



LUNDS
UNIVERSITET

Pedagogiska institutionen
Box 199, 221 00 Lund

Kurs: Ped 620
Kandidatuppsats, 10 poäng
41-60 poäng
Datum: 2002-06-05

BEHOVSANALYS AV APOTEKET AB

- Personalens begränsningar i mötet med kunderna

Emma Nilsson

Handledare:
Piotr Szybek

Lunds Universitet
Pedagogiska institutionen

ABSTRACT

- Arbetets art: 41-60 poängs uppsats i pedagogik med arbetspedagogisk inriktning.
- Sidantal: 32 sidor exklusive tre bilagor.
- Titel: Behovsanalys av Apoteket AB – personalens begränsningar i mötet med kunderna.
- Författare: Emma Nilsson
- Handledare: Piotr Szybek
- Datum: 13 juni 2002
- Bakgrund: Bakom studien finns ett intresse för personalutbildningar vilket kombinerats med Apotekets intresse för kunderna och kundernas behov. Apoteket strävar efter att utbilda personalen för att komplettera det kunderna efterfrågar. En behovsanalys utförs som underlag för rationella beslut angående personalens utbildningar.
- Syfte: Syftet med uppsatsen är att, utifrån ett kundperspektiv, beskriva och analysera personalens behov av utbildning.
- Metod: Jag har genom ett fenomenologiskt perspektiv utfört en kvalitativ studie med abduktiv ansats. Genom att studera mötet mellan personal och kund har jag fått en förståelse för personalens begränsningar i mötet med kunderna. Detta har skett genom observationer av personalens möte med kunderna samt genom fyra intervjuer med personalen på Apoteket.
- Resultat: Kundernas behov är ett resultat av en obalans mellan deras föreställningar om Apoteket och personalens begränsningar att tillfredsställa dessa föreställningar. Resultatet av studien visar att personalens begränsningar kan härledas till brist på kunskap, brist på tid och styrande regler och rutiner. Dessa begränsningar kan delvis åtgärdas av personalutbildning men även av en attitydförändring hos personalen mot deras egen kunskap.
- Nyckelord: Personalutbildning, behovsanalys, behov, fenomenologi, service, förändringsarbete.

KAPITEL 1: INLEDNING	1
1.1 BAKGRUND	1
1.2 PROBLEMMOMRÅDE	2
1.3 DISPOSITION	2
KAPITEL 2: SYFTE	3
2.1 SYFTE	3
<i>Frågeställning</i>	3
<i>Avgränsningar</i>	3
KAPITEL 3: VERKSAMHETSBESKRIVNING	4
3.1 APOTEKET AB	4
<i>Det aktuella Apoteket</i>	5
KAPITEL 4: TEORETISK BAKGRUND	5
4.1 BEHOVSANALYS AV PERSONALEN UTIFRÅN KUNDERNAS BEHOV	6
<i>Behovsanalysen</i>	6
<i>Behov genom ett fenomenologiskt perspektiv</i>	7
<i>Min behovsanalys genom kundernas behov</i>	8
KAPITEL 5: METOD	9
5.1 ARBETSPROCESSEN	9
<i>Förhållningssätt mot empiri och teori</i>	9
<i>Urvalet av litteratur</i>	9
5.2 URVAL AV APOTEK OCH PERSONAL	10
5.3 VAL AV INSAMLINGSTEKNIK	10
<i>Genomförande av observationerna</i>	12
<i>Efter observationen – bearbetning av materialet</i>	13
<i>Genomförandet av intervjuerna</i>	13
<i>Efter intervjuerna – bearbetning av materialet</i>	14
5.4 INFORMATIONSSINSAMLINGENS VALIDITET	15
5.4 RESULTATBILDNINGEN	16
KAPITEL 6: RESULTATREDOVISNING	17
6.1 PRAKTISKA HJÄLPMEDEL	17
6.2 RESULTAT FRÅN UNDERSÖKNINGEN	17
<i>Kundprofilen</i>	17
<i>Personalens begränsningar i mötet med kunden</i>	20
<i>Kundernas behov</i>	24
KAPITEL 7: SLUTSATSER	27
7.1 PERSONALENS BEHOV AV UTBILDNING	27
7.2 SAMMANFATTNING	29
7.3 FORTSATT FORSKNING	30
KÄLLFÖRTECKNING	31
LITTERATUR	31
WEBSITES	32
ÖVRIGT	32

BILAGOR

Kapitel 1: Inledning

Nedan följer en inledning som beskriver bakgrunden till min uppsats och varför jag finner det intressant att göra min studie. Kapitlet innehåller en presentation av problemområdet samt en kort beskrivning av det fenomenologiska perspektivet som präglar min studie. Kapitlet avslutas med en disposition för uppsatsen.

1.1 Bakgrund

Min C-uppsats har från början till slut haft många vägar att välja bland. Ytterst få saker har varit bestämda från början. Mitt intresse för personalutbildningar väcktes på Sydkrafts hemsida¹ där man erbjöd studenter uppsatsunderlag i form av att utvärdera en personalutbildning. Jag började på allvar fundera över vad min blivande C-uppsats skulle handla om och tankarna vandrade mot en skepticism mot personalutbildningar i allmänhet. Må hända är detta en negativ syn på personalutbildningar från en blivande personalvetare. Min misstro gällde genomförandet av och målet med personalutbildningar men framförallt behovet och resultatet av utbildningar. I mitt stilla pessimistiska sinne, undrade jag om personalutbildningar fyller den funktion som de är tänkta att fylla? Då Sydkraft inte i dåvarande läget kunde erbjuda något underlag för en kandidatuppsats, fick jag via Sydkraft kontakt med Apoteket AB. Intresset för att göra en utvärdering av en personalutbildning växte sig starkare och då jag fick kontakt med Apoteket AB visade sig intresset vara ömsesidigt². Jag fick berättat för mig vilken utbildning som var aktuell för en utvärdering och varför det var av intresse för Apoteket AB. Apoteket har blivit allt mer intresserad av att tillfredsställa sina kunder och vill erbjuda bästa möjliga service. Min kontakt på Apoteket var därför intresserad av att veta om den aktuella utbildningen svarade mot de krav som kunderna ställer på personalen. Jag tyckte detta lät som en intressant uppgift och jag var angelägen om att komma igång. Efter att ha bekantat mig med litteratur i ämnet och diskuterat utvärderingen med min handledare insåg jag att det krävs mycket omfattande förarbete för att genomföra en utvärdering av hög kvalitet. Till exempel krävs en grundlig behovsbedömning av Apoteket AB innan en utvärdering. Med avsikt på de ramar av tid och omfattning som en kandidatuppsats erbjuder, bestämde jag mig därför för att en behovsanalys av hög kvalitet var att föredra framför en utvärdering som är dåligt förankrad i verksamheten.

Jag diskuterade detta med min kontakt på Apoteket AB och beslöt därefter att fokusera på förarbetet till en utvärdering, en behovsanalys. En behovsanalys som kan fungera som en grund för Apoteket AB:s kommande kompetenssatsningar.

1 www.sydkraft.se

2 Detta delgavs mig via min kontaktperson på Apoteket AB KONSULT, Lajla Ledfelt.

1.2 Problemområde

Vid mitt första möte med Apoteket AB diskuterade vi Apotekets utveckling de senaste 20 åren. Verksamheten har utvecklats alltmer mot en kundorienterad verksamhet där många av förändringarna har skett på grund av kundernas ökade krav på tillgänglighet och service³. Apoteket AB KONSULT⁴ var intresserad av att veta mer om kundernas behov och vad kunderna efterfrågar för att därefter kunna tillrättalägga exempelvis personalutbildningar indirekt efter kundernas behov.

På Apoteket AB har det inte gjorts någon kartläggning av behov och brister i verksamheten, utan insatserna för kompetensutveckling grundar sig på den allmänna opinionen, känsla och trender⁵. Studien hoppas tillhandahålla ett underlag för rationella beslut inför utbildningssatsningar och därigenom satsa på gynnsammare kompetensutveckling.

Min behovsanalys utgår från ett kundperspektiv då jag utifrån kundernas behov ämnar analysera personalens utbildningsbehov. Studien präglas av den fenomenologiska traditionen vilket haft betydelse för hur min uppsats utvecklats. Jag utgår ifrån en uppfattning, som jag delar med bland annat Berger och Luckman (1979), att människors handlande uppstår genom interaktion med andra människor och de möjligheter och begränsningar som omgivningen bjuder. Kundernas behov är därmed inte ett isolerat fenomen utan något som växer fram i samspelet mellan kunder, personal och den kontext där dessa möts. I kapitel fyra får läsaren möjlighet att bekanta sig närmare med de teoretiska utgångspunkterna för uppsatsen.

1.3 Disposition

Efter denna inledning fortsätter kapitel två med en presentation av syftet, vilket följs av frågeställning och avgränsningar. Därefter får läsaren möjlighet att i kapitel tre bekanta sig med den verksamhet jag studerat, genom en beskrivning av Apoteket AB och det aktuella Apoteket. I kapitel fyra diskuteras begreppet och fenomenet behovsanalys och det fenomenologiska perspektivets betydelse för studien tydliggörs genom att begreppet behov beskrivs. Här beskrivs även förhållandet mellan kundens behov och behovsanalysen av personalen. Därefter presenteras min metod i kapitel fem, där jag beskriver mitt tillvägagångssätt för att samla in och bearbeta det empiriska materialet. Kapitlet innehåller även en beskrivning av resultatbildningen och en diskussion av den valda tekniken för informationsinsamlingen. I det sjätte kapitlet redovisas resultaten från min empiriska studie. Jag beskriver kundernas situation, personalens begränsningar i mötet med kunden samt de eventuella behov som kunden utvecklar. Utifrån resultatredovisningen i kapitel sex, analyserar jag personalens behov av utbildning, utifrån de behov kunderna kan uppleva, i kapitel sju. Jag diskuterar

³ Denna information kommer från min kontaktperson på Apoteket AB KONSULT, Lajla Ledfelt.

⁴ KONSULT är ett affärsområde inom Apoteket AB, se kapitel 3.

⁵ Denna information kommer från min kontaktperson på Apoteket AB KONSULT, Lajla Ledfelt.

utbildningssatsningar och andra förslag på förändringsarbete för att sedan avrunda uppsatsen med en sammanfattning av studien och förslag på fortsatt forskning.

Kapitel 2: Syfte

I kapitel två presenteras mitt syfte, vilket följs av frågeställningar, som används för att besvara mitt syfte. Kapitlet innehåller även beskrivningar och förklaringar av de avgränsningar jag gjort i min studie.

2.1 Syfte

- Mitt syfte med uppsatsen är att, utifrån ett kundperspektiv, beskriva och analysera personalens behov av utbildning.

Frågeställning

Genom min uppsats har jag arbetat efter tre frågeställningar som jag funnit nödvändiga som ett hjälpmedel för både mig själv och läsaren. Frågorna har användbara då det dykt upp nya intressanta aspekter, men som inte direkt gått i linje med mitt syfte och därför avvisats. Genom frågorna har jag successivt närmat mig syftet, varför frågorna ska ses som en förtydning av syftet. För läsaren hoppas jag att frågorna kan fungera som en vägledning och en konkretisering av vad som väntar.

- Vilka är kunderna på det aktuella Apoteket?
- Vilka eventuella begränsningar har personalen att tillmötesgå kunderna?
- Vilka eventuella behov utvecklar kunderna i mötet med apotekspersonalen?

Avgränsningar

Min studie är en analys av vilka kompetenssatsningar som efterfrågas på det aktuella Apoteket. Man skulle kunna tänka sig göra en studie i huruvida personalen har behov av mer datakompetens eller mer medicinsk kompetens. Då jag själv har bristande kunskap i detta är det omöjligt för mig att uttala mig om eventuella problem, brister eller behov. Därför är det mest lämpligt att jag fokuserar på mötet mellan kund och personal. Dock uttrycker personalen att de har behov av mer medicinsk kunskap och mer kunskap om dataprogrammet de använder. Detta är inget som jag fördjupat mig i, trots att det skulle kunna innebära en förändring för kunden. Jag har istället koncentrerat mig direkt på kunderna. Fokuseringen på kundernas behov motiveras även av Apotekets satsningar på att ställa kunden i centrum i verksamheten samt att det var kunden som min kontakt på Apoteket AB var intresserad av att veta mer om.

Jag har alltså fokuserat på att studera kundernas behov. Det innebär att jag strävat efter att, i min empiriska undersökning, framhålla de föreställningar som kunderna har och inte de behov som personalen uttrycker sig behöva för sin egen del.

