



LUNDS UNIVERSITET
Ekonomihögskolan

Företagsekonomiska Institutionen
FEKN90, Företagsekonomi
Examensarbete på Civilekonomprogrammet
VT 2015

Den frivilliga rapporteringen som strategiskt verktyg

En studie av forsknings- och utvecklingsintensiva organisationer

Författare

Johanna Bengtsson
Mikaela Flennerhag

Handledare

Johan Dergård

Förord

Vi vill rikta ett varmt tack till alla de organisationer som har medverkat i vår studie, och särskilt till de personer som har deltagit i våra intervjuer. Utan er hjälp och den information ni har bistått med hade vår studie inte varit genomförbar.

Vi vill även tacka vår handledare Johan Dergård som under hela vår process har funnits nära till hands. Utan din vägledning och support hade vi inte varit där vi är idag.

Ett tack riktas även till de personer som har läst vår uppsats och kommit med goda råd och värdefull feedback längs med vägen.

Lund, 18 maj 2015

Johanna Bengtsson

Mikaela Flennerhag

Sammanfattning

Titel:	Den frivilliga rapporteringen som strategiskt verktyg – En studie av forsknings- och utvecklingsintensiva organisationer
Seminariedatum:	28 maj, 2015
Kurs:	FEKN90 Företagsekonomi: Examensarbete på Civilekonomprogrammet, 30 högskolepoäng (30 HP)
Författare:	Johanna Bengtsson och Mikaela Flennerhag
Handledare:	Johan Dergård
Nyckelord:	Finansiell rapportering, frivilliga upplysningar, intellektuellt kapital
Syfte:	Det första syftet med denna studie är att beskriva och förklara vilken information som en organisation frivilligt väljer att utelämna i de frivilliga upplysningarna i sin årsredovisning. Det andra syftet med denna studie är att beskriva och förklara motiven till varför en organisation väljer att ta med respektive utelämna viss information i sin årsredovisning.
Metod:	Vi har tillämpat en forskningsmetod där vi genom intervjuer samt granskning av delårsrapporter och årsredovisningar har försökt ta reda på vilken information som forsknings- och utvecklingsintensiva organisationer har valt att ta med respektive utelämna i sina frivilliga upplysningar, samt motiven bakom dessa val.
Teoretiska perspektiv:	Denna studie bygger på vedertagna teorier inom området extern redovisning samt på tidigare forskning inom områdena finansiell rapportering, frivilliga upplysningar och intellektuellt kapital.
Empiri:	Studiens empiriska material består av insamlad data från genomförda intervjuer samt från granskning av organisationernas delårsrapporter och årsredovisningar.
Slutsatser:	Den information som organisationer främst väljer att utlämna i sina frivilliga upplysningar innefattar information om nya produkter, avtal, humankapital samt vissa relationer. Motiven till detta är främst praktiska, strategiska samt konkurrensrelaterade. Den information som organisationer istället väljer att ta med är information om strategi, samarbetspartners, befintliga produkter samt information om organisationernas framtida planer och mål. Motiven till detta är främst strategiska samt relaterade till praxis.

Abstract

Title:	The voluntary reporting as a strategic tool – A study of research and development-intensive organizations.
Seminar date:	28th of May, 2015
Course:	FEKN90: Master Thesis in Business and Administration, 30 University Credit Points (30 ECTS)
Authors:	Johanna Bengtsson and Mikaela Flennerhag
Advisor:	Johan Dergård
Key words:	Financial reporting, voluntary disclosures, intellectual capital
Purpose:	The first purpose of this study is to describe and explain what information an organization voluntarily chooses to exclude in their voluntary disclosures in their annual report. The second purpose of this study is to describe and explain the reasons why an organization may choose to include or exclude certain information in their annual report.
Methodology:	We have applied a research method where we through interviews and reviews of interim and annual reports have tried to find out what information research and development-intensive organizations have chosen to include and exclude in their voluntary disclosures, as well as the motives behind these choices.
Theoretical perspectives:	This study is based on accepted theories in the field of financial accounting as well as on previous research in the area of financial reporting, voluntary disclosures and intellectual capital.
Empirical foundation:	The empirical material of this study consists of collected data from interviews and from review of the organizations' interim and annual reports.
Conclusions:	The information organizations primarily choose to exclude in their voluntary disclosures includes information about new products, agreements, human capital and certain relationships. The motives for this are mainly practical, strategic and competition-related. The information organizations instead choose to disclose includes information about strategy, partners, existing products as well as information about their future plans and goals. The motives for this are mainly strategic and related to practice.

Innehållsförteckning

1. Inledning	1
1.1 Bakgrund	1
1.2 Problemdiskussion	2
1.3 Syfte	5
1.4 Fortsatt disposition	5
2. Referensram	6
2.1 Studiens teoretiska utgångspunkter	6
2.1.1 Agentteorin	7
2.1.2 Intressentteorin	7
2.1.3 Resursbaserad teori	8
2.1.4 Legitimitetsteorin	9
2.2 Intellektuellt kapital	10
2.3 Den finansiella rapporteringen	11
2.3.1 Den obligatoriska redovisningen	11
2.3.2 Den frivilliga redovisningen	12
3. Tidigare forskning	14
3.1 Betydelsen av den frivilliga redovisningen som beslutsunderlag	14
3.2 Det intellektuella kapitalets roll i den frivilliga redovisningen	15
3.3 Effekter av den frivilliga redovisningen	16
3.3.1 Positiva effekter	16
3.3.2 Negativa effekter	17
3.4 Faktorer som påverkar den frivilliga redovisningen	18
4. Metod	19
4.1 Forskningsstrategi	19
4.2 Tillvägagångssätt	19
4.2.1 Förstudie	19
4.2.2 Val av organisationer	20
4.2.3 Val av respondenter	21
4.2.4 Granskning av organisationernas rapporter	21
4.2.5 Intervjuer	22
4.2.6 Sammanställning av intervjuer	25
4.3 Artiklar samt övrig litteratur	25
4.4 Studiens trovärdighet	25
4.5 Bearbetning och analys av data	26
5. Organisationers val av frivilliga upplysningar	27
5.1 Alfa	27
5.1.1 Årsredovisningens syfte och funktion	27
5.1.2 Medtagandet av frivilliga upplysningar och motiven till det	28
5.1.3 Utelämnandet av frivilliga upplysningar och motiven till det	28
5.2 Beta	28
5.2.1 Årsredovisningens syfte och funktion	28
5.2.2 Medtagandet av frivilliga upplysningar och motiven till det	29
5.2.3 Utelämnandet av frivilliga upplysningar och motiven till det	29
5.3 Gamma	29
5.3.1 Årsredovisningens syfte och funktion	29
5.3.2 Medtagandet av frivilliga upplysningar och motiven till det	30
5.3.3 Utelämnandet av frivilliga upplysningar och motiven till det	31
5.4 Delta	32
5.4.1 Årsredovisningens syfte och funktion	32
5.4.2 Medtagandet av frivilliga upplysningar och motiven till det	32

5.4.3 Utelämnandet av frivilliga upplysningar och motiven till det	33
5.5 <i>Epsilon</i>	33
5.5.1 Årsredovisningens syfte och funktion.....	33
5.5.2 Medtagandet av frivilliga upplysningar och motiven till det	34
5.5.3 Utelämnandet av frivilliga upplysningar och motiven till det	34
5.6 <i>Zeta</i>	34
5.6.1 Årsredovisningens syfte och funktion.....	34
5.6.2 Medtagandet av frivilliga upplysningar och motiven till det	35
5.6.3 Utelämnandet av frivilliga upplysningar och motiven till det	35
5.7 <i>Theta</i>	36
5.7.1 Årsredovisningens syfte och funktion.....	36
5.7.2 Medtagandet av frivilliga upplysningar och motiven till det	36
5.7.3 Utelämnandet av frivilliga upplysningar och motiven till det	37
5.8 <i>Jota</i>	37
5.8.1 Årsredovisningens syfte och funktion.....	37
5.8.2 Medtagandet av frivilliga upplysningar och motiven till det	37
5.8.3 Utelämnandet av frivilliga upplysningar och motiven till det	38
5.9 <i>Kappa</i>	39
5.9.1 Årsredovisningens syfte och funktion.....	39
5.9.2 Medtagandet av frivilliga upplysningar och motiven till det	39
5.9.3 Utelämnandet av frivilliga upplysningar och motiven till det	39
5.10 <i>Lambda</i>	40
5.10.1 Årsredovisningens syfte och funktion	40
5.10.2 Medtagandet av frivilliga upplysningar och motiven till det.....	40
5.10.3 Utelämnandet av frivilliga upplysningar och motiven till det.....	41
5.11 <i>Omikron</i>	41
5.11.1 Årsredovisningens syfte och funktion	41
5.11.2 Medtagandet av frivilliga upplysningar och motiven till det.....	42
5.11.3 Utelämnandet av frivilliga upplysningar och motiven till det.....	43
5.12 <i>Sigma</i>	43
5.12.1 Årsredovisningens syfte och funktion	43
5.12.2 Medtagandet av frivilliga upplysningar och motiven till det.....	43
5.12.3 Utelämnandet av frivilliga upplysningar och motiven till det.....	44
5.13 <i>Sammanfattning</i>	45
6. Analys	47
6.1 <i>Vad studiens organisationer tar med och utelämnar samt motiven till det</i>	47
6.1.1 Humankapital	47
6.1.2 Organisationskapital	49
6.1.3 Relationskapital	51
6.2 <i>Avslutande reflektioner</i>	54
6.3 <i>Slutsats</i>	56
6.4 <i>Studiens bidrag</i>	58
6.5 <i>Kritik och begränsningar</i>	59
6.6 <i>Förslag till framtida forskning</i>	60
Källförteckning	61
Bilagor	71
<i>Bilaga 1 – Intervjuformulär</i>	71
<i>Bilaga 2 – Artikel</i>	73

1. Inledning

I detta kapitel ges en introduktion till studiens ämnesinriktning. I kapitlet presenteras först problemets bakgrund och därefter följer en problemdiskussion där det aktuella forskningsproblemet beskrivs och studiens problemformulering diskuteras. Avslutningsvis lyfts studiens syfte och fortsatta disposition fram.

1.1 Bakgrund

Organisationer kan ge information till sin utomstående omgivning på många olika sätt, där rapporter i form av delårsrapporter och årsredovisningar är en del av denna informationsgivning. Andra exempel är organisationers webbplatser, riktade företagspresentationer samt pressreleaser. Utöver den information som det finns krav på att organisationer ska presentera i sin årsredovisning, kan de också välja att lämna ytterligare upplysningar (Haskel, 2000; Artsberg, 2003), det vill säga upplysningar som inte är reglerad genom lagar och normer (Artsberg, 2003). Detta är något som organisationer idag väljer att göra i en allt större utsträckning (Mouritsen, Bukh & Marr, 2004). Likaså har organisationerna möjlighet att avstå från att redovisa viss information. Med hänsyn till att årsredovisningen ska ge en rättvisande bild av en organisation kan den i de fall organisationer väljer att utelämna viss information eller manipulera den information som tas med, riskera att bli vilseledande (Beyer & Guttman, 2012).

Denna uppsats kommer att handla om vilken information som organisationer väljer att utelämna i de frivilliga upplysningarna samt motiven till varför viss information inkluderas och annan exkluderas. Vi har valt att studera organisationers årsredovisningar på grund av att dessa anses vara ett mycket betydelsefullt instrument i syfte att kommunicera ut en organisations syfte, mål samt dess aktiviteter till utomstående aktörer (Ax & Marton, 2008).

Ett problem som kan uppstå med frivillig rapportering är att ledningen i en organisation har mer information än vad den utomstående omgivningen har (Farooq & Nielsen, 2013). Detta skapar informations- och incitamentsproblem mellan ledning och utomstående intressenter, vilket hindrar en effektiv resursallokering på kapitalmarknaden men som samtidigt ger upphov till en ökad efterfrågan på information. Det finns belägg för att investerare ser frivilliga upplysningar som trovärdig information (Healy & Palepu, 2001), varför det för organisationer finns incitament att tillhandahålla ytterligare upplysningar (Depoers, 2000).

Investeringarna utgår samtidigt från antagandet att organisationer som inte lämnar ut all information har dåliga nyheter som de vill undanhålla sin omgivning, medan de organisationer som inte har någon negativ information att undanhålla istället avslöjar allt. Detta skulle kunna leda till ett agerande hos ledningen där den kommer att avslöja all information – oavsett om den är bra eller dålig – för att undvika att bli misstänkta för att ha negativa nyheter som de vill undanhålla för sin omgivning (Lundholm & Van Winkle, 2006).

Som föremål för den frivilliga rapporteringen hamnar ofta en organisations intellektuella kapital, något som utgör en viktig tillgång i innovativa organisationer (Wickham, 2006; White, Lee & Tower, 2007). Det intellektuella kapitalet fungerar som en stark värdeskapare i dagens organisationer (Abeysekera, 2008) och är drivare av finansiella prestationer (Edvinsson & Malone, 1998). Det intellektuella kapitalet delas in i humankapital, organisationskapital samt relationskapital, vilka i sin tur bland annat består av kompetens, innovation, strategier samt relationer (Roos, Fernström & Pike, 2006; Arvidsson, 2011). Innovativa organisationer upplevs ha större motiv till att redovisa mer information i sina frivilliga upplysningar (Gray, Meek & Roberts, 1995), varför dessa organisationer är föremål för denna empiriska studie. Den här studien har vidare begränsats till att enbart behandla frivilliga upplysningar som går att hänföra till intellektuellt kapital, varför närmare beskrivningar av andra kategorier av information lämnas utanför denna studie.

1.2 Problemdiskussion

Hittills har forskningen inom frivillig rapportering främst fokuserat på vilken typ av information som tas med i de frivilliga upplysningarna, vilka faktorer som påverkar omfattningen av dessa samt hur det intellektuella kapitalet mäts och värderas (Artsberg, 2003; Mouritsen, Bukh & Marr, 2004; Huafang & Jianguo, 2007; Dumay, 2009). Efter att ha gjort en litteraturgranskning inom detta område har vi uppmärksammat att det råder bristande forskning om motiven bakom att organisationer väljer att ta med viss information. Detta är även något som Abeysekera (2008) lyfter fram. Utöver detta har vi också observerat att det i stort sett inte finns någon forskning alls på vilken information som organisationer väljer att utelämnas samt motiven till det. Eftersom kunskapen om detta är väldigt begränsad blir båda dessa parametrar intressanta att studera. En viktig del i vår forskning har därför varit att försöka bidra till den litteratur som finns inom området frivillig rapportering.

Som nämnts ovan finns det regler och normer som styr vad som ska och vad som bör finnas med i en årsredovisning och att organisationer utöver detta har en viss frihet i att själva anpassa informationen för att framställa sin verksamhet på ett visst sätt (Artsberg, 2003) och nå ut till önskade aktörer (Haskel, 2000). Genom att organisationer själva väljer vilken information som ska tas med respektive utelämnas kan det finnas en risk att viss information – såväl bra som dålig – utesluts vilket kan leda till att det som står i årsredovisningen blir vilseledande och oriktigt (Cormier, Aerts, Ledoux & Magnan, 2009).

Det går att tänka sig att den information som organisationer väljer att ta med dels är sådan som skapar värde, dels sådan information som ger en positiv bild av organisationen. Information som skapar värde skulle kunna vara organisationers intellektuella kapital, då det ofta ses som en drivkraft till tillväxt och förbättring (Mele, Colurcio & Russo-Spena, 2014) och samtidigt är en allt viktigare förutsättning för organisationers överlevnad (Chen & Kaufmann, 2008). Även information som ger en positiv bild av organisationen skulle kunna vara det intellektuella kapitalet. En sådan informationsgivning skulle kunna ses som ett sätt för organisationer att nå fram till viktiga intressenter, få tillgång till resurser samt framställa organisationerna som legitima (Deegan & Unerman, 2011).

Vad gäller den information som organisationer väljer att utelämnas från sin frivilliga rapportering, är det möjligt att det dels är sådan information som är av negativt värde, dels sådan information som skapar värde. Information av negativt värde skulle kunna vara företagshemligheter som organisationerna inte vill ska komma till omgivningens kännedom, då det skulle kunna ge upphov till konsekvenser för organisationernas framtida möjligheter och utveckling. Information som istället skapar värde skulle exempelvis kunna vara organisationers intellektuella kapital, såsom kompetens, strategi och produktidéer. Eftersom det intellektuella kapitalet ofta skapar konkurrensfördelar för en organisation (Petty & Guthrie, 2000; Lev, 2004; Fontana & Macagnan, 2013) är det tänkbart att organisationen inte vill lämna information om sitt intellektuella kapital med risk för att konkurrenter eller andra intressenter skulle kunna dra nytta av denna information.

Med hänsyn till ovanstående resonemang kan den information som tas med respektive utelämnas medföra konsekvenser för läsaren av organisationers årsredovisningar. Eftersom investerare använder årsredovisningar för att fatta beslut är lämnandet av ytterligare information till fördel för dem så länge som informationen är sanningsenlig. Med

motsvarande resonemang blir det till en nackdel för investerarna i de fall organisationerna avstår från att lämna ut viss information. I ett sådant fall leder till att rapporterna blir missvisande och att investerarna därmed riskerar att göra oriktiga bedömningar och fatta inkorrekta beslut (Securities and Exchange Commission, 1998; Haskel, 2000; Artsberg, 2003; Zechman, 2010). Det går därmed att tänka sig att en investerares beslut inte bara kan påverkas av fel information utan också av för lite information, då informationen dels är missvisande på grund av att den är osann, dels på grund av att den inte är tillräcklig.

Organisationers frivilliga redovisning sker inte helt slumpmässigt. Det finns orsaker till att de väljer att redovisa vissa uppgifter och att de avstår från att redovisa andra. Med anledning av att organisationer agerar på ett visst sätt när det kommer till att lyfta fram viss information och utelämna annan, är det intressant att studera närmare vad det egentligen finns för motiv bakom detta agerande. Forskning har visat att ökad informationsgivning kan leda till minskade kapitalkostnader (Botosan, 1997), minskad informationsasymmetri mellan ledning och ägare samt till förbättrad kommunikation med organisationers intressenter (Prince & Dwivedi, 2013). Samtidigt har forskare spekulerat i att en möjlig anledning för organisationer att utelämna information skulle kunna vara att marknadens aktörer kan använda informationen på ett strategiskt sätt till sin egen fördel och därmed påverka organisationerna negativt (Depoers, 2000; Lundholm & Van Winkle, 2006). Huruvida detta skulle kunna vara motiv för organisationer att ta med respektive utelämna viss information är dock oklart. I tidigare studier har forskarna mestadels studerat årsredovisningar och utifrån dessa försökt finna samband mellan olika faktorer och organisationers grad av frivilliga upplysningar.

Den här studien ska också bidra till forskningen inom intellektuellt kapital genom att hantera frågan om vilken information organisationer väljer att ta med och vilken information de väljer att utelämna i sina frivilliga upplysningar, samt motiven till det. Det är viktigt att bidra med den här informationen dels för att området intellektuellt kapital och frivillig rapportering behöver utvecklas, dels för att bistå organisationer med upplysningar om detta eftersom det är viktigt att känna till hur fenomenet fungerar och ser ut. I detta avseende är vår studie en vidareutveckling av den forskning som redan finns och ska hjälpa till att göra forskningen inom området frivilliga upplysningar mer täckande.

1.3 Syfte

Det första syftet med denna studie är att beskriva och förklara vilken information som en organisation frivilligt väljer att utelämna i de frivilliga upplysningarna i sin årsredovisning. Det andra syftet med denna studie är att beskriva och förklara motiven till varför en organisation väljer att ta med respektive utelämna viss information i sin årsredovisning.

1.4 Fortsatt disposition

Kapitel 2 – I detta kapitel presenteras uppsatsens teoretiska referensram. Denna består av en presentation av vedertagna teorier, vilka knyter an till tidigare forskning. Vidare presenteras och identifieras intellektuellt kapital samt den finansiella rapporteringen i termer av obligatorisk och frivillig redovisning.

Kapitel 3 – I detta kapitel redogörs för den tidigare forskning som finns inom området frivillig redovisning. Här presenteras betydelsen av den frivilliga redovisningen, det intellektuella kapitalets roll samt effekter av och faktorer som påverkar den frivilliga redovisningen.

Kapitel 4 – I detta kapitel presenteras uppsatsens metodik. Kapitlet beskriver den strategi som ligger till grund för studien, samt det tillvägagångssätt som har tillämpats. Här redogörs för hur urvalet av studiens organisationer har gått till, samt hur insamlingen av det empiriska materialet har genomförts. Vidare presenteras en sammanställning och en analys över det insamlade empiriska materialet och avslutningsvis diskuteras studiens trovärdighet.

Kapitel 5 – I detta kapitel presenteras och redovisas insamlad empirisk data från utförda intervjuer och genomförd granskning. Kapitlet avslutas med en sammanfattning över kapitlets presenterade empiri.

Kapitel 6 – I detta kapitel presenteras en analys av undersökningens resultat, där mer djupgående motiv och anledningar till en organisations frivilliga rapportering lyfts fram och diskuteras. I detta kapitel presenteras vidare en avslutande diskussion samt en slutsats där vi relaterar till empirisk data och tidigare presenterad teori. Kapitlet avslutas med en redogörelse för studiens bidrag, en kortare diskussion över studiens begränsningar samt förslag till framtida forskning.

2. Referensram

I detta kapitel presenteras studiens teoretiska referensram där fokus ligger på att lyfta fram begreppet frivilliga upplysningar, vilket görs genom en genomgång av tidigare forskning. Till att börja med redogörs för studiens utgångspunkt och de teorier som bedöms relevanta för uppsatsens ämne. Vidare redogörs för det intellektuella kapitalet som en betydelsefull tillgång i, och som en komparativ fördel för en organisation. Avslutningsvis redogörs för definitionerna av den obligatoriska samt den frivilliga redovisningen.

