



LUNDS UNIVERSITET
Ekonomihögskolan

Företagsekonomiska institutionen

FEKH49

Examensarbete i organisation på kandidatnivå

VT 2023

Berättelser om digitalisering

En narrativ analys om hur digitalisering uppfattas och framställs av olika aktörer i ett svenskt företag inom dagligvaruhandeln

Författare:

Edvin Eriksson

Leo Mitelman

Philip Trozelli

Handledare: Anna Stevenson

Förord

Inledningsvis, skulle vi vilja rikta ett stort tack till vår handledare Anna Stevenson. Du har hjälpt och pushat oss framåt under hela processen. Utan dina ärliga, konstruktiva och motiverande ord hade uppsatsen inte varit möjlig. Stort tack!

Vi skulle också vilja rikta ett stort tack till alla intervjupersoner. Tack för ert deltagande och det positiva bemötandet. Era svar gav oss nya perspektiv vilket förde arbetet framåt. Tack!

Att skriva en kandidatuppsats var nog svårare och mer komplicerat än vi alla trodde. Det har varit långa dagar och sena nätter på Ideon. Med det sagt, har vi haft väldigt roligt under arbetets gång. Vi har lärt oss jättemycket och tillsammans åstadkommit någonting vi kan vara stolta över.

Vi önskar er en trevlig läsning!

/Edvin Eriksson, Leo Mitelman och Philip Trozelli

Sammanfattning

Seminariedatum: 2 juni 2023

Kurs: FEKH49 - Examensarbete i organisation på kandidatnivå

Författare: Edvin Eriksson, Leo Mitelman och Philip Trozelli

Handledare: Anna Stevenson

Fem nyckelord: Digitalisering, storytelling, narrativ, sensegiving och sensemaking

Frågeställning: Hur framställs berättelsen om digitalisering på olika vis?

Syfte: Syftet med uppsatsen är att analysera och förstå hur olika berättelser om digitalisering presenteras från olika perspektiv i en organisation. Med en narrativ analys utifrån befintlig litteratur, strävar uppsatsen efter att skapa mening och förståelse om hur olika aktörer i en organisation framställer berättelser om digitalisering.

Teori: Studien positionerar sig mot den tidigare narrativa forskningen kring digitalisering, med fokus på det som härstammar från det organisationsteoretiska perspektivet. Utöver detta inkluderas även det teoretiska ramverket som tillåter studien att positioneras än tydligare gentemot den tidigare forskningen.

Metod: Dels intervjustudier, med semistrukturerade intervjuer och dels genom en dokumentstudie, med utdrag från organisationens årsredovisning.

Resultat: Empirin presenteras inom analysen som en rad teman inom det som kallas den stora berättelsen företaget för kring digitalisering. Utöver detta presenteras även de alternativa berättelserna som motsätter sig eller avviker från den stora berättelsen. Generellt uppdagades det att den stora berättelsen hade tendenser att lyfta möjligheterna och fördelarna som är associerade med digitalisering. Medan de alternativa berättelserna i större utsträckning lyfte riskerna och nackdelarna associerade med digitalisering.

Slutsats: I den stora berättelsen värderades digitaliseringen högre och hade i större utsträckning skapat mening kring det. Inom de alternativa berättelserna fanns det en högre grad av skepticism gentemot digitalisering och större oro kring riskerna som uppkommer med digitaliseringen.

Abstract

Title: Stories about digitalisation

Date of seminar: June 2nd 2023

Course: FEKH49 - Bachelor's degree thesis in Organisation

Supervisor: Anna Stevenson

Five key words: Storytelling, the grand narrative, antenarrative, sensegiving and sensemaking

Research question: How is the story of digitalisation told in different ways?

Purpose: The purpose of the paper is to analyse and understand how different narratives about digitalisation are presented from different perspectives in an organisation. With a narrative analysis based on existing literature, the paper strives to create meaning and understanding of how different stakeholders in an organisation present narratives about digitalisation.

Theory: The study positions itself relative to the previous narrative research on digitalisation, with a focus on those originating from the organisational theory perspective. In addition to this, the theoretical framework is also included, which allows the study to be positioned even more clearly in relation to the previous research.

Method: Partly interview studies, with semi-structured interviews and partly through a document study, with extracts from the organisation's annual report.

Result: The empirical data is presented within the analysis as a set of themes within what is called the grand narrative of the company on digitalisation. In addition, the antenarratives that oppose or deviate from the grand narrative are also presented. In general, it was found that the grand narrative tends to highlight the opportunities and benefits associated with digitalisation. While the antenarratives to a greater extent highlighted the risks and disadvantages associated with digitalisation.

Conclusions: In the grand narrative, digitalisation was more highly valued and had created more meaning around it. Within the antenarratives, there was a higher degree of scepticism towards digitalization and greater concern about the risks posed by digitalization.

Innehållsförteckning

1. Inledning	6
1.1 Bakgrund	6
1.2 Problematisering	7
1.3 Syfte och frågeställning	9
1.4 Disposition	10
2. Litteraturöversikt	11
2.1 Tidigare forskning	11
2.1.1 Digitalisering	11
2.1.2 Digitala verktyg i organisationer	13
2.1.3 Narrativ forskning kring digitalisering	13
2.2 Det teoretiska ramverket	16
2.2.1 Berättelser i organisationer	16
2.2.2 Den stora berättelsen	17
2.2.3 Antenarrativ	18
2.2.4 Sensegiving i berättelser	19
2.2.5 Sensemaking i berättelser	20
2.3 Studiens positionering	20
3. Metod	22
3.1 Metodteoretisk grund	22
3.2 Studieobjekt	22
3.2.1 Tillgänglighet	23
3.2.2 Avgränsningar	23
3.2.3 Fokus under arbetets gång	24
3.3 Insamling av empiriskt material	24
3.4 Analysprocessen	25
3.4.1 Sortera materialet	25
3.4.2 Reducera materialet	25
3.4.3 Narrativ analys	26
3.4.4 Argumentation	26
3.5 Studiens trovärdighet och begränsningar	27
4. Analys av empiri	29
4.1 Den stora berättelsen	29
4.1.1 Superhjälten	29
4.1.2 Det underlättande verktyget	31
4.1.3 Ett effektivt instrument	33
4.1.4 Allt för kunden	35
4.1.5 Den trygga handen	38
4.2 Alternativa berättelser	39

4.2.1 De förlorade	40
4.2.2 Övervakaren	42
4.2.3 Den påtvingade förändringen	43
5. Diskussion	47
5.1 Resultat kopplat till tidigare forskning	47
6. Slutsats	51
6.1 Studiens teoretiska bidrag	51
6.2 Begränsningar & förslag till vidare forskning	52
6.3 Studiens praktiska relevans	52
Litteraturlista	54

1. Inledning

I detta avsnitt introduceras det valda ämnet och ytterligare definieras uppsatsens fokus på de olika berättelser som förs om digitalisering i en svensk livsmedelskoncern. Det inledande kapitlet strävar efter att ge en övergripande introduktion och problematisering av ämnesområdet, presentera den undersökande frågeställningen och uppsatsens disposition.

1.1 Bakgrund

Digitalisering kan på många sätt ses som ett resultat av en successiv utveckling sedan 1800-talet (Cöster & Westelius, 2021). Denna syn på digitaliseringen återspeglas även av författarna McAfee, Bonnet & Westerman (2014) som menar att den senaste gången vi såg en sådan stor teknologisk innovation påverka företagslandskapet var den industriella revolutionen. Cöster och Westelius (2021) belyser hur dagens samhälle är starkt beroende av digitala verktyg, ofta ovetande om det faktum, då det är djupt integrerat i vardagen. Vidare, exemplifieras Covid-19 som ett praktexempel då det öppnade många ögon för samhällets behov och breda användning av digitala verktyg i olika sammanhang.

En sådan omfattande förändring som transformerat samhället, har även tagit sitt avtryck i flera branscher och marknader vilket har tvingat organisationer att implementera digitala lösningar för att överleva och fortsätta vara konkurrenskraftiga (Trittin-Ulbrich, Scherer, Munro & Whelan, 2021). Digitaliseringen har möjliggjort lösningar på tidigare existerande problem, förbättrat organisationers arbetssätt och lett till skapandet av nya organisationer (Cöster & Westelius, 2021). Fortsättningsvis, tenderar implementering av digitala verktyg i moderna organisationer påverka samtliga delar av en organisation (Plekhanov, Franke & Netland, 2022). Livsmedelsbranschen är en industri där digitala verktyg fått en betydande påverkan (Seitz, Pokrivčák, Tóth & Plevný, 2017). Författarna förklarar att det bland annat har lett till förändringar i konsumentbeteende, affärsmodeller och öppnat möjligheterna för e-handel. I en rapport publicerad av McKinsey & Co (2012) framställer Desai, Potia och Salsberg digitaliseringens påverkan på livsmedelsbutiker och visar på trender vilka har påverkat och förväntas fortsätta påverka livsmedelsbranschen framöver. Författarna nämner bland annat marknadsföring, personaliserade erbjudanden, själv check-out kassor och ett ökat fokus på kundupplevelsen som ett resultat av livsmedelsbutikers användande av digitala verktyg.

Emellertid behöver digitalisering inte endast vara något positivt, utan precis som med mycket annat, finns även en mindre bra sida (Tritill-Ulbrich et al., 2021). Brynjolfsson och Hitt (2000) lägger vikt på behovet att det integreras på ett effektivt sätt i syfte att undvika långa procedurer och andra mindre fördelaktiga utfall som kan komma i och med digitaliserade strukturer. Huruvida fördelarna med digitalisering i organisationer är större än nackdelarna är svårbedömt, vilket bevisar den subjektiva faktorn i denna fråga.

1.2 Problematisering

Digitalisering definieras som övergången från analoga till digitala medel samt den övergripande övergången till ett digitalt informationssamhälle (Nationalencyklopedin, 2023). Digitaliseringen har tvingat organisationer att förändras och implementera digitala lösningar för att överleva och fortsätta vara konkurrenskraftiga (Trittin-Ulbrich et al., 2021). Emellertid anser Reis, Amorim, Melao och Cohen att den existerande litteraturen på digitalisering är ett förhållandevis utforskat område. I linje med Reis et al., resonemang delar Kuusisto (2017) synen på forskningen inom området, då författaren argumenterar för digitaliseringens marscherande påverkan på både samhälle och organisationer, som kontinuerligt ökar i rask takt, vilket Kuusisto menar ökar behovet av mer litteratur på området.

Ur ett organisatoriskt perspektiv är förändringar alltid svåra att hantera ur flera perspektiv och implementering av digitala verktyg är inget undantag (McAfee, Bonnet & Westerman, 2014). Författarna beskriver bland annat vikten av ledarskap och den övergripande organisatoriska strukturen som väsentlig i syfte att implementera en digital förändring i organisationer och få medarbetare engagerade.

I syfte att förstå hur ett fenomen eller situationer upplevs av individer i en organisation, introducerar Sveningsson & Sörgärde berättelser [*eng: storytelling*] som ett relevant begrepp (2020). Detta beskrivs som ett fenomen vilket sker konstant och på alla nivåer i en organisation. Berättanden kan användas av organisationer för att väcka intresse och engagemang för olika situationer och begreppet beskrivs som starkt sammankopplat med sensemaking och sensegiving. Enligt Essebos (2022) har berättandet och digitaliseringen blivit allt mer sammankopplat i det

digitala samhället. Denna koppling mellan de två områdena belyser relevansen att undersöka berättelser om digitalisering för att förstå hur dessa berättelser tar skepnad och framställs.

Vidare, i syfte att analysera berättelser och narrativ, presenterar David M. Boje (2001) *den stora berättelsen* [eng: *the grand narrative*] och *antenarrativ* som relevanta begrepp i narrativ teori. Boje menar att dessa verktyg kan definieras olika, vilket på ett övergripande plan kan översättas till sammanhängande berättelser respektive mindre berättelser/fragment (2001).

Enligt Bigum & Kenway (2005) existerar det varierande entusiasm kring digitalisering, och dessa narrativ kategoriseras av författarna i följande grupper; “doomsters”, “critics” och “boosters”. De identifieras som fördömande, kritiska och positiva berättelser om digitaliseringen. Resultatet som författarna fann, påvisar väsentligheten i att analysera dessa narrativ och berättelser i en annan bransch. Vidare redovisar Mertala (2020), inom forskningsfältet pedagogik, att motstridiga berättelser om digitalisering blev tydligt i skolväsendet. Den etablerade forskningen sågs som det stora narrativet och dessa mer pessimistiskt inställda berättelser om digitalisering i studieområdet sågs som en bidragande faktor till varför digitaliseringen senare minskade. Vidare, inom organisationsteori, föreslår Boje (2001, återgivet i Poudel, 2019) att *prospektiv sensemaking* huvudsakligen förekommer inom antenarrativ då det kan anses vara individers uppfattningar om framtiden. Friesl et al. (2018 återgivet i Poudel 2019) fortsätter resonemanget med att peka på att detta är vanligt förekommande inom digitalisering eftersom ämnet ofta anses vara oförutsägbart.

Vi anser därför att en studie med ett organisationsperspektiv, vilket analyserar de olika berättelserna och narrativ kring digitalisering behövs för att bidra till forskningen om digitalisering.

1.3 Syfte och frågeställning

Uppsatsens syfte är att öka förståelsen för hur berättelser om digitalisering framställs genom att genomföra en narrativ analys av berättelser inom en organisation. Begreppet *berättelser* kommer därför att vara centralt för uppsatsen och samtliga fynd kommer att vara inom kontexten berättelser om digitalisering. Utifrån ovan nämnda syfte kommer följande frågeställning att utredas;

Hur framställs berättelsen om digitalisering på olika vis?

1.4 Disposition

- Inledning** Det inledande kapitlet har som syfte att ge läsaren en övergripande bild om uppsatsen och vad som komma skall. Initialt presenteras en bakgrundsbild till ämnet digitalisering och berättelser, vilket problematiseras och i sin tur leder till ett konkretiserat syfte och uppsatsens frågeställning.
- Metod** I metodavsnittet presenteras den process och de strategier som har valts för uppsatsen.
- Litteratur översikt** Under denna rubrik redovisas befintlig, relevant litteratur som lägger grunden för den analys och diskussion som senare förs. Betoning ligger på narrativ forskning kring digitalisering. Vi introducerar även det teoretiska ramverket vilket används som analysverktyg.
- Analys av empiri** I den här delen presenteras det empiriska materialet. Eftersom uppsatsen är baserad och beroende av det insamlade materialet från de olika aktörerna kommer denna del att vara väsentlig. Här framförs citaten och analyseras löpande i olika teman.
- Diskussion** I denna del sätts insamlad empiri och de tolkningar som gjorts i analysen i relation till den befintliga litteraturen.
- Slutsats** Slutsatsen är den avslutande delen av uppsatsen vilket konkluderar texten, presenterar fynd, begränsningar med uppsatsen och ger förslag på fortsatt forskning.