Min studie riktar sig till *ett* Apotek där jag utfört såväl observationer som intervjuer.

Möjligen skulle studien kunna utföras på flera olika Apotek, men då detta var det Apotek som Apoteket AB KONSULT föreslog samt att jag föredrog ett nära samarbete med ett Apotek än ett ytligt med flera, har studien gjorts på *ett* Apotek.

Jag har vidare valt bort att intervjua kunderna vilket kan uppfattas som en stor brist då jag trots allt intresserar mig för kundernas behov. Orsaken är dels att en intervju kan kränka kundernas integritet, dels ett resultat av jag som intervjuare inte kände mig tillräckligt hemmastadd i min forskarroll för att ta kontakt med främmande människor. Inte ens Apoteket AB själva anser sig ha rätten att intervjua kunderna på Apoteket, utan använder sig utav enkäter i sina undersökningar. Det kan verka viktigt att tänja på sina gränser för att utvecklas, men också att inse sina begränsningar, speciellt då det är andra människor inblandade som kan bli lidande för mina misstag. Dock skulle jag kunna tänka mig att vid en mer omfattande studie få kontakt med Apotekets kunder till exempel genom annonsering i en dagstidning. Detta skulle minska risken för integritetskränkning då initiativtagandet faller på kunden/intervjupersonen. Behovsanalysen skulle då inte vara isolerad till ett Apotek utan vara av mer generell karaktär.

Kapitel 3: Verksamhetsbeskrivning

Nedan följer beskrivning av Apoteket AB, dels som en historisk organisation och dels så som den är organiserad idag. Beskrivningen är dock mycket begränsad och jag har valt att inte fördjupa mig i delar av organisationen som inte har någon framträdande roll för min uppsats. Jag beskriver även det aktuella Apoteket för att läsaren ska förstå mina utgångspunkter bättre, men har av konfidentiella skäl valt att inte vara för ingående i min beskrivning.

3.1 Apoteket AB

Apoteket är en verksamhet som funnits i flera hundra år. De tidigaste Apoteken inrättades redan på 700-talet, i Bagdad, men först i slutet av 1600-talet kan man tala om ett svenskt apoteksväsen. Dessa Apotek hade svårt att klara sig ekonomiskt varför det var svårt att etablera dem på mindre orter. Genom århundradena fick Apoteken en stabilare ekonomisk situation och 1970 beslöt riksdagen att apoteksväsendet skulle organiseras i ett bolag, Apoteksbolaget och regleras i ett avtal mellan Apoteket och svenska staten.

Apoteket AB är ett företag vars kärnverksamhet är belagd till öppenvårdsapotek. Dessas främsta uppgift är uppdelade i två avdelningar. Egenvårdsavdelningen som tillhandahåller ej receptbelagda läkemedel, hud-, hår-, tandvårdande artiklar och mycket annat. Den andra delen är receptavdelningen som består i att tillhandahålla och sälja receptbelagda läkemedel⁶. Verksamheten är idag indelad i olika affärsområde vilka har olika funktioner. Affärsområde HÄLSA är ett av dessa och här finns

⁶ Information hämtad från Nationalencyklopedin.

öppenvårdsapoteken. Vidare finns det ett affärsområde som fokuserar på kompetensutveckling inom verksamheten, affärsområde KONSULT. Det är genom detta affärsområde jag fått idéer för min studie.

Kärnverksamheten består av öppenvårdsapotek. Det finns cirka 800 sådana Apotek i Sverige och då räknar man inte med de Apotek som ligger på sjukhus, så kallade sjukhusapotek. Det råder en hög arbetsbelastning inom affärsområde HÄLSA, men trots det ska verksamheten uppfylla det samhällsuppdrag som man har. Detta samhällsuppdrag innebär att tillgodose en god läkemedelsförsörjning och att främja en bra läkemedelsanvändning. Därtill ska öppenvårdsapoteket tillhandahålla korrekt och obunden information och förebygga hälsovård i form av rådgivning. Öppenvårdsapotekens utveckling påverkas framförallt av kundernas förändrade beteenden och förväntningar på apoteket, till exempel i form av ökat krav på flexibilitet och tillgänglighet⁷.

Det aktuella Apoteket

Öppenvårdsapoteket där jag gjort min studie är beläget centralt i en storstad i ett område av exklusiva butiker. Apoteket är relativt nybyggt och anpassat för de kunder som kommer hit. Det finns därför en stor egenvårdavdelning och en kassa som är utformad för att kunna ge kunderna kort väntetid. Receptavdelning har möjlighet att ta emot kunder såväl stående som sittande. Diskarna är insynsskyddade. Kunderna på receptsidan använder sig av nummerlappar och deras nummer presenteras på en display. Det finns även möjlighet för kunden att lämna in sitt recept för att hämta sin medicin vid ett senare tillfälle, går man direkt fram till disken och använder inte kölappssystemet. På egenvårdavdelningen råder självbetjäning med möjlighet för kunderna att få kontakt med personalen för hjälp och råd. Det finns en rådgivningsdisk som även kan fungera som kassa. Det aktuella Apoteket har öppet sex dagar i veckan, måndag till fredag 10-19 och lördagar 10-15. Det finns tio anställda varav sex är receptarier tre är apotekstekniker och en är lokalvårdare. Samtliga är kvinnor. Apoteksteknikerna arbetar främst på egenvården då de inte har ansvar för att expediera receptbelagda preparat. Dock är det vanligt att tekniker expedierar receptkunder, men då krävs att en receptarie signerar och tar ansvar för att överlämningen är korrekt⁸. Receptarierna arbetar framförallt på receptavdelningen.

Kapitel 4: Teoretisk bakgrund

Min uppsats är en empirisk studie. Dock har jag i min arbetsprocess tagit hjälp av teoretiska utgångspunkter som hjälpt mig att finna vägar att gå och nya perspektiv att betrakta mitt empiriska material från. Genom att presentera dessa hoppas jag ge läsaren möjlighet att bättre förstå min studie, de val och tolkningar jag gjort och slutsatser jag dragit. I detta kapitlet presenteras därför behovsanalysen och begreppet behov samt en övergripande beskrivning av den fenomenologiska traditionen.

⁷ Information via Apotekets hemsida, www.apoteket.se samt genom samtal med min kontakt på Apoteket AB KONSULT, Lajla Ledfelt.

⁸ Information via personalen på det aktuella Apoteket samt Lajla Ledfelt, Apoteket AB KONSULT.

4.1 Behovsanalys av personalen utifrån kundernas behov

Behovsanalysen utgår ifrån de begränsningar som personalen har i mötet med kundernas föreställningar. Mina teoretiska utgångspunkter har utvecklats under studiens gång. Jag började med att fördjupa mig i litteratur kring personalutbildning och behovsanalys. Efter valet att genom kundernas behov och analysera personalens utbildningsbehov, fann jag det nödvändigt att utreda begreppet behov ur kundernas perspektiv. Genom den fenomenologiska traditionen fick begreppet och fenomenet behov sin rättmätiga betydelse för min studie.

Behovsanalysen

Min studie är en behovsanalys av en del av Apotekets verksamhet. För att tydliggöra kopplingen mellan mitt intresse och mitt syfte vill jag utreda begreppet behovsanalys lite närmare. Ed (1985), Forsberg (1987), Lundmark (1998) och Söderström (1980) skriver om personalutbildningar och samtliga poängterar vikten av att utgå från en behovsanalys inför utbildningssatsningar. Författarna uttrycker på olika sätt att det finns ett stort problem med att analysera utbildningsbehovet på företag och i organisationer, då analyserna ofta uteblir. Satsningar sker istället slumpvis eller enligt trender och saknar därför en gynnsam förankring i verksamheten. Verksamhetens resursåstramningar innebär dessutom att det ges mindre resurser för utbildningar samtidigt som konkurrensen mellan företag ökar och människans kompetens blir en allt viktigare del av verksamheten. Detta innebär att det blivit allt viktigare med en väl genomförd behovsanalys.

Personalutbildningar är inget nytt fenomen. Söderström (1980) skriver att den vanligaste personalutbildning har varit att personalen lär i själva arbetet, mer eller mindre systematiskt, exempelvis genom lärlingssystemet. Även om personalutbildningsbehovet alltid funnits är det inte säkert att behovet påverkat utbildningen på rätt sätt då metoderna för att kartlägga och analysera utbildningsbehovet varit otillräckliga. Vidare har internutbildningar funnits i närmare 100 år inom de större statliga verken till exempel inom järnvägen, posten, tull och polisen. Söderström fortsätter att efterkrigstiden har inneburit en förändring och det har blivit allt vanligare i arbetslivet med organiserade former av personalutbildningar. Han menar att tidigare var utbildningens roll att tillgodose vissa grupper yrkesmässiga introduktionsutbildning eller vidareutbildning och idag har talar man allt oftare om personalutveckling. Detta innebär att man inte bara fokuserar på den formella utbildningen utan även ledarskap och samverkan, utvecklingsarbete för administrativa och tekniska förändringsarbeten, organisationsutveckling; rationalisering, demokratiseringsåtgärder och åtgärder för bättre arbetsmiljö för att ge personalen en högre arbetstillfredsställelse och livskvalité.

Samtliga ovannämnda författare uttrycker vikten av rationell utbildningsplanering. Rationell utbildningsplanering innebär enligt Söderström (1980) att ha en väl utvecklad strategi för planering av utbildning, vilket bland annat omfattar att man ser utbildning som en del av den totala verksamheten. Därför är det viktigt att utbildningsplanerna är förenliga med de övergripande målen med verksamheten. Ed (1985) menar att en behovsanalys som underlag för diskussion av mål och handlingsprogram är ett viktigt

moment bakom en rationell utbildningsplanering. Lundmark (1998) skriver att "Välplanerad och välgenomförd utbildning fyller en viktig funktion för kompetensutveckling i arbetslivet (Lundmark, 1998, s.7)". Hennes åsikt är att personalutbildning bör vara så rationellt planerad som möjligt. Det gör man genom att bland annat kartlägga och analysera utbildningsbehovet i verksamheten. Söderström beskriver motsatsen, att om utbildningen sker slumpvis kan den bli mindre effektiv för verksamheten då den saknar grund i det egentliga utbildningsbehovet.

Forsberg (1987) beskriver den praktiska aspekten av behovsanalysen och menar att personalens behov eller organisationens behov inte ska studeras isolerat utan i relation till en viss situation och omgivning och ta hänsyn till andra intressenter i en organisation. Genom analysen kartläggs och analyseras behov och man får en bild av målet med kommande utbildningar, deras innehåll och lämplig utbildningsform. Det är även viktigt att den som analyserar tänker igenom viken utgångspunkt man har, om man är intresserad av individen, arbetsgruppen, organisationen eller samhället. Ed (1985) ger ytterligare perspektiv att tänka på inför en behovsanalys, nämligen synsättet på behov. Detta innebär ett ställningstagande till huruvida forskaren är intresserad av situations- och problemorienterade behov (vad individen behöver för att klara vissa problem eller situationer), normorienterade behov (vad individen minst bör kunna) eller individorienterade behov (vad individen kan och vill lära sig). Författarinnan menar även att man bör ta ställning till huruvida man är intresserad av ett bristbehov (behov idag) eller ett tillväxtbehov (behov för framtiden).

Behovsanalysen ska enligt Söderström (1980) ses som en del i ett större utbildningssammanhang bestående av behov av utbildning, mål med utbildningen samt genomförande och utvärdering av utbildningen. Detta är ett slutet kretslopp. Forsberg (1987) beskriver metoden för att utföra behovsanalysen, vilket innebär att man i vanlig ordning, bestämmer metod utifrån sin problemställning och genom att välja sin metod efter det, har man redan då angett vilken typ av behov man är intresserad av. Vidare består behovsanalysen av liknande moment som en uppsats, nämligen: en utredning av behovsbegreppet, följt av val av teknik för informationsinsamlingen. Därefter inventeras behovsfångsten och följs av tolkning av materialet och åtgärdsförslag.