2.1 Studiens teoretiska utgångspunkter

I föreliggande studie har vi valt att använda oss av fyra olika teorier; agentteorin, intressentteorin, resursbaserad teori samt legitimitetsteorin. Anledningen till att vi har valt fyra teorier (Cormier, Magnan & Van Velthoven, 2005) är på grund av att årsredovisningen som rapport kan fylla många olika syften som kan vara svåra att belysa med enbart en teori. Dessa fyra teorier hjälper oss att spegla årsredovisningen utifrån olika aspekter och samtidigt beskriva relationen till den frivilliga rapporteringen på bästa möjliga sätt.

Agentteorin innebär att ägare och ledning ska ha samma målbild och att ledningen presenterar information på ett sådant sätt att det sker i ägarnas intressen (Anthony, Govindarajan, Hartman, Kraus & Nilsson, 2014). Denna teori blir viktig i denna studie eftersom den information som organisationerna väljer att ta med respektive utelämna kan vara påverkad av ledningens egna intressen (Broberg, Tagesson & Collin, 2009). Intressentteorin – å andra sidan – handlar om att valet av frivillig information kan ses som ett sätt att nå ut till och locka olika intressenter. Som en utvidgning av denna teori kan också den resursbaserade teorin ses som ett sätt att – genom frivillig information – få tillgång till viktiga resurser som intressenter innehar och som en organisation är beroende av för sin överlevnad (Kim & Verrecchia, 1994). Genom legitimitetsteorin kan det förklaras att det för organisationer kan finnas incitament att ta med respektive utelämna viss information för att utge en så sanningsenlig och korrekt bild av sig själva som möjligt (Cooper, 1984, uttryckt i Bailey, Harte & Sugden, 2000). I ett samhälle som består av intressekonflikter och ojämlik fördelning av makt, kan frivilliga upplysningar användas till att informera på ett sätt som syftar till att vilseleda vissa intressenter samt göra särskilda intressen och behov legitima.

2.1.1 Agentteorin

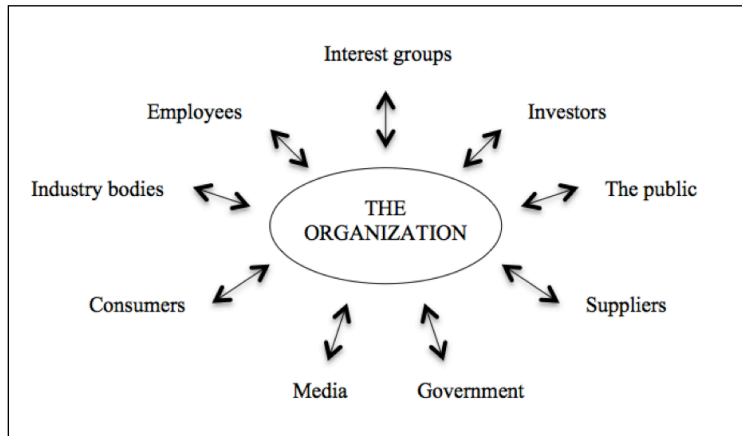
Inom agentteorin förklaras de problem som kan uppstå mellan principalen (ägaren) och agenten (ledningen) i en organisation (Anthony et al. 2014). När en principal anställer en agent för att utföra olika arbetsuppgifter förväntar sig principalen att agenten ska agera i organisationens intresse. Inom agentteorin antas dock att alla individer agerar i sitt eget intresse. Detta leder till problem då principalen inte har möjlighet att ständigt övervaka agentens uppträdande och därmed inte kan förlita sig på att agenten agerar i organisationens intresse.

Agentteorin kan användas för att förklara varför en organisations ledning frivilligt väljer att redovisa viss information (Broberg, Tagesson & Collin, 2009). Det finns en risk att ledningen i en organisation medvetet väljer att manipulera både siffror och frivilliga upplysningar, eller bara kommunicera ut en viss typ av information för att öka sitt eget arvode när det finns en möjlighet för dem att kunna påverka organisationens intressenter utan att ägarna lägger sig i. Detta kan ses som en konsekvens av den informationsasymmetri som uppstår i organisationen när ägarskap och kontroll separeras (Lim, Matolcsy & Chow, 2007).

Enligt Jensen och Meckling (1976) finns det dock incitament för ledningen att anpassa sina egna intressen efter ägarnas i de fall där nyttan av detta överväger dess kostnader. I takt med att organisationer blir allt mer komplexa ökar kraven från en organisations intressenter på ytterligare upplysningar. En anledning till detta är då ägarna vill försäkra sig om att informationsasymmetrin mellan dem och ledningen är så liten som möjligt. Som en följd av detta väljer ledningen ofta att frivilligt avslöja ytterligare information för att försäkra ägarna om att de arbetar i deras intressen och inte i sina egna, men även för att skydda sitt eget rykte och minska tvister både inom och utanför organisationen (Lim, Matolcsy & Chow, 2007).

2.1.2 Intressentteorin

Inom intressentteorin kan frivilliga upplysningar ses som en del av en organisations strategi och användas i syfte att påverka relationen med organisationens olika intressenter (Deegan & Unerman, 2011). Tillsammans med legitimitetsteorin har denna teori använts flitigt för att förklara varför organisationer väljer att göra vissa frivilliga upplysningar i sina årsredovisningar. Olika intressentgrupper som en organisation kan ha för avsikt att påverka visas i figur 2:1.



Figur 2:1. The organization viewed as part of a wider social system (Deegan & Unerman, 2011)

Intressentteorin hävdar att alla intressenter har rätt att bli lika behandlade av en organisation (Deegan & Unerman, 2011) samt att alla intressenter ska tas i beaktande (Freeman & Reed, 1983; Hasnas, 1998). I de fall där en särskild intressent anses vara viktig för en organisation finns det incitament att använda information i syfte att fånga intressentens uppmärksamhet eller för att få dennes stöd eller godkännande i specifika frågor (Gray, Owen & Adams, 1996). Likaså kan viss information uteslutas för att skydda organisationen eller i syfte att förvirra (Bailey, Harte & Sugden, 2000). Den grupp av intressenter som en organisation primärt väljer att lägga sina resurser på är den grupp som anses vara den mest betydande för organisationen. De grupper som anses vara mindre betydande behandlas först om organisationen har resurser över (Näsi, Näsi, Phillips & Zyglidopoulos, 1997).

Precis som en organisation kan påverka sina intressenter kan intressenterna påverka organisationen. Om en organisations kritiska resurser kontrolleras av en intressent, är det sannolikt att organisationen agerar på ett sätt som tillmötesgår intressentens behov. Likaså gäller att om en intressent inte har kontroll över en organisations resurser kommer inte heller dennes behov att tillmötesgå på samma sätt (Ullman, 1985).

2.1.3 Resursbaserad teori

En av de första forskarna som uppmärksammade vilken betydelse en organisations resurser har för dess konkurrenskraft var Edith Penrose. Redan 1959 hävdade hon att en organisations interna och externa tillväxt beror på hur organisationen använder sig av sina resurser (Newbert, 2007). Den resursbaserade teorin fick sedan sitt uppsving genom Wernerfelts artikel *A resource-based View of the Firm*. I denna artikel utvecklade Wernerfelt en teori som

menar på att en organisations konkurrensfördelar bygger på de resurser som en organisation utvecklar eller åstadkommer (Barney & Clark, 2007; Mele, Colurcio & Russo-Spena, 2014).

Enligt Barney (1991) är resurser bland annat de tillgångar, förmågor, processer, kännetecken samt den kunskap som kontrolleras av en organisation. En organisations långsiktiga konkurrenskraft beror på hur väl utrustad organisationen är med resurser som dess konkurrenter inte innehar. Den resursbaserade teorin fokuserar dock inte på alla resurser en organisation besitter, utan endast på de som anses vara kritiska eller strategiska för organisationen samt de som anses vara de viktigaste för att organisationen ska kunna behålla sina konkurrensfördelar (Rangone, 1999).

En organisation behöver resurser för att överleva (Pfeffer & Salancik, 1978). Redan 1978 sa Pfeffer och Salancik att en organisation – för att få tillgång till de resurser som den behöver – måste samspeja med parter som har kontroll över dessa resurser. Detta är något som även bekräftas av Hillman och Dalziel (2003) och innebär att organisationer är beroende av sin omgivning. Det kan emellertid vara svårt att förlita sig på att få tillgång till externa parter resurser, i synnerhet om de är knappa, något som kan leda till att införskaffandet av resurser kan vara problematiskt (Pfeffer & Salancik, 1978; Dierickx & Cool, 1989).

2.1.4 Legitimitetsteorin

Precis som inom intressentteorin kan legitimitetsteorin användas för att påverka relationen med en organisations olika intressenter och organisationer arbetar därför kontinuerligt med att framstå som legitima inför dessa (Deegan & Unerman, 2011). En organisation anses vara legitim när de värderingar som finns i organisationen stämmer överens med det större sociala system som finns i den bransch inom vilken organisationen verkar. Om det skulle uppstå skillnader mellan organisationens värderingar och det sociala systemet hotas organisationens legitimitet (Lindblom, 1994, uttryckt i Gray, Kouhy & Lavers, 1995), och till viss del även organisationens fortsatta existens (Guthrie & Parker, 1989).

För att en organisation ska kunna uppnå legitimitet kan den med hjälp av användandet av frivilliga upplysningar anta fyra olika strategier. Den första strategin handlar om att organisationen försöker undervisa och informera sina intressenter om förändringar som skett i verksamheten samt om avvikande resultat. Den andra strategin syftar till att behålla intressenternas beteende men förändra deras uppfattningar angående vissa frågor. Den tredje

strategin går ut på att mer eller mindre manipulera organisationens intressenter. Detta kan ske genom att organisationen försöker leda intressenternas uppmärksamhet från något som anses vara kontroversiellt och istället rapportera om hur bra de agerar i en annan omstridd fråga. Den fjärde strategin handlar om att försöka förändra intressenters förväntningar på organisationens kommande prestationer (Lindblom, 1994, uttryckt i Gray, Kouhy & Lavers, 1995).

2.2 Intellectuellt kapital

Enligt Artsberg (2003) har omfattningen av frivillig redovisning av intellektuellt kapital ökat de senaste åren, något som även konstateras av Husin, Hooper och Olesen (2012). Intellectuellt kapital kan ses som resurser som medverkar till att en organisation kan generera och bevara värde (Lynn, 1998; Roos, Fernström & Pike, 2006). Till intellektuellt kapital räknas bland annat kunskap, en organisations profil på marknaden samt de relationer som en organisation har med dess olika intressenter. Det som är särskilt utmärkande för det intellektuella kapitalet är att det – med undantag från varumärken – inte mäts eller redogörs för i den traditionella redovisningen (Roos, Fernström & Pike, 2006). Det intellektuella kapitalet skapar ett framtidvärde som inte kan lyftas fram i balansräkningen (Edvinsson & Malone 1998; Ballow, Burgman & Molnar, 2004; Gupta, Lehman & Stuart, 2004) och som därmed måste framställas på annat sätt än genom siffror i de finansiella rapporterna.

Idag finns det tre allmänt vedertagna typer av intellektuellt kapital; humankapital, organisationskapital samt relationskapital (Dumay, 2009). Till humankapital räknas den kompetens, attityd och innovationsförmåga som de anställda inom en organisation besitter (Roos, Fernström & Pike, 2006). Kvalitén på en organisations värdeskapandeprocesser påverkas till stor del av den kunskap och de erfarenheter som de anställda innehar, eftersom de anställda tillsammans både kan utbyta kunskap samt skapa ny (Van der Meer-Kooistra & Zijlstra, 2001). Genom att en organisation lyckas dra nytta av detta kan konkurrensfördelar lättare uppnås (Teece, 1998). Till organisationskapital räknas en organisations uppbyggnad, system och processer men även tillgångar såsom varumärken, företagskultur och rykte. Alla dessa tillgångar befinner sig inom en organisations kontroll men resurser som företagskultur och rykte är samtidigt beroende av anställdas men även av utomstående personers tolkningar. Relationskapital omfattar de externa kontakter en organisation har med sin omgivning, såsom kunder, leverantörer och strategiska partners (Roos, Fernström & Pike, 2006). Utöver en organisations interna parter kan även de externa kontakterna vara en del i organisationens

värdeskapandeprocess (Van der Meer-Kooistra & Zijlstra, 2001). För en bredare inblick i vilka komponenter de olika slagen av kapital kan innefatta, se figur 2:2.

Humankapital	Organisationskapital	Relationskapital
<ul style="list-style-type: none">✚ Kompetens<ul style="list-style-type: none">- Kunskap- Förmåga✚ Attityd<ul style="list-style-type: none">- Motivation- Beteende✚ Intelligens<ul style="list-style-type: none">- Innovation- Anpassningsförmåga	<ul style="list-style-type: none">✚ Organisation<ul style="list-style-type: none">- Uppbyggnad- Strategi- Processer- Varumärken✚ Forsknings- och utvecklingsresultat<ul style="list-style-type: none">- Befintliga produkter och koncept- Nya produkter- Nya koncept- Patent- Licenser	<ul style="list-style-type: none">✚ Direkta affärsrelationer<ul style="list-style-type: none">- Kunder- Leverantörer- Partners- Anställda✚ Övriga relationer<ul style="list-style-type: none">- Ägare- Kommun- Landsting- Myndigheter- Potentiell arbetskraft- Påtryckningsgrupper- Media

Figur 2:2. Det intellektuella kapitalets huvudkomponenter (Artsberg, 2003; Roos, Fernström & Pike, 2006)

Enligt White, Lee och Tower (2007) existerar ofta ett informationsgap mellan ledning och ägare i forsknings- och utvecklingsintensiva organisationer och ett sätt att överbrygga detta informationsgap kan vara att rapportera om sitt intellektuella kapital i de frivilliga upplysningarna.

2.3 Den finansiella rapporteringen

Finansiell rapportering handlar om att förse marknaden med information, att med hjälp av upplysningar möta olika intressenters informationsbehov (Cooke, 1989; Zechman, 2010) och samtidigt kommunicera mot omvärlden (Boczko, 2000; Mouritsen, Bukh & Marr, 2004). Genom att lämna ytterligare information öppnar organisationer upp sin verksamhet för utomstående aktörer – vilka därigenom får en bättre insyn i organisationernas verksamhet – något som leder till ett bättre beslutsunderlag (Kim & Verrecchia, 1994). De finansiella rapporterna består av två delar, där den ena är obligatorisk och den andra är frivillig.

2.3.1 Den obligatoriska redovisningen

Den obligatoriska redovisningen innebär att organisationer vid upprättandet av sin årsredovisning måste följa vissa gällande regelverk, krav, normer, och rekommendationer. Dessa finns uttryckta i olika lagar, uttalanden och standards och ligger till grund för vad en årsredovisning ska innehålla (Artsberg, 2003). I lagstiftningen är det främst

Årsredovisningslagen (1995:1554), Bokföringslagen (1999:1078) och Aktiebolagslagen (2005:551) som blir de aktuella lagarna för svenska organisationer att rätta sig efter (Thomasson, 2011). Dessa kompletteras med råd och rekommendationer från allmänna normbildare och organ. Den information som blir föremål för obligatorisk redovisning relateras ofta till upplysningar om medelantalet anställda, andelen kvinnor och män, väsentliga händelser samt information om risker.

Två mycket centrala begrepp som genomgående präglar en organisations redovisning och rapportering är kraven på god redovisningssed och rättvisande bild (Thomasson, 2011). God redovisningssed handlar om att en årsredovisning ska upprättas efter rådande praxis och rekommendationer från normgivande organ. En rättvisande bild är däremot ett svårare begrepp att definiera. Den engelska översättningen lyder ”a true and fair view”, vilken med sin ordalydelse innebär att årsredovisningen ska vara sann och rättvisande (Artsberg, 2003). Motsatsen till sanning är lögn, vilket innebär att om en organisation ljuger i sin årsredovisning blir den information som ges vilseledande. Det går dock att tänka sig att en årsredovisning kan bli vilseledande exempelvis även genom att presentera ofullständig fakta och hemlighålla information. Om en organisation kunde välja helt fritt vilken information de skulle presentera skulle de med all säkerhet dölja den information som de inte vill visa upp, vilket skulle leda till en missvisande rapportering. Med detta i beaktande har begreppet rättvisande tillsammans med ordet sann fått legal rättsverkan men också blivit en viktig betydelse då det handlar om att återspegla sin verksamhet på ett så ärligt och tillförlitligt sätt som möjligt.

2.3.2 Den frivilliga redovisningen

Frivillig rapportering är ett medel för att kommunicera ut en organisations resultat och styrning till utomstående investerare (Healy & Palepu, 2001). Den frivilliga redovisningen omfattar de upplysningar som lämnas utöver den obligatoriska redovisningen (Adrem, 1999; Artsberg, 2003; Prince & Dwivedi, 2013). Den frivilliga redovisningen består av två delar; dels den information som organisationer väljer att ta med, dels den information som de väljer att inte ta med.

Informationen inom den frivilliga redovisningen är oftast av kvalitativ karaktär och består därmed främst av icke-numerisk information (Prince & Dwivedi, 2013). Det som är utmärkande för den frivilliga informationen är att den ofta går mer på djupet och är mer rik på detaljer. Hur mycket och vilken typ av information som organisationer redovisar i sina

frivilliga upplysningar skiljer sig dock åt mellan olika organisationer (Broberg, Tagesson & Collin, 2009).

När det kommer till frivilliga upplysningar tar organisationer i första hand med information som behandlar organisatoriska aspekter, såsom teknik, företagskultur (Arvidsson, 2011) samt framtidsprognoser (Healy, Hutton & Palepu, 1999). I andra hand fokuserar organisationer på mer mänskliga frågor, såsom styrelse och medarbetare, men även på relationsfrågor, såsom leverantörer och samarbetspartners (Arvidsson, 2011). Frivilliga upplysningar relaterade till intellektuellt kapital kommer först i tredje hand, men ökar i takt med att efterfrågan på dessa upplysningar stiger (Wennerberg, 1997; Arvidsson, 2011). Det intellektuella kapitalet kan förekomma både i den obligatoriska och i den frivilliga rapporteringen, men det är i den frivilliga delen som organisationerna själva väljer om de vill lyfta fram det eller inte. Om den obligatoriska redovisningen innebär en presentation av antalet anställda och fördelningen mellan kvinnor och män, kan den frivilliga redovisningen istället innebära upplysningar om de anställdas trivsel, engagemang och sammanhållning.

Trots att omfattningen av den obligatoriska redovisningen blir allt större, ökar även mängden av frivilliga upplysningar från organisationer (Artsberg, 2003). Enligt Arvidsson (2011) beror detta på att den reglerade informationen inte täcker in allt som organisationerna vill förmedla, vilket innebär att det krävs frivilliga upplysningar för att ge en mer komplett bild av organisationerna.

3. Tidigare forskning

I detta kapitel presenteras information från den litteraturgranskning som vi har genomfört för att skapa en mer övergripande bild över området finansiell rapportering.

Områdena frivillig rapportering och intellektuellt kapital är väl utforskade och har varit föremål för vetenskapligt arbete under många år. En stor del av den tidigare forskningen har studerat vad en organisation rapporterar samt hur det som rapporteras värderas och mäts i de finansiella räkenskaperna. En del forskare har fokuserat på betydelsen av den frivilliga informationen medan andra forskare har fokuserat på de effekter som kan uppstå samt de faktorer som kan påverka och förklara fenomenet med frivilliga upplysningar. När det kommer till det intellektuella kapitalet å andra sidan har den främsta forskningen fokuserat på att identifiera och klassificera denna typ av tillgång för att sedan diskutera dess betydelse för organisationers möjligheter att skapa framtida värde.

3.1 Betydelsen av den frivilliga redovisningen som beslutsunderlag

Varför frivillig redovisning egentligen är viktig är värt att lyfta fram. Forskare upplever att organisationers värde inte framgår helt självklart enbart genom att läsa och granska de traditionella rapporterna (Arvidsson, 2011). Detta beror på att organisationer i allt större utsträckning består av mer immateriella tillgångar vilka har ett värde som inte syns i resultat- och balansräkning och därför måste redovisas i form av upplysningar vid sidan om (Artsberg, 2003). Detta leder till att de finansiella rapporterna inte speglar en organisations marknadsvärde helt korrekt (Blair & Kochan, 2000; Lev, 2001). Ovanstående resonemang förklarar varför det blir viktigt och varför det uppstår ett behov av att rapportera mera (Arvidsson, 2011).

Det finns olika uppfattningar om i vilken grad frivilliga upplysningar är användbara (Artsberg, 2003). Olika intressenter kräver olika typer av information. Vissa aktörer använder årsredovisningen mer ambitiöst medan andra endast använder den för att komplettera med information från andra källor (Mohd Ghazali, 2010). Några av de aktörer som är intresserade av hur det går för organisationerna är samhällets investerare och analytiker (Smith, 1997). Dessa försöker att med hjälp av information fatta korrekta beslut och göra så träffsäkra och pålitliga prognoser för framtiden som möjligt (Securities and Exchange Commission, 1998). Det är dock inte bevisat att det skulle vara de frivilliga upplysningarna i rapporterna som

utgör det bästa underlaget för investerarnas beslut och den bästa informationen för analytikernas prognoser (Artsberg, 2003). Istället anges det att det inte borde vara någon skillnad om den information som används finns i de finansiella rapporterna eller om den går att utläsa inom den frivilliga rapporteringen. Att investerare dessutom inte beaktar all information i årsredovisningarna utan bland annat tenderar att läsa balans- och resultaträkningarna i större utsträckning än noter är ytterligare ett faktum som bidrar till att det är svårt att bedöma den verkliga betydelsen av de frivilliga upplysningarna.

