

Analys av den interna kommunikationen i ett industriföretag

Karl-Filip Eriksson

Examensarbete för ingenjörsexamen (YH)-examen

Utbildningen för produktionsekonomi

Vasa 2019



EXAMENSARBETE

Författare: Karl-Filip Eriksson
Utbildning och ort: Ingenjör, Vasa
Inriktning/alternativ/Fördjupning: Produktionsekonomi
Handledare: Roger Nylund

Titel: Analys av den interna kommunikationen i ett industriföretag

Datum 25.11.19 Sidantal 27

Bilagor 2

Abstrakt

Arbetets syfte är att undersöka den interna kommunikationen mellan avdelningarna på ett företag. Hur fungerar den interna kommunikationen på företaget? Vad kan man göra för att förbättra den? Vilka kommunikationskanaler använder sig företaget av i dagsläget? Vilka kommunikationskanaler borde man införa?

Undersökningen utfördes med hjälp av en enkätundersökning och intervjuer med 13 personer på företaget. Jag använde mig alltså av både kvalitativa och kvantitativa undersökningsmetoder för att få en så bred bild som möjligt över hur företagets interna kommunikation mellan avdelningarna fungerar. Intervjuerna gjordes genom personliga samtal i företagets utrymmen.

Undersökningen visar att den interna kommunikationen fungerar hyfsat men att det finns förbättringsmöjligheter. Undersökningen gav en hel del förbättringsförslag. Förbättringsförslagen var att implementera det nuvarande ERP-systemet, använda sig av online "anslagstavla", förbättra rutiner, utbilda personalen inom kommunikation och att anställa en kommunikationsansvarig eller en konsult.

Språk: Svenska

Nyckelord: Intern kommunikation, information

BACHELOR'S THESIS

Author: Karl-Filip Eriksson
Degree Programme: Engineering, Vasa
Specialization: Industrial Management Engineering
Supervisor(s): Roger Nylund

Title: Analysis of the internal communication in an industrial company

Date 25.11.19 Number of pages 27 Appendices 2

Abstract

The aim of this thesis is to investigate the internal communication between the departments in the company. How is the internal communication in the company working? What can you do to improve it? Which communication channels are the company using right now? Which communication channels should the company implement?

The research was done with both a questionnaire and interviews with 13 persons in the company. I used both qualitative and quantitative research methods to get a broad result. The interviews were done verbally in the company's office space.

The result of the research shows that the internal communication is working quite well but that improvements can be made. The results also gave improvement suggestions. The improvement suggestions were to implement the existing ERP-system, use a communication platform, improve routines, educate the employees and to hire a person that is responsible for the communication or a consult.

Language: English Key words: Internal communication, information

Innehållsförteckning

1	Inledning.....	1
1.1	Problemformulering.....	1
1.2	Syfte.....	1
1.3	Avgränsning	2
1.4	Forskningsmetod	2
2	Företag X.....	2
3	Teori	3
3.1	Allmänt om kommunikation	3
3.2	Intern kommunikation.....	4
3.3	Kommunikationstyper	5
3.3.1	Digitala kanaler	6
3.3.2	Tryckta kanaler.....	6
3.3.3	Muntliga kanaler	7
3.4	Kommunikation och ledarskap.....	7
4	Undersökning	8
4.1	Intervjufrågor	9
5	Resultat	9
5.1	Intervjuer.....	10
5.2	Enkätundersökning	13
6	Diskussion.....	17
6.1	Förbättringsförslag.....	17
6.2	Avslutning	18
7	Källor	18
8	Bilagor	19

1 Inledning

Detta examensarbete kommer att behandla ämnet intern kommunikation på ett företag. Jag kommer att analysera informationsflödet mellan och inom olika avdelningar med hjälp intervjuer, samtal och frågeenkäter. Vilka direkta och indirekta effekter kommer från bra respektive dålig kommunikation. Det jag kommer att fokusera mest på är vilka kommunikationsmetoder som används i nuläget och vilka metoder som kunde införas för att få en så rak och tydlig kommunikation som möjligt. Kommunikationen inom ett företag är en väldigt viktig del av hela arbetet för att saker och ting skall fungera på bästa möjliga sätt. Eftersom Kommunikation i dagens läge sköts allt mera via digitala plattformar kommer det att bli en viktig del av detta arbete.

1.1 Problemformulering

Kommunikation är väldigt viktigt för att ett företag eller en organisation skall fungera, ju större företag desto viktigare är det att kommunikationen löper på ett så smidigt sätt som möjligt. Företaget som vi gör detta arbete för tycker själva att det är en sak som kunde förbättras märkbart, speciellt att rätt information kommer till rätt personer. Problemområdet för detta arbete blir därför att analysera och undersöka hur detta kunde förbättras. I dagsläget händer det att fel personer får viss information och att man blir felinformerade. Vilken typ av kommunikationsplattform passar bäst för företaget? Kan man utveckla de som redan finns? Vilken typ av information skall kommuniceras var? Detta är några exempel på frågor som vi skall försöka reda ut i detta arbete.

1.2 Syfte

Syftet med detta examensarbete är att undersöka den interna kommunikationen på företaget för att ge dem en bättre bild över hur det fungerar för tillfället och kunna komma med förbättringsförslag och åtgärder. Framförallt så kommer vi att försöka komma fram till vilken typ av kommunikationsmetod som skulle vara bäst för företaget. Målet med denna undersökning är att företagets interna kommunikation förbättras på lång sikt.

1.3 Avgränsning

Avgränsningen i detta arbete kommer att bli den interna kommunikationen mellan avdelningarna på företagets huvudfabrik och då till största delen omfatta vilken typ av kommunikationssätt som är det bästa alternativet för företaget i fråga. Skulle man undersöka och analysera den interna kommunikationen både inom och mellan företagets alla avdelningar skulle arbetet bli allt för omfattande och bli ett allt för stort projekt.

1.4 Forskningsmetod

Vid val av metod för undersökningen har jag tittat närmare på två forskningsmetoder, kvantitativa och kvalitativa undersökningsmetoden. I detta arbete kommer jag att använda mig av båda metoderna. Detta för att jag vill samla in både kvalitativa och kvantitativa data för att få så bred bild som möjligt. Information som jag samlar in för undersökningen kommer att ske via frågenkäter och intervjuer med personal på företaget. Frågeenkäten och intervjuerna kommer att besvaras av samma personer. Skillnaden mellan den kvalitativa och kvantitativa forskningsmetoden är att den kvalitativa metoden för det mesta är grundad på intervjuer som ger lite mera detaljerad information medan den kvantitativa metoden oftast grundar sig på frågenkäter eller liknande som ger ett resultat som man kan använda till statistik. (Erikson 2008, 147)

2 Företag X

Företaget som jag gör mitt examensarbete för är ett industriföretag med cirka 500 anställda. Företaget har satsat på produktutveckling och kvalitet och i och med det har de utvecklats till en av nordens ledande aktörer inom sin bransch. Företaget utvecklar sin teknik, tillverkar och säljer produkterna samt underhåller dem. Till marknadsområdena hör förutom Norden även Storbritannien, Ryssland, Holland, Österrike, Polen, Kroatien och de baltiska länderna. Företaget är ett aktiebolag och har också dotterbolag i några europeiska länder. Omsättningen ligger runt 70 miljoner euro.

