

Institutionen för Service Management

Under ytan -
En analys av tjänstemöten i skönhetsalonger
av
Bernadette Bodnár Jellhede

Handledare:
Szilvia Gyimóthy

Kandidatuppsats
VT 2008

Sammanfattning

Titel: Under ytan - En analys av tjänstemöten i skönhetsalonger

Nivå: Kandidatuppsats i Service Management, Campus Helsingborg, Lunds Universitet, vårterminen 2008

Författare: Bernadette Bodnár Jellhede

Handledare: Szilvia Gyimóthy

Nyckelord: emotional labour, tjänsterelationer, arbetsmotivation, hudterapeut

Syfte

Syftet med denna kandidatuppsats är att beskriva och analysera möten i människonära tjänster ur tjänsteutövarens synvinkel. De undersökta aspekterna av servicemötet är tjänsteutövarens upplevelse av tjänsterelationer och emotional labour samt deras arbetsmotivation.

Frågeställningar

Vilken roll spelar tjänsterelationer i tjänsteutövarens dagliga arbete?

Hur påverkar känslorbetet arbetssituationen i high-touch servicemöten?

Vad motiverar hudterapeuterna att utföra sina arbeten i ett high-touch servicemöte?

Metod

Uppsatsens primärdata utgörs av djupintervjuer med fyra hudterapeuter samt av fem kortare telefonintervjuer.

Abstract

The aim of this bachelor thesis is to describe and analyze service meetings in high-touch businesses from the perspective of the service provider. The aspects of the service meetings to be analyzed are the service provider's experience of the service meeting, their experience of emotional labor and their labor motivation. As a framework I rely on the theory of emotional labor of Arild Russel Hochschild, different studies on service meetings and the theories of labor motivation of Abraham Maslow and Edgar Schein. My conclusions based on interviews with four beauty therapists reveal that emotional labor appears in their everyday work but it seldom leads to negative outcomes. Commercial friendship and other positive consequences of the frequent visit of the clients are indeed important motivation factors along with the feeling of freedom and autonomy.

Slutsats

Min undersökning visade att känslarbetet i hudterapeuternas dagliga arbete uppenbarades i olika konkreta beteenden såsom att man skulle dölja sina känslor, uppvisa en omtänksam attityd och bygga personliga relationer till kunderna. Trots att emotional labour kan leda till negativa psykiska konsekvenser, till exempel utbrändhet, upplevde mina respondenter den emotionella aspekten av sina arbeten som något positivt. Kundrelationer var en ytterst viktig del av arbetet och en av motivationsfaktorerna mina intervjuobjekt hade gemensamt. Dessutom motiverades de av att ha frihet och oberoende i arbetet och sist men inte minst av drömmen om att någon gång i framtiden kunde öppna en egen salong för att kunna förverkliga sina idéer. Även om jag behandlade uppsatsens tre huvudämnen, känslarbete, tjänsterelationer och arbetsmotivation, var för sig, är det tydligt att de inte helt kan separeras från varandra. Känslarbetet, med alla sina uttrycksformer, är en viktig anledning till att tjänsterelationer uppstår, vilka i sin tur kan bidra så positivt till arbetet att de blir i sig motivationsfaktorer för att kunna utföra arbetet som hudterapeut. Samtidigt måste man vara motiverad för att kunna hantera ett yrke som kräver känslarbete och tjänsterelationer och därmed är cirkeln sluten.

Innehållsförteckning

<u>1 Inledning</u>	s. 6
1.1 Problemformulering.....	s. 6
1.2 Syfte.....	s. 8
1.3 Frågeställning och avgränsningar.....	s. 8
1.4 Begrepp.....	s. 9
1.6 Disposition.....	s. 10
<u>2 Metod</u>	s. 11
2.1 Kvalessju stadier för kvalitativa forskningsintervjuer.....	s. 11
2.1.1 Tematisering.....	s. 11
2.1.2 Planering.....	s. 12
2.1.3 Intervjun.....	s. 14
2.1.4 Utskrift.....	s. 14
2.1.5 Analys.....	s. 15
2.1.6 Verifiering.....	s. 16
2.1.7 Rapportering.....	s. 17
2.2 Litteraturstudie.....	s. 18
2.3 Källkritik och självkritik.....	s. 18
2.3.1 Källkritik.....	s. 18
2.3.2 Självkritik.....	s. 19
<u>3 Teori</u>	s. 20
3.1 Tjänsterelationer i människonära tjänster.....	s. 20
3.2 Emotional labour.....	s. 23
3.3 Arbetsmotivation.....	s. 26
3.4 Sammanfattning av teori.....	s. 31
<u>4 Analys</u>	s. 33
4.1. Tjänsterelationer.....	s. 33
4.1.1 Självutlämning.....	s. 33
4.1.2 Kommersiell vänskap.....	s. 37
4.1.3 Tjänsterelationer kontra produktivitet.....	s. 39

4.2 Emotional labour.....	s. 42
4.2.1 Beteendeanpassning.....	s. 42
4.2.2. Sällskaplighet.....	s. 44
4.3 Arbetsmotivation.....	s. 46
4.3.1 Analys – Maslows behovspyramid.....	s. 46
4.3.2 Analys- Scheins klassificering.....	s. 50
4.3.3 Analys – undersökningar om företaget.....	s. 52
<u>5 Avslutande diskussion.....</u>	s. 55
<u>6 Avslutning.....</u>	s. 59
<u>Referenslista</u>	s. 61
Bilaga 1 - Intervjuer	s. 65
Tabell 1. En sammanställning av personerna som djupintervjuades.....	s. 13
Figur 1. Behovspyramiden enligt Maslow.....	s. 27
Figur 2. Sambandet mellan känslarbetet, tjänstrelationer och arbetsmotivation i high-touch servicemöten 1.....	s. 32
Figur 3. Sambandet mellan känslarbetet, tjänstrelationer och arbetsmotivation i high-touch servicemöten 2.....	s. 58

