



Djurägarens upplevelse av djursjukskötarens bemötande vid besöket på kliniken.

How the pet owner experiences the encounter with the veterinary nurse at the clinic.

Emma Hillgren

Djursjukskötprogrammet

Sveriges lantbruksuniversitet
Institutionen för husdjurens miljö och hälsa
Djursjukskötprogrammet

Skara 2012

Studentarbete 425

*Swedish University of Agricultural Sciences
Department of Animal Environment and Health
Veterinary Nurse Programme*

Student report 425

ISSN 1652-280X



Djurägarens upplevelse av djursjukskötarens bemötande vid besöket på kliniken.

How the pet owner experiences the encounter with the veterinary nurse at the clinic.

Emma Hillgren

Studentarbete 425, Skara 2012

G2E, 15 hp, Djursjukskötprogrammet, självständigt arbete i djuromvårdnad, kurskod EX0702

Handledare: Christina Friberg. Adress: Inst för husdjurens miljö och hälsa
Box 234, Gråbrödragatan 19, 532 23 SKARA

Examinator: Marie Sallander. Adress: Inst för husdjurens miljö och hälsa
Box 234, Gråbrödragatan 19, 532 23 SKARA

Nyckelord: Bemötande, djurägare, kommunikation, serviceyrke

Sveriges lantbruksuniversitet

Fakulteten för veterinärmedicin och husdjursvetenskap

Institutionen för husdjurens miljö och hälsa

Box 234, 532 23 SKARA

E-post: hmh@slu.se, **Hemsida:** www.slu.se/husdjurmiljohalsa

I denna serie publiceras olika typer av studentarbeten, bl.a. examensarbeten, vanligtvis omfattande 7,5-30 hp. Studentarbeten ingår som en obligatorisk del i olika program och syftar till att under handledning ge den studerande träning i att självständigt och på ett vetenskapligt sätt lösa en uppgift. Arbetenas innehåll, resultat och slutsatser bör således bedömas mot denna bakgrund.

Innehållsförteckning

Abstract	4
1. Inledning	5
1.1 Bakgrund	5
1.1.1 Begrepp	5
1.1.2 Humanvården	5
1.1.3 Serviceyrke	6
1.1.4 Kommunikation	7
1.1.5 Miljöpåverkan	8
2. Syfte	9
3. Metod och material	10
4. Resultat	12
5. Diskussion	15
5.1 Metoddiskussion	15
5.2 Resultatdiskussion	15
6. Populärvetenskaplig sammanfattning	21
7. Tack	24
Referenser	25
Bilaga 1	28

Abstract

Veterinary medicine is not merely an area of occupation but also an area of business. In a business the customer service is its identity and brand and more importantly what makes the client choose and recommend the clinic to other potential customers. The licensed veterinary nurse is habitually the one who first meets the clients at the clinic. Therefore it is particularly important for the licensed veterinary nurse at the clinic to offer high-quality customer service.

The object of this study was to understand and elucidate how the pet owners experience the encounter with the licensed veterinary nurse at different stages in their contact with the clinic. Starting from the first phone call when booking the appointment, to when they first arrive at the clinic and all through the appointment ending with the overall feeling of satisfaction with the encounter they have experienced. This was done by a questionnaire handed to the pet owner at the arrival at the clinic. Thirty pet owners responded from three different clinics.

The mean value for the overall experience, on a scale of 1-5, was 4,79 which is excellent. Important for the pet owners during the encounter was the expression the personnel display. At the telephone contact accurate, knowledgeable and a happy voice were characteristics of importance. When arriving at the clinic these characteristics were smiles, eye contact and a personal meeting together with just being seen. After the appointment, at payment and last counseling, accuracy and knowledgeable were again of great importance according to the respondents.

The environment in the waiting area was described frequently using descriptions for the mood. This was generally positive descriptions like comfortable, friendly and cozy. The cleanliness and complementary services like coffee, tea and a corner for children were all appreciated by the respondents. A few respondents commented that the room was boring and sterile with no color or art.

In accordance with previous studies the pet owners in this study stated that if personnel communicated about delays they understood and accepted the delay better than if no communication occurred. This increased the chances of having a satisfied pet owner after the appointment even if a delay was present. The same is true for adequate and satisfying information given throughout the appointment, from a pet owner point of view.

It is relatively easy for the personnel to become unaware to how customers are met in the daily profession, especially if the personnel have been employed for a long period of time. It is beneficial to continuously use a questionnaire to evaluate how the customer service works at the clinic. This gives another perspective on what the personnel see every day and can generate excellent ideas for improvement.

1. Inledning

I min kontakt med arbetslivet har djursjukskötarens bemötande gentemot djurägare visat på brister. Detta gäller både vid personligt möte men också bemötande vid telefonkontakt. Arbetet som djursjukskötare handlar inte bara om teoretiskt och praktiskt kunnande inom området djuromvårdnad och djursjukvård. I utbildningsplanen (SLU, 2009) för djursjukskötare – kandidatprogrammet finns även preciserade mål för ”förmåga att kommunicera...[med] djurägare i samband med rådgivning och information” samt ”förmåga till professionellt förhållningssätt” och ”visa självkänedom och empatisk förmåga.” Djursjukskötare är ett människoorienterat yrke, det vill säga att en djursjukskötare bör vara dedikerad att serva människan med djuret snarare än djuret med människan (Blach, 2009). Vad detta examensarbete undersöker är om målen efterlevs genom att ur djurägarens perspektiv få en förståelse för hur bemötandet upplevs av denne vid besöket på kliniken.

1.1 Bakgrund

1.1.1 Begrepp

I utdraget ur SLU:s utbildningsplan ovan (SLU, 2009) förekommer en del begrepp som här förtydligas. Förmågan att göra något eller visa något innebär att en person har möjligheten att utföra det (Svenska Akademien, 2009), för djursjukskötaren att visa självkänedom och empati. Det handlar också om att som djursjukskötare ha förmågan till ett professionellt förhållningssätt (SLU, 2009). Förhållningssätt kan liknas med attityd eller uttryck för en viss inställning man har till något (Svenska Akademien, 2009).

Omvårdnad, där *djuromvårdnad* är djursjukskötarprogrammets huvudämne (SLU, 2009), handlar om de åtgärder som vidtas i ”syfte att upprätthålla eller uppnå optimal hälsa och livskvalitet” (Hamrin, 2012). I detta fall handlar det om djurens hälsa och livskvalitet, men djuromvårdnad innefattar mycket mer. Enligt SLU:s ämnesbeskrivning (SLU, 2007) innefattar det också den situation och miljö som omvårdnaden utförs i. Samspelet med djurägaren utifrån personalens perspektiv och kommunikation anges som två fokusområden samt kontakten med djurägaren som ett huvudsakligt område. När SLU lyfter fram andra ämnesområden som knyter an till djuromvårdnad tas kommunikation och pedagogik upp som ett ämne vars anknytning gör djuromvårdnaden unik.

1.1.2 Humanvården

I socialstyrelsens föreskrifter gällande hälso- och sjukvården (SOSFS 2005:12) finns ett kapitel som tar upp bemötandet av patienter. I 1 § anges att det ska finnas rutiner som ser till att patientens värdighet och integritet respekteras, att patienten och dennes närstående visas omtanke och respekt samt om inga hinder finns ska patienten och de anhöriga informeras och göras delaktiga i vården.

Två av de vanligaste klagomålen på vården enligt kommittén om hälso- och sjukvårdens finansiering och organisation (SOU 1997:154) var rörande brister i kommunikation och

information. Detta tas även upp i flera studier gjorda på kundbelåtenhet inom vården (Björvell, 1991; Vukmir, 2006). I Björvells studie (1991) ingick 187 patienter där 66 % upplevde att de inte fick någon information alls under besöket och 20 % upplevde att de delvis fick information gällande deras vård. Problemen uppstår oftast, både inom humanvården och djursjukvården, när det finns en skillnad mellan klientens förväntningar och hur utgången på servicen blir (O'Connell, 2007).

Den mesta forskning som gjorts kring bemötande inom vården har gjorts på humansidan där det handlar om patientens upplevelse av bemötandet efter att ha varit i kontakt med sjukvården på ett eller annat sätt (Björvell, 1991; Epstein, 2005; Vukmir, 2006; Carson, 2007). En studie (Lynöe, 2011) gjord på Karolinska institutet i Stockholm på patienter som var långtidssjukskrivna pekar på att bemötandet sannolikt påverkat patientens välbefinnande, upplevelse av sjukhusvistelsen och i längden tillfrisknandet. Studien poängterar att det är patienten som *upplevt* positivt eller negativt bemötande, vilket inte betyder att de faktiskt blivit felaktigt bemötta. Upplevelsen är det viktiga och det är den som påverkar patienten. Inom djursjukvården är skillnaden att patient och klient inte är samma individ och båda kräver olika typer av service för att uppnå belåtenhet (Blach, 2009).