2. Litteraturöversikt

I det här avsnittet kommer vi att presentera den tidigare forskningen som har gjorts inom området digitalisering och framförallt forskningsläget kring berättelser kopplat till digitalisering. Vi kommer även att presentera det teoretiska ramverket vi använder som analysverktyg. I det första avsnittet av kapitlet introducerar vi den tidigare forskningen och därefter det teoretiska ramverket. Avslutningsvis positionerar vi oss mot den tidigare forskningen.

2.1 Tidigare forskning

I nedanstående avsnitt kommer vi att presentera den tidigare forskningen inom vårt ämne, och den litteratur vi ämnar bidra till. Vi presenterar och definierar begreppet digitalisering och hur det används i organisationer. Utöver det redogör vi även för befintlig litteratur gällande narrativ forskning kring digitalisering.

2.1.1 Digitalisering

Digitalisering kan anses vara överföringen av analog data till digital form. Det kan även anses vara skapandet av effektivare processer, produkter, tjänster eller rutiner via användandet av digitala verktyg (Jason, Hung, Gremyr, 2023). Det finns flera olika definitioner av digitalisering, där bland annat båda de två definitionerna ovan kan förekomma. Vi har valt att använda oss av nedanstående definition genomgående i denna uppsats. Detta då vi anser att den både stämmer väl överens med det fenomen vi önskar undersöka inom fallföretaget samtidigt som det kommer från en tillförlitlig källa.

Ursprungligen omvandling av information från analog till digital representation, numera även allmänt om övergången till ett digitalt informationssamhälle - Nationalencyklopedin (2023).

Digitalisering har fått en allt viktigare roll i det moderna samhället enligt Digitaliseringskommissionen (n.d) vilket blir allt tydligare med tanke på det mål Sveriges

regering har satt upp. Sverige ska vara bäst i världen på att utnyttja digitaliseringens möjligheter (Digg, 2023).

Enligt Digitaliseringskommissionen (n.d), som har fått i uppdrag att förverkliga det ovanstående målet, beror mycket av intresset om digitalisering på dess roll som ett värdeskapande verktyg. Det finns en tydlig koppling mellan digitalisering och effektivisering (Jason, Hung & Gremyr, 2023). Enligt Hung, Nham och Ha (2023) finns det även en tydlig koppling mellan digitalisering och innovation som pekar på ökade nivåer av innovation bland länder inom EU där det har varit en hög nivå av digitalisering under 2010-talet. Fortsättningsvis finns det tecken på att en rad möjligheter har uppkommit inom näringslivet på grund av digitalisering där utvecklingen av digitalisering har inneburit en ny efterfrågan på digitalisering som företag har möjlighet att möta för att själva gagnas av (Svenskt Näringsliv, 2016).

Digitalisering har även en rad svårigheter och nackdelar associerat med sig. Främst av dem kan vara inskränkningarna på individers privatliv som ofta förekommer på grund av digitalisering (Trittin-Ulbrich et al., 2021). Trittin-Ulbrich et al. (2021) menar att digitala verktyg som missförstås, eller där erfarenheten kring dem är bristande, riskerar att användas på sätt som leder till ineffektiva, eller mindre optimala, arbetsprocesser. Fortsättningsvis menar författarna att digitalisering kan leda till en oetisk nivå av utnyttjande av medarbetare. Det motiveras som ett resultat av att digitalisering orsakar att medarbetare i större utsträckning engageras utanför sin arbetstid och då företaget kan utnyttja medarbetarnas energi och tid även under perioder som inte associeras med arbetet (Trittin- Ulbrich et al., 2021)

Utöver detta har det även presenterats kritik mot påståendet att digitalisering är universellt gynnsamt för företag, då det har funnits situationer där digitaliseringen har ökat effektiviteten i ett företag, ökat produktionen etc, men samtidigt lett till negativa effekter såsom ökade operationella kostnader, minskad kapitalomsättningshastighet samt ökade administrationskostnader [*Eng. Management Costs*] (Guo, Li, Wang & Mardani, 2023). Det har lett till att den totala netto nyttan av digitalisering antingen har minskat drastiskt eller varit negativ och därmed representerat ett felaktigt investeringsbeslut (Guo et al., 2023).

Digitaliseringens fördelar och nackdelar är väl utredda med konsekventa och fullvärdiga resonemang som talar både för och mot digitaliseringen. Emellertid det finns klara tecken vilka pekar på att digitalisering är av stor vikt för organisationer världen över och kommer fortsätta vara det. Inte minst inom det svenska näringslivet där det finns indikationer på stor potential till ökad digitalisering (Svenskt näringsliv, 2016), och enligt Digitaliseringskommissionen (n.d) finns det även en framgångsrik svensk företagshistoria med företag som har haft digitalisering som sitt centrala fokus. Att studera en svensk organisation är därför extra intressant.

2.1.2 Digitala verktyg i organisationer

I en alltmer digital värld, belyser Westerman, Bonnet och McAfee (2014) organisationers behov av att implementera digitala lösningar för att överleva. I detta beskrivs bland annat betydelsen av att ha en holistisk och strategisk syn på teknologi i organisationer. En framgångsrik implementering av digitala verktyg och digitalisera en verksamhet sägs behöva vara starkt kopplad till den kultur som befinner sig i organisationen. Vidare belyser Brynjolfsson och Hitt (2000) de tänkbara komponenter som påverkar framgångsrika digitala implementationer i en organisation, då en digital implementering i sig inte behöver vara framgångsrik endast för att möta efterfrågan eller teknikens utveckling. Författarna visar då på vikten av att implementering av IT är i linje med den organisationsstruktur, personal och strategier för att utnyttja teknologins potential. Vidare, menar författarna att det även är viktigt att vara medveten om produktivitetsparadoxen. Det beskrivs som paradoxen, att IT och implementering av digitala verktyg inte nödvändigtvis behöver resultera i en ökad produktivitet i en organisation då det bland annat beskrivs som en tidskrävande process och de stora förändringarna vid implementering behöver integreras på ett strategiskt sätt för att vara effektivt (Brynjolfsson & Hitt, 2000).

2.1.3 Narrativ forskning kring digitalisering

Det har tidigare gjorts forskning kring digitalisering där fokuset har varit på diskurserna och narrativet kring digitalisering. Dessa har ofta varit på ett generellt plan, det finns även exempel på fallstudier som har försökt hitta en koppling mellan den befintliga teorin och det empiriska materialet (Mertala, 2020). I fallet med den mer generella forskningen föreslår Bigum och Kenway (2005) tre olika kategorier för att skildra diskurserna och narrativ kring digitalisering:

”doomsters”, ”critics” och ”boosters”. Dessa grupper representerar olika grader av entusiasm och beteendemönster i sin diskurs gentemot digitalisering. “Boosters” representerar de positiva och uppmanande narrativen kring ämnet medan “doomsters” för en fördömande kritik gentemot digitalisering (Bigum & Kenway, 2005). Bigum och Kenways (2005) studie om diskurser kring digitalisering rör dock huvudsakligen digitalisering kopplat till utbildning, vilket även är fallet med Mertalas (2020) fallstudie där hon analyserar narrativ och diskurserna om digitalisering mer i detalj. Mertala (2020) fann en rad paradoxer mellan diskurser och narrativ hos etablerade källor kring utbildningens digitalisering och de diskurser och narrativ som fanns bland aktörer inom skolväsendet som påverkas av förändringarna. Vilket ledde dem till att presentera den etablerade forskningen som ett ‘stort narrativ’ där de fann att de motstridiga berättelserna som förekom inom empirin eventuellt ledde till att graden av digitalisering minskade. Det var inte påvisbart att detta endast berodde på motståndet, utan det spekulerades även att detta motstånd hade fångat uppmärksamheten av externa intressenter som skapade påtryckningar vid ett specifikt fall av digitalisering.

Från ett organisationsteoretiskt perspektiv har tidigare forskare huvudsakligen kopplat narrativen kring digitalisering till koncept som sensemaking och berättande. I detta har tidigare har utforskats huruvida dessa olika narrativ och antenarrativ innebär retroaktiv eller prospektiv sensemaking vad gäller digitalisering (Poudel, 2019). Poudel argumenterar att de narrativ som huvudsakligen har använts om digitalisering har varit både positiva och negativa mot fenomenet, och har haft varierande effekt utifrån ett sensemaking perspektiv men att denna effekt har varit oförutsägbar enligt den forskning som gjordes tidigare. Detta är enligt Poudel (2019) vad som gör antenarrativen intressanta utifrån ett sensemaking perspektiv då de enligt Boje (2001, återgiven i Poudel, 2019) huvudsakligen haft en prospektiv sensemakingseffekt. Fortsättningsvis beskriver Poudel (2019) antenarrativ och prospektiv sensemaking som två nära besläktade begrepp.

Essebo (2022) studerade berättelser om digitalisering, med huvudsakligt fokus att undersöka berättelserna och narrativen som uppkom till följd av Covid- 19, men fann även fynd relaterade till digitalisering och berättelser. Där författarna fann att just digitalisering var en central punkt i de berättelser som skildrades kring Covid-19. Författaren fann även att digitalisering och

berättelser har blivit allt mer sammanlänkade i det moderna samhället, samtidigt som författaren menar att denna sammankoppling var en trend som blev allt starkare på grund av pandemin. Där social distansering och en ökande digitalisering ledde till att möjligheterna inom digitalt berättande blev allt större.

Utöver detta finns det även ett behov av sensemaking runt digitalisering. Där osäkerheterna kring var digitaliseringen kommer leda, med de nya teknologiska framsteg som görs, leder till att antenarrativ som är kopplade till sensemaking blir av allt större vikt (Poudel, 2019). Fortsättningsvis visar Friesl et al. (2018 återgivet i Poudel 2019) att prospektiv sensemaking blir som mest relevant när det finns osäkerhet kring riktningen av olika förändringar/koncept och på grund av den osäkerhet som återfinns kring digitalisering verkar det finnas ett intresse att utöva och undersöka sensemaking & sensegiving fenomenen kopplat till digitalisering.

Vad gäller sensemaking, sensegiving och digitalisering fann Zulu & Saad (2023) att digitalisering inom byggbranschen ofta beskrevs som praktiskt lönsam och ledde till ett smidigare arbete. Det uppfattades dock tecken på att digitalisering var en långsam och ineffektiv process. Zulu & Saad (2023) redogör fortsättningsvis att det krävs en viss nivå av kunskap och unika sensemaking- metoder när digitala lösningar ska implementeras. Utöver detta har det argumenteras av Gjellebæk, Svensson, Bjørkquist, Fladeby & Grundén (2020) att vid future management, där bland annat digitalisering kan inkluderas, kan sensemaking ses som ett system av interaktioner mellan olika aktörer. Där sensemaking (som fenomen) drivs av diskrepanser och osäkerhet, och via sociala interaktioner kan en gemensam referenspunkt kring olika frågor skapas via sensemaking-processen. Denna gemensamma referenspunkt och överenskommelser kring ämnet anses vara en central del av sensemaking. Vidare argumenteras det av Gjellebæk et al. (2020) att inläring och sensemaking är djupt sammanlänkade, och det vore av intresse att undersöka om detta även är aktuellt vid sensemaking via berättelser.

På området om *sensegiving* är litteraturen något bristande vad gäller studier som är specifikt inriktade på sensegiving kopplat till digitalisering. Vilket möjligen beror på hur nära besläktade begreppen sensemaking och sensegiving, Safari & Areeb (2020) är en av de få författare vi funnit som explicit diskuterar sensegiving och digitalisering. Safari & Areeb (2020) menar att

årsredovisningar ofta möjliggör externt informationsflöde kring frågor som digitalisering och hållbarhet, som i sin tur främjar sensemaking & sensegiving möjligheter.

2.2 Det teoretiska ramverket

I nedanstående avsnitt presenterar vi den forskning och de olika teorier vi har valt att använda oss av i vårt teoretiska ramverk. Det teoretiska ramverket är ämnat att bidra till vår analys, och kan ses som ett verktyg vi använder under analysprocessen i syftet att fördjupa och kontextualisera de fynd vi tar upp. Där kontexten kan anses vara den stora berättelsen vi presenterar. Vilket därefter rättfärdigas med att det i sin tur kommer leda till djupare och mer nyanserade bidrag i diskussionen. Vars generalisering och abstrahering ska leda till ett kunskapsbidrag som hanterar de problem och luckor vi har uppfattat i den tidigare forskningen.

2.2.1 Berättelser i organisationer

I linje med uppsatsens syfte att analysera de olika berättelserna om digitalisering i det valda studieobjektet, är det relevant att inkludera den existerande litteraturen om hur berättelser tar skepnad. I denna del av litteraturen kommer författaren David M. Boje vara en central del av vad som presenteras inom ramen för berättelser.

Författarna Collison och Mackenzie (1999) beskriver berättande i organisationer som ett vanligt förekommande fenomen. Berättelser har sedan en lång tid tillbaka varit ett verktyg att skapa förståelse för fenomen . I dagens organisationer underskattar man ofta betydelsen och den påverkan som berättelser kan få, då berättelser kan få en stor effekt på det som upplevs och vidare hur individer agerar. Dessa berättelser beskrivs uppkomma från flera olika håll, exempelvis genom att man uttrycker rädsla, hopp eller förväntningar på framtiden. Emellertid, beskrivs berättelser ofta vara det slutgiltiga steget när ett beslut tas, vilket påverkar folks uppfattning och kan ge ett nytt perspektiv på någonting. (Collinson & Mackenzie, 1999). Vidare förklarar Collinson och Mackenzie att berättelser kan ta olika skepnader i en organisation. Förslagsvis som ett sätt att kommunicera:

Corporate values and ideals, adapt to change, define and better understand the organizational culture, communicate the essence of a complex message, exploring and developing leadership styles, developing employees relationship to a product or the organisation - Collinson och Mackenzie (1999, s.39)

Dessutom beskriver författarna att berättelser ofta förekommer i tider av förändring och utveckling. Berättelser kan då användas som en del av förändringsprocessen genom att övertyga anställda om en ny riktning (Collinson & Mackenzie, 1999).