3.2 Det intellektuella kapitalets roll i den frivilliga redovisningen

Det intellektuella kapitalet är en viktig del av en organisations frivilliga rapportering. Många organisationer är idag mer kunskapsbaserade, rikedom skapas genom att utveckla och förvalta kunskap (Ricceri & Guthrie, 2009, uttryckt i Guthrie, Ricceri & Dumay, 2012) och en organisations värde mäts idag inte enbart utifrån finansiella prestationer utan snarare utifrån värden på aktiviteter som utvecklar kunskapsbaserade resurser (Guthrie, Ricceri & Dumay, 2012). Dessa värdeskapande resurser kallas för intellektuellt kapital (Bradley, 1997) och genom att en organisation lämnar ytterligare upplysningar om sitt intellektuella kapital demonstrerar de för hur dessa immateriella tillgångar skapar ytterligare värde (Brennan, 2001; Abeysekera, 2006). Det intellektuella kapitalet har med detta resonemang dels blivit föremål för en organisations värdeskapandeprocess, dels för en organisations upplysningsverksamhet (Holland, 2003).

Det intellektuella kapitalet har antagit många olika definitioner. Det sägs både vara kunskap som kan omvandlas till vinst (Sullivan, 2000), skillnaden mellan en organisations marknadsvärde och dess bokförda värde (Ordóñez de Pablos, 2003) samt en immateriell tillgång utan fysisk form men som fortfarande är av värde för en organisation (Edvinsson & Malone, 1998). Svårigheterna med det intellektuella kapitalet ligger i att skapa, fånga och sprida det inom organisationer (Guthrie, Petty & Johansson, 2001) samt identifiera, mäta och rapportera dess exakta värde (Guthrie, Ricceri & Dumay, 2012).

Det är flera forskare som har lyft fram och uppmärksammat det intellektuella kapitalet som den nya värdedrivaren i organisationer (Marr, Gray & Neely, 2003; Mouritsen, Bukh & Marr, 2004; Abeysekera, 2008). Det finns idag en medvetenhet om att det är det intellektuella kapitalet som skapar konkurrensfördelar (Petty & Guthrie, 2000), driver finansiella prestationer, adderar värde och i vissa fall utgör hela värdegrunden i en organisation (Guthrie,

Petty & Johansson, 2001). Genom att organisationer tillhandahåller information om immateriella tillgångar – däribland intellektuellt kapital – till potentiella intressenter kan de skapa fördelar i konkurrensen om marknads kapital. I de fall organisationer saknar ett tillräckligt bra informationssystem kan det även resultera i felaktig och snedvriden resursallokering (Kaufmann & Schneider, 2004).

3.3 Effekter av den frivilliga redovisningen

Nedan presenteras ett antal positiva och negativa effekter som en organisations frivilliga rapportering kan leda till. I tidigare forskning har det studerats om det kan vara så att det finns en korrelation mellan en organisations frivilliga rapportering och olika effekter. Dessa effekter skulle kunna ses som möjliga motiv för en organisation i deras arbete med att besluta vilken information de ska ta med respektive utelämna i sina frivilliga upplysningar.

3.3.1 Positiva effekter

Minskad informationsasymmetri

Informationsasymmetri uppstår i relationer som kännetecknas av parter med olika tillgång till information samt i relationer där parterna har olika intressen (Akerlof, 1970). För att undvika dessa typer av situationer och för att få investerare att känna tillit till organisationen (Wyatt, 2002; Healy & Palepu, 1993) kan ledningen aktivt försöka arbeta med att minska informationsasymmetrin. Ett sätt att göra detta på är att lämna ytterligare information i form av frivilliga upplysningar till organisationens intressenter (Diamond & Verrecchia, 1991; Healy & Palepu, 1993).

Sänkta kapitalkostnader

Mer omfattande frivilliga upplysningar sänker de kapitalkostnader som uppkommer från informationsasymmetrier (Botosan, 1997; Leuz & Verrecchia, 2000; Van der Meer-Kooistra & Zijlstra, 2001; Botosan & Plumlee, 2002; Aerts & Lybaert, 2013). När mängden frivilliga upplysningarna ökar, minskar graden av informationsasymmetrier i en organisation (Baiman & Verrecchia, 1996) på grund av att intressenter upplever en mindre osäkerhet att investera när mer information tillhandahålls (Gray, Meek & Roberts, 1995). Det här leder till att priset på en organisations aktier kan öka, vilket i sin tur innebär sänkta kapitalanskaffningskostnader (Baiman & Verrecchia, 1996).

Uppnådd strategi

Det finns ett betydande stöd för att en organisation kan uppnå sina mål genom att delge sina intressenter mer information (Spero, 1979, uttryckt i Ullman, 1985; Prince & Dwivedi, 2013). Det kan exempelvis handla om att en organisation vill få tillgång till vissa resurser eller säkra tillträde till vissa finansiella marknader (Spero, 1979, uttryckt i Ullman, 1985). Genom att lämna information som riktar sig till en särskild aktör kan organisationen uppleva en större möjlighet att få tillgång till de önskvärda resurserna eller få tillträde till den åtråvärda marknaden.

Förbättrad kommunikation till intressenter

Att kunna ta del av information om en organisations strategi kan vara av stort intresse för intressenter, såsom aktieägare, banker och potentiell arbetskraft. Aktieägare vill investera i aktier som ger framtida avkastning och genom att ge aktieägare ytterligare information kan en organisation hjälpa dessa att fatta bättre beslut. När det gäller banker har de lättare att göra korrekta bedömningar vad gäller utlåning av kapital i de fall de har mer omfattande information att tillgå. För människor på arbetsmarknaden är det ofta av intresse att arbeta i en framgångsrik organisation. Av denna anledning finns det incitament för en organisation att marknadsföra sig själv och delge ytterligare information, i syfte att attrahera rätt sorts talang till organisationen (Van der Meer-Kooistra & Zijlstra, 2001; Prince & Dwivedi, 2013).

3.3.2 Negativa effekter

Hot från konkurrenter

Samtidigt som de flesta organisationer vill delge så pass mycket information att det kan bidra till att skapa ett intresse för organisationen, kan organisationer genom att rapportera om sina strategier och förväntade ekonomiska utfall skada sin egen konkurrenskraft (Newman & Sansing, 1993; Van der Meer-Kooistra & Zijlstra, 2001; Hassan et al. 2009). För en organisations ledning uppstår det en situation där de måste välja mellan att antingen bidra med information till kapitalmarknaden eller att undanhålla information för att maximera sitt eget intresse (Newman & Sansing, 1993).

Svårigheter att tillgodose intressenter

Organisationers val av att ta med viss information skapar en möjlighet att manipulera information genom att endast presentera positiva uppgifter (Van der Meer-Kooistra & Zijlstra, 2001). När en organisation tar med frivillig information kan det ge upphov till en situation där

organisationen måste förklara sig i de fall de inte lyckas uppfylla de löften som de presenterar i sin årsredovisning. Dessutom skapas höga förväntningar på organisationen från den utomstående omgivningen när de väljer att presentera ytterligare information.

3.4 Faktorer som påverkar den frivilliga redovisningen

Det finns flertalet faktorer som visar på samband mellan en organisation och dess omfattning av frivilliga upplysningar. Vi har dock valt att enbart lyfta fram de två faktorer som är mest relevanta för denna studies ändamål.

Organisationens storlek

Empiriska studier visar på att det finns ett samband mellan en organisations storlek och dess frivilliga upplysningar. Redan 1979 menade Firth (1979) att större organisationer redovisar frivilliga upplysningar i större utsträckning. Detta är sedan något som har bekräftats av Cormier, Magnan och Van Velthoven (2005). En anledning till detta är att andelen kapital vanligtvis är högre för större organisationer (Firth, 1979; Cooke, 1989; Adrem, 1999). Organisationer med mer kapital upplever en större informationsasymmetri mellan ledning och utomstående intressenter (Jensen & Meckling, 1976), varför det för dessa organisationer finns ett större incitament till att avslöja mer information. Det finns även andra argument för sambandet mellan en organisations storlek och dess frivilliga upplysningar. Exempelvis är efterfrågan på ytterligare upplysningar från analytiker, allmänheten samt från media större vad gäller större organisationer (Adrem, 1999; Cormier, Magnan & Van Velthoven, 2005).

Organisationens bransch

En organisations bransch kan påverka omfattningen av och innehållet i en organisations frivilliga upplysningar (Cooke, 1989; Gray, Meek & Roberts, 1995). Enligt Gray, Meek och Roberts (1995) är det sannolikt att forsknings- och utvecklingsintensiva organisationer är mer känsliga när det gäller vilka upplysningar de frivilligt väljer att dela med sig av än vad organisationer inom andra branscher är.

4. Metod

I detta kapitel redogör vi för studiens metod. Vi beskriver den forskningsstrategi som vi har valt att använda samt redogör för hur vi har gått tillväga för att samla in studiens empiriska data. I detta kapitel redogörs också för studiens intervjuer, dess utformning och innehåll men även en beskrivning över vårt urval av organisationer och respondenter presenteras. Kapitlet avslutas med en diskussion om studiens trovärdighet.

4.1 Forskningsstrategi

Forskningsstrategin tar utgångspunkt i de syften som vi har med den här studien. Det första syftet är att beskriva och förklara vilken information som en organisation frivilligt väljer att utelämna i de frivilliga upplysningarna i sin årsredovisning. Det andra syftet är att beskriva och förklara motiven till varför en organisation väljer att ta med respektive utelämna viss information i sin årsredovisning. Vi har valt att tillämpa en forskningsstrategi som har varit indelad i två steg (Bryman & Bell, 2005; Alvehus, 2013). Det första steget har inneburit en granskning av studiens organisationers delårsrapporter samt årsredovisningar. Vi har utfört denna granskning för att identifiera vilken information organisationerna tar med i sin frivilliga rapportering för att därmed få en uppfattning om vilken information som de väljer att utelämna. Det andra steget har gått ut på att genomföra personliga intervjuer med respondenter från dessa organisationer. Genom att intervjua respektive organisation har vi försökt ta reda på vilka motiv de har haft till att ta med viss information och utlämna annan.

4.2 Tillvägagångssätt

4.2.1 Förstudie

Som en del i vår undersökning har vi valt att genomföra en förstudie. Denna utförde vi för att ta reda på huruvida vårt ämnesval skulle kunna generera material till en fullständig undersökning. Organisationen som deltog i vår förstudie var en listad forsknings- och utvecklingsintensiv organisation. Deltagarna i förstudien var involverade i och ansvariga för processen att upprätta organisationens delårsrapporter samt årsredovisning och besatt därmed den kunskap som krävdes för detta ändamål. Inför förstudien skapade vi ett antal preliminära frågor för att efter intervjun justera dessa genom att lägga till vissa frågor och formuleringar och ta bort andra. Vi har vidare använt den organisation som deltog i denna förstudie i vår fullständiga undersökning. För att få kompletta svar träffade vi dessa respondenter ytterligare en gång efter att vi färdigställt vårt intervjuformulär.

4.2.2 Val av organisationer

De organisationer som har blivit föremål för denna studie har varit forsknings- och utvecklingsintensiva organisationer. Det har varit viktigt att de organisationer som har deltagit i denna studie har arbetat med någon form av forskning eller att de har arbetat med att ta fram sina egna produkter och/eller sina egna koncept. Anledningen till varför vi har valt denna typ av organisationer är på grund av att dessa organisationer innehar mycket intellektuellt kapital (White, Lee & Tower, 2007). Då vi har velat ta reda på om det kan vara så att organisationer med mycket intellektuellt kapital kan ha större incitament till att avslöja respektive undanhålla viss information i sina frivilliga upplysningar har dessa organisationer varit väl lämpade för denna studie. En annan viktig aspekt i valet av organisationer har varit att de ska ha varit listade på någon av de svenska börserna/marknadsplatserna, eftersom listade organisationer har större informationsgivning på grund av att de har många olika intressenter att tillgodose (Deegan & Unerman, 2011). I denna undersökning finns det både stora och små organisationer. Storleken har dock inte varit något kriterium utan har blivit en effekt av att de organisationer som har velat delta i denna studie har varit av varierande storlek. För att komma i kontakt med organisationerna började vi med att ta reda på vilka organisationer som uppfyllde våra kriterier. Därefter kontaktade vi cirka 75 organisationer per telefon. Efter våra samtal var det tolv organisationer som ställde sig positiva till att delta. Av dessa tolv verkar tio organisationer inom samma bransch medan de övriga två verkar inom två andra branscher. Av denna anledning ingår det organisationer från tre olika branscher i denna studie.

Med hänsyn till att studiens organisationer verkar i föränderliga och känsliga branscher kunde de endast tänka sig att delta i denna studie mot att de fick vara anonyma. Av den anledningen har vi inte haft möjlighet att presentera en närmare beskrivning av respektive organisations specifika bransch, verksamhet, finansiella utveckling samt information om deras produkter och pågående projekt, utan vi presenterar endast vår insamlade empiriska data. Vi har inte heller haft möjlighet att presentera en tabell över de korrekta namnen på studiens olika organisationer samt respondenter. Däremot presenterar vi nedan en tabell där vi har gett organisationerna och respondenterna nya namn, i vilken vi även har redogjort för intervjudatum och tidsåtgång. Alla de namn som presenteras i tabellen är relaterade till män oavsett om det har varit män eller kvinnor som deltagit i våra intervjuer.

Organisation	Respondent	Intervjudatum	Tidsåtgång
Alfa	Allan Allansson	15-03-31	60 min
Beta	Bengt Bengtsson	15-03-22	50 min
Gamma	Göran Göransson & Gunnar Gunnarsson	15-02-20	60 min
Delta	David Davidsson	15-03-25	60 min
Epsilon	Evert Evertsson	15-03-19	50 min
Zeta	Zivert Zivertsson	15-03-21	50 min
Theta	Tage Tagesson	15-03-24	45 min
Jota	Jonas Jonasson	15-04-01	60 min
Kappa	Karl Karlsson	15-03-27	45 min
Lambda	Lars Larsson	15-03-24	45 min
Omikron	Olof Olofsson	15-03-30	45 min
Sigma	Sven Svensson & Sture Stuesson	15-03-23	60 min

Figur 4:1. Studiens organisationer, respondenter, intervjudatum samt intervjuernas tidsåtgång

4.2.3 Val av respondenter

För att få tillfredsställande svar har det varit viktigt för oss att respondenterna ska ha varit delaktiga i processen med att upprätta respektive organisations rapporter (Jacobsen, 2002). Därutöver ska respondenterna ha haft insyn i och inflytande över denna process samt över den information som har tagits med respektive utelämnats. En viktig del har varit att respondenterna har varit öppna och villiga att delge oss den information som vi har behövt. Om personen i fråga inte har varit tillräckligt insatt i ämnet och inte heller har varit nog villig att bidra i givandet av information har vi riskerat att få missvisande svar i vår undersökning. I denna studie förefaller det dock inte som att studiens respondenter har varit restriktiva i sin informationsgivning.

I arbetet med att hitta rätt person har vi i första hand frågat efter respektive organisations VD. Vi har bedömt att det är denna person som har haft bäst möjlighet att slussa oss vidare till lämplig respondent. I de organisationer där vi inte har haft möjlighet att få kontakt med VD:n har vi istället kontaktat respektive organisations ekonomiavdelning för att därigenom komma i kontakt med passande respondent. Alla våra respondenter har innehaft befattningar såsom VD, ekonomichef eller kommunikatör.

4.2.4 Granskning av organisationernas rapporter

Inför varje intervju har vi granskat respektive organisations delårsrapporter samt årsredovisning för räkenskapsåret 2013. Anledningen till att vi endast har använt rapporter för räkenskapsåret 2013 är på grund av att vi har bedömt att det är dessa som studiens respondenter har mest kännedom om eftersom de ligger närmast i tiden. Med hjälp av dessa

rapporter har vi kunnat urskilja mer exakt vilken information respektive organisation har valt att ta med respektive utelämnas för att kunna skapa gransknings-specifika frågor. Som en del i vår granskning av rapporterna har vi genomfört vissa delar av en innehållsanalys. Detta har vi gjort genom att klassificera information utefter de olika teorier samt de olika former av intellektuellt kapital som presenterats i studiens teorikapitel (Guthrie, Petty, Yongvanich & Ricceri, 2004). Exempelvis har vi undersökt hur mycket av respektive organisations information som i årsredovisningen har tillhört humankapital, organisationskapital samt relationskapital.

Under arbetet med att granska delårsrapporter och årsredovisningar har vi varit noga med att kontrollera huruvida det som organisationerna har skrivit i sina delårsrapporter har stämt överens med det som de sedan har nämnt i sin årsredovisning. Anledningen till detta är att vi har velat ifrågasätta de skillnader som kan ha uppstått mellan dessa rapporter och hur det skulle kunna ha påverkat organisationernas intressenter. I vår empiriska undersökning har vi dock inte stött på några skillnader mellan organisationernas delårsrapporter och årsredovisning, varför denna aspekt inte har blivit aktuell i denna studie.

4.2.5 Intervjuer

I denna undersökning har vi skapat ett intervjuformulär med frågor som vi har arbetat fram genom att justera de frågor som vi använde oss av i vår förstudie. För att ta fram intervjuformuläret har vi också använt oss av flertalet vetenskapliga artiklar (Mouritsen, Bukh & Marr, 2004; Lundholm & Van Winkle, 2006; Abeysekera, 2008; Dumay, 2009). Dessa artiklar har berört ämnen som finansiell rapportering, frivilliga upplysningar samt intellektuellt kapital. Vi har studerat dessa artiklar och använt de som utgångspunkt i arbetet med att skapa och formulera intervjuformulärets frågor.

Vårt intervjuformulär är indelat i fyra olika delar. Delarna är uppbyggda på ett sådant sätt att de berör varsitt område med frågor kopplade till detta. Vi har använt oss av frågor av varierande karaktär – utan fasta svarsalternativ – där vissa frågor har varit mer specifika och andra mer öppna. Anledningen till detta är att vi har velat att våra respondenter ska ha kunnat berätta mer fritt om deras uppfattningar kring våra frågor. Då de svar vi har önskat få fram kan anses vara av känslig karaktär har vi lagt ner mycket tid på hur vi har valt att formulera våra frågor (Bryman & Bell, 2013). För att se vilka områden som vi har valt att beröra samt

vilka frågor som vi har ställt, se intervjuformuläret under rubriken ”Bilaga 1 – Intervjuformulär”.

Den första delen i intervjuformuläret behandlar syftet och funktionen med organisationernas årsredovisning. Frågorna har vi ställt för att se om organisationerna har haft någon specifik tanke bakom den information som de har valt att ta med och om denna information har förändrats från år till år. Den andra delen i intervjuformuläret behandlar obligatoriska och frivilliga upplysningar. Vid utformandet av dessa frågor har vi haft vissa svar i åtanke vilket har gjort att frågorna har varit mer detaljerade och specificerade. Då denna del behandlar frågor av mer känslig karaktär har vi av strategiska skäl valt att inte lägga denna del först då vi har velat undvika att skapa en obekväm stämning under intervjuerna. Intervjuformulärets tredje del handlar om upprättandet av årsredovisningen och behandlar mer preciserande frågor i syfte att erhålla vissa detaljer som vi anser att vi har behövt för att kunna besvara våra syften. Den fjärde delen behandlar frågor som vi har skapat efter att ha granskat respektive organisations delårsrapporter och årsredovisning. Dessa frågor har därmed varit specifika för och riktade till respektive organisation och har använts i syfte att försöka hitta olika mönster i organisationernas val av frivillig information. Vi har valt att i förväg skicka ut vårt intervjuformulär till respektive organisation innan intervjun har ägt rum. Anledningen till detta har varit för att ge respondenterna tid till att förbereda sig (Backman, 2008).

Då merparten av tidigare forskning inom frivillig rapportering har baserats på studier som har gjorts genom granskning av årsredovisningar, har vi istället i vår empiriska undersökning valt att också genomföra intervjuer med studiens organisationer. Vad organisationer utelämnar går inte att ta reda på enbart genom att granska och titta på organisationers delårsrapporter samt årsredovisningar. Likaså går det inte heller att ta reda på motiven till varför de tar med eller utelämnar viss information. Tidigare forskning har identifierat vissa orsaker till organisationers frivilliga redovisning (Leuz & Verrecchia, 2000). Dessa behöver nödvändigtvis inte vara motiv till frivillig rapportering utan snarare effekter av denna. För att få reda på motiven behöver forskaren personligen intervju organisationer, vilket kan göras antingen genom enkäter eller genom intervjuer. Vid intervjuer har forskaren större möjlighet att kunna ställa följdfrågor (Bryman & Bell, 2005) varför vi har valt intervjuer som undersökningsform. Att kunna ställa följdfrågor har varit viktigt för oss av den anledningen att vi har velat kunna få förtydliganden och klargöranden som det funnits en risk att vi annars inte skulle ha fått. Vidare har vi – för att på bästa sätt utforska vårt ämne – ställt en och

samma fråga på olika sätt i syfte att få respondenterna att variera sina svar och därmed har vi fått möjlighet att fånga upp olika nyanser av samma fråga.

Vi har valt att genomföra intervjuerna på plats hos organisationerna för att få en möjlighet att tillsammans med dem kunna använda årsredovisningen för att titta på den specifika information som vi i förväg har identifierat och klassificerat. I och med att våra intervjuer har berört känslig information har det också genom att ha träffat respondenterna varit möjligt att samtala om ämnen som kan ha uppfattats som mer allvarliga. En annan anledning är att tillförlitligheten av den information som kommer fram har visat sig vara högre vid personliga intervjuer (Jacobsen, 2002). Under våra intervjuer har vi försökt att bibehålla den ordningsföljd som vi har skapat i vårt intervjuformulär, men om så krävts har vi varit beredda att justera denna. Vi har även försökt att i förväg inte förvänta oss ett visst sorts svar på respektive fråga eftersom vi inte har velat begränsa respondenternas svar, utan velat att de ska ha svarat så öppet och fritt som möjligt (Bryman & Bell, 2013).