1. Inledning

1.1 Problemformulering

För sex-åtta år sedan var jag kund hos en av hudterapeuterna jag nu intervjuade för uppsatsen och trots att jag inte besökte henne oftare än två till tre gånger om året, fanns jag med i hennes lilla gästbok som de flesta hudterapeuter gör om sina gäster. I den lilla boken brukar finnas, förutom personuppgifterna som ålder, kontaktinformation, hudtyp, eventuella allergier osv. även uppgifter av mer personliga karaktär. Vid ett behandlingstillfälle berättade jag för henne hur mycket jag älskar körsbär och att i mitt föräldrahem hade vi dussintals med körsbärsträd och hur mycket jag saknar denna närmast obegränsade tillgång till frukt. Vid ett senare besök nämnde hon hur mycket körsbär hon fick på sitt träd under sommaren och att hon då tänkte på mig. Trots att jag visste att hon kanske tänkte på mig med hjälp av sin lilla anteckningsbok, uppskattade jag att hon hade gjort det och som kund upplevde jag det där svårdefinierbara extra som gör att man känner sig mer än en anonym betalande gäst. Sedan har jag inte träffat henne på flera år förrän nu när jag skulle intervjua henne. Jag var förvånad över hur mycket hon kom ihåg om mig redan vid telefonsamtalet och när vi skulle bestämma plats för en intervju, sa hon att hon hade flyttat. Hon sa också att de nya köparna av hennes tidigare hus brutalt hade sågat ner körsbärsträdet och hur hon då tänkt på mig.

Vad är min upplevelse exempel på? En person genuint intresserad av människor och med en god minnesförmåga. Eller ett exempel på försök att knyta till sig genom att skapa en känsla – eller illusion?- av relation och få en att känna sig speciell. Men historien kan också ses som ett exempel på ”small talk”-ets betydelse både för kund och för hudterapeut.

I vissa branscher, som i den undersökta skönhetsbranschen, är tjänsteutövaren själv en viktig del av kundens upplevelse: hennes beteende, sätt att agera, sätt att beröra sina kunder men även hennes utseende påverkar hur kunden uppfattar tjänsten den köpt.

Av alla branscher inom service är skönhetsbranschen en som under det senaste decenniet ökat närmast explosionsartat. Att besöka ett spa och där genomgå olika behandlingar har på sistone

blivit en livsstilsmarkör som allt fler gjort till sin. Såväl de flesta spa-anläggningar som de mindre salongerna marknadsför sina erbjudanden som processer som närmast omvandlar en stressad, trött, orkeslös människa till en utvilad, balanserad och harmonisk person. Omvandlingen sker, om vi kan tro reklamen och de lockande beskrivningarna, med hjälp av behandlingar av väldigt olika sort, som utförs av utbildade terapeuter. Denna personal utför oftast ett både psykiskt och fysiskt krävande kroppsligt arbete, timme efter timme, dag efter dag, vecka efter vecka. Så gott som okända människor levereras fram till dem, nästan som på ett löpande band, och de vill alla ha en individuell behandling. Hudterapeutens arbete är att producera avkoppling, lugn och ro fastän hon själv lever under samma stressiga förhållanden som sina kunder. Hon måste utföra ett rutinarbete på ett individuellt sätt. Dessutom vill många, framför allt frekventa gäster känna en djupare relation med sina frisörer, hudterapeuter, nagelteknologer eller andra utövare av människonära tjänster.

Är man återkommande gäst förväntar man sig nästan att terapeuten ska känna till ens preferenser inte bara vad gäller behandlingar utan i livet i allmänhet. Under den timlånga behandlingen kan det pratas mycket och många av dessa konversationer liknar samtal vänner emellan. I behandlingsrummets avslappnade, lugnande miljö berättas det ibland synnerligen intima och privata detaljer. Både kunden och tjänsteutövaren kan uppleva att det har uppstått en sorts vänskap mellan dem. Vänskapen tar dock oftast slut vid salongens dörr och det är tveksamt hur pass jämställd denna kommersiella vänskap är. Att bry sig om gästen, att lyssna på hennes bekymmer, att låta henne beklaga sig ingår i det känslöarbete en hudterapeut utför. Bristen på ömsesidighet och tvånget att förutom att utföra arbetets tekniska aspekt även tillföra en funktionell dimension kan vara väldigt utmattande. Känslöarbete eller emotional labour som det även kallas kan i värsta fall leda till utmattning och utbrändhet. Men den emotionella aspekten av arbetet kan även leda till en tillfredsställelse. Många tjänsteutövare har medvetet sökt sig och i vuxen ålder ombildat sig till yrken där de kan arbeta med människor. Det är välbekant att många anställda står ut med låga löner, dåliga arbetsförhållandena och andra negativa aspekter med den diffusa motivationen att de får så mycket tillbaka av sina patienter/kunder. Det är lätt att bortse från de positiva aspekterna av arbeten i människonära tjänster: En kund ler mot en vilket inte en pappershög på kontorsbordet gör, en annan kund frågar hur man mår, vilket datorer aldrig gör, en tredje kund blir kanske en långvarig och lojal gäst som följer en genom livets olika faser.

Motivationen att gå till arbetet varje morgon blir annorlunda när man vet att människor behöver en och det kan väga upp yrkets lägre status, den ekonomiska otryggheten och känslöarbets skuggsidor.

