företagen att det finns viss osäkerhet angående vilken effekt frivilliga personalupplysningar har på till exempel investeringsbeslut. Att vid osäkerhet efterlikna andra företag är ett sätt att öka legitimitet eller att i alla fall inte tappa legitimitet i relation till konkurrenterna. Bakom motivet att ge samma typ av information som andra företag gör kan

alltså även här finnas legitimitetsaspekter. Utifrån företag A och C kan det tänkas att denna osäkerhet finns med tanke på att dessa är relativt nya på börsen, medan företag B kan tänkas imitera andra företag för att bibehålla sin legitimitet. Som tidigare nämnts, kopplar Unerman och Bennet (2004) den mimetiska isomorfismen till den tvingande isomorfismen. För att återkoppla till de tidigare motiven (se avsnitt 5.1 och 5.2), kan den tvingande isomorfismen underbygga författarnas motivering till att motiven föreligger. I enlighet med Unerman och Benetts resonemang (2004) gällande att det måste finnas vissa påtryckningar från viktiga intressenter för att ett företag ska börja implementera förändringar i sin redovisning, i det här fallet frivilliga personalupplysningar. Förekommer det inte några påtryckningar från intressenter, kommer det inte heller finnas någon anledning för andra företag att imitera de förändringarna för att öka eller behålla sin legitimitet. Då samtliga företag har konstaterat att de efterliknar andra företags frivilliga personalupplysningar, framförallt för att inneha samma informationsnivå, kan författarna till denna studie också stärka argumentationen vad det gäller de övriga underliggande motiven för redovisningen av frivilliga personalupplysningar. Det vill säga; undermedvetet undvika ett legitimitetsgap mellan företag och samhälle, uppfylla nuvarande aktieägare och potentiella aktieägares informationsbehov, behålla medarbetare och attrahera nya medarbetare och avslutningsvis imitera varandras frivilliga personalupplysningar. Som tidigare lyfts fram under institutionell teori, fungerar denna teori som ett kompletterande synsätt till både intressentteori och legitimitetsteori. Det kan vara svårt att tydligt särskilja dessa men författarna till denna studie anser att det är en skillnad på att vilja uppfylla ett uppfattat behov hos investerare och att inte vilja redovisa annorlunda än andra, även om det underliggande motivet i båda fall kanske till slut är legitimitet.

5.4 Resultat

I enlighet med insamlad empiri kan det konstateras att de kunskapsintensiva företagen i vårt urval säger sig ha tre gemensamma motiv till varför de väljer att redovisa frivilliga personalupplysningar i sina årsredovisningar:

- Tillgodogöra aktieägarnas informationsbehov och ge underlag för investeringsbeslut
- Attrahera ny personal
- Ge samma typ av information som andra företag gör

Utöver detta nämner ett av företagen också att ett motiv är att behålla nuvarande personal. Av de, enligt företagets utsago, tre gemensamma motiven till redovisning av frivilliga personalupplysningar kan det utifrån ovan analys konstateras att det första och sista av dessa verkar ha underliggande legitimitetsskapande motiv. Detta gäller även motivet att behålla nuvarande personal. Gällande frivilliga personupplysningar för att attrahera personal kan det tänkas att upplysningarnas roll även här är legitimitetsskapande i förhållande till potentiella arbetstagare som intressent. Dock är intrycket att upplysningarna har tydligare karaktär av varumärkesbyggande och att motivet är att särskilja sig från konkurrenter. Det främsta motivet till varför kunskapsintensiva företag väljer att lämna frivilliga personalupplysningar tycks framförallt således vara legitimitetsskapande. Att ett av motiven som företagen uppgivit är att tillgodogöra aktieägarnas informationsbehov och ge underlag för investeringsbeslut är inte i sig speciellt överraskande. Däremot är fokuset på att skapa legitimitet genom att imitera och ge samma information som andra företag något som är mer överraskande. Gällande vilket av motiven som är mest framträdande vid beslut av vilken sorts frivilliga personalupplysningar som redovisas är det enligt författarna till denna studie inte omöjligt att det är just imitation som är det mest framträdande. Detta speciellt med tanke på den tidigare nämnda osäkerheten som tycks finnas angående effekterna som de frivilliga personalupplysningarna i praktiken har för investerarna.