I utförandet av våra intervjuer har vi valt att använda oss av bandspelare. Detta har vi gjort i syfte att efter genomförda intervjuer kunna utföra en så detaljerad analys som möjligt samt för att inte missa viktiga uttalanden och formuleringar. När vi frågade respondenterna om de kände sig bekväma med att intervjun spelades in var reaktionerna förhållandevis positiva. Endast en av de intervjuade motsatte sig inspelning. I denna situation valde vi istället att föra anteckningar, där en av oss ställde frågor och den andra noterade.

Det finns vissa risker med att genomföra intervjuer (Jacobsen, 2002; Bryman & Bell, 2005). Bland annat kan studiens resultat bli allt för vinklade då dessa kan påverkas av forskarnas egna åsikter och personligheter. Vi har haft detta i åtanke genom att försöka skapa och genomföra våra intervjuer på ett sådant sätt att deltagarna har haft möjlighet att primärt svara utefter sina tankar och erfarenheter. Under vår intervjuprocess har vi lagt märke till att ju fler intervjuer som har genomförts, desto mindre ny information har organisationerna kunnat bidra med. Efter ett visst antal intervjuer upplevde vi en mättnad i form av att många svar återkom. Detta var i sin tur ett tecken på att vi inte behövde göra fler intervjuer och inte heller valde att kontakta fler organisationer.

4.2.6 Sammanställning av intervjuer

I bearbetningen av vårt intervjumaterial har vi efter varje genomförd intervju genom transkribering sammanställt den data som vi har erhållit, samt kontrollerat att vi har fått de svar som vi har önskat. I de fall vi har saknat vissa svar har vi kontaktat respondenten igen för eventuella kompletteringar. Därigenom har vi under arbetets gång haft en kontinuerlig kontakt med våra respondenter. Efter att vi har sammanställt intervjumaterialet har vi skickat tillbaka det till respektive respondent för godkännande och eventuella invändningar. När vi har fått godkännande från respondenterna har vi som nästa steg skrivit ut alla sammanställningar för att påbörja vår analys (Sandberg, 1994).

I det fall där en av våra respondenter motsatte sig att bli inspelad har vi gått tillväga på samma sätt som i de fall där vi transkriberade det inspelade materialet. Därigenom har vi försäkrat oss om att vi inte har missat något av värde, eftersom det inte är lika lätt att fånga upp speciella uttalanden och fraser när anteckningar förs (Bryman & Bell, 2005).

4.3 Artiklar samt övrig litteratur

Tillsammans med organisationernas delårsrapporter samt årsredovisningar har vi använt oss av vetenskapliga artiklar och annan litteratur för att bygga upp vår teoretiska referensram. De delårsrapporter samt årsredovisningar som vi har använt oss av är offentliga handlingar och därför har vi enkelt kunnat få tag i dessa genom organisationernas egna webbplatser samt genom databasen Retriever Business. För att få tillgång till de vetenskapliga artiklar som vår teoretiska referensram bygger på har vi använt oss av tillgängliga databaser via Lunds Universitet. Vi har främst använt oss av databaserna LUBsearch, Business Source Complete, Scopus, Web of Science with conference proceeding samt Emerald. Vi har också använt oss av andra sökmotorer såsom Google Scholar. För att hitta lämpliga artiklar har vi i vårt sökande främst använt oss av tre stora sökord, vilka är ”financial reporting”, ”voluntary disclosures” samt ”intellectual capital”. Dessa sökord har vi sedan varierat i olika former för att försöka finna just de artiklar som på bästa sätt har kunnat hjälpa oss att besvara våra syften. Avslutningsvis har vi använt oss av en rad olika böcker som vi har lånat på olika bibliotek.

4.4 Studiens trovärdighet

Allt som står skrivet behöver inte vara sant (Hartman, 2003). På grund av detta är det viktigt att den data som används vid forskning är tillförlitlig samt att det material som används går att

koppla till den problemformulering som studien avser att besvara. Dessa två kriterier brukar benämnas reliabilitet och validitet, och är främst två centrala begrepp inom den kvantitativa forskningen. För oss har det istället blivit mer relevant med två alternativa kriterier, trovärdighet och äkthet (Bryman & Bell, 2005). För att få vår studie att uppnå både trovärdighet och äkthet har vi skickat ut sammanställningarna av våra intervjuer och utkastet från vår empiri till studiens organisationer i syfte att få bekräftelse på att vi har uppfattat deras svar på ett korrekt sätt och att de inte har haft något annat att tillägga. Vidare har vi under hela arbetets gång arbetat på ett sätt där vi har varit noga med att inte blanda in våra personliga åsikter och värderingar och genom dessa påverka respondenternas svar i vår undersökning (Bryman & Bell, 2005).

4.5 Bearbetning och analys av data

För att sammanställa vår data har vi gått tillväga på följande sätt. Vi har skrivit ut alla de sammanställningar som vi har skapat genom transkribering. Därefter har vi lagt alla dokument på ett bord framför oss, granskat dessa och jämfört de svar vi har fått med våra intervjufrågor, samt ställt dessa svar mot respektive organisations delårsrapporter och årsredovisning.

Vi har delat in vår analysdel utifrån de tre olika kategorierna av intellektuellt kapital. Vi har med hjälp av våra utskrivna dokument försökt att härleda vilken information som har passat in under vilken kategori, genom att vi har letat svar på intervjuformulärens frågor. Därefter har vi jämfört svaren organisationerna emellan och försökt att finna olika svarsmönster och utreda huruvida det har funnits olika motiv till varför organisationerna har valt att ta med respektive utelämnat viss information. Vi har försökt att identifiera huruvida organisationerna tycks ha svarat på samma sätt, på olika sätt eller inte har svarat alls, i syfte att skapa en helhetsbild och kunna dra olika slutsatser (Sandberg, 1994). Utifrån vår granskning av organisationernas rapporter, vår tolkning av respondenternas uttalanden och uppfattningar, samt den teoretiska referensramen har vi grundat studiens analys samt slutsats.

I presentationen av vår empiri har vi valt att redogöra för vår data genom att presentera den organisation för organisation. Detta har vi gjort av den anledningen att vi har bedömt att det leder till en bättre bild av respektive organisation. Vi är medvetna om att det som läsare kan upplevas som att mycket fakta återkommer och att läsningen därför har en risk att bli enförmig. Trots detta har vi bedömt att detta sätt är det mest lämpade att redovisa vår empiri på.

5. Organisationers val av frivilliga upplysningar

I detta kapitel presenteras de resultat som vår undersökning har gett upphov till. Kapitlet är indelat i tre områden där det första området behandlar årsredovisningens syfte och funktion. De kommande två områdena berör vilken information organisationer väljer att ta med respektive utelämna samt motiven till det. Vi har valt att presentera vår empiri organisation för organisation. De olika områdena presenteras för respektive organisation under det namn som de tidigare har blivit tilldelade.

5.1 Alfa

5.1.1 Årsredovisningens syfte och funktion

Syftet med Alfas årsredovisning är att den enbart ska uppfylla de legala krav som organisationen är förpliktad att följa som en listad organisation. Allan Allansson säger att allt som presenteras i Alfas årsredovisning speglar vilka resurser organisationen har. Alfa har ännu inga produkter på marknaden utan enbart forskningsprojekt i olika utvecklingsfaser och organisationen ser därför inte årsredovisningen som ett säljdokument. Eftersom analytiker, investerare och olika samarbetspartners mestadels är intresserade av organisationens framtida utveckling, finns det idag ett begränsat intresse av årsredovisningen som i huvudsak baseras på historisk information. Alfa väljer istället att presentera sig själv genom andra medel – oftast genom bolagspresentationer – där de presenterar sig själv mer detaljrikt. De väljer att lägga ner mer tid på bolagspresentationerna än på årsredovisningen, då dessa kan generera ett värde som de anser att årsredovisningen inte kan göra. Alfa kommunicerar dock ingenting som inte redan nämnts genom pressreleaser eftersom det finns ett lagkrav på listade organisationer att det som för första gången kommuniceras måste ske genom sådana.

I upprättandet av årsredovisningen tar Alfa hjälp av en reklambyrå som hjälper till med layout och bildmaterial. Organisationen tar också hjälp av en översättningsbyrå som översätter årsredovisningen till engelska, men texterna i årsredovisningen skriver de dock själva. För att garantera reliabiliteten i årsredovisningen gör organisationen först en genomgång med olika funktionsansvariga. Därefter verifierar revisorn siffermaterialet och slutligen gör styrelsen en genomgång av årsredovisningen.

5.1.2 Medtagandet av frivilliga upplysningar och motiven till det

I Alfars årsredovisning finns det inga frivilliga upplysningar. Organisationen väljer att inte ta med någon ytterligare information utöver den som krävs enligt lagar och regler. Skulle en investerare ha intresse av ytterligare upplysningar får han eller hon vända sig till andra forum som exempelvis organisationens webbplats, deras pressreleaser eller deras riktade företagspresentationer. En anledning till den uteblivna frivilliga informationen är att organisationen upplever ett begränsat aktieägarintresse av årsredovisningen på grund av att den endast speglar historia och inte framtid. Alfa framhäver att det i den här typen av bransch är viktigt att hålla en lagom låg profil och att inte avslöja för mycket information eftersom organisationen verkar i en riskfylld bransch.

5.1.3 Utelämnandet av frivilliga upplysningar och motiven till det

I och med att Alfa väljer att inte presentera någon ytterligare information i sina frivilliga upplysningar betyder det att de utelämnar all information förutom den som krävs enligt lag. Organisationen tar därmed inte med någon ytterligare information relaterad till humankapital relationskapital eller organisationskapital. Detta innebär att alla frivilliga upplysningar om bland annat personalen, strategi, produktbeskrivningar samt diverse relationer lämnas utanför årsredovisningen. Anledningen till att information om organisationens humankapital exkluderas är att Alfa inte upplever att det finns något utomstående intresse av dessa upplysningar. Organisationen genomför dock regelbundet interna enkäter för att mäta personalens trivsel och utvärdera deras kompetens. Allanson förklarar att så länge som organisationen kan erbjuda deras anställda intressanta projekt, utmanande arbetsuppgifter och löpande kompetensutveckling kan de säkerställa medarbetarnas engagemang och motivation. Att organisationens årsredovisning skulle användas som ett sätt att få tillgång till bra personal är något som Allanson nekar till. Han klargör att den bransch som organisationen befinner sig i är liten där kontaktytorna är breda varför det finns andra tillvägagångsätt än genom årsredovisningen för att få tillgång till arbetskraft.

5.2 Beta

5.2.1 Årsredovisningens syfte och funktion

Syftet med Betas årsredovisning är att ge deras intressenter en överskådlig bild över deras verksamhet samt deras ekonomiska situation. De vill klargöra vad deras verksamhet går ut på, hur den har förändrats samt hur de ser på framtiden inom deras verksamhetsområden. För Beta är årsredovisningen ett kompakt och informativt kommunikationsdokument.

Beta tar i upprättandet av årsredovisningen hjälp av en kommunikationsbyrå, vilken bidrar till kommunikationsmässig information, både genom text och bilder. I Betas årsredovisning finns det en viss struktur och en viss ordningsföljd som alltid följs, men däremot kan det finnas information som Beta vill lyfta fram extra mycket ett visst år. För att garantera reliabiliteten i årsredovisningen har organisationen dels noggranna interna kontroller, dels en ansedd revisionsbyrå som granskar dokumentet.

5.2.2 Medtagandet av frivilliga upplysningar och motiven till det

Beta väljer att i sin årsredovisning utöver den lagstadgade informationen ta med ytterligare upplysningar om förändringar, strategi, verksamhetsområden, föregående års projekt samt information om planer och framtida förväntningar. Bengtsson anser att detta bidrar till en transparent och tydlig årsredovisning.

Beta använder sin årsredovisning som ett sätt att få tillgång till viktiga resurser i form av olika intressenter. Bengtsson förklarar vidare att Beta i sin årsredovisning lyfter fram organisationens miljöarbete och arbetsklimat. Genom att visa upp att de har en öppen och rättvis miljö där arbetstagarna trivs lockar de utomstående intressenters intresse och öppnar även upp för möjligheten till framtida potentiell arbetskraft. Genom detta förfarande har organisationen möjlighet att uppnå konkurrensfördelar vad gäller kundrelationer och framtida rekrytering.

5.2.3 Utelämnandet av frivilliga upplysningar och motiven till det

Den information som Beta väljer att lämna utanför sin årsredovisning är främst kundrelaterad information. All sekretessbelagd information som berör deras kundkontakter utelämnas av den anledningen att organisationen inte vill förorsaka deras kunder någon skada. Även närmare beskrivningar om olika kundprojekt utelämnas ifall de inte i det enskilda fallet har kommit överens med kunden att de kan lämna ut information om det.

5.3 Gamma

5.3.1 Årsredovisningens syfte och funktion

För Gamma är årsredovisningen mycket betydelsefull. Den används dels i ett marknadsförings- och investeringssyfte, dels i ett pedagogiskt syfte för att förklara för deras intressenter vad deras verksamhet går ut på. Det är viktigt för organisationen att den

information som anges följer de regler som finns och att det som skrivs därmed är sanningsenligt, korrekt och relevant.

Gamma tar inte hjälp av någon extern part i upprättandet av årsredovisningen eftersom de själva sköter alla arbetsuppgifter inom organisationen. De försöker istället att på egen hand uppmärksamma de trender som finns när det kommer till upprättandet av årsredovisningen och därutöver även titta på hur andra organisationer gör och ta tips och idéer från dem. För att garantera att det som står i organisationens årsredovisning är reliabelt har både revisor och styrelse en central roll.

5.3.2 Medtagandet av frivilliga upplysningar och motiven till det

Gamma väljer att i sin frivilliga rapportering lyfta fram information om medarbetarnas akademiska utbildning, befintliga produkter, kundcitat, strategier, information om vad som har hänt under året samt information om deras relationer.

Genom att ge information om hur många av personalen som har akademisk utbildning samt information om deras befintliga produkter anser de att förtroendet för organisationen ökar. Det handlar om att få intressenterna att tro på verksamheten. Även kundcitat och rekommendationer från lämpliga personer är viktiga delar i Gammas årsredovisning för att skapa förtroende för organisationen. Vidare har Gamma valt att kommunicera information om deras strategier i syfte att få läsarna av årsredovisningen att bättre förstå vilka planer de har samt hur de arbetar för att uppnå sina mål. Gamma tillhandahåller också förklaringar till varför det gick som det gick under året. Gunnarsson förklarar att om Gamma i exempelvis föregående års årsredovisning skulle ha berättat om ett projekt där utfallet senare inte visade sig motsvara det planerade, väljer de att i årets årsredovisning förklara varför de misslyckades och varför det inte gick som planerat. Han tillägger att detta görs i syfte att undvika spekulationer och menar att det är viktigt att vara ärlig och säga som det är eftersom en sanningsenlig bild inger förtroende. Han förklarar dock vidare att detta är en situation som organisationen försöker att undvika då det ofta handlar om information av negativt värde som kan ge upphov till negativ respons. På grund av detta är Gamma försiktiga med att presentera sådan information som de anser kan bli föremål för en förklaringsituation. När det gäller den information som berör organisationens relationer till leverantörer och distributörer är inte alla inom organisationen riktigt överens. Vissa tycker inte att det är lämpligt att göra reklam för

organisationens leverantörer medan andra istället tycker att det kan vara bra att visa upp att de har vissa leverantörer som kan bidra med hög kvalitet och ett ökat intresse för organisationen.

En anledning till att Gamma väljer att redovisa ovanstående information i sina frivilliga upplysningar är på grund av att de ser det som ett sätt att få tillgång till viktiga resurser såsom leverantörer och kapital.

5.3.3 Utelämnandet av frivilliga upplysningar och motiven till det

Affärshemligheter, specifik kompetens samt nya produkter är information som Gamma väljer att utelämma från sin frivilliga rapportering.

När det gäller affärshemligheter handlar det främst om nya produkter och pågående projekt, där motiven till detta främst är konkurrensrelaterade. Gamma vill inte att deras konkurrenter ska få reda på vilka produkter som de arbetar med att framställa. De upplever att det finns en risk för att konkurrenterna fångar upp deras idéer, själva framställer en liknande produkt snabbare och därigenom får ett försprång på marknaden. En annan anledning är på grund av att de inte vill lova för mycket. Att berätta om antalet projekt som organisationen arbetar med kan leda till negativa konsekvenser om något eller några av dessa inte skulle leda till ett önskvärt resultat. Att behöva kommunicera ut negativ information påverkar det förtroende som utomstående intressenter har för organisationen. Gunnarsson förklarar att det är en svår balansgång att hantera. Samtidigt som intressenter efterfrågar information om vad organisationen arbetar med och vilka projekt de fokuserar på måste de vara försiktiga med att lämna ut för mycket information. Det här innebär att Gamma inte redovisar någon information förrän de med säkerhet vet att de kommer att kunna presentera en produkt. En ytterligare anledning till att Gamma väljer att utelämma information om nya produkter och pågående projekt är på grund av att nyhetsvärdet försvinner. Organisationen vill imponera på sin omvärld med sina produkter och sin utveckling. I de fall omgivningen i förväg redan innehar all information blir det inte en lika stor nyhet när resultatet väl presenteras som det blir i de fall resultatet kommer som en överraskning.

När det gäller kompetens väljer Gamma – som tidigare förklarat – att ta med information om personalens akademiska utbildning men de avstår från att mer specifikt berätta om vilken person som besitter vilken kunskap. Detta är på grund av att de upplever en risk för att bli av med hela personalstyrkan, något som de inte vill riskera då deras medarbetare utgör motorn i

hela deras verksamhet. När det gäller nya produkter, nya koncept och projekt som befinner sig i en utvecklingsfas, hänvisar Gunnarsson och Göransson till den förklaringsproblematik som det tidigare har redogjorts för. De menar att detta utgör information som kan skapa problem för organisationen i de fall det faktiska utfallet skiljer sig från det förväntade. Därför försöker de att i största möjliga mån undvika att ta med information som kan ge upphov till spekulationsprocesser bland deras intressenter.

5.4 Delta

5.4.1 Årsredovisningens syfte och funktion

För Delta är årsredovisningen ett sätt att ge aktieägarna en bild av organisationen. Syftet med årsredovisningen är att beskriva för organisationens intressenter vad de arbetar med och varför Delta är en spännande organisation. Deras årsredovisning fungerar som marknadsföring och är till för att föra ut organisationen på marknaden.

Delta tar i upprättandet av årsredovisningen hjälp av en reklambyrå som hjälper till med layout och ger kommunikationstips. Förändringar i årsredovisningen sker oftast om det är någon ny person som kommer in i ledningsgruppen eller om aktieägarna efterfrågar någon viss typ av information. Delta använder sig av praxis och av trender i branschen för att ta reda på vilken information som efterfrågas. David Davidsson säger att det är viktigt att de som läser årsredovisningen från år till år ska känna igen sig men att det samtidigt ska kännas nytt. Att årsredovisningen är pålitlig är något som är viktigt, vilket garanteras genom revisorns granskning och styrelsens yttrande.

5.4.2 Medtagandet av frivilliga upplysningar och motiven till det

Delta har valt att lämna ytterligare upplysningar om deras produkter, samarbeten, strategier, samt information om organisationens framtida planer.

När det gäller beskrivningen av organisationens produkter har de dock valt att endast beskriva de översiktligt och att lämna mer ingående detaljer utanför, eftersom de ser en risk med att avslöja organisationsspecifik information. När Delta lämnar information om nya avtal och samarbeten handlar det om att lyfta fram det som skapar ytterligare värde i organisationen, eftersom denna typ av information fungerar som ett bevis för att organisationen är bra på det de gör. Genom att lyfta fram samarbeten med bra och kvalitativt duktiga partners signalerar organisationen framgång vilket bidrar till ett ökat förtroende.

Ytterligare anledningar till organisationens val av frivilliga upplysningar är att de använder årsredovisningen som ett sätt för att dels locka och nå ut till olika intressenter, dels som ett sätt att få tillgång till olika resurser såsom kapital samt potentiell framtida arbetskraft.

5.4.3 Utelämnandet av frivilliga upplysningar och motiven till det

I den frivilliga redovisningen utelämnar Delta främst information om detaljer. Detta handlar om detaljer kring olika avtal samt detaljer kring den teknik som deras produkter bygger på. Davidsson menar att det är viktigt att ha i åtanke att årsredovisningen är ett offentligt dokument som alla i omgivningen har tillgång till, varför det kan kännas olämpligt att hänga ut vissa partners eller avslöja viss teknik. Han anser att det blir en naturlig del av årsredovisningsprocessen att hålla viss information utanför. För Delta blir också valet av vilken information som ska tas med respektive utlämnas en fråga om utrymme då de betraktar årsredovisningen som ett kvalitativt dokument som ska vara tydligt, kärnfullt och inte för långt.

5.5 Epsilon

5.5.1 Årsredovisningens syfte och funktion

Syftet med Epsilons årsredovisning är främst att uppfylla de legala krav som finns samt de råd och anvisningar som de får från sin revisor. Samtidigt vill de genom sin årsredovisning kunna nå ut till potentiella investerare och intressenter. Eftersom organisationen inte har någon befintlig produkt på marknaden känner de att de inte har behov av att förmedla mer information än vad de gör i dagsläget. Dock säger Evert Evertsson att informationen troligtvis kommer att utökas desto närmare organisationen kommer en lansering av sin produkt.

Organisationen tar i upprättandet av sin årsredovisning hjälp av extern part som dels hjälper till med utformningen av årsredovisningen, dels med att ta fram de frivilliga upplysningarna. Anledningen till att organisationen tar hjälp av extern part är på grund av att den kompetens som krävs saknas inom organisationen samt att det blir bättre kvalitet och högre pålitlighet än om organisationen skulle göra arbetet själv. För närvarande ser årsredovisningen i stort sett likadan ut från år till år. Skulle det vara så att organisationens produkter utvecklas i rätt riktning eller att de påbörjar nya projekt kommer informationen troligtvis att utvecklas. Det är främst genom revisorerna som reliabiliteten i årsredovisningen garanteras.