Boje (2014) menar att det i vissa fall är svårt att hitta "berättaren" i en organisation. Vidare, förklarar författaren att det inte bara är den högsta chefen som berättar utan att samtliga i organisationen är en berättare, med skillnaden att vissa berättelser har mer inflytande än andra. Berättelser tar skepnad i rykten, lögnen, överdrivande etc och det förekommer i alla organisationer på varje kontor, våning och del av en organisation. Boje menar bland annat att organisationer är en kombination av levande, narrativ och antenarrativa berättelser. Fortsättningsvis belyser författaren lyssnande och tolkning som viktiga delar i berättelser. Då berättelser var och fortfarande är den främsta sensemaking-metoden av kommunikation i organisationer (Boje, 2014).

I linje med Boje, menar Gabriel (2000) att berättelser existerar överallt och att dessa kan existera parallellt inom en organisation. Fortsättningsvis, menar författaren att berättare inte accepterar eller avböjer verkligheten med berättelser, utan att dessa formas för syftet med berättelsen. Ur ett organisatoriskt perspektiv förklarar Gabriel (2000) att berättelser kan agera som ett sätt för organisationer att förmedla ett syfte, värderingar, visioner etc i syfte att forma mottagarna och hur det mottas av dessa. Detta belyser även Brown & Starkey (2000) som menar på att berättelser kan användas som ett sätt för organisationer att framkalla en identitet.

2.2.2 Den stora berättelsen

Det leder oss till den stora berättelsen. Detta beskrivs av Boje (2001) som ett svårdefinierat begrepp, då flera forskare har tolkat det olika beroende på förutbestämda antaganden. Han menar

vidare att det kan ses utifrån olika perspektiv vilket gör det väsentligt att vara medveten om dessa tolkningar före användning av begreppet.

Enligt Boje (2001) placeras stora berättelser i olika kategorier beroende på eran “premodern, modern och postmodern” och menar att ingen av dessa tolkningar om stora berättelser borde ignoreras utan istället erkännas. Boje (2001) tar bland annat upp ett “extrem exempel” där grundaren och ledaren av en organisation “förtrycker” och tvingar samtliga i organisationen att följa den offentliga berättelsen. Vidare att det är den berättelse som dessa i styret konstruerar som gäller. Det kan därför identifieras som den stora berättelsen. Emellertid, belyser Boje även ett annat “extrem exempel” där berättelser i en organisation ses som en konstruktion av flertalet berättelser, med flera berättare i organisationen och där dessa berättelser tar skepnad på olika sätt (Boje, 2001). Boje (2001) uttrycker själv sin egen preferens kring detta, vilket är att se organisationer som en hybrid/blandning av alla dessa olika definitioner av stora berättelser.

Avslutningsvis, beskriver Boje att det är bara genom att undersöka den stora berättelsen, som de antenarrativa berättelserna blir märkbara (Boje, 2001). Boje menar även att varje stor berättelse täcker flera antenarrativa berättelser och påvisar skillnaderna mellan officiella och icke officiella berättelser, vilket exemplifieras med en VD:s och icke-VD:s berättelser (1995, återgiven i Boje, 2001).

2.2.3 Antenarrativ

Detta tar oss till den avslutande typen av berättelser som kommer att presenteras i denna litteraturöversikt. David M. Boje, myntade begreppet *antenarrative* (Henderson, 2017) vilket därefter fått stor uppståndelse och användning. Vidare, benämns att olika tolkningar av begreppet därefter gjorts (Boje & Rosile, 2007; återgiven i Henderson, 2017), vilket gör det väsentligt att vara medveten om dessa olika tolkningar. Med det som bakgrund kommer endast David M. Bojes förklaringar tolkning av *antenarrative* att användas i denna uppsats.

Antenarrativ beskrivs som berättelser, eller berättandet innan narrativet tar sin form av ett start-mitten-slut berättande (2017). Detta menar Boje för att även inkludera och ta hänsyn till de satsningar på framtiden, vilka sker i realtid när meningsskapandet utvecklas (2014; återgiven i

Henderson, 2017). Boje (2014) menar därför att det kan ses som ett "bet" på vad som kommer skapa mening i ett framtida sammanhängande narrativ och därmed är "narratives-to-be". Antenarrativ legitimerar den spekulativa karaktären i berättandet förutom de "privilegierade rösterna" bland de "insatta" för att ur en narrativ synvinkel fånga ett mer korrekt eller jämlik bild (Henderson, 2017). Traditionella berättelser ofta är linjära, vilka följer en struktur med en början, mitt och ett slut. Dessa berättelser kan reducera och minska komplexiteten i verkliga berättelser. Antenarrativa berättelser är då inte bundna till en viss struktur eller kronologi.

2.2.4 Sensegiving i berättelser

Dunford & Jones (2000, återgiven i Sveningsson & Sörgärde, 2020) förklarar att i tider av förändring skapar organisationsmedlemmar unika tolkningar av händelser och den betydelse det kommer att få för dem, vilket definieras som sensemaking. Vidare, illustrerar författarna bilden av en ledning som då inte kan kontrollera processen (hur de anställda skapar mening) men menar att de kan påverka tolkningarna som görs genom att presentera sina egna tolkningar och konstruktioner av den händelsen som skett, vilket förklaras som *sensegiving*. Dunford & Jones (2000, återgiven i Sveningsson & Sörgärde, 2020) och van Hulst & Ybema (2019, återgiven i Sveningsson & Sörgärde, 2020) menar även att berättelser då kan vara ett effektivt sätt för att uppnå sensegiving, då historier och berättelser får en central funktion i bland annat förändringsarbete. Denna syn på *sensegiving* och berättelser som verktyg, delar även Lanke, Totawar, Raghuraman & Saravanan (2020) vilka belyser användandet av språk och övertalning som en metod hos aktörer för att frammana ett visst perspektiv med avsikten att uppnå den önskvärda sensegiving. Ur ett organisatoriskt perspektiv, förklarar även Dunford & Jones (2000, återgiven i Sveningsson & Sörgärde, 2020) och van Hulst & Ybema (2019, återgiven i Sveningsson & Sörgärde, 2020) att organisationer har möjlighet att konstruera sensegiving då de själva kan styra och bestämma berättelserna.

Fortsättningsvis menar Knights & Murray (1994 återgiven i Doolin 2003) att de berättelser som härstammar från företagets berättande huvudsakligen används för att rättfärdiga företagets riktning eller aktuella förändringar inom företaget och det kan ta olika former. Berättelser presenteras ofta på ett neutralt vis och kan handla om tidigare företagets historik av lyckade förändringar inom området, eller om en svag marknad samt omständig omvärldskontext som gör

förändringen i fråga nödvändig, men de har genomlöpande karaktären av att de ska främja synen på förändringen och de behöver inte nödvändigtvis överensstämma med verkligheten i någon större grad (Svenningsson & Sörgärde 2020).

2.2.5 Sensemaking i berättelser

Weick (1995, återgiven i Pye, 2005) menar att sensemaking är precis vad det betyder, att göra något "vettigt". Vidare, beskrivs det som själva processen när en individ eller grupp försöker skapa mening av en händelse eller situation. Weick ser organisationer som en pågående process, något som medvetet skapas och förändras samtidigt som man skapar en förståelse över vad som sker runt om dem (1995, återgiven i Svenningsson & Sörgärde, 2020). Enligt Svenningsson & Sörgärde (2020), är personliga interaktioner mellan medarbetare i organisationer centrala, då det är genom dessa som det skapas mening om vad som händer runt om dem.

Berättelser beskrivs som ett av dessa verktyg, vilket används för individer eller grupper att skapa mening och förstå en specifik händelse eller situation. I förändringar, beskrivs det därför inte som någonting ovanligt att individer skapar eller berättar historier vilka går emot förändringar eller idéer om förändringar, framför allt idéer som går emot deras personliga åsikter (Svenningsson & Sörgärde, 2020). Därför belyser författarna vikten av att förstå sensemaking som ett verktyg, för att kunna analysera och förstå hur någonting uppfattas.

2.3 Studiens positionering

Det här arbetet är ämnat att huvudsakligen tillhandahålla kunskapsbidrag till den litteratur som redogörs för i avsnittet "Tidigare Forskning", det vill säga den litteratur som presenteras om narrativ forskning kring digitalisering. Målet är att öka förståelsen kring hur berättelser om digitalisering förmedlas, påverkas av aktörer och i sin tur påverkar aktörer. Litteraturen under rubriken "Det teoretiska ramverket" kommer huvudsakligen att användas som ett verktyg under analysprocessen, då vissa av de teorierna explicit används inom analysavsnittet (som teorierna om "Den Stora Berättelsen", "Berättelser och Organisationer" och "Antennarrativ"), medan teorierna om sensemaking och sensegiving av Weick (1995) huvudsakligen används för att tillhandahålla nya perspektiv i diskussionen, samt fördjupa diskussionen ytterligare.

Inom avsnittet “Tidigare Forskning” har vi identifierat en rad olika områden inom litteraturen. Det första området behandlar forskning om digitalisering utifrån perspektivet narrativa teorier, medan det andra området huvudsakligen granskar digitalisering från ett mer organisationsteoretiskt perspektiv. Forskningen som tar sitt avstamp i narrativ teori och tillhör huvudsakligen forskningsområdet pedagogik. Samtidigt frångår de organisationsteoretiska artiklarna de narrativa tillvägagångssätten i deras analysprocesser och fokuserar framför allt på begrepp som sensemaking och sensegiving.

I detta arbete undersöker vi berättelser kring digitalisering från ett organisationsteoretiskt perspektiv och kommer huvudsakligen använda samma teoretiska grund som den tidigare forskningen. Samtidigt differentierar vi oss från denna forskning genom att använda oss av narrativa teorier som analysverktyg.

Vi anser att detta kan leda till intressanta kunskapsbidrag i förhållande till den befintliga litteraturen då vi differentierar oss från båda dessa två områden på olika vis. Vad gäller forskningen inom pedagogik anser vi att det organisationsteoretiska-perspektivet som används kommer kunna fördjupa och kontextualisera forskningen om berättelser kring digitalisering. Samtidigt vill vi argumentera för betydelsen av användning av den tidigare forskningen från det organisationsteoretiska-perspektivet då vi ju kommer använda oss av de narrativa teorierna som analysverktyg, vilket leder till en mer mångsidig och komplex förståelse för sensemaking och sensegiving inom dessa berättelser.

3. Metod

Följande avsnitt ämnar att beskriva arbetsprocessen. Vi kommer först redogöra för en metodteoretisk grund, därefter val av studieobjekt, insamling av empiri samt analysprocessen.

3.1 Metodteoretisk grund

Vi har genomfört en narrativ analys med en kvalitativ intervjustudie i kombination med informationsinhämtning från organisationens årsredovisning. Kvalitativa studier beskrivs av Bryman & Bell (2017) som en tolkande strategi, där fokuset ligger på ord istället för nummer och kvantifiering. Med avsikten att låta det empiriska materialet styra uppsatsen valdes en *induktiv* ansats vilket innebär att teorier väljs utefter den insamlade datan (Bryman & Bell, 2017). Detta möjliggjorde ett flyt i vår arbetsprocess då vi kunde fokusera på det empiriska materialet och finna litteratur under arbetets gång. Den insamlade datan var därför väsentlig i arbetets struktur och upplägg då dessa därefter sorterades i berättelser som utgör olika teman. Materialet hanterades reflekterande och utgjorde således vägledning av arbetsprocessen.

Givet uppsatsens fokus på fenomenet digitalisering och berättelser om digitalisering, ansågs detta som det mest passande tillvägagångssättet. Berättelser kan ses som en mångfacetterad företeelse där flera aspekter väger in och när berättelserna skulle tolkas, var det nödvändigt för oss att kunna gå tillbaka och välja relevanta delar under arbetets gång. Med denna *induktiva* ansats kunde det empiriska materialet analyseras och därefter leda oss in på de spår som ansågs mest intressant.

3.2 Studieobjekt

Det initiala beslutet som togs var att undersöka fenomenet digitalisering, med två övervägande anledningar. Den första anledningen, att samtliga i gruppen såg digitalisering som ett intressant område och såg olika potentiella tillvägagångssätt för uppsatsens genomförande. För det andra, gruppen fann det som ett relevant ämne eftersom digitalisering är något man upplever och tar del av varje dag. Därefter gjordes valet av dagligvaruhandeln och en organisation inom denna sektor som studieobjekt då vi såg möjligheten att utreda hur en aktör i en traditionell bransch påverkas, upplever och talar om digitalisering. Eftersom målet var att undersöka berättelser om

digitalisering, från olika perspektiv, har både medarbetare och chefer intervjuats. Utöver intervjuer, har det empiriska materialet även kompletterats med en textanalys baserat på organisationens externa kommunikation, mer specifikt årsredovisningen för 2022.

3.2.1 Tillgänglighet

Valet av intervjupersoner, organisationens årsredovisning har gjorts med hänsyn till uppsatsens omfattning och den givna tidsramen för projektet. Vidare togs beslutet att inkludera företagets årsredovisning för ett ytterligare perspektiv på berättelser om digitalisering samtidigt som tillgängligheten spelade en roll. Den initiala intervjun genomfördes med en person från gruppens kontaktnät vilket innebär att ett *bekvämlighetsurval* har gjorts (Bryman & Bell, 2017). Denna intervju visade sig vara essentiell för resten av arbetet då vi efteråt kom i kontakt med flera i organisationen som var villiga att ställa upp på intervju varav samtliga var utanför vårt kontaktnät. Vi har gett organisationen önskemål om vilka intervjupersoner som önskas och företaget har tillgodosett våra önskemål efter bästa förmåga. Detta har gjort att empirin är förhållandevis representativ av organisationens olika berättelser trots att bekvämlighetsurval har gjorts. Givet tidsramen för projektet och anonymiteten i uppsatsen har bedömningen gjorts att detta är befogat. Detta med intentionen att undvika *tillträdesproblematik* vilket innebär bristande tillgång till studieobjekt (Rennstam och Wästerfors, 2021). Valet att undersöka samla empiri från en svensk aktör var också gjort med denna problematik i åtanke.