1.1.3 Serviceyrke

Enligt Blach (2009) är veterinärmedicin ett yrkesområde men också ett affärsområde. Om man bara använder sakkunskapen utan att tänka affärsmässigt får man en klinik utan framgång. Vidare anser Blach att kompetensen inte längre är den avgörande faktorn som skiljer kliniker åt utan det är kundservicen. Kundenservice, eller kundens upplevelse, är företagets varumärke och identitet (Blach, 2009). Personalen som arbetar på kliniken måste också inse att nyckeln till en framgångsrik klinik är nöjda kunder vars förväntningar uppfylls (O'Connell, 2007). Ett framgångsrikt företag behöver kunder som återkommer och sprider information och bra referenser vidare till andra potentiella kunder (Söderlund, 2007). Positiva betyg från befintliga kunder har stor inverkan på potentiella kunder och kan vara avgörande för att dessa väljer att gå till kliniken (Söderlund, 2007). För att kunderna sedan ska komma tillbaka krävs en god service. Vad som menas med god service kan vara individuellt för olika kunder. Mersha och Adlakha (1992) gjorde en enkätstudie där de fick fram de tio vanligaste attributen för god och dålig service. Förutom kunskap och pris värderades artighet, vänlighet, hjälpsamhet, entusiasm och trevlig miljö som attribut på god service. I motsatt värderades, förutom okunskap och förseningar, likgiltighet/"jag bryr mig inte" attityd, oartighet och opersonligt/kallt bemötande som attribut på en dålig service.

I alla serviceyrken bedömer kunderna den grad varor och service lever upp till deras förväntningar och detta är nyckeln till fortsatt lojalitet (Novis, 2008). I detta ingår bemötandet som kunderna, i detta fall djurägarna, möts av vid ett besök på kliniken. Blach (2009) beskriver kundservice som upplevelsen kliniken ger kunden när denne väljer att göra affärer med kliniken. Vidare anser Blach att den tekniska komponenten bara är en liten del av vad kunden vill ha och förväntar sig när de söker hjälp hos kliniken. I Blachs studie (2009) gjordes en enkät där djurägarna fick gradera vilka kriterier som var viktiga för dem när de valde

vilken klinik de skulle uppsöka. Det högst graderade kriteriet var veterinärens kompetens men sedan följde flera kriterier som klassificerades tillsammans som upplevelsen djurägaren haft på kliniken. Där ingick bland annat generell tillfredsställelse med kliniken, professionalism i servicen, personalens attityd, klinikens rykte, andra djurägares rekommendationer samt kommunikation med klienterna.

Shaw (2006) tar upp att ett av de tre områden som ledningen i företaget kan påverka, som har visat sig ha störst potential för att öka inkomsten för kliniken, är kundbelåtenhet. Shaw (2006) anser vidare att en primär komponent i detta involverar kommunikationen med kunderna.

1.1.4 Kommunikation

Djurägarens otillräckliga kunskap om medicinska procedurer gör att de istället utvärderar sin upplevelse på kliniken baserat på personalens skicklighet att kommunicera (Gremigni, 2008). Vi människor kommunicerar med varandra hela tiden, även med djuren. Detta gäller också när vi är tysta. Ungefär 80 % av kommunikationen är så kallad icke verbal kommunikation (Carson, 2007). Carson (2007) skriver att denna icke verbala kommunikation inkluderar alla beteendesignaler som sänds ut mellan två individer, även avståndet mellan individerna samt miljön runt omkring. Likaså är kroppsspråk, hur man uttrycker sig, det vill säga röstvolym, ton och rytm, samt autonoma svar som rodnad, svettning och ändrat andningsmönster alla faktorer i icke verbal kommunikation (Shaw, 2006). Icke verbal kommunikation kan vara ett förenande beteende som minskar det fysiska och psykiska avståndet mellan djursjukskötaren och djurägaren, vilket kan inkludera ögonkontakt, leenden samt att förminska det fysiska avståndet mellan individerna (Knapp, 2005). Ögonkontakt är avgörande om förståelse och omtanke om djurägaren och dennes djur ska förmedlas (Bensing, 1995). I en kundservicehandbok från 1999 anges att personalen ska maskera sina egna problem med ett leende eftersom en missnöjd kund som kliver utanför dörren är förlorad för alltid (Steinberg, 1999). Det finns många studier gjorda på olika serviceyrken där resultatet visar detsamma, nämligen att möta kunden med ett leende har en positiv inverkan på hur kunden upplever bemötandet och i slutändan hur nöjd kunden blir (Söderlund & Rosengren 2004,2008; Barger & Grandey, 2006; Hennig-Thurau, 2006).

Carson (2007) anser att alla människor svarar på andras icke verbala beteende men oftast utan att vara medveten om det. Det är viktigt att bli mer medveten om detta då det icke verbala budskapet reflekterar individens faktiska känslor och är den primära form som känslor uttrycks i (Carson, 2007). Carson skriver att känslan av trygghet är ett basbehov hos människan vilket ger utrymme för friare uttryck av känslor och bekymmer. Om djurägaren inte känner sig trygg svarar denne med ett fly-eller-fäkta beteende vilken kan göra det svårt att kommunicera på ett bra sätt med djurägaren (Carson, 2007).

Vid verbal kommunikation kan röstens ton och hastigheten djursjukskötaren pratar i påverka hur djurägaren uppfattar bemötandet (Carson, 2007). Enligt Carson (2007) kan en varm och inbjudande röst locka djurägaren att känna sig mer bekväm och avslappnad. Talar djursjukskötaren för fort kan denne upplevas som stressad, nervös, okänslig eller osäker.

Pratar personen för långsamt å andra sidan kan denne upplevas som uttråkad, slö eller nedlåtande (Carson, 2007).

Missförstånd i kommunikationen eller en bristande kommunikation uppstår när den verbala och den icke verbala kommunikationen inte överensstämmer (Shaw, 2006). När icke verbal kommunikation inte är möjlig eller bara delvis möjlig är det större risk för brister i kommunikationen, exempelvis vid telefonkontakt och elektronisk kontakt (Shaw, 2006).

1.1.5 Miljöpåverkan

Vad som också kan påverka hur djurägaren upplever bemötandet är miljön runt omkring. Ofta är det den första minuten eller till och med sekunderna som ger djurägaren en uppfattning om kliniken (Fiskett, 2006). Förutom bemötandet i receptionen är väntrummet bland den första upplevelsen djurägaren får på kliniken. En attraktiv miljö i väntrummet kan förhindra irritation och tristess hos djurägaren även om väntetiden blir lång (Pruyn, 1998). Precis som individer sänder ut icke verbala budskap gör också kliniken det (Carson, 2007). Detta börjar redan på parkeringen utanför och fortsätter in i väntrummet. Carson (2007) anser att väntrummet ska vara bekvämt, väl upplyst och det ska finnas tillräckligt med utrymme för att hålla isär de djur som sitter och väntar. Väntetiden påverkar kundernas belåtenhet till stor grad men inte till lika stor utsträckning som väntrummet utformning enligt Pruyn (1998). I samma studie visade det sig också att acceptabel väntetid kunde förlängas om information angående anledningen till detta angavs. I Vukmirs (2006) studie ses ett direkt samband mellan väntetid och kundbelåtenhet men också att patienternas, i detta fall ett humansjukhus, uppfattning om väntetiden inte stämde överrens med den verkliga väntetiden. Detta visade sig även i Pruyns studie från 1998.

En annan aspekt av miljön i väntrummet som signifikant kan påverka intrycket rummet ger är belysningen (Durak, 2007). Durak (2007) visade i sin studie att belysning kan användas på olika sätt för att framhäva intrycket av klarhet, rymlighet, relaxation, avskildhet, angenämhet och ordning. I studien dras slutsatsen att belysnings arrangemanget samt styrkan på belysningen kan påverka stämningen i ett rum genom att framkalla olika intryck.

I Blachs (2009) studie kunde författaren också konstatera att djurägarna brydde sig mer om renligheten av lokalerna än kvaliteten på dem. Som företagare är det viktigt att inte underestimera vikten av hur kliniken presenteras.

En stressig arbetsmiljö kan till stor grad påverka bemötandet djursjukskötarna har gentemot djurägarna. Som en del av det kan förmågan att dela någons känslor eller visa empati bidra till stress och skapa en stressad miljö för djursjukskötarna att arbeta i (Omdahl, 1998).

2. Syfte

Med utgångspunkt från bakgrunden finns det flera faktorer som påverkar hur djursjukskötaren bemöter kunderna, det vill säga djurägaren, på kliniken. Syftet med detta arbete är att belysa och få en förståelse, ur djurägarens perspektiv, för hur denne upplever djursjukskötarens bemötande gentemot dem. Detta gäller hela besöket från telefonen till att de ankommer till kliniken och tills besöket är avslutat.