5.5.2 Medtagandet av frivilliga upplysningar och motiven till det

De frivilliga upplysningarna i Epsilons årsredovisning är mycket sparsamma. Med hänsyn till den relativt tidiga utvecklingsfas som organisationen i dagsläget befinner sig i, finner de inte något behov av att lämna mer information än den som krävs enligt lagar och regler. Evertsson tror inte att årsredovisningen är det rätta instrumentet för att kommunicera med intressenter och locka resurser utan hänvisar istället till organisationens pressreleaser och till dess mer ändamålspecifika företagspresentationer.

5.5.3 Utelämnandet av frivilliga upplysningar och motiven till det

Detaljer, strategi och uppgifter av känslig karaktär är information som Epsilon väljer att utelämnas från sin frivilliga rapportering. Evertsson lyfter fram att samtidigt som det handlar om att skapa ett intresse för organisationen är det viktigt att inte avslöja för mycket. Att konkurrenter kan få tillgång till viss information är en anledning till att Epsilon begränsar sina frivilliga upplysningar. Eftersom organisationen inte har några produkter på marknaden upplever de inte något behov av eller incitament till att tillhandahålla någon försäljningsinriktad information. Det som är utmärkande för den bransch som Epsilon verkar inom är att den är relativt rörlig och kan svänga mycket från dag till dag. Evertsson anger att det därmed kan vara riskfyllt att ta med för mycket information i det fall det visar sig att deras projekts faktiska utfall inte motsvarar de förväntade. Han menar vidare att det bästa sättet att gardera sig mot en sådan situation är att lämna viss information helt utanför årsredovisningen. Epsilon har valt att inte heller lyfta fram information om att de utför tester på djur. Evertsson berättar att de har kommunicerat ut denna information men på grund av att den generellt uppfattas som känslig är det en typ av information som de vill minimera. Han poängterar dock att människor idag i stor utsträckning förstår att organisationer i denna bransch behöver utföra tester på djur för att kunna framställa preparat som ska fungera på människor.

5.6 Zeta

5.6.1 Årsredovisningens syfte och funktion

Zeta använder i första hand sin årsredovisning för att ge blivande och nuvarande aktieägare en bild av organisationen i syfte att få de att fortsätta alternativt att börja investera i organisationen. I andra hand används årsredovisningen som en företagspresentation mot studenter, arbetssökande, leverantörer och kunder.

I upprättandet av årsredovisningen tar Zeta hjälp av en extern part som primärt hjälper till med produktion och layout men som även har kompetens vad gäller innehållet. Innehållet i Zetas årsredovisning förändras från år till år. Det som har hänt i omvärlden samt i organisationen påverkar vilken information organisationen anser vara viktigast att lyfta fram. Likaså sker det ofta förändringar om det kommer in någon ny i organisationen på grund av att nya personer gör nya bedömningar. Det som även ligger till grund för innehållsmässiga förändringar är trender, praxis, omvärldens krav på information samt det som organisationen själv anser vara viktigt att belysa för att ge en rättvisande bild av organisationen. För att garantera att det som står i årsredovisningen är tillförlitligt har organisationen omfattande interna kontroller.

5.6.2 Medtagandet av frivilliga upplysningar och motiven till det

Informationen i Zetas frivilliga upplysningar behandlar marknadstrender, produktinformation, arbetsklimat, kultur, ledarskap samt ett avsnitt om hur organisationen ser på kompetensutveckling.

Zivertsson berättar att närmare 90 % av den icke finansiella delen i Zetas årsredovisning består av information som organisationen egentligen inte hade behövt redovisa. Förklaringen till varför Zeta väljer att lyfta fram just den här informationen är på grund av att det är den information som på allra bästa sätt lyfter fram deras verksamhet och också den information som omgivningen efterfrågar. Vart gränsen går för sådan information som kan lämnas utan att konkurrenterna får reda på mer än vad organisationen vill att de ska veta, är en faktor som styr och påverkar Zetas val av deras frivilliga upplysningar. Något som de hela tiden har i åtanke i valet av frivillig information är att den information som lämnas, i allra högsta grad ska vara relevant. Zivertsson säger att även för mycket information kan vara dåligt. Zeta ser också de frivilliga upplysningarna som en möjlighet till att lyfta fram organisationens kultur. Zivertsson menar att det är av väsentlig betydelse att de personer som söker sig till organisationen delar organisationens värderingar.

5.6.3 Utelämnandet av frivilliga upplysningar och motiven till det

Zeta väljer att i sina frivilliga upplysningar utelämna information om lönsamhet per produktgrupp, information om olika kundkategorier samt upplysningar om framtida produkter. Anledningen till att denna information lämnas utanför är dels på grund av att den anses vara känslig ur ett kundhänseende, dels på grund av att den kan bidra till en minskad

jämförbarhet mellan olika länder och regioner. Om årsredovisningen inte är jämförbar riskerar finansmarknaden att dra slutsatser om verksamheten som inte är korrekta. Detta är en negativ effekt som Zeta gärna vill undvika och det gör de genom att utesluta viss information från sin rapportering. Vidare lämnar Zeta inte heller ut information om deras framtida produkter. De anser att denna typ av information är alldeles för känslig ur ett konkurrenshänseende.

5.7 Theta

5.7.1 Årsredovisningens syfte och funktion

Theta vill att deras intressenter ska kunna bilda sig en uppfattning om organisationen genom att läsa deras årsredovisning. Årsredovisningen används därigenom både i reklam- och marknadsföringssyfte.

Organisationen tar inte hjälp av någon extern part i upprättandet av sin årsredovisning. Anledningarna till det är att det dels kostar mycket pengar, dels att organisationen anser att detta behov inte finns i dagsläget. Tage Tagesson säger att organisationen har valt att vara väldigt öppen i sin årsredovisning, men att de funderar på att eventuellt göra den lite mindre detaljerad i framtiden. Theta utgår till viss del från praxis vid upprättandet av sin årsredovisning och att det som står i årsredovisningen är reliabelt garanteras genom organisationens revisor.

5.7.2 Medtagandet av frivilliga upplysningar och motiven till det

I Thetas frivilliga upplysningar finns det utförlig information om organisationens produkter, marknad samt deras patent. Anledningen till att Theta väljer att ta med denna typ av information är på grund av att de vill skapa en god förståelse för sin verksamhet gentemot sin utomstående omgivning. Tagesson berättar att annan information som kan bli föremål för dessa upplysningar är om intressenterna efterfrågar några särskilda uppgifter. Thetas årsredovisning ska ge en helhetsbild av organisationen och Tagesson menar att investerare ska kunna fatta beslut enbart grundade på årsredovisningen. Samtidigt poängterar han hur viktigt det är att årsredovisningen också ska kunna förstås av den som inte är insatt i varken deras bransch eller i deras verksamhet. Av denna anledning måste årsredovisningen också vara lättförståelig utan för mycket detaljer och utan för många krångliga begrepp.

5.7.3 Utelämnandet av frivilliga upplysningar och motiven till det

Information om pågående projekt, kompetens och framtida planer utelämnas från Thetas årsredovisning. Tagesson berättar att risken med sådan information är att de säger någonting som de senare inte uppfyller. Ett misslyckande kan leda till negativ kritik vilket kan skada organisationen på lång sikt. Det är av strategiska motiv som Theta utelämnar information om vilken kompetens som deras medarbetare besitter samt upplysningar om den bakgrund som de har. Med risk för att någon kan ta medarbetarna ifrån dem anser Theta att det är olämpligt att redovisa sådan information.

5.8 Jota

5.8.1 Årsredovisningens syfte och funktion

Jotas årsredovisning ska dels innehålla den obligatoriska information som krävs enligt lag, dels kunna användas som en informationsfolder riktad till deras intressenter. Jonas Jonasson förklarar att årsredovisningen mer fungerar som en informationsfolder än som ett material som används i ett marknadsföringssyfte.

I utformandet av årsredovisningen tar Jota hjälp av en byrå som sköter formgivningen och skapar årsredovisningens ursprungstexter. Anledningen till varför Jota inte sköter dessa arbetsuppgifter själv är på grund av att de inte vill ta personer inom organisationen som arbetar med andra uppgifter i anspråk till detta, trots att de besitter rätt kompetens. Innehållet i Jotas årsredovisning är i stort sett samma från år till år, men om det sker några innehållsmässiga förändringar beror det vanligtvis på att de har utvecklat något särskilt område i större utsträckning. I valet av frivilliga upplysningar försöker organisationen även titta på hur andra gör och därigenom hålla sig uppdaterade. Att det som organisationen skriver i årsredovisningen är sanningsenligt garanteras genom att organisationen följer de lagkrav som finns, att de har revision av vissa avsnitt samt att styrelsen skriver under årsredovisningen när den är klar.

5.8.2 Medtagandet av frivilliga upplysningar och motiven till det

Jotas frivilliga upplysningar består främst av beskrivningar om organisationens humankapital, vilket innefattar upplysningar om anställda, jämställdhet, förmåner, arbetsmiljö, trivsel och kultur.

Jonasson förklarar att de lyfter fram personalen med hjälp av bilder där de anställda får uttala sig om verksamheten. Detta görs dels i syfte att förstärka relationen till läsaren, dels för att den som är intresserad av deras organisation lättare ska kunna skapa sig en uppfattning om hur det kan vara att arbeta i denna. Att organisationen har valt att lyfta fram personalen i så pass stor utsträckning beror på att de anser att medarbetarna är deras viktigaste tillgång. Att ta med information om personalen anser Jonasson vara ett sätt för organisationen att få tillgång till viktiga resurser såsom kunskap och arbetskraft, och därigenom fungerar årsredovisningen lite som reklam.

I övrigt försöker Jota att använda sin årsredovisning brett för att få en möjlighet att nå ut till många olika intressenter. De försöker anpassa informationen efter vad som efterfrågas av omgivningen.

5.8.3 Utelämnandet av frivilliga upplysningar och motiven till det

Från de frivilliga upplysningarna väljer Jota att utelämnas information om deras framtida strategier, nya produkter och produkter i utvecklingsstadium samt information om relationer. Anledningen till att de utelämnar information om deras strategier är på grund av att andra aktörer inte ska kunna konkurrera med dem. De finner inget positivt värde med att lämna ut information om hur de planerar att växa eller om hur de planerar att göra förvärv. Utöver detta väljer Jota att också utelämnas information om nya produkter och produkter i utvecklingsstadium. Anledningen till detta är bland annat på grund av konkurrensskäl. De ser utelämnandet som ett sätt att undvika situationer där konkurrenter fångar upp deras idéer och realiserar de snabbare eller bättre än de själva. De utelämnar också denna information för att undvika risken att säga någonting som de sedan inte kan stå för. Att släppa nyheter om nya produkter som senare inte visar sig realiseras ger upphov till en situation där de måste förklara sig. För att inte äventyra det allmänna förtroendet och dialogen med deras intressenter lämnas denna information utanför årsredovisningen. En annan anledning till att utelämnas information om nya produkter är på grund av att det nyhetsvärde som uppstår när en ny produkt realiseras försvinner. Förutom att utelämnas viss produktinformation väljer Jota att också utelämnas information om organisationens relationskapital. De nämner inte sina banker och inte heller relationen till sina leverantörer av den anledningen att de inte bedömer att det skulle vara till någon fördel för dem.

5.9 Kappa

5.9.1 Årsredovisningens syfte och funktion

För Kappa är årsredovisningen i första hand ett legalt krav och i andra hand ett sätt på vilket de kan presentera sin organisation och dess verksamhet. De använder sin årsredovisning framförallt i investeringssammanhang men också till viss del som marknadsföring.

Kappa tar i upprättandet av årsredovisningen hjälp av en extern part som bidrar med utformningen av texter, grafik och layout. Karl Karlsson berättar att han i samband med upprättandet av årsredovisningen tittar på hur andra organisationer i branschen gör. Kappa återanvänder mycket information från år till år men är trots detta öppna för att anpassa informationen efter de trender som finns. Att det som står i årsredovisningen är sant garanteras genom organisationens revisor.

5.9.2 Medtagandet av frivilliga upplysningar och motiven till det

Den information som Kappa väljer att lyfta fram i sina frivilliga upplysningar berör information om deras verksamhet, projektens utveckling samt information om framtiden.

Kappa använder sin årsredovisning som ett sätt att rikta viss information till specifika aktörer och därigenom få tillgång till nödvändiga resurser såsom kapital, arbetskraft och kompetens. Med hänsyn till att Kappa är en forsknings- och utvecklingsintensiv organisation är de beroende av rätt kompetens och rätt sorts medarbetare. Karlsson säger att information om personalen inte är någonting som de lyfter fram i sin årsredovisning, men att de är medvetna om att de kanske borde lyfta fram denna aspekt lite mer i framtiden. Kappa väljer vidare att presentera information om projektens utveckling. Karlsson menar att det finns en viss risk med detta eftersom de aldrig riktigt vet om de kommer att lyckas med sina projekt. Då branschen är mycket föränderlig är det svårt att förutse om utfallet kommer att motsvara det förväntade. På grund av detta väljer de att endast lyfta fram de projekt som de vet har bärighet eftersom det annars finns en risk för att deras intressenter känner sig lurade. Kappa väljer också att lyfta fram information om framtiden genom att presentera sina planer och mål för att därigenom skapa ett ökat förtroende för organisationen.

5.9.3 Utelämnandet av frivilliga upplysningar och motiven till det

I den frivilliga rapporteringen väljer Kappa i dagsläget att utelämnas information främst om organisationens humankapital samt information av känslig karaktär. Motivet till att de utelämnar sitt humankapital är på grund av att de idag är få anställda och därigenom inte

upplever att det inte finns något behov av att ta med denna information. Att organisationen genomför tester på djur är en annan kategori av information som Kappa väljer att vara försiktiga med. Det är ingenting som de håller hemligt men de väljer att inte lämna djupare beskrivningar om det, på grund av att djurförsök generellt sätt uppfattas som ett ganska kontroversiellt ämne. Karlsson menar på att ytterligare information om denna fråga inte direkt skulle leda till ett mervärde för läsaren. Det viktigaste är att läsaren förstår hur deras produkter fungerar.

5.10 Lambda

5.10.1 Årsredovisningens syfte och funktion

För Lambda är årsredovisningen först och främst ett legalt krav men också ett sätt att kommunicera med deras intressenter. Lars Larsson säger att årsredovisningen fungerar lite som marknadsföring gentemot deras aktieägare, investerare och potentiella partners.

Lambda tar inte hjälp av någon extern part vid upprättandet av årsredovisningen av den anledningen att det kostar mycket pengar. Organisationen är relativt liten och av den anledningen tror Larsson att årsredovisningens innehåll kommer att förändras de kommande åren. Det är Lambdas revisor som garanterar att det som står i årsredovisningen är sant. Larsson poängterar dock att de alltid försöker ge en så sann bild av sig själva som möjligt och att de passar sig för att vilseleda marknaden. Skulle det vara så att de har varit med om någonting negativt under året försöker de ändå lägga detta i ett så bra ljus som möjligt.

5.10.2 Medtagandet av frivilliga upplysningar och motiven till det

Som en del av Lambdas frivilliga rapportering hamnar information om deras produkter, marknaden för dessa samt tekniken bakom dem. Även information om samarbetsavtal, distributörsavtal och nyheter lyfts fram i rapporteringen.

För Lambda handlar det om att i sina frivilliga upplysningar ta med den information som de vill kommunicera ut och som de anser är användbar för sina intressenter. Årsredovisningen är en berättelse om organisationen och en redogörelse för vad de har åstadkommit under året. När det gäller deras produkter beskrivs de endast ytligt medan tekniken bakom de beskrivs mer ingående. Larsson menar att som investerare eller kund är det av värde att få veta lite om vad som händer under skalet och vad det är som gör den aktuella organisationen unik. När det gäller att kommunicera nyheter i årsredovisningen väljer Lambda att presentera såväl positiva

som negativa nyheter. Larsson menar att det är betydligt svårare att kommunicera ut negativ information än positiv och i de fall Lambda presenterar en negativ nyhet är det viktigt att förklara de bakomliggande motiven till denna. Han menar att det är viktigt att ta med information av negativt värde för att bidra till en sanningsenlig rapportering.

När det handlar om valet av vilken information som ska lämnas respektive utelämnas är det viktigt att ha i åtanke att lämna den information som efterfrågas. Lambda brukar titta på olika forum för att se om det är någon särskild information som aktieägare eller övriga aktörer önskar att få tillgång till. Larsson berättar vidare att syftet med att informera aktieägare i grund och botten handlar om att få organisationens aktier att stiga i värde. Ett ökat börsvärde medför en ökad handlingsfrihet i organisationen vilket leder till fler och större möjligheter.

5.10.3 Utelämnandet av frivilliga upplysningar och motiven till det

I Lambdas frivilliga rapportering utelämnas information om framtida planer, humankapital, relationer och projekt. Larsson anser att det finns en risk för att framtida planer lätt kan övertolkas och om organisationen inte lyckas uppfylla sina planer kan det leda till negativa effekter. Anledningen till att Lambda inte tar med information om deras human- och relationskapital är av praktiska motiv då de anser att årsredovisningen skulle bli alldeles för lång. Larsson finner inget behov av att ta med denna information och tycker att det är viktigare att årsredovisningen hålls kort, kompakt och kärnfull. Vidare förklarar han att organisationen utelämnar information med anledning av att de inte vill öppna upp sin verksamhet för mycket och riskera att konkurrenter får en möjlighet att ta del av deras idéer, planer och koncept. Han säger också att de inte vill att deras distributörer – med hjälp av den information som lämnas i årsredovisningen – ska kunna räkna ut vad andra parter har för priser när de handlar deras produkter. Av denna anledning utelämnas också viss information av rent taktiska och strategiska skäl. I övrigt känner Larsson att årsredovisningen som kommunikationsmedel minskar allt mer i betydelse. Förr ansågs årsredovisningen vara det viktigaste redskapet för kommunikation men han anser att det idag nästan är lättare att kommunicera via andra forum som exempelvis webbplatser.

5.11 Omikron

5.11.1 Årsredovisningens syfte och funktion

För Omikron är årsredovisningen främst ett legalt krav, men den fungerar också som ett marknadsföringsmaterial.

Organisationen tar i upprättandet av årsredovisningen hjälp av en extern part som bidrar med utformningen av texter, grafik och layout. Anledningen till att organisationen väljer att ta hjälp av en extern part är på grund av att de inte ser det som lönsamt att anställa någon som ska arbeta med dessa uppgifter på heltid. De tror att det i deras fall är mer kostnadseffektivt att ta hjälp av extern part. Innehållet i Omikrons årsredovisning följer i stort sett samma mönster från år till år. De tittar dock på andras årsredovisningar emellanåt för att få tips och idéer. För att garantera att det som står i årsredovisningen är sant läser både styrelsen och revisorn igenom alla texter.

5.11.2 Medtagandet av frivilliga upplysningar och motiven till det

Omikron är en organisation som i sina frivilliga upplysningar väljer att ta med uppgifter om deras projektportföljer samt om framtida samarbeten och partners. Vidare väljer de också att lyfta fram information om framtiden och om tänkbara risker.

Den främsta anledningen till att Omikron tar med ovanstående information är dels på grund av att de vill marknadsföra organisationen, dels på grund av att de på ett överskådligt och transparent sätt vill visa sin omgivning vad det är verksamheten går ut på. Att de väljer att ta med information om sin projektportfölj är på grund av att de vill attrahera eventuella samarbetspartners. Genom att visa upp att de har en portfölj med flera olika projekt visar de också att de har spridit riskerna i organisationen. Olofsson menar att organisationen värderas efter den projektportfölj som de har och om projekten inte håller måste de snabbt informera om det för att inte riskera att skapa falska förhoppningar. Effekterna av en situation med bristande kommunikation skulle kunna vara förödande för Omikron.

Som en forsknings- och utvecklingsintensiv organisation finns det en stark förväntan från utomstående omgivning på att organisationen ska uppnå mål och leverera resultat. Av denna anledning har Omikron valt att ta med information om potentiella samarbeten och partners. Genom att kommunicera ut avtal och samarbeten inger det ett slags förtroende och en slags försäkran över att andra parter och andra organisationer tror på deras verksamhet och på deras projekt. Omikron väljer vidare att ta med upplysningar om framtida projekt eftersom de vill visa sin omgivning vilka möjligheter de har i förhållande till de risker som de står inför. Att de lämnar information om sina risker beror på att den bransch som organisationen verkar inom präglas av stor osäkerhet, varför Olofsson ser det både som självklart och som ytterst relevant att upplysa om denna information.

5.11.3 Utelämnandet av frivilliga upplysningar och motiven till det

Omikron har i sin årsredovisning valt att utelämnat upplysningar om organisationens personal. Organisationen har i dagsläget få anställda varför de inte har något behov av att lyfta fram denna information. Olofsson framhäver dock att detta är ett väldigt viktigt område att upplysa om. Han menar att det är viktigt att visa upp att en organisation har en kreativ och stimulerande arbetsmiljö där medarbetarna trivs och den dag Omikron anställer mer personal kommer de att med all säkerhet lyfta fram dessa i årsredovisningen. De risker som finns med att lyfta fram en organisations arbetsstyrka ser inte Olofsson som problematiska. Han menar att i organisationer som verkar i den här branschen är det medarbetarna som skapar värde och avstår en organisation från att redovisa information om dem presenteras inget värde i årsredovisningen som därmed inte blir lika användbar.

5.12 Sigma

5.12.1 Årsredovisningens syfte och funktion

Sigma använder sin årsredovisning både som ett externt och som ett internt dokument. I årsredovisningen ska investerarna få en bild av Sigma som organisation. Sture Stureson anser att årsredovisningen har blivit stärkt i sin roll som kommunikationsverktyg och att den har blivit ett slags säljverktyg för organisationen. Internt fungerar årsredovisningen lite som ett kontrollverktyg samt som en kvalitetsgranskning av hur organisationen har arbetat under året. Organisationen försöker att få alla att känna sig delaktiga i det som står i årsredovisningen, varför årsredovisningen även har en internkommunikativ roll.