Behov genom ett fenomenologiskt perspektiv

Det fenomenologiska perspektivet präglar min studie och beskrivs väl genom bland andra Berger och Luckman (1979) och Patôcka (1998). Författarna beskriver människors verklighet genom det fenomenologiska perspektivet och menar att människor bildar sin egen subjektiva verklighet genom att interagera med andra människor. Genom att möta andra människor förstår och tolkar man sin omgivning. Berger och Luckman skriver att: "Vardagslivet framträder som en verklighet tolkad av människor och [är] subjektivt meningsfull för dem som en värld med inre sammanhang" (Berger och Luckman, 1979, s.31). Ellström (1994) ger vidare förståelse för människors handlingar då han menar att agerandet uppstår som en följd av de begränsningar och möjligheter som situationen erbjuder. Människan anpassar och förändrar sitt handlande efter omständigheterna. Nygrens (1981) tolkning av begreppet behov korresponderar väl med det fenomenologiska perspektivet då han menar att behov är något som uppstår när individens inre föreställningar inte balanserar med det som omgivningen erbjuder.

Individens behov uppstår alltså i hennes samspel med den kontext hon befinner sig i, både människorna och miljön.

Dessa teoretiska utgångspunkter har jag konkretiserat och applicerat i min studie av det aktuella Apoteket. Kunderna som kommer till Apoteket har inte automatiskt ett behov, utan behovet de upplever sig ha, växer enligt ovan givna perspektiv, fram i mötet mellan kundens inre föreställningar och personalen på Apoteket. Föreställningarna har skapats genom interaktioner mellan människorna och omgivningen, genom de möjligheter och begränsningar som situationer erbjuder. Genom sina livserfarenheter och sin historia har kunderna sitt sätt att förstå sin omvärld, inklusive Apoteket. På samma sätt har personalen en uppfattning om sig själva, sitt arbete och sin omvärld som kan hamna i obalans med kundernas föreställningar. Då begränsningar i personalens arbete påverkar kundernas möjlighet att få sina inre föreställningar besvarade tolkas det i min studie som att ett behov uppstår.

Min behovsanalys genom kundernas behov

Genom att utgå från kundernas behov beaktar jag betydelsen av att inte studera personalens utbildningsbehov isolerat, utan i ett större sammanhang. Detta motiveras även av den fenomenologiska traditionen. Vidare är jag intresserad av en behovsanalys av personalens behov, riktad mot personalen som en arbetsgrupp och analyserar således inte varje individs behov av utbildning. Min behovsanalys riktar sig framförallt mot behov, som ovan karaktäriserats ”situations- och problemorienterade behov”, i form av de begränsningar som visar sig i mötet med kunden. Jag analyserar personalens utbildningsbehov så som det är idag, det vill säga ett bristbehov, men på grund av den snabba medicinska utvecklingen, kan studien även betraktas ur ett tillväxtperspektiv. Jag menar att de utbildningsbehov som finns idag, kommer snarare att förstärkas i morgon än bli nya behov, varför det finns anledning att betrakta behoven som både brist- och tillväxtbehov.

Kapitel 5: Metod

Mitt metodkapitel inleds med att läsaren får en beskrivning av hur jag har förhållit mig till empiri och teori i min studie. Läsaren får även en bild av mitt tillvägagångssätt vid insamlandet och bearbetningen av observationer och intervjuer samt förklaringar till de val jag gjort. Kapitlet avslutas med en diskussion kring studiens validitet.

5.1 Arbetsprocessen

Förhållningssätt mot empiri och teori

Mitt tillvägagångssätt är en tolkning av det förhållningssätt till kunskap som Alvesson och Sköldbberg (1994) betecknar abduktion. Deras beskrivning av abduktion, täcker såväl mitt tillvägagångssätt som mitt förhållande till mitt problemområde då den abduktiva ansatsen innebär att forskaren pendlar mellan empiri och teori varvid både teori och empiri successivt omtolkas med hjälp av varandra. Forskarens syfte med ett abduktivt förhållningssätt är att både förklara och förstå ett fenomen genom att utgå från empirisk fakta. Dock avvisas därmed inte teoretiska föreställningar som kan vara viktiga för studien. Analysen av empirin kan tvärtom mycket väl kombineras, eller förekommas av tidigare teori som kan fungera som inspirationskälla för att upptäcka mönster som ger förståelse för ett fenomen.

Målet med ett abduktivt förhållningssätt är enligt författarna att

(...) med utnyttjande av existerande kunskap och referensramar, finna teoretiska mönster eller djupstrukturer, som om de vore giltiga, skulle begripligöra de empiriskt induktiva mönster eller ytstrukturer vilka påträffats – eller snarare framgått genom tolkning – i ett enskilt fall. (Alvesson och Sköldbberg, 1994, s.44)

Jag började studien med att sätta mig in i litteratur angående utvärdering, personalutbildning och observationer. Efter observationerna tillkom ytterligare litteratur om observationer och intervjuer samt litteratur kring begreppet och fenomenet behovsanalys. Samtidigt som jag utförde mina observationer och intervjuer granskade jag begreppet behov för att finna ett lämpligt perspektiv att betrakta kundernas behov ifrån. Under utskriftsarbetet dök ytterligare frågor upp, varför de medverkande ombads att svara på en del följdfrågor i efterhand. Då informationsinsamlingen var avklarad tog resultatbildningen vid samtidigt som jag hela tiden fortsatt att bekanta mig med begreppet behov utifrån det fenomenologiska perspektivet. Resultatbildningen har sedan återvänt till empirin för kommentarer genom Apoteket AB KONSULT för att sedan knytas an till personalens behov av utbildning.

Urvalet av litteratur

Jag har främst sökt min litteratur via olika databaser, VEGA, MALIN, LOLITA men även via referenslistor i funnen litteratur, C- och D-uppsatser och via min handledare.

Jag har strävat efter att använda primärkällor för att undvika ”tolkning på tolkning”. I en källa där en författare återgivit en forskares perspektiv eller teori har författaren tolkat forskaren, och vidare gör jag detsamma. Detta kan förändra ursprungsförfattarens mening. Dock kommer jag inte ifrån att det är *min* tolkning av primärkällor. I litteraturförteckningen ges läsaren en möjlighet att återgå till källan för att bilda sin egen uppfattning av min tolkning. Då min arbetsprocess varit oklar från början och den lättaste vägen sällan varit den mest lämpliga har det varit viktigt för mig att försökt hålla mig kritisk och ifrågasätta litteraturens vetenskaplighet och relevans. Krav på relevans har inneburit att källan gett ett vetenskapligt intryck på mig till exempel genom förlagsnamnet och huruvida författaren använt sig av hänvisningar eller inte och hur författaren disponerat verket och förhåller sig till det skrivna. Jag har vid min litteraturgenomgång strävat efter att vara öppen för nya perspektiv och nya teorier, utan att förlora den kritiska granskningen av materialet. Vid urvalet av litteratur har krav på relevans gått före utgivningsår.

5.2 Urval av Apotek och personal

Valet av Apotek har skett slumpvis. Genom min kontakt på Apoteket KONSULT kom jag i kontakt med det aktuella Apoteket. Orsaken till varför just detta Apotek blev utvalt är oklar för mig, men spelar heller ingen avgörande roll för min studie.

Då jag började min observation hade jag inga avsikter att speciellt observera någon personal specifikt. Jag var mer angelägen om att få ett helhetsintryck. Däremot då jag tog kontakt med Apoteket igen för att göra mina intervjuer var min avsikt att intervjua såväl apotekstekniker som receptarier. Mina önskemål var att få möjlighet att prata med två apotekstekniker och två receptarier och att jag beräknade att varje intervju skulle ta cirka en timme. I övrigt överlät jag det till föreståndaren på det aktuella Apoteket att välja ut dessa fyra personer. Resultatet blev två personal som framförallt arbetar på receptavdelningen respektive två personal från egenvården, som dock endast kunde avvara trettio minuter per intervju. Möjligen kan det tyckas vara ett litet urval. Då jag strävade efter att få en djupare förståelse för kundmötet och utifrån den tidsram jag arbetat samt att jag arbetat ensam, var fyra intervjupersoner var en bra kompromiss. Dessutom var det svårt för personalen att avsätta mer tid för mina intervjuer. Samtliga intervjupersoner är van apotekspersonal som utbildade sig för cirka 20 år sedan.

5.3 Val av insamlingsteknik

Val av insamlingsteknik diskuteras av Patel och Tibelius (1987) och författarna menar att forskaren måste välja teknik efter vad som ger bäst möjlighet att besvara frågeställningen. Det är frågeställningen som är avgörande för hela arbetsprocessen. Men det är även viktigt att vara medveten om möjliga problem och svårigheter med den valda insamlingstekniken. Mitt val av teknik för informationsinsamlingen har växt fram successivt i min arbetsprocess och inte entydigt genom frågeställningen, då jag inte har haft en tydlig sådan från början. Av denna anledning kan min insamlingsmetod verka splittrad då det inte fanns en solklar väg för mig att följa från den första dagen då jag

började min studie. Dock har jag trots allt haft anledning att göra de val jag gjort, vilket motiveras nedan.

Med hjälp av mina observationer avsåg jag få en bild av hur mötet ser ut mellan apotekspersonalen och kunderna. Denna bild fungerade sedan som en grund för hur jag gick vidare i min arbetsprocess och som även påverkade hur jag senare utformade min intervjuguide. Mina observationer avsåg också ge mig material för att senare beskriva och förstå personalens arbetssituation och kundernas behov.

Jag vill med hjälp av Ejvegård (1996), Henriksson och Månsson (i Svensson och Starrin, 1996) och Neuman (1991) poängtera att deltagande observationer inte strävar efter att visa upp mätbar, objektiv fakta, utan efter att beskriva, tolka och förstå individers subjektiva uppfattningar. Författarna skriver att det är svårt att inte påverka eller påverkas av människor och miljö i sin närvaro, oavsett om man är känd eller okänd, deltagande eller icke-deltagande observatör. Jag har varit en känd aktör i mina observationer, som inte deltagit i arbetet på Apoteket vilket troligen har påverkat personalens agerande. Det är inte min ambition att redovisa objektiva fakta då jag genom ett fenomenologiskt perspektiv utgår ifrån att människor av naturen interagerar med varandra och påverkar varandra. Genom att noggrant redovisa mitt förfaringsätt ges läsaren istället möjlighet att förstå mitt tillvägagångssätt och mitt resultat.

Fördelarna enligt Patel (i Patel och Tibelius, 1986) med att göra observationer är att forskaren får möjlighet att studera beteenden i deras naturliga sammanhang vilket ger möjlighet för forskaren att göra sin egen tolkning, som inte är rekonstruerad av någon annan. Dessutom är forskaren relativt oberoende av individers villighet att lämna information och kräver därmed mindre samarbete. I min undersökning har det dock krävts en del samarbete med personalen då jag varit en känd observatör för dem.

Mitt nästa steg i processen var att få en djupare förståelse för mötet mellan kund och personal. Enligt Patel och Tibelius (1987) är det viktigt att den teknik man väljer för att samla in datamaterial ger utrymme för människors egna framställningar och tolkningar om man är intresserad av kvalitativt forskningsarbete. De menar att det är genom språket man tar del av människors erfarenheter och upplevelser. Då jag var intresserad av att förstå hur samspelet ser ut mellan personal och kund och deras uppfattningar och erfarenheter har jag intervjuat delar av personalen. Tematisering av observationerna gav mig dessutom en uppfattning av kundmötet vilken jag ville få bekräftad, dementerad eller fördjupad genom intervjuerna.

Praktiken inte alltid som teorin och trots mina noga överväganden är inte den insamlade datan felfri. Mina intervjufrågor missförstods ibland och ofta kunde man bevisligen tolka dem på olika sätt. Detta innebär till exempel att på frågor om regler och rutiner har de medverkande olika syn på vad regler och rutiner är. Samtidigt är de så vana vid sitt arbete att de kanske inte reflekterar över vad som *är* regler respektive rutiner. Ett annat exempel är att någon intervjuperson uttryckte vikten av att känna empati, att ta hänsyn till kundens integritet, att följa regler kring etik och moral, medan någon annan inte nämnde detta alls. Det behöver dock inte innebära att den sistnämnda inte anser det är viktigt, utan snarare är det en följd av att jag inte ställde någon direkt fråga om moral

och etik. Det är resultatet av den kvalitativa datainsamlingen. Genom att ställa ostrukturerade frågor finns möjligheten att de medverkande själva tolkar frågorna, vilket kan ge stor variation i datamaterialet. Detta är dock en fördel som jag ser det, även om det i vissa fall kan ge en missvisande bild, liknande det ovannämnda. I vissa fall har det insamlade materialet varit entydigt, medan det i andra fall gett en väldigt varierad bild. Det framgår i min resultatredovisning hur varierat eller entydigt datamaterialet varit.