1.2 Syfte

Syftet med denna kandidatuppsats är att beskriva och analysera möten i människonära tjänster ur tjänsteutövarens synvinkel. De undersökta aspekterna av servicemötet är tjänsteutövarens upplevelse av tjänsterelationer och emotional labour samt dess koppling till arbetsmotivation.

Människonära tjänster omfattar många olika typer av sysselsättningar varför jag kommer att begränsa mig till en enda yrkesgrupp, nämligen hudterapeuterna. Deras arbete är väldigt high touch, personal och kund interagerar med varandra under stora delen av tjänstemötet. Dessa interaktioner leder ofta till speciella relationer särskilt med de frekvent återkommande stamkunderna. Jag vill undersöka vad dessa relationer betyder för hudterapeuterna, om och hur de upplever känslöarbetet i yrket och av vilka motivationsfaktorer de influeras.

1.3 Frågeställning och avgränsningar

Utifrån ovanstående resonemang formulerar jag mina frågeställningar:

Vilken roll spelar tjänsterelationer i tjänsteutövarens dagliga arbete?

På vilket sätt återfinns emotional labour i tjänsteutövarnas dagliga arbete?

Vad motiverar hudterapeuterna att utföra sina arbeten i ett high-touch servicemöte?

Jag gör vissa avgränsningar vad gäller hudterapeuter. En hudterapeut kan vara, beroende på utbildning certifierad, licensierad eller ha en mästartexamen. I min uppsats har jag avgränsat mig och endast intervjuat hudterapeuter som arbetar eller har arbetat på salonger, spa eller utfört

behandlings i hemmet som egen företagare men har inte gjort begränsningar avseende utbildningsnivå. Vissa av dessa har även andra, överlappande utbildningar inom området, vilket jag angivit vid presentationen av respondenterna under metodavsnittet.

En geografisk avgränsning följer ur min empiri som utfördes i sydvästra Skåne. Alla de tillfrågade hudterapeuterna arbetar eller har arbetat i sydvästra Skåne.

1.4 Begrepp

Hudterapeut

En hudterapeut arbetar med olika behandlingar för ansikte och kropp. Till hudterapeuten kommer människor av olika anledningar, exempelvis för att få hjälp med hudproblem eller för att få skönhetsvård.

Benämningen hudterapeut är än så länge ganska heterogen och kan innefatta även hand- och fotvårdsspecialister, make-up-artister, massörer, spa-terapeuter, färgkonsulter osv.

Som hudterapeut kan man till exempel vara anställd på en hudvårdssalong, en spa-anläggning, ett friskvårdsinstitut, parfymeriavdelning på varuhus eller på en frisersalong. Man kan också ha sin egen hudvårdssalong. I arbetsuppgifterna ingår att utföra ansiktsbehandlingar av olika slag som porrengöring; ansiktsmassage och slipning; att färga ögonfransar och lägga make-up; att utföra manikyr och pedikyr; att arbeta med en rad olika kroppsbehandlingar. Massage, örtinpackningar, behandling av celluliter (gropar i låren) samt lymfdränage etc.; lerpäckning, arominpackning, alginpackning och kurbad – ofta del i spa- behandlingar. Utbildning i hudvård, 80 poäng, finns för närvarande inom Kvalificerad yrkesutbildning (KY) på eftergymnasial nivå i Landskrona och Stockholm. Hud- och spa-terapeut-utbildning finns även på privata skolor. Spa-terapeuter kan också vara inriktade på hälsa, livsstil och stress, och för denna grupp finns högskoleutbildningar. (www.ams.se)

Jag använder i uppsatsen för variationens skull benämningarna hudterapeut eller kosmetolog.

1.6 Disposition

Avsnitt 1 i min uppsats presenterar problemet jag ämnar undersöka och frågorna jag vill besvara. Vidare presenteras begreppet hudterapeut som är centralt i uppsatsen.

Avsnitt 2 presenterar metoden jag valde för att kunna besvara frågan och undersöka problemet, nämligen Kvals sju stadier för kvalitativa forskningsintervjuer. Avsnittet avslutas med källkritik och självkritik.

I avsnitt 3 presenterar jag teorin om tjänsterelationer, emotional labour och motivation som förhoppningsvis hjälper till att förstå och analysera empirin.

Avsnitt 4 består av analysen av uppsatsens empiri. Avsnittets första del är en analys av empirin ur tjänsterelationens synvinkel, därefter analyseras samma material med betoning på emotional labour och avsnittet avslutas med en undersökning av motivationsfaktorer bland mina intervjuobjekt.

I avsnitt 5 sammanfattar jag resultatet av mitt arbete och besvarar frågeställningarna.

Det sista kapitlet, kapitel 6, är där uppsatsens resultat presenteras i ett större sammanhang och utvärderas.

2 Metod

Frågeställningarna som uppsatsen söker svaret på kan besvaras på flera sätt.

En snabb och relativt enkel möjlighet hade varit att dela ut enkäter eller mejla ut frågor till hudterapeuter och sedan samla in dessa ifyllda formulär för att analysera svaren. Fördelen med denna, kvantitativa metod är att en större mängd svar kunde samlas in på tämligen kort tid. Nackdelen och den avgörande faktorn för att jag valde bort det sättet var att svaren skulle i det fallet baseras på mina frågor och därmed på mina förutfattade meningar och min synvinkel eftersom enkätmetoden har litet utrymme för de tillfrågades egna tankar och känslor.

Mina frågeställningar kan endast besvaras genom att ta reda på tjänsteutövarnas erfarenheter och upplevelser. För att ta del av dessa, ansåg jag att genomförandet av djupintervjuer är det lämpligaste tillvägagångssättet då med denna kvalitativa metod kan vi få tankar, känslor och subjektiva bedömningar ur de intervjuades synvinkel.