3 Teori

I teoridelen kommer jag att behandla teorin som ligger till grund för vårt arbete om intern kommunikation. Jag kommer att börja med allmän kommunikation och sedan gå närmare in på teorin om olika kommunikationsmetoder, intern kommunikation, extern kommunikation o.s.v. Jag kommer att fokusera mest på intern kommunikation och olika kommunikationsmetoder eftersom det är mest relevant för detta arbete.

3.1 Allmänt om kommunikation

Kommunikation är ett väldigt omfattande begrepp. Ordet Kommunikation har latinskt ursprung och brukar översättas med "att göra gemensamt". Kommunikation består av komplexa, kreativa processer mellan människor. Själva begreppet kommunikation är inte helt lätt att definiera ordagrant. Kommunikation handlar om en pågående process mellan människor som knyter dem samman. (Heide 2012, 25)

Kommunikation kan enligt forskare ske på flera olika nivåer: intrapersonell, interpersonell, grupp, organisations- och samhällsnivå. Intrapersonell kommunikation är när man kommunicerar med sig själv, att man med hjälp av språket tänker och producerar meningar i huvudet. Därför kan denna nivå av kommunikation vara lite problematisk eftersom kommunikation ofta beskrivs som någonting mellan minst två personer. Man kan även utvidga den intrapersonella kommunikationen till att omfatta en persons kommunikation med sig själv till bloggar, dagböcker och andra typer av anteckningar så är det kanske inte lika enkelt att avfärda intrapersonell kommunikation som en kommunikationsform. (Heide 2012, 26)

Kommunikation som begrepp kan definieras på många olika sätt, men det är kanske ännu viktigare att förstå de olika synsätten som finns på kommunikation eftersom det påverkar hur marknadsföring, företagsledning o.s.v. sköts rent praktiskt i organisationer och i samhället i övrigt. Ur ett pedagogiskt perspektiv kan man identifiera två olika synsätt eller rent av motsatser inom forskningen: överföring av ett budskap och delning av ett budskap.

Det förstnämnda kom på 1940-talet och har fått en del kritik för att för att själva budskapet anses som opåverkat av mottagaren. Det andra synsättet betyder att de som deltar i kommunikationen bör ha någon sorts av förståelse mellan varandra även om det bör ses

som kommunikation även när två parter har helt olika uppfattningar, misslyckad kommunikation. (Heide 2012, 27)

Kommunikation är ett utbyte av meddelanden mellan människor. Kontakten kan ske via brev, böcker, personlig kontakt, telefoner, tidningar, dator, radio och tv. (Wallentin 2006, 247)

Kommunikation kan vara många olika saker, t.ex. ett samtal mellan människor på gatan. Kommunikation i organisationer är kontaktformer och uppbyggnad till samarbete som ofta används för att nå ut till olika enheter både externa och interna. (Larsson 2008, 13)

3.2 Intern kommunikation

Intern kommunikation innebär kommunikation inom företaget och mellan personalen. Den interna kommunikationen är väldigt viktig i företaget. Om inte företagets interna kommunikation fungerar och den egna personalen inte vet vad företagets syfte och mål är, lär inte heller ingen utanför företaget förstå det. (Erikson 2017, 72)

För att den interna kommunikationen skall vara så effektiv som möjligt så finns det flera aspekter man kan förbättra. En av dessa är att man skall ge medarbetare överblick över arbetet och en inblick i organisationen, detta kan hjälpa med att utveckla nya metoder, lösningar och tjänster. Det är också viktigt att företaget alltid är öppna med visioner och målsättningar. Detta gör att det är enklare för alla i personalen att jobba för samma mål och har en likadan uppfattning om vad man vill åstadkomma. Om personalen har tillgång till så mycket information som möjligt har en tendens att lättare kunna ta bättre beslut. Med knapp eller felaktig information så kommer personalen i högre utsträckning göra felbeslut och gå i olika riktningar. Information kan tolkas på olika sätt och därför är det även viktigt att alla inom företaget har förstått informationen rätt före man går ut med den till kunder eller andra utomstående. Man vill undvika att ge missvisande information till kunder för att inte skapa missförstånd. (Erikson 2017, 72 - 74)

Andra punkter som också visar på att ha effektiv intern kommunikation inom företaget är t.ex. att det underlättar samarbetet mellan personalen. Det skapar även motivation åt personalen om de har en bra helhetsbild över arbetet som pågår och de känner sig mera delaktiga. Om interna kommunikationen är haltande kan det lätt skapa irritation och ryktesspridningar inom personalen. Detta förekommer tyvärr ofta om ett företag har stora förändringar på gång. Också personalomsättningen ökar om kommunikationen inte fungerar på ett bra sätt. Då känner personalen att de inte får tillräckligt stor möjlighet för personlig utveckling och kommer förmodligen att på sikt byta jobb. Detta medför sedan en mycket stor dold kostnad eftersom man behöver lära upp nya arbetstagare allt för ofta. (Erikson 2017, 74 – 75)

Om personalen trivs pratar de också ofta väl om sin arbetsgivare och detta leder till underlättad rekrytering för företaget, detta är en mycket bra marknadsföring som inte kan ersättas med traditionell marknadsföring. Organisationer och företag behöver ständigt utvecklas och förändras för att hänga med på ett bra sätt. Interna kommunikationen är även här väldigt viktig, fungerar den på ett bra sätt så kommer också personalen att vara mera mottaglig för förändringar. I det långa loppet kommer en bra intern kommunikation att leda till att företaget ökar lönsamheten och får ett bättre resultat. På senare tid har man utvecklat metoder för att mäta resultat av intern kommunikation bl.a. genom olika nyckeltal. (Erikson 2017, 75 – 76)

Den interna kommunikationen inom ett företag eller en organisation bör utvärderas av chefen med hjälp av olika verktyg. Det är viktigt att utvärdera den interna kommunikationen som är av stor betydelse ur ledningens och hela företagets synvinkel. (Ruck & Welch 2012, 294)

