



Karlstad Business School

Handelshögskolan vid Karlstads universitet

Kim Hagman
Frida Frykelid

Årsredovisningens användbarhet *- ur intressentgruppen anställdas perspektiv*

Företagsekonomi
Examensarbete inom Civilekonomprogrammet

Termin: VT-16
Handledare: Olle Sonesson

Karlstad Business School
Karlstad University SE-651 88 Karlstad Sweden
Phone: +46 54 700 10 00 Fax: +46 54 700 14 97
E-mail: handels@kau.se www.hhk.kau.se

Förord

Vi vill börja med att tacka alla intervjupersoner som ställt upp och avsatt tid för vår uppsats, då inget av detta hade varit möjligt utan er.

Då vi båda har bidragit till uppsatsens olika delar, omarbetat uppsatsens text och struktur är det svårt att utläsa vem som har gjort vad. Vi har hjälpts åt under hela processen och haft ett gott samarbete.

Vi vill även rikta ett stort tack till vår handledare Olle Sonesson som under hela terminen stöttat oss och gett oss användbar kritik för att göra denna uppsats så bra som möjligt.

Sammanfattning

Anställda är en av företagens viktigaste intressenter och årsredovisningen är ett sätt för företag att kommunicera användbar information till dem. Dock har tidigare forskning mest fokuserat på hur investerare använder informationen och därför finns begränsad kunskap om hur anställda använder informationen i årsredovisningen och om den fyller deras behov av information. Uppsatsens syfte är därför att undersöka hur årsredovisningen används av anställda samt om det finns ett informationsgap mellan anställdas informationsbehov och årsredovisningens innehåll. Syftet uppnås genom en empirisk undersökning på en svensk storbank där en kvalitativ metod använts i form av intervjuer. Uppsatsens resultat visar en begränsad användning av årsredovisningen hos anställda och att den inte uppfyller anställdas behov av information. Ett informationsgap mellan anställdas informationsbehov och årsredovisningens innehåll upptäcktes också. Gapet beror främst på att de anställda inte ansågs vara en intressent av företagets årsredovisning samt att de får sådan information på andra sätt.

Nyckelord: intressent, anställd, informationsbehov, årsredovisning, kommunikation, informationsgap.

Abstract

The employees are seen as one of the most important stakeholders of a company and the annual report is one way to communicate useful information. Previous research has been more focused on how shareholders use the information, which has limited the knowledge about how employees use the annual report and its ability to satisfy their information need. Therefore, the aim of this study is to examine how employees use the annual report and if an information gap exists between employees information need and the content of the annual report. The aim is achieved through a qualitative method using interviews in a big Swedish bank. The result of the thesis shows a limited use of the annual report by employees and does not satisfy their information needs. An information gap was also discovered between employees' information need and the content of the annual report. The gap is mainly due to the employees not being seen as a stakeholder to the annual report of the company and because they receive this kind of information in other ways.

Key words: stakeholder, employee, information needs, annual report, communication, information gap.

Innehållsförteckning

1. Inledning	7
1.1. Bakgrund	7
1.2. Problemdiskussion	8
1.3. Syfte och frågeställning.....	12
2. Teoretisk referensram.....	13
2.1. Företagens intressenter.....	13
2.2. Årsredovisningens syfte.....	14
2.2.1. Lagstadgad del	14
2.2.2. Frivillig del.....	15
2.3. Anställdas användande av årsredovisningen.....	16
2.4. Anställdas informationsbehov av årsredovisningen.....	17
2.5. Årsredovisningen som kommunikationsmedel.....	18
2.6. Frivillig information i årsredovisningen	19
2.6.1. Legitimitetsteorin	20
2.6.2. Institutionell teori.....	20
2.7. Informationsgapet	21
2.8. Sammanfattning	22
3. Metod	23
3.1. Forskningsstrategi och forskningsdesign.....	23
3.2. Datainsamlingsmetod.....	23
3.3. Urval.....	24
3.4. Forskningsetik och genomförande	25
3.5. Dataanalys	26
3.6. Reliabilitet och trovärdighet.....	27
4. Empiriskt resultat	28
4.1. Intervjuer med de anställda	28
4.1.1. Anställdas användande.....	28
4.1.2. Årsredovisningen som kommunikationsmedel.....	30
4.1.3. Informationsbehovet	32
4.2. Intervju med projektledaren	35
4.2.1. Intressenter till bankens årsredovisning.....	36
4.2.2. Årsredovisningen som kommunikationsmedel.....	36
4.2.3. Frivillig information i årsredovisningen	37
5. Analys	39
5.1. Analys intervju med de anställda	39
5.1.1. Anställdas användande.....	39
5.1.2. Årsredovisningen som kommunikationsmedel.....	41
5.1.3. Informationsbehovet	43
5.1.4. Skillnader mellan nivåerna.....	45
5.2. Analys intervju med projektledaren.....	46
5.2.1. Intressenter till bankens årsredovisning.....	46
5.2.2. Årsredovisningen som kommunikationsmedel.....	47
5.2.3. Frivillig information i årsredovisningen	48

6.	Slutsatser.....	51
6.1.	Delslutsats ett.....	51
6.2.	Delslutsats två.....	52
6.3.	Huvudslutsats.....	52
6.4.	Förslag till vidare forskning	53
7.	Referenslista	54
8.	BILAGA I.....	60
9.	BILAGA II	62

1. Inledning

Kapitlet börjar med bakgrundsinformation om årsredovisningen och intressentteorin. Därefter beskrivs en problemdiskussion om årsredovisningens användbarhet och årsredovisningen som kommunikationsmedel. Vidare skildras kunskapsluckan i den tidigare forskningen om intressentgruppen anställdas användande och informationsbehov av årsredovisningen. Kapitlet avslutas med en beskrivning av uppsatsens syfte och frågeställningar.

1.1. Bakgrund

Samtliga aktiebolag i Sverige är skyldiga att vid varje räkenskapsårs slut upprätta en årsredovisning enligt årsredovisningslagen (1995:1554) vars syfte är att tillgodose intressenternas ekonomiska informationsbehov samt ligga till grund för olika beslut (Edwards 1989; Lee & Tweedie 1990; Arvidson et al. 2016). De beslut som fattas kan variera beroende på vilken typ av intressent det handlar om. Att ett företag har intressenter är välkänt inom företagsekonomisk litteratur och vilka dessa intressenter är har sedan länge speglats av intressentteorin som är en väl använd och omskriven teori inom företagsekonomisk forskning (Donaldsson & Preston 1995). Intressentteorin är komplex och dynamisk då den innebär att företagen har ansvar mot olika individer och grupper, och genom kommunikation till dessa försöka behålla legitimiteten för företagets verksamhet (Cornelissen 2008). En intressent definieras av Freeman (1984, s.25) som “en grupp eller individ som kan påverka eller bli påverkad av företaget och dess förmåga att uppnå verksamhetens mål”.

Intressentteorin innebär i praktiken att tillhandahålla intressenterna den information de behöver om företagets verksamhet, och det är angeläget att företaget levererar den specifika informationen (Cornelissen 2008). Detta är väsentligt då det råder informationsasymmetri mellan företaget och dess intressenter som innebär att ledningen vet mer om företagets ställning än intressenterna och det är här redovisningen kommer in (Johansson et al. 2013). Företagets redovisningsinformation är ett hjälpmedel för företagets intressenter att fatta beslut om hur de ska agera gentemot företaget (Lönnqvist 2011; Marton et al. 2013; Johansson et al. 2013). Redan 1975 påbörjades en diskussion om vilka som är användare av företagets rapporter och det var grupper som ansågs ha rimlig rätt till informationen, där rimligheten beror på om organisationens aktiviteter påverkar eller eventuellt påverkar den gruppens intressen (ASSC 1975). Årsredovisningen används främst som underlag av investerare vid beslut om att köpa eller sälja aktier i bolaget (Johansson et al. 2013). Litte-

raturen är dock tydlig; informationen ska vara användbar för intressenternas beslutsfattande och endast om informationen möter de krav som användaren ställer så är informationen användbar, informationen ska således uppfylla intressenternas informationsbehov (AICPA 1973; ASSC 1975; Edwards 1989; Lee & Tweedie 1990; Ghazali & Anum 2010; Hui & Yusof 2010; Marton et al. 2013; Johansson et al. 2013; Arvidson et al. 2016)

1.2. Problemdiskussion

Betydelsen och användandet av årsredovisningen är ett ämne som diskuterats en längre tid (Ghazali & Anum 2010), dock främst om intressentgruppen investerare som bygger på antagandet att företagen skall agera för att maximera aktieägarvärdet (Glautier & Under 2001). Efter omfattande sökningar på tidigare forskning i ämnet har det upptäckts ett stort fokus på årsredovisningens relevans i investerares beslutsfattandeprocess, vilket redogörs för mer nedan. Aktieägarnas intresse skiljer sig från många av de andra intressenterna då deras belöning inte är reglerat i lag och deras intresse är därför förknippat med större risk, vilket kan förklara det fokus som varit på denna intressentgrupp (Arvidson et al. 2016). Dock skriver författarna att företagen borde bli tydligare i sin kommunikation i respekt för andra intressenter och rapportera vilket värde de tillför olika intressentgrupper. På senare år med en mer föränderlig social omgivning har det lagts mer och mer fokus på att företagen också ska ta hänsyn till andra intressenter, och då även anställdas effekter på företaget i rapporteringen (Glautier & Under 2001). En av de primära intressenterna i ett företag är just de anställda (Rehman 1967), då företaget är beroende av deras fortsatta engagemang för sin fortlevnad (Clarkson 1995). Detta kan också urskiljas ur företagets perspektiv då de ofta poängterar att en av deras viktigaste tillgångar är de anställda (Mäkelä 2013) och att mer och mer av företagets värde idag består av immateriella tillgångar som de anställdas utbildning, erfarenhet och motivation till innovation (Gupta & Choudhury 2009; Kent & Zunker 2015). Ett företags framgång eller misslyckande beror till stor del på de anställda då de ofta har en strategisk roll vad gäller utveckling och tillväxten i ett företag (Ebimobowei & Yadirichukwu 2012). Anställda är tydligt en nyckelintressent i företag samt dess årsredovisning och det borde således vara av yttersta vikt att se till att även deras informationsbehov fylls av årsredovisningen. Enligt Riahi-Belkaoui (2004) får inte de anställda sina informationsbehov uppfyllas genom en årsredovisning som en aktieägare får. Anställda anses ändå ha legitim rätt att få information och att företag antas ta hänsyn till det är en

normativ syn, det vill säga att företagen borde ta hänsyn till denna rätt men det är inte säkert att de väljer att göra det (Williams & Adams 2013).

Det har inte lagts något större fokus i forskningen på redovisningens kommunikativa förmåga inom företag trots redovisningens centrala funktion i ett företag (Jack 2013). Årsredovisningen anses ändå vara ett av de effektivaste sätten att kommunicera med intressenterna (Guthrie et al. 2006; Ditlevsen 2012). Den är också en användbar informationskälla då ledningen kan signalera vad som är viktigt till intressenterna (Guthrie et al. 2004). Företag använder årsredovisningens olika delar strategiskt för att kommunicera med sina intressenter, exempelvis VD-ordet som informerar om ledningens bild och syftar till att skapa en positiv bild av företaget till bland annat anställda (Ditlevsen 2012). Då det ofta är stor distans mellan ledning och anställda, särskilt i större företag där ledningen kan sitta i en stad och de anställda i en annan, är det viktigt att strategier och visioner kommuniceras effektivt (Heide et al. 2012). I dessa fall får årsredovisningen en ökad betydelse och kan ge anställda motivation i sitt arbete och hjälpa dem att arbeta mot organisationens mål (Heide et al. 2012). En väl kommunicerad vision kan också skapa ett företags goda rykte och locka till sig duktiga medarbetare (Dowling & Moran 2012). Enligt Gupta och Choudhury (2009) har årsredovisningen på senare år blivit ett mer betydelsefullt medel i kommunikationen med de anställda.

Så hur använder intressentgruppen anställda årsredovisningen som kommunikationsmedel och källa till information? McInnes et al. (2007), som bland annat undersökte hur anställda i ett stort börsnoterat bolag använde årsredovisningen, kom fram till att de hade en begränsad användning av denna. Bortsett från McInnes et al. (2007) har tidigare forskning fokuserat på andra intressenters användande där investeraren varit den mest återkommande (Baker & Haslem 1973; Wilton & Tabb 1978; Hines 1982; Lee & Tweedie 1990; Epstein & Pava 1993; Ghazali & Anum 2010). Lee och Tweedie (1990) kom fram till att den finansiella informationen kan vara svårförstådd på grund av att de finansiella rapporterna är mer utformade för en redovisare. För att årsredovisningen ska uppfylla sitt syfte; att tillgodose intressenternas behov och vara användbar vid beslutsfattande (Arvidson et al. 2016) krävs också att intressenterna förstår informationen (Epstein & Pava 1993; Mitra 2012). Om informationen ej är förstådd av mottagarna finns det inget värde i den information som kommuniceras (Epstein & Pava 1993) och det effektiva kommunikationsmedlet misslyckas (Lee & Tweedie 1990). Det är därför viktigt att föra en dialog med intressenterna för att kunna möta de krav de har på informationen eftersom de också har ett högt förtroende för årsredovisningen (Mitra 2012).

Enligt Edwards (1989) överensstämmer inte alltid intressenternas behov av information med ledningens prioriteringar över vad som ska publiceras i årsredovisningen. Ledningen kan exempelvis publicera information som på bästa sätt marknadsför företaget då de vill locka investerare och på så vis få in mer kapital (Edwards 1989). Årsredovisningen är således ett verktyg för ledningen att ge företaget en identitet och att positionera sig på ett attraktivt sätt för investerare och andra intressenter (Ditlevsen 2012). Fokuset på investerare i tidigare forskning har resulterat i begränsad kunskap om andra intressenters informationsbehov (McInnes et al. 2007) och hur årsredovisningen används för att göra informerade beslut (Karreman et al. 2014). Det kan vara en anledning till att flera forskare också noterat ett gap mellan vad intressenterna efterfrågar för information och vilken information en årsredovisning faktiskt innehåller (Lewis et al. 1984; Hooks et al. 2002; Gupta & Choudhury 2009; Ghazali & Anum 2010). Studien av Hooks et al. (2002) fokuserade på flertalet användare där de skriver att gapet främst bestod av information som är frivillig att rapportera. Gupta och Choudhury (2009) däremot har bara fokuserat på anställdas informationsbehov men har inte frågat dem direkt om deras uppfattning eller åsikt, vilket skulle kunna ge en mer sanningsenlig bild. Trots att de anställda anses vara en nyckelintressent i företag och till årsredovisningen så reflekteras inte detta i rapporteringen för anställda (Rehman 1967; Freeman 1984; Gray et al. 1996; Williams & Adams 2013; Kent & Zunker 2015) Andra författare lyfter också fram att det kan finnas en poäng i att undersöka vilken information de anställda faktiskt *använder* och *i vilket syfte* för att lättare kunna se vad som är användbart för dem i deras beslutsfattande (Pope & Peel 1981; Lewis et al. 1984).

Det finns en risk med att företag inte tar hänsyn till och har en dialog med de anställda som nyckelintressent då det kan leda till oönskat beteende som mistro, minskat engagemang och lägre moral (Williams & Adams 2013; Gupta & Choudhury 2009). Trots att den frivilliga rapporteringen har ökat på senare tid har dock många intressenters intressen blivit ignorerade eller tolkats felaktigt (Gray et al. 1996). Anställda har genom sina år i tjänsten gjort en mycket större investering, har inte lika lätt att drar sig ur och har också ett större intresse i företagets framtid än många av aktieägarna (Donaldson & Preston 1995). Därför är det intressant att undersöka om anställdas informationsbehov tillgodoses i årsredovisningen eftersom de är en sådan värdefull resurs i företag.