3.2.2 Avgränsningar

Valet av bransch gjordes med det initiala målet att analysera en bransch som existerat under en längre tid och vilken har påverkats av digitaliseringens utveckling. Utifrån tidsbegränsningar och tillgänglighet gjordes avgränsningen att endast hålla oss till en organisation. Totalt genomfördes sju stycken intervjuer med medarbetare inom denna organisation. I syfte att åstadkomma ett ännu mer träffsäkert resultat, kan det argumenteras för att fler intervjuer borde genomförts. Vidare kan mängden intervjudeltagare ses som en avgränsning, dock kompletteras detta med organisationens årsredovisning vilket vi ser som tillräckligt för uppsatsen. Eftersom vi under analysprocessen använde narrativa teorier som analysverktyg diskuterades analysens fynd huvudsakligen utifrån den litteratur som berör berättelser om digitalisering, istället för att enbart fokusera på litteratur

om digitalisering. Denna beslutsfattning grundades i att undvika *kaosproblemet* (Rennstam & Wästerfors, 2021).

3.2.3 Fokus under arbetets gång

Vid arbetets start var digitalisering fokusområdet, mer specifikt vad som skulle analyseras hade inte identifierats. Kort tid därefter, efter vår pilotintervju, skiftades fokus till berättelser om digitalisering i organisationen. Detta gjorde att intresset för en reflekterande process vid insamling av empiriskt material stärktes och medförde att fokuset tilläts förflyttas under arbetets gång. Ett konkret exempel är hur studien bytte riktning till en narrativ analys, där fokuset läggs på narrativ och berättelser om digitalisering (Bryman & Bell, 2017).

3.3 Insamling av empiriskt material

Insamlingen av det empiriska materialet har skett genom intervju- och textanalyser. Under *semistrukturerade* intervjuer möjliggörs följdfrågor som förekommer under intervjuens gång, och dessa följdfrågor har haft en viktig roll inom empirins uppbyggnad (Bryman & Bell, 2017). Detta har gjort det nödvändigt för samtliga i gruppen att vara förberedda till intervjuerna för att förstå svaren och vilka följdfrågor som är relevanta. Utöver detta har officiella dokument från organisationen använts med avsikten att analysera ett ytterligare perspektiv och identifiera mönster. De berättelser som identifieras från organisationens dokument har därefter kunnat inkluderas i det empiriska materialet.

Samtliga intervjuer genomfördes via Teams och under dessa intervjuer, förutom en, upptogs ljudinspelning. De intervjuer som spelades in, skedde med samtycke från intervjudeltagarna, vilket sedan möjliggjorde transkriberingar strax efteråt. Under den enstaka intervjun, som ej spelades in enligt intervjupersonens önskemål, ansvarade en gruppmedlem för anteckningar under intervjuens gång. Att transkribera och anteckna intervjudeltagarens svar under intervjun är inte okomplicerat då det är enkelt att missa någonting. Därför användes endast citat som vi var säkra på stämde från punkt till pricka. Med avsikten att inte presentera någonting som inte stämmer, skickade vi efteråt det som antecknades till personen och intervjudeltagaren kom inte med några invändningar vilket vi därför anser kan klassificeras som användbart empiriskt material.

Intervjupersonerna var från olika delar av organisationen, alltifrån chefsroller till butiksmedarbetare, vilket gjorde det väsentligt att initialt fråga deras huvudsakliga arbetsuppgift och ytterligare standardfrågor. Därefter, ställde vi följande fråga till samtliga intervjudeltagare: “Vad digitalisering är för just dig?” Detta gjordes i hopp om att få ett utvecklat svar om hur just de definierar digitalisering och som en introduktion till vad vi senare kommer ställa frågor om. Utöver detta var intervjufrågorna relativt löst utformade. Vi ämnade att få långa och motiverade svar från intervjudeltagarna i vilka vi kunde uttömma citat som var relevanta för uppsatsen. Intervjupersonerna uppmuntrades därför att “prata på” och frågorna som ställdes till de olika deltagarna var därför relativt lika. Det innebär att vi inte på förhand definierade begreppet “digitalisering” utan har lämnat intervjupersonen fri att ge sin tolkning och svar kring digitalisering utan att vi som författare riskerar att påverka personen.

3.4 Analysprocessen

3.4.1 Sortera materialet

När samtliga intervju- och textanalyser var genomförda och transkriberingar respektive utdrag från organisationens offentliga dokument var klara, insåg vi den stora mängden material vi hade. Rennstam och Wästerfors (2011) beskriver *kaosproblemet* som ett vanligt förekommande hinder hos studenter och forskare när det empiriska materialet ska sorteras, då materialet känns som ofantligt stort. Det var verkligheten för oss då materialet var väldigt stort och vi var något osäkra hur vi skulle ta tag i det. Rent praktiskt gick vi först igenom transkriberingarna från intervjuerna samt de offentliga dokumenten och markerade de citat som var av intresse. Vi hade vid det här laget bestämt oss för att kategorisera materialet i teman vilket gjorde att denna tidiga struktur skulle komma att spela en viktig roll för arbetet.

3.4.2 Reducera materialet

Efter sorteringen och kategoriseringen av materialet stötte vi på en ny utmaning, reducering av material. Det påminner om *representationsproblemet* vilket syftar på omöjligheten i att man vill visa allt empiriskt material (Rennstam & Wästerfors, 2011). Det krävde en djupanalys av de tidigare identifierade kategorierna och att några av dessa exkluderas med syftet att endast

presentera det mest relevanta. Reduceringen medförde en stark dialog mellan gruppmedlemmarna och tillsammans kom vi till slut fram till det vi ansåg mest passande för uppsatsens syfte. Vi kom då fram till en kategorisering på två primärgrupper. De första två teman var de berättelser som utgjorde den stora berättelsen respektive antenarrativen. Utöver detta kategoriserade vi dem i åtta stycken mer specifika teman med avsikten att skapa en tydlig struktur i uppsatsen.

3.4.3 Narrativ analys

Vi har valt att i analyskapitlet beskriva hur vi förhåller oss till teorierna från det teoretiska ramverket om “den stora berättelsen” respektive “antenarrativ”. I det första avsnittet av analysen introducerar vi det empiriska material vi klassificerar som den stora berättelsen. I det andra avsnittet presenterar vi det material vi klassificerar som antenarrativ.

Forsättningsvis har vi valt att presentera den stora berättelsen baserat på material från årsredovisningen, samt de fragmentariska berättelserna från intervjupersonerna som stöttar och passar in i den stora berättelsen. Vidare presenterar vi antenarrativen som de berättelser vi funnit ställer sig emot eller avviker från den stora berättelsens struktur och handling. Empirin som utgör grunden för de här antenarrativen är mindre förekommande i relation till den empiri som utgör den stora berättelsen, vilket vi även belyser i analysen. De tematiska berättelserna, som i analysen presenteras som antenarrativ, konstrueras enligt samma metodik som de tematiska berättelserna som utgör den stora berättelsen.

Genom denna struktur i analysen av empiri ämnade vi att utreda hur berättelsen är konstruerad, det vill säga hur intervjudeltagarna och årsredovisningen framställer digitalisering på olika sätt. Där vi huvudsakligen har granskat språkbruket, budskapen och de återkommande mönster som vi återfinner inom det empiriska materialet. Med detta som bakgrund har vår narrativa analys därmed resulterat i en grundlig genomgång av det empiriska materialet.

3.4.4 Argumentation

Enligt Rennstam & Wästerfors (2011) är argumentationen den tredje delen i att konstruera en analys. Författarna förklarar att argumentera akademiskt innebär att man höjer sin blick och

argumenterar samt formulerar sig med de teoretiska begreppen. Denna del var krävande och utmanade oss att åsidosätta mycket tid för att säkerställa vår behärskning av den litteratur och teori vi förhåller oss till. Framför allt, då narrativ teori och litteratur om digitalisering var obekant för samtliga i gruppen. I analysen inkluderas argumenten bakom varför vi valde att presentera det empiriska materialet på det sättet som gjorts, med ambitionen att vara transparenta och säkerställa att våra tolkningar samt struktur är tydliga i arbetet.

3.5 Studiens trovärdighet och begränsningar

I denna studie har vi också utgått från en *interpretativ ståndpunkt* vilket innebär att vi har gjort tolkningar från det empiriska materialet och försökt förbigå vad som explicit sägs av respondenterna (Bryman & Bell, 2017). Vi har alltså strävat efter att se igenom dessa svar och komma ännu djupare genom analys av svaren från respondenterna. Vid analys av berättelser behövs tolkningar och det har gjorts. Samtidigt är det väsentligt att vara transparent och även inkludera de potentiella nackdelarna med detta, då risken finns att någonting har tolkats på ett felaktigt sätt. Det kan tänkas hota studiens *tillförlitlighet* (Bryman & Bell, 2017). Samtidigt, har vi genomgående varit tydliga med de spekulativa tolkningarna och med övertygande citat, och där flera citat påvisar poängen som försöker stärkas. Därför anser vi att detta inte är ett problem som hotar studiens trovärdighet.

Fortsättningsvis genomfördes en pilotintervju för att stärka studiens *tillförlitlighet* vilket motsvarar *intern validitet* (Bryman & Bell, 2017). Då samtliga i gruppen har vad vi själva anser som begränsad erfarenhet av att genomföra intervjuer, sågs en pilotintervju som ett bra sätt att både börja med arbetet och bli mer bekväma med intervjuformatet. I efterhand visade det sig vara det rätta tillvägagångssättet då samtliga i gruppen blev mer komfortabla med att hålla en intervju samt då det gav oss en insikt i vad som borde förbättras till de nästkommande intervjuerna.

För att stärka studiens *äkthet* har vi samlat empiri från chefer, medarbetare och organisationens årsredovisning för att ge en så *rättvis* bild inom analysen som möjligt. Resonemanget här är att då flera olika aktörer inom empirin representeras minskar vi risken att marginaliserade åsikter eller ståndpunkter inte inkluderas i de olika berättelserna från analysen.

Vidare är det betydelsefullt att nämna den hjälp vi erhållit under arbetets gång. Vi har sedan början av arbetet haft kontinuerlig kontakt med vår handledare som hjälpt och guidat oss i arbetet. Studien har granskats och vi har ständigt fått feedback över flera veckor tills arbetets inlämningsdag. Utöver detta, har uppsatsen även genomgått en "peer-review" vilket i praktiken innebar klasskamraters opponering. Detta gav oss en klar och tydlig bild på vad som borde förbättras. Utifrån denna feedback från två olika källor, har justeringar gjorts vilket i senare stadier visat sig vara fördelaktiga för oss och förbättrat texten.

4. Analys av empiri

I denna del av uppsatsen presenteras studiens empiriska material i syfte att visa på de olika berättelser om digitalisering som finns i organisationen. Materialet bygger både på intervjuer och organisationens årsredovisning. Berättelserna konstrueras på olika sätt av olika aktörer och vid olika tillfällen. De narrativa analysverktygen som introduceras i avsnittet "teoretiskt ramverk" kommer att användas för att konstruera berättelsen om digitalisering. Vi kommer även att presentera hur vi har förhållit oss till de teoretiska ramverk vi använder som analysverktyg. I det första avsnittet av kapitlet introducerar vi det empiriska materialet vi klassificerar som den stora berättelsen. I det andra avsnittet presenterar vi det material vi klassificerar som antenarrativ, vilka utmanar eller avviker från den stora berättelsen.

4.1 Den stora berättelsen

Den stora berättelsen är en officiell berättelse som består av både intervjupersonernas berättelser och företagets officiella dokument som i det här fallet är årsredovisningen. Vi har valt att presentera den stora berättelsen baserat på material från årsredovisningen, samt de fragmentariska berättelserna från intervjupersonerna som stöttar och passar in i den stora berättelsen. Målet är att presentera den stora berättelsen med en sammanhängande handling och struktur. Berättelserna har identifierats och kategoriserats utefter teman i hur berättelsen har återgivits. De tematiska berättelserna bygger på fragment som framkommit i insamlingen, det vill säga det insamlade materialet kan oberoende ursprungskälla (medarbetare, chefsställning eller officiella dokument) vara inkluderat under samma rubrik. Bland de berättelser som inkluderas i den stora berättelsen är det vanligt förekommande att de förstärker och reproducerar den glorifierade bilden av digitalisering. Nedan skildras de berättelser som ingår i den stora berättelsen, där de är kategoriserade efter de olika teman och fragment vi har identifierat från det empiriska materialet.

4.1.1 Superhjälten

Berättelsen om digitalisering som superhjälten och räddaren i nöden har skildrats av olika aktörer både i intervjustudier och textanalyser. De olika aktörerna konstruerar en berättelse där digitaliseringen är önskvärd, positiv och eftersträvansvärd. De olika beskrivningarna för hur det

berättas presenteras och analyseras i detta avsnitt. Inledningsvis i intervjustudien bad vi respondenterna att definiera vad digitalisering är.

Rent spontant, att vara med och möta framtiden och klara framtiden. Det är väl det som summerar det som korta ord och meningar... - Intervjuperson D

Egentligen allting , alla typer av digitala lösningar som utvecklas och som hjälper till i vardagen, oavsett om det är på arbetet eller privat. - Intervjuperson C

Svaret på den ställda frågan, visar att intervjuperson D:s ser det som framtiden, vilket kan tolkas som något deltagaren ser som centralt för att möta framtiden. Vidare bekräftar intervjuperson C, intervjuperson D:s citat eftersom denna ser digitaliseringen som väldigt central och viktig. Citaten skulle kunna tolkas som en indikation på medarbetarnas optimistiska inställning till digitalisering och indikerar att digitaliseringen är någonting som värderas högt. Vidare används ett avslappnat språk i svaren vilket potentiellt skulle kunna stödja ett resonemang om att digitaliseringen är en självklarhet för intervjupersonen. Fortsättningsvis beskrivs hur data scientists används i bolaget för att identifiera möjligheter etc.

...våra data scientists som sitter också då med. Ja men det är väl också en kompetens som är hyfsat ny och som man upptäcker från kanske gamla rävar som har varit med länge och som inte riktigt är insatta fullt ut i vad man faktiskt kan göra och blir skit imponerade när man presenterar vad man kan göra med AI och data science och data... - Intervjuperson C

Citatet antyder en självklarhet i att digitalisering är någonting positivt och någonting som man vill ligga i framkant med. Att personen vill framhäva det faktum att vad man kan göra med digitala verktyg imponerar äldre anställda visar på den ställning som respondenten har gentemot digitalisering. I svaret positioneras digitalisering som ett fenomen med oändliga möjligheter och den vägen framåt. Det framställs som att räddningen för en yngre medarbetare är att förstå sig på och utnyttja det digitala för att övertyga organisationens mer seniora röster att man kan nå sin

fulla potential genom digitalisering. Ett ytterligare exempel är hur uppfattningen på individnivå har förändrats och inställningen till digitala verktyg är positiv, vilket presenteras nedan.

