

University of Groningen

## Onderzoek naar patiëntervaring: open deur of nieuwe inzichten?

Moorer, Pieter; van Linschoten, Cornelis

**IMPORTANT NOTE:** You are advised to consult the publisher's version (publisher's PDF) if you wish to cite from it. Please check the document version below.

*Document Version*

Publisher's PDF, also known as Version of record

*Publication date:*

2014

[Link to publication in University of Groningen/UMCG research database](#)

*Citation for published version (APA):*

Moorer, P., & van Linschoten, C. (2014). Onderzoek naar patiëntervaring: open deur of nieuwe inzichten? Een weddenschap met apothekers over de uitkomsten van "Apotheken door Cliënten Bekeken". ARGO Rijksuniversiteit Groningen.

**Copyright**

Other than for strictly personal use, it is not permitted to download or to forward/distribute the text or part of it without the consent of the author(s) and/or copyright holder(s), unless the work is under an open content license (like Creative Commons).

**Take-down policy**

If you believe that this document breaches copyright please contact us providing details, and we will remove access to the work immediately and investigate your claim.

Downloaded from the University of Groningen/UMCG research database (Pure): <http://www.rug.nl/research/portal>. For technical reasons the number of authors shown on this cover page is limited to 10 maximum.

## Onderzoek naar patiëntervaring: open deur of nieuwe inzichten?

Een weddenschap met apothekers over de uitkomsten van "Apotheken door Cliënten Bekeken"

drs. P. Moorer en dr C.P. van Linschoten  
(c) ARGO BV februari 2014

### Inleiding

Sinds 2004 begeleidt onderzoeksbureau ARGO apotheken bij het in beeld brengen van de patiëntervaring. Samen met patiëntenfederatie NPCF biedt ARGO de methode 'Door Cliënten Bekeken', waarmee wordt gewerkt aan kwaliteitsverbetering vanuit het patiëntperspectief. Daarbij wordt de vragenlijst CQI Farmacie gehanteerd (ref). Bij de presentatie van de resultaten van patiëntervaringsonderzoek geven apothekers geregeld aan dat de uitkomsten niet verassend zijn. Daarmee wordt – terecht – de vraag gesteld naar de nieuwsaarde van onderzoek naar de klanttevredenheid. Omdat gebrek aan meerwaarde een fundamenteel probleem zou vormen voor de toepassing van de CQI Farmacie, is een onderzoek uitgevoerd met behulp van het 'weddenschapsmodel' van Hofstee (1980).

### Weddenschapsmodel

Wim Hofstee, hoogleraar Psychologie aan de Rijksuniversiteit Groningen, publiceerde in 1980 zijn 'weddenschapsmodel'. Kern van dit model is dat, als men voldoende overtuigd is van de eigen kennis, men geld durft in te zetten op de uitkomsten van onderzoek. De empirische discussie wordt dan vorm gegeven als een weddenschap. Dit concept is gehanteerd in een experiment met 293 apotheken.

### Methode

Gegevens zijn verzameld in het kader van het klanttevredenheidsonderzoek "Apotheken door Clienten bekeken" uit de periode 2009-2011. De vragenlijst bestond uit 54 vragen. De apothekers werden voorafgaand aan de start van de dataverzameling uitgenodigd om te voorspellen welk percentage klanten de meest positieve antwoordcategorie zouden kiezen. De marktwaarde van een dergelijk klantenonderzoek ligt rond de €500. Met 54 items is de waarde per item ongeveer €10. Daarom is een eenvoudige beslisregel gehanteerd:

- de apotheek wint de weddenschap als de uitkomst van een item minder dan 5% van zijn voorspelling ligt; de apotheker ontvangt dan €10;
- de weddenschap eindigt 'onbeslist' als het verschil groter dan 5%, maar kleiner dan 10% is;
- de apotheek verliest de weddenschap als het verschil *groter* is dan 10%; dan betaalt de apotheek €10.