Banksektorn är generellt en stor användare av den finansiella informationen som företagen producerar (Niemi & Sundgren 2012). Långgivarna är intresserade av den information som ger dem underlag att fatta beslut om lån och om

ränta kan betalas tillbaka i tid (Niemi & Sundgren 2012; Johansson et al. 2013). Anställda inom banksektorn borde ha tillräcklig kunskap för att läsa en årsredovisning på grund av ett frekvent användande av sådan information i deras professionella roll och inte uppleva att brist på redovisningskunskaper hämmar förståelsen som framkom i Lee och Tweedie (1990). Därför görs en empirisk undersökning på en svensk börsnoterad storbank, där det kan tänkas vara ett högt användande av bankens årsredovisning bland de anställda och där företaget har en omfattande årsredovisning med många olika intressenter att ta hänsyn till.

Sammanfattningsvis har det forskats mer om andra intressentgrupper än vad anställda använder och behöver för typ av information i årsredovisningen, speciellt utifrån ett investerare/ägar- och långivarperspektiv. De har ansetts ha mest nytta av informationen som rapporteras i årsredovisningen då den syftar till att underlätta investerings- och kreditbeslut men också för att se till att kapital flödar fritt och effektivt (AICPA 1994). Som tidigare nämnts poängterar flera forskare (Gupta & Choudhury 2009; Mäkelä 2013; Kent & Zunker 2015) att anställda är en viktig resurs för företagets fortlevnad och att årsredovisningen är ett viktigt kommunikationsmedel till intressentgruppen anställda. Årsredovisningen är generellt sett den viktigaste källan till information om företag (Kent & Zunker 2015). Dock verkar det ändå finnas ett gap mellan anställdas informationsbehov och vad företagen väljer att upprätta för information i årsredovisningen.

1.3. Syfte och frågeställning

Med hänsyn till ovanstående forskning är uppsatsens syfte att undersöka hur årsredovisningen används av anställda samt om det finns ett informationsgap mellan anställdas informationsbehov och årsredovisningens innehåll. Syftet bryts ned i två frågeställningar:

- Hur använder och uppfattar intressentgruppen anställda årsredovisningen som kommunikationsmedel och källa till information samt uppfyller den anställdas informationsbehov?
- Hur väljer ett företag vilken information årsredovisningen ska innehålla för att kommunicera med intressentgruppen anställda samt tillgodose deras informationsbehov?

2. Teoretisk referensram

Den teoretiska referensramen är upplagd efter frågeställningarna i den mån det var möjligt då vissa delar bidrar till att besvara båda frågeställningarna. Kapitlet inleds med bakgrundsinformation om företagets intressenter och årsredovisningen för att skapa en grundläggande förståelse. Då syftet med denna uppsats är att undersöka hur årsredovisningen används av anställda samt om det finns ett informationsgap mellan anställdas informationsbehov och årsredovisningens innehåll redogörs sedan för teorier och tidigare forskning om anställdas informationsbehov och användande. En redogörelse för frivillig information i årsredovisningen, årsredovisningen som kommunikationsmedel samt informationsgapet presenteras också.

2.1. Företagens intressenter

Ordet intressent har spår långt bak i tiden, i en promemoria från Stanford Research Institute (SRI) år 1963 definierades en intressent som en grupp vars stöd var nödvändigt för en organisations överlevnad (Freeman 1984). Intressenter i företags verksamhet är bland annat företagsledningen, ägare, långivare, leverantörer, kunder, anställda samt även stat och kommun (Rehman 1967; Johansson et al. 2013 Arvidson et al. 2016). Alla intressenters behov kan inte mötas men det är legitimt att spendera tid på intressenternas behov utifrån deras förmåga att påverka företaget (Freeman 1984). Detta beror dock på utifrån vilket perspektiv intressentteorin ses då det finns två olika; etiskt perspektiv och ledningsperspektiv (Deegan & Unerman 2011). Det etiska perspektivet argumenterar för att alla intressenter ska behandlas lika oavsett vilken ekonomisk makt de har över företaget (Deegan & Unerman 2011). Ledningsperspektivet, å andra sidan, delar in intressenterna som primära och sekundära intressenter (Clarkson 1995) där de primära intressenternas fortsatta deltagande i företagets verksamhet är avgörande för företagets fortlevnad. Intressenter som anställda, aktieägare och investerare, kunder och leverantörer antas ingå i gruppen primära intressenter (Clarkson 1995). De sekundära definieras av Clarkson (1995) som de som påverkar eller kan påverkas av organisationen, men som inte är engagerade i företagets verksamhet samt inte är centrala för dess överlevnad. Ju viktigare en intressent är för företaget, desto mer anstränger det sig att vårda det förhållandet enligt Gray et al. (1996).

2.2. Årsredovisningens syfte

Samtliga aktiebolag skall varje år upprätta en årsredovisning, vilken är en offentlig finansiell rapport som ger en bild till intressenterna hur företagsledningen förvaltat företaget under året (Johansson et al. 2013). Syftet med årsredovisningen är att den ska utgöra ett underlag för beslutsfattande där omfattningen och detaljrikedomen till stor del beror på företagets storlek och där kraven på börsnoterade bolag är större (Arvidson et al. 2016). Målet med rapporteringen är också att kommunicera användbar information (ASSC 1975). Årsredovisningens underliggande syfte är således att även kommunicera information till företagets intressenter som är användbar (McInnes et al. 2007). Teorin om användbarheten för beslutsfattande togs först an i en rapport från 1973 och kallas "decision usefulness theory" (AICPA 1973). Rapporten poängterar att den finansiella informationens viktigaste funktion är att hjälpa användarna jämföra, förutspå och utvärdera konsekvenser för deras ekonomiska beslutsfattande. Redan här identifierades de anställda som en av de främsta ekonomiska beslutsfattarna som uppoffrar sin tid för att få lön, pension och andra förmåner (AICPA 1973). Årsredovisningen kan delas in i två delar; en lagstadgad och en frivillig del, vilka redogörs för nedan. Den lagstadgade delen ska utformas enligt årsredovisningslagen (Johansson et al. 2013) medan den frivilliga utformas enligt företagets eget tycke och smak (Penrose 2008) och svarar mer på informationskrav från företagets intressenter (Gray et al. 1996).

2.2.1. Lagstadgad del

Enligt årsredovisningslagen (1995:1554) ska en årsredovisning upprättas enligt god redovisningssed och innehålla en balans- och resultaträkning, noter och en förvaltningsberättelse samt i större företag, även en kassaflödesanalys. I kap 2 § 3 (1995:1554) regleras att balansräkning, resultaträkning och noter ska ge en rättvisande bild av företagets ställning och resultat. Lagen täcker inte in allt vad gäller redovisning och därför är normbildningen viktig. Enligt Arvidson et al. (2016) är bokföringsnämnden (BFN) det viktigaste normbildande organ i Sverige och har huvudansvaret för att utveckla god redovisningssed vad gäller företagets bokföring och årsredovisning. Finansiella företag som banker och försäkringsbolag har dock högre krav på sig då kriser i dessa företag kan få allvarliga konsekvenser för samhället i stort och därför har Finansinspektionen till uppgift att utföra bindande föreskrifter inom redovisningsområdet och vad som är av betydelse för god redovisningssed för dessa företag. IASB (International Accounting Standards Board) är det organ som syftar till att harmonisera

redovisningen mellan olika länder och de ger ut förordningar och standarder som kallas för IFRS (International Financial Reporting Standards) (Arvidson et al. 2016).

För att årsredovisningen ska vara användbar ska den uppfylla de kvalitativa egenskaperna som både IASB och BFN har utformat. Dessa är *begriplighet, tillförlitlighet, relevans och väsentlighet*. Begripligheten handlar om att användarna ska förstå årsredovisningen. Tillförlitligheten handlar om att företaget ska ge en bild av deras ekonomiska verklighet, och denna bild ska vara neutral och objektiv. Kravet på neutralitet syftar på upprättarna, att det inte får förekomma någon skönmålning av verkligheten. Objektiviteten syftar på att årsredovisningen ska anknyta till händelser som kan verifieras. Relevans innebär att den ska vara användbar för beslutsfattande och ligga till grund för prognoser om framtiden. Väsentligheten i årsredovisningen är information där utelämnanden eller felaktigheter kan påverka de beslut som användarna fattar på grund av den informationen (Arvidson et al. 2016).

En annan viktig egenskap som årsredovisningen ska uppfylla är tidsaspekten som innebär att informationen ska publiceras i rätt tidpunkt (Marton et al. 2013). Detta för att informationen ska vara aktuell (Ghazali & Anum 2010). Finns inte informationen tillgänglig när behovet uppstår eller att den inte längre har något värde för framtida handlingar så är den inte användbar (Marton et al. 2013).

2.2.2. Frivillig del

Den frivilliga delen av årsredovisningen kan variera väldigt. Från inget alls, till ett kort meddelande och till flertalet sidor som kan förminska den finansiella delen. Eftersom företaget själv bestämmer vad som ska stå i denna del kan den tillfälliga finansiella situationen påverka dessa beslut (Penrose 2008). Den frivilliga rapporteringen är något som ökat under senare år till följd av ökade krav på information från intressenter och har bidragit till att den genomsnittliga längden på en årsredovisning ökat avsevärt (Campbell et al. 2006). Denna förändring ses främst på stora företag som anses ha en större påverkan på sin omgivning (Campbell et al. 2006).

Nu har den grundläggande teorin beskrivits och vidare kommer det redogöras för hur årsredovisningen används av anställda som ska hjälpa till att besvara den första frågeställningen.

2.3. Anställdas användande av årsredovisningen

Resultaten från studien av McInnes et al. (2007) indikerar på att anställda har en begränsad användning av årsredovisningen då några anställda i studien påstod att de inte behövde eller hade intresse av att läsa den. Kommunikationen med de anställda blev uppnådd genom andra typer av kommunikationskanaler, som exempelvis intranätet och nyheterna. Samtliga anställda i denna studie bedömde intranätet som mer användbart då det var något som var specifikt riktat till dem. Då årsredovisningen på senare år har utvecklats och blivit betydligt längre än tidigare ansåg även vissa anställda att tiden för att läsa den under en arbetsdag inte räcker till. De påpekade också att de finansiella talen är svåra att förstå utan någon redovisningsbakgrund. Den berättande delen av årsredovisningen var mer användbar för de anställda då de kan hänvisa till den vid genomförandet av vissa arbetsuppgifter. Den kunde hjälpa dem att skapa kundnöjdhet samt visa hur stor och ekonomiskt stark deras arbetsgivare är. Den gav även de anställda en helhetsbild av hur hela organisationen är uppbyggd då den kan förklara dess olika delar. I studien fann författarna att anställda såg VD-ordet och styrelseordförandens rapport som intressant då dessa oftast är personer de sällan träffar. De anställdas användande kan bero på företagets finansiella ställning, skulle företaget vara ekonomiskt instabilt skulle intresset för årsredovisningen öka (McInnes et al. 2007).

Bortsett från McInnes et al. (2007) har tidigare forskning inte fokuserat särskilt mycket på just intressentgruppen anställdas användande, som tidigare konstaterats. Det finns desto mer forskning om hur investerare använder årsredovisningen för sitt beslutsfattande. I en mycket tidig studie som undersökte investerares användande upptäcktes att styrelseordförandens rapport och VD-ordet var mest läst och de finansiella rapporterna minst (Wilton & Tabb 1978). I en senare studie av Abu-Nassar och Rutherford (1996) konstaterades att balans- och resultaträkningen var det som användes mest, då begränsades användarna till aktieägare, långivare, börsmäklare och akademiker. I en annan studie av aktieägarnas användande av årsredovisningen var det styrelseordförandens rapport och resultaträkningen som var mest läst (Lee & Tweedie 1990). Samma resultat framkom i andra studier där styrelseordförandens rapport och resultaträkningen varit det mest användbara för det ekonomiska beslutsfattandet för investerare (Hines 1982; McInnes et al. 2007). I kontrast till tidigare nämnda studier fann Ghazali och Anum (2010) att styrelseordförandes rapport och VD-ordet de minst använda delarna i årsredovisningen för investerarna. Resultaträkning, balansräkning och kassaflödesanalys var istället de viktigaste

delarna (Epstein & Pava 1993; Ghazali & Anum 2010). Andra studier har funnit att investerare inte läser de olika delarna i årsredovisningen särskilt noggrant i brist på förståelse (Bartlett & Chandler 1997). Dock har det visat sig att ju mer en person läser finansiella rapporter desto mer förståelse skapas (Rensburg & Botha 2014). Det som är mest intressant för investerare är förväntningar på framtiden (Baker & Haslem 1973) och hur företaget presterar över tid (Ghazali & Anum 2010).

2.4. Anställdas informationsbehov av årsredovisningen

Innan potentiella anställda påbörjar en anställning hos ett företag kan de använda årsredovisningen till att bedöma företagets framtidsutsikter (Gupta & Choudhury 2009; Johansson et al. 2013). När de väl har blivit anställda används information som underlag vid löneförhandling, där de kan utläsa utrymmet för en eventuell löneökning (Arvidson et al. 2016). Årsredovisningen används också för att utvärdera företagets risk och potential för tillväxt för att kunna bedöma jobbtrygghet och möjlighet till framtida befordran (Gupta & Hannan 1999; McInnes et al. 2007). Genom att titta på den finansiella delen kan anställda utläsa om de arbetar för ett framgångsrikt företag, eller åtminstone uppfatta varningssignaler (McInnes et al. 2007). Johansson et al. (2013) skriver också att på grund av att anställda har ett anställningskontrakt, som säger att en eventuell bonus är baserad på redovisade vinster, är det av högt intresse för anställda att bedöma företagets ekonomiska position. De är också intresserade av hur mycket pengar företaget sätter av till pensionsmedel samt information om företagets utbildning, hälsa och säkerhet (Gupta & Choudhury 2009; Arvidson et al. 2016). Informationen i årsredovisningen som anställda använder kan också användas för andra syften än rent ekonomiska, exempelvis för en motiverande effekt eller för att få feedback på arbetet (Gupta & Choudhury 2009). Flera anställda i undersökningen av McInnes et al. (2007) ville exempelvis få information om hur de bidragit till företagets framgång under det gångna året. För att uppfylla anställdas behov kan det behövas segmenterad rapportering vars syfte är att förklara hur de anställdas insatser är sammankopplade med företagets mål i en separat del av årsredovisningen (Gupta & Hannan 1999; Glautier & Under 2001). För att informationen ska vara användbar för anställda behöver den vara tillgänglig, tillräckligt tydlig och förståelig (Day & Woodward 2004; Gupta & Choudhury 2009). Anställda och andra intressenter med mindre erfarenhet från redovisning har mest nytta av den icke finansiella delen i årsredovisningen och efterfrågar därför mer sådan information (McInnes et al. 2007; Rowbottom & Lymer 2010).

När den frivilliga rapporteringen ökar i årsredovisningen så ökar också förståelsen för redovisningsinformationen (Epstein & Pava 1993). Ju större ett företag är, desto mer frivillig information produceras (Brennan 2005) då anställda på olika nivåer behöver olika typer av information (Gupta & Hannan 1999). De anställda i studien av McInnes et al. (2007) ville också hellre ta del av årsredovisningen på papper än på dataskärmen eftersom då det är så mycket information blir det lättare att ta del av den på utskrivna papper. I detta avsnitt har de anställdas informationsbehov av årsredovisningen presenterats och nästa stycke kommer gå in på hur årsredovisningen fungerar som kommunikationsmedel för att kunna uppfylla uppsatsens syfte.

