



HÖGSKOLAN
DALARNA

Examensarbete

Kandidatexamen

Intellektuellt kapital

En studie om redovisning av intellektuellt kapital

Intellectual capital - A study about the disclosure of intellectual capital

Författare: Marlin Sadeq & Sara Abou El Alamien

Handledare: Bengt Persson

Examinator: Klas Sundberg

Ämne/huvudområde: Företagsekonomi

Kurskod: FÖ2023

Poäng: 15 hp

Examinationsdatum: 10/09-2018

Vid Högskolan Dalarna finns möjlighet att publicera examensarbetet i fulltext i DiVA. Publiceringen sker open access, vilket innebär att arbetet blir fritt tillgängligt att läsa och ladda ned på nätet. Därmed ökar spridningen och synligheten av examensarbetet.

Open access är på väg att bli norm för att sprida vetenskaplig information på nätet. Högskolan Dalarna rekommenderar såväl forskare som studenter att publicera sina arbeten open access.

Jag/vi medger publicering i fulltext (fritt tillgänglig på nätet, open access):

Ja

Nej

Förord

Vi vill börja med att tacka vår handledare Bengt Persson som har trott på oss, stöttat oss och givit oss vägledning genom denna uppsats. Bengt har gett oss goda råd och hjälpt oss att utvecklas både som personer och som studenter. Vi vill tacka för goda diskussioner och trevliga möten. Vi vill även tacka våra nära och kära som bidragit med stöd, vilket har varit betydelsefullt för slutförandet av denna uppsats. Slutligen vill vi tacka våra klasskamrater som har bidragit med goda råd och konstruktiv kritik under seminarierna.

Tack så mycket

Borlänge, september 2018

Marlin Sadeq & Sara Abou El Alamien

Sammanfattning

Kandidatuppsats i företagsekonomi, Högskolan Dalarna, redovisning, VT 2018

Författare: Marlin Sadeq & Sara Abou El Alamien

Handledare: Bengt Persson

Titel: Intellektuellt kapital - En studie om redovisning av intellektuellt kapital

Bakgrund: Intellektuellt kapital var ett väl diskuterat område för två decennier sedan, vilket blir påtagligt då de flesta studier som undersöker området är från 1990-talet och tidiga 2000-talet. I denna uppsats har vi valt att återigen framföra begreppet intellektuellt kapital för att upplysa om förekomsten av det i svenska företags årsredovisningar.

Syfte: Syftet med denna studie är att bidra med en ökad kunskap för hur det skiljer sig mellan olika branscher gällande redovisning av intellektuellt kapital och även i vilken omfattning intellektuellt kapital redovisas.

Metod: Vår studie genomfördes med hjälp av en innehållsanalys av nio årsredovisningar. Innehållsanalys är den vanligaste metoden att använda bland forskare som avser att förstå redovisningen av intellektuellt kapital

Resultat & slutsatser: Studiens empiriska resultat visade att företagen inom Bank och finansbranschen redovisade mest intellektuellt kapital, därefter data, it och telekommunikationsbranschen och till sist tillverkning och industribranschen. Resultatet visade även att samtliga företag inom de tre branscherna redovisade mest kundkapital i relation till human- och strukturkapital. Gemensamt för de tre branscherna var även att humankapital redovisades minst. Studien kom även fram till att tillverkning och industribranschen redovisat mest human- och kundkapital i relation till de resterande branscherna. Bank och finansbranschen redovisade dock relativt mest strukturkapital.

Nyckelord: Intellektuellt kapital, humankapital, kundkapital, strukturkapital, årsredovisning & innehållsanalys.

Abstract

Bachelor thesis in business, University Dalarna, accounting, Spring 2018

Authors: Marlin Sadeq & Sara Abou El Alamien

Supervisor: Bengt Persson

Title: Intellectual capital - A study about the disclosure of intellectual capital

Background & problem: Intellectual capital was a well discussed subject two decades ago, which becomes apparent since most studies investigating the subject are from the 1990s and the early 2000s. In this paper we chose to resubmit the concept of intellectual capital to inform the existence of it in the annual reports of Swedish companies.

Purpose: The purpose of this study is to contribute to an increased knowledge of how it differs between different industries when it comes to the disclosure of intellectual capital and also to what extent intellectual capital is reported.

Method: Our study was conducted by using content analysis for nine annual reports. Content analysis is the most common method of use among researchers who intend to understand the disclosure of intellectual capital.

Results & conclusions: The study's empirical results showed that the banking and finance industry disclosed the highest amount of intellectual capital, the data, IT and telecommunications industry disclosed the second highest amount, and finally the least amount was disclosed by the manufacturing and industrial industry. The result also showed that all companies in the three industries reported the highest amount of customer capital in relation to human and structural capital. Common to the three industries was that human capital was the least disclosed capital. The study also concluded that the manufacturing and industrial industry disclosed the highest amount of human and customer capital in relation to the remaining industries. However, the banking and finance industry disclosed relatively the highest amount of structural capital.

Keywords: Intellectual capital, human capital, customer capital, structural capital, annual report & content analysis.

Begreppsdefinitioner

Nedan beskrivs centrala begrepp som förekommer i denna studie i syfte att förtydliga för läsaren vad som avses med begreppen.

Intellektuellt kapital - Summan av human-, kund- och strukturkapital.

Humankapital - Humankapital handlar bland annat om de färdigheter, kunskaper och kompetens människor inom en organisation besitter.

Kundkapital - Kundkapital syftar till ett företags förmåga att upprätthålla, utveckla och bygga relationer med kunder.

Strukturkapital - Det som företaget äger är strukturkapital och består av det som är relaterat till själva företaget och även det beslutsfattande som sker i företaget som exempelvis strukturens design, kontroll system, organisatoriska rutiner, mekanismer, planering, företagskulturen.

Årsredovisning - En årsredovisning är en redogörelse för ett räkenskapsår där en organisations räkenskaper och förvaltning sammanställs.

Innehållsförteckning

1. INLEDNING	1
1.1 BAKGRUND	1
1.2 PROBLEMDISKUSSION	2
1.3 PROBLEMFÖRMULERING	3
1.4 SYFTE	4
1.5 AVGRÄNSNING	4
2. TEORI	5
2.1 INTELLEKTUELLT KAPITAL	5
2.1.2 HUMANKAPITAL	7
2.1.3 KUNDKAPITAL	7
2.1.4 STRUKTURKAPITAL	8
2.2 TIDIGARE FORSKNING	9
3. METOD	11
3.1 ÄMNESVAL	11
3.2 UNDERSÖKNINGSMETOD	12
3.2.1 HUVUDKATEGORIER	13
3.2.2 UNDERKATEGORIER	13
3.3 UNDERSÖKNINGSOBJEKT	14
3.4 TILLVÄGAGÅNGSSÄTT	15
3.5 METODPROBLEM	16
4. EMPIRI	17
4.1 BANK OCH FINANS	19

4.2 TILLVERKNING OCH INDUSTRI	21
4.3 DATA, IT OCH TELEKOMMUNIKATION	24
4.4 RESULTAT OCH JÄMFÖRELSE MELLAN BRANSCHERNA	26
5. ANALYS	27
6. SLUTSATS	31
6.1 FÖRSLAG TILL FRAMTIDA FORSKNING	33
7. KÄLLFÖRTECKNING	34
7.2 ÅRSREDOVISNINGAR	37

Tabellförteckning

TABELL 1: UNDERKATEGORIER TILL HUMAN-, KUND- OCH STRUKTURKAPITAL	14
TABELL 2: RESULTAT FÖR BANK OCH FINANS	19
TABELL 3: RESULTAT FÖR TILLVERKNING OCH INDUSTRI	22
TABELL 4: RESULTAT FÖR DATA, IT OCH TELEKOMMUNIKATION	24

Figurförteckning

FIGUR 1: ANDELEN REDOVISAD INTELLEKTUELLT KAPITAL BANK OCH FINANS	20
FIGUR 2: ANDELEN REDOVISAD INTELLEKTUELLT KAPITAL TILLVERKNING OCH INDUSTRI	22
FIGUR 3: ANDELEN REDOVISAD INTELLEKTUELLT KAPITAL DATA, IT OCH TELEKOMMUNIKATION	25
FIGUR 4: JÄMFÖRELSE MELLAN BRANSCHERNA	27

1. INLEDNING

I följande avsnitt presenteras bakgrunden till ämnet samt en problemdiskussion som sedan följs av studiens problemformulering, syfte och avgränsningen till studien.

1.1 BAKGRUND

Det förekommer en skillnad mellan verkligheten som äger rum inom ett företag och den historia företagets balansräkning berättar. Denna skillnad har alltid funnits, vilket enligt Edvinsson och Malone (1998) påvisar en systematisk brist på det sätt värden mäts. Värdet på ett företag kan således inte blott baseras på traditionella redovisningsmått, utan det utgörs även av företagets intellektuella kapital.

Intellektuellt kapital var ett väl diskuterat område för två decennier sedan, vilket blir påtagligt för oss då de flesta studier som undersöker området är från 1990-talet och tidiga 2000-talet. Vi tror att svårigheten i att hitta aktuella studier indikerar att forskare inte har lagt vikt vid att undersöka redovisning av intellektuellt kapital under de senaste decennierna. I vår uppsats har vi valt att återigen framföra begreppet intellektuellt kapital för att upplysa om förekomsten av det i svenska företags årsredovisningar.