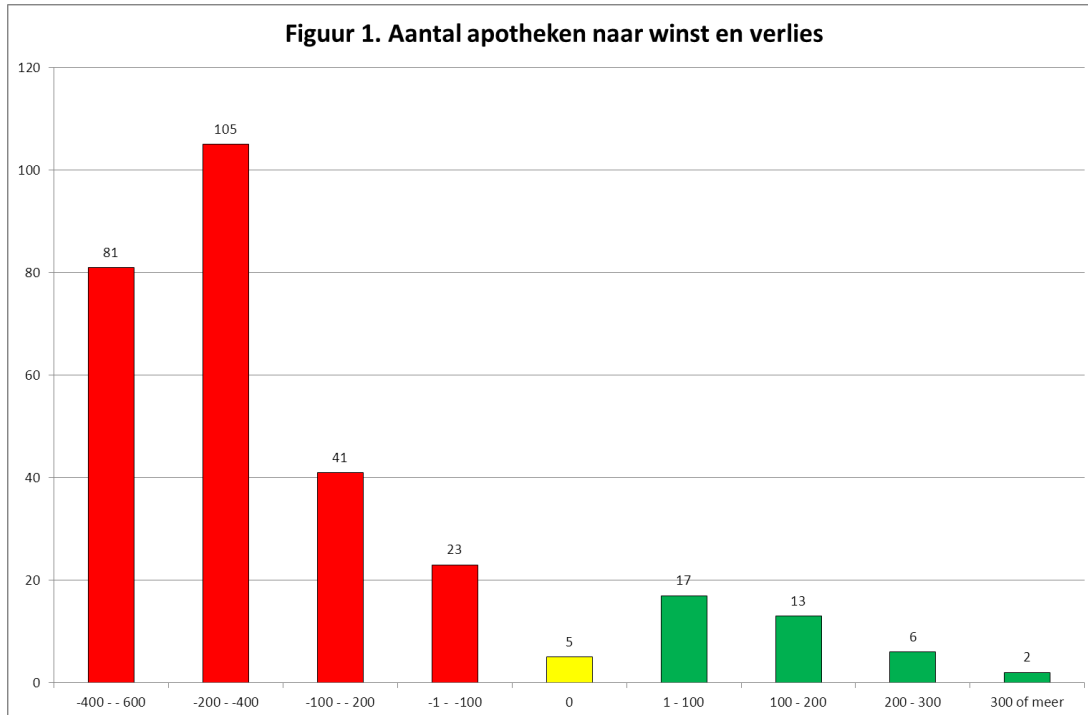
Op basis van 54 vragen konden de apotheken derhalve maximaal €540 verdienen – of verliezen.

### Resultaten

Per item werd een resultaat van de weddenschap berekend. Vervolgens werd een totaalresultaat berekend. In figuur 1 staan de resultaten voor dit totaalresultaat grafisch weergegeven. Op de x-as staan de resultaten van de weddenschap in €. De rode balken zijn apotheken die de weddenschap verliezen. In totaal gaat het om 250 apotheken (85%), waarvan de meeste een bedrag van meer dan €200 aan het onderzoeksbureau zouden moeten betalen. Er zijn 38 apotheken die de weddenschap winnen; zij zouden geld ontvangen omdat ze de uitkomsten van de vragenlijst goed voorspellen. Bij 5 apotheken is de uitslag binnen de gedefinieerde veiligheidsmarge van +10% en -10%.

Zij voorspellen de uitslag niet goed genoeg om te winnen, maar ook niet zó slecht dat zij de weddenschap verliezen.

Per item is het verschil ongeveer 12%: de uitslag ligt gemiddeld 12% hoger dan de voorspelling van de apotheker. Met andere woorden: patiënten zijn tevredener dan apothekers verwachten.



### Conclusie en discussie

293 Apotheken deden mee aan een experiment om de uitkomsten van een klanttevredenheidsonderzoek bij hun patiënten te voorspellen. Er werd een marge van 10% aangehouden: de voorspelling mocht 10% boven óf onder de werkelijk uitkomst liggen. Geconcludeerd wordt dat apothekers de uitkomsten van een klanttevredenheidsonderzoek niet goed voorspellen. Deze uitkomsten zijn nader onderzocht met het 'weddenschapsmodel' van Hofstee (1980). Bij een fictieve inzet van €10 per item, overeenkomstig de marktwaarde van dit onderzoek, hadden de meeste apotheken geld aan het onderzoeksbureau verloren. Een meerderheid zou meer dan €200 hebben moeten betalen. Dit betekent dat de uitkomsten van onderzoek naar de patiëntervaring voor de apotheker nieuwswaarde bevatten. Daarnaast blijkt dat apothekers de tevredenheid van hun patiënten systematisch lager lijken in te schatten dan de realiteit.

### Literatuur

Hofstee W.K.B. (1980) *De empirische discussie, Theorie van het sociaal wetenschappelijk onderzoek*. Boom, Meppel/Amsterdam.  
Linschoten C.P. van, en Moorer P (2004) *Valideringsonderzoek meetinstrument Apotheken door Cliënten Bekeken*. ARGO BV, Groningen