Sigma tar inte hjälp av någon extern part i upprättandet av årsredovisningen eftersom all kompetens redan finns i organisationen. Innehållet i årsredovisningen förändras från år till år då den hela tiden uppdateras med hänsyn till de senaste marknadstrenderna. Det finns dock vissa delar som är mer grundläggande och som därför återkommer från år till år. För att garantera att det som står i årsredovisningen är reliabelt läser både styrelsen, revisorn och VD:n igenom alla texter.

5.12.2 Medtagandet av frivilliga upplysningar och motiven till det

Sigma väljer att i sin frivilliga rapportering lyfta fram information om strategi, risker, relationer, kompetens, produktinformation samt planerade projekt.

Sigma väljer att redovisa information om deras relationer till distributörer och tillverkare. Ur ett konkurrenshänseende ser de inget problem med att lyfta fram denna information på grund av att de presenterar informationen i pressmeddelanden innan den realiserar i årsredovisningen. Humankapital – i form av organisationens kompetens – är en annan informationskategori som Sigma väljer att lägga mycket fokus på. De anser att denna information är särskilt viktig i innovativa organisationer och en betydelsefull komponent för att intressenter ska kunna bedöma organisationens framtidspotential. De anser att detta är relevant information med hänsyn till att medarbetarna är den största källan till värdeskapande i Sigma. Organisationen har också valt att i sin rapportering redovisa produktinformation. De tillhandahåller en förklaring till varför deras produkter finns ute på marknaden, hur de fungerar samt hur de utvecklas. De väljer att även ta med eventuell negativ information om produkterna då de anser att det är viktigt att även lyfta fram organisationens svagheter. När det gäller information om planerade projekt är Sigma noga med hur de formulerar sig och beroende på i vilken fas som olika projekt befinner sig i lämnar de olika upplysningar. Stureson förklarar att detaljerad information ofta lämnas utanför och att de aldrig namnger projekt som befinner sig i ett utvecklingskede. De är medvetna om att det finns en risk att något av deras projekt inte levererar det resultat som de önskar.

5.12.3 Utelämnandet av frivilliga upplysningar och motiven till det

Den information som Sigma har valt att utelämnas i sin frivilliga rapportering handlar om konkurrensrelaterad information, produkter i utvecklingsstadium samt information om samarbetspartners.

Sigma väljer att avstå från att redovisa information som ur ett konkurrenshänseende kan vara till nackdel för dem. Stureson säger att det handlar om att de inte vill ge deras konkurrenter för mycket tips och idéer, varför bland annat bilder på produktionen utelämnas. De väljer också att utelämnas uppgifter om produkter som befinner sig i ett forsknings- eller utvecklingsstadium. Detta görs av konkurrensskäl och Stureson menar att upplysningar om sådan information kan medföra en risk för att andra aktörer påbörjar produktion av en liknande produkt. Till sist väljer Sigma att utelämnas information om sina samarbetspartners. Stureson förklarar att anledningen till det är att det inte finns plats för mer information och att det finns annan information som de prioriterar som viktigare. Han säger vidare att allt för mycket sådan information snarare skulle spegla deras partners verksamhet än deras egen.

5.13 Sammanfattning

Efter redovisad empiri kan vi se att årsredovisningen hos studiens organisationer i stor utsträckning används som en presentations- och informationsfolder i syfte att informera omgivningen om vad verksamheten går ut på och därigenom framställa organisationerna som legitima gentemot sin omgivning. Likaså används årsredovisningen som ett marknadsföringsdokument och en reklambroschyr för att nå ut till intressenter men även i ett investeringssyfte för att få tillgång till viktiga resurser. Vi har kunnat identifiera att årsredovisningen i relativt liten utsträckning används i ett pedagogiskt syfte, det vill säga som ett sätt att lära ut och förklara för omgivningen vad organisationens produkter handlar om. Vidare använder majoriteten av studiens organisationer extern part i upprättandet av årsredovisningen. Den externa parten hjälper främst till med utformning av texter, layout och bidrar med kommunikationstips.

	Alfa	Beta	Gamma	Delta	Epsilon	Zeta	Theta	Jota	Kappa	Lambda	Omikron	Sigma	Summa
Presentations- och informationssyfte	✘	✓	✓	✓	✘	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	10
Marknadsföringssyfte	✘	✓	✓	✓	✘	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	10
Investeringssyfte	✘	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	11
Pedagogiskt syfte	✘	✘	✓	✘	✘	✘	✘	✘	✘	✘	✘	✘	4
Extern part	✓	✓	✘	✓	✓	✓	✘	✓	✓	✘	✓	✘	8

✓ = Ja
 ✘ = Nej

Figur 5:1. Syfte och funktion med studiens organisationers årsredovisning

Vi har kunnat fastställa att den information som organisationerna i hög grad väljer att utelämnas från sin rapportering inkluderar all information om deras personal och den kunskap och bakgrund som de besitter. Även information om arbetsklimat, nya produkter, avtal och olika relationer är sådan information som utelämnas. Motiven till att denna information utelämnas är främst praktiska, strategiska samt konkurrensrelaterade. Den information som organisationerna i stället i hög grad väljer att ta med i sina frivilliga upplysningar är information om strategi, befintliga produkter, projekt och koncept, samt information om framtiden i termer av planer och mål. Även partners och samarbeten är information som organisationerna i stor utsträckning väljer att ta med i sin rapportering. Motiven till att just denna information tas med är främst relaterad till praxis och trender inom frivillig rapportering. Informationen tas även med av den strategiska anledningen att de vill marknadsföra sig själva i syfte att nå ut till intressenter och få tillgång till resurser.

– Den frivilliga rapporteringen som strategiskt verktyg –

	Alfa	Beta	Gamma	Delta	Epsilon	Zeta	Theta	Jota	Kappa	Lambda	Omikron	Sigma	Summa tas med / ja	Summa utelämnas / nej
Vad som främst tas med														
Strategi	Utelämnas	Tas med	Tas med	Tas med	Utelämnas	Tas med	Tas med	Tas med	Tas med	Utelämnas	Utelämnas	Tas med	8	4
Befintliga produkter, projekt och koncept	Utelämnas	Tas med	Tas med	Tas med	Utelämnas	Tas med	Tas med	Tas med	Tas med	Tas med	Tas med	Tas med	10	2
Information om framtiden (planer och mål)	Utelämnas	Tas med	Tas med	Tas med	Tas med	Tas med	Utelämnas	Utelämnas	Utelämnas	Tas med	Utelämnas	Utelämnas	7	5
Partners och samarbeten	Utelämnas	Utelämnas	Tas med	Tas med	Utelämnas	Utelämnas	Utelämnas	Tas med	Tas med	Tas med	Tas med	Tas med	7	5
Motiven till vad som främst tas med														
Trendmotiv och praxis	Nej	Nej	Ja	Ja	Nej	Ja	Nej	Nej	Ja	Ja	Nej	Ja	6	6
Marknadsföringsmotiv	Nej	Ja	Ja	Ja	Nej	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	10	2
Vad som främst utelämnas														
Personal	Utelämnas	Utelämnas	Tas med	Utelämnas	Utelämnas	Tas med	Tas med	Tas med	Utelämnas	Utelämnas	Utelämnas	Tas med	5	7
Arbetsklimat och kultur	Utelämnas	Utelämnas	Tas med	Utelämnas	Utelämnas	Tas med	Utelämnas	Tas med	Utelämnas	Utelämnas	Utelämnas	Utelämnas	3	9
Avtal (Befintliga och nya)	Utelämnas	Utelämnas	Tas med	Tas med	Utelämnas	Utelämnas	Tas med	Utelämnas	Utelämnas	Utelämnas	Tas med	Utelämnas	4	8
Relationer till olika intressenter	Utelämnas	Utelämnas	Tas med	Utelämnas	Utelämnas	Tas med	Tas med	Tas med	Utelämnas	Utelämnas	Utelämnas	Utelämnas	4	8
Motiven till vad som främst utelämnas														
Praktiska motiv	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Nej	Nej	Nej	Nej	Ja	Nej	Ja	7	5
Strategiska motiv	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	12	0
Konkurrensrealiterade motiv	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Nej	Ja	11	1

Figur 5:2. Den information som studiens organisationer främst väljer att ta med samt utelägna och de främsta motiven till det

6. Analys

I detta kapitel presenteras en analys av de resultat som denna studie har lett fram till. Vi har valt att presentera vad studiens organisationer väljer att utelämna och ta med i sina årsredovisningar samt motiven till det utifrån de tre olika kategorierna av intellektuellt kapital. Vidare presenteras flertalet avslutande reflektioner samt en slutsats. Kapitlet avslutas med en redogörelse för studiens bidrag, en kortare diskussion över studiens begränsningar samt förslag till framtida forskning.

6.1 Vad studiens organisationer tar med och utelämnar samt motiven till det

6.1.1 Humankapital

Vi kan se att studiens organisationer i mycket stor utsträckning utelämnar information om sitt humankapital, där majoriteten av organisationerna inte tar med någon information alls om detta. Bland de organisationer som väljer att lyfta fram sitt humankapital kan vi identifiera att endast två tar med alla de delar som vi har klassificerat inom humankapitalet medan övriga endast lyfter fram några av dessa delar. Det som utelämnas allra mest är information relaterad till trivsel, det vill säga arbetsmiljö och graden av motivation. Därefter utelämnas information om kunskap, utbildning och slutligen om innovation.

Det kan vara intressant att fundera över varför det ser ut på det här viset, det vill säga hur det kommer sig att majoriteten av organisationerna inte lämnar information om sitt humankapital trots att detta sägs vara en av deras viktigaste resurser. Eftersom humankapitalet i stora drag innefattar information som går att relatera till en organisations medarbetare har vi funderat över huruvida ett motiv till att organisationerna inte tar med denna typ av information skulle kunna bero på att de är rädda för att bli av med sin personal. Det kan dock konstateras att detta inte verkar vara ett motiv till att utelämna information om humankapitalet i denna studie. Det verkar som att det största motivet till att utelämna humankapitalet är av rent praktisk karaktär. Att det kostar pengar, tar tid och att organisationerna prioriterar annan information som viktigare att lyfta fram framstår som de främsta orsakerna. Vi har genom denna studie även kunnat identifiera att de organisationer som utelämnar sitt humankapital i störst utsträckning är de organisationer som befinner sig i en tidig utvecklingsfas. Detta skulle kunna bero på att de inte upplever ett lika stort behov av att lämna information om sitt humankapital som vi har identifierat att de organisationer som befinner sig längre fram i utvecklingen gör.

När det kommer till de organisationer som istället väljer att lyfta fram sitt humankapital går det att urskilja att alla dessa organisationer lyfter fram information relaterad till innovation. Med hänsyn till att studiens organisationer är forsknings- och utvecklingsintensiva där deras framgångar i stor utsträckning bygger på medarbetarnas innovationsförmågor (White, Lee & Tower, 2007) är det inte särskilt häpnadsväckande att det är denna information som i första hand lyfts fram. En observation som är värd att notera är att alla de organisationer som väljer att lyfta fram sitt humankapital har produkter på marknaden. Det går att tänka sig att detta beror på att de har ett annat informationsbehov gentemot sin omgivning på grund av att de har fler intressenter att tillgodose, vilket går att hänföra till intressentteorin. Gray, Owen och Adams (1996) har bland annat uppmärksammat att en organisation kan ha incitament att lyfta fram särskilda upplysningar i de fall de har en specifik intressent som de önskar nå ut till. I de fall som en organisation dessutom har en produkt på marknaden går det att tänka sig att särskild information lyfts fram för att tillgodose intressenterna på den marknad som produkten finns lanserad på. Med hänsyn till att det i det här fallet handlar om innovativa organisationer är det inte helt osannolikt att det just är information om innovation som de väljer att lyfta fram i fråga om humankapital och som därmed blir föremål för deras ytterligare informationsgivning.

De två organisationer som tar med alla de delar av humankapitalet som har klassificerats tillhör studiens två större och mer välutvecklade organisationer. Det kan vara intressant att reflektera över varför det är just dessa två organisationer som tar med mer information än vad övriga organisationer gör. Enligt Firth (1979) har större organisationer mer benägenhet att avslöja ytterligare information. Med hänsyn till att denna studie är begränsad till sin storlek går det inte att garantera att organisationernas storlek utgör en direkt förklaringsfaktor till omfattningen av de frivilliga upplysningarna. Det går dock att se en viss tendens till detta mönster och därför kan denna undersökning till viss del bekräfta att Firths observation fortfarande håller.

Den information som är relaterad till humankapital och som organisationerna väljer att lyfta fram allra minst är den information som hänförs till arbetsmiljö, det vill säga hur medarbetarna trivs och motiveras i sitt arbete. Med hänsyn till att denna typ av information är sådan information som inte är direkt finansiellt värdeskapande i en organisation skulle det möjligtvis kunna vara så att organisationerna inte väljer att ta med denna på grund av att den inte uppfattas som intressant för utomstående intressenter.

Ett motiv till att organisationerna väljer att lyfta fram sitt humankapital går att koppla samman med den resursbaserade teorin. Att lyfta fram sitt humankapital skulle kunna vara ett sätt för organisationerna att få tillgång till potentiell arbetskraft. Pfeffer och Salancik (1978) fastställde i sin studie att organisationer behöver resurser för att överleva och för att få tillgång till dessa behöver de samspela med de parter som har kontroll över dem. I innovativa organisationer är arbetskraften en av de mest betydelsefulla resurserna (White, Lee & Tower, 2007; Guthrie, Ricceri & Dumay, 2012). Med hänsyn till att organisationerna i denna studie är innovativa skulle det kunna finnas ett starkt motiv för dem att lyfta fram sitt humankapital för att få tillgång till nya medarbetare och ny kunskap. Detta är vidare något som majoriteten av studiens organisationer bekräftar.

6.1.2 Organisationskapital

När det kommer till organisationskapitalet kan vi se att de frivilliga upplysningarna är mycket varierande bland studiens organisationer och att informationsgivningen skiftar beroende på vilken specifik information som det rör sig om. Det går dock att se att alla organisationerna förutom de som inte har några frivilliga upplysningar redovisar något slag av organisationskapital. Vi har uppmärksammat att det inte är någon organisation som redovisar alla de delar som har klassificerats inom organisationskapitalet. Den information som organisationerna i störst omfattning lämnar upplysningar om är information om befintliga produkter, projekt och koncept. Därefter redovisar organisationerna i relativt stor utsträckning också information om strategi samt framtida planer och mål. Information som redovisas i mindre utsträckning är information relaterad till arbetsklimat, kultur samt avtal och patent. När det gäller information om nya produkter, projekt och koncept finns det ingen frivillig rapportering överhuvudtaget bland studiens organisationer.

Efter genomförd studie kan det konstateras att organisationskapitalet är en central del i organisationernas informationsgivning, trots att det varierar till sin omfattning samt till vilken typ av information som tas med. Eftersom att organisationskapitalet berör sådan information som investerare och analytiker ofta använder sig av i sina beslutsprocesser (Ax & Marton, 2008) går det att tänka sig att det blir en viktig komponent i organisationernas frivilliga rapportering. Detta är ett resonemang som stämmer väl överens med intressentteorin. Information om befintliga produkter, projekt och koncept lyfter alla organisationer fram förutom de organisationer som enbart redovisar information utifrån legala krav. För samma organisationer som tar med denna typ av information syftar också årsredovisningen till att

marknadsföra och presentera organisationen, varför detta kan ses som tydliga motiv till att denna information tas med. Vi kan härmed se en koppling till legitimitetsteorin som understryker hur organisationer använder sina frivilliga upplysningar för att framstå som mer legitima. För att marknadsföra en organisation är upplysningar om produkter och projekt mycket relevanta och särskilt ur det avseendet att årsredovisningen används som ett beslutsunderlag för intressenter. Det här är något som intressentteorin i allra högsta grad behandlar då de frivilliga upplysningarna kan användas i syfte att påverka relationen med en organisations olika intressenter (Deegan & Unerman, 2011). Med detta resonemang går det att konstatera att de frivilliga upplysningarna blir föremål för en situation där organisationerna genom valet av upplysningar kan styra hur intressenterna antingen ska agera gentemot organisationen eller vad de ska tycka om dem.

Motiven till att information om strategi samt framtida planer och mål tas med i relativt stor utsträckning tycks främst vara på grund av att det är den information som efterfrågas av utomstående intressenter. Att organisationer väljer att ta med information som deras intressenter efterfrågar är återigen något som kan förklaras genom intressentteorin. Eftersom att investerares och analytikens prognoser är till för att förutspå organisationers framtida utvecklingsmöjlighet (Ax & Marton, 2008) är det av stor betydelse att lyfta fram en organisations strategi. Information om en organisations strategi kan vara av intresse för intressenter och kan hjälpa en organisation att visa på framtida tillväxtpotential. Detta är något som lyfts fram av Van der Meer-Kooistra och Zijlstra (2001) samt av Prince och Dwivedi (2013). Vi kan se en tendens till att det är de mindre organisationerna som väljer att utelämna information relaterad till strategi. Det är möjligt att detta beror på att forsknings- och utvecklingsintensiva organisationer är särskilt sårbara i ett tidigt utvecklingsskede eftersom de ofta arbetar med projekt som de ännu inte vet har full bärighet.

Med denna studie har det även kunnat gå att identifiera att praxis kan vara ett motiv till varför organisationer väljer att ta med information om strategi samt framtida planer och mål. Många av studiens organisationer bekräftar att de i valet av information tittar på hur andra organisationer gör och på vilken information som dessa har tagit med tidigare år. De har sedan detta i åtanke när de själva beslutar om vilken information som de ska ta med respektive utelämna i sina frivilliga upplysningar.

När det kommer till information om arbetsmiljö och kultur samt patent är det många organisationer som utelämnar denna typ av information. Att denna information utelämnas tycks bero på en ren tillfällighet snarare än att organisationerna medvetet väljer att inte ta med den i sin frivilliga rapportering. Vad gäller arbetsmiljö och kultur har vi uppmärksammat att det är sådan information som organisationerna inte har funderat speciellt mycket över, utan att det är en sådan kategori av information som de varken väljer att ta med eller utelämna. En intressant observation är att de två organisationerna som väljer att ta med information om arbetsmiljö och kultur är två av studiens större organisationer. Utöver Firths (1979) storlekssamband går det att tänka sig att större organisationer har fler intressenter att tillgodose, varför detta också kan ses som en orsak till att de lämnar mer information. Även i det här fallet går det att se kopplingar till intressentteorin.

En intressant observation som vi har kunnat göra är att alla organisationerna utelämnar information om nya produkter, projekt och koncept. De främsta motiven till detta är strategiska och konkurrensrelaterade. De strategiska motiven handlar om att organisationerna inte vill försätta sig i situationer där de i ett senare skede måste förklara varför det inte blev som de tidigare redogjort för. En sådan situation kan ge upphov till ett minskat förtroende och skada organisationen på lång sikt. De konkurrensrelaterade motiven går ut på att organisationerna inte vill riskera att bli av med idéer och planer som det finns en risk för att konkurrenter kan dra nytta av för sin egen räkning.

6.1.3 Relationskapital

Precis som vid redovisning av organisationskapital redovisas relationskapital bland studiens organisationer i en relativt varierande utsträckning, men där fler organisationer överlag utelämnar upplysningar om sina relationer. Det finns ingen informationskategori inom relationskapitalet som alla organisationer utelämnar. Alla organisationer redovisar olika delar av dessa kategorier, bortsett från de två organisationer som inte har några frivilliga upplysningar. Den information som organisationerna väljer att utelämna i högst grad är information om relationer till kunder, leverantörer och distributörer samt relationer till finansärer och anställda. Den information som organisationerna istället väljer att ta med i störst utsträckning är information om relationer till samarbetspartners och konkurrenter.

Till skillnad från organisationskapitalet lyfter majoriteten av organisationerna inte fram sitt relationskapital. Att organisationerna i så pass hög grad tar med information om sitt

organisationskapital hänförs till att det är denna information som investerare behöver för att kunna fatta korrekta beslut. Det skulle med anledning av detta också vara naturligt att även relationskapitalet redovisas av samma anledning. Vi kan dock konstatera att redovisningen av relationskapitalet är relativt begränsad i jämförelse med redovisningen av organisationskapitalet. En förklaring till detta skulle kunna vara att organisationerna inte bedömer att denna information är relevant för investerare. Med hänsyn till att denna typ av information ändå signalerar kvalitet samt potential då det kan se bra ut för en organisation att lyfta fram väl ansedda aktörer, verkar det snarare som att informationen utelämnas på grund av att organisationerna inte tycker att det är lämpligt att lyfta fram andra organisationer och därigenom göra reklam för deras verksamhet i sin egen årsredovisning. Av denna anledning kan utelämnandet istället vara av strategiska motiv.

När det gäller relationskapitalet har det varit problematiskt att finna tydliga motiv till varför organisationerna utelämnar denna information i så pass stor utsträckning som de gör. Det tycks vara så att de få organisationer som har tagit med någon information om relationskapitalet snarare har gjort det på grund av någon speciell omständighet eller tillfällighet. Utelämnandet skulle också kunna vara ett resultat av att organisationerna inte vill lägga resurser på något som de inte anser tillför speciellt mycket till organisationen, varför det istället blir ett resursmässigt motiv som ligger bakom detta agerande. Även om organisationerna inte lyfter fram relationerna till sina intressenter kan det vara så att de ändå använder årsredovisningen för att rikta sig till dessa parter. Detta gör de genom att informera sina intressenter om positiva aspekter så som att organisationerna har speciella samarbetspartners och avtal. Därigenom går det att se de frivilliga upplysningarna av relationskapitalet utifrån ett intressentperspektiv (Kim & Verrecchia, 1994), och intressentteorin kan därför vara en förklaring till detta agerande.