Genomförande av observationerna

Mitt tillvägagångssätt för genomförandet och bearbetningen av observationerna har utvecklats efter idéer från Beach (1997), Ehn och Löfgren (1982), Neuman (1991) samt Patel och Tibelius (1987). För att närma mig mitt problemområde successivt och få en uppfattning av den verksamhet jag skulle fördjupa mig i började jag med att besöka Apoteket och observera mötet mellan apotekspersonal och kunder. Mina observationer föregicks av ett möte där jag berättade för personalen vem jag var och varför jag var där (se bilaga ett). Jag upplyste dem om hur jag kommer att använda materialet från mina observationer och att deras identiteter inte skulle tillkännages varken i samband med framväxandet av min uppsats eller i den färdiga uppsatsen. Personalen fick även möjlighet att ställa frågor angående min uppsats och mina observationer. Jag tillbringade i genomsnitt två och en halv timme, någon gång mellan 10-13 på det aktuella Apoteket, under tre dagar. I efterhand hade det varit klokt att istället varierat tidpunkten av observationerna då jag insett att observationerna gett mig en begränsad bild av vilka kunderna på det aktuella Apoteket är. Om jag istället varierat tidpunkten hade jag fått en mer rättvis bild av kunderna, om det är olika typer av kunder på olika tidpunkter på dagen.

Inför observationerna hade jag ett speciellt intresseområde vilket resulterade i att mina observationer var delvis förbestämda då jag var selektiv i mina observationer. Jag var intresserad av kundmötet och inte av personalens medicinska kompetens eller tekniska färdigheter. Det aktuella Apoteket har en tydlig uppdelning mellan egenvård och recept. Personalen möter kunderna på båda avdelningarna, varför jag strävade efter att observera båda avdelningarna. Efter att jag informerats om betydelsen av kundernas integritet och vikten av tystnadsplikt, fick jag låna en apoteksrock och en elevbricka, för att flyta in bland personalen och inte skapa misstänksamhet från kunderna. Detta gäller främst då jag observerade kundmötet vid recepthanteringen.

Vid min observation av kundmöten på egenvårdsavdelningen var det lämpligast att vara civilt klädd. Jag insåg nämligen under min första observation att många kunder kommer fram och ställer frågor till personalen i vit rock på egenvården. För att smälta mer in i miljön där, bland de vanliga kunderna, uppförde jag mig som en "vanlig" kund. Dock var personalen medveten om att jag var där och observerade. Jag gick runt på egenvårdsavdelningen och låtsades läsa broschyrer och på förpackningar samtidigt som jag strävade efter att iaktta, lyssna och bilda mig en uppfattning om mötet mellan kund och personal.

Efter observationen – bearbetning av materialet

Efter varje observationstillfälle noterade jag nyckelord för att sedan skriva ut observationen i sin helhet. Jag strävade efter att notera såväl agerande hos kunder och personal, stämningen i konversationen, hur konversationerna lät och vad personalen pratade med varandra om. Fältanteckningarna innehöll även hur kunderna betedde sig, klädde sig och talade till personalen samt mina egna reflektioner och tankar om det observerade samt föreställningar och planer inför kommande observation.

Då jag gjort tre observationer läste jag igenom mina fältanteckningar för att hitta teman i mina observationer och gruppera mina anteckningar efter vad jag ansåg de gav mig en bild av. Således formades teman kring personalens agerande mot kunderna (hur de kan hjälpa kunden, personalens frågor till kunderna), kundernas agerande mot personalen (vad kunderna vill veta, varför kunderna kommer till Apoteket), hur kunderna ser ut, kundprofil etcetera. Sedan har jag gått tillbaka till varje tema och bilda mig en uppfattning om kundmötet. Här strävade jag efter att se såväl delarna som helheten i mötet. Denna tematisering gav mig en uppfattning av samspelet mellan kund och personal som jag återkommer till närmare i kapitel sex, och det gav mig även idéer för hur jag skulle fortsätta mitt studie.

Genomförandet av intervjuerna

Efter att bekantat mig med mina anteckningar från observationerna utformade jag en intervjuguide (se bilaga två). Enligt Patel och Tibelius (1987) använder sig forskaren av en ostrukturerad intervjuguide för att ge intervjupersonerna stort utrymme att styra intervjuerna själva. Vidare menar författarna även att en intervjuguide kan vara mer eller mindre standardiserad. Hög grad av standardisering innebär att alla intervjupersoner får höra exakt samma frågor, i samma ordning, då detta kan påverka hur den medverkande tolkar frågan. Min intervjuguide var delvis standardiserad då jag strävade efter att alla frågor skulle bli diskuterade, dock med visst utrymme för ordningsföljden för att få ett naturligare samtal. I vissa fall föll det sig naturligt att fråga vidare på ett tema som intervjupersonen verkade angelägen att prata om. I andra fall höll jag mig noggrannare till min intervjuguide. Jag strävade efter att alla mina intervjufrågor skulle bli diskuterade på ett eller annat sätt, varför jag till viss del lämnade en del intressanta frågor som framträdde vid intervjuerna.

Mina intervjuer utfördes på det aktuella Apoteket, på ett kontor samt i lunchrummet, och tog mellan 30-45 minuter. Trots de nackdelar som finns med att banda intervjun, bland annat att det tar lång tid att skriva ut och kan orsaka obehag för intervjupersonen, valde jag att banda mina intervjuer, efter att ha informerat intervjupersonerna och fått deras godkännande. Fördelarna med att banda intervjuerna väger i mitt fall upp nackdelarna. Genom detta har jag haft möjlighet att gå tillbaka till intervjun i sin helhet när jag skrev ut den och jag kunde koncentrera mig fullständigt på själva intervjun, med att ställa följdfrågor och ägna mitt fulla intresse åt vad intervjupersonen hade att berätta. Min erfarenhet av bandupptagningen är att intervjupersonerna och jag, glömde bort bandspelaren efter en stund och därför tror jag inte den har påverkat intervjupersonernas svar nämnvärt.

Vid intervjutillfället gav jag även intervjupersonerna en skriftlig fråga (se bilaga tre)

som jag bad dem svara på och skicka till mig i ett för-frankerat kuvert. Jag gjorde detta på grund av att det var en mer övergripande omfattande fråga som jag inte ansåg jag hade tidsutrymme för under intervjun. Denna skriftliga fråga hoppades jag kunna ge mig en bild hur personalen uppfattar sin verksamhet som den fungerar i det svenska samhället. Detta på grund av att jag har min egen uppfattning av Apoteket genom mina erfarenheter, vilket påverkar hur jag tolkar observationerna och intervjuerna. Genom att få en bild från insidan hoppades jag bredda min uppfattning en aning. Bortfallet var en av fyra, och de resterade hade besvarat frågan på olika sätt. Svaren var relativt korta och innebar mest en beskrivning av Apoteket som organisation. Jag beslutade mig för att endast se svaren som ett hjälpmedel för min egen förståelse och kommer inte att använda dem som direkt underlag i resultatredovisningen.

Efter intervjuerna – bearbetning av materialet

Efter att ha skrivit ut intervjuerna i sin helhet, återvände jag till Apoteket och överlämnade frankerade kuvert med utskrifter av intervjuerna till personalen jag intervjuat. Dessa fick en möjlighet att kommentera sina svar, förtydliga eller ändra om det var något som var oklart eller som det fanns risk för missuppfattningar av det som framkommit i intervjuutskriften. Jag fick även en chans att skriftligen be intervjupersonerna förtydliga vissa svar som jag hade svårt att förstå och även möjlighet att ställa följdfrågor som dykt upp i efterhand. Intervjupersonerna fick en vecka på sig att studera intervjuutskrifterna. Efter en vecka fattades två av fyra varför jag ringde till Apoteket för att påminna resterande två. De resterande anlände några dagar senare.

Inför bearbetningen av intervjumaterialet började jag med att ett flertal gånger läsa igenom varje intervjuutskrift. Därefter koncentrerade jag mig på varje intervju separat och markerade avsnitt och meningar som jag ansåg viktiga för förståelsen för mötet mellan kund och personal. Nästa steg i bearbetningsprocessen blev att kategorisera meningarna, dels inom varje intervju och dels mellan de fyra intervjuerna. Genom att pröva mig fram med hjälp av olika kategorier, som utvecklades till nya kategorier, fann jag slutligen en rad kategorier som tillsammans gav uttryck för kundernas föreställningar och personalens arbetssituation.

Innan jag fortsatte med att analysera det empiriska materialet visade jag upp ett första utkast av resultatbildningen för min kontakt på Apoteket AB KONSULT för att få hennes uppfattning. Genom henne fick jag möjlighet att eventuellt omtolka mina resultat utifrån en annan "point of view". Detta gjorde jag för att minska risken att vara blind för alternativ och därmed göra en snäv tolkning av materialet. Hennes kommentarer innebar inget omvälvande för resultatbildningen. Hon fann resultatet intressant, men inte häpnadsväckande. Således fortsatte jag min analys av materialet där jag lämnat det innan mötet med Apoteket AB KONSULT. Jag vet dock inte i vilken mån hennes kommentarer (eller brist på kommentarer) har påverkat min analys, genom att "hålla med" mina resultat. Möjligen kan min strävan att se alternativa tolkningar hämmats och fått motsatt effekt än vad min tanke med mötet var.

5.4 Informationsinsamlingens validitet

Patel (i Patel och Tibelius, 1987) beskriver de negativa aspekterna av observationerna och menar att observatören inte vet hur de observerade beter sig ”naturligt”, då de påverkas av observatörens närvaro. Patel fortsätter att denna negativa aspekt kan minskas genom att utföra långa perioder av observationer. Genom detta vänjer de observerade sig vid observatörens närvaro och agerar därför naturligare. Jag vet inte i hur stor utsträckning min närvaro har påverkat kundernas och personalens handlande. Jag har fungerat som en känd observatör för personalen, vilket troligen har påverkat deras beteenden, medvetet eller omedvetet. Även kunderna kan ha påverkats av min närvaro vid recepthanteringen, dock inte i samma utsträckning på egenvården där jag var en okänd observatör. Min roll som en för personalen känd observatör var den roll som verkade rimligast då jag studerade verksamheten utifrån ett, för Apoteket AB, känt ändamål. Personalens arbetsuppgifter är känsliga då mer eller mindre utsatta människor har ärende till Apoteket, varför jag var angelägen om att min närvaro inte skulle påverka kundernas möte med personalen negativt. För att inte påverka personalens handlande i negativ riktning har jag strävat efter att avdramatisera situationen för den observerade personalen, genom att till exempel informera dem om uppsatsen och observationerna. Vidare pågick mina observationer endast under tre dagar. Det okänt om en längre tids observation hade gett ett annorlunda resultat, då personalen efter en tid kanske ”glömt bort” mig.

Under mina observationer förde jag inga noteringar då jag inte ville skapa misstänksamhet bland kunderna. Dessutom innebär det att jag minskade risken att förlora koncentrationen som kanske varit fallet om jag skulle anteckna samtidigt som jag observerade. Samtidigt innebär detta en brist då jag inte har fotografiskt minne och inte kan komma ihåg *allt* jag observerat *korrekt*. Risken finns att jag glömt en del och omtolkat och reflekterat över mina observationer innan jag fick observationen nedskrivna. Det skulle vara positivt för observationerna om jag hade haft möjlighet att göra en pilotstudie, för att därefter kunna fokusera mer och känt mig mer hemmastadd i rollen som observatör.

En stor nackdel för min studies validitet är de skeva bild som mina observationer troligen har gett mig. Genom att utföra samtliga observationer under samma tidpunkt på dagen har jag inte fått en rättvis bild av kunderna, vilket jag tidigare nämnt på sidan 12.

Patel och Tibelius (1987) menar att om intervjupersonerna känner sig motiverade att lämna sanningsenliga svar får insamlingsmaterialet en högre validitet. Jag har strävat efter att motivera personalen genom att informera dem innan intervjun om vad intervjun handlar om, hur lång tid den planerat ta, att materialet behandlas konfidentiellt samt genom att visa intresse för intervjupersonen under intervjun. Jag ämnade utföra intervjuerna i en icke-störande miljö för att vi skulle få prata ostört. Dock ringde telefonen vid ett tillfälle, utan att intervjupersonen svarade, och vid två tillfällen blev intervjuerna avbrutna på grund av kollegor som behövde något från rummet där vi satt. Detta kan möjligen ha påverkat intervjun.