För att samla empirin på ett vetenskapligt korrekt sätt baserade jag arbetet på Steinar Kvaless bok *Den kvalitativa forskningsintervjun*.

2.1 Kvaless sju stadier för kvalitativa forskningsintervjuer

2.1.1 Tematisering

”Tematisering syftar på den teoretiska analysen av det tema som skall undersökas och formuleringen av forskningsfrågorna”(Kvale, 1997, s.86).

I arbetets första fas bestämdes syftet med uppsatsen. Att uppsatsen skulle handla om hudterapeuter var inte svårt att bestämma då jag varit en flitig kund hos många av dem genom åren. Som kund har jag upplevt hudterapeuter av varierande typ – vissa som var tekniskt kunniga men saknade engagemang, andra som utstrålade otroligt mycket värme men inte var särskilt skickliga, vissa som tydligen var stressade under behandlingen och man förstod att de var bara där fysiskt, men inte i tankarna och vissa andra där man kände sig som pånyttfödd efter behandlingen.

Efter att området "hudterapeuterna" fastställts var nästa steg att tänka ut ur vilken synvinkel det skulle undersökas. Med kundens upplevelse som utgångspunkt finns det relativt sett mycket litteratur men jag tyckte att spänningen låg i att undersöka frågan ur tjänsteutövarens perspektiv. Efter visst övervägande blev det arbetsmotivationen jag bestämde mig för, då jag ansåg att den är kanske den väsentligaste faktorn i beskrivningen av deras yrkesliv. Under genomförandet av intervjuerna och vid bearbetningen av dem insåg jag att mycket av deras arbetsupplevelse även kan knytas till frågor om tjänsterelationer och emotional labour och därmed utvidgades teoridelen till att även omfatta dessa områden.

2.1.2 Planering

Detta avsnitt ska, enligt Kvale, handla om hur man planerade för alla sju stadierna *"med hänsyn till vilka kunskaper som eftersträvas och med beaktande av de moraliska konsekvenserna av undersökningen"*(Kvale, 1997, s.85).

När syftet och frågeställningen var formulerade övervägde jag att kombinera en kvalitativ intervju med en kvantitativ undersökning där hudterapeuter kunde ha svarat på en enkät om deras motivation. Fördelen med en enkät hade varit att få en större statistisk säkerhet och fler svar. Den tanken övergav jag lite motigt av redan nämnda anledningar och bestämde mig till sist för att ta del av hudterapeuternas tankar, bekymmer, värderingar och framtidsplaner med hjälp av djupintervjuer.

Före intervjun besökte jag olika branschrelaterade hemsidor på Internet för att kunna forma en grundläggande bild av branschen. Av samma anledning studerade jag litteraturen generellt.

Vem skulle intervjuas och *hur* skulle detta ske? Jag bestämde mig för att välja ut respondenter på ett slumpmässigt sätt och gick systematiskt in i varje salong i min närmare omgivning för att tillfråga hudterapeuter om intervju. Två tackade ja för en intervju vid ett senare tillfälle. Efter att jag kontaktat ytterligare tre terapeuter som jag kände sedan tidigare, tackade två ja till intervju. Ytterligare tre som jag kontaktat har slutat att arbeta som hudterapeuter men gick med på en väldigt kort telefonintervju. Ytterligare en före detta hudterapeut mötte jag av en slump och fick

senare ringa upp henne och ställa några frågor. Jag uppfattade inte dessa avhoppade hudterapeuter som särskilt villiga att berätta om sin tid som terapeuter men jag ansåg det väldigt viktigt för uppsatsens reliabilitet att ta med några som redan har slutat och därmed kanske fått se yrkets baksidor. Via bekanta fick jag prata kort i telefon med ytterligare en kvinna som jobbat som hudterapeut ett tag, men nyligen slutat. Hon blev den femte som jag intervjuade kort på telefon. Därmed blev antalet respondenter som jag djupintervjuade fyra och det blev praktiskt genomförbart samtidigt som det tillförde varians i empirin på grund av skillnader i intervjuobjektens ålder, branschfarenhet och drivkrafter. Alla de fem korta telefonintervjuerna visade sig också vara givande.

En kort presentation av mina respondenter finns i Tabell 1. En utförligare beskrivning av dem och intervjuerna kan läsas i Bilaga 1.

Pseudonamn	Ålder	Utbildning	Anställningsform
Maria	53	Hudterapeut, massageterapeut, samtalsterapeut	Har varit anställd, hade salong, nu frilansar och söker anställning.
Charlotte	37	Hudterapeut, make-up-konsult	Hade egen salong, är inte aktiv just nu, sjukskriven.
Mona	48	Hudterapeut, färgkonsult	Jobbar nu hemifrån.
Linda	44	Hudterapeut, massageterapeut	Hyr in sig i en salong.

Tabell 1. En sammanställning av personerna som djupintervjuades

Alla fyra tillfrågade är kvinnor och har arbetat i minst tio år inom yrket. De är alla egenföretagare, vilken är den vanligaste anställningsformen i denna bransch. Geografiskt är urvalet koncentrerat till mindre städer i sydvästra Skåne då jag är boende i området.

Hur intervjun skulle ske var nästa beslut att ta. Efter en genomgång av litteraturen formulerade jag ett tiotal frågor som intervjuguide. Frågorna som formulerades var mer av övergripande karaktär.

2.1.3 Intervjun

Intervjuerna ägde rum på olika platser. En genomfördes på terapeutens egen förfrågan i mitt hem, en hemma hos en terapeut, en via telefon och den sista på själva spa-anläggningen. Varje intervju varade mellan 30 minuter och en timme. Utgångspunkten i samtliga fall var intervjuguiden men processen var dynamisk. Respondenterna reagerade olika på intervjuguidens frågor, vissa frågor ledde till långa och djupa utläggningar från en person, medan samma fråga resulterade bara i korta svar från någon annan. Följdfrågor ställdes på de djupare redogörelserna.