3.3 Kommunikationstyper

Enligt Erikson i boken "Planerad kommunikation" finns det tre olika kommunikationsmetoder: muntliga kanaler, tryckta kanaler och digitala kanaler. Alla metoder har både för och nackdelar. (Erikson 2017, 78)

Det är viktigt att veta vilken typ av kommunikation man skall använda sig av i olika situationer beroende på vem man skall kommunicera med och vilken typ av information man för fram. T.ex. om man vill nå fram till många med allmän information är det kanske bättre att använda sig av indirekt kommunikation, som intranät eller någon annan plattform medan om man kommer med specifik information till en person är direkt kommunikation ett bättre alternativ. (CGI, 2019)

3.3.1 Digitala kanaler

Det finns väldigt många olika digitala kommunikationskanaler t.ex. email, intranät, telefonkonferens, videokonferens, intern-tv, kodade tv-sändningar, cd, databaser, sms, bloggar, Twitter, podcast, internradio, video och film. Intranät används på många ställen och är ett praktiskt sätt att informera personalen om olika nyheter och förändringar. Detta är ett bra sätt att dela information som alla kan behöva och hitta när man behöver den. Den största fördelen med digitala kanaler är att de levandegör fakta på ett enklare sätt än tryckta kanaler, man kan t.ex. visa ett videoklipp på intranät eller en annan plattform. Man kan även kommentera och diskutera på ett smidigt sätt via digitala kanaler. Man behöver dock komma ihåg att alla inte har tillgång till internet eller överhuvudtaget en dator på jobbet. (Erikson 2017, 79)

De flesta organisationer och företag använder sig idag av digitala för att nå ut till omvärlden men även internt. Användandet av digitala kanaler har många fördelar, filöverföringar, arkivering, planering, delade arbetsdokument mm. (Andersson, 2003)

3.3.2 Tryckta kanaler

Med tryckta eller skriftliga kanaler menas tryckt information på papper eller andra typer av material. Det finns många olika skriftliga kanaler, t.ex. personaltidningar, faktabroschyrer, väggtidningar, nyhetsbrev, företagspresentationer, brevlådor, protokoll och trycksaker. En fördel med tryckta informationskanaler är att man enkelt kan gå tillbaka och läsa texten igen och risken för att missförstå något är relativt liten. En annan fördel är att den tryckta informationen kan nå läsaren på väldigt många olika platser. Den största nackdelen är dock att det är svårt att få till en dubbelriktad dialog. (Erikson 2017, 79)

När information kommuniceras skriftligt via tidningar och broschyrer blir arbetarnas möjlighet till feedback mycket begränsad, vilket medför att de inte är öppna för attitydförändringar och blir heller inte särskilt motiverade. (Grönroos 2008, 369)

3.3.3 Muntliga kanaler

Muntliga kommunikationskanaler är den vanligaste formen och används i stort sett hela tiden på en arbetsplats. Möten och andra former av muntliga informationsbyten tar upp väldigt stor tid i mångas dagliga arbete. Kommunikationsansvariga har ett stort ansvar att se till att den muntliga kommunikationen och möten fungerar på ett så smidigt sätt som möjligt, eftersom det underlättar mycket och effektiverar arbetet. Muntlig kommunikation är det enklaste sättet att få en så rak och tydlig dialog som möjligt. På möten kan personalen även läsa av kroppsspråk och det är också lätt att fråga om det är något man inte förstår. Har man ett självständigt arbete är det också väldigt viktigt att ibland kunna reflektera med andra människor och kunna "prata av sig" och diskutera mål och mening med arbetet. (Erikson 2017, 80)

Den muntliga informationen bör tillgodose arbetarnas behov av tvåvägskommunikation för att göra nytta, annars finns det en risk att det inte blir någon kommunikation utan endast en mängd information som förmedlas åt ett håll. Därför är det viktigt att tillräckligt med tid på t.ex. arbetsmöten för medarbetarnas åsikter, annars får man inte ut det optimala resultatet av denna kommunikationskanal. (Heide 2013, 137)

3.4 Kommunikation och ledarskap

Kommunikation och ledarskap går ofta hand i hand, att vara chef eller ledare handlar väldigt långt om att kunna kommunicera på ett klart och tydligt sätt. När man skall fatta beslut, komma överens om hur man skall lösa problem, ge feedback åt personalen, allt detta handlar väldigt långt om kommunikation. Det finns flera olika undersökningar som visar detta. Resultat från undersökningar bekräftar att ungefär 80% av en chefs eller ledares arbetstid går åt till att kommunicera med människor. Organisationer och företag

blir allt större vilket betyder att kommunikation och ledarskap blir allt viktigare. (Heide 2012, 119)

Hur man ser på ledarskap har ändrats under årens lopp, forskningen har gjort så att ledarskapet har utvecklats under lång tid. I början på 1980-talet skedde stora förändringar, denna förändring kallas för doktrinskifte inom ledarskap. För att förklara detta doktrinskifte på ett enkelt sätt kan man säga att man gick från hierarkiska och regelstyrda organisationer och företag till att personalen fick mera frihet och ett större eget ansvar. Denna utveckling har fortsatt och i dag lägger man stor vikt vid nätverk, team och nätverk istället för linjeorganisationer och hierarkier. (Heide 2012, 124)

Företagets utveckling korrelerar mycket med chefer och ledares kommunikativa förmåga. Detta innebär att det är svårt för en organisation eller ett företag att skapa ett kommunikativt fundament utan kommunikativa ledare. Företagets förändring och utveckling startar alltså hos ledarna. (Segefeldt & Zimmer 2002, 139)

4 Undersökning

Jag intervjuade 13 personer i företaget och intervjuerna gjordes i företagets utrymmen. De personer jag intervjuade svarade både på frågeenkäten och intervjufrågorna. Intervjuerna handlade om interna kommunikationen mellan avdelningarna på Företagets huvudenhet. Jag har intervjuat 1 - 2 personer per avdelning för att få en så bred bild som möjligt, genom att få svar och åsikter från alla avdelningar. Enkätundersökningen bestod av 8 frågor där de svarande kunde välja mellan 4 olika svarsalternativ. Svarsalternativen var: helt av samma åsikt, delvis av samma åsikt, delvis av annan åsikt och helt av annan åsikt. Dessa frågor behandlade främst om de svarande tyckte att de hade informationen som krävs för att utföra sitt dagliga arbete och hur de upplever att den interna kommunikationen mellan avdelningarna på företaget fungerar i dagsläget. Efter att de besvarat frågeenkäten var det dags för intervjuerna.