...Väldigt positivt. Varje möte vi har idag hade man inte haft för några år sedan bara... - Intervjuperson D

Självklarheten i att idag ha möten digitalt och att det ses som en förbättring visas tydligt i svaret. Denna positiva inställning och att intervjudeltagaren betonar att det "bara" för några år sedan inte hade varit möjligt att arbeta som de gör idag indikerar på en hög förändringstakt inom digitaliseringen i organisationen. Vidare finns det en underton i citatet som visar på en bekräftande grundinställning till digitaliseringens potentiella fördelar.

*...Jag tror verkligen att digitala lösningar kan hjälpa oss att bli bättre...-
Intervjuperson F*

I citatet ger språket sken av att respondenten har en genuin övertygelse om att digitalisering är svaret och räddningen för hur företaget ska lösa sina problem och arbeta framåt. Hjälpen är vad digitaliseringen framställs som och det finns således en antydning till att digitaliseringen är företagets hjälte och framtida kompanjon i utvecklingen av företaget framåt.

Sammanfattningsvis konstrueras narrativet i materialet genom att betona en övergripande entusiastisk bild om digitalisering och dess påverkan på organisationen. Då deltagarna talar om digitaliseringen som någonting vilket gör världen bättre och ser det som "vägen framåt" formas berättelsen om digitaliseringen som en positiv kraft.

4.1.2 Det underlättande verktyget

Digitalisering skildras även som ett verktyg och fenomen vilket underlättar för de anställda. Ett återkommande tema som tar uttryck på olika sätt i det empiriska materialet. Nedan följer ett antal citat som presenteras i syfte att redogöra för hur berättelsen om digitalisering som det underlättande verktyget skildras i intervjuerna.

...det är lätt att säga att det (digitalisering) underlättar vårt arbete då det blir mer effektivt...- Intervjuperson E

Vi måste fortfarande plocka upp våra varor i hyllan men det har blivit enklare att sköta sitt arbete. - Intervjuperson A

Ovan exemplifieras hur digitalisering ses som ett verktyg som underlättar det dagliga arbetet och gör det mer effektivt. Det framställs som någonting positivt och citaten indikerar på en påtaglig entusiastisk inställning till digitalisering och de verktyg som används för att underlätta arbetet till följd av en mer digitaliserad organisation. Emellertid, framställs inte digitalisering som någonting extraordinärt utan snarare mer neutralt, som ett verktyg vilket gör arbetsdagen enklare. Detta skulle kunna tolkas som en indikation för hur intervjupersonerna inte identifierar sig med digitaliseringen som det största i deras dagliga arbete utan snarare någonting som används för att förenkla arbetet. Vidare beskrivs ytterligare aspekter hur digitaliseringen underlättar arbetet.

...Jag skulle säga att det har underlättat väldigt mycket för mig som anställd på [organisationen] att ha själv-checkouten. Ett för att man får varierade arbetsuppgifter, arbetet blir inte lika statiskt varje dag. I stort för [organisationen] är det väldigt effektivt eftersom själv-checkouten säkert tar ganska mycket mer kunder vanligtvis... - Intervjuperson E

I citatet ovan framhäver intervjudeltagaren de fördelar som kommer med digitalisering vilket lett till förenkling av arbetsprocesser och uppgifter. Personen belyser variationen i arbetsuppgifter samt att det frigör tid i butikerna. Vidare, mynnar det ut i effektivitet som i slutändan kommer att vara till nytta för kunderna och således kan citatet även tolkas att det ligger i företagets intresse. Detta skulle kunna tolkas som att digitaliseringen är någonting som är nära besläktat med lönsamhet och beroende av ekonomiskt resultat för att berättiga sin framfart och sålunda existens. Fortsättningsvis exemplifieras digitaliseringen och dess påverkan och förenkling av arbetsuppgifter i en mer administrativ del av organisationen.

*....Rent i mitt jobb, jag har börjat använda Chat GPT för mina egna texter. Det underlättar ju något enormt att alltid slippa utgå från något vitt papper... -
Intervjuperson H*

I citatets uppbyggnad indikerar språket att det är en självklarhet för personen att ta hjälp av digitala verktyg för att underlätta och förbättra arbetet. Att respondenten använder Chat GPT tyder på en positiv inställning till utveckling av digitala verktyg och visar på en lust att använda nya verktyg. Det går att tolka som en optimism till digitaliseringens utveckling och någon rädsla för digitaliseringen går inte att identifiera. Citatet går även att tolka som att personen identifierar sig med digitaliseringen som ett underlättande verktyg på ett individuellt plan, ser det som en naturlig del av sitt arbete, utan att distansera sig och prata i mer generella termer på organisationsnivå. Detta skulle även kunna tolkas som en känsla av optimism mot digitalisering och visar på en inställning gentemot digitalisering vilket underlättar arbetet.

De anställdas individuella upplevelser och engagemang förstärker narrativet om digitaliseringens fördelar för organisationen då det övergripande ses som ett underlättande verktyg i verksamheten.

4.1.3 Ett effektivt instrument

Berättelsen om hur digitaliseringen är ett instrument och samexisterar med effektivitet i organisationen konstrueras i det empiriska materialet. Detta framkommer genom berättelser om digitaliseringens påverkan på effektiviteten och förbättrade processer i organisationen. Effektivitet utgör således ett incitament i varför digitalisering genomsyrar organisationen samt att digitala arbetsätt utvecklas. Nedan följer citat som exemplifierar hur detta berättas om.

Digitaliseringens framfart och ökade närvaro i organisationen medför en förändring där en effektiv varuförsörjning ingår. Detta visar hur organisationen ser på digitaliseringens effekter på verksamheten.

Förändrade konsumtionsmönster; ökad digitalisering och vikten av att säkerställa en konkurrenskraftig verksamhet driver utvecklingen mot en mer hållbar och effektiv varuförsörjning... - Årsredovisningen (2022)

Citatet betonar hur digitaliseringens framfart och andra externa faktorer förändrar och driver fram utvecklingen av effektivitet i varuförsörjningen. Ett av målen kan därmed antas vara en effektiv varuförsörjning och digitaliseringen spelar en roll i det. Effektivitet kan därmed tolkas som ett närvarande mätinstrument och dess koppling till digitalisering blir tydlig. Dessutom tar effektivitet en central plats när fenomenet digitalisering berörs i ytterligare citat om varför digitaliseringen är central och en viktig del för företaget.

...till att börja med handlar det om att effektivisera själva processen. Att kunna få fler kunder att handla under en kortare period för att kunna sälja mer helt enkelt... - Intervjuperson E

Här lyfts processen fram och slutmålet är att öka försäljningen. Det som framställs i citatet visar på att digitalisering är en nödvändig process för att öka företagets försäljning. Det som ger digitaliseringsprocessen mening är huruvida eller i vilken utsträckning som den mynnar ut i ökad försäljning som ett resultat av ökad effektivitet i organisationen, processer eller kundmötet. Fortsättningsvis exemplifieras digitaliseringens påverkan i butiksmiljö.

...att till exempel använda en digital liten dator som kan skanna streckkoder och inventera känns effektivt när man utför arbetet och jag förstår att det är effektivt utifrån ett vinstmaximerande perspektiv... - Intervjuperson E

Språket som används gör det tydligt att medarbetaren utifrån ett vinstmaximerande perspektiv identifierar sig med de fördelar som kommer med digitalisering. Det kan tydas en indikation på att detta är förankrat hos medarbetaren och att lönsamhet och effektivitet är någonting som medarbetaren finner viktigt för företagets fortlevnad. Emellertid, är det väsentligt att poängtera den distansering som kan uppfattas av intervjudeltagaren. Respondenten pratar utifrån ett vinstmaximerande perspektiv, något som gynnar organisationen, samtidigt som personen

undviker att inkludera den personliga uppfattningen angående digitalisering. Dessutom framkommer butiksmedarbetares förståelse för digitaliseringens framfart och anledningen varför företaget lägger resurser på digitalisering i följande citat.

Man märker att de satsar mycket på digitalisering och som anställd i [organisationen] är det också logiskt för mig att förstå varför man gör det eftersom man ser att det verkligen effektiviserar... - Intervjuperson F

Svaret framhäver personens uppfattning att digitalisering är nödvändigt med effektivisering som en av de främsta orsakerna. Det kan även utläsas att butiksmedarbetaren inte väljer att identifiera sig med digitaliseringen som individ, utan konstruerar resonemanget utifrån organisationens synvinkel om varför digitalisering är väsentligt.

Berättelsen om effektivisering och hur digitaliseringen presenteras i kombination med detta är konstruerad utifrån processer där digitalisering medför effektivisering, ökad försäljning eller vinstmaximering. Att medarbetarna och företagets officiella dokument identifierar sig och bekräftar detta förstärker således narrativet om effektivisering och digitaliseringen som effektiviseringens främsta verktyg.

4.1.4 Allt för kunden

Temat "allt för kunden" tar sin utgångspunkt i att det är kunderna som styr digitaliseringen och till vilken grad digitalisering sker. Det är kundernas efterfrågan som således driver digitaliseringen i företaget. Kundmötet är centralt och avgörande för besluten som fattas och de satsningar kopplat till digitalisering som man gör. Berättelserna skildrar detta genom att betona det digitala kundmötet och konstruera berättelsen om digitalisering kring kunden och de interaktioner som sker digitalt med en kund.

Det digitala kundmötet utvecklas med fokus på e-handelslösningar, kundprogram, kundleveranser och digitala hjälpmedel i butik. - Årsredovisning (2022)

Begreppet “det digitala kundmötet” ger en implikation att företaget är bekväma med att möta kunden i en digital miljö och att digitaliseringen är en naturlig del i hur företaget kommer i kontakt med kunder. Fokuset är kundorienterat och de olika delar av digitaliseringen som exemplifieras i kombination med kundmötet kan visa på ett samband mellan digitalisering och kunderna. Vidare bekräftas digitaliseringens aktualitet i förhållande till kunderna.

Dagligvaruhandeln befinner sig i ett skifte med digitalisering och automation högt på agendan. Genom att arbeta både snabbare och mer strategiskt med data kan [organisationen] bli än mer konkurrenskraftigt och relevant för kunderna. - Årsredovisning (2022)

Beskrivningen om nya digitala arbetssätt och det skifte som företaget menar att branschen befinner sig i är en del av den bakgrund som konstrueras för att belysa hur företaget kan öka sin kundnöjdhet. Digitala verktyg ses som det som kommer att göra att man håller sig relevant och attraktiv för kunderna, vilket kan ge uttryck åt den centrala roll digitaliseringen har för att behålla dessa samt möta deras behov och efterfrågan.

Fortsättningsvis parar organisationen ihop digitalisering med andra ämnen som värderas högt, såsom hållbarhet. Företaget verkar relatera dessa olika ämnena med varandra och målar bilden av att de har en samverkan på varandra. Detta indikerar att företaget är medveten om de möjligheter och utmaningar som följer med digitaliseringen och vill genom sitt språkbruk i den externa kommunikationen visa på att man är engagerad i att anpassa sin verksamhet för att möta dessa förändringar.

Att möta kundens förväntningar och kontinuerligt bevaka kundens nästa steg genomsyrar organisationen. I det empiriska materialet framkommer det vid flera tillfällen hur nära besläktad kunderbjudandet och digitaliseringen är. Nedan följer citat som indikerar att kunden är den största faktorn som påverkar digitaliseringen och dess utveckling.

Det är 95 % kunderbjudande, alltså att det är för kundens skull. Sedan så blir det absolut, lite effektivitet. Om man gör det på ett superbra sätt så blir det effektivitet i kassa bemanningen och då kan man få tid över till ännu bättre kundmöte i butiken, alltså att butiken ser ännu bättre ut. Men det handlar inte

om att spara bara timmar eller spara kostnader för sco-robotarna [självs scanning kassorna] är dyrare än vad en vanlig kassa är. - Intervjuperson A

Citatet talar sitt tydliga språk eftersom det i svaret kvantifieras av intervjudeltagaren hur stor del av digitaliseringen som görs för kunden. Kunderbjudandet, dvs kundupplevelsen, är den övervägande anledningen till varför digitaliseringsprojekt görs. Ett tydligt exempel är hur den potentiella ökningen i effektivitet i slutändan framställs som en vinning för kundupplevelsen. Vidare bekräftar en butiksmedarbetare att implementering av självscanningskassor i butiker kan öka kundupplevelsen då medarbetare istället kan fokusera på att hjälpa kunderna.

Jag ser bara fördelar med självscanningskassor om jag ska vara ärlig. I kassan kan man lätt bli stressad när det är mycket folk. Det är inte bra därför att kundbemötandet blir sämre. - Intervjuperson F

Återigen berörs digitalisering och dess potential i kontexten av potentiell förbättring av kundmötet. Citatet antyder en positiv inställning till digitaliseringen i kontexten av kundmötet. Formuleringen av detta ger ett intryck av en självklarhet i hur man ser på digitala lösningar och dess existensberättigande. Hädanefter förklarar intervjuperson D i citatet nedan hur företaget vill ligga före kunden i digitaliseringsprocessen.

Man gör det [implementera digitala verktyg] för att kunden ska efterfråga det i framtiden eller kommer efterfråga det. Det tycker jag i alla fall för om man inte gör det, då är du inte kvar i branschen längre och det är väl av den enkla anledningen till att man måste. - Intervjuperson D

Självsäkerhet och självklarhet i konstruktionen av berättelsen genomsyrar citatet. Det går att utläsa att digitaliseringen är en självklarhet för personen och svaret indikerar hur organisationen förhåller sig till digitalisering och implementationen av digitala verktyg. Man vill vara långt fram, till och med före kundernas efterfrågan och behov. Detta tyder på en övertygelse i digitaliseringens väsentlighet men även att det är en hygienfaktor eftersom kunden efterfrågar

digitala kundupplevelser och tjänster. Digitaliseringen framställs som kundens efterfrågan och citatet återspeglar hur digitaliseringen är ett resultat av kundernas behov och efterfrågan. Det som ligger till grund för att företaget måste anamma digitaliseringen är kunderna.

4.1.5 Den trygga handen

I berättelsen om digitalisering har temat den trygga handen identifierats vilket belyser berättelser om hur butiksmedarbetare, chefer och andra anställda i organisationen upplever att företagets stora fokus på digitalisering medför en form av trygghet på individnivå. Denna trygghet tar sin grund i att företaget är och kommer att fortsätta vara en stabil arbetsgivare i och med digitaliseringen. En framtidstro och trygghet speglas i följande citat.