Frågeställningar att belysa:

1. Hur upplevs bemötandet i telefonen vid bokning av besöket?
2. Hur upplever djurägaren bemötandet vid ankomst till kliniken?
3. Hur upplevs bemötandet under besöket?
4. Hur upplevs bemötandet efter besöket dvs. vid betalning, eventuell rådgivning och hemgångsråd?
5. Hur upplever djurägaren miljön i väntrummet?
6. Hur hanteras förseningar under besöket?

3. Metod och material

För att svara på syftet i föreliggande studie har en kvalitativ studie utförts i form av en enkätundersökning. Respondenterna som besvarade enkäten söktes bland djurägare som besökte tre olika kliniker. Klinikerna lämnade ut enkäten till djurägarna i receptionen vid ankomst till kliniken. Djurägarna fyllde i enkäten under besöket för att sedan lämna in den i receptionen igen innan de lämnade kliniken. Klinikerna fick 20 enkäter vardera, totalt lämnades 60 enkäter ut. De hade möjlighet att lämna ut enkäterna i två veckor. Totalt besvarades 30 enkäter.

Enkäten, se Bilaga 1, utformades till 80 % med frågor innehållande två eller flera svarsalternativ. De övriga 20 % bestod av öppna frågor utan alternativ. Under de frågorna som hade svarsalternativ, exklusive fråga 1 där endast ”ja” eller ”nej” krävdes, gavs möjligheten att kommentera svaret. Fyra av svarsalternativen bestod av påståendet ”inte alls bra” och ”kunde ej bli bättre” med en skala på 1-5 däremellan. Alternativet ”stämmer inte alls” och ”stämmer helt” med en 5 gradig skala mellan utgjorde ytterligare en fråga. Två frågor bestod av påståenden där valfritt antal kunde kryssas i av respondenten. Den första av dessa frågor handlade om personalens egenskaper där både positiva och negativa egenskaper togs upp utifrån de studier och artiklar som utgör bakgrunden till arbetet. Den andra frågan adresserade hur djurägaren kände sig under besöket, även denna fråga har sin grund i tidigare empiriska studier.

Studiens frågeställningar utformades genom deduktion. Utgångspunkten var tidigare forskning vilken beskrivs i denna studiens bakgrund. Utifrån bakgrunden kunde mer specifika frågeställningar om de empiriska förhållandena härledas som sedan undersöktes genom enkäten. (Björklund, 2010) Till bakgrunden samlades information i form av artiklar och begreppsförklaringar. Huvudsakligen insamlades dessa på sökmotorn sciedirect.com, men också via pubmed.com och scholar.google.se. Inledningsvis avgränsades sökområdet till endast veterinärmedicin och sökorden *service, customer service, communication, satisfaction, encounter, first impression* och *client-veterinarian* användes. Sökområdet utvidgades sedan till att innefatta även artiklar inom humanvården och andra serviceyrken genom att ta bort avgränsningen. Samma sökord kompletterades med *encounter, clinic, practice, waiting room, waiting experience, stress, lightning, first impression, environment* och *questionnaire*. Alla sökorden användes även i olika kombinationer för att försöka begränsa sökresultatet till rätt inriktningsområde. Artiklar som var av intresse användes sedan för att söka på relaterade artiklar.

Fråga 4, se Bilaga 1, lämnades öppen för respondenterna att beskriva miljön i väntrummet. I enlighet med Fribergs (2006) modell utformades fyra kategorier vid den kvalitativa analysen av de olika beskrivningarna. Varje kategori innehöll beskrivningar av en miljöaspekt, närmare bestämt totalt fyra miljöaspekter uppdelade i varsin kategori.

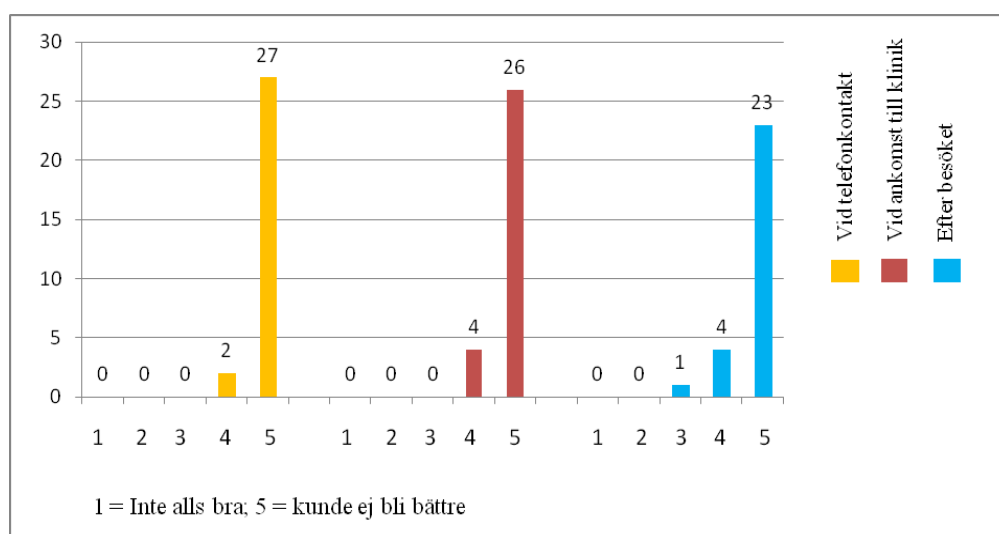
De data som insamlades presenterades, där det var motiverat, i diagram för att ge en tydligare statistisk överblick. Utifrån diagrammen beräknades medelvärde och andelar. Dessa jämfördes

inom diagrammet för personalens egenskaper och respondentens känslor (för frågor se Bilaga 1). Medelvärden jämfördes även mellan olika diagram för bedömningen av bemötandet i olika stadier av besöket. Där siffror avvek från medelvärdet åtföljdes det kvantitativa resultatet av en kvalitativ analys (Justesen, 2011). De kvalitativa beskrivningarna under kommentarsfältet jämfördes för att analysera vad anledningen till valt svarsalternativ var.

4. Resultat

Sextio enkäter skickades ut och 30 blev besvarade, vilket gav en svarsfrekvens på 50 %. Av dessa svarade 77 % ”ja” på frågan om de varit på kliniken förut och att en bidragande orsak till att de återkommer till kliniken var bemötandet. Tjugotre procent svarade ”nej” på samma fråga.

Upplevelsen av bemötandet i telefonen, vid ankomst och efter besöket (betalning, hemgångsråd) (fig. 1) kunde beskrivas på en fem gradig skala där 1 var ”inte alls bra” och 5 var ”kunde ej bli bättre”. Medelvärde för upplevelsen av bemötandet i telefonen var 4,93, vid ankomst 4,87 och vid avslutningen på besöket 4,79. Upplevelsen av bemötandet i telefonen kunde för 93,1 % ej bli bättre. Vid ankomsten till kliniken hade detta sjunkit till 86,7 % för att sedan sjunka ytterligare till 82,1 % efter besöket.



Figur 1: Upplevelsen av bemötandet vid telefonkontakt, ankomst till klinik respektive efter besöket (betalning, rådgivning).

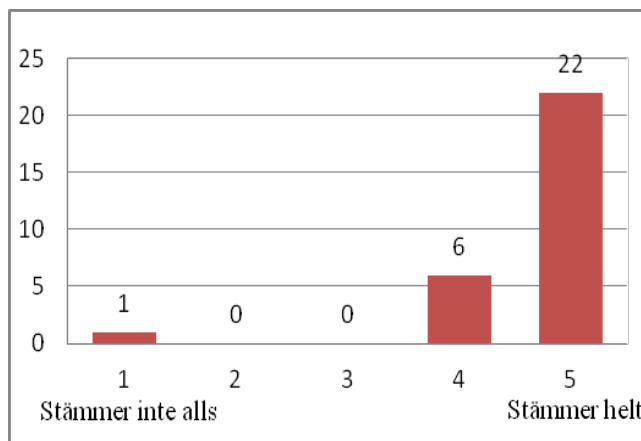
Upplevelsen av miljön i väntrummet beskrevs på olika sätt av de olika respondenterna. Dessa beskrivningar analyserades i de fyra kategorierna *kompletterande service*, *stämning*, *fysisk atmosfär* och *utrymme*. Kategorin *kompletterande service* bestod av beskrivningar kring butik, barnhörna samt tillgänglighet av kaffe och te. *Stämning* var den kategori som blev mest beskriven i enkätsvaren. Både i positiv mening med orden ”lugn och behaglig” och mer negativt genom orden ”sterilt utan tavlor”. Övriga beskrivningar innefattade trevlig, bra, mysigt, vänligt, helt okej, neutralt, långsamt och tråkigt - kanske mer färg. Karakteristiskt för kategorin *fysisk atmosfär* var ”rent och fint”. Fräscht, luftigt, ljust och bra luft var de andra beskrivningarna som kategoriserades in under denna kategori. Under kategorin *utrymme* grupperades ”bra plats för hunden”, ”trångt” och ”kunde vara mer utrymme” in.