2.5. Årsredovisningen som kommunikationsmedel

Årsredovisningen är en typ av kommunikationsmedel för företag att kommunicera sina värderingar till sina intressenter och då speciellt VD-ordet (Amernic et al. 2010). Det är ett av företagets viktigaste medel för kommunikation (Catasús 2004). Kommunikation är ett omfattande begrepp och inbegriper en process där innehåll tolkas och skapas genom interaktion mellan människor. Idag uppfattas dock kommunikation som något bredare än bara informationsspridning, det anses vara ett medel att påverka och bevara relationer, starta gemensamma värden, kulturer och mål (Heide et al. 2012). Dagens organisationer har förstått att det är viktigt att kunna lyssna framgångsrikt och kommunicera med en bred skara av intressenter, dels för deras egen skull men även för samhället som helhet för att undvika eventuella problem med vissa intressentgrupper (Cornelissen 2008). Att kommunicera värden har blivit mer betydande idag på grund av ökad konkurrens bland organisationer och det är därför en viktig del för ledningen att kommunicera bilden av organisationen till anställda (Heide et al. 2012). Parker (1982) identifierar årsredovisningen som en typ av masskommunikation där gruppen av användare är mycket stor och som dessutom har olika informationsbehov. Att välja mottagare till den information som presenteras är därför grunden till lyckad kommunikation (Catasús 2004). Av företagets olika kommunikationskanaler är årsredovisningen den mest omfattande och har potentialen att göra information lättillgängligt på rutin i ett enda dokument (Hooks et al. 2002). För att göra kommunikationen mer effektiv kan de som förbereder årsredovisningen göra den finansiella informationen mer förståelig så att de som inte har någon redovisningsbakgrund lättare kan ta till sig informationen (Lee & Tweedie 1990). Ett generellt problem med just intressentgruppen anställda är deras brist på intresse i företagets

angelägenheter och för att övervinna denna likgiltighet använder företag färger, diagram och teckningar för att göra informationen i årsredovisningen så attraktiv som möjligt (Glautier & Under 2001). Detta kan också påverka läsaren genom att skapa en ökad förståelse vilket kan hjälpa läsaren att göra ett mer informerat beslut (Courtis 1997). Idag ses årsredovisningen mer som ett marknadsföringsobjekt, den har förvandlats från ett tråkigt till ett färgglatt dokument som syftar till att marknadsföra företagets image, höja dess rykte samt övertyga intressenterna om företagets framgång (Karreman et al. 2014). Beslut om innehållet i årsredovisningen vad gäller grafik och design baseras ofta på vad upprättarna uppfattar om användarnas behov eller vad som är mest visuellt gångbart istället för vad som faktiskt är mest gångbart utifrån användarnas perspektiv (Courtis 1997). Grafiken i årsredovisningen är en viktig del i användarens uppfattning om företaget och tolkningen av det finansiella tillståndet men den kan också användas för att manipulera uppfattningen av informationen (Penrose 2008). Vidare skriver Courtis (1997) att för mycket information kan distrahera läsaren att få en övergripande förståelse för företagets verksamhet. I studien av McInnes et al. (2007) kände flera anställda att de fick mer information än nödvändigt. En anledning till att årsredovisningen är såpass omfattande är rapporteringen av den frivilliga informationen (Campbell et al. 2006), vilket nästa avsnitt handlar om och ska hjälpa oss besvara frågeställning två.

2.6. Frivillig information i årsredovisningen

Vad som påverkar vilken information företag väljer att kommunicera i sin årsredovisning finns det olika teorier om. Graham et al. (2005) menar att det finns tre anledningar till att företag producerar information som är frivillig. Det är att främja ett rykte om öppen rapportering, att reducera informationsrisken till företagets aktiemarknad samt att ta itu med bristerna i den lagstadgade rapporteringen (Graham et al. 2005). Enligt intressentteorin, å andra sidan, så producerar företag frivillig information för att tillgodose de krav intressenterna har på informationen (Deegan & Unerman 2011). En faktor kan vara hur stark en viss intressentgrupp är i att påverka företaget och hur legitima skäl de anses ha (Gray et al. 1996). När anställda som intressent anses vara så starka att deras krav på information anses vara viktigt så bedömer också företagen att denna grupps krav är viktigt (Boesso & Kumar 2009). Gray et al. (1996) menar att informationen även är en viktig faktor som företaget kan använda sig av för att få intressenternas stöd och godkännande eller för att distrahera om de misstycker. Företagets storlek kan också ha en påverkan på vad som rapporte-

ras vad gäller den frivilliga delen i årsredovisningen (Brennan 2005; Guthrie et al. 2006). En större personalstyrka kan också leda till ökad frivillig rapportering om frågor som rör anställda (Kent & Zunker 2015). Innan den frivilliga informationen produceras och publiceras är det viktigt att företaget tar reda på vilken information intressenterna efterfrågar, för att informationen ska vara användbar (Deegan & Unerman 2011). Det finns även teorier som kan förklara varför företag väljer att producera frivillig information, några av dessa presenteras nedan.

2.6.1. Legitimitetsteorin

Enligt Deegan och Unerman (2011) hävdar legitimitetsteorin att organisationer kontinuerligt säkerställer att de uppfattas arbeta inom de normer, gränser och förväntningar som finns i deras respektive samhälle. Det är viktigt att organisationerna är flexibla då förväntningar förändras över tid i de samhällen de är verksamma. Legitimitetsteorin bygger på föreställningen om att det finns ett socialt kontrakt mellan företaget i fråga och samhället där det är verksamt. Detta sociala kontrakt används för att representera de implicita och explicita förväntningarna som samhället har om hur organisationen ska bedriva sin verksamhet. Rapportering av information är något som är avgörande för att uppnå legitimitet för företaget. Företag kan välja att rapportera frivillig information som samhället efterfrågar för att uppnå och behålla sin legitimitet (Deegan & Unerman 2011).

2.6.2. Institutionell teori

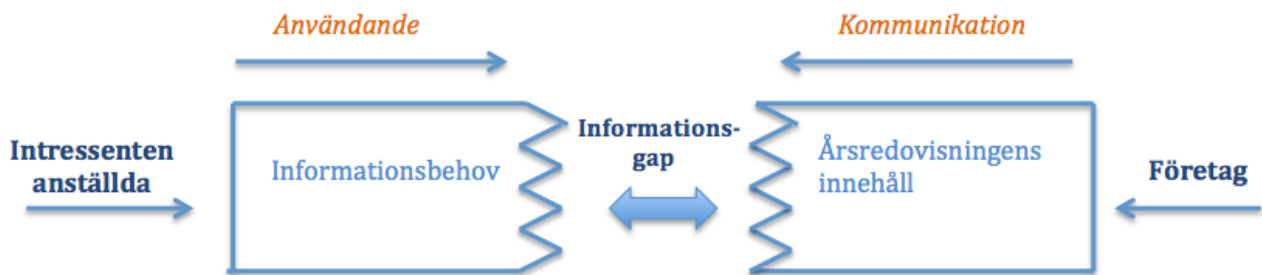
Anledningen till varför institutionell teori är relevant vid en undersökning av företags frivilliga rapportering är att det kompletterar med ytterligare ett perspektiv till intressentteorin och legitimitetsteorin. Enligt Deegan och Unerman (2011) kan den hjälpa till att förstå hur organisationer svarar på sociala förändringar och institutionella tryck och förväntningar. För att svara på frågan varför ett företag väljer att producera frivillig information så kan det vara, enligt institutionell teori, att andra företag utvecklar nya praxis (exempelvis CSR och hållbarhetsrapportering) där företaget måste försöka följa efter för att inte riskera ett missnöje bland sina ekonomiskt kraftfulla intressenter (Deegan & Unerman 2011).

2.7. Informationsgapet

I tidigare stycken presenterades teorier om hur företag väljer vilken frivillig information som årsredovisningen innehåller och i detta stycke diskuteras eventuella följder av detta i form av ett informationsgap. Det uppstår i samband med en skillnad mellan vad användarna vill ha för information och vilken information årsredovisningen innehåller. Enligt AICPA (1973) möts informationsbehoven genom antaganden och bedömningar från upprättarnas sida snarare än en särskild plan. När informationen är vinklad utifrån vad ledningen vill att anställda ska veta, blir konsekvensen att anställda anser att informationen inte är utformad utifrån vad deras informationsbehov är, och därför blir informationen inte relevant för deras beslutsfattande (Glautier & Under 2001). Forskningen är tvetydig om hur gapet uppstår och vad det kan orsakas av. Gapet kan delvis bero på att användarna kräver mycket mer information än vad upprättarna anser vara värt kostnadsmässigt (Ghazali & Anum 2010). En annan faktor kan vara att de finansiella rapporterna inte tar upp saker som är av vikt för anställda och att deras behov är mer komplexa i jämförelse med investerare (Glautier & Under 2001). Vad gäller förbättringar av årsredovisningen är det i större utsträckning användarna som anser att förbättringar behöver göras än upprättarna vilket också kan bidra till att ett informationsgap uppstår (Ghazali & Anum 2010). Det tycks finnas en utmaning för de som producerar årsredovisningen att ta användarnas informationsbehov i beaktande vid upprättandet av årsredovisningen (Slack & Campbell 2008). Att få feedback på årsredovisningen från intressenterna kan hjälpa företagen att förbättra rapporteringen genom att producera den information som är användbar och som uppfyller deras krav på information (Cronjé 2010).

2.8. Sammanfattning

Här nedan visas en modell för att ge en bild av hur teorin hänger ihop och vad som är viktigt att ha med sig i fortsatt läsning. Som tidigare nämnts är årsredovisningen ett sätt för företagen att kommunicera till sina intressenter. De anställda är en viktig sådan. Vad tidigare forskning säger om hur intressenter använder årsredovisningen och hur den uppfattas som kommunikationsmedel är en väsentlig del för att uppnå uppsatsens syfte. Anställda som intressent anses ha ett informationsbehov av årsredovisningen vars syfte är att tillgodose dessa behov så att den blir användbar. Lyckas inte företag producera den information som anställda har behov av i årsredovisningen så kan ett informationsgap uppstå, vilket kommer undersökas då det också är en del av uppsatsens syfte.



3. Metod

I detta kapitel beskrivs utformningen av undersökningen. Forskningsdesign, insamlingsmetod, urval, genomförande och dataanalys kommer att diskuteras med olika problem som uppstått. Uppsatsens trovärdighet kommer också diskuteras i slutet av kapitlet.

3.1. Forskningsstrategi och forskningsdesign

Syftet är som tidigare nämnts att undersöka hur årsredovisningen används av anställda samt om det finns ett informationsgap mellan anställdas informationsbehov och årsredovisningens innehåll. Eftersom tidigare forskning inte undersökt intressentgruppen anställdas användande av årsredovisningen och deras informationsbehov särskilt väl har en kvalitativ metod använts. Det kan hjälpa till att skapa en bild av den sociala verklighet som individerna uppfattar den (Bryman & Bell 2013). Som tidigare nämnts kommer studien utföras på en svensk storbank och där frågeställningarna utgår både från bankens och de anställdas perspektiv. Det är deltagarnas synpunkter och uppfattningar som är viktigast och därför passar en kvalitativ metod bra enligt Bryman och Bell (2013). Vanlig kritik mot en kvalitativ design består av svårigheten att generalisera (Ahrne & Svensson 2015), men då studiens fokus ligger på en förståelse och att försöka bidra till teorin om anställdas användande är generalisering inte heller syftet. Det empiriska materialet samlas in från ett företag vilket innebär att undersökningen har en fallstudiedesign. Det är ett detaljerat och ingående studium av ett enda fall samt är en allmänt omtyckt och flitigt använd forskningsdesign inom företagsekonomisk forskning (Bryman & Bell 2013). Fallstudier är bra då existerande teori är ofullständig och kan användas för att beskriva något, testa en teori eller generera en teori (Eisenhardt 1989). Fallstudier tar hänsyn till den verkliga kontexten och genom att bygga teori utifrån rikt empirisk material blir teorin troligen intressant och testbar (Eisenhardt & Graebner 2007). Eventuella likheter och skillnader av anställdas användande av årsredovisningen på olika nivåer inom organisationen kommer också att analyseras. Därför genomförs undersökningen på endast ett företag då tidsramen inte inrymmer en flerfallsstudie.

3.2. Datainsamlingsmetod

För att kunna besvara frågeställningarna och därefter uppfylla uppsatsens syfte används semistrukturerade intervjuer för att få en djupare förståelse. Semi-

strukturerade intervjuer används i syfte att få mer detaljerade och fylliga svar samt för att bättre kunna spegla de intervjuades reflektioner (Ahrne & Svensson 2015). Då uppsatsen har två tydliga frågeställningar föredras en semistrukturerad intervju som enligt Lewis-Beck et al. (2004) innebär att en intervjuguide används vid intervjun som listar olika teman som intervjun ska beröra. Dessa teman borde vara baserade på undersökningens frågeställningar (Given 2008), vilket intervjuguiden i denna studie också är. Den semistrukturerade intervjun innebär också ett flexibelt förhållningssätt där andra frågor som inte ingår i intervjuguiden kan ställas om det anknyter till något som intervjupersonen sagt (Bryman & Bell 2013). För att undvika problem med intervjuguiden under de verkliga intervjuerna genomfördes en pilotstudie med en utomstående person. En pilotstudie innebär ett test av de frågor som ska ställas vid undersökningen för att på bästa sätt kunna säkerställa att frågorna fungerar samt att få uppfattningen om att undersökningen i sin helhet blir bra (Bryman & Bell 2013). Pilotstudien gav en känsla av trygghet då de frågor som hade utformats kom i en naturlig ordningsföljd samt att de hjälpte till att besvara frågeställningarna. Antalet frågor kändes också lagom (se bilaga I). Enligt Trost (2010) ska intervjupersonen inte överösas med alltför många frågor. Under första intervjun upptäcktes dock att intranätet var en väl använd informationskälla och därefter anpassades några frågor i intervjuguiden för de anställda. Två av intervjuerna skedde via telefon då intervju ansikte mot ansikte inte var möjlig. Fördelen med en telefonintervju är att det kan vara lättare att ställa känsliga frågor samtidigt som det kan vara en nackdel då det inte går att se intervjupersonens kroppsspråk (Bryman & Bell 2013). Det var dock inget som upplevdes i undersökningen utan det var snarare en fördel då intervjupersonerna upplevde det som smidigare. Den andra frågeställningen besvarades med en intervju med den ansvarige för upprättandet av bankens årsredovisning för att veta hur de tänker när de upprättar årsredovisningen för att kommunicera med de anställda och vilken information de väljer att publicera. Denna intervju jämfördes sedan med de anställdas informationsbehov som besvarades i den första frågeställningen för att sedan utläsa om ett informationsgap existerar.

3.3. Urval

Vad gäller urvalet i denna uppsats är frågor om representativitet inte lika viktigt som om det skulle vara en kvantitativ studie (Trost 2010). Vid valet av vilka som skulle intervjuas på banken som är insatta i upprättandet av bankens årsredovisning användes ett bekvämlighetsurval. Det är en typ av ett icke-

sannolikhetsurval och innebär att de respondenter som blir valda är de som finns tillgängliga (Bryman & Bell 2013). Den som var tillgänglig och lämplig för att besvara intervjufrågorna gällande upprättandet av årsredovisningen var projektledaren för denna. Tanken var att intervjua ytterligare en person som upprättar bankens årsredovisning men det var ingen annan som ansågs kunna svara på frågorna, varför det bara blev en intervju. Intervjuerna med de anställda valdes dels med hjälp av rekommendationer från en nyckelperson i banken och ett målstyrt urval, vilket enligt Bryman och Bell (2013) innebär att deltagare strategiskt väljs ut så att de är relevanta för forskningsfrågan. Då eventuella skillnader mellan fyra olika hierarkiska nivåer av anställda ville fångas in valdes personer som kunde spegla dessa. Den första nivån speglar de anställda som arbetar på kundtjänst. Den andra nivån var kundrådgivare, både privat och inom företag. Tredje nivån var olika mellanchefer och den fjärde var chefer på ytterligare en högre nivå. Vissa anställda som intervjuades valdes genom ett snöbollsurval som enligt Trost (2010) innebär att kontakt med personer som är relevanta för undersökningens syfte kan hjälpa till för att få kontakt med ytterligare lämpliga deltagare. Risker med denna typ av urval är att de personer som intervjuas har gemensamma erfarenheter eller attityder och kan göra att informationen som samlas in inte blir tillräckligt allsidig (Ahrne & Svensson 2015). Genom att inte bara använda denna typ av urval kan denna risk anses minimerad. Ska det göras jämförelser mellan olika anställda krävs tio till femton intervjuer för att urvalet ska vara representativt (Ahrne & Svensson 2015). Därför genomfördes 16 intervjuer med olika anställda på fyra olika nivåer där antalet intervjuer fördelades med fyra till fem intervjuer på varje nivå, förutom på nivå fyra. Det var svårt att få till fler intervjuer på den högsta nivån på grund av dessa chefers begränsade tid. Intervjuerna varierade i längd från cirka 30-50 minuter med ett undantag från en intervju som endast varade i 20 minuter.