Jag har även låtit intervjupersonerna läsa utskriften av deras respektive intervju för att vara säker på att deras svar inte blivit missuppfattade och att de står fast vid det de sagt under intervjuerna. Detta har inneburit att utskriften av intervjuerna förändrats vilket kan innebära en brist då intervjupersonerna fått möjlighet att ändra intervjuerna, kanske för att det inte "såg bra ut", trots att det som sagts under intervjun kan vara det som stämmer mest med verkligheten. Jag gjorde dock valet på grund av att det gav mig möjlighet att ställa de följdfrågor som dykt upp och få otydliga svar förtydligade. I efterhand hade det varit klokare att inte erbjuda intervjupersonerna detta, om de inte själva bett om det, då intervjupersonerna i flera fall ville stryka och förändra sina uttalanden. Detta var till viss del min mening, men för att vara efterklok, hade det varit bättre om de fått läsa och kommentera en utskrift av resultaten, inte vad de själva sagt. På grund av att behovsanalysen utförts på uppdrag av Apoteket, är det viktigt att jag uppfattat personalen rätt och att de inte känner sig missgynnade på grund av uppsatsen. Samtidigt ska uppsatsen spegla verkligheten.

Tidigare beskrev jag noggrant hur jag genomfört mina observationer och intervjuer vilket påverkar studiens validitet positivt enligt Henriksson och Månsson (i Svensson och Starrin, 1996) I samband med detta framfördes även en del kritik till de val jag gjort, vilket visar att jag gjort medvetna val inför min insamling. Enligt samma författare finns det även fördelar med att triangulera data, genom att samla information via olika tekniker och förstärka ett fenomen som uppfattas liknande, olika tekniker till trots. Jag använder intervjuer och observationer parallellt i min studie där jag har möjlighet att få uppfattningar dementerade eller bekräftade genom varandra vilket inverkar på min studies validitet. Jag har även diskuterat mina resultat med Lajla Ledfelt på Apoteket AB KONSULT, vilket har inneburit att mina observationer och intervjuer "bekräftats" av någon som själv har erfarenhet av att arbeta på Apoteket.

5.4 Resultatbildningen

Mitt sätt att analysera materialet för resultat bildningen har utvecklats efter impulser av Beach (1997) och Pilhammar- Andersson (1991). Genom att studera kunderna och deras förväntningar på Apoteket tillsammans med personalens begränsningar att tillfredsställa dessa förväntningar har jag fått ett underlag för de utbildningsbehov som finns bland personalen. Observationerna och intervjuutskriften har jag tematiserat och kategoriserat meningsuttryck som jag funnit intressanta för att beskriva samspelet mellan kund och personal. Kategorierna har prövats mot varandra och med varandra, slagits samman och bildat övergripande kategorier. Dessa kategorier har prövats mot syfte och med varandra. Ur materialet växte tre övergripande kategorier; regler/rutiner, kunskap och tid. Dessa har visat sig vara de gemensamma nämnarna för kundernas förväntningar personalens begränsningar och som därför skapar ett behov hos kunderna. Detta innebär vidare ett behov av förändringar hos personalen genom utbildningar och andra insatser. Kategorierna fungerar såväl var för sig som i interaktion med varandra, vilket jag återkommer till i kapitel sex och sju.

Kapitel 6: Resultatredovisning

Följande kapitel innehåller en redovisning av det empiriska materialet. Inledningsvis får läsaren praktiska hjälpmedel för att förstå min redovisning. I kapitlet besvaras min frågeställning genom att kundernas situation beskrivs och personalens begränsningar i mötet med kunden redovisas vilket leder till en sammanfattning av kundernas behov.

6.1 Praktiska hjälpmedel

I min resultatredovisning använder jag olika beteckningar för att visa varifrån citat är hämtade. "FA" är min beteckning för fältanteckning och siffran som följer är vilken dag min observation utfördes. "I" är min beteckning på intervjuaren, tillika författaren. "IP" står för intervjuperson och följs av antingen ett "e" eller ett "r", som visar om det är en personal som främst arbetar på egenvården ("IPe") eller receptavdelningen ("IPr"). Jag använder mig vidare även av (...) för att visa att citatet inte är hämtat i fulltext, utan är utplockat ur ett större sammanhang. Hela svaret skulle ta väldigt mycket utrymme i anspråk. Därför har jag valt att i vissa fall endast använda delar av citat då det i sin fulla längd inte förändrat innehållet⁹.

6.2 Resultat från undersökningen

Genom min bearbetning av materialet från mina observationer och intervjuer har tre kategorier utkristalliserat sig som tillsammans ger en bild av mötet mellan kunderna och personalen: regler/rutiner, kunskap och tid. Dessa kommer att presenteras nedan genom två övergripande perspektiv. Det första perspektivet beskriver kunderna och deras föreställningar då de kommer till Apoteket. Perspektiv nummer två beskriver personalens begränsningar som framträder i mötet med kunderna. Slutligen vill jag framhålla en beskrivning av de behov som kunderna kan utveckla, vilket leder vidare till de slutsatser som jag drar i nästa kapitel, om vilka utbildningsbehov personalen har.

I redovisningen har jag ibland funnit det användbart att framhålla skillnader i uppfattningar mellan egenvård och receptavdelning alternativt mellan observationer och intervjuer, då de har gett skilda uttryck. Jag avser hålla min beskrivning så nära den beskrivna praktikens språk som möjligt, varför jag använder många citat.

Kundprofilen

Nedan följer en beskrivning av kunderna och de föreställningar man de kan antas ha. Hur uppfattar de sin omvärld? Vilka inre föreställningar har kunderna om mötet med Apoteket? Samspelet mellan kund och personal börjar redan innan kunden kommer till Apoteket då kunderna som ett resultat av deras historia och livserfarenheter har föreställningar av Apoteket. Apoteket är en institution som funnits i Sverige sedan 1600-talet¹⁰ vilket innebär att de flesta människor i Sverige har ett förhållande till och

⁹ Se exempelvis sidan 18, andra citatet, där intervjupersonen fortsätter att ge exempel på vad kunder specifika frågor och säger ofta "ja", "eh", "du vet..." Mycket talspråk som inte leder till något av intresse för uppsatsens syfte.

¹⁰ För närmare information se kapitel 3.

förväntningar på det svenska Apoteket. Kunderna i min studie har förväntningar om att ha möjlighet att ställa frågor, få information, bli guidad till en produkt och få ärliga, korrekta svar.

Givetvis är uppfattningar och föreställningar olika hos olika människor och i min undersökning har jag funnit skillnader i uppfattningar mellan äldre och yngre kunder¹¹. Detta kan bland annat bero på att äldre människor kan ha erfarenhet av ett Apoteket som tillverkade mediciner, där man fick sin medicin i en påse och personalen skulle inte prata med kunden och kunden skulle inte ställa frågor till personalen. De yngre har en annorlunda uppfattning. De ställer mer frågor och är mer insatta i mediciner och andra preparat än deras äldre medmänniskor och förväntar sig att personalen kan tillfredsställa deras förväntningar. Motsatsen är också möjlig. Skillnaderna kan då vara ett resultat av att äldre kunders livssituation gör det möjligt för dem att avsätta mer tid för sitt ärende på Apoteket och ställer frågor på grund av att de inte är så medvetna. Yngre kunder kanske inte vill veta mer då de redan är medvetna om sin medicin eller har möjlighet att söka informationen på annat håll samtidigt som deras livssituation är mer tidspressad. Möjligen är skillnaderna mellan människor inte alls åldersberoende utan ett resultat av hur mycket tid man har att spendera på Apoteket.

FA2: Kunden är redan insatt i ämnet och diskuterar och läser på förpackningar tillsammans med personalen. Personalen är osäker och frågar om kunden vill att hon ska ringa och ta reda på hur det ligger till. Kunden vill detta och personalen går och ringer och kommer tillbaka med ett besked. Kunden nöjd och vet vad hon behöver.

I: Vad är det för kunder som kommer till egenvården?

IPe: Det är från 20-åringar och upp till 80. Det är ju hela registret... Rätt så mycket ungdomar och de kan ställa rätt så kluriga frågor. De är medvetna om vad de ska ha, men vill ändå veta mycket (...).

I: Vilka krav känner du att kunderna ställer på dig?

IPr: Att bli vänligt bemötta. Att de får rätt medicin. Att servicen är hög. Att de blir expedierade snabbt. Många yngre är väldigt medvetna och ställer kluriga frågor ibland. De vill veta mer. Ställer krav på att man kan mycket. Ibland vet kunden mer än oss...

I: Vad menar du med kluriga frågor?

IPr: Yngre läser mycket på nätet och ibland kanske de inte förstått riktigt vad de läst.

Det råder delade meningar kring ålderssammansättningen på det aktuella Apoteket. Såväl inbördes varje avdelning samt mellan intervjuerna och mina observationer. Det kan vara ett resultat av att personalen faktiskt uttalar sig om olika avdelningar eller ett

¹¹ Denna uppdelning mellan äldre och yngre har inte någon särskild betydelse för vidare slutsatser, utan fungerar som ett praktiskt exempel på att människor är olika och har olika föreställningar. Därmed finner jag det heller inte av avgörande betydelse att närmare beskriva vad jag menar med "äldre" respektive "yngre".

resultat av hur personalen uppfattat mina intervjufrågor. Jag är övertygad om att det även är ett resultat av mitt misstag med att endast observera under en och samma tidsperiod under mina tre dagars observationer.

FA1: Kunderna är generellt mellan 25-65 år. Det var endast ett barn där mellan 10-12.30 som jag såg. De flesta [läs kunderna] kom ensamma. Kvinnor och män är ganska jämt fördelade, möjligen fler kvinnor i egenvården. De flesta var i medelåldern och majoriteten hälsar, säger tack och svarar på tilltal, säger hej då. Endast ett fåtal kunder som verkar ha utländsk bakgrund. Alla talade svenska, dock någon mindre bra. (...) Då jag kom ut i butiken vid lite över tio var där inte mycket människor, men vid elva började det komma lite mer och det blev köer.”

I: Hur skulle du beskriva kunderna som kommer hit?

IPr: Vi har faktiskt ganska mycket äldre som kommer hit och sen har vi stressade lunchkunder, människor som jobbar i centrum. Men det är de äldre som har mest mediciner så därför blir det ju mest äldre, pensionärer. Mest kvinnor tror jag att det är. Just nu i allergitider har vi mycket yngre också.

Majoriteten är angelägna om att bli snabbt expedierade, vilket syns då de ofta studerar klockan och nummerlappen/presentatören. De står gärna upp då deras nummer närmar sig och flera lämnar in sina recept för att hämta preparaten vid ett senare tillfälle.

FA1: (...) Många sitter eller står tysta och svara endast på tilltal. Ett fåtal pratar om sin hälsa och lättar sitt hjärta lite eller pratar om vädret.(...) Jag fick uppfattningen att det tittas lite irriterande på personalen bakom disken, då kunderna ser att där är flera som arbetar men att de inte tar dem [läs kunderna] först utan gör andra saker som kan tolkas som 'ingenting'.

På receptavdelningen och egenvården har kunderna olika ärenden innan de går ifrån Apoteket. Det innebär ändå att samtliga kunder ska få den information som efterfrågas, vilket även kan innebära att inte få någon information alls om det är en kund som är bekant med medicinen sedan tidigare och ger uttryck för att informationen inte är intressant.

I: Vilken är din uppfattning om att bemöta olika kunder på olika sätt?

IPr: Ja, jag försöker att förstå och bemöta olika kunder efter hur de är. Stressade personer vill oftast inte lyssna på en massa information och de vill bara få sin medicin och gå medan äldre människor vill veta mer.

Personalen är överens om att en majoritet av kunderna är mycket medvetna om sitt problem eller vad som är fel, och vet ofta vad de vill ha hjälp med. Enligt personalen leder kundernas medvetenhet till att somliga ställer mer frågor och vill veta mer än

kunderna gjorde ”förr”, medan andra kunder vet tillräckligt.

I: Ställer kunderna frågor?

IPr: Ja, det gör de. De ställer mer frågor nu än vad de gjorde tidigare. De är mer vetgiriga idag än vad de var förr.

I: Hur skulle du beskriva kunderna som kommer hit?

IPe: De är medvetna tycker jag. Det är väldigt medvetna om vad de har, om sin situation, men samtidigt är det inte alltid säkert de kan lösa det själva... 'Jag tror jag har fått svamp...' 'Jag har hostat i en vecka vad ska jag göra?' Somliga bitar är det inte säkert man har bara för att man är medveten.