Tjugotre procent av respondenterna upplevde en försening under besöket. Av dessa ansåg drygt 85 % att personalen kommunicerade kring detta. Beskrivningar som användes gällande kommunikationen var bra information, fick förklaring, god kommunikation, talade om på ett

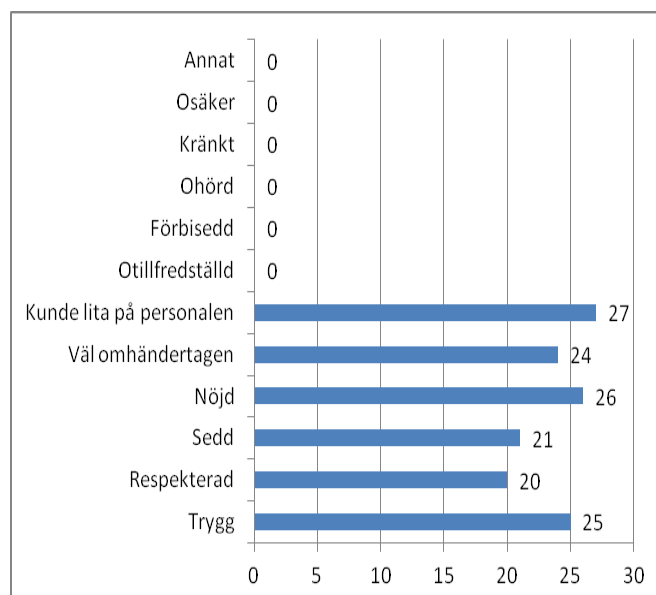
bra sätt samt ”jag upplevde att alla gjorde sitt bästa för att hjälpa alla”. En respondent upplevde att det inte sades något om fördröjningen som uppstod.

Respondenterna upplevde att påståendet att de fick tillräcklig och tillfredställande information under besöket till stor del stämde (fig. 2). Medelvärde var 4,66.

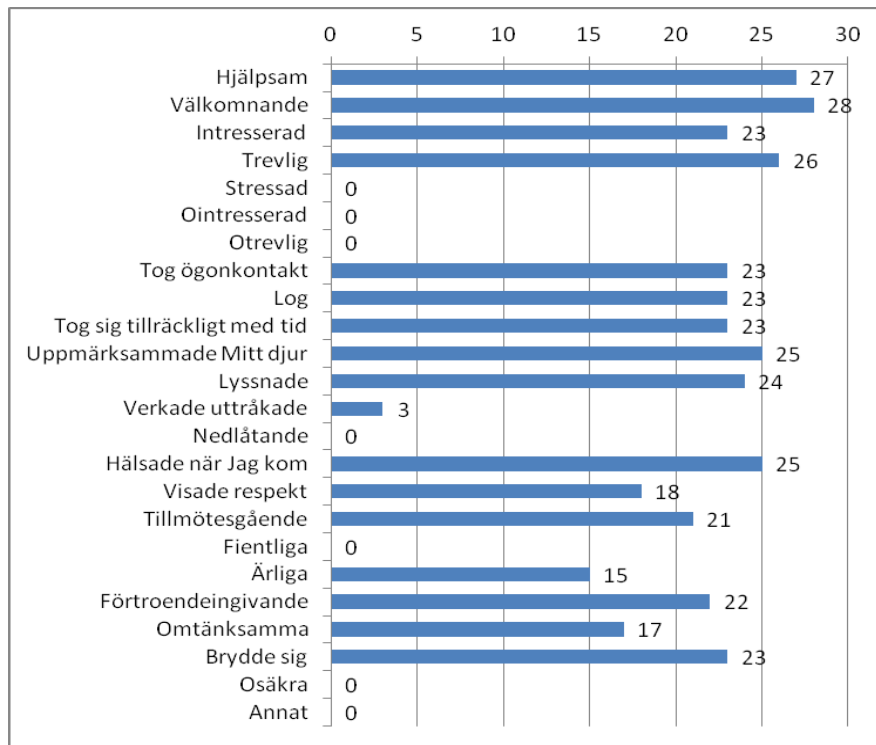
Respondenterna fick även kryssa i bland flera påståenden vilka som stämde in på deras besök. En del av dem var angående hur respondenten kände sig under besöket (fig. 3) och en del var gällande personalens egenskaper (fig. 4) De mest förekommande påståenden angående personalens egenskaper var ”välkomnade”, ”hjälpsamma”, ”trevliga”, ”hälsade när jag kom” samt ”uppmärksammade mitt djur”. Välkomnande var mest förekommande med 7,7 % av totalt 366 kryss på de 24 egenskaperna. De mest förekommande känslorna hos respondenterna var ”jag kunde lita på personalen”, ”nöjd”, ”trygg” samt ”väl omhändertagen”, med känslan att respondenten kunde lita på personalen som mest förekommande med 18,9 % av de totalt 143 kryss på de 12 känslorna.



Figur 2: Påståendet att djurägaren upplevde att de fick tillräcklig och tillfredställande information.

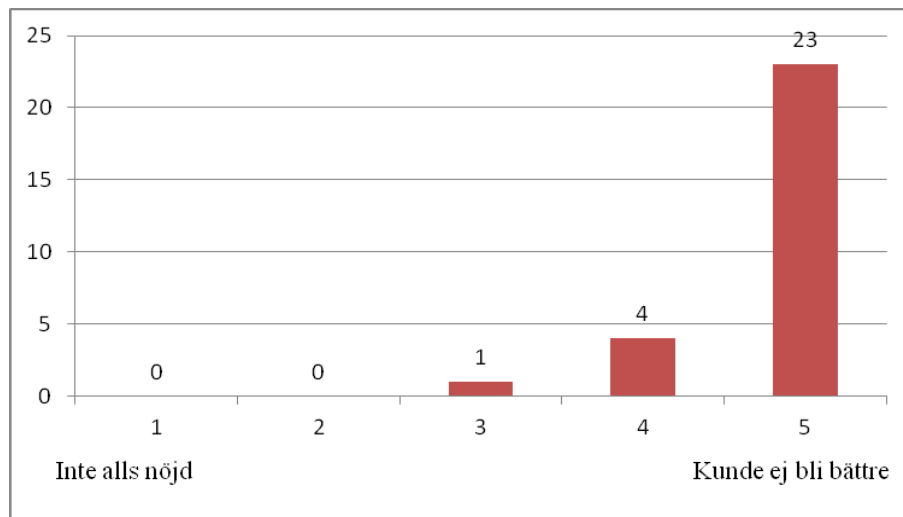


Figur 3: Hur respondenterna kände sig under besöket på kliniken. Valfritt antal känslor kunde kryssas i.



Figur 4: Hur respondenterna upplevde personalens egenskaper under besöket på kliniken. De kunde kryssa i obegränsat antal egenskaper.

Den sista frågan i enkäten representerade kundernas belåtenhet överlag med hela besöket (fig. 5). Totalt ansåg 82,1 % att det inte kunde bli bättre, medelvärdet var 4,79.



Figur 5: Respondentens upplevelse av bemötandet överlag, utifrån hela besöket.

5. Diskussion

5.1 Metoddiskussion

Studien som valdes, som nämnt ovan, var en enkätstudie. Den undersökningsteknik som föreföll lämplig förutom enkätstudie var intervju. Den förstnämnda valdes på grund av den tidsbesparing som fås i jämförelse med intervjutekniken och det större antal respondenter som kan nås via enkäter vilket medför ett stort underlag av primärdata (Björklund, 2010).

Nackdelarna med enkättekniken är risken för misstolkningar då kroppsspråk inte kan ses hos respondenten eller förtydliganden inte kan efterfrågas, eventuellt låg svarsfrekvens och risken för kortfattade svar då enkäterna kan bli liggande länge hos respondenterna innan de besvaras (Björklund, 2010). Ytterligare en nackdel är att vid enkäter krävs ofta flertalet påminnelser för att få in en acceptabel svarsfrekvens (Björklund, 2010). Den största svårigheten med dessa enkäter var den sistnämnda nackdelen samt den låga svarsfrekvensen.