3.4. Forskningsetik och genomförande

Innan varje intervju startade informerades intervjupersonerna om de etiska aspekter som tagits i beaktande. De blev informerade om syftet med undersökningen, vilket enligt Bryman och Bell (2013) innebär att informationskravet uppfylls samt att det inte gett intervjupersonerna falska förespeglningar. De upplystes också om att deras deltagande är frivilligt och att de när som helst under intervjun får avbryta om de så önskar. På så vis uppfylls även samtyckeskravet enligt Bryman och Bell (2013). Den information som skulle framgå under intervjuerna klargjordes för intervjupersonerna att den endast skulle

användas för uppsatsens syfte i enlighet med Ekengren och Hinnfors (2012). Detta kallas för nyttjandekravet (Bryman & Bell 2013). Alla intervjupersoners identitet hålls anonyma för att enligt Bryman och Bell (2013) uppnå konfidentialitets- och anonymitetskravet. Intervjuerna spelades in med hjälp av inspelningsfunktionen på två mobiltelefoner. Den främsta fördelen med att spela in är att en fullständig redogörelse för frågornas svar fås med och forskaren kan koncentrera sig fullt ut på vad respondenten säger (Bryman & Bell 2013). En nackdel med att intervjuer spelas in kan vara att tekniska problem kan uppkomma (Ahrne & Svensson 2015). För att förebygga detta användes två mobiltelefoner vid inspelningen av intervjuerna, vilket visade sig vara bra då två inspelningar krånglade. Det kunde också vara så att intervjupersonen efter att intervjun avslutats började prata om något som kunde vara relevant, varför inspelningen också fortsatte tills lokalen lämnades. Då intervjupersoner ibland slappnar av mot slutet av intervjun och då vågar öppna sig mer kan det vara bra att låta inspelningen gå så länge som möjligt (Bryman & Bell 2013). Det visade sig vara ett bra drag då en del viktiga saker fångades upp som framkom efter att intervjun var avslutad.

3.5. Dataanalys

Intervjuerna spelades in och transkriberades, vilket enligt Bryman och Bell (2013) underlättar analysarbetet, men är dock en tidskrävande process. Antalet intervjuer begränsades därför på grund av den tidsram undersökningen följer. Analysen har inspirerats av grundad teori som är det vanligaste sättet att analysera kvalitativ data enligt Alvesson och Skoldberg (2008). Insamling och kodning har skett jämsides med varandra och är enligt Svensson och Starrin (1996) ett grundläggande drag i grundad teori där fördelen är att det fångar komplexiteten på ett bra sätt. På detta sätt kan det uppkomma andra idéer och nya frågeställningar som kan vägleda den fortsatta datainsamlingen (Fejes & Thornberg 2015). Detta upplevdes som en fördel då det efter vissa intervjuer uppkom saker som var relevanta för den fortsatta datainsamlingsprocessen. Med hjälp av öppen kodning som enligt Svensson och Starrin (1996) innebär att bryta ned, skapa kategorier och sätta etiketter på materialet som samlats in, har uppsatsens data analyserats. Under kodningen jämfördes tidigare data och koder löpande, vilket är en viktig princip i analysarbetet för att se till att det finns en väl rotad empirisk koppling enligt Fejes och Thornberg (2015). Intervjua, transkribera och koda skedde växelvis för att lättare kunna jämföra och kategorisera materialet. Denna arbetsgång kan underlätta att få känslan av en teoretisk mättnad där känslan är att fler intervjuer inte innebär någon ytterligare

information (Ahrne & Svensson 2015). Teoretisk mättnad brukar också diskuteras vad gäller att uppnå den kvalitativa metodens representativitet (Ekengren & Hinnfors 2012). Vid de sista intervjuerna upplevdes denna mättnad då inget nytt tillkom utan det blev mer en bekräftelse på vad som noterats i tidigare intervjuer.

3.6. Reliabilitet och trovärdighet

Att uppnå reliabilitet i kvalitativa intervjuer är svårt då det är människors uppfattningar och erfarenheter som styr och dessa förändras över tid (Trost 2010). Istället för reliabilitet och validitet i en kvalitativ metod diskuteras trovärdighet där Ahrne och Svensson (2015) beskriver olika sätt att göra en kvalitativ uppsats trovärdig för läsaren. Ett sätt är göra undersökningen transparent, som innebär att författarna redogör sina resonemang kring sina metodval på ett tydligt sätt (Ahrne & Svensson 2015). Det innebär även att uppsatsen ska vara konfirmerbar, att en extern granskare ska kunna spåra slutsatserna tillbaka till det empiriska materialet som har samlats in (Nylén 2005). Detta har gjorts i detta metodkapitel genom en tydlig redogörelse för tillvägagångsättet, vilket ökar trovärdigheten för denna uppsats. För att öka trovärdigheten ytterligare har en tydlig och fyllig beskrivning av empirin redovisats i enlighet med Nylén (2005). Beskrivningen av empirin är avgörande för att en uppsats ska uppfattas som trovärdig (Nylén 2005). Trovärdigheten ökar också om läsaren kan avgöra hur frågorna ställts (Trost 2010), vilket är en anledning till att intervjuguiden finns bifogad.

4. Empiriskt resultat

Detta kapitel innehåller undersökningens resultat och är upplagt på samma sätt som teori-kapitlet i den mån det var möjligt då båda frågeställningarna delvis omfattas av samma teoretiska referensram. Avsnitt 4.1 redogör resultaten för intervjuerna med de anställda och avsnitt 4.2 resultaten för intervjun med projektledaren för bankens årsredovisning.

4.1. Intervjuer med de anställda

Varje citat börjar med en beteckning, exempelvis A12-4, där A står för anställd och tolv står för vem den anställda är. Nummer fyra står för vilken nivå den anställda arbetar på, vilket i detta exempel innebär en chef på högsta nivån som tidigare förklarats i metodkapitlet.

4.1.1. Anställdas användande

Av de 16 anställda som intervjuades var det tre stycken totalt som läste årsredovisningen regelbundet varje år, många hade läst den någon enstaka gång eller läste den ibland. Att vara tillräckligt insatt, det egna intresset samt hur banken kommunicerar med omvärlden var de faktorer som gjorde att de läste årsredovisningen. Av de fyra olika nivåer anställda som intervjuades var det två av fem chefer på nivå tre som läste årsredovisningen. På frågan varför de anställda inte läste årsredovisningen svarade tio anställda att de tog del av sådan information via intranätet. Flera av dem läste sammanfattningen som lades ut på intranätet och ansåg då att de fått tillräckligt med information och därför inte gick in och läste årsredovisningen. Citatet nedan sammanfattar de anställdas åsikter på ett kort och tydligt sätt:

A12-4: "Jag har aldrig tittat i årsredovisningen. Jag tar del av den information som ges ut på intranätet istället, där det finns i en sammanfattad version.

Flera anställda på nivå tre och fyra tog också del av inspelade filmklipp via intranätet på VD och ledning som kommenterade bankens resultat och vad banken hade för tankar framåt. Filmklippen kom i samband med att kvartalsrapporterna och årsredovisningen publicerades. Dessa filmklipp var uppskattade av de anställda då det blev lättare för dem att ta till sig informationen och de slapp läsa själva.

A15-3: *“Men de gör ju små filmer, de är ju fantastiska på att ge oss informationen, sen är det ju för oss att ta oss tiden att läsa den... Intranätet är ju väldigt informativt man ser ju ganska snabbt det som är mest viktigt.”*

A13-4: *”Att höra han berätta istället, hur han faktiskt gör det, att tolka resultatet, det ger ju mer. Det är lättare att ta till sig när man får se han live och berätta”*

Andra faktorer som gjorde att många av de anställda inte läste årsredovisningen var att informationen är mer en bekräftelse på något som redan har kommunicerats internt samt att den är på en nivå som de inte anser sig kunna påverka. Brist på intresse och tid var också anledningar för flera anställda att inte läsa den. En anställd på nivå två menade att hon inte behövde läsa årsredovisningen för sitt dagliga arbete. Två andra faktorer till varför anställda på nivå ett och två inte läste årsredovisningen var komplexiteten gällande siffrorna samt att den inte längre kommer ut i ett fysiskt format.

A14-2: *”... förut så kom den ju liksom till kontoret och då bläddrade jag i den. Jag tror att det har lite att göra med att vi inte längre får den i pappersformat för då skulle jag läsa den.”*

Så hur läste anställda årsredovisningen och vilken information intresserade dem sig för? De flesta läste den översiktligt och i mer stora drag. De första sidorna i årsredovisningen var mer intressanta då de innehöll en beskrivning av verksamheten samt framtidsvisioner för banken. VD-ordet var något många anställda lyfte fram som viktigt.

A15-3: *”... så är det nog mest i början där, hur har året varit och hur tänker vi framåt liksom... Man kanske läser de första 10 sidorna på sin höjd... det kunde jag ta till mig... när det började gå in i siffrorna så stängde jag ner”*

I frågan om vilka delar av årsredovisningen som var mest intressanta var det många anställda som intresserade sig för bankens resultat och kreditförluster. Nyckeltal ansåg flera som intressant att följa för att se hur de uppfyller kraven ägarna har på banken. Den information som anställda tog del av användes främst på nivå två och tre i möten med kunder. Det kunde vara i diskussion med kund för att förklara vilka lagar och förordningar banken måste följa eller varför banken måste tjäna så mycket pengar. Informationen i årsredovisningen kunde också användas som stöd för att visa att det är en trygg och stabil bank.

A16-2: "... samtidigt är vissa också intresserade av att de har en stabil motpart och en stabil bank... så känner de sig trygga i att vår bankrelation kommer nog att finnas kvar i morgon eller om det blir lite stormigt."

Annars användes inte informationen till något särskilt. Det var flera som poängterade att den information de läste i årsredovisningen var en bekräftelse och förstärkning av de budskap som redan kommunicerats internt. Två chefer, en på nivå tre respektive fyra använde sig av informationen i årsredovisningen på detta sätt i kommunikationen med sina medarbetare.

De anställda fick ranka sin förståelse för årsredovisningen på en skala ett till tio, där tio innebär mycket god förståelse och ett i princip ingen förståelse alls. Ingen rankade sig under fem. Fyra anställda på olika nivåer ansåg sig ligga på en sju eller åtta i förståelse och två stycken bedömde sin förståelse som tio. Flera påstod att deras förståelse för en årsredovisning har berott på det jobb som de har eller haft tidigare där de i arbetet läst och analyserat årsredovisningar. Två anställda på olika nivåer menade att eftersom de inte stötte på årsredovisningar dagligen så tappade de den kunskapen och hade därför inte längre samma förståelse. En chef på nivå fyra ansåg dock att det blivit svårare och svårare att förstå årsredovisningen på grund av nya regler och hur olika saker beräknas. Siffrorna var det anställda upplevde svårare att förstå. De anställda på nivå fyra förklarade att det var svårt att förstå vad som var bra respektive dåligt vad gällde siffror och nyckeltal i årsredovisningen.

4.1.2. Årsredovisningen som kommunikationsmedel

De anställda fick frågan om vad de tyckte om bankens kommunikation via årsredovisningen där flera anställda påpekade att informationen som årsredovisningen innehåller är inaktuell på grund av att de oftast redan är medvetna om det som kommuniceras. Nedanstående citat sammanfattar denna synpunkt på ett tydligt sätt.

A4-3: "Vi vet ju redan vad som kommer stå i årsredovisningen. Den kommunikationen för man alldeles utmärkt på den här banken genom att tala om för oss vad som är på gång, vad kommer hända och vad ska vi satsa på... vi kan inte sitta och vänta på någon historisk fakta som kommer ut och säger någonting."

Majoriteten av de anställda tar del av redovisningsinformation via intranätet och anser också att informationen på intranätet är kort, informativ och tillgänglig på ett positivt sätt. De anser att de får en bra nedtrattad presentation i

form av en sammanfattning på cirka två sidor. Sammanfattningen ger en snabb överblick över hur banken presterat, belyser det som är bra samt ger information om vad banken tänker och tycker. Flera anställda menade att de fick för mycket information, vilket nedanstående citat är ett exempel på.

A3-1: *"... det är så otroligt mycket information som man har ju fullt sjå att bara ta till den information som jag måste för att klara mitt jobb i vardagen... för mig har det alltid varit det viktigaste att vara så påläst som möjligt mot kund för att inte missa något... den biten är ju prio ett före årsredovisningen."*

Flera anställda var nöjda och tyckte informationen de fick var bra. Många anställda tyckte också att det är upp till en själv att ta del av den information som kommuniceras. Några anställda ansåg dock att informationen kunde presenteras på ett mer lättsmält sätt i en populärversion och menade att de inte har tid att läsa en hel årsredovisning. En annan anställd på nivå ett tyckte att det var för lite kommunikation kring årsredovisningen och att det kanske skiljde sig åt mellan huvudkontoret i Stockholm och det lokala kontoret. Han syftade på att de får en annan kommunikation där och att det blir svårare ju längre ifrån huvudkontoret anställda arbetar. Två anställda ansåg att banken inte pratade klarspråk i årsredovisningen, att de inte riktigt går ut med hela sanningen och att det finns en känsla av att all information inte kommuniceras ut från högsta ledning. De hade dock en förståelse för varför inte ledningen går ut med all information.

På frågan om vad de anställda har för uppfattning om årsredovisningen som källa till information antydde flera av dem att de inte använder årsredovisningen för att ta reda på något utan att de nöjer sig med den information de får via andra källor.

A12-4: *"Jag har aldrig letat information i årsredovisningen, utan jag bittar information på annat håll i så fall. Nej, det är ingen källa för mig. När den kommer är den ju så gammal, den information som jag vill ha nu är ju hur det har gått första kvartalet."*

Något som säger emot detta är citatet nedan från en anställd som läste årsredovisningen årligen:

A2-3: *"Ja absolut det är en användbar källa... och så ser man att det går hela vägen. Från årsredovisningen till nedtrattat. Så det är en stor röd tråd."*

Några menade också att för den som är intresserad är nog årsredovisningen bra samt att den ger en helhetsbild över bankens verksamhet. Vissa av de an-

ställda menade att det ska beaktas att årsredovisningen är färgad samt att de fina orden och bilderna ska tas med en nypa salt. Endast ett fåtal anställda ansåg att årsredovisningen var en användbar källa samt att den var välformulerad och överskådlig. De tyckte då att den var användbar för att förstå helheten.

Samtliga anställda tog del av bankens resultat eller annan sådan information även via andra medium. Dagens industri var ett särskilt populärt media, där de anställda tyckte de fick bra information. Nyheterna var också något de tyckte var intressant och roligt att ta del av. Några anställda menade att media gav ett annat perspektiv på det som står i årsredovisningen och att de bidrar med jämförelser med andra banker.