Av den information som utelämnas har vi kunnat göra några intressanta observationer vad gäller utelämnandet av information om relationerna till organisationernas kunder. Motiven till att organisationerna i relativt stor utsträckning utlämnar den här typen av information tycks främst bero på att organisationerna inte vill avslöja för mycket om sin verksamhet. Genom att lyfta fram sina kunder går det att tänka sig att övriga aktörer skulle kunna dra nytta av denna information och på något sätt försöka ta över specifika kunder. Av denna anledning väljer organisationerna istället av strategiska motiv att utlämna denna typ av information. Ytterligare ett motiv till att organisationerna väljer att utlämna information om kunder skulle kunna bero

på att de inte har någon produkt på marknaden, ingen försäljning och därmed inte heller några kunder. Detta är också förenat med att organisationerna befinner sig i en relativt tidig utvecklingsfas, varför denna information istället kan bli föremål för framtida rapportering.

En observation som går att göra med hänsyn till ovanstående resonemang är att de relativt få organisationer som väljer att ta med information om relationen till kunder är exakt samma organisationer som väljer att lyfta fram relationen till anställda. Utöver detta är det också dessa organisationer som dels utgör studiens mer välutvecklade organisationer med produkter på marknaden, dels studiens större organisationer. Vi har genom denna undersökning kunnat identifiera att faktorer som utvecklingsfas och en produkt på marknaden påverkar en organisations omfattning av frivilliga upplysningar. Detta innebär att de organisationer som har kommit längre i sin utveckling och som samtidigt har en produkt på marknaden är mer benägna att lämna ytterligare frivilliga upplysningar. Utöver detta har även tidigare forskning identifierat ett antal faktorer som påverkar förfarandet med frivillig rapportering. Adrem (1999) samt Cormier, Mangan och Van Velthoven (2005) menar bland annat att efterfrågan på ytterligare frivilliga upplysningar är större vad gäller större organisationer, varför dessa ofta lämnar mer frivillig information.

Organisationerna utelämnar som tidigare nämnts stora delar av sitt relationskapital men det som tycks sticka ut är att information om relationen till samarbetspartners redovisas i relativt stor utsträckning bland studiens organisationer. Samarbeten kan tyckas vara viktigt att lyfta fram då organisationerna kanske inte har all kunskap själv inom organisationen, men samtidigt vill delge att kunskapen finns tillgänglig och signalera en god bild till omgivningen. Detta är något som kan understrykas av legitimitetsteorin.

	Alfa	Beta	Gamma	Delta	Epsilon	Zeta	Theta	Jota	Kappa	Lambda	Omikron	Sigma	Summa tas med ✓	Summa utelämnas ✗
Humankapital														
Kompetens														
Kunskap, bakgrund och utbildning	✗	✗	✓	✗	✗	✓	✓	✗	✗	✗	✗	✓	4	8
Attityd														
Motivation	✗	✗	✓	✗	✗	✓	✗	✓	✗	✗	✗	✗	3	9
Utvecklande arbete	✗	✗	✓	✗	✗	✓	✗	✓	✗	✗	✗	✗	4	8
Intelligens														
Innovation	✗	✗	✓	✗	✗	✓	✓	✓	✗	✗	✗	✓	5	7
Organisationskapital														
Organisation														
Strategi	✗	✓	✓	✓	✗	✓	✓	✓	✓	✗	✗	✓	8	4
Information om framtiden (planer och mål)	✗	✓	✓	✓	✗	✓	✗	✓	✓	✗	✗	✓	6	6
Arbetsklimat och kultur	✗	✗	✓	✗	✗	✓	✗	✓	✗	✗	✗	✗	3	9
Forsknings- och utvecklingsresultat														
Befintliga produkter, projekt och koncept	✗	✓	✓	✓	✗	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	10	2
Nya produkter, projekt och koncept	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	0	12
Avtal (Befintliga och nya)	✗	✗	✓	✓	✗	✓	✓	✗	✗	✗	✗	✗	4	8
Patent	✗	✗	✗	✓	✗	✓	✓	✗	✓	✗	✓	✓	6	6
Relationskapital														
Direkta affärsrelationer														
Kunder	✗	✗	✓	✗	✗	✓	✓	✓	✗	✗	✗	✗	4	8
Leverantörer och distributörer	✗	✗	✓	✗	✗	✓	✓	✓	✗	✗	✗	✓	3	9
Konkurrenter	✗	✗	✗	✓	✗	✗	✓	✓	✓	✗	✓	✗	6	6
Finansärer	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	3	9
Samarbetspartners	✗	✗	✓	✓	✗	✓	✗	✓	✓	✓	✓	✓	7	5
Anställda	✗	✗	✓	✗	✗	✓	✓	✓	✗	✗	✗	✗	4	8

✓ = Tas med
✗ = Utelämnas

Figur 6.1. Vad studiens organisationer tar med samt utelämnar i sina frivilliga upplysningar

	Alfa	Beta	Gamma	Delta	Epsilon	Zeta	Theta	Jota	Kappa	Lambda	Omikron	Sigma	Summa ja	Summa nej
Motiven till vad organisationer tar med i sin frivilliga rapportering														
Strategiska motiv														
Nå ut till intressenter	Nej	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Nej	Ja	Nej	9	3
Få tillgång till resurser	Nej	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Nej	Ja	Nej	9	3
Framstå som legitima	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	12	0
Ge bra bild av organisationen	Nej	Ja	Ja	Ja	Nej	Ja	Ja	Ja	Ja	Nej	Ja	Ja	9	3
Marknadsföra organisationen	Nej	Ja	Ja	Ja	Nej	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	10	2
Få möjlighet till konkurrensfördelar	Nej	Ja	Ja	Ja	Nej	Ja	Ja	Nej	Nej	Nej	Nej	Nej	5	7
Undvika spekulationer	Nej	Nej	Ja	Nej	Nej	Ja	Ja	Nej	Ja	Ja	Nej	Nej	5	7
Trendrelaterade motiv och praxis														
Trender och praxis	Nej	Nej	Ja	Ja	Nej	Ja	Nej	Nej	Ja	Ja	Nej	Ja	6	6
Kommunikationsmotiv														
Sätt att kommunicera och informera	Nej	Ja	Ja	Ja	Nej	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	10	2
Informationen efterfrågas	Nej	Nej	Ja	Ja	Nej	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Nej	Ja	8	4
Informationen ska vara beslutsgrundande för deras intressenter	Nej	Nej	Ja	Ja	Nej	Ja	Ja	Nej	Ja	Nej	Nej	Nej	5	7
Motiven till vad organisationer utelämnar i sin frivilliga rapportering														
Konkurrensrelaterade motiv														
Kan bli av med produkter, idéer, planer och koncept	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Nej	Ja	11	1
Kan bli av med sina medarbetare	Ja	Nej	Nej	Nej	Nej	Nej	Nej	Ja	Nej	Nej	Nej	Nej	3	9
Säkerhetsrelaterade motiv														
Vill inte avslöja för mycket om sin organisation	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Nej	Ja	Ja	Nej	10	2
Praktiska motiv														
Kostnad, tid, utrymme och få anställda	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Nej	Nej	Nej	Nej	Ja	Nej	Ja	7	5
Fasberoende motiv														
Befinner sig i en tidig fas och därför finns inget behov	Ja	Nej	Nej	Nej	Ja	Nej	Nej	Nej	Nej	Nej	Nej	Ja	3	9
Strategiska motiv														
Vill inte lösa för mycket	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Nej	Ja	Ja	Nej	10	2
Nyhetsvärdet försvinner	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Nej	Ja	Ja	Ja	11	1
Undvika att behöva kommunicera ut negativa nyheter	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Nej	Ja	Nej	10	2
Undvika ett minskat förtroende	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	12	0
Kan skada organisationen	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	12	0

Figur 6:2. Motiven till att studiens organisationer väljer att ta med viss information och utelämnar annan

6.2 Avslutande reflektioner

Efter avslutad undersökning går det att fastslå att de organisationer som i större utsträckning använder sin årsredovisning i ett marknadsförings- och presentationssyfte tenderar att lämna mer frivilliga upplysningar. Det går att tänka sig att detta kan förklaras genom intressentteorin eftersom dessa organisationer har en större målgrupp som de riktar sig till och därför upplever ett ökat informationsbehov och en plikt att lämna ytterligare information. De två organisationer i denna undersökning som överhuvudtaget inte har några frivilliga upplysningar ser inte sin årsredovisning som ett marknadsföringsmaterial varför de istället använder andra sätt att kommunicera med sin omgivning.

I den här studiens teoretiska referensram har vi presenterat fyra olika teorier som kan kopplas samman med organisationers frivilliga rapportering. Agentteorin menar att det kan finnas incitament för ledningen i en organisation att ta med sådan information som tjänar deras egna intressen snarare än ägarnas. Detta är något som går emot de resultat som denna undersökning har lett fram till. Vi har inte kunnat identifiera något samband som visar på att detta påstående stämmer. Snarare verkar det som att valet av frivilliga upplysningar för denna typ av organisationer styrs av att informationen ska tillgodose organisationernas samtliga intressenter, öka organisationernas möjlighet att få tillgång till viktiga resurser och samtidigt få organisationerna att framstå som legitima gentemot sin omgivning. Av denna anledning har kopplingarna till intressentteorin, den resursbaserade teorin samt legitimitetsteorin genom denna undersökning kunnat bekräftas.

Den av studiens presenterade teorier som verkar vara av allra störst betydelse är intressentteorin. Det verkar som att all informationsgivning styrs utifrån ett intressentperspektiv där den information som ges dels ska syfta till att tillgodose intressenters informationsbehov, dels verka som underlag för deras beslutsfattande. Den information som blir föremål för organisationers frivilliga upplysningar verkar inte alltid grunda sig på dagsaktuell information utan med hänsyn till att en organisations intressentrelationer ofta är av långsiktig karaktär kan det påverka utformningen och omfattningen av de frivilliga upplysningarna (Ax & Marton, 2008). Tillsammans med intressentteorin är också legitimitetsteorin ett starkt motiv i organisationers val av frivilliga upplysningar. Att organisationer vill framstå som legitima gentemot sin omgivning och samtidigt spegla verksamheten på ett korrekt sätt är en aspekt som i väldigt hög grad styr vilken information som organisationer väljer att ta med i sin frivilliga rapportering.

I denna undersökning har vi haft en tanke om att organisationers omfattning av frivilliga upplysningar påverkas av deras samarbete med extern part. Att organisationer som använder extern part i upprättandet av sina årsredovisningar skulle redovisa frivillig information i större utsträckning är ett samband som vi inte har kunnat fastställa genom denna studie. Undersökningen visade på att lite mer än hälften av organisationerna använde extern part och att dessa organisationer inte redovisade mer information än de organisationer som inte använde extern part. Det skulle kunna vara så att detta beror på att den externa parten inte enbart hjälper till med att ta fram de frivilliga upplysningarna, utan att den även bistår med annan hjälp såsom utformning och layout. En slutsats är härmed att i denna studie verkar den externa parten inte ha speciellt stor påverkan på organisationers omfattning av de frivilliga upplysningarna.

Förfarandet med frivillig rapportering består av två delar där den ena handlar om vilken information som organisationer frivilligt väljer att lyfta fram och där den andra delen handlar om den information som organisationerna istället medvetet väljer att utelämna från sin rapportering. Bailey, Harte och Sugden (2000) menar att viss information utesluts från en organisations frivilliga rapportering för att skydda organisationen eller i syfte att förvirra. Det här är något som går emot de resultat som denna undersökning har lett fram till, då valet av information istället motiveras av att organisationer vill möta sina intressenters förväntningar och samtidigt framstå som legitima. Vidare menar Williams (2001) samt Marr, Gray och Neely (2003) att ett annat motiv till utelämnande skulle kunna vara att ytterligare

upplysningar kan påverka en organisation negativt på grund av att viss information kan komma konkurrenter till fördel. Detta är ett motiv som har gått att identifiera i denna undersökning då flertalet organisationer utelämnar information för att skydda sig mot sina konkurrenter.

Vad gäller redovisning av humankapital har vi kunnat fastställa att rapporteringen är begränsad. Information om de anställdas kunskap, förmågor, bakgrund, och utbildning är något som lyfts fram i väldigt liten utsträckning och information om hur de anställda motiveras och trivs är nästan obefintlig. Detta konstaterande är väldigt intressant och värt att anmärka på med tanke på att alla undersökningens tolv organisationer är innovativa organisationer med stor tillgång på intellektuellt kapital och där deras framgångar styrs av medarbetarnas kunskap, intellekt och prestationer. Det är medarbetarna och deras förmågor som styr organisationernas framsteg på kapitalmarknaden, driver deras finansiella resultat och skapar värde för organisationerna (Guthrie, Ricceri & Dumay, 2012). Det är viktigt att som utomstående intressent få upplysningar om det som skapar värde i en organisation, varför det är anmärkningsvärt att merparten av våra organisationer har valt att lämna denna information utanför sin rapportering.

6.3 Slutsats

Efter genomförd studie har vi kunnat identifiera vilken information som blir föremål för studiens organisationers frivilliga rapportering samt motiven till det. De kategorier av information som organisationerna väljer att utelämnas är den information som betraktas som riskfylld och känslig samt konkurrensrelaterad information. Detta innefattar information om nya produkter och projekt samt information om avtal och vissa relationer. Även stora delar av organisationernas humankapital utelämnas från deras frivilliga rapportering. De kategorier av information som organisationerna istället väljer att ta med i sin rapportering är den information som efterfrågas, den information som är relaterad till praxis samt den information som anses behövas för att få organisationerna att framstå som sanningsenliga och legitima. Dessa kategorier innefattar information om strategi, relationer till samarbetspartners, befintliga produkter och projekt samt information om organisationernas framtida planer och mål.

Valet av vilken frivillig information som ska redovisas respektive utelämnas påverkas av en rad olika motiv. De starkaste motiven till att viss information utelämnas är främst praktiska,

strategiska samt konkurrensrelaterade. Detta tycks vara av den anledningen att organisationer dels upplever begränsat med tid och utrymme i sin årsredovisning, dels att de inte vill ta med sådan information som kan innebära skada för organisationen eller medföra att konkurrenter drar nytta av den. De motiv som istället blir föremål för att viss information tas med är främst strategiska motiv samt motiv relaterade till praxis. När organisationer väljer vilken information som ska tas med handlar det ofta om att välja sådan information som på ett bra sätt marknadsför organisationerna men som samtidigt ger dem möjlighet att nå ut till intressenter och få tillgång till resurser. I valet av information spelar också praxis en viktig roll, det vill säga vilken information som andra organisationer i samma bransch väljer att ta med i sin frivilliga rapportering.

Den här studien har också kunnat identifiera att det finns vissa kopplingar mellan de syften samt funktioner som en organisations årsredovisning har och graden av frivillig rapportering. De organisationer som i större utsträckning ser sin årsredovisning som ett marknadsförings- och presentationsdokument tenderar att i större utsträckning lämna ytterligare information. De organisationer som enbart ser sin årsredovisning som ett legalt krav har å andra sidan mer begränsade frivilliga upplysningar. Vidare går det att genom denna studie också fastställa att de inte finns något samband mellan omfattningen av en organisations frivilliga upplysningar och dess samarbete med extern part. Valet och omfattningen av en organisations frivilliga upplysningar kan med denna studie förklaras av att det oftast ses som ett sätt för organisationer att framstå som legitima gentemot sin omgivning, nå ut till intressenter och samtidigt få tillgång till resurser, varför det går att se starka kopplingar till tre av studiens berörda teorier. Dessa teorier är intressentteorin, legitimitetsteorin samt den resursbaserade teorin.

Den här studien har kunnat identifiera två nya faktorer som påverkar organisationernas val av frivillig information. Dessa två faktorer går dels att relatera till om en organisation har en produkt på marknaden, dels till i vilken utvecklingsfas som en organisation befinner sig i. Dessa förklaringsfaktorer innebär att de organisationer som har en produkt på marknaden tenderar att lämna frivilliga upplysningar i större utsträckning än vad en organisation som inte har någon produkt på marknaden gör. Likaså tenderar organisationer som befinner sig i en mer långtgående utvecklingsfas att i större utsträckning lämna mer frivillig information. Även tidigare forskning har studerat olika förklaringsfaktorer till frivillig rapportering. En faktor

som det i denna studie går att se vissa kopplingar till är organisationers storlek. Denna innebär att större organisationer är mer villiga att lämna ytterligare frivilliga upplysningar.

Efter genomförd studie kan vi konstatera att förfarandet med frivillig rapportering inte sker slumpmässigt. Att viss information hålls utanför årsredovisningens frivilliga rapportering är bevisat och att det dessutom inte beror på en ren slump är också bekräftat. Bakom organisationernas beslut över vilken information som ska redovisas och vilken information som ska hållas bortom offentliggörande ligger ett antal såväl strategiska som praktiska överväganden. Trots att vissa organisationer nekar till att deras val av information skulle grundas på något slags bakomliggande beteende kan vi urskilja ett mönster där organisationerna agerar med hänsyn till legitimitet, intressenter samt resurser och där deras beslut av vilken information som de vill redovisa är väl underbyggt med taktiska resonemang och ställningstaganden.

6.4 Studiens bidrag

Denna studie har avsett att bidra med en ökad förståelse för hur ett urval av forsknings- och utvecklingsintensiva organisationer resonerar i deras arbete med att välja ut vilken information som de ska ta med respektive utelämna i deras frivilliga upplysningar. Genom att kartlägga vilken information som dessas organisationer i dagsläget väljer att lyfta fram har denna studie kunnat peka på vilken information som organisationerna också väljer att utelämna. Genom att identifiera och klassificera den information som blir föremål för frivillig rapportering har denna studie också kunnat redogöra för de motiv som ligger bakom dessa organisationers beslut i frågan om vilken information som ska tas med respektive utelämnas.

Den information som organisationer väljer att lyfta fram i sin rapportering är en betydelsefull komponent i olika intressenters processer med att fatta olika beslut och göra olika bedömningar. Av denna anledning är det intressant att utreda huruvida det är viss information som undanhålls och därigenom skulle kunna leda till en oriktig informationsgivning. Med hänsyn till detta har studien avsett att bidra med kunskap om de motiv som ligger bakom att organisationer väljer att lyfta fram viss information och utelämna annan i sin frivilliga rapportering. Genom att bidra med kunskap om motiven bakom frivillig informationsgivning har vi genom denna studie önskat att dels ge organisationer en bättre inblick i frågan om frivillig rapportering, dels kunna hjälpa de att påverka sina frivilliga upplysningar till det bättre.

6.5 Kritik och begränsningar

Efter att ha tagit del av tidigare forskning och efter att ha genomfört en empirisk undersökning är vår förhoppning att denna studie har kompletterat den tidigare vetenskapen med ny information och nya resultat inom området frivillig rapportering. Vi har dock i samband med vår studie identifierat några begränsningar och kritiska aspekter som vi anser är viktiga att läsaren av denna studie är medveten om.

De organisationer som har varit föremål för denna undersökning verkar i branscher som är utsatta för många förändringar. Forsknings- och utvecklingsintensiva organisationer präglas av osäkerhet och risker samtidigt som de är hårt reglerade med många krav och tydliga regler. Med hänsyn till att vi har valt branscher där organisationerna verkar under olika omständigheter och har olika förutsättningar har vi uppmärksammat att organisationerna har haft olika behov till frivillig rapportering. Detta har gjort att våra resultat i vissa fall inte har varit helt representativa för alla studiens organisationer.

Eftersom den här studiens undersökning är begränsad till tolv olika forsknings- och utvecklingsintensiva organisationer genererar den resultat och slutsatser som återger vad just dessa organisationer anser är viktigt och betydelsefullt i frågan om frivillig rapportering. Med hänsyn till detta är det viktigt att vara medveten om att de motiv som vi har redogjort för och diskuterat i vår analys speglar hur det ser ut för ett urval av representativa organisationer och att det utöver dessa finns ytterligare ett stort antal organisationer att studera. En ytterligare begränsning i denna studie är att de svar som vi har erhållit i vår undersökning bygger på respondenternas personliga värderingar. Hade vi i mötet med studiens organisationer träffat andra respondenter hade vi troligtvis fått andra svar och dragit andra slutsatser eftersom olika personer gör olika bedömningar (Bryman & Bell, 2005; Alvehus, 2013)

Ytterligare något som läsaren av denna undersökning bör ta i beaktande är att det finns en risk för att undersökningen är påverkad av hur organisationerna har velat bli uppfattade av oss och av den anledningen har valt att undanhålla information i de intervjuer som vi har genomfört med dem.

6.6 Förslag till framtida forskning

Trots att vår studie har genererat nya insikter och ny information inom ämnet finansiell rapportering och frivilliga upplysningar finns det vissa begränsningar med denna studie som ger upphov till utrymme för vidare forskning.

Den här studien begränsar sig till enbart forsknings- och utvecklingsintensiva organisationer, varför studier om motiven bakom frivillig redovisning för andra typer av organisationer har lämnats till framtida forskare att studera. Ett förslag på typ av organisation är organisationer inom teknikbranschen, där det finns mycket intellektuellt kapital, hög sekretess, många idéer och hård konkurrens. På grund av detta är det en bransch som också troligtvis har motiv till att utelämna information i sin frivilliga rapportering och därför skulle bli ett mycket intressant föremål för fortsatta studier.

Det hade även – för vidare forskning – varit intressant att studera förändringarna i de frivilliga upplysningarna. Vi har genom vår studie uppmärksammat att organisationernas frivilliga upplysningar förändras från år till år och att förändringarna dels beror på trender i omgivningen, dels på vem som fattar beslut om vilken information som ska tas med respektive utelämnas. Av denna anledning uppmanar vi framtida forskare till att mer ingående studera på vilket sätt informationen förändras över tid samt vad dessa förändringar mer konkret kan bero på.

Eftersom det inte finns tidigare studier som liknar vår lämnar vi också till framtida forskare att studera motiven bakom frivilliga upplysningar i andra länder. Genom att undersöka detta skulle forskare kunna ta reda på hur organisationer – i samma bransch men i olika länder – tänker och resonerar kring valet av frivillig information. Det skulle vara intressant att få reda på om motiven bakom organisationers frivilliga rapportering skiljer sig åt beroende på vilken geografisk plats som en organisation finns belägen på, samt om det kan finnas andra faktorer som påverkar geografiska skillnader i frivillig rapportering.