Metoden enkätstudie ger en möjlighet att nå ett stort antal respondenter, vilket ger en stor statistisk signifikans att basera resultatet på. I denna enkätstudie gavs inte den möjligheten. Om fler enkäter skickats ut samt att svarsfrekvensen varit högre hade det givit en bättre statistisk signifikans och möjlighet att dra mer generella slutsatser. Tidsperioden är en bidragande orsak till att svarsfrekvensen inte kunde höjas då klinikerna ansåg att de inte hade tillräckligt med tid att hinna lämna ut alla 20 enkäter. En längre tidsperiod skulle troligen ha givit en högre svarsfrekvens.

Djurägaren lämnade in enkäten i receptionen innan de lämnade kliniken. Detta för att försöka minska antalet bortfall som kunde ha blivit om djurägarna istället tagit med sig enkäten hem för att fylla i den. De sista två frågorna (se Bilaga 1) var djurägarna tvungna att fylla i när de var helt klara med besöket, inklusive betalning. Vilket kan vara en nackdel då de eventuellt inte tog sig tid för att fylla i de frågorna. Detta utmärkte sig på enkäterna på det sättet att få kommentarer gavs på den sista frågan som hade kommentarsfält. Detta i jämförelse med övriga frågor med kommentarsfält som kunde fyllas i medan djurägaren inledningsvis väntade på att få komma in till ett undersökningsrum eller väntade under besöket på eventuella provsvar och undersökningsresultat.

Majoriteten av frågorna som utgjorde enkäten bestod antingen av en kvantitativ del innehållande svarsalternativ från 1-5 eller en kvalitativ del innehållande öppna frågor. Med öppen fråga syftas att varken alternativ eller inriktning fanns (se Bilaga 1, fråga 4 -5). Till de kvantitativa svarsalternativen fanns möjlighet att göra en kvalitativ beskrivning av alternativet som valdes. Detta för att öka validiteten genom att inte vinkla frågorna och svarsalternativen (Björklund, 2010).

5.2 Resultatdiskussion

En fråga i enkäten adresserade ifall djurägarna återkommer till samma klinik med bemötande som en bidragande orsak. Det vill säga att djurägarna blir bemötta på ett sätt som gör att de vill komma tillbaka. Detta gick inte att belysa då formuleringen av frågan inte var tydlig nog.

Respondenterna kunde välja antingen ”ja” eller ”nej” på frågan ” Har Ni varit på kliniken tidigare och i sådana fall var bemötandet Ni fick då en bidragande orsak till att Ni återkommer till kliniken?” Detta kan tolkas som att respondenten ska välja ”nej” om denne inte varit på kliniken tidigare och då uppfyller inte svaret syftet med frågeställningen. Frågan kunde istället ha utformats med inledningen ”Om Ni varit på kliniken tidigare...”.

I den här studien, på dessa tre kliniker, är upplevelsen av bemötandet enligt respondenterna mycket bra. Hundra procent av respondenterna upplevde bemötandet som en 4 eller 5 på en femgradig skala både vid telefonkontakt och vid ankomst till kliniken. Detta tyder på att första intrycket, som är viktigt för en fortsatt bra upplevelse (Fiskett, 2006), uppfattades som bra. Angående telefonkontakten angav respondenterna i sina kommentarer att bland det som ansågs som viktigt var att personen i telefonen var trevlig, kunnig och hade en glad röst. Andra egenskaper som nämndes var tillmötesgående, engagerad, lyssnar och förtroendeingivande. I Carsons (2007) artikel nämns att en varm och välkomnande röst skapar avslappning hos djurägaren och möjliggör för denne att känna sig trygg, vilket leder till att djurägaren kan känna det lättare att prata om problemet de har med sitt djur. Med utgångspunkt från Carsons (2007) artikel bör detta sannolikt vara positivt i den bemärkelse att djursjukskötaren i telefonen lättare kan bedöma vad som kan vara fel och hur fort djuret behöver komma in till kliniken för att undersökas. Som belystes i inledningen är det viktigt att redan från början skapa en trygghet hos djurägaren då detta är ett basbehov hos oss människor (Carson, 2007). I den här studien kände sig 83 % trygga under besöket och två respondenter nämnde det i samband med telefonkontakten. Ytterligare en viktig kriterie för att uppleva ett bra bemötande i telefonen var att det gick snabbt att få hjälp, att kliniken är flexibel och helst har en tid redan samma dag. Vilket torde tyda på bra bemötande och bra service då det möter kundens förhoppningar.

När djurägaren ankom till kliniken var fortfarande trevlig och glad två frekvent beskrivna egenskaper hos personalen som uppskattades av djurägaren. I det här skedet var det också viktigt att bli sedd och att mottagandet var personligt. Det uppskattades att personalen i receptionen hälsade och uppmärksammade djuret. I den delen av enkäten där respondenterna fick välja egenskaper hos personalen som stämde överens med deras besök kan det ses att personalen både hälsade och uppmärksammade djuret i 83 % av fallen I 77 % av fallen tog även personalen ögonkontakt och log mot djurägaren. Ögonkontakt och leenden är en viktig del i kommunikationen med andra människor då det skapar en gemenskap och minskar det psykiska avståndet (Knapp, 2005; Bensing, 1995). Söderlund (2004, 2008) menar också att leendet är viktigt för att uppnå en bra kundservice. I enlighet med dessa studier tyder resultatet på att leende och ögonkontakt är bidragande faktorer till ett bra bemötande. Detta medan Söderlunds (2010) efterföljande studie menar att om den tekniska servicen, det vill säga vad som erbjuds och vad kunden faktiskt får, inte är bra spelar det ingen roll *hur* servicen ges. Ett leende kan inte kompensera för en dålig service.

En annan egenskap som var väl etablerad var välkomnande. Det tar även O’Connell (2007) upp i sin artikel om besvikelser och klagomål inom veterinär medicin. O’Connell menar att en

varm och välkomnade uppsyn hos personalen kan göra stor skillnad för att förhindra missnöjda kunder.

Efter besöket vid betalning och rådgivning för hemgång var det 96,4 % som ansåg att bemötandet var 4 eller 5 på den femgradiga skalan. I detta skede var det viktigt med tydlighet och att personalen var kunnig. Två respondenter ansåg att det var ”rätt person på rätt plats” vilket tyder på att dessa upplevde ett bra bemötande med kunnig personal. Även i Blachs studie från 2009 ansåg djurägarna att kunnig personal är bland de viktigaste faktorerna när djurägaren har möjlighet att välja vilken klinik de ska besöka.

Miljön i väntrummet blev beskrivet utifrån olika aspekter, därav kategoriseringen för att kunna få en överblick på vad som kommenterades och vad respondenterna tyckte var viktigt. Kategorin stämning var det som togs upp mest och det var övervägande positiva kommentarer, exempelvis behagligt, mysigt och trevligt. Detta tyder på att dessa kliniker har lyckats skapa en bra miljö i väntrummen. Det förstärks också av beskrivningarna i kategorin fysisk atmosfär där respondenterna tar upp att miljön känns fräsch, luftig, ljus och ren. Renligheten är en viktig faktor som djurägaren lägger märke till och värderar högt. Detta konstaterade också Blach (2009) i sin enkätundersökning.

På en av klinikerna ansåg några respondenter att väntrummet var tråkigt och behövde mer färg, att det kändes långsamt samt att rummet var sterilt och utan tavlor. Det finns studier gjorda på väntrum och konst (Nanda, 2007) samt hur färger i ett rum påverkar människor (Dijkstra, 2008). Detta kopplas ofta ihop med att det i ett väntrum sitter patienter (djurägare) som är oroliga, nervösa och/eller stressade. Nandas (2012) studie på väntrum inom humanvården visar att konst med naturmotiv reducerar stressnivåer och oro hos människor i väntrummet. Studien visade också att konsten signifikant reducerade rastlösheten, ljudnivån, förfrågningarna i receptionen samt människor som stirrar på varandra. Detta berodde på en positiv distraktion som gav människorna i väntrummet något trevligt att titta på medan de väntade (Nanda, 2012). Det här är en relativt enkel åtgärd för att förbättra miljön i väntrummet på kliniken.

Utrymmet i samma väntrum kan upplevas olika beroende på hur stort djur djurägaren har och hur många individer som befinner sig i väntrummet. I denna studie upplevdes samma väntrum både trångt samt att det fanns gott om plats för djuret. Carson (2007) tar upp vikten av att det ska finnas tillräckligt med utrymme för alla klienter som besöker kliniken. Det optimala för en klinik torde vara att alla kunder ska få det utrymme de behöver under den period de befinner sig i väntrummet. Detta kan vara komplicerat att genomföra praktiskt då det kan vara svårt att estimerar hur stort utrymme som behövs, lokalens yta kan vara begränsad samt som i denna studie att beroende på djur och djurägare upplevs utrymmet de behöver olika stort.