6. Sammanfattning med reflektion

I detta avslutande kapitel sammanfattas och diskuteras resultatet ovan. Efter detta redogörs för eventuella svagheter med studien och slutligen lyfts studiens bidrag fram tillsammans med förslag på fortsatt forskning.

6.1 Diskussion av studiens resultat

Som framgått ovan har tre motiv till frivilliga personalupplysningar hos kunskapsintensiva företag identifierats. Underliggande motiv till dessa tycks främst vara legitimitetsskapande med utgångspunkt i valda teorier. Att humankapital inte kan kapitaliseras i balansräkning har under problematisering lyfts fram som en övergripande orsak till varför kunskapsintensiva företag redovisar personalupplysningar utöver de tvingande. Att en sådan viktig del av företagen inte kan kapitaliseras gör att frivilliga upplysningar kan fylla en viktig roll i att ge en helhetsbild av företaget som annars inte hade framkommit. Vikten av att ge denna helhetsbild är något som bekräftats vid intervjuerna. Respondenterna har dock också framhållit att de till viss del ställer sig frågande till om denna helhetsbild tillför något för potentiella och nuvarande aktieägare vid utvärdering av företaget. Av detta har författarna till denna studie som nämnts dragit slutsatsen att ett av motiven är att tillgodogöra ett, från deras sida uppfattat, informationsbehov oavsett implikationer vid investeringsbeslut. Detta, tillsammans med främst motivet att ge samma typ av information som andra företag gör, har konstaterats antyda att det främsta underliggande motivet är legitimitetsskapande.

Legitimitetsskapande i sig kan inte i sig anses vara något unikt för företag som räknas som kunskapsintensiva. Detta borde vara av samma vikt för alla typer av företag. I brist på möjlighet att balansera humankapital kan det dock tänkas att de frivilliga personalupplysningarna i kunskapsföretag är av större vikt just för legitimitetsskapandet. Detta då det är en större del av företagets verksamhet som inte kan redogöras för genom hårddata om man jämför med företag som inte räknas som kunskapsintensiva. Huruvida de frivilliga upplysningarna faktiskt skapar legitimiteten som företagen vill uppnå kan diskuteras. Detta faller dock utanför syftet med denna studie.

6.2 Studiens svagheter

En förhoppning i den inledande fasen av denna studie var att den skulle bli empiriskt tung. Eftersom intresset att medverka från företag inom Mid Cap var svalt, fick studien istället genomföras på företag inom Small Cap. Detta för att, som nämnts under metodavsnittet, säkerställa att en majoritet av företagen i urvalet medverkat i studien som i sin tur leder till generella slutsatser, hög trovärdighet och äkthet. En större andel respondenter hade dock kunnat bidra till en mer utförlig analys och diskussion, men då hade studien inte kunnat dra generella slutsatser om motiven och det skulle föreligga en risk för minskad trovärdighet och äkthet. Författarna har därför prioriterat att uppnå en hög trovärdighet och äkthet genom valda tillvägagångssätt som nämnts under metodavsnittet. För vidare diskussion angående begränsningar och motiveringar kan här hänvisas till metodavsnittet.