Källförteckning

Offentligt tryck

Aktiebolagslagen (2005:551)

Bokföringslagen (1999:1078)

Årsredovisningslagen (1995:1554)

Tryckta referenser samt elektroniska källor

Abeyssekera, I. (2006). The project of intellectual capital disclosure: Researching the research. *Journal of Intellectual Capital*. 7 (1), s. 61-77

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

Adrem, A.H. (1999). Essays on disclosure practices in Sweden – Causes and effects. Malmö: Lund University Press

Akerlof, G.A. (1970). The market for "lemons": Quality uncertainty and the market mechanism. *The Quarterly Journal of Economics*. 84 (3), s. 488-500

Alvehus, J. (2013). Skriva uppsats med kvalitativ metod: En handbok. Stockholm: Liber

Anthony, R.N., Govindarajan, V., Hartmann, G.H., Kraus, K. & Nilsson, G. (2014). Management control system. Maidenhead: McGraw-Hill Education

Artsberg, K. (2003). Redovisningsteori – policy och praxis. Malmö: Liber

Arvidsson, S. (2011). Disclosure of non-financial information in the annual report: A management-team perspective. *Journal of intellectual capital*. 12 (2), s. 277-300

Ax, C. & Marton, J. (2008). Human capital disclosures and management practices. *Journal of Intellectual Capital*. 9 (3), s. 433-455

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

Bailey, D., Harte, G. & Sugden, R. (2000). Corporate disclosure and the deregulation of international investment. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*. 13 (2), s. 197-218

Baiman, S. & Verrecchia, R.E. (1996). The relation among capital markets, financial disclosure, production efficiency, and insider trading. *Journal of Accounting Research*. 34 (1), s. 1-22

Ballow, J.J., Burgman, R. & Molnar, M.J. (2004). Managing for shareholder value: intangibles, future value and investment decisions. *Journal of Business Strategy*. 25 (3), s. 26-34

Barney, J.B. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*. 17 (1), s. 99-120

Barney, J.B. & Clark, D.N. (2007). *Resource-based theory: Creating and sustaining competitive advantage*. Oxford: Oxford University Press

Beyer, A. & Guttman, I. (2012). Voluntary disclosure, manipulation, and real effects. *Journal of Accounting Research*. 50 (5), s.1141-1177

Blair, M.M. & Kochan, T.A. (2000). *The new relationship: human capital in the American corporation*. Washington D.C: The Brookings Institution

Boczko, T. (2000). A critique on the classification of contemporary accounting: Towards a political economy of classification – The search for ownership. *Critical Perspectives on Accounting*. 11 (2), s. 131-153

Botosan, C.A. (1997). Disclosure level and the cost of equity capital. *The Accounting Review*. 72 (3), s. 323-349

Botosan, C.A. & Plumlee, M.A. (2002). A re-examination of disclosure level and the expected cost of equity capital. *Journal of Accounting Research*. 40 (1), s. 21-40

Bradley, K. (1997). Intellectual capital and the new wealth of nations. *Business Strategy Review*. 8 (1), s. 53-62

Brennan, N. (2001). Reporting intellectual capital in annual reports: Evidence from Ireland. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*. 14 (4), s. 423-436

Broberg, P., Tagesson, T. & Collin, S. (2009). What explains variation in voluntary disclosure? A study of the annual reports of corporations listed on the Stockholm Stock Exchange. *Journal of Management & Governance*. 14 (4), s. 351-377

Bryman, A. & Bell, E. (2005). *Företagsekonomiska forskningsmetoder*. Malmö: Liber

Bryman, A. & Bell, E. (2013). *Företagsekonomiska forskningsmetoder*. Malmö: Liber

Chen, M. & Kaufmann G. (2008). Employee creativity and R&D: A critical review. *Journal Compilation*. 17 (1), s. 71-76

Cooke, T.E. (1989). Voluntary corporate disclosure by Swedish companies. *Journal of International Financial Management and Accounting*. 1 (2), s. 171-195

Cormier, D., Aerts, W., Ledoux, M.J. & Magnan, M. (2009). Attributes of social and human capital disclosure and information asymmetry between managers and investors. *Canadian Journal of Administrative Sciences*. 26 (1), s. 71-88

Cormier, D., Magnan, M. & Van Velthoven, B. (2005). Environmental disclosure quality in large German companies: Economic incentives, public pressures or institutional conditions?. *European Accounting Review*. 14 (1), s. 3-39

Deegan, C. & Unerman, J. (2011). *Financial accounting theory*. Second European Edition. Maidenhead: McGraw-Hill Education

Depoers, F. (2000). A cost-benefit study of voluntary disclosure: Some empirical evidence from French listed companies. *The European Accounting Review*. 9 (2), s. 245-263

Diamond, D.W. & Verrecchia, R.E. (1991). Disclosure, liquidity, and the cost of capital. *The Journal of Finance*. 66 (4), s.1325-1359

Dierickx, I. & Cool, K. (1989). Asset stock accumulation and sustainability of competitive advantage. *Management Science*. 35 (12), s. 1504-1511

Dumay, J.C. (2009). Intellectual capital measurement: A critical approach. *Journal of Intellectual Capital*. 10 (2), s. 190-210

Edvinsson, L. & Malone, M.S. (1998). Det intellektuella kapitalet. Malmö: Liber AB

Farooq, O. & Nielsen, C. (2014). Improving the information environment for analysts: Which intellectual capital disclosures matter the most? *Journal of Intellectual Capital*. 15 (1), s. 142-156

Fontana, F.B. & Macagnan, C.B. (2013). Factors explaining the level of voluntary human capital disclosure in the Brazilian capital market. *Intangible Capital*. 9 (1), s. 305-321

Freeman, R.E. & Reed, D. (1983). Stockholders and stakeholders: A new perspective on corporate governance. *California Management Review*. 25 (3), s. 88-106

Firth, M. (1979). The impact of size, stock market listing, and auditors on voluntary disclosure in corporate annual reports. *Accounting and Business Research*. 9 (36), s. 273-280

Gray, R., Kouhy, R. & Lavers, S. (1995). Corporate social and environmental reporting: A review of the literature and a longitudinal study of UK disclosure. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*. 8 (2), s. 47-77

Gray, S.J., Meek, G.K. & Roberts, C.B. (1995). International capital market pressures and voluntary annual report disclosures by U.S. and U.K. multinationals. *Journal of International Financial Management and Accounting*. 6 (1), s. 43-68

Gray, R., Owen, D. & Adams, C. (1996). *Accounting & Accountability: Changes and challenges in corporate social and environmental reporting*. London: Prentice Hall

Gupta, S., Lehman, D.R. & Stuart, J.A. (2004). Valuing customers. *Journal of Marketing Research*. 41 (1), s. 7-18

Guthrie, J. & Parker, L.D. (1989). Corporate social reporting: a rebuttal of legitimacy theory. *Accounting and Business Research*. 19 (76), s. 343-352

Guthrie, J., Petty, R. & Johanson, U. (2001). Sunrise in the knowledge economy: Managing, measuring and reporting intellectual capital. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*. 14 (4), s. 365-384

Guthrie, J., Petty, K., Yongvanich, F. & Ricceri, F. (2004). Using content analysis as a research method to inquire into intellectual capital reporting. *Journal of Intellectual Capital*. 5 (2), s. 282-293

Guthrie, J., Ricceri, F. & Dumay, J. (2012). Reflections and projections: A decade of intellectual capital accounting research. *The British Accounting Review*. 44 (2), s. 68-82

Hartman, S.G. (2003). *Skrivhandledning för examensarbeten och rapporter*. Falkenberg: Natur Kultur

Haskel, A. (2000). *Lär dig tolka och förstå årsredovisningar*. Stockholm: Aktiespararnas bokförlag

Hasnas, J. (1998). The normative theories of business ethics: A guide for the perplexed. *Business Ethics Quarterly*. 8 (1), s. 19-42

Healy, P.M., Hutton, A.P. & Palepu, K.G. (1999). Stock performance and intermediation changes surrounding sustained increases in disclosure. *Contemporary Accounting Research*. 16 (3), s. 485-520

- Healy, P.M. & Palepu, K.G. (1993). The effect of firms' financial disclosure strategies on stock prices. *Accounting Horizons*. 7 (1), s. 1-11
- 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*. 31 (1-3), s.405-440
- Hillman, A.J. & Dalziel, T. (2003). Boards of Directors and Firm Performance: Integrating Agency and Resource Dependence Perspectives. *Academy of Management Review*. 28 (3), s. 383-396
- Holland, J. (2003). Intellectual capital and the capital market – organisation and competence. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*. 16 (1), s. 39-48
- Huafang, X. & Jianguo, Y. (2007). Ownership structure, board composition and corporate voluntary disclosure: Evidence from listed companies in China. *Managerial Auditing Journal*. 22 (6), s. 604-619
- Husin, M., Hooper, K. & Olesen, K. (2012). Analysis of intellectual capital disclosure – an illustrative example. *Journal of Intellectual Capital*. 13 (2), s. 196-220
- Jacobsen, D.I. (2002). Vad, hur och varför? Om metodval i företagsekonomi och andra samhällsvetenskapliga ämnen. Lund: Studentlitteratur AB
- Jensen, M.C. & Meckling, W.H. (1976). Theory of the firm: Managerial behaviour, agency costs and ownership structure. *Journal of Financial Economics*. 3 (4), s. 305-360
- Kaufmann, L. & Schneider, Y. (2004). Intangibles: A synthesis of current research. *Journal of Intellectual capital*. 5 (3), s. 366-388
- Kim, O. & Verrecchia, R.E. (1994). Market liquidity and volume around earnings announcements. *Journal of Accounting and Economics*. 17 (1-2), s. 41-67

- Leuz, C. & Verrecchia, R.E. (2000). The economic consequences of increased disclosure. *Journal of Accounting Research*. 38 (3), s. 91-124
- Lev, B. (2001). *Intangibles: Management, measurement and reporting*. Washington D.C: The Brookings Institution
- Lev, B. (2004). Sharpening the intangibles edge. *Harvard Business Review*. 82 (6), s. 109-116
- Liao, P.C., Chan, A.L. & Seng, J. (2013). Intellectual capital disclosure and accounting standards. *Industrial Management & Data Systems*. 113 (8), s. 1189-1205
- Lim, S., Matolcsy, Z. & Chow, D. (2007). The association between board composition and different types of voluntary disclosure. *European Accounting Review*. 16 (3), s. 555-583
- Lundholm, R. & Van Winkle, M. (2006). Motives for disclosure and non-disclosure: A framework and review of the evidence. *Accounting and Business Research*. 36 (1), s. 43-48
- Lynn, B. (1998). Intellectual capital. *CMA Management*. 72 (1), s. 10-15
- Marr, B., Gray, D. & Neely, A. (2003). Why do firms measure their intellectual capital? *Journal of Intellectual Capital*. 4 (4), s. 441-464
- Mele, C., Colurcio, M. & Russo-Spena, T. (2014). Research traditions of innovation: Goods-dominant logic, the resource-based approach, and service-dominant logic. *Managing Service Quality*. 24 (6), s. 612-642
- Mohd Ghazali, N.A. (2010). The importance and usefulness of corporate annual reports in Malaysia. *Journal of Business*. 12 (1), s. 31-54
- Mouritsen, J., Bukh, P. & Marr, B. (2004). Reporting on intellectual capital: Why, what and how?. *Measuring Business Excellence*. 8 (1), s. 46-54

Newbert, S.L. (2007). Empirical research on the resource-based view of the firm: An assessment and suggestions for future research. *Strategic Management Journal*. 28 (2), s. 121-146

Newman, P. & Sansing, R. (1993). Disclosure policies with multiple users. *Journal of Accounting Research*. 31 (1), s. 92-112

Näsi, J., Näsi, S., Phillips, N. & Zyglidopoulos, S. (1997). The evolution of corporate social responsiveness. *Business & Society*. 36 (3), s. 296-321

Ordóñez de Pablos, P. (2003). Intellectual capital reporting in Spain: A comparative view. *Journal of Intellectual Capital*. 4 (1), s. 61-81

Orens, R., Aerts, W. & Lybaert, N. (2013). Customer value disclosure and cost of equity capital. *Review of Accounting and Finance*. 12 (2), s.130-147

Petty, R. & Guthrie, J. (2000). Intellectual capital literature review: Measurement reporting and management. *Journal of Intellectual Capital*. 1 (2), s. 155-176

Pfeffer, J. & Salancik, G.R. (1978). The external control of organizations: A resource dependence perspective. New York: Harper & Row

Prince, J.B. & Dwivedi, N. (2013). A third dimension to understanding voluntary disclosures. *Journal of Business Strategy*. 34 (4), s. 48-54

Rangone, A. (1999). A resource-based approach to strategy analysis in small-medium sized enterprises. *Small Business Economics*. 12 (3), s. 233-248

Roos, G., Fernström, L. & Pike, S. (2006). Den värdeskapande organisationen: Intellektuellt kapital i praktiken. Lund: Studentlitteratur AB

Sandberg, J. (1994). Human competence at work: An interpretative approach. Göteborg: BAS

Securities and Exchange Commission. (1998). The "Numbers Game": Remarks by chairman Arthur Levitt - NYU Center for Law and Business, New York, N.Y. Tillgänglig online: <http://www.sec.gov/news/speech/speecharchive/1998/spch220.txt> [Hämtad 25 mars 2015]

Smith, D. (1997). Redovisningens språk. Lund: Studentlitteratur AB

Sullivan, P.H. (2000). Value-driven intellectual capital: How to convert intangible corporate assets into market value. New York: John Wiley & Sons, Inc

Teece, D.J. (1998). Capturing values from knowledge assets: The new economy, markets for know-how, and intangible assets. *California Management Review*. 40 (3), s. 55-79

Thomasson, J. (2011). Extern redovisning och finansiell analys. Malmö: Liber AB

Ullman, A. (1985). Data in search of a theory: A critical examination of the relationships among social performance, social disclosure and economic performance of US firms. *Academy of Management Review*. 10 (3), s. 540-557

Van der Meer-Kooistra, J. & Zijlstra, S.M. (2001). Reporting on intellectual capital. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*. 14 (4), s. 456-476

Wennerberg, I. (1996). Finforum 1996: Ökat intresse för etik och värderingar; Finforum 1996: Finansanalytiker vill veta mer om miljön. *Balans*. 11, s. 4-9

White, G., Lee, A. & Tower, G. (2007). Drivers of voluntary intellectual capital disclosure in listed biotechnology companies. *Journal of Intellectual Capital*. 8 (3), s. 517-537

Wickham, P. (2006). Strategic entrepreneurship. Pearson Education Limited

Williams, S.M. (2001). Is intellectual capital performance and disclosure practices related?. *Journal of Intellectual Capital*. 2 (3), s. 192-203.

Wyatt, A. (2002). Towards a financial reporting framework for intangibles. *Journal of Intellectual Capital*. 3 (1), s. 71-86

Zechman, S. (2010). The relation between voluntary disclosure and financial reporting: Evidence from synthetic leases. *Journal of Accounting Research*. 48 (3), s. 725-765

Bilagor

Bilaga 1 – Intervjuformulär

Del 1. Årsredovisningen

- 1) Årsredovisningen
 - a. Hur ser ni på er årsredovisning?
 - b. Vad är syftet med er årsredovisning?
 - c. Hur använder ni er årsredovisning?
 - d. Vilken funktion ska er årsredovisning fylla?

- 2) Valet av frivillig information i årsredovisningen
 - a. Förändras den typ av information som tas med respektive utelämnas i er årsredovisning från år till år?
 - b. Om ja, på vilket sätt?
 - c. Om ja, vad är det som påverkar denna förändring?
 - d. Om nej, varför inte?

Del 2. Obligatoriska och frivilliga upplysningar

- 1) Frivilliga upplysningar
 - a. Utöver den information som är obligatorisk, vilken information väljer ni att ta med?
 - b. Vad/vilka är skälet/skälerna till att ni väljer att ta med just denna information?
 - c. Hur resonerar ni kring detta val?
 - d. Vilken information anser ni vara viktigast att ta med i er årsredovisning och varför?

- 2) Utelämnad information
 - a. Vilken information väljer ni att frivilligt inte ta med i er årsredovisning?
 - b. Vad/vilka är skälet/skälerna till att ni inte tar med just denna information?
 - c. Skulle det kunna bli några effekter om ni vid upprättande av nästa årsrapport valde att ta med denna information?
 - d. Om ja, i så fall vilka effekter?

- 3) Vilken information prioriterar ni i valet av vilken information som ska tas med respektive utelämnas?

- 4) Valet av information i en årsredovisning kan ses som ett medel för att locka och nå ut till olika intressenter.
 - a. Finns det incitament att avslöja eller inte avslöja viss information i er årsredovisning för att tillgodose era intressenters behov?
 - b. Om ja, varför?
 - c. Om ja, vilka intressenter?
 - d. Om ja, vilken typ av information rör det sig om?

- 5) Valet av information i en årsredovisning kan ses som ett medel för att få tillgång till viktiga resurser.
 - a. Finns det ett incitament att avslöja eller inte avslöja viss information i er årsredovisning för att få tillgång till viktiga resurser?
 - b. Om ja, varför?
 - c. Om ja, vilka resurser?
 - d. Om ja, vilken typ av information rör det sig om?

- 6) Årsredovisningens reliabilitet
 - a. Hur garanterar ni reliabiliteten i er årsredovisning?
 - b. Finns det incitament att försöka få er organisation att framstå på ett mer positivt sätt än vad det kanske egentligen är?

- 7) Väljer ni att i era frivilliga upplysningar ta med information om ert humankapital, organisationskapital samt relationskapital?
 - a. Om ja, varför?
 - b. Om nej, varför inte?
 - c. Skulle ni se några fördelar respektive nackdelar med att ta med eller utelämna denna information?

Del 3. Upprättandet av årsredovisningen

- 1) Vid upprättandet av organisationers årsredovisningar och gällande valet av vilken information som tas med respektive utelämnas kan organisationer ta hjälp av extern part.
 - a. Tar ni hjälp av någon extern part i upprättandet av årsredovisningen?
 - b. Om ja, i så fall av vem?
 - c. Om ja, vilka är motiven?
 - d. Om ja, vad hjälper de till med mer specifikt?
 - e. Om nej, varför inte?

Del 4. Granskningsrelaterade frågor

I denna del granskar vi respektive organisations årsredovisning och delårsrapport från föregående år och ställer frågor utifrån dessa.

Bilaga 2 – Artikel

Balans



NYHETER 18 MAJ, 2015

Så vet du vilken information som bör tas med samt utelämnas i organisationers frivilliga upplysningar

Medarbetarna på ekonomiavdelningen kämpar årligen med upprättandet av organisationens årsredovisning, och allt som oftast uppstår frågan om vilken information som organisationen bör ta med respektive utelämna i sina frivilliga upplysningar. Ny forskning från Lunds Universitet ger dig som ansvarig för upprättandet av årsredovisningen guidning i detta arbete. De två forskarna har undersökt vilken information forsknings- och utvecklingsintensiva organisationer väljer att ta med respektive utelämna i sina frivilliga upplysningar samt motiven till detta och de har kommit fram till intressanta slutsatser vad gäller organisationers val av frivilliga upplysningar.

Organisationer spenderar idag många timmar på att fundera över vilken information de ska ta med i sina frivilliga upplysningar. Trots detta är det inte många organisationer som egentligen vet vilken information som är värd att lyfta fram och vilken information som de bör undvika att framhäva. Två forskare vid Lunds Universitet har av denna anledning försökt att utröna vilken information som är värd att lyfta fram i de frivilliga upplysningarna och vilken information som organisationer bör undvika att ta med.

Att tänka på i valet av frivilliga upplysningar

1. Anpassa de frivilliga upplysningarna utifrån informationens tänka målgrupp
2. Anpassa de frivilliga upplysningarna utifrån vilken information som efterfrågas av organisationens intressenter
3. Informera utifrån praxis – lämna information som är vedertagen i den bransch organisationen verkar

Valet av information

Studien från Lunds Universitet som omfattade tolv forsknings- och utvecklingsintensiva organisationer presenterade en rad tänkvärda motiv till varför denna typ av organisationer tar med respektive utelämnar viss information i sina frivilliga upplysningar. Den information som organisationerna främst väljer att ta med i sina frivilliga upplysningar är information om strategi, befintliga produkter samt information om framtiden. Motiven till detta är främst relaterad till praxis och trender inom frivillig rapportering men också av den strategiska anledningen att de vill marknadsföra sig själva i syfte att nå ut till intressenter och få tillgång till resurser. Den typ av information som organisationerna istället främst väljer att utelämna i sina frivilliga upplysningar är information om medarbetarna, arbetsklimat, relationer och avtal. Motiven till detta är främst praktiska och strategiska men även rädslan för att konkurrenter ska dra nytta av informationen spelar en viktig roll.

Årsredovisningens funktion

Studien visade även att årsredovisningen används som en presentations- och informationsfolder i syfte att informera omgivningen om

verksamheten och därigenom framställa sig själva som legitima. Årsredovisningen används också som ett marknadsföringsdokument och en reklambroschyr för att nå ut till intressenter men även i ett investeringssyfte för att få tillgång till resurser. Ovanstående aspekter har en stark påverkan på hur organisationerna tänker när det kommer till att välja vilken information som ska finnas med i de frivilliga upplysningarna.

Anpassa dina frivilliga upplysningar

De två forskarna säger att de resultat som studien har gett upphov till kan användas som riktlinjer för dem som arbetar med att ta fram de frivilliga upplysningarna för en organisations årsredovisning. Genom att titta på motiven till varför studiens organisationer väljer att lyfta fram viss information och utelämna annan kan andra forsknings- och utvecklingsintensiva organisationer förbättra sina egna frivilliga upplysningar och på så sätt nå ut till sina intressenter på ett bättre sätt.

Johan Johansson