Den kompletterande servicen som togs upp i form av kaffe och te, barnhörna och utseende i butik tyder på att kliniken har tänkt på kunderna även när de befinner sig i väntrummet. De har inte enbart lagt resurser på det veterinärmedicinska utan även på kundservicen i sin verksamhet. Det faktum att dessa nämndes av respondenterna och tillsammans med adjektiven

trevligt och snyggt är tecken på att det uppskattas av djurägarna. Vilket borde löna sig i längden med nöjda kunder.

Enlig Pruyns (1998) studie kan väntetiderna accepteras till högre grad om kliniken har en bra miljö i väntrummet. Detta tillsammans med en adekvat kommunikation kring förseningar medan djurägaren väntar skapar en god förutsättning för att ge djurägaren en upplevelse av bra bemötande. De respondenter i denna studie som råkade ut för en försening under sitt besök, 23 %, upplevde i hög grad att de blev bemötta på ett bra sätt kring detta, endast en upplevde att inget sades om detta. Detta är helt i enlighet med tidigare studier (O'Connell, 2007; Pruyn, 1998) och vad som förväntades även i denna studie. Pruyn (1998) menar att den acceptabla väntetiden till och med kan förlängas om anledningen till detta förmedlas. Vilket gjordes i de flesta fall i den här studien. Detta uttrycktes av respondenterna med exempelvis ”god kommunikation från personalen” och ”fick förklaring till varför”. Informationsflödet inom vården, där informationen kring förseningar är en del, är av stor vikt för att bedriva en god vård. Många klagomål, som nämnts tidigare, både inom humanvården och djursjukvården handlar om bristen på information (Vukmir, 2006; Björvell, 1991). I denna studie upplevde 96,6 % att de kunde bedöma informationsflödet till en 4 eller 5 på en femgradig skala, medan 3,4 % (en respondent) endast gav en 1:a. Inom djursjukvården kan detta med information tänkas vara av ännu större vikt då djuret inte kan berätta för djurägaren hur denne upplever skadan eller sjukdomen samt hur ont djuret har. Det blir istället djurhälsopersonalen som får informera djurägaren om detta, i den mån det går, för att göra djurägaren delaktig i vården.

De attribut som togs upp i Mersha och Aslakhas (1992) studie som representerade god service tas även upp av respondenterna i denna enkätundersökning. I påståendena om personalens egenskaper (se Bilaga 1) fanns hjälpsam, trevlig, otrevlig samt ointresserad med som kan jämföras med Mersha och Aslakhas (1992) attribut hjälpsam, vänlig, oartig och likgiltig. Attributen hjälpsam och trevlig var frekvent valda medan otrevlig och ointresserad inte valdes av någon. Detta tyder på att respondenterna upplevde en god service på de tre klinikerna som involverades i denna studie. Attribut som förknippades med dålig service i Mersha och Aslakhas (1992) studie var förutom oartig och likgiltig också opersonligt. Som nämnt tidigare upplevde några respondenter bemötandet som personligt i samband med ankomst till kliniken, vilket innebär en positiv bild av bemötandet. Inkluderat i alternativen av personalens egenskaper fanns ”verkade uttråkad” med. Detta valdes av tre djurägare och skulle kunna uppfattas som opersonligt och likgiltigt, att personen inte bryr sig. Den bakomliggande orsaken kan vara som Carson (2007) skriver, att en person som pratar långsamt kan uppfattas som uttråkad. Oavsett orsak kan upplevelsen av ett uttråkat uttryck ge en bild av dålig service. Det kan vara värt att tänka på för personalen att alltid ha som mål att ge ett intryck av intresse och engagemang. Steinberg (1999) försöker i sin kundservicehandbok framhäva vikten av personalens uttryck då han menar att personalen ska dölja sina egna problem genom ett leende eljest kan kunderna bli missnöjda och förlorade för alltid. Något som är stor del av uttrycket och uppsynen hos en person är personens fysiska utseende, något som inte undersöktes i denna studie. I det fysiska utseendet torde också uttrycket ”hel och ren” ingå, som nämns i samband med serviceyrken. Detta är svårt att undersöka på ett objektivt sätt men Söderlund

(2009) visade i sin studie att det fysiska utseendet har betydelse för utgången av kundbelåtenheten. Vidare skriver Söderlund (2009) att det fysiska utseendet kan manipuleras med kosmetika, hårstyling och kläder. Detta vore intressant att undersöka i en yrkesgrupp där alla bär likadana kläder, vilket djursjukskötarna gör som arbetar på samma klinik. Detta utesluter kläder som ett manipulerande medel.

I den sista frågan i enkäten fick djurägaren bedöma upplevelsen av bemötandet överlag under hela besöket. Där kan en sänkning av medelvärdet ses i jämförelse med bedömningarna på bemötandet i det inledande skedet av besöket. Medelvärdet var 4,93 för bemötandet i telefonen och 4,87 vid ankomst till klinik medan bedömningen överlag hamnade på 4,79. Den respondent som angav en 3 på den femgradiga skalan på bedömningen överlag angav också en 3 på bedömningen av bemötandet efter besöket vid betalning och rådgivning. Detta med en högre bedömning på bemötandet inledningsvis. Vilket visar på att det är viktigt att djursjukskötaren bemöter djurägaren på ett bra sätt genom hela besöket, det gäller naturligtvis all djurhälsopersonal. Respondenter som valde en 4 på helhetsbedömningen (vilket i sig är en bra bedömning) kommenterade på att det var upptaget i telefonen länge innan de kom fram, att informationen inte var tillräcklig och tillfredställande, att det var trångt i väntrummet och att personalen verkade uttråkade. Alla dessa faktorer påverkade djurägaren i ett tidigt skede av besöket. Allt som händer under besöket påverkar djurägaren, men det torde vara, i enlighet med O'Connells artikel (2007), att ett bra bemötande inledningsvis ökar chansen för en bra helhetsbedömning av bemötandet i slutändan.

En del av den forskning och de artiklar (Björvell, 1991; Mersha, 1992; Pruyn, 1998; Söderlund 2004, 2007, 2008, 2009, 2010; Barger, 2006; Henning-Thurau, 2006; Vukmir, 2006; Gremigni, 2008; Lynöe, 2011) som använts i arbetet handlar inte om djursjukvården, men de är gjorda inom andra serviceyrken. Eftersom djursjukvården är ett serviceyrke torde resultaten från dessa studier kunna appliceras även på djursjukvården. Den forskning som finns inom djursjukvården inriktas sällan på kundserviceområdet. Den skillnad som kan vara mellan djursjukvården och andra serviceyrken är att personalen har två individer att ta hänsyn till, djurägaren och djuret. Enligt Blach (2009) har båda dessa olika behov för att uppleva ett bra bemötande och lämna kliniken nöjd.

En brist i denna studie var svarsfrekvensen som endast blev 50 % samt att antalet respondenter slutligen blev 30 stycken. Resultatet går att applicera på de medverkande klinikerna men för att kunna generalisera krävs ett högre antal respondenter. Enkäten skulle kunna ingå i en större studie med fler respondenter för att få ett bättre statistiskt hållbart resultat. Samtidigt som områden som miljön i väntrummet skulle kunna fördjupas i en ny undersökning. Studien väckte också nya frågor utanför syftet som skulle kunna generera ytterligare information angående frågan bemötande. Hur viktigt är bemötandet inledningsvis och hur mycket negativt krävs för att detta intryck ska förändras i slutändan? Hur lång försening kan accepteras utan att det påverkar upplevelsen av bemötandet? Vilken information saknades och vad var tillfredställande information? Hur vill egentligen djurägaren bli bemött på kliniken?

Syftet att belysa och förstå hur djurägaren upplever bemötandet utifrån olika tidpunkter under besöket på kliniken kunde uppfyllas med hänsyn till de tre medverkande klinikerna. Troligen kan resultatet appliceras på fler än dessa tre kliniker med avseende på den tidigare forskning som tagits upp som stöd till de olika delarna av resultatet i denna undersökning. Detta är dock endast spekulationer.

Epstein (2006) skriver att upplevelsen av olika kommunikativa beteenden beror helt på vilket perspektiv personen har. Inom djursjukvården skiljer sig alltså upplevelsen åt beroende på om perspektivet är utifrån djurägaren, djursjukskötaren, veterinären eller forskaren. Det torde vara som Novis (2008) skriver, att personalen förr eller senare blir hemmablind. I detta avseende kan det vara bra för en klinik att göra kundundersökningar kontinuerligt för att förstå djurägarperspektivet, till lika kundens perspektiv. Kliniken kan med relativt enkla medel få feedback och upplägg för förbättringar. Genom detta kan kliniken upprätthålla en god standard både gällande veterinärmedicinen men också kundservicen.

6. Populärvetenskaplig sammanfattning

”Nej du, lilla gumman vi har ingen tid åt dig idag sörru!”

Stirrandes på datorn: ”sitt ner, vi kommer snart!”

50 min sen: ”Nämen här sitter du och väntar ju!”