...Jag tror nog att [organisationen] är på de bollar, vi behöver vara på. Vi försöker utveckla den typen av digitalisering som är viktig för [företaget] i den mån det går. - Intervjuperson B

Språket som används ger oss en indikation av att personen vilar i en övertygelse, alternativt en tro på organisationens förmåga att dra åt sig digitaliseringens fördelar. Vidare existerar en viss tvetydighet i svaret då det även går att utläsa att personen till viss del som individ inte känner sig ansvarig eller delaktig i digitaliseringsarbetet även om det ur organisationens perspektiv medför en trygghet och lugn. Framgent, beskriver intervjuperson D, sittandes i en chefsroll om hur investeringar i digitalisering skapar en trygghet.

Den finns för framtiden. Det är en trygg arbetsplats är min känsla då. Det är för att det investeras mycket pengar i digitalisering och det känns tryggt. Om jag hade haft tanke med mig så hade det känts tryggt att gå in i denna butiken eller denna arbetsgivaren som ligger i framkant. Är någon som inte gör det. För att den som inte gör det den är inte med liksom är känslan - Intervjuperson D

I citatet återfinns en alldaglig och självklar syn på digitalisering som någonting som behöver finnas i företagets utveckling. Enligt intervjudeltagaren, att bolaget kommunicerar och använder

digitalisering i verksamheten leder till en trygghet hos medarbetare. Här väljer intervjupersonen att identifiera sig med digitaliseringen och den trygghet som den medför på ett personligt plan. Det är en fråga om att vinna eller försvinna och citatet antyder att medarbetaren är trygg i att just företaget som den arbetar hos är vinnare i frågan om digitalisering.

Narrativet konstrueras genom att betona företagets stabilitet och dess förmåga att fortsätta vara en stabil arbetsgivare med digitaliseringen som verktyg för att uppnå detta. Det finns en gemensam tro bland medarbetarna att företaget är på rätt väg och att de arbetar med den typ av digitalisering som är viktig för företaget. Detta skapar en känsla av trygghet och lugn hos medarbetarna, då de ser företaget som en vinnare i frågan om digitalisering. Genom att identifiera sig med digitaliseringen och uttrycka sin tilltro till företagets framgång, konstruerar medarbetarna ett narrativ där de ser företaget som en trygg och attraktiv arbetsplats. De betonar vikten av att ha en arbetsgivare som är i framkant och investerar i digitalisering för att vara fortsatt konkurrenskraftig. Detta narrativ skapar en positiv bild av företaget och skapar således en framtidstro bland medarbetarna.

4.2 Alternativa berättelser

I delarna ovan har vi definierat den stora berättelsen om digitalisering. Denna berättelse har i hög utsträckning varit bekräftande gentemot digitalisering med olika infallsvinklar och argument till varför digitalisering som fenomen är någonting positivt eller eftersträvänsvärt. I detta avsnitt presenterar vi de delar empirin vi anser är antenarrativ. Vi har valt att klassificera antenarrativ som de berättelser som motsätter sig den stora berättelsen, eller avviker från den stora berättelsens handling. Antenarrativen är i större utsträckning mindre positiva till digitalisering, och de återges för att ge en mer nyanserad och omfattande bild av berättelserna om digitalisering som finns i organisationen. De berättelser vi benämner som antenarrativ är mindre vanligt förekommande än de fragmentariska berättelserna som ingår i den stora berättelsen. De tematiska berättelserna, som i denna delen av analysen omnämns som antenarrativ, har konstruerats enligt samma metodik som de tematiska berättelserna som ingår i den stora berättelsen.

4.2.1 De förlorade

I det empiriska materialet framkommer det berättelser att en del medarbetare är förlorade. Det finns en tro att det för vissa människor inte är möjligt att ta till sig digitaliseringen och anpassa sig till det nya. Nedan presenteras dessa berättelser.

Jag tror att det kan finnas en form av hotkänsla hos dem [de människorna som ej kan anamma tekniken]. På grund av, inte någon utbildningsbrist och sånt hos människor; utan ett okunnande och kanske ovillighet. Det går inte att lära en del människor. - Intervjuperson D

Citatet tar en tydlig ställning och antyder att vissa personer inte kan ta till sig digitaliseringen. Det finns tydliga exempel på misslyckande och svårigheter i att ta till sig digitaliseringen, språket är övertygande och laddade ord som "okunnande" och "ovilja" används för att konstruera denna berättelse. Tolkande, skulle det starka ställningstagandet insinuera att intervjudeltagaren potentiellt varit med om en negativ upplevelse kopplat utbildning/lärande av medarbetare i organisationen att ta till sig och dra nytta av digitalisering i arbetet. Intervjupersonen anser att digitaliseringen inte är för alla och har en övertygad bild av att lära människor i vissa fall är omöjligt. Detta kan ses som ett förhållandevis hårt ställningstagande och indikerar på en bestämd uppfattning kring svårigheten i att få digitaliseringen att vara accepterad av alla i organisationen. Vidare fortsätter intervjupersonen att diskutera medarbetare och anställdas inställning till digitalisering kopplat till intelligens, - och utbildningsnivå.

Men även om människan är smart och inte välutbildad, den människan kan också välja lite [jobb o framtid]. Men människan som kanske inte är lika smart, det är klart att den känner sig hotad för att förändringar kan påverka den. Tex att den inte kan utföra jobbet i butik längre. En butik har inte råd att ha spelare som ska sitta på ut. Vad heter det? Bänken. - Intervjuperson D

Språket är även här övertygande men hårt då det görs en tydlig distinktion mellan personer som har möjlighet att dra nytta av digitalisering, trots saknad av akademisk utbildning, och de som lämnas kvar. Det framkommer även här att personen förhåller sig till vinst, lönsamhet och

effektivitet utifrån ett affärsmässigt perspektiv när resonemanget kring digitalisering förs. Detta medför således att det enligt citatet finns en grupp medarbetare som förlorar mot digitaliseringens framfart och utveckling. Vidare belyser följande citat rädslan hos medarbetare kopplat till digitalisering.

Ibland upplever vi att folk är rädda att bli av med jobbet, digitalisering medför ofta någon form av effektivisering [lägre kostnader] - Intervjuperson H

Intervjupersonen indikerar i citatet hur digitaliseringens ibland kan resultera i en viss rädsla hos medarbetare och att effektivisering, vilket det medför, kan uppfattas som ett hot hos vissa. Utifrån utdraget kan det identifieras hur intervjupersonen distanserar sig långt ifrån denna känsla, med "folk", vilket belyser intresset i att analysera detta. Möjligtvis skulle det kunna finnas någon bakomliggande faktor varför individen väljer detta ordval vilket kan antyda en potentiell tidigare erfarenhet av medarbetare som känt denna rädsla. Alternativt, och spekulativt, kan den tydliga positioneringen vara ett sätt att dölja en personlig rädsla. Uppdelningen påvisar i alla fall, personens värdering i huruvida digitalisering "är något för alla" eller om det enbart kan tillgodose en viss del av organisationen som gynnas av digitalisering och den utveckling som det innebär.

Narrativet konstrueras utifrån erfarenheter och antaganden kring hur andra människor upplever digitalisering som ett hot eller som någonting som de inte kan ta till sig. Det är intressant hur samtliga intervjupersoner redogör för detta fenomen i tredje person, trots att de påstår att de inte själva upplevt denna känsla av hot eller oförmåga att anamma det digitala görs en redogörelse för hur det är för människorna som upplevt detta. En potentiell tolkning skulle kunna vara att intervjupersonerna konstruerar berättelsen om hotet och svårigheten att plocka upp digitaliseringen är någonting som de själva reflekterat över. Som nämnt i föregående stycke, kan detta klassificeras som en spekulativ tanke, vilket skulle kunna påvisa det avstånd som medarbetare tar i denna fråga.

4.2.2 Övervakaren

Ett återkommande tema under intervjuerna med chefer och medarbetare i företaget var digitaliseringens inverkan på stress och hur möjligheterna till övervakning är påtagliga kopplat till digitalisering. Nedan följer ett antal citat som exemplifierar denna del av berättelsen.

Här exemplifierar respondenten den ovisshet som kommer med digitalisering och datainsamling som möjliggjorts i och med de digitala system som butikerna har.

Det har absolut slagit mig att det inte är svårt för en av mina chefer till exempel att gå in i datorn och se hur många artiklar som jag har hanterat under en viss tid och det känns lite jobbigt, det kan vara ett stressmoment skulle jag vilja säga. - Intervjuperson E

I citatet ges en inblick i hur medarbetare upplever digitaliseringen som ständigt närvarande och enkelheten för chefer att ta del av information som kan ligga till grund för utvärdering av medarbetare vilket framställs som något som ett potentiellt hot som kan påverka välmåendet. Det vill säga, känslan att vara blottad för potentiellt övervakande kan vara belastning, vilket i sin tur möjligtvis kan påverka arbetet i stort. Vidare tar en chef upp hur digitaliseringen och den tillgänglighet av information som den medför har påverkat oss människor.

All digitalisering innebär ju ett stressigare tempo för de flesta människor då du ska veta allt hela tiden. Så i det stora övergripande för människor i sig så är väl inte alltid positivt. - Intervjuperson D

Den påverkan som digitaliseringen har på arbetet beskrivs som att medföra ett högre tempo då det ställs högre krav på att vara informerad och ha svar på tal. Detta indikerar på att effektiviteten som tidigare tagits upp som någonting positivt även har sin baksida då mänskliga faktorer spelar in och rubbas. Språket har en självvranssakan och en något negativ underton till ett stort fokus på digitalisering som i förlängningen potentiellt skulle kunna innebära ett stort fokus på vinst, lönsamhet och effektivitet där människan lite grann glöms bort. Vidare kan vi se exempel på

detta i nedanstående citat, där intervjupersonen pratar mycket om fördelarna med en viss typ av övervakning utan att lägga någon speciell tanke åt den som blir övervakad.

Jag vill att de ska få en påminnelse om de inte har gjort det, det är då man ska kunna gå ut i butiken. "Just det, det var det här jag skulle göra." Systemen måste fungera på det sättet liksom, [...] om jag har gjort det, varför ska jag bocka för att jag har gjort det? Utan det är om jag inte gjort det. Då ska jag få en påminnelse istället. Och det är där jag tycker det ska flyta på så att uppföljningen - kan faktiskt vara en sån grej - det är jätteviktigt men det får inte bli för mycket! - Intervjuperson A

Här beskriver intervjupersonen en form av övervakning som de upplever är att föredra. Språkbruket verkar ämnat att antyda att det ska vara någonting som hjälper medarbetaren. Samtidigt verkar det också indikeras att denna form av övervakning ska vara mildare än de andra former som beskrivs då dessa fördöms så starkt av intervjupersonen. Det är inte osannolikt att intervjupersonen tar en hårdare ställning gentemot traditionella former av övervakning för att få de övervakningsformer som hen beskriver att verka mildare och mindre radikala. Fortsättningsvis kan vi utröna att de anser att den här formen av övervakningen är enklare att leva med, samtidigt som de fortfarande fyller samma funktion, men personen i fråga väljer att inte ta upp den potentiella stress som kan orsakas av övervakningen.

Narrativet för digitaliseringen som övervakare konstrueras av medarbetarna genom att redogöra för hur de upplever digitaliseringen som ständigt närvarande. Enkelheten och den oändliga informationen som digitaliseringen tillgängliggör används för att skildra den potentiella stress som kommer med digitaliseringens närvaro i organisationen.

4.2.3 Den påtvingade förändringen

I det empiriska materialet har det blivit uppenbart att implementering av digitala lösningar upplevs oundvikligt och som en nästintill tvingande faktor för att företaget ska behålla sin marknadsposition och konkurrenskraft. Digitalisering skildras som en potentiellt påtvingad

förändring i kontexten av redogörelser för trender. Digitaliseringen blir således en trend som likställs med hållbarhet, hälsa samt prisvärdhet.

Digitalisering, hållbarhet och hälsa samt prisvärdhet är exempel på trender som i hög utsträckning påverkar såväl samhället som dagligvarubranschen och [organisationen]. Pandemin medförde att flera av dessa trender accelererade med exempelvis en ökad e-handel och större fokus på hållbara och hälsosamma produkter, men under det senaste året är det den höga inflationen som påverkat marknadsdynamiken mest med framför allt en högre prismedvetenhet bland konsumenterna. - Årsredovisning (2022)

Citatet ovan visar organisationens beroende av externa faktorer med digitalisering, hållbarhet, prisvärdhet som globala trender samtidigt som e-handel och inflation beskrivs som ytterligare externa omständigheter. Det visar att organisationen lägger en viss betydelse på omvärldsanalyser. Vidare pekar det på att organisationen är medveten om de förändringar som digitaliseringen har medfört i konsumentbeteendet och marknadsdynamiken. De framhäver också att den höga inflationen har påverkat marknaden under det senaste året vilket har resulterat i ökad prismedvetenhet bland konsumenterna, vilket indikerar att prismedvetenhet är en viktig faktor som de hanterar. Då digitalisering nämns i det här sammanhanget, visar det på ett reaktivt agerande av organisationen, det vill säga att det är en nödvändighet för organisationen att lägga ner resurser på det i syfte att hänga med i utvecklingen. I en alltmer digital värld, spelar dessa externa faktorer, som digitalisering, en stor roll för organisationen. Huruvida digitaliseringens utveckling och implementering är någonting som sker för att företaget själva vill eller om det är ett resultat av omvärldens krav och förväntningar är outtalat. Däremot, är en intressant aspekt att digitalisering återkommer i sammanhanget vilket potentiellt skulle kunna vara en indikation på att digitaliseringen i organisationen beror på externa faktorer. Fortsättningsvis beskrivs i citatet nedan hur företaget är duktiga på anpassning och att rusta för framtiden.