6.3 Studiens bidrag och förslag på framtida forskning

Identifiering av motiv och underliggande motiv till personalupplysningarna genom intervjuer med kunskapsintensiva företag är något som undersökts sparsamt tidigare, speciellt med tydligt fokus på kunskapsföretag. Tidigare studier, liksom studien av Cedergren och Holmer (2014), har främst undersökt hur graden av frivilliga personalupplysningar påverkats av faktorer som till exempel typ av företag utifrån kvantitativa termer utan kontakt med företagen. I Cedergrens och Holmers studie (2014) konstateras att kunskapsintensiva företag i större utsträckning än varuproducerande företag redovisar frivilliga personalupplysningar. Att liksom denna uppsats istället undersöka hur kunskapsintensiva företag resonerar kring publiceringen av frivilliga personalupplysningar tillför således en dimension i förståelsen kring frivilliga personalupplysningar av denna typ av företag som inte åskådliggörs i studien av Cedergren och Holmer (2014). Denna dimension är något som varken har åskådliggjorts eller kan åskådliggöras genom mer kvantitativa studier. Etminan et al. (2004) har, som tidigare nämnts, undersökt motiven bakom de frivilliga personalupplysningarna på ett tydligare sätt än Cedergren och Holmer (2014) då deras studie, precis som denna studie, är gjord genom en kvalitativ forskningsstrategi. Dock kan Etminans et al. (2004) studie inte likställas med denna studie, då den utgår ifrån tillverkningsföretag istället för kunskapsföretag och studiernas resultat skiljer sig för vilka motiv som föreligger bakom de frivilliga personalupplysningarna. Även till Etminan et al. (2004) utgör denna studie en ny dimension och komplement till hur motiven är olika beroende på vilken bransch som studeras. Algotssons och Engdahls (2004) studie, vilken är en studie utav de fyra storbankernas motiv

till frivilliga personalupplysningar, är även denna av kvalitativ karaktär. Som tidigare nämnts visar deras studies resultat att det både finns ett externt som internt behov av de frivilliga personalupplysningarna. De nämner också att det finns vissa ytterligare incitament till de frivilliga personalupplysningar som grundar sig på trender i omvärlden och behovet av att bli mer konkurrenskraftig. Dessa ytterligare incitament är de som delvis liknar denna studies resultat. Författarna till denna studie anser att utöver det faktum att studien kan dra generella slutsatser till andra företag inom Small Cap som kategoriseras som kunskapsintensiva, ger studien även ett specifikt bidrag till forskningen. Detta bidrag får anses vara åskådliggörandet av den mimetiska isomorfismen och hur stor vikt företag faktiskt lägger vid att imitera varandra gällande de frivilliga personalupplysningarna. Även detta skiljer sig från tidigare gjord forskning som författarna tagit del av. I en jämförelse med Algotssons och Engdahls (2004) studie har deras ytterligare incitament inte förklarats utifrån samma teoretiska referensram som denna studie gjorts. Därför upplever författarna att identifieringen av den mimetiska isomorfismen, ger ytterligare en dimension i förståelsen för motiven bakom redovisningen av de frivilliga personalupplysningarna i företagens årsredovisningar. Att vara en i mängden tycks till viss del här, enligt företagen, vara eftersträvänsvärt ur legitimitetssynvinkel.

Hur företag resonerar och vilka motiv dessa har är det som fallit inom ramen för denna studie. Slutsatsen att det underliggande motivet till redovisning av frivilliga personupplysningar främst verkar vara legitimitetsskapande öppnar dock upp för ytterligare funderingar. Ett förslag till framtida forskning är att jämföra hur dessa, från företagets sida legitimitetsskapande åtgärder, uppfattas av nuvarande och potentiella aktieägare. Hur skulle dessa ställa sig till att företaget tog bort delar av sina frivilliga personalupplysningar? Anser dessa intressenter att upplysningarna faktiskt verkar legitimitetsskapande eller på andra sätt är viktiga för dem? Här kan tänkas finnas viss diskrepans mellan företagets och aktieägarnas syn och att undersöka detta skulle kunna tänka sig få praktiska konsekvenser för hur företag i framtiden redovisar frivilliga personalupplysningar.