Personalens begränsningar i mötet med kunden

Personalen är väldigt angelägna om att tillmötesgå kundernas föreställningar, men begränsas i mötet med kunden. Genom min bearbetning av det empiriska materialet har personalens begränsningar utkristalliserats och kategoriserats i tre aspekter; regler/rutiner i samband med mötet samt begränsningar vad gäller kunskap och tid. Dessa ska dock betraktas som en förenkling av verkligheten, då interaktionen dem emellan är omfattande.

Reglerna och rutinerna

Personalen arbetar efter mer eller mindre medvetna rutiner och skrivna regler. Vad som är regel eller rutin är svårt för mig som utomstående att avgöra. Reglerna/rutinerna påverkar dock mötet och samspelet mellan kund och personal, då de innebär begränsningar i personalens möjligheter att bemöta kunden så som kunden efterfrågar. Det finns dock ett syfte då man eftersträvar att inte göra några felexpeditioner, varför personalen bör möta kunden enligt rutiner och regler för att inte missa viktiga moment.

Det finns tydliga regler för hur ett recept ska behandlas. Receptarierna menar att reglerna är till för att följas, men med sunt förnuft. Det innebär att för att tillmötesgå kunden kan det göras undantag, men under receptariens ansvar. Reglerna/rutinerna kan uppfattas negativt av kunderna då det dels innebär att receptexpedieringen kan verka omständigt och långsam, dels skapa obehag då personalen ställer frågor. Kunderna på receptsidan märker troligen mer av de detaljerade reglerna eller uppfattar resultatet av regelverket formellt eller distanserande för mötet mellan personal och kund. På egenvården är handlingsmönstret mer flexibelt och mer inriktade på samtalet med kunden och varför regelverket inte uppfattas lika tydligt som på receptavdelningen. Istället framhävs betydelsen av att tillmötesgå varje kunds individuella behov, varför det är svårt och forma regler. De riktmärken som finns hänförs till ett vänligt bemötandet samt att ställa de rätta frågorna till kunden för att kunna svara på vad kunden behöver.

I: Hur har du lärt dig hur du ska hantera kunden? Har du gått någon kurs till exempel?

IPe: Nej, det har jag faktiskt aldrig gjort. Inte vad jag kan komma på... Ja, vi hade något för

många, många år sedan, det är 15 år sedan. Då gick vi en kurs om mötet med kunden. Och då vet jag att det var mycket med att man skulle ha ögonkontakt med en gång och vara så trevlig som möjligt. Jag försöker vara så trevlig som möjligt, verka intresserad hela tiden och lyssna.

I: Finns det några alternativ eller finns det bara en väg att gå för att lösa arbetsuppgifterna?

IPe: Generellt sätt så tycker jag nog att det finns ett alternativ men eftersom varje kund som kommer in är individuell så är där ju alltid... (...) Även om där är ett alternativ så är där ändå lite undergrupper till det alternativet, beroende på det individuella fallet. Det finns ett litet spektrum av alternativ. Alla kommer ju inte in och säger 'min man är jätte sjuk...'.

FA3: Kunden frågade om hjälp eller bad om råd om att sluta röka-preparaten och frågade vad hon ska välja. Personalen ställer frågor om hur mycket och när kunden röker och berättade om de olika hjälpmedlen. Kunden får olika preparat beskrivna för sig och personalen säger vad hon tycker verkar bäst utifrån de svar som kunden gett.

I: Finns det regler som styr hur du ska hantera dina arbetsuppgifter?

IPr: Det styr ju allt. Högkostnadsbiten är ju en stor del och hur mycket läkemedel jag får lov att expediera på en gång, hur tätt de [läs: kunderna] får hämta och hur stor del de får hämta, det är ju bestämt.

I: Finns det några alternativ till hur du får lov att hantera dina arbetsuppgifter?

IPr: Reglerna kan jag ju inte ändra på, men man kan inte följa dem exakt till 100 procent. Men reglerna styr ju. Det är ju statens pengar och de har bestämt.. Om det till exempel kommer in en kund med ett recept som är en vecka för gammalt. Ser jag att det är en viktig hjärtmedicin, då hjälper jag kunden i alla fall. Det är möjligt. Det är upp till mig att avgöra. Reglerna ingår i vårt jobb att kunna men sunt förnuft måste också finnas.

Alla intervjupersoner ger på ett eller annat sätt uttryck för att sträva efter att bemöta varje kund efter kundens önskemål. De menar i olika ordalydelser att det är viktigt att kunden känner förtroende för personalen och att personalen är flexibel och anpassar sig efter kundens behov. Personalen uttrycker det vara viktigt att visa respekt för kunden, att känna empati och ta hänsyn till kundens integritet samt följa regler kring etik och moral.

I: Vilken är din uppfattning om att bemöta olika kunder på olika sätt?

IPr: Ja, jag försöker att förstå och bemöta olika kunder efter hur de är. Stressade personer vill oftast inte lyssna på en massa information och de vill bara få sin medicin och gå medan äldre människor vill veta mer.

I: Vad anser du vara din uppgift då du möter en kund?

IPe: Att möta kunden där den är. Om den kommer in någon som säger att 'jag vill ha magneter till öronproppar'. Att jag på något sätt kan möta kunden där den är så jag inte bara står 'magneter till öronproppar, ska han sätta dom på kylskåpet eller?' Att jag kan möta kunden på kundens nivå. Att vara flexibel och möta varje kund på deras nivå.

Kunskapen

Personalen är väldigt angelägen om att kunna svara på frågor och vill veta mer om medicin för att kunna svara på kundernas frågor, för att ge ett professionellt intryck och svara mot de förväntningar de möter i sitt arbete. Personalen som arbetar på det aktuella Apoteket har arbetat i branschen i många år och har erfarenhet av ett Apotek som tillverkar tabletter och salvor, vilket troligen påverkar deras syn på sina arbetsuppgifter. Att inte kunna svara på kundernas frågor innebär osäkerhet för personalen. Det räcker inte alltid att personalen vet var de ska leta efter svaren, de vill kunna svara kunden genom "direktkunskap"¹². Dessutom är många kunder stressade och personalen har press på sig att arbeta snabbt för att undvika lång väntetid, varför det underlättar om personalen kan svara direkt på kundernas frågor. Genom att kunna svara/informera direkt från huvudet kan personalen dels ge ett professionellt intryck på kunden och dels expediera kunden snabbare.

FA2: Många som kommer till egenvården kommer ensamma. Pratar ofta tyst. Samtal förekommer vid kassan om att vädret är vackert eller att det blåser. Även diskussioner om produkter, om en vara har bytt utseende eller om en vara har bytts ut mot något annat. (...) Min uppfattning är att många kunder ställer frågor och kunderna är angelägna om att få diskutera och prata med personalen. På egenvården finns det ett stort varuutbud och allt står dessutom inte framme. För att välja rätt preparat vill kunderna ha ett "expertutlåtande" av någon som kan mer. Dessutom är det gratis rådgivning. (...) Kunder ställer frågor om vad det är för skillnad mellan två preparat.

Personalen, både på egenvård och receptavdelning, söker information och svar på eventuella frågor via Apotekets nätverk, aponet, litteratur, MOD¹³, FASS¹⁴ eller via kollegor. De medverkande menar att deras kunskaper direkt från huvudet inte räcker till och att de ofta får frågor de måste söka svar på. Vidare är det enligt personalen på egenvården erfarenheterna av att arbeta länge inom branschen som gör att de kan svara på kundernas frågor. De flesta intervjupersonerna uttrycker att de skulle vilja veta mer om mediciner, om hur de verkar och samverkar för att oftare kunna svara *direkt* på kundernas frågor.

¹² "direktkunskap" är sådan kunskap som personalen inte behöver leta efter svaren på, utan den "sitter i ryggraden" eller kommer "direkt från huvudet".

¹³ MOD betyder Muntlig Omsorg i Dialog och är en del av det datasystem som Apoteket använder, framförallt vid recepthanteringen.

¹⁴ FASS betyder Farmaceutiska Specialiteter i Sverige och är ett medicinskt uppslagsverk.

I: När känner du dig osäker i din yrkesroll?

IPr: När jag inte kan svara på frågorna som kunderna ställer

I: Vad gör du åt det?

IPr: Jag letar på internet, letar i litteratur eller tar hjälp av kollegor.

I: Känner du att kraven som kunden ställer, att du kan leva upp till de kraven eller känner du dig otillräcklig?

IPE: Kraven på att jag ska göra saker fortare. Om jag har två kunder bakom mig, igår kväll hade jag det på det sättet. Jag hade en kund som ville fråga mig om en sak och den kunden har ju rätt att få ett svar. Och när jag då gav henne ett svar så var där en kund som stod strax bakom och sa 'Kan ni öppna en kassa till?' Då känner jag liksom 'Nej det kan jag tyvärr inte'. Den första kunden hade rätt att få rätt information. Det rörde sig inte om fem minuter. Vårt samtal pågick kanske i tre minuter. Men kunden bakom var för stressad för att vänta. (...) vid ett sådant tillfälle då kanske man kan känna sig otillräcklig.

FA3: En dam får ett preparat via recept men frågar personalen om något preparat hon läst om som ska vara motsvarande det hon nyss fått. Personalen undersöker saken och diskuterar med kunden och sina kollegor. Personalen söker information i datorn och jämför innehållet och styrkan och vad man får och inte får köpa utan recept och även vad de olika preparaten kostar. (...) De [läs: personal och kund] finner tillsammans vad som bör vara den bästa lösningen för kunden och kunden tackar för besväret.

I: De frågor som kunderna ställer, hur kan du hjälpa dom?

IPr: Genom kunskap direkt från huvudet, genom information via datan, MOD, som fungerar som stöd. Där kommer det fram viktig information om läkemedlet som jag berättar för kunden. Vill jag sedan veta mer så kan jag klicka vidare och få veta mer via datorn. Jag använder även FASS till exempel om det gäller doseringar för barn.

Samtliga medverkande uttrycker starkt att de inte svarar på frågor som de inte känner sig säkra på. Sjukdomar vill personalen vara försiktig med att svara på, då detta inte ingår i deras arbetsuppgifter och eventuella svar kan såväl hjälpa som stjälpa kundens hälsotillstånd. Samtliga intervjupersoner vill vara absolut säkra på att kunden förstått informationen eller svaret på frågan och att de svar eller den information de ger kunden är korrekt, varför de ibland hänvisar till läkare, distriktssköterska eller hälsokostaffärer.

I: Var anser du att gränsen går för vad som är din arbetsuppgift?

IPr: Ja, det är ju när de kommer och ställer avancerade frågor, om sjukdomar. Det är ju ingenting som vi är skyldiga att svara på och som vi i regel inte kan svara så mycket på. Det kan ju skada kunden. Det är viktigt att inte underminera kundens förtroende för läkaren och dennes information.

I: Vad gör du då?

IPr: Då hänvisar jag kunden till sin läkare eller en annan läkare eller en specialist som man känner till och som man har någon erfarenhet om, som medmänniska. Gränserna flyter lite från person till person och beroende på kundens problem. (...)

Tiden

Tiden är på flera sätt en avgörande faktor för mötet mellan personal och kund, vilket framkommit ovan. Många kunder är som jag skrivit tidigare i kundprofilen, stressade och tid är något som i stor utsträckning påverkar personalens möte med kunderna. Någon menar att bristen på personal leder vidare till brist på tid för kunderna, vilket i sin tur kan innebära risk för felexpeditioner. Någon annan menar att det ofta inte finns tid att avsätta för kunder som önskar prata av sig, få beklaga sig lite eller bara få ett mänskligt utbyte av meningar. Ytterligare en annan menar att bristen på tid leder till en upplevelse av otillräcklighet och stress då kunderna ställer mycket frågor eller vill ha mycket information och det samtidigt finns kunder som väntar på sin tur. Majoriteten av intervjupersonerna uttrycker även att det inte är deras främsta arbetsuppgift att vara social med kunderna, även om kunderna önskar det.

I: Hur skulle du vilja att din arbetssituation såg ut?

IPe: (...) Sen skulle man kanske haft mer tid så man inte kände sig så stressad så fort där är en kund som väntar och man har haft en kund ett tag och man känner att nu är tiden ute.

I: Vad är minst stimulerande i ditt arbete?

IPr: Att vi är så ont om folk och därför inte kan avsätta den tid som behövs för att informera. Vid vissa tidpunkter kan det kännas som att jobba vid ett löpande band. Man kan känna oro för att det kan ske en allvarlig felexpedition.