... De är ju externt duktiga på det. I detta med detta med e-handeln så vill vi även få nya lagren att anpassa sig för detta. In i framtiden, liksom. Den största investeringen som [organisationen] har gjort är ju det nya lagret här som är i

[ort] och det är ju extremt stort. Det finns andra liknande lagrar i Sverige med andra kedjor som har sina lösningar på det. Man måste ju ha de här investeringarna och lösningarna. Det stämmer väldigt bra överens med att de ligger i framkant i digitalisering. - Intervjuperson D

I citatet framställs organisationen som kompetent samt att det existerar en stolthet hos intervjupersonen vid beskrivning av detta. Språket som används gör att individen distanserar sig till digitaliseringen men framhäver och säkerställer i sitt svar att företaget är på rätt "plats", gör rätt saker och investeringar vilket kan antydast som att intervjudeltagaren försöker förankra en framtidstro i sitt svar. Vidare går det att se tendenser till att digitaliseringen är någonting som är tvingande med beskrivningen "man måste" och därmed ingenting som "går att välja" eller som organisationen tar avstånd från alternativt bortprioritera. Det skulle därför kunna ses som en tvingande förändring som måste göras för att behålla konkurrenskraften och möjligtvis organisationens marknadsposition. Avslutningsvis tydliggör intervjudeltagaren att bolaget är långt fram i digitaliseringen och en stark marknadsaktör, vilket däremot inte säger någonting om individens relation till digitalisering. Vidare beskrivs effektiviseringen som digitaliseringen innebär i varuflödet som oundviklig.

Vi jobbar ju för organisationen i de här frågorna. Vi måste ha ett jämnt varuflöde och en effektiv varuförsörjning i form av att digitaliseringen är ju oundviklig där... - Intervjuperson D

Detta visar hur digitaliseringen framställs som väsentligt och något som oundvikligen behövs implementeras och ta del av för att organisationen ska vara effektivt, vilket indirekt implicerar att fortsätta vara konkurrenskraftig och attraktiv. Respondenten lägger inte någon värdering i citatet utan klargör behovet för organisationen att utnyttja digitaliseringen. I linje med citatet ovan, insinuerar följande citat från en butiksmedarbetares en tveksamhet till dess fortsatta behov ur butikens perspektiv.

Det är klart att vi behöver digitala verktyg i butikerna, som för kassasystem och varulagret. Men massa digitala verktyg tror jag inte behövs. Jag ser inte

hur det skulle kunna göra butiken bättre, och om jag ska vara ärlig och se det ur [organisationens] perspektiv, så känns det väl lite som att man bara lägger massa pengar på sånt för att hänga med i utvecklingen. - Intervjuobjekt G

Butiksmedarbetaren ser värdet i att ha digitala lösningar i butikerna, samtidigt som personen reserverar sig för att uttrycka mer. Det blir tydligt att butiksmedarbetaren har en försiktig syn på digitala lösningar och som arbetande i organisationen talar denna ur sitt perspektiv, och är spekulativ i sitt sätt organisationens perspektiv berättas. Det skulle emellertid kunna argumenteras för att intervjudeltagarens egna åsikt är relativt kritisk till digitala lösningar i butiken, trots att han talar ur organisationens perspektiv, kan denna även kunna tänkas representera sin egen. Om man läser mellan raderna, skulle citatet kunna beskrivas som ett sätt att uttrycka den påtvingade implementeringen, då intervjupersonen som arbetar i butiken inte nödvändigtvis ser ett större ytterligare behov av digitala verktyg i butiker.

5. Diskussion

I det här avsnittet diskuterar vi de fynd och resultat vi fann inom analysen i relation till den tidigare forskning som har gjorts kring berättelser om digitalisering. Vi inleder avsnittet med att sammanfatta de olika teman som återfanns bland berättelserna i analysen, och diskuterar därefter detta överskådligt kopplat till litteraturen om enbart digitalisering. Därefter lägger vi fokuset på att diskutera innebörden av vårt resultat för den litteratur som berör narrativ forskning kring digitalisering, och undersöker huruvida våra resultat introducerar en problematik eller luckor i den tidigare forskning. Därefter diskuterar vi de möjliga förklaringarna till de problem vi återfinner och generaliserar dessa till den nivå att de kan tillhandahålla ett kunskapsbidrag för den tidigare forskningen.

5.1 Resultat kopplat till tidigare forskning

I analyskapitlet har vi presenterat empiri som utgör den stora berättelsen och det material som ställer sig emot eller avviker från den. Dessa avvikande berättelser representerar antenarrativet. För att skildra berättelserna har både intervjustudie och textanalys (från företagets årsredovisning) genomförts relaterat till fenomenet digitalisering. Berättelserna har olika infallsvinklar och beskriver digitaliseringen på olika sätt. Teman som ingår i den stora berättelsen är digitaliseringen som: "Superhjälten", "Det underlättande verktyget", "Ett effektivt instrument", "Den trygga handen" och "Allt för kunden". De teman som kategoriserats som antenarrativ förtäljer mer kritiska berättelser om digitalisering där teman som identifierats är "De förlorade", "Övervakaren" och "Den påtvingade förändringen".

I flera delar av analysen, som inom teman "Ett effektivt instrument" och "Det underlättande verktyget" existerar ett tydligt mönster om digitaliseringens positiva sida då berättelsen som konstrueras belyser digitaliseringens konsekvenser som bland annat ett effektivare arbetssätt och ett enklare arbete. Detta påminner om vad Jason, Hung & Gremyr (2023) förklarar i sin forskning, vilket påvisar en befäst koppling då det återfinns både inom den berättelsen vi har konstruerat, och i mer praktiska miljöer som återges i den tidigare forskningen.

I litteraturen från Trittin-Ulbrich et al. (2021) beskrivs ökade nivåer av övervakning som ett resultat av ännu mer digitaliserade organisationer, vilket även vi fann belägg för. Det visade sig

tydligt i antenarrativet “Övervakaren” då det återgavs ett medvetande hos intervjupersonerna att övervakning skedde vilket också visade sig ha en effekt på dem. I det empiriska materialet blev det tydligt att känslor var inblandade då det existerar ett obehag att det ständigt finns tillsyn i organisationen. Dock verkar delar av det antenarrativet underminera detta fragment genom att belysa fördelarna kopplat till övervakningen, vilket är i linje med resonemanget Trittin-Ulbrich et al. (2021) då medarbetaren i större grad bortprioriteras i effektiviseringens syfte.

Vidare genererade det empiriska materialet även ett tydligt resultat i temat “Superhjälten” från den stora berättelsen. I linje med Bigum & Kenway (2005), påminner materialet under denna rubrik om “Boosters” som representerar digitaliseringens fördelar och ser digitaliseringen i organisationen som någonting positivt. Kontrasterande beskriver även författarna grupperna “Critics” och “Doomsters” som mindre positivt respektive direkt negativt inställda mot digitalisering. Detta överensstämmer väl med det upptagna resultatet från temat “De förlorade” där antenarrativen utgör en slående olik syn på digitalisering där flera inslag av digitaliseringens baksida tas upp.

I antenarrativet “Den påtvingade förändringen” finns det delar som potentiellt skulle kunna antyda att externa påtryckningar kan orsaka att digitalisering uppfattas som tvingande för företaget. Det blev tydligt i empirin där pandemin beskrevs som en extern faktor vilket, i linje med det Essebo (2022) beskriver som ett återkommande tema inom den stora berättelsen, ökade behovet av ytterligare digitalisering i organisationen. Detta stämmer överens med fenomenet Westerman, Bonnet och McAfee (2014) beskriver gällande hur organisationer behöver implementera digitala lösningar för att överleva. Fortsättningsvis relaterar detta till sambandet mellan externa påtryckningar och genomförandet av digitalisering som Mertala (2020) presenterade i sin forskning, om än omvänt. I kontrast till det vi funnit, där externa påtryckningar leder till ökad digitalisering, minskade digitaliseringen till följd av externa påtryckningar i fallet Mertala (2020) beskriver. Detta kan bero på att de externa påtryckningarna Mertala (2020) redogör för i huvudsak var negativt inställda till digitalisering i sammanhanget, medan de externa påtryckningarna som redogörs för i vår empiri i huvudsak är positiva. Detta indikerar att externa påtryckningar har en påtaglig effekt på implementeringen av digitala verktyg oavsett om de är av

positiv eller negativ karaktär. Potentiellt innebär detta att externa påtryckningar kring digitalisering, skulle kunna påverka berättelserna om digitalisering.

I temat “Allt för kunden” fann vi ett tydligt fokus på framtiden vilket även återfinns i andra delar av den stora berättelsen. Exempelvis var ett återkommande tema i årsredovisningen framtidsorienterade ord som “skifte”, “framtiden” och “utvecklas” vilket kan indikera på att organisationen ser behovet av digitalisering framöver. Det påminner om Poudels (2019) beskrivningar av prospektiv sensemaking. Inom prospektiv sensemaking fokuserar sensemaking-processen huvudsakligen på de händelser som kan tänkas uppkomma, och antenarrativen utgör “satsningar på framtiden”, med varje antenarrativ som en individuell tolkning om vad som kommer ske (Boje 2001 återgivet i Poudel 2019).

Detta blev tydligt i temat “Allt för kunden” där vi också kan se fokus på framtida händelser från *intervjuperson D*: “*Man gör det [implementera digitala verktyg] för att kunden ska efterfråga det i framtiden eller kommer efterfråga det...*”. Det finns alltså ett tydligt meningsskapande kopplat till denna framtidsorienterade berättelse, vilket gör kopplingen till prospektiv sensemaking tydligare och relevant då den intressant nog återfinns i det vi klassificerar som den stora berättelsen. Detta överensstämmer med vad Safari & Areeb (2020) hävdar om att det primärt är externa kommunikationskanaler som används i ett sensemaking och sensegiving syfte, eftersom det i stor utsträckning (och dessutom inklusive intervjuperson) är utdrag från årsredovisningen som utgör “Allt för kunden” i den stora berättelsen. Fortsättningsvis finner vi ytterligare exempel på prospektiv sensemaking inom antenarrativet “Påtvingad förändring” där det också förekommer exempel på framtidsorienterade ord. Förekommandet av prospektiv sensemaking inom antenarrativ är fullkomligt i linje med Poudels (2019) tes, men det faktum att det även återfinns inom berättelser som inte tillhör de antenarrativa berättelserna utan den stora berättelsen ger oss en intressant ny infallsvinkel. Detta indikerar att det även inom den stora berättelsen kan förekomma ett fokus på prospektiv sensemaking, åtminstone om det handlar om digitalisering.

Poudels (2019) resonemang kring varför *prospektiv* sensemaking är vanligt förekommande bland antenarrativ förklaras då de ofta berör tvetydiga och osäkra områden, vilket författaren också

menar stämmer gällande digitalisering. Den stora berättelsen vi presenterar handlar huvudsakligen om digitalisering och det kan vara en förklaring till varför det förekommer prospektiv sensemaking även där och inte bara inom antenarrativen. Om vi klassificerar den här prospektiva sensemaking-processen inom den stora berättelsen som unik finns det även belägg för Zulu & Saads (2023) uttalande om att digitalisering kräver unika sensemaking-strategier.

I den stora berättelsen kan vi se att flera aktörer är övertygade om att det är väsentligt att investera i digitalisering, vilket är intressant eftersom vissa ser det som ett tvetydigt och oförutsägbart område. På grund av denna tvetydighet som råder kring digitalisering kan vi dra slutsatsen att deltagarna i den stora berättelsen tidigare har genomgått ett omfattande meningsskapande kring ämnet eftersom de uttrycker sig övertygande om digitalisering i den stora berättelsen och hur positivt det är för framtiden. Därmed kan vi se att det har skett en påtaglig sensemaking-effekt, och kopplat till Poudels (2019) tes om att sensemaking blir mest relevant när det handlar om förändringar eller koncept som är osäkra alternativt tvetydiga. I den stora berättelsen upptäcker vi en central referenspunkt, där man förhåller sig till digitalisering som något meningsfullt. Detta kan ses som ett exempel vilket bekräftar det fynd Gjellebæk et al. (2020) tar upp kring centrala referenspunkter som uppstår på grund av sensemaking. Inom temat "Den påtvingade förändringen" exemplifieras detta i de alternativa berättelserna där vi ser att det har bildats en referenspunkt som innebär att man uppmärksammar digitaliseringen utifrån organisationens perspektiv men emellertid tar avstånd från att uttala sig om digitaliseringen på ett individuellt plan. Detta pekar på att man inom de antenarrativa berättelserna har bildat referenspunkter kring digitalisering som är separat från den som återfinns i den stora berättelsen, exempelvis "Övervakaren" och "Den trygga handen". Slutligen pekar detta på att antenarrativ potentiellt kan ha en möjliggörande effekt vad gäller bildandet av självständiga referenspunkter.

6. Slutsats

I detta kapitel besvarar vi frågan inledningsvis och tar därefter upp de teoretiska bidrag som vi kan bidra med till den tidigare forskning. Därefter redogör vi för begränsningarna i arbetet och de frågor som har väckts under arbetets gång som kan vara förslag till vidare forskning inom området. Vi avslutar kapitlet och arbetet med att diskutera den praktiska relevansen av vår undersökning och vilka aktörer som kan dra nytta av den.

6.1 Studiens teoretiska bidrag

I syftet att besvara vår frågeställning framställs berättelsen i två huvudsakliga delar: Den stora berättelsen och antenarrativa fragment. Den stora berättelsen är överhängande positivt inställd till digitalisering och uppmuntrar till ytterligare digitalisering samt rättfärdigar detta med argument om att det leder till ökad effektivitet och förbättrad kundupplevelse. I den stora berättelsen är digitalisering protagonisten, den är av central karaktär och handlingen kretsar kring den. Inom antenarrativen är de olika teman som identifierats mindre sammanhängande och de betar sig inte som beståndsdelar i en större berättelse. De är överlag mindre inställsamma mot digitalisering i organisationen och istället för att betrakta området som en protagonist, betraktas det snarare som ett problemområde, eller samtalsämne.

Utifrån vår diskussion kan vi tillhandahålla följande teoretiska bidrag. Vi har funnit att externa påtryckningar har en påtaglig effekt på implementering av digitalisering i organisationen oberoende av dess karaktär. Detta kan potentiellt innebära att berättelserna om digitalisering kan påverkas av dessa digitala påtryckningar. Vidare har vi identifierat att prospektiv sensemaking om digitalisering även kan förekomma inom den stora berättelsen, något som inte uppmärksammas inom tidigare forskning. Det kan ha sin orsak i det initiala antagandet att organisationens berättelser ingår i den stora berättelsen. I vår diskussion indikeras det att detta beror på faktumet att berättelserna rör sig om just digitalisering. Det är även möjligt att bilda gemensamma referenspunkter inom antenarrativen som är oberoende av den centrala referenspunkten. Den centrala faktorn som möjliggör att prospektiv sensemaking förekommer i den stora berättelsen, och att gemensamma referenspunkter förekommer bland antenarrativen, kan tänkas vara digitaliseringens oförutsägbarhet och tvetydighet vilket påvisats i det empiriska materialet.