A10-1: *"Ja, intranätet och på nyheterna. Fast det negativa är ju med fast i positivt, det är väl det som vissa journalister är bättre på att se igenom."*

4.1.3. Informationsbehovet

De anställda fick också frågan hur viktigt de ansåg det vara med information om hur banken presterat och det var många som tyckte att det var viktigt för trygghetens skull. Då syftade dem till tryggheten med sin anställning som hänger på att banken gör goda resultat. Nedan citat sammanfattar denna synpunkt:

A6-1: *"Det är ju väldigt viktigt, för det är ju anställningen som hänger på det, hur bra banken går."*

Många tyckte också det var mycket roligare att jobba i ett företag som går bra än ett som går dåligt. Det var flera anställda som kände stolthet i att jobba för en bank som går bra och att det underlättar i kundmöten om en kund skulle ifrågasätta någonting. Det var också viktigt för två anställda på nivå tre att veta hur det går för banken då det inger förtroende för bankens verksamhet.

A7-3: *"Jag tycker det är oerhört viktigt att vi presterar bra. För jag tror att våra kunder också vill vara hos en framgångsrik bank, att de känner trygghet i att finanser och ordning och reda finns på plats, etik och moral finns på plats, vi lever efter samhällets lagar och förordningar..."*

Det var också viktigt för några anställdas motivation att få veta hur det går och hur banken presterat. Två anställda, en på nivå tre respektive fyra tyckte det var mer viktigt att veta hur det går för banken, om det skulle gå sämre för då skulle de börja reflektera och se om sitt eget. Endast en anställd på nivå ett

ansåg det inte så viktigt med information om hur det går för banken då han kände att han inte hade någon påverkan på resultatet. Flera anställda på olika nivåer tog även upp att de är beroende av bankens resultat eftersom det påverkar deras vinstandel genom vissa nyckeltal. Detta citat sammanfattar denna synpunkt:

A8-2: *"Det är ju rent ekonomiskt, ju bättre banken går desto mer förhoppningsvis får jag betalt. Vi har ju våra vinstandelar som till stor del består av bankens aktier."*

Den information som många anställda ansåg vara mest relevant och som de hade mest nytta av var bankens resultat och nyckeltal. En anställd på nivå tre menade att det också är intressant att veta vad som bidragit till bankens resultat och vad denne själv har för påverkan på det. Genom att ta del av bankens resultat menade en annan anställd på nivå ett att han kunde se hur utvecklingen varit från år till år.

A1-3: *"Dels är det ju intressant att veta vad det är som bidrog till det här resultatet... vart kom jag in och vart påverkar jag, vad är det som är viktigt att jag jobbar med för att det ska bli rätt i årsredovisningen, det är nog det viktigaste tror jag."*

Anledningen till att resultatet var viktigt för några anställda var på grund av avsättningen till vinstandelsstiftelsen samt för att se hur stabilt företaget är. Flera anställda tyckte också att information om verksamhetsförändringar var den mest relevanta informationen och om det skulle innebära eventuella nedskärningar av personal då det kunde påverka den anställda direkt. Annan information som var relevant för många anställda var de stora dragen som bankens strategi framåt och vart banken är på väg. En anställd på nivå två menade att det var viktigare information än själva resultatet. Ytterligare en anställd på nivå två ansåg att strategier, värderingar och visioner ska vara tydligt kommunicerat, så hon kan känna att hon arbetar i linje med dessa. Några anställda tyckte att information om hur banken stod sig i förhållande till sina konkurrenter var relevant för att kunna jämföra bankerna emellan. Citatet nedan sammanfattar detta:

A12-4: *"... det är intressant när vi får se jämförelser mellan bankerna. Jag är mer intresserad av som anställd av hur det går för oss i förhållande till de andra."*

I princip alla anställda anser att deras behov av information blir uppfyllt, dock sker detta via andra källor än årsredovisningen, då främst intranätet som tidigare nämnts. Flera anställda menade att de fick mer information än nödvändigt

och det handlar snarare om vad de ska välja och välja bort. De poängterade att redskapen finns där och att det är mer upp till en själv att sätta sig in i den information som ges. Endast en anställd på nivå ett tyckte att hon inte hade något behov alls av årsredovisningen. Vid intervjuerna frågades också de anställda om de saknade någon information eller om det fanns någon information som de hade velat ha mer eller mindre av. Många anställda ansåg att de inte saknade någon information eller att det inte är något som de har tänkt på. Dock var det en anställd på nivå ett som ville ha mer information om hur banken skulle se ut i framtiden för att kunna förbereda sig för att eventuellt söka andra jobb om det skulle bli nedskärningar. En annan anställd på nivå fyra saknade konsekvensanalyser på bankens framtidsplaner, att det exempelvis skulle framgå hur många anställda banken kommer ha i framtiden. Han sa dock att det är sådan information som inte skickas till personalen och att det är kopplat till att det inte är så roliga saker att kommunicera till personalen. En annan anställd ville se ledningen mer.

A14-2: "Jag skulle nog önska mer information av ledningen, att man fick se dem lite mer. Och det behöver ju inte vara på kontoret men med inspelade filmer och att de presenterade lite mer där. Att man får ett ansikte på dem."

I frågan om de anställda tror de kan påverka vilken information som publiceras i årsredovisningen svarade de flesta att de inte trodde det, men att de aldrig tänkt tanken. Vissa påstod att det var så långt borta i organisationen och att det var därför de inte skulle kunna påverka, andra sa att det skulle vara om de i så fall kom på något riktigt bra som de skulle kunna påverka vad som publiceras i årsredovisningen. Tre anställda, alla på nivå tre trodde dock att det var möjligt att påverka vad som publiceras i årsredovisningen.

På frågan om vad som skulle kunna få de anställda att läsa årsredovisningen varierade svaren. Det var dock flera som påpekade att om de inte fick den interna informationen via intranätet eller om den inte var tillräckligt bra skulle de vara mer intresserade av att läsa årsredovisningen. Det var också flera anställda som trodde att de skulle läsa årsredovisningen om den var mindre komplex och ett mer lättöverskådligt dokument.

A9-2: "Att den skulle vara lättillgänglig och enkel och översiktlig. Så att man känner att det är lätt att greppa... mer användarvänligt och förståeligt."

Flera anställda påpekade att om årsredovisningen hade funnits i ett fysiskt exemplar hade de läst den då det är stor skillnad att sitta och bläddra i den samt att det är blir lättare att ta till sig informationen. Det var också flera som öns-

kade en kortare och mer populistisk version av årsredovisningen. En anställd på nivå fyra tyckte den skulle vara kort och trevlig på cirka 15 sidor. Något annat som skulle kunna få flera anställda att läsa årsredovisningen var om de hade mer tid, vilket framkom främst på nivå tre. Några menade att de som anställda inte har tid att sätta sig in i allt i den tid vi lever i nu och att det handlar om prioriteringar. Nedan citat sammanfattar denna aspekt:

A4-3: "Alltså, du har en viss mängd tid, och ska jag lägga den tiden på att titta i en årsredovisning eller ska jag lägga den tiden på att försöka få någon som jobbar i mitt team att göra bättre affärer? Det är ju litegrann det här det handlar om."

De anställda blev tillfrågade om de kunde tänka sig någon annan situation där de skulle läsa en årsredovisning. De flesta menade att de skulle göra det om de någon gång skulle söka nytt jobb. En anställd på nivå ett menade att det kunde vara bra att vara påläst vid en intervju. En annan anställd på nivå fyra skulle läsa årsredovisningen för att minska riskerna om han skulle söka jobb hos en mindre finansiell aktör som han inte kände till då han vill arbeta i ett företag som är framgångsrikt. Flera anställda poängterade också att om de skulle *arbeta* för ett mindre företag så skulle de sätta sig in mer i årsredovisningen på grund av att det blir närmare och att det är lättare att hålla koll på de olika grenarna. En anställd på nivå tre menade att om han skulle jobba på ett mindre företag kanske det skulle förväntas mer av anställda att läsa årsredovisningen medan det nu räcker med att läsa på intranätet då den möjligheten finns i ett större bolag. Nedan citat sammanfattar de anställdas synpunkter gällande detta.

A16-2: "Sen hade de varit ett mindre företag så hade det varit mer viktigt och man hade fått en närmare koppling för här är det ju så stort. Det som står är ju rätt svårt att applicera på sig själv... då tror jag att jag hade kikad mer i det liksom... då kanske man hade kunnat använda det i löneförhandling, det hör man ju att kunder i mindre bolag kan tänka lite i de banorna mot de anställda, nej shit nu kommer det här visa så starkt resultat och då kommer mina anställda komma och löneförhandla."

4.2. Intervju med projektledaren

Nedan följer en redovisning av resultatet från intervjun med bankens projektledare för årsredovisningen. Projektledaren och dennes grupp ansvarar för all finansiell kommunikation där bland annat bankens årsredovisning ingår. Här har beteckningen för citaten ett P som står för projektledaren.

4.2.1. Intressenter till bankens årsredovisning

Aktieägarna och analytikerna är främsta målgrupp av bankens årsredovisning och projektledaren påpekade i intervjun att årsredovisningen främst är en investeringsprodukt.

P: *"... då är det våra aktieägare... vår roll är ju då att sköta den finansiella kommunikationen mot marknaden, alltså våra investerare och analytiker. Men eftersom det är en produkt som publiceras externt på vår hemsida, så är det ju klart att alla kan ta del av den."*

Projektledaren poängterade också att även om årsredovisningen främst produceras för bankens aktieägare så finns det så klart flera intressenter. Även interna personer som arbetar i banken kan vara intresserade för att få en syn på hur året har varit, bankens framtidsvisioner, strategier och fokusområden.

Anledningen till varför årsredovisningen i första ledet riktar sig till aktieägarna gavs inget direkt svar på utan projektledaren menade att årsredovisningen är ett finansiellt dokument som visar hur det senaste året varit rent finansiellt. Den typen av information är först och främst till investerare i banken. Projektledaren påpekade också att investerare är prioriterade på deras avdelning då deras uppdrag är att kommunicera med dessa. Att kommunicera med andra intressenter ansvarade andra för i banken. På frågan om hur de identifierar intressenterna och hur resonemanget går kring vilka intressenter banken ska prioritera svarade projektledaren såhär:

P: *"... det är redan inbyggt, att det är en produkt som vi ansvarar för och att mottagaren är våra aktieägare... vi vet att det är fler intressenter än så som kommer ta del av den informationen."*

4.2.2. Årsredovisningen som kommunikationsmedel

Att årsredovisningen endast är en kanal som banken kommunicerar med intressenterna poängterades. Andra kanaler gruppen ansvarade för var hemsidan, kvartalsrapporterna och alla presentationer. Projektledaren påpekade också att det var viktigt att all kommunikation banken har hänger samman och att den ger samma bild oavsett vem mottagaren är.

I frågan om anställdas betydelse för banken framhävde projektledaren att banken är en väldigt personaltung organisation och att det är de anställda som gör

det möjligt. Utan de anställda som levererar har de inte så mycket till bank kvar. Det är otroligt viktigt att de anställda är kompetenta för att kunna ge kunder rätt och bra råd. Projektledaren menade att detta gör banken till en mycket kunskapsstung organisation. Projektledaren förklarade att de inte kommunicerar direkt till de anställda i årsredovisningen då det inte är en målgrupp i sig men att det ändå är många anställda som läser och tar del av den. De har inte vinklat någon specifik information till just de anställda utan de får ta del av hela årsredovisningen. På frågan om vilken information i årsredovisningen de tyckte anställda borde läsa så nämndes att HR-sidan kunde vara intressant, där företagets HR policy presenterades.

Årsredovisningens layout och design utgick från fasta riktlinjer som är i linje med det övriga externa materialet. Banken samarbetade med en grafisk byrå som hjälpte till med layout och design som också skulle följa riktlinjerna. Projektgruppen resonerade inte själva hur det skulle se ut utan de godkände bara byråns förslag. Årsredovisningens målgrupp aktieägarna hade inte någon påverkan vad gäller dess layout och design. Projektledaren fick också frågan om de anställda har någon möjlighet att påverka vad som publiceras i årsredovisningen men det fanns ingen sådan process där de tog in feedback från anställda.

4.2.3. Frivillig information i årsredovisningen

Bankens årsredovisning har på senare tid utvecklats på så sätt att den legala delen har växt i sidantal på grund av ökade rapporteringskrav. Den första delen där de beskriver banken och hur verksamheten ser ut har inget legalt krav så den delen bestämde de själva. Projektledaren anmärkte också på att denna del hade krympt i sidantal, om de jämförde de senaste åren. Anledningen kunde vara att årsredovisningen är en produkt som släpps en gång per år och redan då den släpps är den gammal. Informationen på hemsidan har ökat då den ska komma snabbt och finnas lättillgänglig.

P: "Årsredovisningen är ju en tryckt produkt, även om vi publicerar den på hemsidan, så kan man ju säga att det är en ganska gammalmodig produkt egentligen. Om man tittar på att samhället utvecklas att bli mer och mer digitalt. Så att vi utvecklar ju vår hemsida och vår information som finns på den. Det gör ju att årsredovisningen inte behöver ha med lika mycket information om just den här beskrivningen av banken."

Vad som drivit denna förändring trodde projektledaren berodde på att det har tillkommit nya kanaler att kommunicera genom samt att alla idag är väldigt vana att gå in på nätet och hitta bankens information. Projektledaren antyder att det snarare är där alla föredrar att hitta information, än i en tryckt pappersprodukt.

Hur går det då till när de väljer vilken information årsredovisningen ska innehålla? Projektledaren berättade att de jobbade mest med första halvan av årsredovisningen där de går igenom förra årets årsredovisning och ser vad som fungerade bra med det innehållet och den strukturen. De funderar också på om något nytt hänt under året som de vill kommunicera. Banken vill vara så transparent som möjligt och ge tydlig information i årsredovisningen så att mottagaren får en korrekt bild av verksamheten. All information ska vara relevant och korrekt och projektledaren sa också att om det blir för mycket information kan det vara svårt för mottagarna att ta till sig vad som egentligen är relevant. På frågan om vad bankens syfte är med den frivilliga informationen de producerar svarade projektledaren:

P: "... syftet är ju att ge en bild av verksamheten... det är ju ett tillfälle för oss att kommunicera och påminna marknaden om vad vi har sagt tidigare... i början till exempel har vi två sidor som presenterar banken... det är ju också ett bra tillfälle att ta i akt och ge vår bild av vår verksamhet också, vår inriktning framåt och hur vi ser på framtiden."

Vad gäller rapportering av personalfrågor i årsredovisningen så framställer projektgruppen en sida i början där de beskriver bankens HR-policy. Projektledaren poängterade att personalen är en väldigt viktig del av bankens verksamhet och det är viktigt att ge den informationen. De anställda kanske inte är intresserade av att läsa det då det riktar sig till marknaden först och främst, men att det är klart att även anställda är intresserade av årsredovisningen, menade projektledaren.

5. Analys

Innehållet i analysen är upplagt på samma sätt som empirin för att underlätta läsningen. Först analyseras intervjuerna med de anställda i avsnitt 5.1 och avslutas med en kort sammanfattning av de främsta skillnaderna mellan anställda på olika nivåer. Därefter analyseras intervjun med projektledaren i avsnitt 5.2.

5.1. Analys intervju med de anställda

I detta avsnitt kommer resultaten analyseras för att senare kunna besvara den första frågeställningen om hur anställda använder och uppfattar årsredovisningen som kommunikationsmedel och källa till information, samt om den uppfyller deras behov av information.

5.1.1. Anställdas användande

På de fyra olika nivåerna av anställda som intervjuades fanns ett något högre användande på nivå tre där två av fem mellanchefer läste årsredovisningen. De flesta anställda läste inte årsredovisningen regelbundet utan var nöjda med den information som kommunicerades via intranätet, vilket stämmer med studien av McInnes et al. (2007). Det var också många anställda som tog del av filmklippen som lades ut på intranätet där VD:n kommenterar resultatet och vart banken är på väg framåt. Det var ett uppskattat sätt att ta emot sådan information, särskilt av anställda på nivå tre och fyra. Att få se VD:n tyckte de anställda var positivt, även om det var via datorskärmen. Detta är inget som har framkommit i uppsatsens litteraturgenomgång av teori och tidigare forskning. Eftersom de anställda var intresserade av vad VD:n har att säga finns goda möjligheter för banken enligt Amernic et al. (2010) att kommunicera sina värderingar via filmklippen.