Referenslista

Trycka källor

Algotsson, D. & Engdahl, C., (2004). ”Motiv bakom redovisning av personalupplysningar - en studie av de fyra storbankerna i Sverige”. Magisteruppsats, Handelshögskolan vid Göteborgs universitet, 2004

Altheide, D.L., (1996). ”Qualitative media analysis”, Thousand Oaks, CA: Sage

Artsberg, K. (2005). ”Redovisningsteori - policy och praxis”, upplaga 2. Liber AB, Malmö

Arvidsson, S. (2011). “Disclosure of non-financial information in the annual report – A management-team perspective”, *Journal of Intellectual Capital*, vol. 12, no. 2, pp. 277-300
DOI: 10.1108/14691931111123421

Ax, C. & Marton, J., (2008). “Human capital disclosures and management practices”, *Journal of Intellectual Capital*, vol. 9, no. 3, pp. 433-455
DOI: 10.1108/14691930810892027

Bailey, D., Harte, G. & Sugden, R., (2000). “Corporate disclosure and the deregulation of international investment”, *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, vol. 13, no.2, pp. 197-218
ISSN: 13680668

Buhr, N. (2002) “A structuration view on the initiation of environmental reports”, *Critical Perspectives on Accounting*, vol. 13, no. 1, pp. 17-38.
DOI: 10.1006/cpac.2000.0441

Broberg, P., Tagesson, T., Collin, S.O., (2009). “What explains variation in voluntary disclosure? A study of the annual reports of corporations listed on the Stockholm Stock Exchange”, *Journal of Management and Governance*, vol. 14, pp. 351-377
DOI: 10.1007/s10997-009-9104-y

Bryman, A. & Bell, E. (2013). ”Företagsekonomiska forskningsmetoder”, upplaga 2. Liber AB, Stockholm

Carpenter, V.L. & Feroz, E.H. (2001). "Institutional Theory and Accounting Rule Choice: An Analysis of Four US State Governments' Decisions to Adopt Generally Accepted Accounting Principles" *Accounting, Organizations and Society*, vol. 26, no.7, pp. 565-596
DOI: 10.1016/S0361-3682(00)00038-6

Cedergren, J., & Holmer, S., (2014). ”Frivillig redovisning av humankapital – en studie av kunskapsföretag och varuproducerande företag i Sverige 2003-2012”, Examensarbete på

Ekonomihögskolan vid Lunds universitet, 2014

Deegan, C., & Unerman, J., (2011). "*Financial accounting theory*", 2nd European edition. McGraw-Hill Education, Maidenhead

DiMaggio, P.J. & Powell, W.W., (1983). "The Iron Cage Revisited: Institutional Isomorphism and Collective Rationality in Organizational Fields", *American sociological review*, vol. 48, no.2, pp.147-160
ISSN: 00031224

Dowling, J. & Pfeffer J., (1975). "Organizational legitimacy: Social values and organizational behavior", *Pacific Sociological Review*, vol. 18, no. 1, pp. 122-36
DOI: 10.2307/1388226

Edvinsson, L. & Malone, M.S., (1998). "*Det intellektuella kapitalet*", upplaga 1. Liber AB, Malmö

Etminan, S., Gladzki, L., & Siwe, H., (2004). "Motiv bakom frivilliga personalupplysningar i årsredovisningen - en studie av svenskrelaterade företag i tillverkningsindustrin",
Magisteruppsats, Handelshögskolan vid Göteborgs universitet, 2004

Freeman, R., & Reed, D., (1983) "Stockholders and stakeholders: A new perspective on corporate governance", *Californian Management Review*, vol. 25, no.3, pp. 88-106
DOI: 10.2307/41165018

Guba, E.G. & Y.S Lincoln, (1994). "Competing paradigms in qualitative research". In N.K Denzin & Y.S Lincoln, "*Handbook of qualitative research*". Thousand Oaks, CA: Sage

Gray, R., Owen, D., & Adams, C., (1996). "*Accounting and Accountability: Changes and Challenges in Corporate Social and Environmental Reporting*". Prentice Hall, London

Hasnas, J. (1998) "The normative theories of business ethics: A guide for the perplexed", *Business Ethics Quarterly*, vol. 8, no.1, pp. 19-42
DOI: 10.2307/3857520

Healy, P.M. & Palepu, K.G. (2001). Information asymmetry, corporate disclosure, and the capital markets: A review of the empirical disclosure literature, *Journal of Accounting and Economics*, vol. 31, pp. 405-440
DOI: 10.1016/S0165-4101(01)00018-0