Förutom djupintervjuerna genomfördes det alltså fem telefonsamtal med kvinnor som för närvarande inte arbetar inom yrket. Jag frågade varför de slutat, hur de tänkte om framtiden och hur länge de arbetat som hudterapeuter. En kort sammanfattning av dessa korta intervjuer finns i anslutning till intervjupresentationerna i Bilaga 1.

Bandinspelning av intervjuerna hade varit det ideala men kunde inte genomföras, varför jag var tvungen att anteckna under intervjun. Vid telefonintervjun märkte jag inga svårigheter med att anteckna, men vid intervjutillfället på spa upplevde jag det momentet som besvärligt, då jag kände att det samtidigt fanns för många intryck som konkurrerade om min uppmärksamhet. Samtidigt kände jag mig tvungen att försöka hålla ögonkontakt med intervjuobjektet och visa att jag lyssnar. Senare vid utskriften av mina anteckningar från denna intervju märkte jag att de var bristfälliga och mina minnesbilder var också ofullständiga. Jag fick följa upp intervjun med ytterligare en, denna gång på telefon, för att precisera vissa svar och i största mån söka eliminera missförstånd.

Avsaknaden av bandinspelning och det faktum att jag genomförde intervjuerna själv kan ha bidragit till att jag förbisett eller missat icke-verbala kommunikationstecken. Samtidigt anser jag att fördelen med att jag intervjuade ensam var att det skapades en avslappnad intervjusituation som liknade ett vanligt samtal och förhoppningsvis resulterade i ärligare och öppnare svar.

2.1.4 Utskrift

Efter varje intervjutillfälle renskrev jag mina anteckningar i datorn. Dessa transkriptioner har jag

sedan mejlat tillbaka till mina intervjuobjekt för godkännande. I ett fall har det lett till förtydligande från hudterapeutens sida som jag har åtgärdat och därefter mejlat tillbaka igen för att texten slutligen skulle godkännas.

2.1.5 Analys

Analys av det insamlade materialet gjordes enligt Kvales rekommendationer om ”*analysens sex steg*” (Kvale, 1997, s.171). Dessa sex analyssteg passar bäst på kvalitativa intervjuer liksom de djupintervjuer som ligger till grund för denna uppsatsens empiri.

Det första steget består av att *intervjupersonen beskriver* under intervjun spontant hur hon känner och tänker i förhållande om ämnet. Här ska det inte göras någon större tolkning än. Därefter kan i det andra steget den *intervjuade upptäcka* nya förhållanden under intervjun i sina upplevelser utan den intervjuades hjälp. Det tredje steget inträffar om och *när intervjuaren under intervjun koncentrerar och tolkar* det som har sagts och kollar upp med respondenten som då har möjlighet att korrigera, klargöra eller tolka sina egna uttalanden. I det fjärde steget är det intervjuaren som ska *tolka intervjuerna* efter intervjun. Detta fjärde steg delas i sin tur upp av Kvale i tre mindre delar då först det utskrivna materialet struktureras, därefter klarläggs det då upprepningar och överflödigt material tas bort ur intervjun och till sist kommer själva analysen då fem huvudmetoder nämns: koncentrerande, kategorisering, narrativ strukturering, tolkning samt ad-hoc-metoder. Analysens femte steg är *genomförandet av en eventuell ny intervju* efter att intervjuaren har analyserat och tolkat intervjumaterialet och intervjuobjekten får tillfälle att kommentera dessa tolkningar och utveckla sina egna uttalanden. Det sista steget kan inträffa när och om *intervjupersonen* har fått *nya insikter* om intervjuämnet och börjar därefter agera utifrån dessa.

Jag bedömer så här i efterhand att alla dessa sex steg framkom i mitt arbete om än i varierande omfattning. Vissa intervjupersoner var mer analytiskt lagda än andra och det påverkade de första tre stegens relevans i praktiken då dessa kräver en aktiv roll av respondenten. Likadant är det med det sista steget som jag i och för sig inte har följt upp men jag baserar mina förhoppningar, om att det vara givande intervjuer för mina intervjuade också, på deras kommentarer efter avslutade

intervjuer som ”Ja, men det var ju roliga frågor” och på långa tankepauser på vissa frågor som kan indikera att det ställdes frågor de inte har reflekterat över tidigare.

Utförandet av steg fyra kräver en längre förklaring. Efter att svaren *strukturerades* genom utskrift och sedan *klarlagts* för att kontrollera hur pass relevanta de ställda frågorna och de givna svaren var för uppsatsens syfte blev det dags för själva *analysen*. Av de fem ovannämnda metoderna använde jag mig mest av *meningstolkning* som Kvale beskriver som ”...utöver struktureringen av de manifesta innebörderna i en text till djupare och mer eller mindre spekulativa tolkningar av texten” (Kvale, 1997, s.174). Tolkningen ska rekontextualisera uttalandena där kontexten i mitt fall utgjordes av de utvalda teorierna om tjänsterelationer, känslorbetet och arbetsmotivation. Som en följd av att kontexten utgjordes av tre olika teorier innebar min analys till viss del även *meningskategorisering*, där jag grupperade delar av olika intervjuer enligt mina frågeställningar.

I två fall används det femte steget, genomförandet av en ny, mindre intervju. I det första fallet var det på min begäran då jag fann mina anteckningar bristfälliga och i det andra fallet på begäran av hudterapeuten då hon ville modifiera och tydliggöra vissa uttalanden.

2.1.6 Verifiering

I denna del fastställdes undersökningens generaliserbarhet, reliabilitet och validitet.