Undersökningen visar att intresse och tid är anledningar till varför anställda inte läser årsredovisningen samt att anställda inte behövde läsa den för att klara sitt dagliga arbete och därför inte gjorde det. Dessa faktorer överensstämmer med studien av McInnes et al. (2007). Något som också stämde med den studien var att de anställda påpekade att siffrorna var svåra att förstå vilket gjorde att de inte läste årsredovisningen. Det poängterades främst av anställda på nivå ett och två. Detta kan enligt Lee och Tweedie (1990) bero på att de inte har en bakgrund inom redovisning.

De anställda som läste årsredovisningen gick igenom den mer översiktligt och intresserade sig för vad banken har för framtidsvisioner samt hur bankens verksamhet beskrivs. Förväntningar på framtiden var också en intressant del för investerare att läsa enligt Baker & Haslem (1973). Enligt McInnes et al. (2007) kan denna berättande del hjälpa anställda att skapa sig en helhetsbild för organisationen. VD-ordet var en annan viktig del för de anställda vilket överensstämmer med vad som framkommit i McInnes et al. (2007) och i studien om investerare av Wilton & Tabb (1978). Varför den delen är viktig kan bero på att de anställda sällan eller aldrig träffar VD:n då det är stor distans mellan dem och ledningen (McInnes et al. 2007). Som kontrast framkom det i studien av Ghazali och Anum (2010) att VD-ordet var en av de minst använda delarna i årsredovisningen av investerarna. Även fast det var få anställda som läste just årsredovisningen så tog ändå de flesta del av sådan information via intranätet eller andra informationskällor. Årsredovisningens finansiella information som bankens resultat, kreditförluster och nyckeltal var också intressant för många, vilket kan bero på att deras vinstandelar baserades på denna. Denna typ av information var delvis också intressant för investerare i en studie av Abu-Nassar och Rutherford (1996) och Ghazali och Anum (2010) då de var intresserade av resultatet, men även balansräkningen och kassaflödesanalysen. Kassaflödesanalysen är däremot inget som är intressant för de anställda då detta inte alls berörts under intervjuerna. Flera studier har kommit fram till att styrelseordförandens rapport och resultaträkningen är en intressant del för investerare (Hines 1982; Lee & Tweedie 1990). Styrelseordförandens rapport är dock heller inget som har nämnts av de anställda i denna undersökning. Här noterades ingen skillnad mellan de olika nivåerna av anställda vad gäller vilken information som var intressant.

Enligt McInnes et al. (2007) kunde informationen i årsredovisningen användas av anställda till vissa arbetsuppgifter för att visa hur stark deras arbetsgivare är. Flera anställda, särskilt nivå två och tre använde informationen på detta sätt i kundmöten för att visa att banken är stabil och trygg. Genom att använda årsredovisningen på detta sätt kan den bidra till kundnöjdhet enligt McInnes et al. (2007). Den för övrigt begränsade användningen av årsredovisningen stämmer väl överens med McInnes et al. (2007). Anledningen enligt denna studie var att informationen i årsredovisningen blev mer en bekräftelse på information som de redan tagit del av internt. Informationen ska vara ett hjälpmedel för intressenterna att fatta beslut (Johansson et al. 2013), dock använde ingen anställd redovisningsinformationen till att fatta något beslut gentemot banken. Intranätet verkar vara mer användbart för de anställda och enligt McInnes et al. (2007) kan det bero på att det är mer riktat till dem. Således uppfyller inte rik-

tigt informationen i årsredovisningen den kvalitativa egenskapen relevans utifrån de anställdas perspektiv som enligt Arvidson et al. (2016) ska vara relevant för beslutsfattande.

Varför anställda inte läser årsredovisningens olika delar särskilt noggrant kan vara i brist på förståelse, vilket framkom i en tidigare studie om investerares användning (Bartlett & Chandler 1997). Men i denna undersökning har de flesta anställda bedömt sin förståelse som mycket god, vilket flera av dem påpekar kan bero på deras arbete. Även om de anställda i undersökningen har god förståelse för årsredovisningar så läste de den ändå inte särskilt noggrant till skillnad mot vad som framkom i Bartlett och Chandler (1997). Undersökningen visar inte någon skillnad på förståelsen mellan olika nivåer av anställda. Några anställda på olika nivåer påpekade att de tappade kunskapen då de inte dagligen stötte på årsredovisningar, vilket kan vara en anledning till att deras förståelse inte var lika god. Ju mer en person läser finansiella rapporter desto större förståelse skapas enligt Rensburg och Botha (2014). Siffrorna var svårare att förstå vilket enligt McInnes et al. (2007) kan bero på att de flesta anställda inte har en bakgrund inom redovisning. De som upprättar årsredovisningen skulle kunna göra informationen mer förståelig så att även de som inte har en redovisningsbakgrund kan förstå (Lee & Tweedie 1990). Exempelvis framkom att det var svårt att veta vad som var bra respektive dåliga siffror och nyckeltal, vilket skulle kunna vara en sak att göra mer förståelig. Utifrån de anställdas perspektiv kan begripligheten (Arvidson et al. 2016) i årsredovisningen ifrågasättas då de flesta anställda ansåg sig ha en god förståelse men ändå poängterar vissa saker de inte riktigt förstår.

5.1.2. Årsredovisningen som kommunikationsmedel

Många anställda poängterade att årsredovisningen är inaktuell då de redan fått den informationen internt via intranätet, vilket gör att årsredovisningen inte uppfyller tidsaspekten (Ghazali & Anum 2010; Marton et al. 2013). Detta gör att informationen inte har någon betydelse för framtida handlingar som i sin tur gör att informationen inte är användbar (Marton et al. 2013). Det innebär att årsredovisningen, utifrån de anställdas perspektiv, brister i sitt underliggande syfte att kommunicera användbar information (ASSC 1975; McInnes et al. 2007). Intranätet gav redovisningsinformation på ett kort, informativt och lättillgängligt sätt. Enligt Hooks et al. (2012) har årsredovisningen potentialen att göra informationen lättillgänglig i ett enda dokument. Dock anser anställda att den är för omfattande och nöjer sig med en sammanfattning på cirka två

sidor. Ett flertal anställda ansåg att de fick för mycket information, de har fullt upp med att ta del av den information som krävs för att klara av arbetet. I studien av McInnes et al. (2007) ansåg också flera anställda att de fick ett överflöd av information. För mycket information kan distrahera anställda från att få en övergripande förståelse för sitt företags verksamhet (Courtis 1997). Företag försöker göra årsredovisningen mer attraktiv för att locka anställda att läsa den och på så vis även öka deras intresse (Glautier & Under 2001) och förståelse (Courtis 1997). Projektgruppen arbetar för att göra en attraktiv årsredovisning, men detta verkar inte locka de anställda i denna studie då det ändå fanns brist på intresse och en önskan om att få den i ett mer lättsmält format. I och med att det är stor distans mellan ledningen och de anställda är det viktigt att strategier och visioner kommuniceras effektivt enligt Heide et al. (2012). En anställd menade att kommunikationen kunde förbättras då anställda i Stockholm, som är närmare ledningen, gav intrycket av att få bättre kommunikation. Om denna kommunikation förbättras kan det motivera anställda och hjälpa dem att arbeta mot bankens mål (Heide et al. 2012). Två anställda fick känslan av att all information inte kommuniceras och att banken i årsredovisningen inte riktigt pratade klarspråk. Detta kan bero på att årsredovisningen snarare är ett verktyg för ledningen att framställa sitt företag som attraktivt för sina intressenter (Ditlevsen 2012). Här kunde inte något mönster tydas vad gäller anställdas åsikter på olika nivåer om bankens kommunikation genom årsredovisningen.

Uppfattningen om årsredovisningen som informationskälla var främst att det inte är en källa för de anställda. Vissa menade att årsredovisningen var färgad, vilket kan innebära att kravet på att informationen ska vara neutral och objektiv inte uppfylls enligt Arvidson et al. (2016). Detta kan bero på att årsredovisningen idag är mer ett marknadsföringsobjekt som syftar till att marknadsföra företagets image (Karreman et al. 2014). Ett fåtal ansåg att årsredovisningen var en bra källa men att den endast var användbar för att förstå helheten. De anställda använde inte informationen till att fatta ekonomiska beslut, vilket är årsredovisningens syfte enligt Arvidson et al. (2016). Informationen som produceras är inte användbar för anställda, vilket enligt AICPA (1973) ska vara årsredovisningens viktigaste funktion. Detta beror främst på att informationen kommuniceras internt och att anställda tar del av sådan information via andra medium.

5.1.3. Informationsbehovet

Information om hur det går för banken och hur den presterat ansåg anställda vara viktigt främst på grund av tryggheten i deras anställning vilket också framkom i Gupta och Hannan (1999) och McInnes et al. (2007). Många anställda ansåg att informationen också var viktig då det är roligare att jobba i ett företag som går bra, vilket är i linje med McInnes et al. (2007). Mellanchefer på nivå tre tyckte det var viktigt med sådan information speciellt i kundmöten då det kunde inge förtroende för banken. Det är dock inget som framkommit i uppsatsens litteraturundersökning. Enligt Gupta och Choudhury (2009) var informationen även viktig för anställdas motivation, vilket flera anställda i uppsatsens undersökning poängterade. De anställdas utdelning av vinstandelar gjorde också att information om hur banken presterat var viktigt då den baserades på bankens resultat, vilket är i enlighet med Johansson et al. (2013) som menar att anställda har ett högt intresse på grund av detta. Enligt McInnes et al. (2007) skulle användandet av årsredovisningen öka om företaget hade ekonomisk instabilitet vilket också framkom i denna studie då två anställda, en på nivå tre respektive fyra ansåg det mer viktigt med sådan information om det skulle gå sämre för banken.

Vilken information var mest relevant för anställda? Flera påpekade vikten av att få veta sin egen påverkan på bankens resultat vilket stämmer med McInnes et al. (2007) där anställda ville ha information om hur de bidragit till resultatet. För att uppfylla detta behov kan segmenterad rapportering förklara hur anställdas prestationer påverkar företagets mål (Glautier & Under 2001). Det kan också vara ett sätt för anställda att få feedback på deras arbete (Gupta & Choudhury 2009). Information om förändringar i verksamheten var också relevant information för de anställda vilket McInnes et al. (2007) beskriver kan vara bra för att uppfatta eventuella varningssignaler. De anställda ville främst veta om förändringarna skulle innebära eventuella nedskärningar. Något flera anställda också poängterade som relevant information var bankens resultat i jämförelse med konkurrenterna, detta är dock inget som noterats utifrån litteraturgenomgången. De anställda tyckte dessutom det var viktigt med information om bankens stora drag, strategi, och vad VD:n tycker. Sådan icke finansiell information efterfrågas mer av anställda (McInnes et al. 2007; Rowbottom & Lymer 2010). Detta kan bero på att de inte har en redovisningsbakgrund (Rowbottom & Lymer 2010) och att sådan icke-finansiell information därför kan upplevas som mer lättsmält. Här noterades heller ingen skillnad mellan anställda på olika nivåer vad gäller vilken information som var mest relevant. Enligt Gupta och Choudhury (2009) och Arvidson et al. (2016) så är anställda

också intresserade av hur mycket pengar företaget sätter av till pensionsmedel och information om företagets utbildning, hälsa och säkerhet. Detta är dock inte något som framkommit i denna undersökning. Eftersom de anställda tyckte att intranätet var mycket informativt kan det vara så att denna information täcks genom bankens interna kommunikation.

De anställda ansåg att deras informationsbehov blev uppfyllt genom intranätet och inte av årsredovisningen. De påstod att information finns tillgängligt och att det handlade mer om deras eget intresse för den. Enligt Guthrie et al. (2006) och Ditlevsen (2012) är årsredovisningen ett av de effektivaste sätten att kommunicera med de anställda, vilket kan ifrågasättas då anställdas informationsbehov främst fylls av andra källor. Enligt Riahi-Belkaoui (2004) får inte heller de anställda sina informationsbehov uppfyllda genom årsredovisningen på samma sätt som investerare får. De flesta anställda kom dock inte på någon information de saknade. De två anställda som önskade information om hur banken kommer se ut i framtiden vad gäller antal medarbetare är något som ej tidigare framkommit. Enligt Gupta och Hannan (1999) behöver anställda på olika nivåer också olika typer av information men det är inget som kunnat urskiljas i uppsatsens resultat.

Vad skulle få anställda att läsa årsredovisningen? Främst skulle det vara om de inte fick informationen via intranätet. Skulle årsredovisningen vara mindre komplex och mer förståelig skulle det också finnas ett större incitament att läsa årsredovisningen. Det är viktigt att informationen är förståelig för att den också ska vara användbar (Epstein & Pava 1993; Day & Woodward 2004; Mitra 2012). Det kan därför finnas en poäng i att göra årsredovisningen till ett mer förståeligt dokument för att informationen ska kunna bli mer användbar för anställda. Ökningen av den frivilliga rapporteringen ska öka förståelsen (Epstein & Pava 1993) och även den genomsnittliga längden (Campbell et al. 2006). Dock blir längden ett hinder och flera anställda önskade en kortare version av årsredovisningen, vilket motsäger att mer information ökar förståelsen. Flera anställda poängterade också att om årsredovisningen kom ut i fysiskt format igen, skulle de läsa den, då det blir lättare att ta till sig informationen. Detta var också något som framkom i McInnes et al. (2007). Om de anställda skulle ha mer tid skulle de också läsa årsredovisningen, vilket överensstämmer med McInnes et al. (2007) där de anställda menade att en arbetsdag inte räcker till för att läsa den. Detta var något som främst påträffades hos anställda på nivå tre.

De anställda tillfrågades i vilka andra situationer de skulle läsa årsredovisningen och flera menade att om de skulle söka nytt jobb skulle de definitivt läsa den. De skulle då använda årsredovisningen för att se hur företagets verksamhet ser ut och vad företaget har för visioner. Och andra sidan, enligt Gupta och Choudhury (2009) så används årsredovisningen av anställda för att bedöma företagets framtidsutsikter i den situationen. Dock var det inget som framkom i denna studies resultat. Det skiljde sig något mellan de olika nivåerna av anställda, på nivå fyra var syftet med att läsa årsredovisningen att minimera riskerna inför ett nytt jobb medan det på nivå ett handlade mer om att låta trovärdig på intervjun. En annan situation många anställda nämnde var att de hade läst företagets årsredovisning om de arbetade för ett mindre företag. Att det då var närmare det egna arbetet och att de som anställda kanske inte har tillgång till intranätet på samma sätt i ett mindre företag, skulle göra att de läste årsredovisningen. Detta är inget som framkommit under uppsatsens litteraturgenomgång. En anställd menade också att han i ett mindre företag hade kunnat använda årsredovisningen i en löneförhandling, vilket är vanligt att anställda använder årsredovisningen till enligt Arvidson et al. (2016). Dock är det ingen anställd som nämnt något om att de använder årsredovisningen till detta.

5.1.4. Skillnader mellan nivåerna

Sammanfattningsvis var det inga stora skillnader på anställdas användande och informationsbehov mellan de olika nivåerna. Det som kunde urskiljas var att några mellanchefer på nivå tre ansåg att bankens prestationer var viktigt för att inge förtroende i kundmöten. Det var också ett högre användande av årsredovisningen på nivå tre då två av mellancheferna bläddrade i årsredovisningen årligen. Filmklippen på intranätet lyftes också fram främst av anställda på högre nivåer. En anledning till varför anställda på nivå ett och två inte läste årsredovisningen var komplexiteten. Flera anställda på nivå två och tre använde informationen i kundmöten för att visa hur stark arbetsgivaren är, vilket inte framkom på någon annan nivå. Det kan bero på att anställda på dessa nivåer sitter mycket i privata möten med kunder. En annan utmärkande skillnad var om det skulle gå sämre för banken, då hade särskilt anställda på nivå tre respektive fyra intresserat sig mer för hur banken presterar.