4.1 Intervjufrågor

Jag har sammanställt frågorna utgående från teorin i kapitel 3 och genom diskussioner med min uppdragsgivare och en konsult på företaget i fråga. När jag gjorde intervjun försökte jag få till en diskussion utgående från frågorna nedan. Detta för att få så mycket information som möjligt av de svarande. Intervjupersonerna valdes ut av min uppdragsgivare på företaget. Nedan är frågorna listade.

1. Hur tycker du den interna kommunikationen inom företaget fungerar?
2. Vilka kommunikationskanaler använder du dig av i dagsläget?
3. Vilken/vilka kommunikationskanaler anser du borde införas?
4. Vilka kommunikationskanaler anser du kunde slopas?
5. Genom vilka kommunikationskanaler önskar du ta emot information?
6. Hur sker kommunikationen med internkunderna?
7. Hur ofta kommunicerar du med dina internkunder?
8. Hur ofta har du personlig kontakt med dina internkunder? Anser du detta tillräckligt?
9. Hur kunde den interna kommunikationen mellan avdelningarna förbättras?
10. Får du feedback från din internkund? På vilket sätt?
11. Ger du feedback till din internkund?
12. Händer det att du utför dubbelarbete eller felaktigt arbete p.g.a. dålig/felaktig information?

5 Resultat

I resultatdelen kommer jag att presentera resultaten från intervjuerna och enkätundersökningen. Jag kommer att gå igenom frågorna i intervjun och vad de intervjuade har svarat på frågorna. Jag kommer även att presentera

enkätundersökningens resultat i form av ett diagram och kommentera svaren jag har fått. Samma personer har svarat på både enkätundersökningen och intervjuerna.

5.1 Intervjuer

Jag har intervjuat totalt 13 personer från olika avdelningar. Tre personer jobbar på försäljningsavdelningen men med olika arbetsuppgifter, tre stycken jobbar på konstruktionsavdelningen, två personer jobbar med inköps/lager uppgifter, en person jobbar på komponent/halvfabrikatavdelningen, en på Ekonomiavdelningen, en på Serviceavdelningen, en på IT avdelningen och en på tillverkningsavdelningen.

Jag började med att fråga hur de tycker att den interna kommunikationen mellan avdelningar fungerar i dagsläget och där tyckte de allra flesta ganska lika, det har blivit bättre på de senaste åren men att det nog finns stort utrymme för förbättring.

Jag fortsatte med att fråga vilka kommunikationskanaler de använder sig av i dagsläget. Även där var svaren väldigt lika med Epost som den klart mest använda kommunikationskanalen följt av telefonsamtal och personliga samtal. Det var väldigt få som använde sig av molntjänster eller andra typer av kommunikationskanaler online. Som följdfråga undrade jag om de har förslag på kommunikationskanaler som borde införas, och här kom flera intressanta förslag på vad som kunde införas. De flesta var överens om att någon typ av kommunikationsplattform som alla använder sig av borde införas så att det skulle bli lättare att hitta den information som behövs på ett så smidigt sätt som möjligt och även så att man inte skulle behöva ta emot information via epost som man inte har någon nytta av. Förslagen som gavs så var inte så specifika, många ansåg sig inte ha så bra kunskap om exakt vad som kunde införas men att ett ERP-system av något slag borde införas och att det är viktigt att det blir bra implementerat och att de flesta använder sig av det, annars har man ingen nytta av det. Man har redan ett ERP-system i företaget som kunde implementeras. Ett annat förslag som man kunde använda i mindre grupper var någon typ av "anslagstavla" online där man kunde kommunicera med ett mindre antal personer som man ofta har kontakt med. En orsak till att ett ERP-system eller diskussionsforum borde införas var att det med nuvarande system försvinner en hel del information när personal byts ut eftersom mycket information lagras i personliga Epost inkorgar och därför försvinner när personen slutar på företaget.

Jag frågade också om det finns kommunikationskanaler som de anser kunde slopas, men eftersom de allra flesta bara använde sig av epost, telefon och personliga samtal tyckte nästan ingen att någon kanal som används i dagsläget behövde slopas. Däremot svarade flera att mycket information man tar emot via eposten i dagsläget kunde slopas om man införde ett ERP-system som alla använder flitigt. Skillnaden mellan att få informationen via ett ERP-system är att man snabbare hittar exakt den information man behöver och att det är smidigare att sätta in den där en att fundera vem som behöver just denna information och sedan skicka t.ex. ett personligt email. Det är ändå viktigt att man fortsätter med den mera personliga kommunikationen även om man implementerar ett ERP-system, behovet av att diskutera och stämma av med varandra är ändå viktigt.

Sedan frågade jag vilken kommunikationskanal de anser är den bästa att ta emot information genom och där varierade svaren mellan epost eller genom personliga samtal, flera nämnde fördelen att informationen sparas och kan tas fram när som helst i eposten, vilket den också skulle göra om man skulle införa ett ERP-system. Medan man tyckte att personliga samtal var det effektivaste och bästa när beslut skall fattas och när man har brådskande ärenden. Som nämnts tidigare är det stor skillnad på vilken typ av kommunikation som är bäst beroende på situation. Effektivast och snabbaste metoden är nog personliga samtal.

På frågan hur ofta kommunicerar du med din internkund svarade de flesta dagligen och några många gånger per dag. Här skilde sig svaren en aning beroende på vilka arbetsuppgifter personen hade. Jag frågade även hur ofta de har personlig kontakt med sina internkunder och där ansåg många att det är en viktig sak och de flesta hade dagliga diskussioner med sina internkunder medan vissa bara hade personlig kontakt någon gång i månaden. De som hade produktionen som sin internkund hade mera sällan personlig kontakt och ansåg att de borde vara oftare.

Jag frågade även om man får feedback av sin internkund och på vilket sätt, här svarade de flesta att de får feedback men de flesta fick endast negativ feedback via epost. Några svarade att de får både negativ och positiv feedback både via epost och muntligen. Nästan alla tyckte att de fick för lite feedback men sade även att de själva var ganska dåliga på att ge feedback, speciellt positiv sådan.

Nästsista frågan och kanske en av de viktigaste i denna undersökning var om man har förslag på hur man kunde förbättra den interna kommunikationen mellan avdelningarna på företaget. På denna fråga svarade nästan alla att ett heltäckande ERP-system verkligen skulle vara bra för den interna kommunikationen mellan avdelningarna, man har gjort försök tidigare men det har inte implementerats så bra att man haft någon större nytta av det. Andra förslag var att utbilda personalen inom internkommunikation för att alla ska få en bättre förståelse för hur viktigt det är och hur man skall gå till väga för att förbättra kommunikationen. Eftersom företaget har växt mycket på kort tid och förmodligen kommer att fortsätta göra det skulle det i framtiden kunna införas en kommunikationsansvarig som skulle jobba med dessa frågor var ett annat förslag. En av de intervjuade ansåg att interna kommunikationen kunde förbättras avsevärt genom attitydförändringar att man helt enkelt tar tag i problem och oklarheter på bästa möjliga sätt och inte fördröjer eller försvårar enkla problem.