6.2 Begränsningar & förslag till vidare forskning

Den här studien har primärt inte möjlighet att avgöra om den stora berättelsen om digitalisering har någon form av avsedd effekt (framförallt gällande sensemaking & sensegiving). Det beror på att det är vi själva som har definierat och sammanställt den stora berättelsen. Berättelserna från det empiriska materialet som används i den stora berättelsen är endast beståndsdelar vi presenterar, och den kan inte beaktas som medvetet designad av organisationen. På grund av arbetets omfång har det inte funnits möjlighet att konstruera en större eller mer omfattande berättelse. Den nuvarande stora berättelsen är därmed acceptabel med tanke på den rådande problematiseringen, men om den hade varit större och mer utförlig kunde kunskapsbidraget även tänkas bli större. Förslagsvis hade man kunnat inkludera flera rapporter i textanalysen, framförallt från andra organisationer än just den koncern vi undersöker för att få en mer allomfattande stor berättelse.

Vi vill uppmana till vidare forskning om relationen mellan sensemaking och tvetydighet. Vi tror att det vore intressant att undersöka den här relationen ytterligare för att kunna öka förståelsen för bland annat sensemaking, och de olika förhållanden som kan ha en effekt på fenomenet. En möjlig forskningsfråga kan då vara: "Hur påverkar tvetydighet *Sensemaking* i organisationer?".

Vidare föreslår vi även att vidare forskning kring berättelser om digitalisering undersöker de olika grupper som tas upp av Bigum & Kenway (2005) för att kontextualisera dessa inom organisationsteori. Ett ytterligare förslag på vidare forskning inom området skulle kunna inkludera kunden som studieobjekt. Detta hade bidragit med ett nytt perspektiv då kundens inställning till digitaliseringsprojekt även kan analyseras.

6.3 Studiens praktiska relevans

Digitalisering är ständigt närvarande i samhället och någonting som kretsar runt oss alla. Studien kan därför anses som praktiskt relevant för olika aktörer i organisationer och samhället. Mer specifikt kan företag och organisationer tänkas dra nytta av studien eftersom den tar ett organisatoriskt perspektiv på digitalisering. Detta innebär således att det kan vara av intresse för exempelvis chefer som ska rättfärdiga en implementering av digitala verktyg i sin verksamhet

och som vill förstå alternativt undersöka potentiella reaktioner eller motreaktioner hos de anställda.

Litteraturlista

Boje M, David. (2014). Storytelling Organizational Practices. Managing in the Quantum age [pdf], Available online:
https://davidboje.com/vita/paper_pdfs/Sampe%20STORYTELLING%20Practics%20boje.pdf
[Accessed: 09 April 2023]

Boje, M David. (2001). *Narrative Methods for Organizational & Communication Research*. [Elektronisk resurs]. Sage Publications Ltd, Available through: LUSEM library website
<https://ludwig.lub.lu.se/login?url=https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&AuthType=ip,uid&db=cat07147a&AN=lub.6148412&site=eds-live&scope=site> [Accessed: 09 April 2023]

Bigum, C., & Kenway J. (2005). New Information Technologies and the Ambiguous Future of Schooling - Some Possible Scenarios. In: Hargreaves, A. (eds) *Extending Educational Change*. Springer, Dordrecht, Available online:
https://doi.org/10.1007/1-4020-4453-4_5 [Accessed: 15 April 2023]

Brown, A.D., & Starkey, K. (2000). Organizational Identity and Learning: A Psychodynamic Perspective, *The Academy of Management Review*, 25(1), pp. 102–120, Available through: LUSEM library website
<https://ludwig.lub.lu.se/login?url=https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&AuthType=ip,uid&db=edsjsr&AN=edsjsr.259265&site=eds-live&scope=site> [Accessed: 15 April 2023]

Bryman, A., & Bell, E. (2017). *Företagsekonomiska forskningsmetoder*, 3rd ed., Liber: Stockholm

Brynjolfsson, E., & Hitt, M.L. (2000). "Beyond Computation: Information Technology, Organizational Transformation and Business Performance." *Journal of Economic Perspectives*, 14 (4): 23-48, Available through: LUSEM library website
<https://ludwig.lub.lu.se/login?url=https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&AuthType=ip,uid&db=edsjsr&AN=edsjsr.2647074&site=eds-live&scope=site> [Accessed: 18 May 2023]

Collison, C., & Mackenzie, A. (1999). The power of story in organisations, *Journal of Workplace Learning*, 11(1), pp. 38–40, Available through: LUSEM library website

<https://ludwig.lub.lu.se/login?url=https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&AuthType=ip.uid&db=edsemr&AN=edsemr.10.1108.13665629910250960&site=eds-live&scope=site>

[hämtad: 14 April 2023]

Cöster, M. & Westelius, A. (2021). Digitalisering. Liber

Digg. (2023). Digitala Sverige [pdf], Available at:

<https://www.digg.se/download/18.1e68c05518649f2b2eb6a8e/1677659508496/Digitala%20Sverige%202022.pdf> [Accessed: 20 May 2023]

Digitaliseringskommissionen. (n.d). Available online:

<https://digitaliseringskommissionen.se/digitaliseringens-mojligheter-och-utmaningar/> [Accessed: 20 May 2023]

Doolin, B. (2003). Narratives of Change: Discourse, Technology and Organization, *Organization*, 10(4), pp. 751–770, Available through: LUSEM library website

<https://ludwig.lub.lu.se/login?url=https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&AuthType=ip.uid&db=bth&AN=11742373&site=eds-live&scope=site> [Accessed: 18 May 2023]

Essebo, M. (2022). Storying COVID-19 : fear, digitalisation, and the transformational potential of storytelling, *Sustainability Science*, (17), pp. 555–564, Available through: LUSEM library website

<https://ludwig.lub.lu.se/login?url=https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&AuthType=ip.uid&db=edsswe&AN=edsswe.oai.lub.lu.se.7aa325c8.eca3.491d.8458.22592505ab79&site=eds-live&scope=site> [Accessed: 17 May 2023]

Gabriel, Y. (2000). *Storytelling in organizations. [Elektronisk resurs] facts, fictions, and fantasies*. Oxford University Press ((Oxford scholarship online)), Available through: LUSEM library website

<https://ludwig.lub.lu.se/login?url=https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&AuthType=ip.uid&db=cat07147a&AN=lub.5903183&site=eds-live&scope=site> [Accessed: 09 April 2023]

Gjellebæk, C., Svensson, A., Bjørkquist, C., Fladeby, N., & Grundén, K. (2020). Management challenges for future digitalization of healthcare services, *Futures*, 124, Available through: LUSEM library website

<https://ludwig.lub.lu.se/login?url=https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&AuthType=ip.uid&db=edselp&AN=S0016328720301282&site=eds-live&scope=site> [Accessed: 12 May 2023]

Guo, X., Li, M., Wang, Y., & Mardani, A. (2023). Does digital transformation improve the firm's performance? From the perspective of digitalization paradox and managerial myopia, *Journal of Business Research*, 163, Available through: LUSEM library website

<https://ludwig.lub.lu.se/login?url=https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&AuthType=ip.uid&db=edselp&AN=S0148296323002266&site=eds-live&scope=site> [Accessed: 18 May 2023]

Henderson, T.L. (2017). *David M. Boje: A storyteller for the post-newtonian era*. Springer International Publishing, Available through: LUSEM library website

<https://ludwig.lub.lu.se/login?url=https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&AuthType=ip.uid&db=edselc&AN=edselc.2-52.0-85055622168&site=eds-live&scope=site> [Accessed: 5 May 2023]

Hung, B.Q., Nham, N.T.H. and Ha, L.T. (2023). The importance of digitalization in powering environmental innovation performance of European countries, *Journal of Innovation & Knowledge*, 8(1), Available through: LUSEM library website

<https://ludwig.lub.lu.se/login?url=https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&AuthType=ip,uid&db=edselp&AN=S2444569X22001196&site=eds-live&scope=site> [Accessed: 16 May 2023]

Jason, M., Hung, D.Q. and Gremyr, I. 1975 (2023). The influence of digitalisation on the role of quality professionals and their practices, *Cogent Business and Management*, 10(1), Available through: LUSEM library website

<https://ludwig.lub.lu.se/login?url=https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&AuthType=ip,uid&db=edsswe&AN=edsswe.oai.research.chalmers.se.e5e725f2.6c17.4b5f.b0c4.7f08d95cd99b&site=eds-live&scope=site> [Accessed: 23 April 2023]

Kuusisto, M. (2017). Organizational effects of digitalization: A literature review, *International Journal of Organization Theory & Behavior*, Vol. 20 No. 03, pp. 341-362, Abstract only, Available online:

<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/IJOTB-20-03-2017-B003/full/html>
[Accessed: 17 May 2023]

Lanke, P., Totawar, A., Raghuraman, J., & Saravanan, P. (2022). Hostile takeovers, culture, and firm performance: a sensemaking and sensegiving perspective, *Journal of Indian Business Research*, 14(4), pp. 426–446, Available through: LUSEM library website

<https://ludwig.lub.lu.se/login?url=https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&AuthType=ip,uid&db=edsemr&AN=edsemr.10.1108.JIBR.10.2021.0352&site=eds-live&scope=site>
[Accessed: 12 May 2023]

Mertala, P. (2020). Paradoxes of participation in the digitalization of education: A narrative account, *Learning, Media and Technology*, 45(2), pp. 179-192, Available through: LUSEM library website

<https://ludwig.lub.lu.se/login?url=https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&AuthType=ip,uid&db=psyh&AN=2019-72806-001&site=eds-live&scope=site> [Accessed: 04 May 2023]

McKinsey & Co. (2012). Retail 4.0: The Future of Retail Grocery in a Digital World, Available online:

[https://www.mckinsey.com/~/media/mckinsey/dotcom/client_service/retail/articles/the_future_of_retail_grocery_in_digital_world%20\(3\).pdf](https://www.mckinsey.com/~/media/mckinsey/dotcom/client_service/retail/articles/the_future_of_retail_grocery_in_digital_world%20(3).pdf) [Accessed: 19 May 2023]

Nationalencyklopedin, (2023). Digitalisering. Available at:

<http://www.ne.se/uppslagsverk/encyklopedi/enkel/digitalisering> [Accessed: 04 May 2023]

Plekhanov, D., Franke, H. & Netland, T.H. (2022). Digital transformation: A review and research agenda, *European Management Journal* [Preprint], Available through: LUSEM library website

<https://ludwig.lub.lu.se/login?url=https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&AuthType=ip.uid&db=edselp&AN=S0263237322001219&site=eds-live&scope=site> [Accessed: 16 May 2023]

Poudel, D. (2019). Making sense or betting on the future? Identifying antenarratives of AI projects in a large financial organization, *Electronic Journal of Business Ethics and Organization Studies*, 24(2), pp. 20–33, Available at:

<https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&AuthType=ip.uid&db=psyh&AN=2020-27473-003&site=eds-live&scope=site> [Accessed: 22 May 2023]

Pye, A. (2005). Leadership and organizing: Sensemaking in action, *Leadership*, 1(1), pp. 31–50, Available through: LUSEM library website

<https://ludwig.lub.lu.se/login?url=https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&AuthType=ip.uid&db=psyh&AN=2009-04529-002&site=eds-live&scope=site> [Accessed: 04 April 2023]

Reis, J., Amorim, M., Melão, N., Cohen, Y., & Rodrigues, M. (2020). *Digitalization: A Literature Review and Research Agenda*. Cham: Springer International Publishing (Lecture Notes on Multidisciplinary Industrial Engineering), Available through: LUSEM library website

<https://ludwig.lub.lu.se/login?url=https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&AuthType=ip.uid&db=edssjb&AN=edssjb.978.3.030.43616.2.47&site=eds-live&scope=site> [Accessed: 18 may 2023]

Rennstam, J., & Wästerfors, D. (2011). Att analysera kvalitativt material, in G. Ahrne & P. Svensson (eds), *Handbok i kvalitativa metoder*, Malmö: Liber, pp. 194-210

Safari, M., & Areeb, A. (2020). A qualitative analysis of GRI principles for defining sustainability report quality: an Australian case from the preparers' perspective, *Accounting Forum*, 44(4), pp. 344-375–375, Available through: LUSEM library website

<https://ludwig.lub.lu.se/login?url=https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&AuthType=ip.uid&db=edselc&AN=edselc.2-52.0-85081738547&site=eds-live&scope=site>
[Accessed: 18 may 2023]

Seitz, C., Pokrivčák, J., Tóth, M., & Plevný, M. (2017). Online grocery retailing in Germany: an explorative analysis, *Journal of Business Economics & Management*, 18(6), pp. 1243–1263, Available through: LUSEM library website

<https://ludwig.lub.lu.se/login?url=https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&AuthType=ip.uid&db=bth&AN=126869228&site=eds-live&scope=site> [Accessed: 18 May 2023]

Sveningsson, S. & Sörgärde, N. (2020). *Managing Change in organizations*, London: SAGE Publications

Svenskt Näringsliv. (2016). *Företagen och digitalisering* [pdf], Available at:

https://www.svensktnaringsliv.se/bilder_och_dokument/mi6pm3_foretagen-o-digitaliseringenpdf_1007110.html/Fretagen+o+digitaliseringen.pdf [Accessed: 20 May 2023]

Trittin-Ulbrich, H., Scherer, A. G., Munro, I., & Whelan, G. (2021). Exploring the dark and unexpected sides of digitalization: Toward a critical agenda. *Organization*, 28(1), 8–25, Available through: LUSEM library website

<https://ludwig.lub.lu.se/login?url=https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&AuthType=ip,uid&db=edselc&AN=edselc.2-52.0-85096220829&site=eds-live&scope=site> [Accessed: 03 April 2023]

Westerman, G., McAfee, A. & Bonnet, D. (2014). *Leading Digital : Turning Technology Into Business Transformation*. Boston: Harvard Business Review Press, Available through: LUSEM library website

<https://ludwig.lub.lu.se/login?url=https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&AuthType=ip,uid&db=nlebk&AN=872487&site=eds-live&scope=site> [Accessed: 03 April 2023]

Zulu, S.L. & Saad, A.M. (2023). A Sensemaking Perspective of Digitalisation in Construction Organisations', *Sustainability*, 15(3), p, Available through: LUSEM library website

<https://ludwig.lub.lu.se/login?url=https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&AuthType=ip,uid&db=edselc&AN=edselc.2-52.0-85147880044&site=eds-live&scope=site>

[Accessed: 03 April 2023]