Stake definierade *generaliserbarhet* som ”Den kvalitativa fallstudien karakteriseras av att forskaren, på platsen, lägger ner avsevärd tid på att personligen träda i kontakt med de verksamheter och operationer som hör till fallet, att han reflekterar och reviderar innebörderna av vad som sker” (Kvale, 1997, s. 210). Han avskiljer tre former av generaliserbarhet – den naturalistiska, statistiska och analytiska.

Denna uppsats har enbart analytisk generaliserbarhet där jag letar efter likheter och skillnader mellan de olika respondenternas uttalanden och försöker göra bedömningar om huruvida mitt resultat kan vara vägledande för att förutse andra hudterapeuters upplevelse av emotionellt arbete, tjänsterelationer och arbetsmotivation. Kvale skriver att till skillnad från spontana naturalistiska generaliseringar bör generaliseringen ske med påståendelogik, i det fall generaliseringen bygger

på en teori. Hela min uppsats bygger på att jag tolkar och generaliserar enstaka uttalanden med hjälp av teorier.

Kvale påpekar hur viktig *reliabiliteten* är – hur mätningarna utförs och hur noggrann man är vid bearbetningen av informationen under undersökningens alla sju steg från tematisering till rapportering. Lundequist formulerade reliabilitet som ”*pålitlighet, ... att en mätmetod är okänslig för slumpens inverkan. Reliabiliteten är hög när testen ger samma resultat vid upprepade mätningar.*”(1995, s.38). Vid kvalitativa undersökningar är det generellt svårt att uppnå hög reliabilitet men jag har försökt att öka mätresultatens reliabilitet genom att följa upp mina intervjuer med telefonsamtal och begära ett godkännande av den utskrivna intervjun. Därmed gavs det möjlighet för intervjuobjekten att ändra sina uttalanden och att minska påverkan av de intervjuades sinnesstämningar eller andra yttre faktorer. Det faktum att jag ställde någorlunda samma frågor till alla jag intervjuade bör också ha ökat uppsatsens reliabilitet.

Validiteten eller giltigheten, har jag haft för ögonen under hela arbetsprocessen. Min utgångspunkt var Kvales lista om validitet genom arbetets sju stadier (Kvale, 1997, s.214). Lundequist definierar validitet som ”*giltighet, ... mätinstrumentets förmåga att mäta det som det påstås mäta*”(Ibid.). Återigen kan jag nämna uppföljningssamtalen som ett sätt att öka validiteten. Dessa samtal samt att vissa intervjuade som en sorts ”deltagarkontroll” senare fick läsa genom min färdiga uppsats där jag tolkade resultaten, var några sätt att öka uppsatsens validitet.

2.1.7 Rapportering

Jag har försökt ha uppsatsens framtida läsare i åtanke vid skrivandet av denna kandidatuppsats. Målet med uppsatsen är att förmedla hudterapeuternas tankar och bekymmer samt min tolkning och analys till intresserade läsare. Som målgrupp ser jag institutionens lärare, andra studenter, hudterapeuter och annat branschfolk. Jag försökte skriva på ett vetenskapligt korrekt men samtidigt underhållande sätt. Vid utskriften av intervjuerna försökte jag återge mina respondenters egna uttryck och ord i den mån jag kunde. Genom att anonymisera dem och inte avslöja för mycket om deras bakgrund och nuvarande situation vill jag värna om intervjupersonernas konfidelitet.

2.2 Litteraturstudie

Litteraturinsamlingen pågick i början parallellt med empiriarbetet. Motivationslitteratur var det första området jag studerade för att kunna ställa relevanta men inte ledande frågor. Bruzelius & Skärvads bok *Integrerad organisationslära* samt en tidigare kursbok, Usunier & Lees *Marketing Across Culture* är böcker som varit till stor hjälp vid studerandet av motivationsteorier. Under intervjuernas gång insåg jag hur viktig litteraturen om tjänsten och tjänsteegenskapen är och efter två genomförda intervjuer började jag fräscha upp mitt minne och lyfta fram delar av Service Management-litteraturen som har förekommit under tidigare kurser. En stor del av den använda litteraturen hittade jag på Lunds Universitets Elektroniska Bibliotek, ELIN.

För tillvägagångssättet studerade jag Steinar Kvaales bok som jag nämnde i detta avsnitts första del.

Före intervjuerna besökte jag olika hemsidor på Internet för att få en uppfattning om till exempel utbildningskrav, utbildningskostnad, intresseorganisationer och allmän branschinformation och därmed få en bild om branschen och hudterapeuternas arbetsituation. För att hitta till dessa hemsidor använde jag mig av Googles sökmotor på Internet. För att kunna definiera begrepp som behandling och hudterapeut använde jag mig av Arbetsförmedlingens hemsidas yrkesbeskrivning.

Jag vill framhäva att vissa, i källförteckningen listade artiklar samt Hochschilds bok, har inte använts direkt i uppsatsen. Men trots att jag inte hänvisar till dem i texten, har dessa hjälpt mig att förstå innebörden av vissa teorier och tankar och de kan vara till stor hjälp för läsarna ifall de vill fördjupa sig i dessa ämnen eller vill få dessa förklarade.

2.3 Källkritik och självkritik

2.3.1 Källkritik

Trots att respondenterna har lovats anonymitet, kan deras uttalande ha påverkats av vetskapen att

uppsatsen kommer att vara tillgänglig på Internet. Sanningsinnehållet i deras berättelse kan jag inte bedöma men det speglar i alla fall deras upplevelser kring de undersökta ämnena.

Antalet djupintervjuer som genomfördes blev fyra och det kan tyckas vara för litet för att kunna besvara uppsatsens frågor på ett generellt sätt. Kvale skriver dock att ”...*man bör koncentrera sig på ett fåtal intensiva fallstudier om syftet är att erhålla generell kunskap*” (Kvale, 1997, s.98) och det har jag försökt göra.