Vi anser att ett företags redovisning av intellektuellt kapital är viktigt då det leder till mer tillgänglig information om företaget för olika intressenter att ta del av. Vi tror exempelvis att ett företags aktieägare kan få en bättre bild av företaget genom att läsa det intellektuellt kapital som redovisats. Detta då intellektuellt kapital, till skillnad från företagets resultat- och balansräkningen, inte handlar om företagets finansiella mått utan om information i form av exempelvis de anställdas kompetens, kundrelationer eller den kultur som finns inom företaget (Stewart, 1999). IFRS 3 ger dock koncerner vid företagsförvärv möjligheten att redovisa

kundrelationer, licenser och varumärken (PwC, 2008). I denna uppsats delas intellektuellt kapital in i human-, kund- och strukturkapital (Stewart, 1999), och vi avser att undersöka hur svenska företag redovisar dessa tre huvudkomponenter. Den mängd intellektuellt kapital som olika företag redovisar varierar, vilket vi kommer att presentera och diskutera i senare kapitel.

1.2 PROBLEMDISKUSSION

Många studier har påpekat svårigheten i att definiera intellektuellt kapital (Stewart, 1999), det finns således inte en exakt definition av begreppet (Marr, Schiuma & Neely, 2004). Skulle ett företags intellektuella kapital dock kunna likställas med immateriella tillgångar? Enligt Petty och Guthrie (2000) behandlas begreppet intellektuellt kapital oftast synonymt med immateriella tillgångar. De menar dock att intellektuellt kapital är en del av immateriella tillgångar snarare än densamma.

International Financial Reporting Standards beskriver immateriella tillgångar i IAS 38 som *“An intangible asset is an identifiable non-monetary asset without physical substance. Such an asset is identifiable when it is separable, or when it arises from contractual or other legal rights. Separable assets can be sold, transferred, licensed, etc.”* (IFRS, 2017, första stycket). Immateriella tillgångar skall enligt IAS 38 således identifieras, separeras och eventuellt kunna säljas. Detta blir problematiskt då intellektuellt kapital delvis handlar om den kunskap en människa besitter. Hur skall exempelvis den anställdas förmåga att enkelt och snabbt skapa relationer definieras, separeras och framförallt säljas?

Enligt Bozzolan et al. (2003) definieras intellektuellt kapital som all information som analytiker och investerare uppfattar som viktig. Med andra ord är intellektuellt kapital viktigt för ett företags externa intressenter enligt detta påstående. Bozzolan et al. (2003) argumenterar dock för att det traditionella sättet för företag att upprätta sina finansiella rapporter inte är tillräckligt för att möta de informationsbehov som existerar hos de olika intressenterna. Å andra sidan anser Brennan (2001) att intellektuellt kapital likställs med kunskap som skall leda till en

ökning av ett företags värde genom att ”överföra” denna kunskap till produktion av något av värde inom företaget. Från ett företagsperspektiv handlar således intellektuellt kapital om ett företags värdeskapande.

Bozzolan et al. (2003) betonar vikten av att företag redovisar intellektuellt kapital, särskilt inom en kunskapsekonomi, det vill säga den ekonomi där kunskapen utgör den viktigaste tillgången snarare än exempelvis maskiner eller mark (Jaffe & Trajtenberg, 2002). Edvinsson och Malone (1998) skriver att företagens enorma investeringar i både informationsteknologi och mänskliga resurser utgör kärnan i kunskapsekonomin. Författarna argumenterar för att dessa investeringar är viktiga faktorer för värdeskapande inom företagen. Inom den traditionella redovisningen visas dock inte dessa investeringar som positiva värden, utan de visas som kostnader för företagen (Edvinsson & Malone, 1998).

1.3 PROBLEMFÖRMULERING

Som vi tidigare nämnt vill vi undersöka och presentera hur svenska företag redovisar intellektuellt kapital. Eftersom intellektuellt kapital delas in i human-, kund- och strukturkapital vill vi undersöka vilka av dessa som förekommer oftast i årsredovisningen. Detta bidrar till en ökad kunskap för vilket av human-, kund- och strukturkapital som olika svenska företag lägger mest vikt vid att inkludera i deras årsredovisningar. Vidare vill vi jämföra hur olika branscher redovisar human-, kund- och strukturkapital för att se om redovisningen skiljer sig beroende på vilken typ av bransch det handlar om.

- Hur redovisar svenska företag intellektuellt kapital? Samt skiljer det sig mellan olika branscher?
- Vilka av human-, kund- och strukturkapital förekommer mest i årsredovisningarna för respektive bransch?

1.4 SYFTE

Syftet med denna studie är att bidra med en ökad kunskap för hur det skiljer sig mellan olika branscher gällande redovisning av intellektuellt kapital och även i vilken omfattning intellektuellt kapital redovisas.

1.5 AVGRÄNSNING

De företag studien avgränsar sig till är hämtade från OMX Stockholm 30 listan på Stockholmsbörsen och de årsredovisningar som undersöktes var från år 2017 då de var aktuella. Denna lista avser de 30 mest omsatta företagen på Stockholmsbörsen (Avanza, uå). Anledningen till att vi använde oss av denna lista var att vi ville undersöka stora företag med hög omsättning eftersom att större företag har mer intellektuellt kapital att redovisa då företagen har mer resurser, enligt Branco, Delgado, Sá, & Sousa (2010). Branco et al. (2010) anser även att större företag har ett behov av att dela med sig relativt mer information då de troligen har mer granskande ögon på sig. Enligt Bozzolan, Favotto & Ricceri (2003) förekommer det ett samband mellan ett företags storlek och den mängd intellektuellt kapital som företaget redovisar. I denna studie ämnade vi att undersöka juridiska personer och inte koncerner. Eftersom vi inte hade som avsikt att undersöka alla företag på OMX Stockholm 30 listan valde vi ut de företag vi kunde koppla samman till olika branscher. Detta resulterade i de tre branscherna; bank & finans, tillverkning & industri och data, IT & telekommunikation vilka utgörs av dessa nio företag:

Bank & finans	Tillverkning & industri	Data, IT & telekommunikation
- Swedbank	- SSAB	- Tele2
- Nordea	- Sandvik	- Telia Company
- SEB	- Electrolux	- Ericsson

2. TEORI

I första delen av detta avsnitt definierar vi intellektuellt kapital samt human-, kund- och strukturkapital för att ge läsarna en förståelse för innebörden av dessa begrepp. I andra delen presenterar vi tidigare forskning som behandlat området intellektuellt kapital för att ge en överblick på vad olika forskare kommit fram till.

2.1 INTELLEKTUELLT KAPITAL

Behovet att söka förstå innebörden av intellektuellt kapital har påvisats genom övertygande argument från olika forskare. Petty och Guthrie (2000) argumenterar för att den mest användbara definitionen av intellektuellt kapital är “...*the economic value of two categories of intangible assets of a company*” (s. 158).

Dessa kategorier menar forskarna är humankapital och strukturkapital.

Humankapitalets interna mänskliga resurser syftar till de resurser som befinner sig inom själva organisationen som exempelvis personalen, medan de externa omfattar exempelvis leverantörer och kunder. Å andra sidan är leverantörskedjor, mjukvarusystem och distributionsnätverk exempel på strukturkapital.

Edvinssons och Malones (1998) definition av intellektuellt kapital går i linje med Pettys och Guthries (2000) definition att intellektuellt kapital delas in i human- och strukturkapital. Edvinsson och Malone (1998) beskriver nämligen intellektuellt kapital som summan av humankapital och strukturkapital. De förklarar att humankapital inte kan ägas av ett företag då det omfattar en kombination av medarbetarnas skicklighet, innovativa förmåga, kunskap samt förmågan att utföra aktuella arbetsuppgifter. Ett företags kultur, filosofi och värderingar kan även till en viss del inkluderas i humankapitalet.

Strukturkapital kan, till skillnad från humankapital, ägas av ett företag och därför kan även affärer göras med det (Edvinsson & Malone, 1998). Strukturkapital

omfattar all organisationskapacitet som stödjer de anställdas produktivitet som exempelvis databaser, varumärken, hårdvaran, mjukvaran, patent och organisationsstruktur. Edvinsson och Malone (1998) beskriver det med andra ord som ”...allt det som finns kvar på arbetsplatsen när personalen har gått hem” (s. 29). Dock kan exempelvis varumärken redovisas bland andra immateriella tillgångar enligt IFRS 3 (PwC, 2008).

Stewart (1999) beskriver intellektuellt kapital som ”...summan av en organisations patent, tillverkningsmetoder, kompetens hos de anställda, teknologi, information om kunder och leverantörer samt traditionell erfarenhet.” (s. 98). Till skillnad från Petty och Guthrie (2000) och Edvinsson och Malone (1998), delar Stewart (1999) in intellektuellt kapital i tre komponenter, vilka är human-, kund- och strukturkapital, snarare än endast human- och strukturkapital. Edvinsson och Malone (1998) menar dock att kundkapital skall inkluderas i strukturkapital. Vår studie går i linje med Stewart (1999) då vi utgår från att intellektuellt kapital består av alla dessa tre komponenter.

Värdefullt intellektuellt kapital existerar inom alla organisationer i form av resurser och tillgångar, information, kunskap, visdom och kompetens. Stewart (1999) menar att intellektuellt kapital befinner sig bland människorna i företaget, bland kunderna samt i företagens organisation. Dessa utgör således human-, kund- och strukturkapital och var och en av dessa tre komponenter återspeglar de kunskapsstillgångar ett företag besitter (Stewart, 1999).