Hsieh, H.F., Shannon, S.E. (2005) "Three Approaches to Qualitative Content Analysis", *Qualitative Health Research*, vol. 15, no. 9, pp. 1277-1288
DOI: 10.1177/1049732305276687

Kondracki, N. L., & Wellman, N. S. (2002). "Content analysis: Review of methods and their applications in nutrition education". *Journal of Nutrition Education and Behavior*, vol.34, no. 4, pp. 224-230

DOI: 10.1016/S1499-4046(06)60097-3

Lindblom C.K (1993) "The implications of organizational legitimacy for corporate social performance and disclosure". *Critical Perspectives on Accounting Conference*, New York

Lundahl, U., Skärvad, P.H. (2016). *Utredningsmetodik*, upplaga 4. Studentlitteratur, Malmö

Marton, J., Pettersson, A.K., & Lundqvist, P., 2016. *IFRS – I teori och praktik*. upplaga 4. Sanoma Utbildning, Stockholm

Meek, G.K., Roberts, C.B., Gray, S.J. (1995). "Factors Influencing Voluntary Annual Report Disclosures by U.S., U.K. and Continental European Multinational Corporations", *Journal of International Business Studies*. vol.26, 3rd Qtr., pp. 555-572.

Mitchell, R.K., Agle, B.R. & Wood, D.J (1997). "Toward a theory of stakeholder identification and salience: Defining the principle of who and what really counts", *The Academy of Management Review*, vol. 22, no. 4, pp. 853-886

O'Donovan, G. (2002). "Environmental disclosures in the annual report: Extending the applicability and predictive power of legitimacy theory". *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, vol. 15, No. 3, pp. 406-36

DOI: 10.1108/09513570210435870

Potter, W. J., & Levine-Donnerstein, D. (1999). "Rethinking validity and reliability in content analysis". *Journal of Applied Communication Research*, vol. 27, no. 3, pp. 258-284.

ISSN: 0090-9882

Roberts, R. (1992) "Determinants of corporate social responsibility disclosure: An application of stakeholder theory", *Accounting, Organizations and Society*, vol. 17, no.2, pp. 595-612

Roos, G., Fernström L., & Pike, S., 2006. "Den värdeskapande organisationen – intellektuellt kapital i praktiken". Studentlitteratur, Lund

Sethi, S.P (1977) "Dimensions of corporate social performance: An analytical framework" in: Carroll A.B. (ed.), *Managing Corporate Social Responsibility*, Boston, MA: Little, Brown

Shocker, A.D. & Sethi, S.P. (1974). "An approach to incorporating societal preferences in developing corporate action strategies" in: Sethi, S.P. (ed.) *The Unstable Ground: Corporate Social Policy in a Dynamic Society*, Los Angeles, CA: Melville, pp. 67-80

Suchman, M.C. (1995) "Managing legitimacy: Strategic and institutional approaches", *Academy of Management Review*, vol. 20, pp. 571-610

DOI: 0.5465/AMR.1995.9508080331

Annell, E., Axelsson, S., Emilsson, P.M, Karlsson, H., Sveiby K.E., Vikström, S., Wangerud, C.J., 1989. *Den osynliga balansräkningen*. Affärsvärlden förlag AB och Arbetsgruppen Konrad, Stockholm.

Tesch, R. (1990). "Qualitative research: Analysis types and software tools". Bristol, PA: Falmer.

Ullman, A. (1985) "Data in search of a theory: A critical examination of the relationship among social performance, social disclosure, and economic performance of US firms", *Academy of Management Review*, vol. 10, no. 3, pp. 540-57
DOI: 10.5465/AMR.1985.4278989

Unerman, J., & Bennett, M. (2004). "Increased stakeholder dialogue and the internet: towards greater corporate accountability or reinforcing capitalist hegemony?", *Accounting organisations and society* 29 (7): 685 - 707.
DOI: 10.1016/j.aos.2003.10.009

Elektroniska källor

NASDAQ OMX Nordics. Aktier för Small Cap (hämtad: 180108)
<http://www.nasdaqomxnordic.com/aktier/listed-companies/nordic-small-cap>

Statistiska Centralbyrån. Näringsgrensindelning (hämtad: 180108)
<https://www.scb.se/dokumentation/klassifikationer-och-standarder/standard-for-svensk-naringsgrensindelning-sni/>

Allabolag.se (hämtad: 180108)
<https://www.allabolag.se>

Lagstiftning

Årsredovisningslag (ÅRL) 1995:1554. Stockholm: Justitiedepartementet.
Bokföringslag (BFL) 1999:1078. Stockholm: Justitiedepartementet.