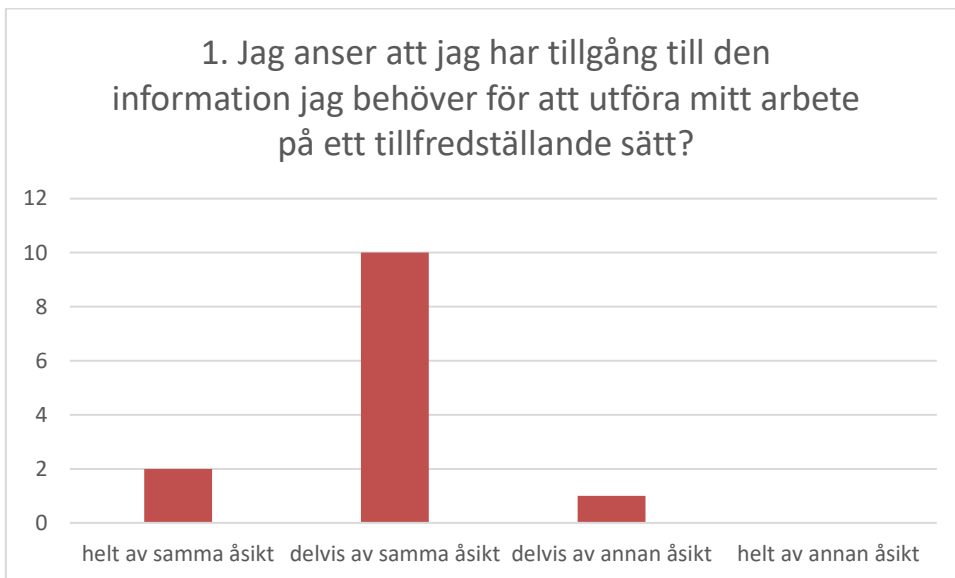
En del sade att den stora andelen epost man får i dagsläget försvårar det dagliga arbetet och trodde att om man får den biten löst skulle det göra stor nytta och förenkla arbetet på många sätt.

De som hade golvarbetarna som internkund ansåg att det behöver ske en förbättring i kommunikationen mellan produktionen och kontoret och att det kunde lösas genom fler möten och rakare kommunikation mellan avdelningarna genom arbetsledarna på golvet.

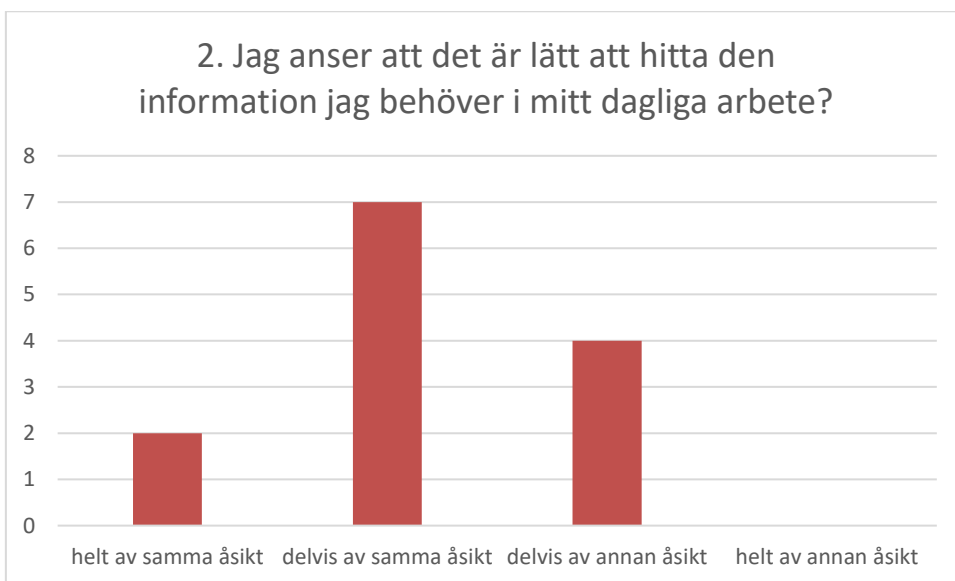
Flera möten mellan ledarna på olika avdelningar var också ett förslag, och sen att ledarna för informationen vidare bättre till arbetarna på sina respektive avdelningar. Detta kunde förbättra förståelsen för vissa delar av det arbete man gör om man har bättre insyn i vad som händer på andra avdelningar.

Avslutningsvis frågade jag om det händer att man utför felaktigt arbete eller dubbelarbete p.g.a. bristande kommunikationen eller felaktig kommunikation. På denna fråga svarade alla att det sker ibland, på vissa avdelningar oftare än andra. Detta ansåg de flesta berodde på att man ibland får fel information eller ingen alls. En annan sak var att man har fått information muntligt och sedan glömmer bort eller minns fel när man utför en arbetsuppgift. Även i detta fall var förslag på lösning någon sorts kommunikationsplattform eller ERP-system.

5.2 Enkätundersökning



I diagrammet ovan ser vi att hela 10 stycken har svarat delvis av samma åsikt på första frågan, 2 stycken är helt av samma åsikt och en är delvis av annan åsikt. Man anser sig alltså ganska långt ha tillgång till den information man behöver men det finns utrymme för förbättring.



På frågan om man tycker det är lätt att hitta den information man behöver svarade två att de är helt av samma åsikt, sju stycken svarade delvis av samma åsikt och tre stycken är delvis av annan åsikt. Svaren tyder på att en del upplever att informationen man behöver inte är så lätt att hitta som den borde vara. I intervjuerna framkom det också att man har för mycket information på sin epost, vilket upplevdes som ett problem.



På den tredje frågan om de anställda tycker att de är tillräckligt informerade om vad som händer på deras egen avdelning svarade hela 8 stycken helt av samma åsikt, fyra delvis av samma åsikt och bara en delvis av annan åsikt. Detta var positiva svar och en förutsättning för att kunna göra ett bra arbete.