Vergauwen et al. (2007) förklarar att det förekommer skillnader i vilken omfattning olika företag redovisar human-, kund- och strukturkapital. En förklaring till detta kan vara att kostnaderna för att producera information skiljer sig beroende på om det rör sig om human-, kund- eller strukturkapital. Vergauwen et al. (2007) presenterar ett företag som redovisar relativt mer information om kundkapital som exempel, och menar att företaget kanske har ett informationssystem som innehåller mycket information om just kunder, leverantörer och affärspartners. Ytterligare en förklaring enligt forskarna kan vara

att olika företag fokuserar på att redovisa de delar av intellektuellt kapital som är mest relevanta för företagets process och värdeskapande.

2.1.2 HUMANKAPITAL

Humankapital består av värdet av medarbetarnas kompetens samt de fördelar som erhålls till följd av dessa människors användning av sina kunskaper och färdigheter (Vergauwen & Van Alem, 2005). Stewart (1999) beskriver humankapital som innovationens ursprungskälla och insiktens hemsida. Edvinsson och Malone (1998) jämför intellektuellt kapital med ett träd och menar att människorna är saven som får trädet att växa.

Axelsson, Jannesson och Tram (2004) förklarar att humankapital består av förvärvade färdigheter och erfarenheter, social kompetens och formell utbildning. En viktig resurs för företaget är humankapitalet vilket har lett till att det har blivit viktigt för ledningen i företaget att satsa på det. De viktigaste investeringarna i humankapital är utbildning och inläring (Becker, 1994). Axelsson et al. (2004) menar att anställdas villighet och engagemang att komma med nya kreativa idéer och lära sig nya uppgifter i arbetet är det som företagets framgång beror på eftersom att om de anställda är aktiva och vill utveckla sig själva och företaget så leder det till att även företaget utvecklas. Därför är det av stor vikt för företaget att ta hand om sina anställda så att de trivs och inte vill lämna arbetet, för om medarbetarna slutar kommer företaget förlora deras kunskap då det kommer försvinna med dem (Axelsson et al., 2004).

2.1.3 KUNDKAPITAL

Axelsson et al. (2004) skriver att kundkapital brukar ses som en del av strukturkapitalet men vi kommer i denna uppsats behandla det som en självständig del. Kunden är viktigast inom kundkapital eftersom att företagets intäkter kommer från kunden och just därför är det nödvändigt att företaget har en bra lönsamhet. Axelsson et al. (2004) förklarar att företaget erhåller bra lönsamhet genom att

upprätthålla och etablera kundrelationer och det som blir svårt längs vägen är att nya kunder leder till att det blir dyrt för företaget och det tar även tid till att en stabil relation mellan företaget och kunden skall byggas upp. Detta är en anledning till varför det är viktigt att företagets gamla kundrelationer skall behållas och bearbetas för då sparar företaget pengar och tid vilket gör det lönsamt menar Axelsson et al. (2004). Kunder som är nöjda och lojala är bra för företaget eftersom att det mesta av företagets intäkter kommer från dem (Axelsson et al., 2004).

2.1.4 STRUKTURKAPITAL

Det som företaget äger är strukturkapital och består av det som är relaterat till själva företaget och även det beslutsfattande som sker i företaget som exempelvis strukturens design, kontroll system, organisatoriska rutiner, mekanismer, planering, företagskulturen med mera skriver Helbrink & Nilsson (2008).

Strukturkapital kan delas in i tre delar, förnyelse och utveckling, organisation samt relationer. På grund av att förbättringar av det intellektuella kapitalets finansiella område genererar företagets värde i framtiden, ses förnyelse och utveckling som företagets framtid (Roos et al. 1997). Organisationen är förenad med den interna effektiviteten. Faktorerna kultur, processer och infrastruktur har påverkan och inflytande på organisationen. Relationerna i företag består av partners, andra aktieägare, intressenter, kunder och leverantörer, det vill säga de som har någon sorts relation och koppling till företaget på något vis. Dessa externa aktörerna är de som har påverkan och inflytande på företaget och även på varandra skriver Helbrink & Nilsson (2008).

Strukturkapitalet behöver vara unikt och värdefullt för att kunna vara en konkurrensfördel för företaget (Ordonez de Pablos, 2004). Arbetsprocesser och rutiner, företagsstrategier, spetskompetens och organisationskultur är några exempel på strukturkapital som är unikt och är mest värdefullt för ett företag (Stewart 1999). Om strukturkapitalet bidrar till att förbättra produkter eller tjänster som kunden blir erbjuden eller om det bidrar till att sänka kostnaderna i företaget,

endast då åstadkommes värde till företaget. Fördelen med strukturkapital är att det bidrar till att differentieringsfördelar skapas åt företaget då det görs specifikt för företaget vilket gör det svårt för konkurrenter att härma och kopiera skriver Helbrink & Nilsson (2008). För att kunna få nytta av unikheten i strukturkapitalet och dess potential är det väldigt viktigt att det hanteras rätt. Beroende på vad det är för strukturkapital, då det finns olika typer av strukturkapital, bör de hanteras på ett visst sätt menar Helbrink & Nilsson (2008).

2.2 TIDIGARE FORSKNING

Abeysekera och Guthrie (2005) granskade årsredovisningar till de 30 största företagen som var noterade på Colombo börsen i Sri Lanka under perioden 1998 till 2000. Forskarna ville undersöka om det förekom några förändringar i företagens redovisning av intellektuellt kapital under denna tvåårsperiod. Syftet med studien var att mäta den vikt företagen lade vid rapportering av intellektuellt kapital genom att granska deras rapporteringsmönster. I likhet med vår studie använde författarna sig av en innehållsanalys för att genomföra deras undersökning. Studiens resultat visade att företagen redovisade mest kundkapital i relation till human- och strukturkapital, samt att redovisningen av kundkapital ökade under denna tvåårsperiod. Därefter redovisades humankapital mest och redovisningen av det förändrades inte under de två åren. Strukturkapital redovisades minst av företagen och det visade sig även att redovisningen av det minskade under tvåårsperioden.

Bozzolan et al. (2003) undersökte årsredovisningar till börsnoterade italienska företag från 2001. De ville bland annat undersöka vad dessa företag redovisat gällande intellektuellt kapital samt i vilken utsträckning de redovisade det. I linje med Abeysekeras och Guthries (2005) resulterade även denna studie i att de undersökta företagen redovisade mest information om kundkapital.

Haglöf och Moberg (2017) har i sin studie undersökt hur mycket intellektuellt kapital som redovisas som human-, kund- och strukturkapital samt hur det skiljer

sig mellan olika branscher och dess storlek. Detta är en studie där företag noterade på First North Stockholm blev undersökta. Även i denna studie har innehållsanalys använts då Haglöf och Moberg (2017) genomförde undersökningen. Resultatet av denna studie visar att kategorin kundkapital redovisades i störst utsträckning. De kom även fram till att det inte finns någon positiv korrelation mellan redovisning av intellektuellt kapital och företagens storlek. Haglöf och Moberg (2017) kom även fram till att det finns inte någon skillnad beroende på branschtillhörighet.

Ericson och Persbrink (2015) utförde en undersökning som syftade på att jämföra redovisning av intellektuellt kapital för fyra svenska börsnoterade teknikkonsultföretag. Även denna studie har en likhet med vår studie då de använder sig av innehållsanalys av dessa fyra företags årsredovisningar från de senaste tio åren som sedan kompletterades av intervjuer för att verkställa undersökningen. Ericsons och Persbrinks (2015) resultat av denna studie visade att redovisning av intellektuellt kapital ökat under de senaste tio åren för samtliga företag. Till skillnad från Abeysekeras och Guthries (2005), Bozzolans et al. (2003) och Haglöfs och Mobergs (2017) studier så resulterar denna studie i att humankapital redovisas i störst utsträckning, därefter strukturkapital och till sist kundkapital.

3. METOD

I följande avsnitt förekommer en förklaring till val av ämne, tillämpning av metod, undersökningsobjekt samt tillvägagångssätt. Det förs även diskussioner kring studiens problem som förekommer i metodvalet..

3.1 ÄMNESVAL

Inledningsvis började vi med att utföra en litteraturgenomgång i syfte att få en grundläggande kunskap om ämnet intellektuellt kapital. Detta gjorde vi genom att läsa examensarbeten, avhandlingar, vetenskapliga artiklar och litteratur som behandlar det område vi valt att studera. Intellektuellt kapital är ett brett område och det finns mycket att studera inom det, vilket blev tydligare för oss då vi kom i kontakt med tidigare studier och litteratur. Av denna anledning hade vi flera olika idéer gällande vilken inriktning inom intellektuellt kapital vi önskade studera. Ett alternativ var att vi skulle studera olika modeller som exempelvis Scandia Navigatorn, i syfte att värdera intellekt kapital som förekommer i de olika årsredovisningarna med hjälp av modellerna. Vi kom sedan fram till att denna typ av studie var svår att utföra.

Vi beslutade att studera olika branschers redovisning av intellektuellt kapital. Syftet var att få en ökad kunskap om redovisning av intellektuellt kapital skulle kunna skilja sig beroende på bransch. Genom att undersöka detta bidrar vi till en översiktlig bild av i vilken utsträckning svenska företag redovisar intellektuellt kapital.

Då flera forskare indikerar att intellektuellt kapital är en viktig faktor för ett företags hållbara konkurrensfördel (Moon & Kym, 2006) och värdeskapande (Roos et al., 1997) ansåg vi att det vore intressant att se hur företagen redovisar intellektuellt kapital för att förmedla denna typ av information till sina intressenter.