2.3.2 Självkritik

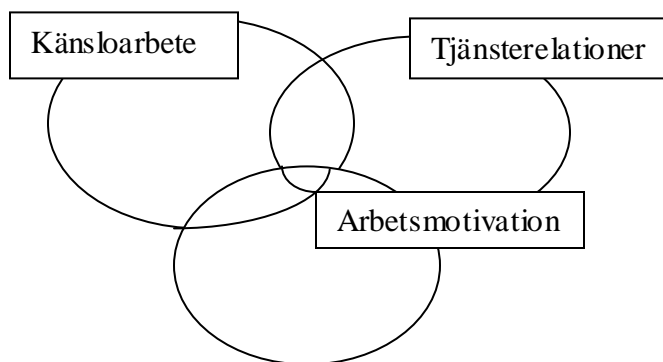
Jag är väl medveten om att analysen hade vunnit på om empirin hade inkluderat djupintervjuer med kvinnor som av olika anledningar nu slutat att arbeta som hudterapeuter eller bara hade tagit en ”time-out”. I så fall kunde även en jämförelse ha gjorts mellan de båda sidorna och kanske man sett skillnaderna mellan dem. Nu är jag hänvisad till de fyra kvinnornas berättelse vilka lyckats hålla sig kvar på yrkesbanan i många år.

Arbetsprocessens alla sju steg genomströmdes av mina personliga uppfattningar. Teorierna jag valde, intervjufrågorna som ställdes, hur svaren tolkades och vilka slutsatser jag kom fram till speglar alla mina personliga bedömningar. Trots dessa begränsningar har jag dock systematiskt strävat efter att göra objektiva bedömningar och tolkningar genom att låta det skrivna materialet vila ett tag för att undersökas lite senare med färsk tankar, genom att låta andra i min omgivning läsa genom delar av analysen för deras bedömning och inte minst genom att diskutera med min handledare.

3 Teori

Den teoretiska ramen fokuserar på tjänsterelationer och emotional labour samt en del litteratur om motivation, vilket jag ansåg vara relevant med hänsyn till syftet. Här förklaras viktigaste begrepp och definition samt presenteras vissa teorier. Kapitlet avslutas med en sammanfattning.

Jag kommer att presentera dessa tre teorier var och för sig men jag anser att det finns samband mellan dem och att några av dess uttrycksformer kan överlappa varandra. Det sambandet illustrerar jag i figur 2.



Figur 2. Sambandet mellan känslorarbetet, tjänsterelationer och arbetsmotivation i high-touch servicemöten 1

Förekomsten av, exempelvis, sällskaplighet i människonära tjänster, kan ses som ett verktyg för att kunna hantera känslorarbetet, en fas och uttrycksform i tjänsterelationerna men kan även vara en motivationsfaktor för vissa att söka sig till high-touch yrken. Hur relationen mellan dessa teorier ser ut i praktiken ämnar jag att undersöka längre fram i kapitel 4 med hjälp av empirin.

3.1 Tjänsterelationer i människonära tjänster

Service innebär alltid kontakt med kunderna. Denna kontakt kan pågå under en längre tid som under en flygresa eller vara kortvarig som när man bokar en biobiljett via telefon. Kontakten kan också vara indirekt som till exempel ett telefonsamtal där man använder telebolagets tjänst utan

att faktiskt möta dem. Men i varje fall leder tjänsteprocessen till en servicerelation – alltså någon form av samverkan mellan kund och tjänsteleverantör (Grönroos, 2002, s.33).

Relationer mellan kunden och tjänsteutövaren är flitigt diskuterat i litteraturen då det är en kombination av två företeelser med unika egenskaper: tjänster och relationer. Vissa forskare, som Bendapudi & Berry, skiljer mellan funktionellt motiverade och socialt motiverade relationer. Andra forskare - Mars & Nicod - menar att vissa servicemöten liknar mer möten mellan vänner än ekonomiska transaktioner. Forskning om servicemöten av Crosby, Evans, and Cowles indikerar att en ömsesidig självutlämning, som är en viktig faktor i vänskapsförhållanden, kan positivt bidra till den tillfredsställelsen parterna upplever med ett kommersiellt utbyte. Enligt forskning av Hays och Hornstein & Truesdell är självutlämningens kvalitet och kvantitet den faktor som skiljer bekantskap från vänskap. Slutligen finns det forskning av Goodwin and Gremler som visar att vissa kunder betraktar vissa tjänsteutövare de är kunder hos, som sina vänner.

Som Arnould, E; Price, L & Deibler, S L påpekar, driver vissa tjänstesituationer som läkarbesök eller hårfrisering fram intimitet. I deras undersökning uppgav 39,7 % av de tillfrågade att de betraktar sina hårfrisörer som vänner. Ännu fler av hårfrisörerna, 68 procent betraktade sina kunder som vänner även om frisörerna var medvetna om att ”vänskapen tar slut vid dörren (salongens)”. Kunderna uppgav att de känner en sorts intimitet med frisören (känner honom/henne väl), de tror att hårfrisören bryr sig om dem och kanske som en konsekvens av detta, de känner sig bekväma med att dela med sig av sina känslor. Många uppgav också att de brukar ge små presenter till sina hårstylisterna och de tror att dessa återgäldar det med att ge lite extra i sina arbeten. Dessa forskare påpekade det intressanta att dessa små gester ses som en mått på vänskap och inte som en separat faktor. De betraktar denna kommersiella vänskap som en viktig art av marknadsföring (Price, Arnould och Deibler).