Arbetet på en djurklinik inkluderar så mycket mer än bara anatomi och fysiologi. Det handlar inte enbart om djuren utan också om människan bakom djuret. Det handlar också om att driva ett företag. Dessa i kombination, djurägaren och företaget, kräver att kliniken erbjuder en god kundservice. Är kundservicen inte bra kommer inte heller djurägaren och då finns inget företag att driva. Det kräver av personalen på kliniken att de är dedikerade att serva människan med djuret snarare än djuret med människan. En stor del av servicen handlar om hur djurägaren blir bemött i sin kontakt med kliniken. Ett bra bemötande, det vill säga en god kundservice, genererar positiva betyg från befintliga kunder. Dessa lovord har stor inverkan på nya potentiella kunder och kan vara avgörande för dem som väljer att gå till kliniken.

I varken veterinärernas eller djursjukskötarens utbildning ägnas mycket tid åt kundservicen, något som båda yrkeskategorierna kommer att arbeta med i sina framtida yrkesroller. Även om mycket av det dagliga bemötandet av kunder handlar om sunt förnuft är det troligen en hel del som förbises och glöms. Därför är det viktigt för kliniker att kontinuerligt tänka på hur deras kundservice ser ut. Hur bemöts kunderna som kommer till kliniken? Trettio djurägare svarade på en enkätundersökning gällande detta och gav ett positivt svar på den frågan. I enkäten efterfrågades hur djurägaren upplevde det bemötandet de ställdes inför vid olika tidpunkter under besöket på kliniken. Resultatet speglar endast hur djurägarna *upplevde* bemötandet och det behöver inte nödvändigtvis betyda att det var så de blev bemötta. Trots det så är det upplevelsen som är det viktiga och det som påverkar djurägaren.

Det kan vara så att djursjukskötaren vid telefonkontakten själv tror att denne bemötte djurägaren på ett bra sätt: ”jag sa ju bara att vi inte hade någon tid idag”. Om det uttrycks som i exemplet inledningsvis kan det uppfattas som både oartigt och nedlåtande. I enkätundersökningen tog djurägarna istället upp trevlig, hjälpsam och flexibilitet som viktiga egenskaper vid telefonkontakt och gärna en glad röst i telefonen. Detta ger ett bättre bemötande och inbjuder djurägaren att komma till kliniken.

Vid ankomst till kliniken är det viktigt med ett personligt bemötande, gärna att djuret blir uppmärksammat redan då. De flesta djurägare som svarade på enkäten mottogs med ett leende och ögonkontakt, det vill säga inte som i exemplet där personen stirrade på datorn. Både ett leende och ögonkontakt bidrar till att skapa förtroende och gemenskap samt ett personligt bemötande. Hjälpsam har visat sig, både i denna studie men också i tidigare studier, vara en uppskattad egenskap hos personalen. Det är en egenskap som ligger nära till hands inom yrkesområdet djursjukvård där alla i personalen arbetar med att hjälpa. Några djurägare nämnde i enkäten att de upplevde att personalen såg uttråkad ut. Detta kan upplevas som

oengagemang från personalens sida vilket kan leda till att djurägaren väljer en annan klinik nästa gång. Djurägarna uppskattar istället engagemang, entusiasm och visat intresse.

Om det uppstår förseningar och kliniken vill öka chansen att trots detta ha nöjda kunder när de går därifrån, är kommunikation lösningen. Glöm aldrig bort en djurägare som blir sittandes i 50 min som i exemplet ovan. Alla djurägare som upplevde förseningar i enkätundersökningen uppskattade att personalen informerade om anledningen till detta. Det gör också att den accepterade väntetiden kan förlängas utan att kunden i slutändan blir missnöjd. Detsamma gäller för information under hela besöket, upplevs den som tillräcklig och tillfredställande av djurägaren fås en nöjdare kund. Det är brister i kommunikation och information som de flesta klagomål handlar om, både inom humanvården och inom djursjukvården.

Bemötandet djurägaren upplever påverkas också av miljön, där väntrummet är en stor del. Ett väntrum som upplevs stressigt, smutsigt, tråkigt eller sterilt påverkar negativt, medan ett väntrum som beskrivs som behagligt, rent, luftigt eller mysigt påverkar positivt. I undersökningen visade det sig också att kompletterande service som kaffe/te, barnhörna och en trevlig butik uppskattades av djurägarna. Ett fåtal djurägare upplevde att väntrummet var tråkigt utan färg och sterilt utan tavlor. Det finns studier gjorda på effekten olika färger och konst har på människor där det visat sig ha en positiv effekt. Tavlor med naturmotiv har en lugnande effekt som leder till minskade stressnivåer, ljudnivåer och förfrågningar i receptionen. De väntande får en trevlig distraktion att titta på. Med enkla medel kan kliniker på så sätt förbättra miljön i väntrummet.

Något om är svårt att ställa konkreta frågor om i en enkät, men som ingår i upplevelsen av bemötandet, är den icke verbala kommunikationen. Vi människor kommunicerar med andra individer konstant, även när vi inte säger något. Den icke-verbala kommunikationen utgör 80 % av all kommunikation. Det inkluderar alla signaler vi sänder ut, inklusive fysiskt avstånd och miljön runt omkring. Den mest uppenbara signalen är kroppsspråket. Ett försök att adressera detta med icke-verbal kommunikation var just att fråga djurägarna i enkäten om de möttes med ögonkontakt och ett leende som nämnts ovan. Dessa signaler är två faktorer inom icke-verbal kommunikation. Det kan vara av stor vikt för djursjukskötaren att vara medveten om den här typen av kommunikation då de icke-verbala budskapen oftast speglar det djurägaren faktiskt känner.

Den allra sista frågan i enkäten tog upp hur nöjd djurägaren var med bemötandet överlag under hela besöket. Där kunde ett positivt svar ses vilket tyder på att klinikerna i undersökningen bemöter sina kunder på ett bra sätt. Hela 96,4 % valde en 4 eller en 5 på en femgradig skala, där 5 representerade ”kunde ej bli bättre”. (lite osäker på om det här stycket ska vara med?!)

Det är lätt för personalen på kliniken att bli hemmablind i det dagliga arbetet, speciellt om de arbetat där länge. Personalen kan uppleva att de bemöter sina kunder på ett bra sätt, som telefonisten ovan, medan djurägaren har en annan upplevelse. Det är viktigt att kunna se verksamheten ur flera perspektiv för att kunna driva en framgångsrik klinik. Det är därför

fördelaktigt att kontinuerligt utföra kundundersökningar, exempelvis genom en enkät, för att få veta vad kunderna tycker. Många gånger kan detta även generera flera tips på förbättringsåtgärder som enkelt kan genomföras.

7. Tack

Tack till de tre klinikerna som ställde upp och tog emot enkäterna samt såg till att djurägarna fick dessa att fylla i. Utan Er hjälp hade mitt jobb fördubblats och än mer tidsbrist hade infunnit sig. Tack också till alla djurägare som tog sig tid att fylla i enkäten och lämna Era värdefulla synpunkter. Stort Tack till min handledare Christina Friberg för din handledning under arbetets gång. Vill även passa på att tacka min ”kritiska vän” Sandra Wessén för dina ovärderliga kommentarer och tips! Och slutligen tack för feedback och peppning från studiegrupp c!

Referenser

- Bensing, JM. Kerssens, JJ. Van der Pasch, M. (2005) Patient-directed gaze as a tool for discovering and handling psychosocial problems in general practice. *Journal of Nonverbal behaviour*. 19. 223-242.
- Barger, B. Grandey, A. (2006) Service with a Smile and Encounter Satisfaction: Emotional Contagion and Appraisal Mechanisms. *The Academy of Management Journal*. 49, 1229-1238.
- Björklund, M. Paulsson, U. (2010) Seminarieboken – att skriva, presentera och opponera. Lund, Studentlitteratur.
- Björvell, H. (1991) Patients' perceptions of the health care received in an emergency department. *Annals of Emergency Medicine* 20, 734-738.
- Blach, LE. (2009) Customer Service in Equine Veterinary Medicine. *Veterinary Clinics Equine*. 25. 421-432.
- Carson, A. (2007). Nonverbal Communication in Veterinary Practice. *Veterinary Clinics Small Animal Practice* , 49-63.
- Dijkstra, K. Pieterse, M.E. Pruyn, A.Th.H (2008) Individual differences in reaction towards color in simulated healthcare environments: The role of stimulus screening ability. *Journal of Environmental Psychology* 28, 268-277.
- Durak, A. et al. (2007) Impact of lightning arrangements and illuminances on different impressions of a room. *Building and environment* 42, 3476-3482.
- Epstein, MR. (2005) Making communication research matter: What do patients notice, what do patients want, and what do patients need? *Patient Education and Counseling* 60. 272-278.
- Fiskett, MR. (2006) That First Impression. *Journal of Exotic Pet Medicine*. 15. 84-90.
- Friberg, F. (2006) *Dags för uppsats*. Lund, Studentlitteratur.
- Gremigni, PS. (2008) Validation of the Health Care Communication Questionnaire (HCCQ) to measure outpatients' experience of communication with hospital staff. *Patient Education and Counseling* 71. 57-64.
- Hamrin, E. Rahm Hallberg, I. (2012) "omvårdnad". Nationalencyklopedin. Tillgänglig: <http://www.ne.se/lang/omvardnad>. (Hämtad 2012-01-20)
- Hennig-Thurau, T. Groth, M. Paul, M. Gremler, DD. (2006) Are all smiles created equal? How emotional contagion and emotional labor affect service relationships. *Journal of Marketing*. 70, 58-73.
- Justesen, L. Mik-Meyer, N. (2011) *Kvalitativa metoder – från vetenskapsteori till praktik*. Lund, Studentlitteratur.