I Sverige är det frivilligt att redovisa intellektuellt kapital och av den anledningen redovisar olika företag fenomenet på olika sätt och i olika mängder.

3.2 UNDERSÖKNINGSMETOD

Vår studie genomfördes med hjälp av en innehållsanalys av de årsredovisningar som tillhör de företagen studien undersökte. Innehållsanalys är den vanligaste metoden att använda bland forskare som avser att förstå redovisningen av intellektuellt kapital (Guthrie, Petty, Yongvanich & Ricceri, 2004). Enligt Denscombe (2009) och Bryman och Bell (2017) kan innehållsanalys tillämpas oavsett vad det är för typ av text som skall analyseras i syfte att kvantifiera innehållet utifrån de kategorier som forskare utarbetat i förväg.

Bryman och Bell (2017) menar att analysprocessen går ut på att först utföra en litteraturstudie för att få en bild av det begrepp som är aktuellt för studien för att sedan identifiera de texter som fångar upp begreppets innebörd, i denna studies fall är detta begrepp intellektuellt kapital. Vi har således härlett de kategorier som vi utgick från i analysen av årsredovisningarna utifrån denna studies teoretiska definition av intellektuellt kapital.

I enlighet med Denscombe (2009) är processen för innehållsanalys följande:

- Välj ett lämpligt textavsnitt eller bildurval.
- Bryt ner texten i mindre enheter.
- Utarbeta relevanta kategorier för analysen av data.
- Koda enheterna i överensstämmelse med kategorierna.
- Räkna förekomsten av dessa enheter.
- Analysera texten beträffande enheternas frekvens och deras förhållande till andra enheter som förekommer i texten (Denscombe, 2009).

Varje årsredovisning genomsöktes manuellt av oss. Denscombe (2009) förklarar att analysenheterna består av bland annat ord eller hela meningar. Vi har valt att

bryta ner texten i hela meningar istället för enstaka ord då vi inte ville riskera att ta orden ur sitt sammanhang. De huvudkategorier och underkategorier som vi utgick från i innehållsanalysen kommer att presenteras längre ner i detta avsnitt. Vi kodade meningarna i överensstämmelse till de underkategorier som vi bearbetat innan undersökningens gång. Sedan räknade vi förekomsten av de meningar som hörde ihop med respektive underkategori (Se tabell 2, 3 och 4). Slutligen analyserade vi det resultat vi kom fram till. För att inte riskera att förbise de meningar som är kopplade till intellektuellt kapital har vi gemensamt analyserat årsredovisningarna och sedan kontrollerat dem i efterhand.

3.2.1 HUVUDKATEGORIER

I linje med studiens teoretiska referensram, har vi delat in intellektuellt kapital i tre huvudkategorier, vilka är human-, kund- och strukturkapital. Dessa har blivit vår utgångspunkt i undersökning då vi sökte efter förekomsten av de meningar som är kopplade till kategorierna. Vi utgick från studiens teoretiska definition av de tre begreppen för att kunna koppla texten i årsredovisningarna till dem.

3.2.2 UNDERKATEGORIER

Sveiby (1997) klassificerade en rad olika indikatorer för att kunna identifiera intellektuellt kapital. Med hjälp av en innehållsanalys använde Brennan (2001) och Guthrie et al. (1999) dessa indikatorer för att undersöka i vilken utsträckning olika företag redovisat intellektuellt kapital i sina årsredovisningar. För att möjliggöra användandet av dessa indikatorer i vår studie har vi översatt dem till svenska för att passa ett svenskt sammanhang, vi har även modifierat och uteslutit några indikatorer i sin helhet då vi bedömde att vissa indikatorer inte var nödvändiga för vår undersökning. Vi kommer fortsättningsvis att benämna dessa indikatorer för underkategorier till huvudkategorierna human-, kund- och strukturkapital i denna studie. Nedan följer en tabell över de underkategorier vi utgick från i genomförandet av innehållsanalysen:

Humankapital	Kundkapital	Strukturkapital
Know-how	Kund	Patent
Utbildning	Kundlojalitet	Varumärke
Yrkesexamen	Företagsnamn	Copyright
Arbetsrelaterad kunskap	Företagsnamn	Ledningsfilosofi
Arbetsrelaterad kompetens	Distributionskanaler	Företagskultur
Entreprenörsanda	Företagssamarbete	Arbetsprocess
	Licensavtal	Affärssystem
	Gynnsamma avtal	

TABELL 1: UNDERKATEGORIER TILL HUMAN-, KUND- OCH STRUKTURKAPITAL

3.3 UNDERSÖKNINGSOBJEKT

Som vi nämnt tidigare har använt oss av årsredovisningar från 2017 eftersom att vi var intresserade av att undersöka företagens senaste årsredovisningar. Eftersom intellektuellt kapital oftast inte är uttryckt i finansiella termer fann vi mest relevant information i de delar i årsredovisningarna där det förekommer löpande text.

De flesta årsredovisningarna vi kommit i kontakt med innehöll verkställande direktörernas uttalanden, resultaträkning, balansräkning, noter, förvaltningsberättelse samt revisionsberättelse. Resultat- och balansräkningen beskriver ett företags ekonomiska ställning i form av siffror. Noterna är kompletterande information till balans- och resultaträkningen och förklarar bland annat de värderingsprinciper företagen har och innehåller till en stor del finansiell information. Förvaltningsberättelsen förklarar bland annat väsentliga händelser som har skett i företaget och revisionsberättelsen är utförd av den auktoriserad revisor som reviderar företagets årsredovisning. De verkställande direktörernas uttalande beskriver de händelser som har skett under företagets aktuella räkenskapsår, och det är där vi hittade mest information som är kopplad till intellektuellt kapital.

Det finns således inte en rubrik som heter ”Intellektuellt kapital” där företagen beskriver deras human-, kund- och strukturkapital i årsredovisningarna, utan den informationen är utspridd i rapporten. Vi behövde av den anledningen läsa igenom hela årsredovisningar för att möjliggöra insamlingen av den information som är kopplad till intellektuellt kapital. Den information som finns om intellektuellt kapital är inte finansiell, men ibland kan exempelvis varumärken och patent, som är en del av strukturkapital, förekomma i balansräkningen.

3.4 TILLVÄGAGÅNGSSÄTT

Vi läste igenom årsredovisningarna till de företag vi undersökt och sökte efter de meningar som hörde ihop med underkategorierna. Vi analyserade varje årsredovisning och kodade meningarna, därefter räknade vi ihop antalet meningar kopplade till respektive underkategori. Vi sammanställde sedan antalet meningar kopplade till respektive underkategori för varje bransch i olika tabeller. Detta för att det ska bli tydligt att se hur mycket antalet förekomna meningar motsvarade och lättare kunna jämföra mellan de olika företagen och branscherna. I tabellerna 2, 3 och 4 har vi redovisat antalet meningar som förekom då vi analyserade årsredovisningarna för företagen inom alla de tre branscherna.

Utifrån tabellerna vi sammanställde räknade vi ut andelen redovisat human-, kund- och strukturkapital inom respektive företag. Detta gjorde vi för att det ska bli lättare att förstå och jämföra skillnaderna mellan företagen och i sin tur branscherna. Exempelvis visar andelen humankapital i relation till kund- och strukturkapital hur stor del av det totala intellektuella kapitalet som utgörs av humankapital. Detta blir väsentligt att beräkna för att besvara studiens problemformulering. För att beräkna exempelvis andelen humankapital tog vi antalet meningar som hör ihop med humankapital och dividerade sedan antalet med de totala meningarna som hör till intellektuellt kapital, det vill säga human-, kund- och strukturkapital. På så sätt har vi fått fram andelen human-, kund- och strukturkapital för varje företag inom varje bransch. I figurerna 1, 2 och 3 har vi redovisat andelen redovisat humankapital, kundkapital och strukturkapital i alla

företagens årsredovisningar inom alla de tre branscherna. Slutligen räknade vi ut ett genomsnitt av respektive del av intellektuellt kapital som vi har redovisat i figur 4, där vi endast inkluderat branscherna eftersom att det är dem vi vill jämföra.

3.5 METODPROBLEM

Studiens mål var att bidra med ökad kunskap och inte att generalisera det resultatet vi fått och just därför blir det inget problem att vi endast analyserat nio årsredovisningar (Wallin & Wessén, 2013). Eftersom att vi själva inte samlat in uppgifterna som står i årsredovisningarna handlar det om insamling av sekundärdata. Detta innebär att vår studie utgår från data som företagen själva samlat in och rapporterat i årsredovisningarna. Ett problem med detta kan vara att företagen målat upp en bild av dess verksamhet som kanske inte stämmer överens med verkligheten. Årsredovisningarna kan således vara vinklade till en fördel för företaget.

Eftersom att innehållsanalys grundas på personliga tolkningar har den kritiserats förklarar Wallin och Wessén (2013). Texten tolkas på olika sätt på grund av att forskare ofta har olika tolkningsramar och bakgrund. Vår studie skulle således stöta på problem om vi skulle tolka texterna utifrån ett subjektivt och personligt perspektiv. Men eftersom att vi är två forskare som tillsammans utför analysen av årsredovisningarna, höjer det studiens tillförlitlighet. Något som vi forskare bör tänka på och vara medvetna om är att våra tolkningar inte ska styras av våra egna erfarenheter och uppfattningar, utan att tolkningarna ska baseras på en vetenskaplig grund påpekar Wallin och Wessén (2013).