5.2. Analys intervju med projektledaren

I detta avsnitt analyseras resultaten av intervjun med projektledaren för att kunna besvara frågeställning två om hur ett företag väljer vilken information årsredovisningen ska innehålla för att kommunicera med intressentgruppen anställda samt tillgodose deras informationsbehov.

5.2.1. *Intressenter till bankens årsredovisning*

Som framkom tidigare i empirin var det aktieägarna som var intressent av bankens årsredovisning. Aktieägarna är en primär intressent som innebär att företaget är beroende av deras deltagande för sin fortlevnad, men vilket de anställda också är (Clarkson 1995). Alla intressenters behov kan inte tillgodoses men det anses legitimt att spendera tid på olika intressenters behov utifrån deras förmåga att påverka företaget (Freeman 1984). Eftersom banken inte riktar årsredovisningen till anställda kan det vara så att de inte anses kunna påverka banken i särskilt hög grad. Utifrån det etiska perspektivet borde de anställda behandlas lika oavsett om de anses ha mindre makt än aktieägarna (Deegan & Unerman 2011). Ju viktigare en intressent är för företaget, desto mer anstränger sig företaget att vårda det förhållandet enligt Gray et al. (1996). Eftersom banken väljer att årsredovisningen enbart riktar sig till aktieägarna så kan de antas vara en viktigare intressent än de anställda. Dock menade projektledaren att många anställda tar del av bankens årsredovisning. Hade banken sett anställda som en stark intressent hade de också bedömt deras krav som viktiga enligt Boesso och Kumar (2009). Årsredovisningen identifieras som en typ av masskommunikation där gruppen användare är mycket stor och dessa har olika informationsbehov (Parker 1982). Därför kan det vara naivt att bara rikta in sig på att kommunicera till en intressentgrupp via årsredovisningen. Cornelissen (2008) menar att det är viktigt att framgångsrikt kunna kommunicera med en bred skara av intressenter för samhällets skull och för att undvika problem med intressentgrupper. Enligt Glautier och Under (2001) ska företagen lägga mer fokus på att ta hänsyn till andra intressenter, vilket banken i denna studie inte verkar göra. Kommunikation ses idag som mer än bara informationsspridning och kan vara ett sätt att påverka och bevara relationer samt starta gemensamma värden, kulturer och mål. Projektledaren poängterade att deras uppdrag är att kommunicera med aktieägarna och att det är andra kanaler inom banken som ansvarar för kommunikationen med de anställda, vilket kan konstateras då de anställda först och främst använde sig av intranätet.

5.2.2. Årsredovisningen som kommunikationsmedel

Företag poängterar ofta att en av deras viktigaste tillgångar är de anställda (Gupta & Choudhury 2009; Kent & Zunker 2015). Detta speglas i projektledarens svar om de anställdas betydelse för banken då hon poängterade att utan de anställda finns det inte så mycket till bank kvar. Därav kan det tolkas som att bankens framgång eller misslyckande är beroende av de anställda och deras prestationer enligt Ebimobowei och Yadirichukwu (2012). Eftersom projektledaren också påstår att banken är en väldigt kunskapsstung bank kan det enligt Kent och Zunker (2015) antas att de anställda är en stor del immateriella tillgångar, vilket ökar deras betydelse ytterligare. Definitionen av en intressent är en grupp vars stöd är nödvändigt för en organisations överlevnad (Freeman 1984). Därav är anställda en högst viktig intressent både enligt teorin och studiens resultat. Deras behov av information borde därför vara högst väsentligt att tillmötesgå även i årsredovisningen.

Eftersom banken inte riktar årsredovisningen till de anställda finns ingen del i den som riktar sig till anställda heller. Det kan vara så att anställda inte anses vara en tillräckligt stark intressent och därför prioriteras inte den gruppen enligt Gray et al. (1996) vad gäller årsredovisningens innehåll. Årsredovisningen är ett av företagets viktigaste kommunikationsmedel enligt Catasús (2004). Detta stämmer inte vad gäller kommunikationen till de anställda i den här studien. Den enda delen som kunde vara intressant för anställda att läsa enligt projektledaren var en sida om företagets HR-policy. Dock var det ingen av de anställda som nämnde något om denna sida. För att kommunicera på ett lyckat sätt är det viktigt att välja mottagare för informationen (Catasús 2004), därför kan en uppmuntran till anställda att läsa denna sida rekommenderas. En viktig del för ledningen att kommunicera till anställda är företagets värderingar (Heide et al. 2012), där årsredovisningen och speciellt VD-ordet är ett bra medel (Amernic et al. 2010). Enligt Ditlevsen (2012) använder sig företag av VD-ordet för att bland annat informera om ledningens syn och skapa en positiv bild till anställda. Detta var inget banken gjorde medvetet. Däremot lyfte de anställda fram VD-ordet som viktigt för att ta del av framtidsvisioner och ledningens åsikter, varför banken kunde gynnas av att även rikta VD-ordet mer till anställda. En anställd uttryckte att det är viktigt att visioner och strategier kommuniceras tydligt så att hon vet att hennes arbete är i linje med dessa. Årsredovisningen anses även vara en bra informationskälla för att informera intressenterna om vad som är viktigt (Guthrie et al. 2004). En väl kommunicerad

vision kan också skapa ett företags goda rykte och locka till sig duktiga medarbetare (Dowling & Moran 2012).

Vad gäller årsredovisningens layout och design hade banken fasta riktlinjer och tog hjälp av en grafisk byrå. Deras främsta målgrupp aktieägarna hade inte någon möjlighet att påverka detta. Det är i linje med vad som framkom av Curtis (1997) där grafik och design i årsredovisningen baseras på vad som är visuellt gångbart snarare än vad som är mest gångbart utifrån användarnas perspektiv. Grafiken är en viktig del i användarnas uppfattning av informationen och kan vara en sak som företaget borde ta hänsyn till då det kan påverka tolkningen av det finansiella tillståndet (Penrose 2008). Grafiken kan också användas i syfte att manipulera uppfattningen av informationen (Penrose 2008), varför det kan vara en idé att ta hänsyn till användarnas åsikter. Eftersom årsredovisningen ses som ett marknadsföringsobjekt (Karreman et al. 2014) kan företaget välja att ignorera användarnas uppfattning då de vill höja dess rykte och övertyga intressenterna om företagets framgång. Då årsredovisningens främsta målgrupp är aktieägarna kan det enligt Edwards (1989) vara så att ledningen publicerar den information som på bästa sätt marknadsför företaget i syfte att få in mer kapital i banken.

De anställda hade ingen möjlighet att påverka vad som publicerades i bankens årsredovisning, det fanns ingen sådan process för feedback. De flesta anställda trodde inte heller att de hade någon möjlighet att påverka. Detta kan vara en risk då det kan leda till misstro, oönskat beteende samt lägre moral bland de anställda (Gupta & Choudhury 2009; Williams & Adams 2013). I detta fall kan den risken vara minimerad då de anställda anser att de får tillräckligt med information internt. Däremot kan möjligheten att låta intressenterna ge feedback på årsredovisningens innehåll hjälpa banken att förbättra den typen av rapportering (Cronjé 2010). Anställda anses ha legitim rätt att få information och företag borde ta hänsyn till den rätten (Williams & Adams 2013), men det är inget banken väljer att göra vad gäller årsredovisningen.

5.2.3. Frivillig information i årsredovisningen

Enligt Campbell et al. (2006) har den frivilliga informationen ökat på senare år. Detta talar emot det projektledaren sa då denna del av årsredovisningen snarare hade minskat. Eftersom denna bank är ett stort börsnoterat företag borde dess årsredovisning enligt Brennan (2005) innehålla en stor mängd frivillig information men istället menade projektledaren att den lagstadgade delen börjat

ta större plats på grund av ökade rapporteringskrav. Vad projektledaren tror har drivit denna förändring är att samhället blivit mer och mer digitalt genom att alla idag föredrar att gå in på nätet och hitta information om banken, snarare än i en pappersprodukt. Däremot menade flera anställda att de önskade ta del av årsredovisningen i ett fysiskt format då den innehåller så mycket information. Detta kan indikera på att banken inte har koll på vad de anställda har för behov och hur de önskar ta del av informationen.

På frågan om hur det går till när projektgruppen väljer vilken information årsredovisningen ska innehålla gavs svaret att de utgår från den tidigare årsredovisningen och utvärderar denna. De vill att mottagaren, i detta fall främst aktieägarna, ska få en korrekt bild av verksamheten. Enligt Graham et al. (2005) är det en anledning till varför företag väljer att producera information, det vill säga för att reducera informationsrisken till aktiemarknaden. Projektgruppen går inte ut och frågar mottagarna vilken information de vill ha utan utgår från om det är något speciellt banken vill kommunicera som speglar föregående år. Enligt Deegan och Unerman (2011) är det viktigt att fråga intressenterna vilken information som efterfrågas innan informationen produceras, för att den ska vara användbar. Om projektgruppen skulle fråga anställda om deras informationsbehov skulle det kunna innebära att informationen i årsredovisningen också blir mer användbar för dem. Den frivilliga informationen kan också vara viktig i syfte att få intressenternas stöd och godkännande (Gray et al. 1996). Projektledaren påpekade att om det blir för mycket information kan det bli svårt för mottagarna att ta den till sig. Med tanke på att flera anställda tyckte årsredovisningen var för lång så är det snarare ett faktum att dess längd hindrar mottagarna att ta del av informationen.

Syftet med den frivilliga informationen i årsredovisningen var att ge en bild av verksamheten enligt projektledaren. Då det inte framkom något annat syfte med den frivilliga informationen kan det enligt Deegan och Unerman (2011) vara så att banken helt enkelt väljer att upprätta sådan information för att uppnå och behålla sin legitimitet i samhället. Enligt legitimitetsteorin ingår företag i ett socialt kontrakt där det finns vissa outtalade förväntningar på hur organisationer ska bete sig och vilken information som ska produceras (Deegan & Unerman 2011). Då det är en storbank kan det vara så att den frivilliga informationen som produceras följer det sociala kontraktet. Det kan också vara så att informationen de producerar beror på utvecklingen inom området och att de följer praxis för att inte göra aktieägarna missnöjda (Deegan & Unerman 2011). Dock var detta inget som kunde bekräftas utifrån intervjun med projektledaren.

Enligt projektledaren fanns en sida i årsredovisningen som kunde vara intressant för en anställd att läsa. I en sådan stor bank kan det anses som för lite då projektledaren tidigare påpekade att banken är en kunskapsorganisation och att sådana företag enligt Catusús (2004) och Kent och Zunker (2015) tenderar att i högre grad rapportera om personalen och de frågor som rör dem. Projektledaren poängterade än en gång att de anställda är en väldigt viktig del av bankens verksamhet samt att det är viktigt att ge sådan information. Trots detta reflekteras inte det i årsredovisningen, vilket är i linje med William och Adams (2013).

6. Slutsatser

I respektive delslutsats redogörs för de viktigaste delarna i analysen och för uppsatsens viktigaste bidrag. Därefter besvaras respektive frågeställning och sedan återkopplas dessa till syftet för att kunna dra slutsatser om informationsgapet. Uppsatsen sammanfattas sedan i en huvudslutsats och avslutas med förslag till vidare forskning.

6.1. Delsslutsats ett

Den första frågeställning handlade om hur anställda som intressentgrupp använder och uppfattar årsredovisningen som kommunikationsmedel och källa till information samt om den uppfyller anställdas behov av information. Så gott som ingen av de anställda läste årsredovisningen då de tog del av sådan information genom andra kommunikationskanaler, främst via intranätet, vilket överensstämmer med McInnes et al. (2007). Många anställda lyfte fram filmklippen som lades ut där VD:n kommenterar resultatet i samband med publicering av rapporter. Detta är något nytt som undersökningen observerat och kan bero på att det inte tidigare har kommunicerats på detta sätt. Studien fann en begränsad användning av informationen i årsredovisningen då den var inaktuell. Några anställda använde dock informationen i vissa arbetsuppgifter vilket också framkom i McInnes et al. (2007) men det var ingen som använde årsredovisningen till sitt beslutsfattande, vilket är årsredovisningens syfte (Arvidson et al. 2016). De anställda uppfattade inte årsredovisningen som källa till information då de tog del av sådan information på annat sätt. De tyckte också att årsredovisningen var för omfattande och komplex som kommunikationsmedel. Samtliga anställda ansåg att de fick sitt informationsbehov uppfyllt, men inte genom årsredovisningen utan via intranätet. Däremot var det flera anställda som ville ha information om förändringar i banken kan leda till nedskärningar. Bankens resultat i jämförelse med konkurrenterna efterfrågades också och är ett behov som inte tidigare noterats. Flera anställda ville också att årsredovisningen skulle komma ut i fysiskt format. Den första delslutsatsen är att årsredovisningen inte är särskilt användbar för anställda. Den uppfattades heller inte vara ett effektivt kommunikationsmedel eller källa till information och anställdas behov av information blev inte uppfyllt genom årsredovisningen.

6.2. Delslutsats två

Den andra frågeställning handlade om hur företag väljer vilken information årsredovisningen ska innehålla för att kommunicera med intressentgruppen anställda samt tillgodose deras informationsbehov. Först och främst ansågs inte anställda vara en intressent av årsredovisningen, men vetskapen att de ändå tog del av den fanns. Det var ingen specifik information i årsredovisningen som riktade sig till anställda, vilket kan bero på att de inte anses vara en tillräckligt stark intressent (Gray et al. 1996). Enligt Gupta och Choudhury (2009) har årsredovisningen blivit mer betydelsefullt i kommunikationen med de anställda, men det kan inte bekräftas utifrån den här undersökningen. Informationen i årsredovisningen är inte anpassad efter vad anställda har för informationsbehov då de inte anses vara en intressent. Trots att de anställda ansågs vara en viktig del i en organisation som är såpass personaltung så reflekterades inte detta i årsredovisningen vilket är i linje med tidigare studier som exempelvis Gray et al. (1996) och Kent och Zunker (2015). Utifrån denna undersökning är delslutsats två att detta företag inte kommunicerar med intressentgruppen anställda och inte heller tillgodoser deras informationsbehov genom årsredovisningen. Endast om informationen uppfyller intressenternas behov av information blir informationen användbar (ASSC 1975; Hui & Yusof 2010; Marton et al. 2013).

6.3. Huvudslutsats

Genom att ha besvarat frågeställningarna kan dessa återkopplas till uppsatsens syfte som var att undersöka hur årsredovisningen används av anställda samt om det finns ett informationsgap mellan anställdas informationsbehov och årsredovisningens innehåll. Då informationen i årsredovisningen varken uppfyllde eller tillgodosåg de anställdas informationsbehov kan det innebära det att informationen inte är relevant för anställdas beslutsfattande (Glautier & Under 2001) och ett informationsgap uppstår. Det kan bero på att anställda inte anses vara en intressent samt att de får information på annat sätt. Gapet kan också bero på att de anställdas behov är mer komplexa och att informationen i årsredovisningen inte är relevant för anställda (Glautier & Under 2001). Enligt Ghazali och Anum (2010) kunde gapet bero på att användarna kräver mer information än vad som är värt kostnadsmässigt, men det var inget som bekräftades i undersökningen. Enligt Slack och Campbell (2008) kan det vara en utmaning för de som upprättar årsredovisningen att tillgodose informationsbehoven. Vissa behov som exempelvis verksamhetsförändringar som in-

nebar nedskärningar, passar inte i en årsredovisning som är mer ett marknadsföringsobjekt gentemot aktieägarna. Informationsgapet mellan just anställdas informationsbehov och årsredovisningens innehåll är något som inte tidigare upptäckts. I en såpass personaltung organisation kan anställda anses vara en nyckelintressent i företaget. Anställda har genom sina år i tjänsten gjort en mycket större investering i företaget genom sin tid och engagemang samt har ett större intresse i företagets framtid än många av aktieägarna (Donaldson & Preston 1995). Utifrån denna undersökning och tidigare forskning (Ebimobwei & Yadirichukwu 2012; Mäkelä 2013; Kent & Zunker 2015) kan det konstateras att de anställda är en högst betydelsefull intressent. Därför borde deras informationsbehov av årsredovisningen prioriteras högre. Slutsatsen är att årsredovisningen är begränsat använd av anställda och att det finns ett informationsgap som uppstår i och med att årsredovisningens innehåll inte uppfyller de anställdas informationsbehov. Genom denna slutsats är uppsatsens syfte uppfyllt.