- Knapp, M.H. Hall, J.A. (2005) *Nonverbal communication in human interaction, 6th ed.* Beverly, Wadsworth Publishing.
- Lynöe, N.W. (2011) *Respectful encounters and return to work: empirical study of long-term sicklisted patients' experiences of Swedish healthcare.* Tillgänglig på BMJ open: <http://www.bmjopen.bmj.com> 2012-01-20
- Mersha, T. Adlakha, V. (1992) Attributes of Service Quality: The Consumers' Perspective. *International Journal of service industry Management.* 3, 34-45.
- Nanda, U. et al. (2012) Impact of Visual Art on Patient Behavior in the Emergency Department Waiting Room. *The Journal of Emergency Medicine,* 1-10.
- Novis, D.A. (2008) The quality of customer service in anatomic pathology. *Diagnostic Histopathology* 14.
- O'Connell, D. Bonvicini, K.A. (2007) Addressing Disappointment in Veterinary practice. *Veterinary Clinic Small Animal Practice.* 37, 135-149.
- Omdahl, B.L. O'Donnell, C. (1998) Emotional contagion, empathic concern and communicative responsiveness as variables affecting nurses' stress and occupational commitment. *Journal of advanced Nursing.* 26, 1351-1359.
- Pruyn, A.S. (1998) Effects of waiting on the satisfaction with the service: Beyond objective time measures. *International Journal of Research in Marketing,* 321-334.
- Shaw, J.R. (2006) Four Core Communication Skills of Highly Effective Practitioners. *Veterinary Clinics Small Animal Practice.* 36. 385-396.
- SLU. (2007) Ämnesbeskrivningar för SLU:s huvudområden - djuromvårdnad, s5. [online] Tillgänglig: <http://www-phd.slu.se/planeringsavdelningen/Amnesbeskrivningar%20huvudomraden2.pdf> [2012-03-02]
- SLU. (2009) Utbildningsplan för Djursjukskötare- kandidatprogrammet. [online] Tillgänglig: http://www.slu.se/Documents/externwebben/vh-fak/vh-kansliet/Utbildning/Djursjukskotare/Utbildningsplan_0910_djursjukskotare.pdf [2012-03-02]
- SOSFS 2005:12. *Socialstyrelsens föreskrifter om ledningssystem för kvalitet och patientsäkerhet i hälso- och sjukvården.* Stockholm, Socialstyrelsen.
- SOU 1997:154. Socialdepartementet Betänkande av kommittén om hälso- och sjukvårdens finansiering och organisation, HSU 2000. *Patienten har rätt.* Stockholm, Socialdepartementet.
- Steinberg, R. J. Figart, D. M. (1999) Emotional labor since the managed heart. I: R. J. Steinberg & D. M. Figart (Reds.), *The Annals of the American Academy of Political and Social Science* (ss. 8–26). Thousand Oaks, Sage Publications.
- Svenska Akademien. (2009) *Svensk ordbok A-L samt M-Ö.* Stockholm, Norstedths.

Söderlund, M. Julander, C-R. (2009) Physical attractiveness of the service worker in the moment of truth and its effects on customer satisfaction. *Journal of Retailing and Consumer Services* 16, 216-226.

Söderlund, M. Rosengren, S. (2004) Dismantling "positive affect" and its effects on customer satisfaction: an empirical examination of customer joy in a service encounter. *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior*. 17, 27-41.

Söderlund, M. Rosengren, S. (2007) Receiving word-of-mouth from the service customer: An emotion-based effectiveness assessment. *Journal of Retailing and Consumer Services* 14. 123-136.

Söderlund, M. Rosengren, S. (2008) Revisiting the smiling service worker and customer satisfaction. *International Journal of Service Industry Management*. 19, 552-574.

Söderlund, M. Rosengren, S. (2010) The happy versus unhappy service worker in the service encounter: Assessing the impact on customer satisfaction. *Journal of Retailing and Consumer Services* 17, 161-169.

Vukmir, B. (2006) Customer Satisfaction with Patient Care: "Where's the beef?". *Journal of Hospital Marketing and Public relations* 17. 79-107

7. Kryssa i alla påståenden som stämmer in på Ditt besök. Personalen var/gjorde:

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Hjälpsam | <input type="checkbox"/> Verkade uttråkad |
| <input type="checkbox"/> Välkomnande | <input type="checkbox"/> Nedlåtande |
| <input type="checkbox"/> Intresserad | <input type="checkbox"/> Hälsade när Jag kom |
| <input type="checkbox"/> Trevlig | <input type="checkbox"/> Visade respekt |
| <input type="checkbox"/> Stressad | <input type="checkbox"/> Tillmötesgående |
| <input type="checkbox"/> Ointresserad | <input type="checkbox"/> Fientliga |
| <input type="checkbox"/> Otrevlig | <input type="checkbox"/> Ärliga |
| <input type="checkbox"/> Tog ögonkontakt | <input type="checkbox"/> Förtroendeingivande |
| <input type="checkbox"/> Log | <input type="checkbox"/> Omtänksamma |
| <input type="checkbox"/> Tog sig tillräckligt med tid | <input type="checkbox"/> Brydde sig |
| <input type="checkbox"/> Uppmärksammade Mitt djur | <input type="checkbox"/> Osäkra |
| <input type="checkbox"/> Lyssnade | <input type="checkbox"/> Annat: _____ |

8. Kryssa i alla påstående som stämmer in på Ditt besök. Jag kände mig:

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Trygg | <input type="checkbox"/> Otillfredsställd |
| <input type="checkbox"/> Respekterad | <input type="checkbox"/> Förbisedd |
| <input type="checkbox"/> Sedd | <input type="checkbox"/> Ohörd |
| <input type="checkbox"/> Nöjd | <input type="checkbox"/> Kränkt |
| <input type="checkbox"/> Väl omhändertagen | <input type="checkbox"/> Osäker |
| <input type="checkbox"/> Att Jag kunde lita på personalen | <input type="checkbox"/> Annat: _____ |

9. Hur upplevde Ni bemötandet efter besöket, inkl. betalning, hemgångsråd och ev. rådgivning i butiken?

Inte alls bra Kunde ej bli bättre

1 2 3 4 5

Vad beror det på? _____

10. Hur nöjd är du med personalens bemötande överlag?

Inte alls nöjd Kunde ej bli bättre

1 2 3 4 5

Vid **Institutionen för husdjurens miljö och hälsa** finns tre publikationsserier:

- * **Avhandlingar:** Här publiceras masters- och licentiatavhandlingar
- * **Rapporter:** Här publiceras olika typer av vetenskapliga rapporter från institutionen.
- * **Studentarbeten:** Här publiceras olika typer av studentarbeten, bl.a. examensarbeten, vanligtvis omfattande 7,5-30 hp. Studentarbeten ingår som en obligatorisk del i olika program och syftar till att under handledning ge den studerande träning i att självständigt och på ett vetenskapligt sätt lösa en uppgift. Arbetenas innehåll, resultat och slutsatser bör således bedömas mot denna bakgrund.

Vill du veta mer om institutionens publikationer kan du hitta det här:
www.slu.se/husdjurmiljohalsa

DISTRIBUTION:

Sveriges lantbruksuniversitet
Fakulteten för veterinärmedicin och
husdjursvetenskap
Institutionen för husdjurens miljö och hälsa
Box 234
532 23 Skara
Tel 0511-67000
E-post: hmh@slu.se
Hemsida:
www.slu.se/husdjurmiljohalsa

*Swedish University of Agricultural Sciences
Faculty of Veterinary Medicine and Animal
Science
Department of Animal Environment and Health
P.O.B. 234
SE-532 23 Skara, Sweden
Phone: +46 (0)511 67000
E-mail: hmh@slu.se
Homepage:
www.slu.se/animalenvironmenthealth*