Årsredovisningar

Företag A (2017). *Årsredovisning 2016*
Företag B (2017). *Årsredovisning 2016*
Företag C (2017). *Årsredovisning 2015/2016*

Bilagor

Bilaga 1. Checklista

Kategorisering	Kodning
A – Personal	
A1 Åldersstruktur	Personalen beskriven efter vilken åldersgrupp de tillhör och kommentarer om hur många som tillhör en specifik åldersgrupp
A2 Erfarenhet inom branschen	Uppdelning efter antal år personalen har arbetat på företaget eller i branschen. Även kommentarer om andel personal med en viss erfarenhet mätt i tid
A3 Utbildningsnivå	Uppdelning av personalen efter utbildningsnivå och kommentarer om andelen personal med en viss utbildningsnivå
B – Personalhälsa och trivsel	
B1 Personalomsättning	Nyanställda/uppsagda. Omsättning i faktiska tal, ej nyanställda vid uppköp av annan verksamhet
B2 Kommentar om personalomsättning	Omnämning att det har skett en ökning eller minskning av antalet anställda. Bakomliggande orsaker till personalomsättning
B3 Medarbetarnas hälsa och säkerhet	Kommentarer om hälsoförebyggande åtgärder och säkerhetsåtgärder
B4 Personalens totala frånvaro	
B5 Intervju med de anställda	Antal, exkluderande VD:s brev, där en namngiven person är intervjuad
B6 Miljön på arbetsplatsen	Kommentarer om arbetsmiljön och arbetsmiljöåtgärder samt trivsel och trivselfrämjande åtgärder
B7 Medarbetarundersökning	Kommentarer om medarbetarundersökningar och resultat
C – Utbildning och utveckling	
C1 Information gällande utbildningsprogram och policy.	Information och policy om vidareutbildning och internutbildning
C2 Utbildningskostnader	Nyckeltal: utbildningskostnad / antal anställda
C3 Anställnings/personalkostnader	Nyckeltal: personalkostnad/antal anställda
D - Rekrytering, karriär och belöning	
D1 Rekryteringsprocess	Hur anställningsprocessen ser ut, under vilka villkor och var man anställer ny personal

D2 Möjlighet till jobbrotation	Möjligheter till att byta avdelning, land eller projekt
D3 Medarbetarnas karriärmöjligheter	Möjligheter till avancemang inom företaget
D4 Ersättningssystem	Policy angående löner. Kommentarer om ersättning i form av lön.
D5 Incitamentsprogram	Kommentarer och information om finansiella incitamentsprogram för anställda exkluderande bonussystem för enbart nyckelpersoner i företaget.
D6 Policy om naturaförmåner	Kommentarer och siffror vad gäller icke-finansiell ersättning
E – Intäkter och personal	
E1 Beroende av nyckelpersoner inom verksamheten	Kommentarer om nyckelpersonal och företagets beroende av vissa nyckelpersoner
E2 Intäkt per anställd	Nyckeltal: Intäkt / anställd
E3 Kommentar om intäkt per anställd	Kommentar om intäkt per anställd
E4 Förädlingsvärde/anställd	Nyckeltal: Förädlingsvärde/anställd
E5 Resultat/anställd	Nyckeltal: Resultat/anställd
F – Redovisad kompetens/ Specialkompetens	
F1 Allmänt om kompetens	Kommentar om individens allmänna kompetens
F2 Definierad kompetens	Kommentarer om specialistkompetens. Det måste vara definierat vilken slags kompetens individen besitter.