På frågan om de anser sig vara tillräckligt informerade om vad som händer på andra avdelningar svarade inte en enda att de är helt av samma åsikt. Endast tre stycken var

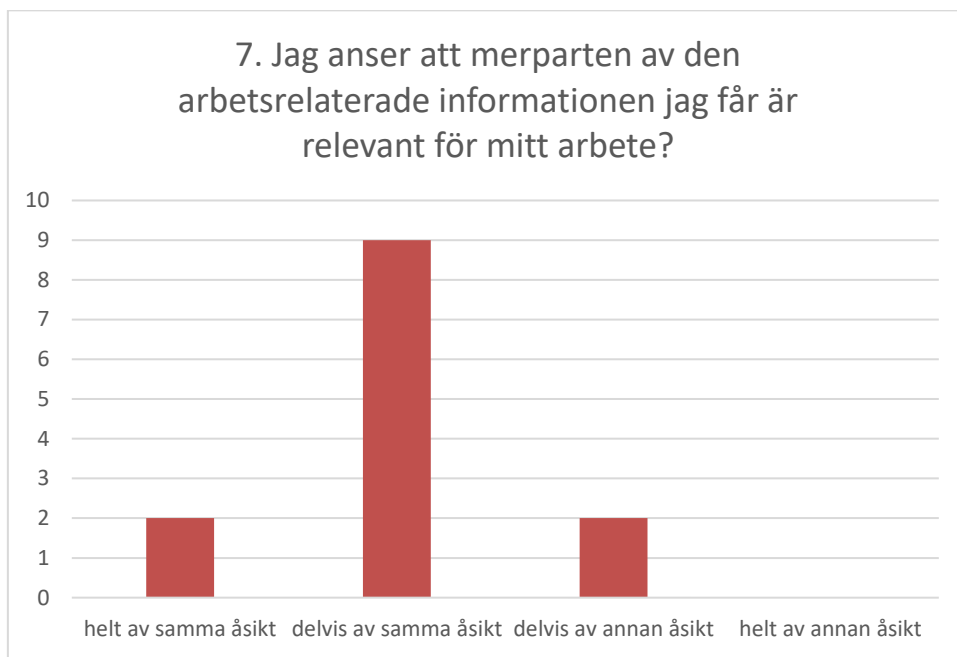
delvis av samma åsikt medan 8 stycken var delvis av annan åsikt. Två stycken var också helt av annan åsikt. Svaren på denna fråga visar att det finns ett stort behov av en förbättring av kommunikationen mellan avdelningarna. Det skulle underlätta arbetet för många och ge en bättre förståelse för andras arbete och i slutändan gynna hela företaget.



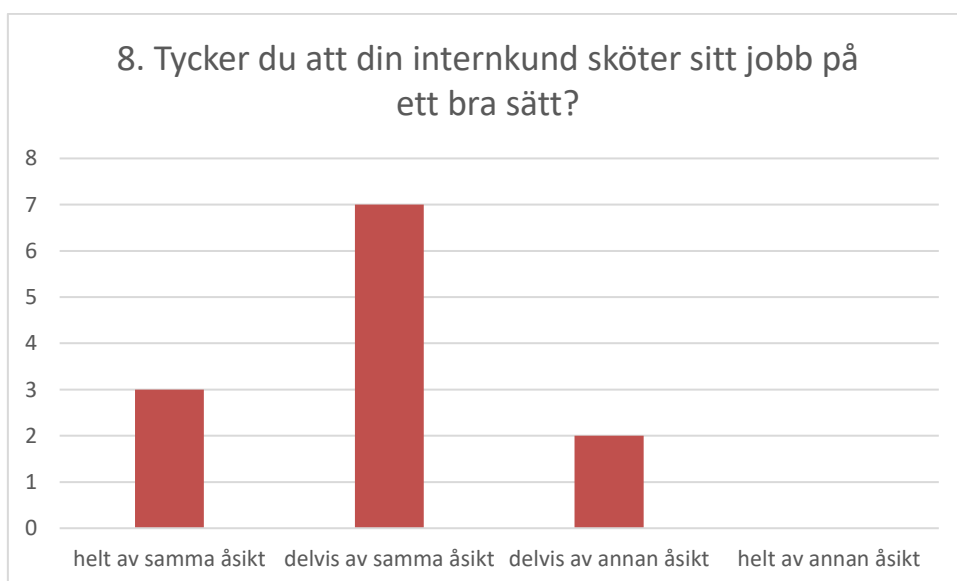
På frågan om man vet vilken kommunikationskanal man skall använda sig av när man kommunicerar med andra avdelningar svarade fem stycken helt av samma åsikt medan åtta svarade delvis av samma åsikt. Detta tyder på att man vet vilka kommunikationskanaler man skall använda sig av. Man kan även nämna här att de flesta använder sig av epost, personliga samtal och telefon.



På frågan om kommunikationskanalerna som man använder sig av fungerar bra svarade nio stycken delvis av samma åsikt, tre stycken helt av samma åsikt och en delvis av annan åsikt. Flera nämnd också i intervjuerna att eposten fungerar bra till det mesta men att det även finns nackdelar med den. Men överlag tycker man att kommunikationskanalerna fungerar ganska bra.



Hela nio stycken svarade delvis av samma åsikt på frågan om de anser att den arbetsrelaterade informationen de får är relevant för deras arbete vilket ändå tyder på att de flesta tycker det fungerar ganska bra men kan bli bättre.



På den sista enkätfrågan om du tycker din internkund sköter sitt jobb på ett bra sätt svarade 3 stycken helt av samma åsikt, 7 stycken svarade delvis av samma åsikt och två svarade delvis av annan åsikt. Samma mönster här som på flera andra frågor, de flesta är relativt nöjda.

6 Diskussion

I detta kapitel skall jag fundera kring resultatet av undersökningen och komma med förbättringsförslag för uppdragsgivaren.

6.1 Förbättringsförslag

I kapitlet problemformulering nämnde jag att syftet med detta arbete var att komma med förbättringsförslag angående kommunikationen mellan avdelningarna på företaget. När jag gjorde intervjuerna visade det sig att de flesta tyckte att den interna kommunikationen fungerar okej men att det absolut finns förbättringsmöjligheter. Jag fick många förslag på förbättringar och de flesta nämnde att företaget borde införa ett ERP-system. Eftersom företaget redan har ett ERP-system kunde detta börja användas. Exempel på information som skulle vara bra att kunna kontrolleras och föras in i ett ERP-system är orderspecifika detaljer och detaljer gällande ritningar. Detta skulle underlätta för många och spara tid och pengar åt företaget. Denna typ av information skickas till stor del via epost i dagsläget. Som även sades i intervjuerna skulle detta underlätta mycket vid personalbyte eftersom mycket information i dagsläget är lagrad i personliga epost-inkorgar, vilket betyder att det blir mycket onödigt extra arbete när personal slutar eller byts ut. Annan allmän information skulle också kunna delas via ett ERP-system istället för att skickas ut som massepost. Det bör även nämnas att de kanaler som används idag är också väldigt viktiga, även om man inför ett ERP-system så är epost en bra kommunikationskanal när man har information som är riktade till enskilda personer. Också personliga samtal som många tyckte var den klaraste kommunikationsformen kan inte ersättas.