Kundernas behov

Utifrån det perspektiv jag betraktat kundernas behov har kunderna en inre föreställning av Apoteket, vilken ska vara i balans med omgivningen för att *inte* skapa ett behov. Omgivningen är i detta fallet Apoteket, personalen och andra kunder på Apoteket. I verkligheten består varken kunderna eller personalen av en homogen massa utan av människor med deras individuella föreställningar och erfarenheter. Nedan följer därför en sammanställning av *möjliga* möten där personalens begränsningar kan leda till ett behov hos kunden. Behov som uppstår i samspelet mellan kund och personal och deras

förhållande till tid och kunskap med påverkan av regler/rutiner.

Somliga efterfrågar information eller svar på frågor och personalen är angelägen om att leva upp till de förväntningar som finns på dem och finner därför alltid råd. Dock kan köer och andra stressade kunder som väntar påverka mötet för den som vill veta mer. Personalen kanske inte ställer fler frågor eller inbjuder kunden till samtal på grund av de väntande kunderna, vilket kan skapa ett behov hos kunden som önskade mer meningsutbyte med personalen. Kundernas karaktär innebär även att många inte efterfrågar information eller svar på frågor då de är stressade eller redan insatta i sina preparat. För att tillfredsställa så många kunder som möjligt underlättar det om personalen har mycket ”direkt kunskap”, för att undgå att söka information då kunden väntar vid disken. Detta gynnar väntetiden för såväl kunden som blir expedierad som den som väntar på sin tur. För att inte skapa ett behov hos kunderna bör personalen i detta fallet ha lätt tillgänglig kunskap för att kunna expediera så snabbt som möjligt. Bakom personalens handlande finns inte bara en angelägenhet om att erbjuda svar och information. Regler och rutiner påverkar också deras handlande, vilket kan leda till behov hos kunden då personalen *måste* utföra vissa moment och ställa vissa frågor enligt lagar och avtal.

FA1: Kund ställer fråga om förpackningsstorleken som personalen inte kan svara på. Söker i datan, men utan resultat. Går iväg för att diskutera med kollega och kommer tillbaka någon minut senare med ett svar till kunden.

I: Vilka är dina svaga sidor i arbetet?

IPr: Att min kunskap direkt från huvudet inte räcker till (...).

I: Hur skulle du vilja att kundmötet såg ut?

IPr: Då skulle det inte sitta massor med folk och vänta på sin tur... det är stressande. Så skulle vi vara mer personal för att hinna med snabbare så att väntetiderna blev kortare.

FA3: En dam med recept står ivrigt och väntar på sin tur. Då en kund går från en disk går och genast fram till disken och tror det är hennes tur, att hennes nummer ska tryckas fram.

Personalen bakom disken säger att hon bara måste kolla upp en sak först. Kunden får vänta och går till nästa kassa som blir ledig. Kunden stod väldigt nära diskarna och väntade och såg stressad ut. Tittade hela tiden på personalen och såg arg och irriterad ut.

Kunderna som kommer till egenvården kan *välja* om de vill ha kontakt med personalen eller inte. De som kontaktar vill uppenbarligen ha hjälp med något. Kunderna som vill ha svar på frågor eller information är beredda att avsätta tid för detta, men vill inte stå i kö utan snabbt få kontakt med personalen. Väntan i köer innebär att kunderna får ett behov, då det inte stämmer med deras bild av god service. Personalen har möjlighet att hjälpa kunden på egenvården med information eller svara på frågor, även om det kan

dröja lite med att finna svaret, vilket *inte* innebär ett behov för kunden. Samtidigt upplever de väntande kunderna, liksom på receptavdelningen, ett behov då de väntar på sin tur.

FA2: (...) På egenvården finns ett stort varuutbud och allt står dessutom inte framme. För att välja rätt preparat vill kunderna ha ett "expertutlåtande" av någon som kan mer än de själva. Och här är det dessutom gratis. Kunderna ställer frågor om vilket preparat de ska använda och löser sedan frågan i samvaro med personalen genom att läsa på beskrivningen och broschyren eller fråga en kollega om det är något man är osäker på. Eller så söker man i datorn eller ringer någon som vet bättre. Kunderna frågar även efter var preparaten finns då hela sortimentet inte finns framme och det går dessutom fortare om personalen plockar fram det kunden vill ha. Det går fortare än att själv leta för att sedan komma fram till att det står "gömt" bakom disken...

I: Känner du att du kan leva upp till de krav som kunderna ställer?

IPE: Kraven på att jag ska göra saker fortare. Om jag har två kunder bakom mig, igår kväll hade jag det på det sättet. Jag hade en kund som ville fråga mig om en sak och den kunden hade ju rätt att få ett svar. Och när jag då gav henne ett svar så var där en kund som stod strax bakom och sa 'kan ni öppna en kassa till?' Då känner jag liksom att 'nej det kan jag inte'. Utan det är så här att denna kunden har rätt att få information. Det rörde sig inte om fem minuter, Det här samtalet kanske pågick i tre minuter men det var kunden bakom för stressad för att vänta. Sen kan man ju resonera så, att den gången den andra kunden vill fråga något så får hon också ett svar. Då kan man känna sig otillräcklig.

På egenvården utgör samtal/diskussioner en stor del av hur kundens problem löses. Det finns inga givna lösningar på alla egenvårdskundernas problem, utan deras problem diskuteras mer eller mindre omfattande för att finna en åtgärd. Kunder vill ibland prata mer med personalen än vad de har tid till, om sådant som inte direkt rör medicin. Detta är ett resultat av kundens föreställning om att personalen på Apoteket är vänliga och hjälpsamma. Personalen har ofta inte tid och anser inte att det är deras arbetsuppgift, vilket leder till ett behov för kunden.

I: Hur ser det ideala kundmötet ut?

IPE: Det är ju tiden. Jag tycker man skulle ha mer tid och sen ibland tycker jag det är lite öppet i egenvården (...). Jag tycker överhuvudtaget tid. Jag tycker man skulle ha mer tid till att lyssna på dom som vill prata. (...) Haft mer tid så man inte kände sig stressad så fort där är en kund som väntar och om man har haft en kund ett tag och man känner att nu är tiden ute.

I: Finns det några regler för hur du ska hantera kundmötet?

Ipe: Att ha ögonkontakt med kunden och att lyssna på vad kunden har att säga. (...) Det kan vara svårare att jobba i egenvården än att ta hand om recepten för där har man i alla fall regler man följer. (...)

Kapitel 7: Slutsatser

I detta sista kapitel presenterar jag de slutsatser som växt fram ur resultatet från den empiriska undersökningen, utifrån den teoretiska bakgrunden av behov och behovsanalys. Först diskuteras personalens behov av utbildning och följs av en kort sammanfattning av hela studien. Därefter avrundas uppsatsen med implikationer för fortsatt forskning.

7.1 Personalens behov av utbildning

I min studie har jag strävat efter att uppfylla mitt syfte, att beskriva och analysera personalens behov av utbildning, genom ett kundperspektiv. Mitt syfte bottnar i ett intresse för personalutbildningar, varför jag finner det intressant att diskutera eventuella utbildningar som är väl förankrade i verksamhetens mål. Som jag tidigare beskrivit kan mötet mellan personal och kund skapa ett behov hos kunden om obalans uppstår dem emellan beträffande tid, kunskap och regler/rutiner. Dessutom spelar även svårigheten för personalen att vara flexibel och tillgodose olika kunder en avgörande roll. Kunder som tar mycket tid i anspråk och kunder som är stressade är därmed ofta beroende av varandra i jakten på ett stillat behov.

Det är inte min avsikt att genom denna studie generalisera eller hitta några generaliserande drag för Apotek i allmänhet. Mitt syfte rör endast det aktuella Apoteket. I samband med att jag diskuterade mina resultat med min kontakt på Apoteket KONSULT fick dock mina resultat medhåll. Min kontakt har själv erfarenhet av att arbeta på Apotek då hon är legitimerad apotekare. Hon poängterade att mina resultat liknade de erfarenheter och uppfattningar som hon fått genom att arbeta på ett antal olika Apotek. Detta indikerar att mitt resultat trots allt kan ha likheter med andra Apotek och därmed kan man spekulera i huruvida mina resultat är generaliserbart eller inte. Personalen är stationerad på det aktuella Apoteket, men det är vanligt att Apotek i samma område lånar personal emellan sig för att täcka personalbehovet. Detta talar för att det aktuella Apoteket troligen inte fungerar på ett dramatiskt annorlunda sätt än andra Apotek. Som jag tidigare skrivit är det inte mitt syfte att uppnå ett generaliserbart resultat. Dock hade det varit intressant att göra en liknande studie med fler Apotek för att följa upp mina första resultat.

På det aktuella Apoteket är det, som framgått ovan, ofta besök av stressade kunder som är angelägna om att bli expedierade snabbt. Apotekets arkitektur är utformat för att kunna ta emot dessa stressade kunder. Jag tror dels att stressade människor inte ställer mycket frågor eller efterfrågar mycket information, dels uttrycker nog inte alla kunder

att de önskar information, varför det är viktigt att personalen känner av vad kunden efterfrågar. Detta ställer krav på personalens känsla för människor för att avläsa vad varje kund efterfrågar. Fortfarande innebär det att de stressade kunderna kan hamna i konflikt med de som vill veta mer. Kunderna som vill veta mer låter de stressade kunderna vänta, och risken finns att de stressade kunderna stressar personalen så att de inte känner att de kan ta sig tid för de som vill veta mer. Är tempot högt riskerar personalen att inte uppmärksamma kunden som vill veta mer om sina mediciner. En stressad personal har troligen sämre möjlighet att känna av vad kunden efterfrågar. Att kunna känna av kunden är en av de viktigaste uppgifterna i mötet med kunden, varför mer tid vore önskvärt.

Det är framförallt på receptavdelningen som det är svårt att tillfredsställa samtliga kunder, då det kan skilja mycket hur mycket tid kunderna vill ta i anspråk. Möjligen skulle Apoteket kunna erbjuda en mer varierad service till kunderna genom att erbjuda en ”snabbdisk” för de stressade, alternativt erbjuda de som har behov av att veta mer, en särskild disk, som inte påverkas av stressade kunder. Det första alternativet finns redan på Apoteket där kunder kan lämna in recept och hämta vid ett senare tillfälle, utan att använda nummerlappssystemet. Vidare undrar jag i vilken utsträckning en snabbdisk skulle fungera, då regler/rutiner fortfarande sätter gränser för hastigheten i expedieringen. Dock skulle stressade kunder ”slippa” de kunder som vill veta mer. För de som vill veta mer skulle Apoteket kunna erbjuda kunder möjlighet att boka tid för rådgivning. Det ställer dock krav på att dessa kunder planerar sitt besök på Apoteket, vilket inskränker kundens flexibilitet och går enligt min åsikt i motsatt riktning i strävan mot bra service.

Personalen är angelägen om att tillhandahålla svar på kundernas frågor och den information som kunderna efterfrågar. Dessutom vill personalen kunna svara på frågorna direkt, vilket kan innebära vissa svårigheter, både för personalen och kunderna. Kundmötet tar kortare tid i anspråk om personalen har det aktuella svaret eller informationen i huvudet varvid fler kunder kan bli expedierade. Att inte kunna svara på frågor innebär en osäkerhet för många av personalen varför man ständigt vill lära sig mer om medicin. Dock kan det innebära risker om personalen förlitar sig på deras ”direkt kunskap”. Det är ett annat Apotek idag än vad det var för tjugo år sedan, då det kanske var möjligt för personalen att ge fullständigt korrekta svar på allting, direkt. Jag tror att det är svårt för personalen att nå dit idag. Först och främst på grund av att utgångspunkten är annorlunda, kunderna är mer insatta idag, och uppmuntras ställa frågor mer än tidigare. För det andra förändras och utvecklas produkter varför det finns anledning att inte förlita sig på det man har i huvudet eller ”i ryggraden”. Kanske borde personalen sänka sina krav på sig själva och inse att ”det viktiga är inte att kunna allt utan att veta var man ska leta efter svaren” (citat hämtat från en intervju med en apotekstekniker). Detta står dock i konflikt med tidsaspekten, vilket jag diskuterat ovan.

Reglerna på Apoteket är som jag skrivit tidigare både oskrivna och skrivna, och både medvetna och omedvetna. Det är svårt för mig som utomstående att kategorisera handlingar ”regel” eller ”rutiner”. På Apoteket finns det enligt personalen ett utarbetat regelverk som personalen måste följa i sitt möte med kunden. Dessa regler, som kunderna kanske anser vara tidskrävande, fyller dock ett viktigt syfte. Reglerna finns i

grund och botten för kundernas skull och enligt Lajla Ledfelt påverkar reglerna antalet felexpeditioner i positiv bemärkelse. Dock kan det diskuteras vilken effekt det skulle få på kundmötet om inte reglerna på framförallt receptavdelningen var så framträdande som de är idag. Hade kundens individuella fall kommit mer i fokus? Hade kund och personal diskuterat mer? Hade personalen känt sig mindre osäker i de fall de måste söka vidare efter svaret på en fråga? Hade kunderna blivit snabbare expedierade?