Bilaga 2. Sammanställning av årsredovisningarna

Kategorisering	Företag A	Företag B	Företag C
A - Personal			
A1 Åldersstruktur		X	
A2 Erfarenhet inom bransch		X	
A3 Utbildningsnivå	X	X	X
B – Personalhälsa och trivsel			
B1 Personalomsättning		X	

B2 Kommentarer om personalomsättning		X	
B3 Medarbetarnas hälsa och säkerhet	X		
B4 Personalens totala frånvaro	X		
B5 Intervju med de anställda	X		
B6 Miljön på arbetsplatsen	X	X	X
B7 Medarbetarundersökning			
C – Utbildning och utveckling			
C1 Information gällande utbildningsprogram och policys			
C2 Utbildningskostnader			
C3 Anställnings/personalkostnader	X	X	X
D – Rekrytering, karriär och belöning			
D1 Rekryteringsprocess			
D2 Möjlighet till jobbrotation			
D3 Medarbetarnas karriärmöjligheter			
D4 Ersättningsystem	X	X	X
D5 Incitamentsprogram		X	X
D6 Policy och naturaförmåner	X		
E – Intäkter och personal			
E1 Beroende av nyckelpersoner inom verksamheten			
E2 Intäkt per anställd		X	
E3 Kommentarer om intäkt per anställd			
E4 Förädlingsvärde/anställd		X	
E5 Resultat/anställd			X
F – Redovisad kompetens/specialkompetens			
F1 Allmänt om kompetens	X	X	X
F2 Definierad kompetens		X	

Bilaga 3. Intervjufrågor till samtliga företag

- Vilken är din/er befattning på företaget?
- Vem är det internt ansvarar för publicering av frivilliga personalupplysningar i årsredovisningen och tar beslut för vilken information om frivilliga

personalupplysningar som ska ingå?*

- I samband med besluten kring publicering av frivilliga personalupplysningar, finns det externa organisationer/grupper som medverkar vid besluten av vad som ska publiceras?
- I ert företags årsredovisning har ni valt att publicera frivilliga personalupplysningar vilka inte är lagstadgade. Av vilka skäl väljer ni att publicera dessa?
 - o Upplever ni att den önskade effekten uppnås?
 - o Hur märker ni detta?
- De frivilliga personalupplysningarna som ni väljer att publicera, finns dessa internt sedan tidigare eller skapar ni informationen för årsredovisningen och er externa omgivning?
 - o Om upplysningarna redan finns internt, hade ni valt att arbeta fram det om det inte fanns?
- Vem åsyftar ni att dela de frivilliga personalupplysningarna med?
 - o Finns det någon specifik målgrupp ni framförallt värderar?
 - o Om ja, vilka är de viktigaste målgrupperna?
 - o Varför tror ni att information om personalen är viktiga för dessa målgrupper?
- Upplever ni att den externa omgivningen påverkar i vilken grad och vilken information ni väljer att dela om personalen?***
 - o Hur?
- Upplever ni att trender i den externa omgivningen påverkar hur ni väljer att redovisa frivilliga personalupplysningar?***
 - o Hur och varför?
- Utöver publiceringar i årsredovisningen, förmedlar ni upplysningar om er personal till den externa omgivningen på andra sätt? Exempelvis i samband med marknadsföring.
 - o Om ja, till vem förmedlar ni upplysningarna?
 - o Av vilken anledning gör ni detta?
- Har det skett någon förändring i omfånget eller valet av frivilliga personalupplysningar under de senaste åren i ert företag?
 - o Om ja, vad har ni ändrat, tagit bort eller lagt till?
- Kommer det att ske några förändringar i redovisningen av frivilliga personalupplysningar framöver?
 - o Om ja, vad har ni tänkt ändra, lägga till eller ta bort?

*Med frivilliga personaluppglysningar menar vi exempelvis uppglysningar om personalens kompetens, vilken utbildningsnivå samt medarbetarnas hälsa och säkerhet.

**Med den externa omgivningen menar vi; aktieägare, leverantörer, potentiella investerare, kunder, myndigheter, personal och konkurrenter.

***Med trender menar vi exempelvis intresset för hållbarhet och socialt ansvar.