Ett annat förbättringsförslag är en online "anslagstavla" som man kunde använda inom t.ex. en mindre grupp eller ett projekt. Medlemmarna i projektet eller gruppen kunde anteckna info angående arbetet och hur långt man har hunnit. Då kunde alla enkelt följa med hur projektet framskrider och hitta den information man behöver.

Utbildning är ett tredje förbättringsförslag. Man kunde anställa en person med kunskap och utbildning inom internkommunikation eller ta in en konsult för en kortare period om man anser att det inte behövs en som jobbar på heltid med detta. Ett annat alternativ är att personalen går på utbildning som ordnas kvällstid eller helger.

Små förbättringar som kan göras utan större kostnader är att man ser över vardagliga rutiner såsom mötesrutiner, att man stämmer av med varandra oftare mellan avdelningarna så att man har bättre koll på vad andra gör och ökar förståelsen för andra avdelningars jobb om man är mera insatt. Andra rutiner som kan ses över är kontakten mellan produktionen och kontoret och då speciellt konstruktionsavdelningen, att man hela tiden kommunicerar kring vad som fungerar bra och vad som behöver ses över.

6.2 Avslutning

Jag tycker att det har varit ett väldigt intressant att göra detta arbetet och speciellt undersökningsdelen när man fick bekanta sig med företaget och intervjua och diskutera med flera av de anställda. Jag har lärt mig en hel del om kommunikation och intern kommunikation genom att göra detta arbete, ett ämne som man inte haft speciellt mycket erfarenhet av från tidigare. Jag hoppas att företaget skall ha någon nytta av arbetet jag gjort. Förslag på fortsättning på detta arbete skulle kunna vara att man innefattar företagets alla enheter undersöker hur kommunikationen mellan de olika enheterna fungerar. Detta skulle vara ett ganska omfattande arbete men också mycket intressant.

7 Källor

CGI, Så når du rätt medarbetare med rätt internkommunikation, 2019
<https://www.cgi.se/sv/ratt-medarbetare-kommunikation>

Heide M., Johansson C., Simonsson C., 2012 upplaga 2. *Kommunikation i organisationer*.
Malmö Liber Ab

Erikson P. 2017 upplaga 8. *Planerad kommunikation*. Stockholm Liber Ab

Segefeldt C. & Zimmer L. 2002 upplaga 1. *Ledarskap stavs kommunikation*. Malmö: Liber ekonomi.

Grönroos C. 2008 upplaga 2. *Service Management och marknadsföring – kundorienterat ledarskap i servicekonkurrensen*. Liber Ab.

Wallentin C. 2006. Upplaga 9. *Ekonomernas uppslagsbok för alla*. Malmö Liber Ab

Larsson L 2008. *Tillämpad kommunikationsvetenskap*. Lund. Studentlitteratur

8 Bilagor

Intervjufrågor

1. Hur tycker du den interna kommunikationen inom företaget fungerar?
2. Vilka kommunikationskanaler använder du dig av i dagsläget?
3. Vilken/vilka kommunikationskanaler anser du borde införas?
4. Vilka kommunikationskanaler anser du kunde slopas?
5. Genom vilka kommunikationskanaler önskar du ta emot information?
6. Hur sker kommunikationen med internkunderna?
7. Hur ofta kommunicerar du med dina internkunder?
8. Hur ofta har du personlig kontakt med dina internkunder? Anser du detta tillräckligt?

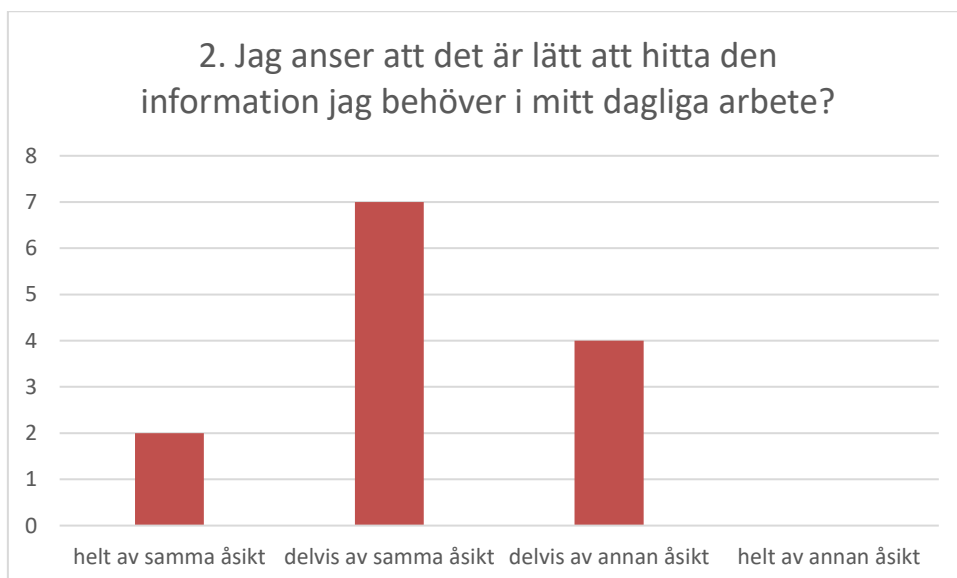
9. Hur kunde den interna kommunikationen mellan avdelningarna förbättras?

10. Får du feedback från din internkund? På vilket sätt?

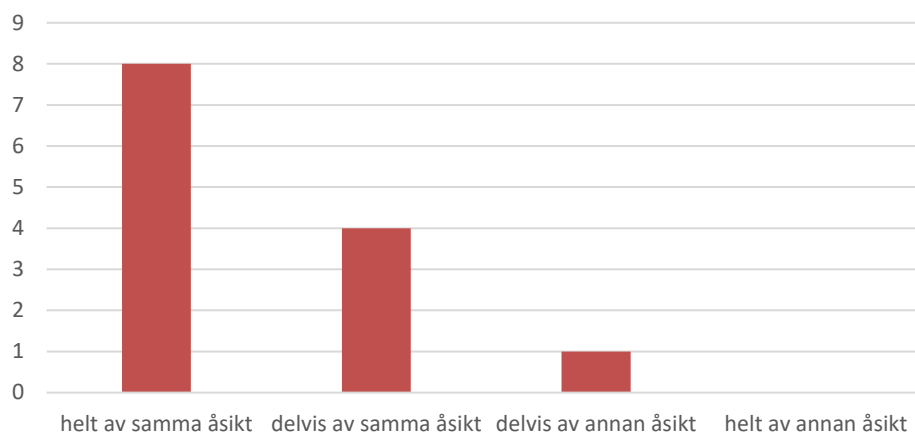
11. Ger du feedback till din internkund?