Denna metod har en dålig förutsättning när det kommer till att tolka och fördjupa sig i innehållet för att förstå informationens betydelse (Wallin & Wessén, 2013). Då kodning sker är det praktiskt taget omöjligt att lite tolkning inte tas med från de som utför kodningen (Bryman & Bell, 2017). Då vi har kodat meningarna i årsredovisningarna manuellt, uppstår en risk att vi missat all intressant

information. Det var av den anledningen som vi kontrollerade årsredovisningarna ännu en gång efter att ha analyserat dem.

4. EMPIRI

I följande avsnitt presenteras resultatet som studien gett upphov till.

För att tydliggöra hur vi har kopplat meningar i årsredovisningarna till huvudkategorierna human-, kund- och strukturkapital ger vi nedan några exempel på meningar från årsredovisningarna som vi har använt oss av i undersökningen:

“Engagerade, stolta och kompetenta medarbetare är avgörande för vår framgång.” (Swedbank, 2017, s.16)

Detta är ett exempel på en mening som vi anser hör till humankapital eftersom att här framför företaget hur viktiga deras medarbetare är för företagets framgång. Företaget visar även att de lägger stor vikt på kompetens hos medarbetarna eftersom att de tar upp det i sin årsredovisning.

“Vi arbetar därför för att data ska bli mer tillgängligt för våra kunder oavsett när de behöver det eller var de befinner sig.” (Tele2, 2017, s.10).

Vi anser att denna mening hör till kundkapital då företaget försöker förklara hur de går tillväga för att kunderna ska bli nöjda med det företaget erbjuder. Företaget visar att kundernas behov är av betydelse då kunderna nämns i årsredovisningen.

“Vi har inlett en resa mot en stark och förenande kultur eftersom vi är övertygade om att en lyckad förändring av vår affärsverksamhet förutsätter att även människorna förändras.” (Nordea, 2017, s.8).

Som vi nämnt tidigare är företagskultur en del av strukturkapital. Vi har angett denna mening som ett exempel till vad vi anser är strukturkapital eftersom att företaget betonar vikten av en bra företagskultur då det leder till något positivt för företaget. Denna mening indikerar att företaget värdesätter en sammanhållning bland medarbetarna och att det skulle leda till en fördel för företagets verksamhet.

Vi har sammanställt hur mycket företagen i de tre olika branscherna redovisat intellektuellt kapital i varsin tabell för att sedan kunna besvara vår problemformulering: Hur redovisar svenska företag intellektuellt kapital? Och skiljer det sig mellan olika branscher? Vilka av human-, kund- och strukturkapital förekommer mest i årsredovisningarna för respektive bransch? Vi kan se i tabellerna nedan att förekomsten av intellektuellt kapital varierar mycket mellan företagen som har undersökts.

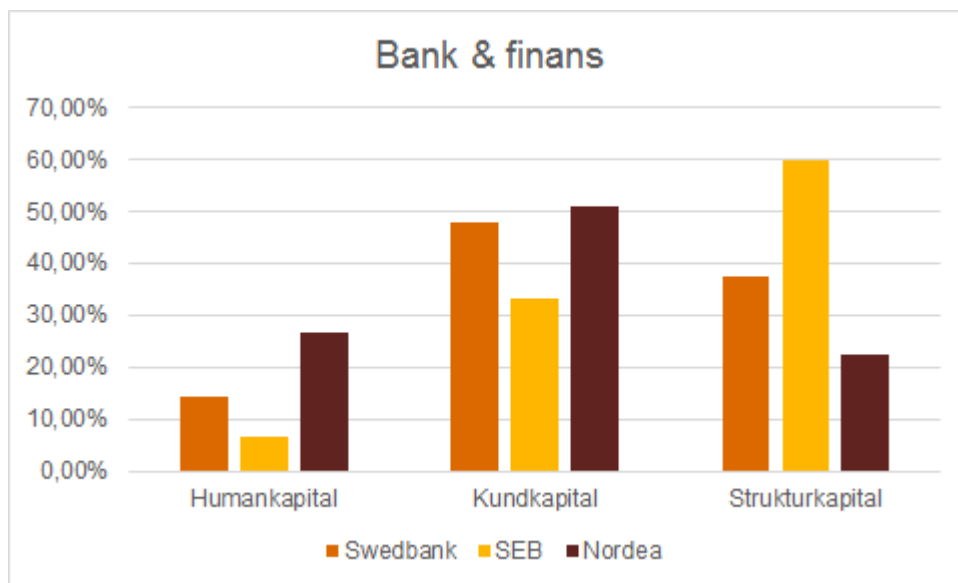
För att det ska bli tydligare för läsaren att se i vilken utsträckning företagen i de tre branscherna har redovisat human-, kund- och strukturkapital redogör vi resultaten för varje bransch enskilt. Vi kommer sedan att ange förekomsten av intellektuellt kapital i procentform längre fram i kapitlet för att underlätta jämförelsen mellan human-, kund- och strukturkapital. För att ge en klarare bild över hur många meningar som var kopplade till underkategorierna har vi sammanställt dessa i tabeller för respektive bransch.

4.1 BANK OCH FINANS

	Swedbank	SEB	Nordea
Humankapital			
Know-how	0	0	0
Utbildning	7	0	7
Yrkesexamen	0	0	0
Arbetsrelaterad kunskap	2	0	9
Arbetsrelaterad kompetens	3	1	28
Entreprenörsanda	28	0	22
Total Humankapital	40	1	66
Kundkapital			
Kundlojalitet	30	0	1
Företagsnamn	0	0	1
Distributionskanaler	6	0	9
Företagssamarbete	4	0	1
Licensavtal	0	0	0
Kunder	94	5	112
Gynnsamma Avtal	0	0	3
Total kundkapital	134	5	127
Strukturkapital			
Patent	0	0	0
Varumärke	2	0	0
Copyright	0	0	0
Ledningsfilosofi	0	0	21
Företagskultur	8	0	16
Arbetsprocess	52	9	3
Affärssystem	43	0	36
Total strukturkapital	105	9	56

TABELL 2: RESULTAT FÖR BANK OCH FINANS

I tabell 2 visar vi antalet förekomna meningar som tillhör varje underkategori till human-, kund- och strukturkapital. Detta har vi gjort i syfte att underlätta förståelsen för vad vi sökt efter i årsredovisningarna för Swedbank, SEB och handelsbanken. I figur 1 har vi sammanställt resultatet för bank- och finansbranschen där vi har räknat ut andelen förekomst av respektive del inom intellektuellt kapital i procentform eftersom att det underlättar jämförelsen.



FIGUR 1: ANDELEN REDOVISAD INTELLEKTUELLT KAPITAL BANK OCH FINANS

I figuren ovan förekommer det att andelen humankapital skiljer sig åt mellan de undersökta företagen inom bank och finansbranschen. Nordea skiljer sig mycket mot Swedbank och Electrolux när det gäller redovisat humankapital. Nordea är således det företag som har redovisat humankapital mest med hela 26,50%. SEB är det företaget som har redovisat minst humankapital, det vill säga 6,70% i jämförelse med Swedbank och Nordea.

Vidare har Swedbanks och Nordeas redovisade kundkapital inte en stor variation då de nästan hade lika mycket medan SEB hade mycket mindre. SEB redovisade således lägst andel kundkapital med 33,30% medan Nordea var det företaget som hade högst andel kundkapital i sin redovisning med hela 51%. När det kommer till strukturkapital visade det sig att SEB är det företag som redovisat strukturkapital mest med 60%, vilket är mer än Swedbanks och Nordeas redovisade

strukturkapital. Företaget som redovisat strukturkapital minst är Nordea med 22,50%.

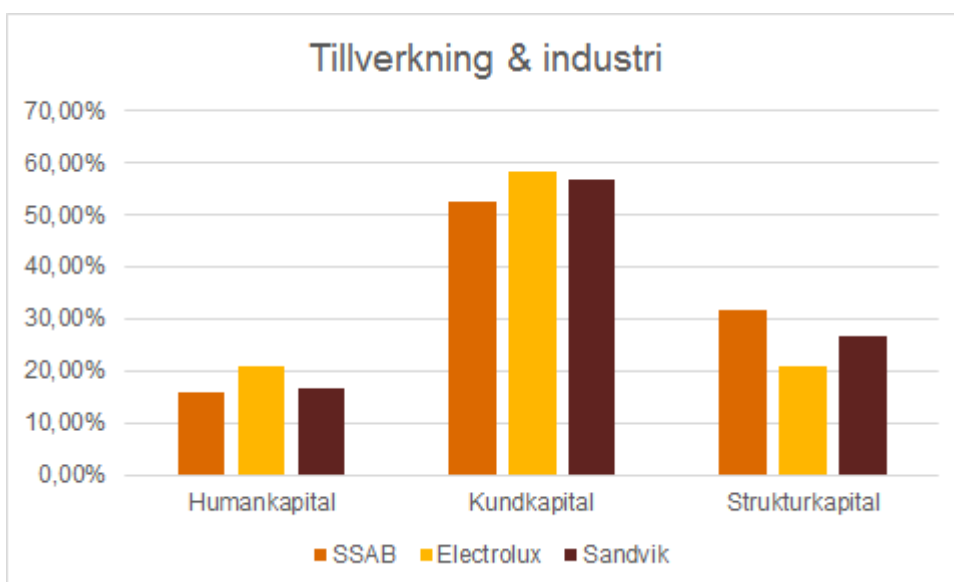
4.2 TILLVERKNING OCH INDUSTRI

	Swedbank	SEB	Nordea
Humankapital			
Know-how	0	0	0
Utbildning	2	0	1
Yrkesexamen	0	0	0
Arbetsrelaterad kunskap	0	0	0
Arbetsrelaterad kompetens	0	0	0
Entreprenörsanda	1	5	4
Total Humankapital	3	0	5
Kundkapital			
Kundlojalitet	0	0	0
Företagsnamn	0	0	0
Distributionskanaler	3	0	5
Företagssamarbete	0	0	0
Licensavtal	0	0	0
Kunder	7	1	11
Gynnsamma Avtal	0	13	1
Total kundkapital	10	14	17
Strukturkapital			
Patent	0	0	0
Varumärke	0	3	0
Copyright	0	0	0
Ledningsfilosofi	2	0	1
Företagskultur	0	0	0
Arbetsprocess	4	2	7
Affärssystem	0	0	0