Resultatet av min behovsanalys fokuserar på personalen som arbetsgrupp och resultatet av analysen är att det är inte enbart utbildning som kan förändra de begränsningar som finns i mötet med kunderna. I kapitel fyra skrev jag om vikten att inte enbart lösa behov med hjälp av utbildning utan även med hjälp av andra förändringsarbeten. I Apotekets fall talar analysen för utbildning för att personalen lättare ska kunna känna av kundernas önskemål, att ställa de ”rätta” frågorna., vilket man strävar efter redan idag. Vidare finns det anledning att tillhandahålla mer medicinsk kunskap till personalen kanske genom att kunna arbeta mer effektivt med de dataprogram som finns i verksamheten. Kanske finns det även andra tekniska hjälpmedel som kan diskuteras men som jag är oförmögen att uttala mig om på grund av bristande kunskap i det ämnet. Dock tror jag inte att enbart kontinuerlig medicinsk information är lösningen då det skulle bli väldigt omfattande om *alla* skulle få *all ny* information och *alltid kunna allt*. Det är en omöjlighet.

Jag tror även att personalen, och kanske hela Apoteket borde arbeta med en attitydförändring mot kunskap. Framförallt personalen borde inse att vetandet inte bara är att kunna allt direkt, utan att man veta var man ska leta efter svaret. Personalen är väldigt medvetna om hur man söker information för att svara på kundernas frågor. Dock blir de stressade och osäkra om de inte kan svaret direkt. Genom att förändra attityden mot detta gynnas kunderna då personalen inte skulle känna sig lika stressade i sitt arbete och kanske vara ytterligare mer uppmärksamma för att bemöta varje kund efter kundens föreställningar, även de som efterfrågar en längre dialog med personalen.

Genom en satsning på en kombination av utbildning, för en effektivare informationssökning och en attitydförändring, mot kunskap och vetande, tror jag kundernas olika behov skulle kunna avhjälpas. Samtidigt skulle detta troligen bidra till en ökad arbetstillfredsställelse för personalen på Apoteket AB.

7.2 Sammanfattning

Syftet med min kandidatuppsats är att genom ett kundperspektiv, beskriva och analysera apotekspersonalens behov av utbildning. Syftet föregicks av ett intresse för personalutbildningar och vikten av att analysera behovet i en verksamhet för att vara en gynnsam satsning för såväl personal som organisation. Av denna anledning fann jag det intressant att studera Apoteket och dess kunder för att därmed kunna ge indikationer på satsningar som ligger i linje med kundernas intresse. Apoteket är en organisation som blivit allt mer kundorienterad, vilket också var en anledning att studera kundernas behov. Jag har genom ett fenomenologiskt perspektiv studerat kunderna och hur deras behov växer fram i samspelet med apotekspersonalen och andra apotekskunder. Genom intervjuer och observationer har jag fått en bild av samspelet mellan kunder och personal och vilka begränsningar som personalen har att tillfredsställa kunderna.

Resultatet av studien är att personalens begränsningar kan härledas till aspekter kring kunskap, tid och regler/rutiner. Kunderna kan utveckla ett behov som kan uppstå av att de inte blir expedierade snabbt nog eller för snabbt, inte får den information de efterfrågar eller får mer information än de efterfrågar, vilket påverkas av regler och rutiner i verksamheten, samt av andra kunder som befinner sig på Apoteket. Personalens behov av utbildning är begränsad och borde kompletteras med att arbeta bort förlegade attityder mot kunskap bland personalen. Därtill finns det även anledning att på något sätt minska stressen bland personalen samtidigt som stressade kunder ska bli snabbt expedierade.

7.3 Fortsatt forskning

Jag skulle gärna vilja utöka min studie av Apoteket AB till att göra en studie av flera Apotek. Genom detta vill jag undersöka om kundernas behov skiljer sig åt och om det finns anledning att göra olika behovsanalyser av olika Apotek. Finns det anledning att göra lokala utbildningssatsningar för varje öppenvårdsapotek? Jag skulle även, som jag tidigare nämnt i kapitel två, gärna fokusera vidare på kunderna och deras behov, genom att intervjua ett antal kunder för att få deras direkta uppfattning. Förslagsvis skulle jag då få kontakt med intervjupersonerna via annonsering i dagspressen och därigenom förhoppningsvis inte störa känsliga personer.

Källförteckning

Litteratur

Alvesson, M och Sköldbberg, K. (1994). *Tolkning och reflektion – vetenskapsfilosofi och kvalitativ metod*. Lund: Studentlitteratur.

Beach, D. (1997). *Symbolic Control and Power Relay: Learning in Higher Professional Education*. Göteborg: ACTA Universitatis Gothoburgensis.

Berger, P och Luckman, T. (1979). *Kunskapssociologi. Hur individen uppfattar och formar sin sociala verklighet*. Stockholm: Wahlström & Widstrand.

Ed, M. (1985). *6 veckor med 24 personalchefer – en utvärdering av utbildning för personalchefer inom stadsförvaltningen*. Uppsala: Reprocentralen HSC.

Ejvegård, R. (1996). *Vetenskaplig metod*. Lund: Studentlitteratur.

Ellström, P-E. (1994). *Kompetens, utbildning och lärande i arbetslivet – problem, begrepp och teoretiska perspektiv*. Stockholm: Publica.

Forsberg, B. (1987). *Utbildningsbehov och behovsanalys inom personalutbildning*. Göteborg: Graphic Systems AB.

Henriksson, B och Månsson, S-A i Svensson, P-G och Starrin, B (red). (1996). *Kvalitativa studier i teori och praktik*. Lund: Studentlitteratur.

Lundmark, A. (1998). *Utbildning i arbetslivet – utgångspunkter och principer för planering och genomförande av personalutbildning*. Lund: Studentlitteratur.

Neuman, W-L. (1991). *Social Research Methods – qualitative and quantitative approaches*. USA: Allyn and Bacon.

Nygren, P. (1981). *Psykologins plats i förhållandet individ – samhälle*. Nummer 10, s. 10-12. *Psykologins och människans överlevnads- och utvecklingsstrategier*. Nummer 20, s. 12-14. Tidskrift: Psykolognytt

Nationalencyklopedin. (1989). *Band 1 (A-ASA)*. Höganäs: Bra Böcker AB.

Patel, R och Tibelius, U (red). (1987). *Grundbok i forskningsmetodik*. Lund: Studentlitteratur.

Patôck, J. (1998). *Body, community, language, world*. Chicago: Open Court.

Pilhammar-Andersson, E. (1991). *Det är vi som är dom*. Göteborg: ACTA Universitatis Gothoburgensis

Söderström, M. (1980). *Personalutbildning och personalutveckling*. Stockholm: Liberförlag.

Wallén, G. (1993). *Vetenskapsteori och forskningsmetodik*. Lund: Studentlitteratur.

Websites

www.apoteket.se

www.sydkraft.se

Övrigt

Information Apoteket KONSULT, Lajla Ledfelt, leg. apotekare.

Information till personal vid Apoteket AB inför deltagande observation

Följande information fungerade som underlag för informationen som personalen tilldelades inför mina observationer.

Vem är jag?

Jag läser på personal- och arbetslivsprogrammet där jag valt pedagogisk inriktning; arbetspedagogik; personal, ledarskap och organisation.

Vad ska jag göra?

Ska skriva uppsats i ämnet, arbetspedagogik och jag har intresserat mig för personalutbildningar.

Varför Apoteket AB?

Mer eller mindre slumpen som ligger bakom, via Sydkrafts hemsida fick jag vidare kontakt med personalchefen för Apoteket AB. Hon skickade mig vidare till Lajla Ledfelt som förmedlade kontakten med er.

Vad är mitt syfte och hur ska det gå till?

Mitt syfte med att vara här är att få en uppfattning om ert arbete; vilka arbetsuppgifter ni har och vad dessa innebär, vilka svårigheter som finns i er arbetssituation. Jag kommer att vara här tre dagar, några timmar varje dag med start i morgon. Jag vill gärna sitta med vid kassan och därigenom hoppas jag få en bild av ert arbete och slutligen komma fram till om det finns något otillfredsställt behov i er arbetssituation. Senare kommer jag att anknyta detta till mina förvärvade kunskaper i min utbildning och förhoppningsvis ge en indikation på hur er situation kan förändras/förbättras etc. Kanske genom någon form av utbildning.

Vidare tror jag även att jag kan komma att behöva prata lite med er, vid ett senare tillfälle för att komplettera den uppfattning som jag får i detta första skedet. Men det återkommer jag med information om när det blir aktuellt.

Viktigt!

Jag är inte här för att kontrollera eller kritisera ert arbete! Jag kommer aldrig heller att nämna några namn eller andra "avslöjande" uppgifter, varken för personer inom Apoteket AB eller i min uppsats.

Frågor?

Intervjuguide: Om personalens uppfattning om mötet med kunderna.

Inledande bakgrundsfrågor.

Vad arbetar du som?

Hur länge har du arbetat som det?

Hur länge har du arbetat på detta apoteket?

Vad har du för utbildning?

Vad tycker du är mest stimulerande i ditt arbete? Vad är minst stimulerande?

Frågor om arbetsuppgiften och kunderna.

Vilka arbetsuppgifter har du?

Hur skulle du vilja beskriva dina arbetsuppgifter?

Vilken är din uppgift när du möter kunden?

Hur skulle du beskriva kunderna som kommer hit? (- Vilken åldersgrupp? Skillnad mellan egenvård och recept? Kvinnor eller män? Vilken typ av kunder? "Kundprofil"?)

Frågor om hur arbetet utförs; hur kunden hanteras; regler etc.

Hur genomför du ditt arbete? - Finns det rutiner, regler etc. - På vilket sätt? Finns det alternativ?

Hur skulle du beskriva ditt möte med kunden? (-Hanterar kunden och mötet?)

Vilken är din roll i mötet med kunden? (skillnad egenvård/recept?)

Finns det några regler för hur du ska hantera kundmötet? Vilka är det och var kommer de ifrån? Varför finns dem enligt din uppfattning?

Vilken är din uppfattning av möjligheter att bemöta olika kunder på olika sätt? - Hur och varför?

Frågor om vad kunderna vill.

Hur uppfattar du kundernas attityd generellt?

Vad innebär ett möte med en kund? Vad pratar ni om?

Hur får ni kontakt med varandra?

Vad vill kunderna när du möter dem? Vilka behov uppfattar du att de har?

Ställer kunderna frågor? Vad vill de veta? Hur stor del av kunderna vill ha hjälp eller ställer frågor? Vad innebär rådgivning?

På vilket sätt kan du hjälpa dem?

Vilka krav ställer kunderna på dig? (-ok eller känner dig otillräcklig?)

Frågor om personalens uppfattning om sitt arbete i samband med kundmötet.

Vad är viktigt i mötet med kunden enligt dig?

Vad är bra service enligt dig?

Hur känner du inför kundmötet? (Krävande? Roligt? Jobbigt? Osäkert? Etc)

Hur tror du att kunderna uppfattar dig?

Hur skulle du vilja att kundmötet såg ut?

Vilka är dina svaga sidor i arbetet?

Vilka är dina starka sidor i arbetet?

Var anser du att din gräns går för vad som är din arbetsuppgift? (- Speciellt med avsikt på mötet med kunden.)

När känner du dig osäker i din yrkesroll? Vad gör du åt det? Vad skulle du vilja göra åt det?

Om du fick möjligheten att själv bestämma vad du skulle lära dig mer om, vad skulle du välja då? Varför då?

Finns det något du känner att du skulle behöva veta mer om eller kunna mer om för att förändra kundmötet på något sätt?- Hur och varför?

Hur skulle du beskriva Apotekets verksamhet och uppgift i det svenska samhället för någon som aldrig sett ett svenskt Apotek?

Svara så utförligt som möjligt. Du behöver inte uppge ditt namn. Svara på detta papper och skicka det till mig i det frankerade kuvertet eller om du vill, skicka din beskrivning via e-mail till emmas99@hotmail.com. Jag ser gärna att jag har tillgång till ditt svar senast den 19:e april 2002.

Tack för din medverkan!

Emma Nilsson