12. Händer det att du utför dubbelarbete eller felaktigt arbete p.g.a. dålig/felaktig information?

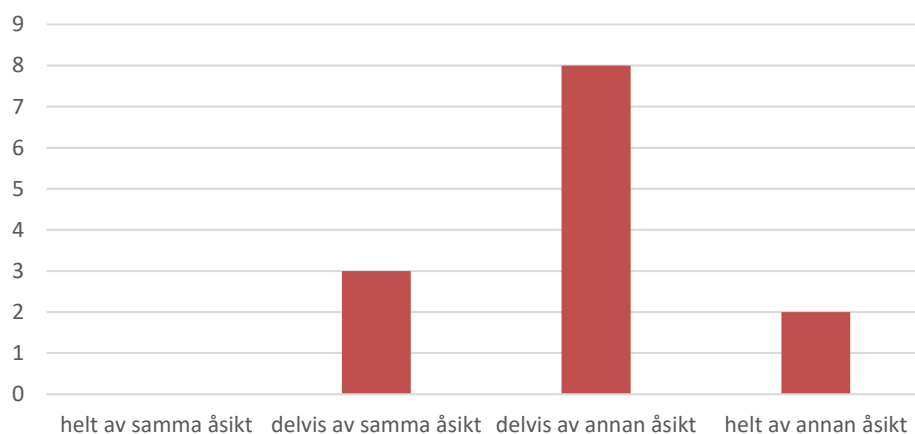
Enkätfrågor



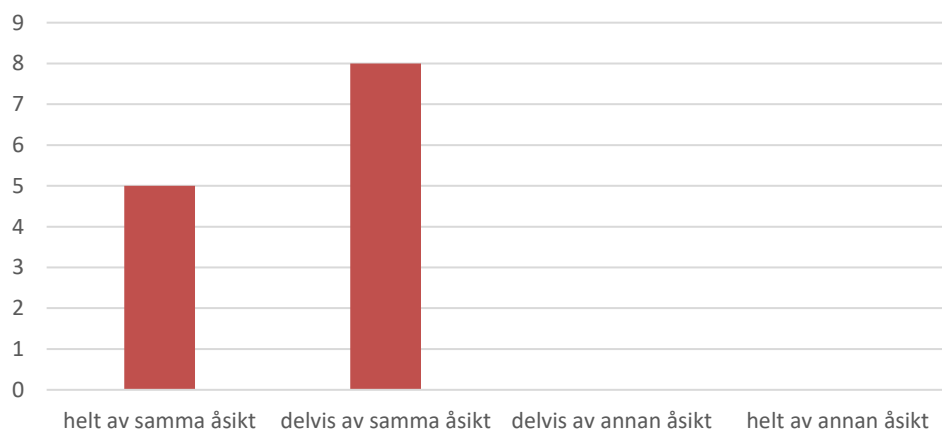
3. Jag anser mig vara tillräckligt informerad om vad som händer på min egen avdelning?



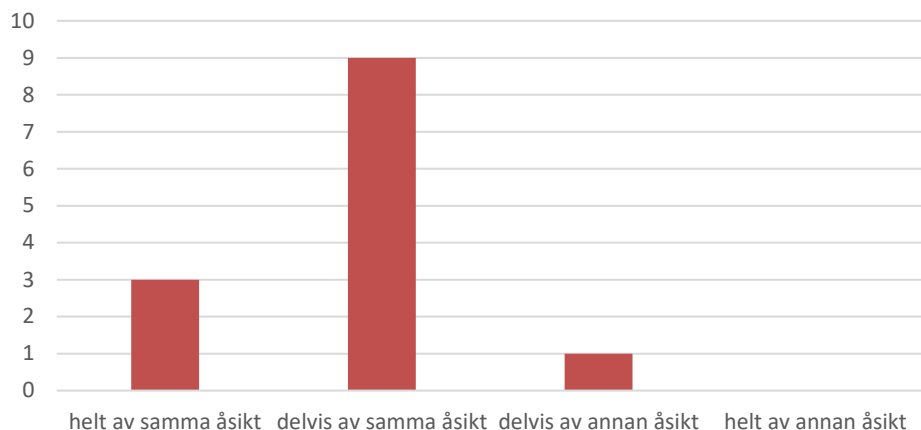
4. Jag anser mig vara tillräckligt informerad om vad som händer på andra avdelningar?



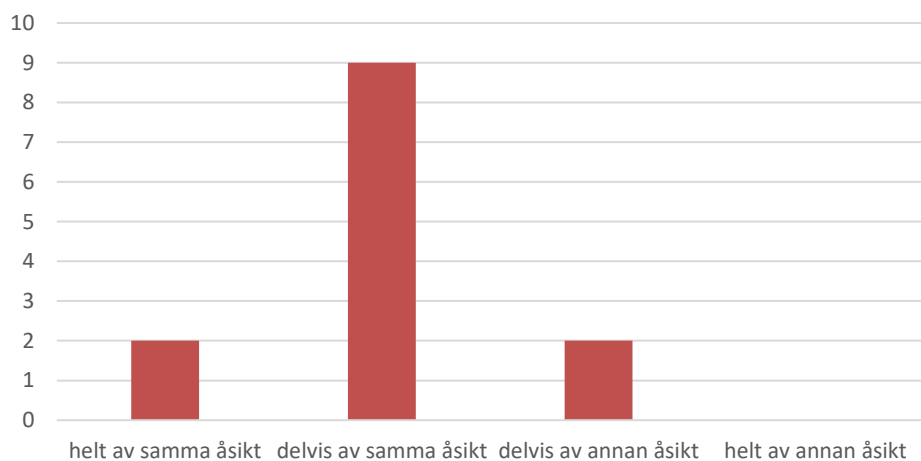
5. Jag vet vilka kommunikationskanler jag skall använda mig av när jag kommunicerar med personer på andra avdelningar?



6. Jag anser att de kommunikationskanaler jag använder mig av fungerar bra?



7. Jag anser att merparten av den arbetsrelaterade informationen jag får är relevant för mitt arbete?



8. Tycker du att din internkund sköter sitt jobb på ett bra sätt?