	Swedbank	SEB	Nordea
Total strukturkapital	6	5	8

TABELL 3: RESULTAT FÖR TILLVERKNING OCH INDUSTRI

Även här har vi i tabellen ovan framställt antalet förekomna meningar som tillhör varje underkategori för att underlätta förståelsen för vad vi sökt efter i årsredovisningarna för SSAB, Electrolux och Sandvik. I figuren nedan har vi sammanställt resultatet för Tillverkning och industri branschen och även här har vi räknat ut andelen förekomst av respektive del inom intellektuellt kapital i procentform för att underlätta jämförelsen.



FIGUR 2: ANDELEN REDOVISAD INTELLEKTUELLT KAPITAL TILLVERKNING OCH INDUSTRI

I figuren ovan redovisas resultatet för Sandvik, SSAB och Electrolux som tillhör tillverkning och industribranschen. De tre företagen visade ingen stor skillnad på andelen redovisat humankapital. Dock är Electrolux det företag som redovisat högst andel humankapital med hela 20,80%. SSAB är det företag som redovisat lägst andel humankapital med 15,80%.

Även förekomsten av kundkapital skiljer sig inte mycket åt mellan de tre företagen då det inte finns en stor variation mellan dessa. Det företag som redovisat

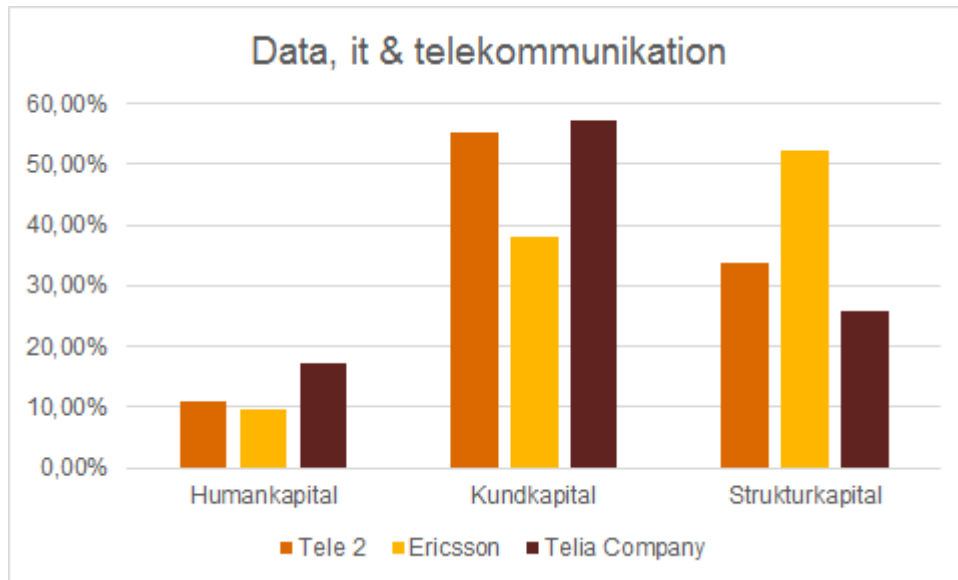
kundkapital mest är Electrolux med hela 58,40%. SSAB är det företag som redovisat kundkapital minst även här, med 52,60%. Slutligen visar figur 2 att SSAB redovisat strukturkapital mer än Sandvik och Electrolux. SSAB har således redovisat mest strukturkapital med hela 31,60%. Det företaget som redovisat minst strukturkapital är Electrolux med 20,80%.

4.3 DATA, IT OCH TELEKOMMUNIKATION

	Swedbank	SEB	Nordea
Humankapital			
Know-how	0	0	0
Utbildning	0	0	3
Yrkesexamen	0	0	0
Arbetsrelaterad kunskap	0	0	0
Arbetsrelaterad kompetens	0	0	0
Entreprenörsanda	8	6	9
Total Humankapital	8	6	12
Kundkapital			
Kundlojalitet	3	0	6
Företagsnamn	1	0	0
Distributionskanaler	4	0	10
Företagssamarbete	0	1	1
Licensavtal	2	8	4
Kunder	30	7	10
Gynnsamma Avtal	1	8	9
Total kundkapital	41	24	40
Strukturkapital			
Patent	0	7	0
Varumärke	4	11	3
Copyright	0	0	0
Ledningsfilosofi	2	1	0
Företagskultur	0	0	0
Arbetsprocess	12	7	15
Affärssystem	7	7	0
Total strukturkapital	25	33	18

TABELL 4: RESULTAT FÖR DATA, IT OCH TELEKOMMUNIKATION

Även här visar tabellen ovan antalet förekomna meningar som tillhör varje underkategori för att förtydliga vår undersökning. I figuren nedan har vi sammanställt resultatet för Data, it och telekommunikation branschen och även här har vi räknat ut andelen förekomst av respektive del inom intellektuellt kapital i procentform för att underlätta jämförelsen.



FIGUR 3: ANDELEN REDOVISAD INTELLEKTUELLT KAPITAL DATA, IT OCH TELEKOMMUNIKATION

I tabellen ovan redovisar vi resultatet för branschen data, it och telekommunikation där vi har undersökt Tele2, Ericsson och Telia Company. Redovisning av humankapital hos Telia Company skiljde sig mycket från Tele2 och Ericsson. Telia Company har således redovisat högst andel humankapital med hela 17,10%. Det var dock inte lika stor variation på förekomsten av redovisat humankapital hos Ericsson och Tele2. Det företag som redovisat minst andel humankapital är Ericsson med 9,50%.

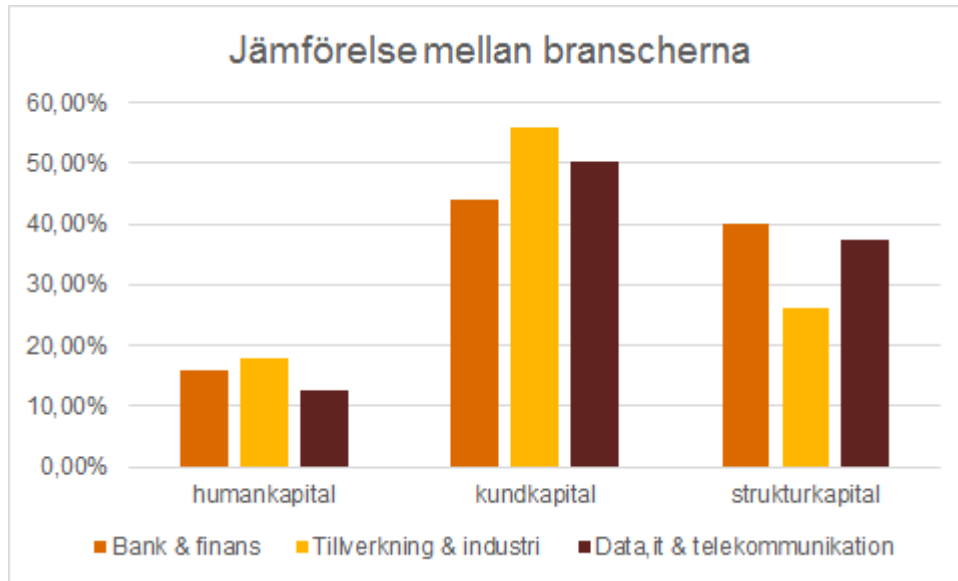
Tele2:s och Telia Companys redovisning av kundkapital skiljde sig inte mycket åt då variationen inte var stor. Telia Company är dock det företag som redovisat kundkapital mest med hela 57,10%. Ericsson är således det företaget som redovisat kundkapital minst med 38,10%. Slutligen visar figur 3 att Ericsson har

redovisat strukturkapital mest med 52,40% medan Telia Company har redovisat strukturkapital minst med 25,80%.

4.4 RESULTAT OCH JÄMFÖRELSE MELLAN BRANSCHERNA

I figur 4 redovisar vi den genomsnittliga andelen av förekomsten av redovisat human-, kund- och strukturkapital i respektive bransch. Förekomsten av redovisat humankapital skiljer sig inte mycket åt mellan alla tre branscherna då det inte finns en stor variation. Men tillverkning och industri är den branschen som redovisat humankapital mest med hela 17,80% medan data, it och telekommunikation branschen redovisat humankapital minst med 12,50%.