6.4. Förslag till vidare forskning

Undersökningens generaliserbarhet är begränsad så till vida att det som påträffats inte behöver förekomma på andra företag, därför vore det intressant att göra en flerfallsstudie då det kan öka generaliserbarheten enligt Eisenhardt och Graebner (2007). Flera anställda poängterade att det skulle vara mer intressant att läsa årsredovisningen om de arbetade i ett mindre företag då informationen blir närmare det egna arbetet. Detta var något som inte funnits i uppsatsens litteraturstudie. Det skulle därför vara intressant för vidare forskning att undersöka hur anställda i ett mindre onoterat bolag använder årsredovisningen. Det kan vara intressant på grund av att kraven på årsredovisningens utformning är större på börsnoterade företag (Arvidson et al. 2016). Det gör att årsredovisningen för dessa företag blir längre och mer komplexa, vilket hindrade flera anställda att läsa årsredovisningen i denna studie. Ett onoterat bolag kan därför ha en årsredovisning som är mindre komplex och då vara mer användbar av anställda.

7. Referenslista

Abu-Nassar, M. & Rutherford, B.A. (1996). External users of financial reports in less developed countries: the case of Jordan. *British Accounting Review*, 28 (1), 73-87.

Ahrne, G. & Svensson, P. (2015). *Handbok i kvalitativa metoder*. Stockholm: Liber.

AICPA. (1994). *Improving business reporting: a customer focus : meeting the information needs of investors and creditors: comprehensive report*. New York: American Institute of Certified Public Accountants

AICPA. (1973). *Report of the Study Group on the Objectives of Financial Statements*. New York: American Institute of Certified Public Accountants.

Alvesson, M. & Sköldböck, K. (2008). *Tolkning och reflektion: vetenskapsfilosofi och kvalitativ metod*. Lund: Studentlitteratur.

Amernic, J., Craig, R. & Tourish, D. (2010). *Towards a culture audit: measuring and assessing tone at the top using annual report CEO letters*. Edinburgh: The Institute of Chartered Accountants of Scotland.

Arvidson, P., Carrington, T. & Johed, G. (2016). *Den nya affärsredovisningen*. Stockholm: Liber.

ASSC. (1975). *The Corporate Report*. London: Accounting Standards Steering Committee.

Baker, H.K. & Haslem, J. A. (1973). Information needs of individual investors. *Journal of Accountancy*, 64-69.

Bartlett, S.A. & Chandler, R.A. (1997). The corporate report and the private shareholder: Lee and Tweedie Twenty years on. *British Accounting Review*, 29 (3), 245-261.

Brennan, N. (2005). Through the eyes of management: narrative reporting across three sectors. *Accounting and Business Research*, 35 (3), 287-289.

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

Boesso, G. & Kumar, K. (2009). Stakeholder prioritization and reporting: Evidence from Italy and the US. *Accounting Forum*, 33 (2), 162-175).

Campbell, D., Moore, G. & Shrives, P. J. (2006). Cross-sectional Effects in Community Disclosure. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 19 (1), 96–114.

Catasús, B., Ehrenheim, L.V. & Gröjer, J. (2004). *Personalen i årsredovisningen*. Stockholm: Öhrlings PricewaterhouseCoopers.

Clarkson, M. (1995). A stakeholder framework for analyzing and evaluating corporate social performance. *Academy of Management review*, 20 (1), 92-117.

Cornelissen, J. (2008). *Corporate communication: a guide to theory and practice*. London: SAGE.

Courtis, J.K. (1997). Corporate Annual Report Graphical Communication in Hong Kong: Effective or Misleading?. *Journal Of Business Communication*, 34 (3), 269-288.

Cronjé, C. J. (2010). A more subtle set of information in corporate annual reports for disadvantaged stakeholders. *South African Journal of Economic and Management Science*, 13 (2), 222-235.

Day, R. & Woodward, T. (2004). Disclosure of information about employees in the Directors' report of UK published financial statements: substantive or symbolic?. *Accounting Forum*, 8 (1), 43-59.

Deegan, C. & Unerman, J. (2011). *Financial accounting theory*. Maidenhead: Mc Graw-Hill Education.

Ditlevsen, M. (2012). Revealing corporate identities in annual reports. *Corporate Communications*, 17 (3), 379-403.

Donaldson, T. & Preston, L.E. (1995). The stakeholder theory of the corporation: concepts, evidence and implications. *The Academy of Management Review*, 20 (1), 65-91.

Dowling, G. & Moran, P. (2012). Corporate reputations: Built in or bolted on? *California Management Review*, 54 (2), 25-42.

Ebimobowei, A. & Yadirichukwu, E. (2012). Employees Reporting and Collective Bargaining in Organisations: a need for disclosure. *Kuwait Chapter of Arabian Journal of Business and Management Review*, 1 (8), 23-36.

- Edwards, J.R. (1989). *A History of Financial Accounting*. London & New York: Routledge.
- Eisenhardt, K.M. (1989). Building theories from case study research. *Academy of management review*, 14 (4), 532-550.
- Eisenhardt, K.M. & Graebner, M.E. (2007). Theory building from cases: Opportunities and challenges. *Academy of management journal*, 50 (1), 25-32.
- Ekengren, A-M. & Hinnfors, J. (2012). *Uppsatsbandbok*. Lund: Studentlitteratur.
- Epstein, M.J. & Pava, M.L. (1993). *The shareholder's use of corporate annual reports*. Greenwich: JAI Press.
- Fejes, A. & Thornberg, R. (2015). *Handbok i kvalitativ analys*. Stockholm: Liber.
- Freeman, R.E. (2010[1984]). *Strategic management: a stakeholder approach*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Ghazali, M. & Anum, N. (2010). The Importance and Usefulness of Corporate Annual Reports in Malaysia. *Gadjab Mada International Journal of Business*, 12 (1), 31-54.
- Given, L.M. (2008). *The Sage Encyclopedia of Qualitative Research Methods*. Thousand Oaks: SAGE Publications, Inc.
- Glautier, M.W.E. & Under, B. (2001). *Accounting Theory and Practice*. London: Prentice Hall.
- Graham, J.R., Harvey, C.R. & Rajgopal, S. (2005). The Economic Implications of Corporate Financial Reporting. *Journal of Accounting and Economics*, 40 (1-3), 3-73.
- Gray, R., Owen, D. & Adams, C. (1996). *Accounting and Accountability*. London: Prentice Hall.
- Gupta, P.R.S. & Hannan, S.A. (1999). Employees' Information Needs and Corporate Annual Reports. *Manpower Journal*, 35 (1), 65-70.
- Gupta, P.R.S. & Choudhury, P. (2009). Employee Information Needs and Corporate Responses. *IUP Journal Of Management Research*, 8 (9), 18-47.
- 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.

- Guthrie, J., Petty, R. & Ricceri, F. (2006). The voluntary reporting of intellectual capital: comparing evidence from Hong Kong and Australia. *Journal of Intellectual Capital*, 7 (2), 254-271.
- Heide, M., Johansson, C. & Simonsson, C. (2012). *Kommunikation i organisationer*. Stockholm: Liber.
- Hines, R.D. (1982). The Usefulness of Annual Reports: the Anomaly between the Efficient Markets Hypothesis and Shareholder Surveys, *Accounting and Business Research*, 12 (48), 296–309.
- Hooks, J., Coy, D., & Davey, H. (2002). The information gap in annual reports. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 15 (4), 501-522.
- Hui, W.S. & Yusof, N.A.B.M. (2010). The use of management accounting information (MAI): Perceptions of preparers and users. *Science and Social Research (CSSR), 2010 International Conference on*, 259-264.
- Jack, L. (2013). *The Routledge companion to accounting communication*. [Elektronisk]. New York: Routledge.
- Johansson, C., Johansson, R., Marton, J. & Pautsch, G. (2013). *Extern redovisning*. Stockholm: Sanoma utbildning.
- Karreman, J., de Jong, M. & Hofmans, S. (2014). The Effects of Different Parts of the Annual Report on Potential Investors' Attitudes Towards the Company and on the Corporate Reputation. *IEEE Transactions On Professional Communication*, 57 (2), 78-97.
- Kent, P. & Zunker, T. (2015). A stakeholder analysis of employee disclosures in annual reports. *Accounting & Finance*. doi: 10.1111/acfi.12153.
- Lee, T.A. & Tweedie, D.P. (1990). *Shareholder Use and Understanding of Financial Information*. New York & London: Garland Publishing INC.
- Lewis-Beck, M.S., Bryman, A. & Futing Liao, T. (2004). *The SAGE Encyclopedia of Social Science Research Methods*. Thousand Oaks: Sage Publications, Inc.
- Lewis, N., Parker L.D. & Sutchiffie, P. (1984). Financial Reporting to Employees: Towards a Research Framework. *Accounting and Business Research*, 14 (55), 229-239.

- Lönnqvist, R. (2011). *Årsredovisning i aktiebolag och koncerner*. Lund: Studentlitteratur.
- Marton, J., Lumsden, M., Lundqvist, P. & Pettersson, A-K. (2013). *IFRS - i teori och praktik*. Stockholm: Sanoma utbildning.
- McInnes, B., Beattie, V. & Pierpoint, J. (2007). *Communication between management and stakeholders: a case study*. ICAEW, UK.
- Mitra, S. (2012). A Critique of the User Orientation Approach to Corporate Reporting. *IUP Journal Of Accounting Research & Audit Practices*, 11 (3), 58-66.
- Mäkelä, H. (2013). On the ideological role of employee reporting. *Critical Perspectives On Accounting*, 24, 360-378.
- Niemi, L. & Sundgren, S. (2012). Are Modified Audit Opinions Related to the Availability of Credit? Evidence from Finnish SMEs. *European Accounting Review*, 21 (4), 767-796.
- Nylén, U. (2005). *Att presentera kvalitativa data*. Stockholm: Liber.
- Parker, L.D. (1982). Corporate Annual Reporting: A Mass Communication Perspective. *Accounting & Business Research*, 12 (48), 279-286.
- Penrose, J.M. (2008). Annual report graphic use. *Journal Of Business Communication*, 45 (2), 158-180.
- Pope, P. F. & Peel, D.A. (1981). Information disclosure to employees and rational expectations. *Journal of Business Finance & Accounting*, 8 (1), 139-146.
- Riahi-Belkaoui, A. (2004). *Accounting theory*. London: Thomson.
- Rehnman, E. (1967). *Företagsdemokrati och företagsorganisation: om organisationsteoris tillämpbarhet i debatten om arbetslivets demokratisering*. Stockholm: S.A.F.
- Rensburg, R. & Botha, E. (2014). Is Integrated Reporting the silver bullet of financial communication? A stakeholder perspective from South Africa. *Public Relations Review*, 40 (2), 144-152.
- Rowbottom, N. & Lymer, A. (2010). Exploring the use and users of narrative reporting in the online annual report. *Journal of Applied Accounting Research*, 11 (2), 90-108.
- SFS 1995:1554. *Årsredovisningslag*. Justitiedepartementet.

Slack, R. & Campbell, D. (2008). *Narrative reporting: analysts' perceptions of its value and relevance*. London: Association of Chartered Certified Accountants.

Svensson, P-G. & Starrin, B. (1996). *Kvalitativa studier i teori och praktik*. Lund: Studentlitteratur.

Trost, J. (2010). *Kvalitativa intervjuer*. Lund: Studentlitteratur.

Williams, S. & Adams, C. (2013). Moral accounting? Employee disclosures from a stakeholder accountability perspective. *Accounting Auditing & Accountability Journal*, 26 (3), 449-495.

Wilton, R.L. & Tabb, J.B. (1978). An Investigation into Private Shareholders' Usage of Financial Statements in New Zealand. *Corporate Annual Report Analysis: AFM Exploratory Series No. 5*, 169–175.

8. BILAGA I

Intervjuguide anställda

Bakgrund

1. Berätta om din roll på banken.
2. Beskriv för oss hur viktigt det är för dig att få veta hur det går för banken och hur ni har presterat?

Anställdas användande

3. Brukar du läsa eller har du någon gång läst bankens årsredovisning?
NEJ -> Fråga 14
4. Beskriv för oss hur du läser bankens årsredovisning.
5. Vilka delar av bankens årsredovisning tittar du särskilt på och vilka struntar du i helt?
6. Vad använder du den informationen till?
7. Hur väl förstår du informationen som finns i årsredovisningen?

Årsredovisningen som kommunikationsmedel

8. Hur tycker du banken kommunicerar med er anställda via årsredovisningen?
9. Vilken är din uppfattning om bankens årsredovisning som källa till information om banken och deras verksamhet?

Anställdas informationsbehov

10. Vilken information anser du vara den mest relevanta för dig som anställd på banken och som du har mest nytta av?
11. Beskriv hur väl du anser att bankens årsredovisning och intranät uppfyller ditt behov av information.
12. Som anställd på banken, finns det någon information du saknar eller som du hade velat ha mer eller mindre av som skulle vara relevant för dig som anställd i företaget? Vilken information i så fall?
13. Har du som anställd någon möjlighet att påverka på vad som publiceras i årsredovisningen?

Årsredovisningen som kommunikationsmedel

14. Hur kommer det sig att du inte läser årsredovisningen?
15. Läser du om företagets resultat, framgång och framtidsplaner i något annat medium?

Informationsbehovet

16. Vad skulle kunna få dig att läsa bankens årsredovisning?
 17. I vilken/vilka situation tror du att du skulle vilja läsa en årsredovisning?
-

18. Är det något annat du vill tillägga eller någon fråga vi borde ställt?

Vänligen observera att detta endast är en intervjuguide. Fler frågor kan uppkomma under intervjuens gång.

9. BILAGA II

Intervjuguide projektledare

Bakgrund

1. Berätta om din roll på banken.

Företagets intressenter

2. Berätta om vilka grupper och personer i samhället du tror kan vara intresserade av bankens årsredovisning.
3. Till vilka intressenter riktar sig bankens årsredovisning?

Frivillig information i årsredovisningen

4. Hur har bankens årsredovisning utvecklats på senare tid?
5. Berätta om hur det går till när ni väljer vilken information årsredovisningen ska innehålla (av den information man kan välja).
6. Berätta hur ni tänker kring rapportering av personalfrågor i årsredovisningen.

Årsredovisningen som kommunikationsmedel

7. Vad är din uppfattning om betydelsen av de anställda i banken?
8. Hur kommunicerar ni med de anställda genom årsredovisningen?
9. Vilka delar av årsredovisningen skulle du säga är riktade till de nuvarande och potentiella anställda? Anser du att det är någon del i årsredovisningen som de anställda borde läsa?
10. Hur resonerar ni när ni ska bestämma hur layout och design av årsredovisningen skall se ut?
11. I vilken utsträckning har de anställda en påverkan på vad som upprättas i årsredovisningen?
12. Tar ni emot feedback på innehåll och layout av årsredovisningen från någon av era intressenter?
13. Är det något annat du vill tillägga eller någon fråga vi borde ställt?

Vänligen observera att detta endast är en intervjuguide. Fler frågor kan uppkomma under intervjuens gång.