När det gäller redovisat kundkapital finns det en större variation på förekomsten av redovisat kundkapital än humankapital. Den branschen som har redovisat kundkapital mest är även här tillverkning och industri med hela 55,90%. Bank och finans är den bransch som redovisat kundkapital minst med 44,10%. Variationen på redovisat strukturkapital är större än humankapital och kundkapital. Data, it och telekommunikation är således den bransch som redovisat strukturkapital mest med hela 37,30% medan tillverkning och industribranschen redovisat strukturkapital minst med 26,30%.



FIGUR 4: JÄMFÖRELSE MELLAN BRANSCHERNA

5. ANALYS

I följande avsnitt redogörs en analys av det empiriska materialet.

Efter att vi granskat årsredovisningarna till de olika företagen blev det tydligt för oss att det var svårt att identifiera intellektuellt kapital. Begreppen intellektuellt kapital samt human-, kund- och strukturkapital nämns inte av företagen i årsredovisningarna. Företagen beskriver snarare än att benämna dess styrkor och fördelar, vilket försvårar denna undersökning då det inte står klart att det är just human-, kund- eller strukturkapital som företagen menar.

Vi har klassificerat dessa beskrivningar utifrån underkategorierna och på så sätt kopplat företagens årsredovisningar till intellektuellt kapital. Dock var klassificeringen av beskrivningarna eller meningarna inte heller helt problemfritt för oss trots att användningen av underkategorierna underlättade undersökningen snarare än om vi endast skulle använda oss av huvudkategorierna.

Företagskultur, kunder och varumärke är exempel på de få underkategorier som företagen tydligt presenterat i dess årsredovisningar, det vill säga de hade skrivit

just de orden och förklarat vad de avser på ett så sätt att vi enkelt kunde inkludera dem i vår kodning av meningarna. Entreprenörsanda, arbetsprocess och ledningsfilosofi är sådana underkategorier där det krävdes lite mer eftertanke av oss då företagen inte använde sig av dessa begrepp i årsredovisningarna och därmed krävdes en tolkning från vår sida. Vi behövde tolka själva begreppen och även de meningar som vi förmodade hörde till dem för att sedan kunna se om det förekommer en koppling.

Som framgår i tabellerna i föregående kapitel kunde vi inte koppla meningar till alla underkategorier. Know-how, yrkesexamen och copyright är de tre underkategorier som vi inte hittat information om i någon av de nio årsredovisningarna vi genomsökte. Å andra sidan är kund, entreprenörsanda och arbetsprocess de underkategorier vi hittat mest information om i företagens årsredovisningar.

Vi tror redovisning av intellektuellt kapital har sina för- och nackdelar. En nackdel skulle kunna vara att tydliga upplysningar om företagets verksamhet kommer konkurrenterna tillhanda, vilket kan påverka företaget negativt då konkurrenterna kan utnyttja denna information till sin fördel. Om företagen redovisar allt öppet kring det intellektuella kapitalet kan företagen ta skada av det. Det kan vara ett strategiskt val av företagen att inte vilja informera sina konkurrenter om exempelvis deras utveckling och forskning då det kan hjälpa konkurrenterna. En annan orsak till att företagen vill redovisa intellektuellt kapital i mindre utsträckning kan vara att företagen vill skydda sin marknadsstrategi. Dock finns det kanske företag som väljer att redovisa mer intellektuellt kapital eftersom att det blir till en fördel för företagen då de behöver exempelvis investerares tillit.

Innan vi påbörjade undersökningen ställde vi oss själva några frågor och utifrån vår granskning av årsredovisningarna och det resultat som redogjordes i föregående kapitel ska vi nu besvara dem.

- *Hur redovisar svenska företag intellektuellt kapital? Och skiljer det sig mellan olika branscher?*

Vi kan konstatera att alla de företagen vi undersökte redovisade intellektuellt kapital på liknande sätt men i olika omfattning. Som vi tidigare nämnt, kunde vi hitta mest information om intellektuellt kapital i de första sidorna i årsredovisningarna. Dessutom förekom intellektuellt kapital löpande i texten i alla de nio årsredovisningarna. Patent, vilket ingår i strukturkapital, kunde vi dock även hitta som en post i balansräkningen i några av årsredovisningarna.

Vi kan utifrån tabellerna i föregående kapitel se att mängden redovisat intellektuellt kapital skiljer sig mellan branscherna. Denna skillnad kan bero på flera faktorer. En trolig faktor till att vi fann mest information om intellektuellt kapital i årsredovisningarna till företagen inom bank- och finansbranschen, var att dess årsredovisningar hade flest antal sidor i jämförelse med resterande företag. Swedbanks årsredovisning hade exempelvis 195 sidor medan Tele2:s årsredovisning var på 26 sidor och Electrolux årsredovisning innehöll 27 sidor. Antalet sidor skulle även kunna spegla hur stor vikt företagen lägger vid att redovisa intellektuellt kapital.

En invändning mot det ovannämnda påståendet är dock att trots att sidantalet i årsredovisningarna inte skiljde sig mycket åt mellan företagen i tillverkning och industribranschen och data, IT och telekommunikationsbranschen, redovisades intellektuellt kapital i olika omfattning. Det visade sig att data, IT och kommunikationsbranschen redovisade mer intellektuellt kapital än tillverkning och industribranschen. Detta tyder på att sidantalet inte har någon betydelse för hur mycket ett företag redovisar intellektuellt kapital, utan att det är själva företaget som avgör hur stor vikt de vill lägga vid att redovisa företagets intellektuella kapital.

Ytterligare en förklaring till att företag redovisar intellektuellt kapital i varierande mängd och på olika sätt skulle kunna vara att företagen antagligen inte är

medvetna om hur det intellektuella kapitalet ska värderas och beräknas och att intresset kring detta inte är särskilt stort. Dessutom påpekar Vergauwen et al. (2007) att kostnaderna för att producera information kan skilja sig beroende på om det rör sig om human-, kund- eller strukturkapital och att detta påverkar mängden intellektuellt kapital ett företag redovisar.

- *Vilka av human-, kund- och strukturkapital förekommer mest i årsredovisningarna för respektive bransch?*

Resultatet visar att alla de tre branscherna, bank och finans, tillverkning och industri och data, IT och telekommunikation redovisar kundkapital i högst utsträckning medan humankapital redovisats minst av branscherna. För att ett företag ska tjäna pengar måste de vara kundfokuserade vilket är anledningen till att många företag väljer att vara det. Anledningen till att kundkapital har redovisats i störst utsträckning är just på grund av fokuseringen på kunderna. Vi är dock förvånade att humankapital är det som redovisats minst. Utan ett företags medarbetare och dess erfarenheter, utbildning och kompetens skulle företaget inte kunna överleva på marknaden. De anställda är kärnan i företaget då det är de som bidrar till företagets lönsamhet. Av den anledningen anser vi att det är märkligt att företag inte redovisar mer humankapital i relation till kund- och strukturkapital. Externa intressenter som läser årsredovisningen får en bättre bild av företaget då de läser om bland annat medarbetarnas erfarenheter, utbildning och kompetens.

Vi kan här se likheter mellan Abeysekera och Guthries (2005) resultat av deras studie och vårt resultat eftersom att även de kom fram till att företagen redovisade mest kundkapital i relation till human- och strukturkapital. Flera tidigare studier som undersökt detta har kommit fram till att kundkapital redovisats i högst utsträckning. Exempel på tidigare forskning som har undersökt redovisning av intellektuellt kapital är Haglöf och Moberg (2017) och Bozzolan et al. (2003) som vi har nämnt tidigare. Dessa två studier har fått samma resultat som oss, det vill säga att kundkapital är det som har redovisats mest. Men vi kom i kontakt med en tidigare studie som fick ett helt annorlunda resultat än vad vi fick och det var

Ericsons och Persbrinks (2015) studie. Ericson och Persbrink (2015) kom fram till att det var humankapital som redovisades i störst utsträckning, därefter strukturkapital och sist kundkapital.

6. SLUTSATS

I detta avsnitt förekommer en sammanfattning och en slutsats av studien och avslutas med förslag till framtida forskning.

Syftet med denna studie är att bidra med en ökad kunskap för vad som skiljer mellan olika branscher gällande redovisning av intellektuellt kapital och även i vilken omfattning intellektuellt kapital redovisas. I inledningen diskuterade vi svårigheten i att hitta aktuella studier om intellektuellt kapital men att vi valt att återigen framföra begreppet intellektuellt kapital för att upplysa om förekomsten av det i svenska företags årsredovisningar. Detta för att vi ansåg att ett företags redovisning av intellektuellt kapital är viktigt då det leder till mer tillgänglig information om företaget som olika intressenter kan ta del av. I vår studie har vi utgått från att intellektuellt kapital delas in i human-, kund- och strukturkapital där vi avsåg att undersöka hur svenska företag redovisar dessa huvudkategorier. I problemdiskussion diskuterades svårigheten i att definiera intellektuellt kapital då forskare inte är eniga om en exakt definition av begreppet.

I problemformulering diskuterade vi vad exakt vi avser att undersöka där vi bland annat tog upp att vi ville undersöka vilka av de tre huvudkategorierna som företagen redovisar mest. Vidare ville vi jämföra hur olika branscher redovisar human-, kund- och strukturkapital för att sedan se om redovisningen skiljer sig beroende på vilken typ av bransch det handlar om. Vår problemformulering som vi i vår studie har besvarat är: Hur redovisar svenska företag intellektuellt kapital? Samt skiljer det sig mellan olika branscher? Vilka av human-, kund- och strukturkapital förekommer mest i årsredovisningarna för respektive bransch?.

För att ämnet vi valt inte skulle bli för stort att undersöka avgränsa vi vår studie till de företag som finns med i OMX Stockholm 30 listan på Stockholmsbörsen och de årsredovisningar som undersöktes var från 2017 eftersom att vi var ute efter aktuella årsredovisningar. Anledningen till att vi använde oss av denna lista var för att vi ville undersöka stora företag med hög omsättning. Vi hade inte som avsikt att undersöka alla företag på listan och därför valde vi ut de företag vi kunde koppla samman till olika branscher. Detta resulterade i tre branscher; bank och finans, tillverkning och industri och data, IT och telekommunikation.

I teoriavsnittet diskuterades innebörden av human-, kund- och strukturkapital. Humankapital består av värdet av medarbetarnas kompetens, samt de fördelar som erhålls till följd av dessa människors användning av sina kunskaper och färdigheter. När det gäller kundkapital är det däremot kunden som är viktigast eftersom att företagets intäkter kommer från kunden. Det som företaget äger är strukturkapital och består av det som är relaterat till själva företaget och även det beslutsfattande som sker i företaget som exempelvis strukturens design, kontroll, företagskultur med mera. Vi har även diskuterat tidigare studier som på sätt och vis har undersökt det vi hade som avsikt att undersöka för att sedan kunna jämföra denna studies resultat med resultatet från de tidigare studierna. Vi märkte att de flesta tidigare studierna kom fram till samma resultat som vi gjorde, det vill säga att kundkapital redovisades i högst utsträckning, därefter strukturkapital och sist humankapital. Däremot stötte vi på en tidigare studie som hade fått ett helt resultat än oss vilket var att humankapital redovisades i störst utsträckning, därefter strukturkapital och sist kundkapital.

I undersökningsmetod tog vi upp att vår studie genomfördes med hjälp av en innehållsanalys av de årsredovisningar som tillhörde de företagen studien ämnade att undersöka. Detta eftersom att innehållsanalys är den vanligaste metoden att använda bland forskare som avser att förstå redovisningen av intellektuellt kapital.

Studiens empiriska resultat visade att företagen inom Bank och finansbranschen redovisade mest intellektuellt kapital, därefter data, it och

telekommunikationsbranschen och till sist tillverkning och industribranschen. Resultatet visade även att samtliga företag inom de tre branscherna redovisade mest kundkapital i relation till human- och strukturkapital. Gemensamt för de tre branscherna var även att humankapital redovisades minst. Studien kom även fram till att tillverkning och industribranschen redovisat högst andel human- och kundkapital i relation till de resterande branscherna. Bank och finansbranschen redovisade dock relativt högst andel strukturkapital.

Genom att redovisa intellektuellt kapital kan företagen kommunicera med dess intressenter. Detta blir därmed gynnsamt för både företagen och intressenterna. Då företagen redovisat mest kundkapital visar det att de värdesätter kunderna och dess relationer med kunderna. Detta kan bidra till att nya kundrelationer skapas då företagen visar att kunderna står i fokus. Då humankapital redovisats minst av de samtliga företagen leder det till att externa intressenter inte får tillräckligt med information gällande de kunskaper och kompetens som personalen besitter.

Denna studie bidrog med att ge en överblick över hur det kan skilja sig mellan olika branschers redovisning av intellektuellt kapital. Studien bidrog även med att visa hur stor omfattning intellektuellt kapital redovisas inom olika branscher i Sverige, samt vilka av human-, kund- och strukturkapital som redovisats i högst utsträckning.

6.1 FÖRSLAG TILL FRAMTIDA FORSKNING

Ett förslag till framtida forskning skulle kunna vara att utföra samma typ av studie men välja ut andra typer av företag och branscher än de vi har undersökt för att sedan kunna jämföra med vår studie. Det skulle även vara intressant att, istället för att analysera årsredovisningar, intervjua medarbetare på de företagen vi undersökt i syfte att få en djupare förståelse för företagets åsikter och val gällande dess redovisning av intellektuellt kapital. Ytterligare ett förslag till framtida forskning skulle kunna vara att utföra en liknande studie som denna men att istället analysera årsredovisningar från tidigare år än 2017 och jämföra förändringen över tid. Då

skulle forskarna kunna se om det finns några likheter och skillnader mellan det redovisade intellektuella kapitalet beroende på år. Redovisning av intellektuellt kapital kanske var mer eller mindre vanligt förut än nu?

7. KÄLLFÖRTECKNING

Abeyssekera, I., & Guthrie, J. (2005). *An empirical investigation of annual reporting trends of intellectual capital in Sri Lanka*. *Critical Perspectives on accounting*, 16(3), 151-163.

Avanza. (u.å). OMX Stockholm 30. Hämtad 2018-05-02 från Avanza.
<https://www.avanza.se/index/om-indexet.html/19002/omx-stockholm-30>

Axelsson, M., Jannesson, C. & Tram, L. (2004). *Redovisning av intellektuellt kapital i kunskapsintensiva företag*. (Magisteruppsats). Lund: Lunds universitet.
Hämtad 2018-05-04 från: <http://lup.lub.lu.se/luur/download?func=downloadFile&recordOId=1342363&fileOId=2433728>

Becker, G. S. (1994). *Human capital revisited*. In *Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis with Special Reference to Education* (3rd Edition) (pp. 15-28). The university of Chicago press.

Bozzolan, S., Favotto, F., & Ricceri, F. (2003). *Italian annual intellectual capital disclosure: An empirical analysis*. *Journal of Intellectual capital*, 4(4), 543-558.

Branco, M. C., Delgado, C., Sá M., & Sousa, C. (2010). *An analysis of intellectual capital disclosure by Portuguese companies*. *EuroMed Journal of Business*, 5(3), 258-278. doi:10.1108/14502191011080809

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

Bryman, A. & Bell, E. (2017). *Företagsekonomiska forskningsmetoder* (3. uppl.). Malmö: Liber

Denscombe, M. (2009). *Forskningshandboken*. 2. uppl. Lund: Studentlitteratur.

Edvinsson, L. & Malone, M.S. (1998). *Det intellektuella kapitalet*. (3. uppl.). Malmö: Liber

Ericson, T. & Persbrink, M. (2015). *Redovisning av intellektuellt kapital: En studie om fyra teknikkonsultföretag*. (Magisteruppsats). Västerås: Mälardalens högskola. Hämtad 2018-04-29 från: <http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:823227/FULLTEXT01.pdf>

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

Haglöf, M. & Moberg, V. (2017). *Redovisning av intellektuellt kapital: En kvantitativ studie av företag noterade på First North Stockholm*. (Kandidatuppsats). Borlänge: Högskolan Dalarna. Hämtad 2018-04-20 från: <http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1113158/FULLTEXT01.pdf>

Helbrink, C., Nilsson, M. (2008). *Processen att omvandla humankapital till strukturkapital*. (Magisteruppsats). Företagsekonomiska institutionen: Lund universitet. Hämtad 2018-04-21 från: <https://lup.lub.lu.se/luur/download?func=downloadFile&recordId=1347898&fileId=2435083>

IFRS (2017). IAS 38 intangible assets. Hämtad 2018-04-30 från IFRS. <http://www.ifrs.org/issued-standards/list-of-standards/ias-38-intangible-assets/>

Jaffe, A. B., & Trajtenberg, M. (2002). *Patents, citations, and innovations: A window on the knowledge economy*. MIT press.

Marr, B., Schiuma, G., & Neely, A. (2004). Intellectual capital—defining key performance indicators for organizational knowledge assets. *Business Process Management Journal*, 10(5), 551-569.

Moon, Y. J., & Kym, H. G. (2006). *A model for the value of intellectual capital*. *Canadian Journal of Administrative Sciences/Revue Canadienne des Sciences de l'Administration*, 23(3), 253-269.

Nilsson, S. (2005). *Redovisningens normer och normbildare: En nationell och internationell översikt*. (3. uppl.) Lund: Studentlitteratur.

Ordóñez de Pablos, P. (2004). Measuring and reporting structural capital: Lessons from European learning firms. *Journal of Intellectual Capital*, 5(4), 629-647.

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

Roos, J., Edvinsson, L., & Dragonetti, N. C. (1997). *Intellectual capital: Navigating the new business landscape*. Springer.

Stewart, T.A. (1999). *Intellektuellt kapital*. Stockholm: Nerenius & Santérus Förlag.

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

Vergauwen, P., Bollen, L., & Oirbans, E. (2007). *Intellectual capital disclosure and intangible value drivers: an empirical study*. *Management Decision*, 45(7), 1163-1180.

Vergauwen, P. G., & Van Alem, F. J. (2005). *Annual report IC disclosures in the Netherlands, France and Germany*. *Journal of Intellectual Capital*, 6(1), 89-104.

Wallin, M. & Wessén, M. (2013). *Företagsansvar på internet: En studie av CSR-kommunikation via hemsidor*. (C-uppsats). Akademin för humaniora, utbildnings- och samhällsvetenskap: Örebro universitet. Hämtad 2018-04-25 från: <http://www.diva-portal.se/smash/get/diva2:647455/FULLTEXT01.pdf>

7.2 ÅRSREDOVISNINGAR

Electrolux, årsredovisning 2017

Ericsson, årsredovisning 2017

Nordea, årsredovisning 2017

Sandvik, årsredovisning 2017

SEB, årsredovisning 2017

SSAB, årsredovisning 2017

Swedbank, årsredovisning 2017

Tele2, årsredovisning 2017

Telia Company, årsredovisning 2017