Tjänsterelationer framställs ofta som tvåpartsrelationer och det används olika metaforiska illustrationer som ”äktenskap”, ”vänskap” trots att ett äktenskap eller vänskap baseras vanligtvis på fulländade och harmoniska parförhållanden men en tjänsterelation är sällan jämlik (Andersson Cederholm och Gyimothy i Corvellec och Lindquist, 2005, s.47). Price och Arnould hittade

exempel på ojämlika tjänsterelationer i kommersiell vänskap där kunder och tjänsteutövare kom från olika sociala världar. Dessa skillnader visade sig dock inte vara oöverbrygbara utan kunde till och med användas för att stärka relationen (Arnould & Price, 1999).

Etnologen Tom O`Dell har forskat om spa-kulturen där ojämlikheten mellan tjänsteutövaren och kunden visar sig klart och tydligt. Spa-anställda utför ett fysiskt och psykiskt krävande arbete för att skämma bort kunden som är där för att konsumera lyx. Han påpekar i boken *Servicemötet - Multidisciplinära öppningar* att tjänsterna som erbjuds på ett spa har vissa unika egenskaper som skiljer dem från andra tjänsteegenskaper. De flesta spa-anläggningar har som affärsidé att snabbt påverka människors emotionella tillstånd med hjälp av en diskurs av långsamhet. Som behandlingsformer används i hög grad standardiserade tekniker och personalomsättningen är också stor. Han benämner det som massproducering av snabbverkande lugn. Tjänsteutövaren på ett spa arbetar i vissa behandlingar med gästens mer eller mindre nakna kropp och O`Dell påpekar att det är viktigt i dessa tjänstemöten att personalen beter sig på ett sätt som får kunden att glömma sin nakenhet. Men han belyser också att spa-anläggningarnas lönsamhetskrav kan försätta sina anställda i en stressig situation där de hamnar i ”*kulturella och ekonomiska missförhållanden som de egentligen ska behandla*” (O`Dell i Corvellec och Lindquist, 2005, s.80).

Människonära tjänster beskrivs av Hasenfeld som tjänster med mänsklig interaktion där inte bara utövaren utan även ”råmaterialet” som ska transformeras under tjänsteprocessen är en människa (Austin, 2002, s.30). Som Persson och Westrup påpekar, karaktäriseras dessa tjänster av förtroende, tillit och respekt som skapas genom kommunikation och baseras på deltagarnas, tjänsteproducentens och kundens, erfarenheter, värderingar och förväntningar. Tjänsteutövaren är sitt eget redskap i människonära tjänster och hon/han måste anpassa sin kommunikation och emotionella deltagande till varje enskild individs behov. Trots att de utför arbetsmoment som ofta upprepas, innebär det inte att samma relationsarbete upprepas (Persson och Westrup i Corvellec och Lindquist, 2005, s.98-105).

Människonära tjänster är ofta även ”high-touch” services som är beroende av den personal i tjänsteprocessen som producerar den. I motsats till dessa personalintensiva arbeten finns de

högteknologiska eller ”high-tech” tjänster som främst baseras på olika slags fysiska resurser (Grönroos, 2002, s. 62).

3.2 Emotional labour

Förra avsnittet handlade om tjänsterelationer och ojämlikheten i dessa samt om människonära tjänster där tjänsteutövaren anpassar kommunikationen och den emotionella inblandningen till sina kunder. Många anställda i dessa människonära tjänster utför, oftast omedvetet, ett känslorarbete. Begreppet känslorarbete, eller emotional labour myntades 1983 av Arlie Russel Hochschild och beskriver den process där anställda speglar vissa känslor, som kanske inte är identiska med de känslor de faktiskt upplever, för att de på grund av det arbete de utför förväntas ha ett passande emotionellt beteende (Austin, 2007, s.680).

”The term emotional labour describes the process in which employees display particular emotions (which may not correspond to the emotions they are actually experiencing) in response to job-related expectations of appropriate emotional behaviour” (Hochschild).

Emotional labour (EL), eller känslorarbete har flera aspekter. Hochschild betonar att det kan medföra att man ska dölja sina känslor för att presentera företagets leende ansikte. I vissa yrken betyder känslorarbetet att få betalt för att se bra ut, le, visa omtanke och vara artig (Fineman i Clegg, Hardy och Nord, 1998, s. 544). Som Mirchandani påpekade i sin forskning, är känslorarbetet ofta en osynlig dimension av relationsarbetet som människor utför som en del av sina betalda arbeten (Mirchandani, 2003, s.721). Gimlin gjorde en undersökning av kosmetologers relationsbyggande med sina kunder och fann att hudterapeuter under sina tjänstemöten ansträngde sig att skapa en personlig relation, lyssnade på kunderna och gjorde anspråk på emotionell bindning (Gimlin, 1996, s. 512).

Konceptet känslorarbete har flitigt använts vid beskrivning av olika arbetssituationer inom vård och omsorg men även av andra arbeten. Som flera forskare, bland andra Frost, påpekat återfinns emotional labour oftast i kvinnodominerade yrken och betraktas som kvinnoarbete. Feministiska forskare framhäver ur deras perspektiv att dessa beteenden och attityder ofta ställs som krav för vissa jobb men utan att det skulle erkännas eller belönas extra (Mirchandani, 2003:726) och att

det finns ett antagande att utförandet av emotional labour kräver varken talang eller utbildning då det ingår i det naturliga, feminina beteendet (Tancred, 1995:17). Emellertid är det viktigt att påpeka att många män också utövar yrken som kräver EL samt att EL inte nödvändigtvis involverar emotionell disharmoni. Zerbe menar att diskrepansen mellan känslorna man faktiskt har och de man visar upp är en sorts emotionell förfälskning ("emotive faking"). Han påpekar också att inom EL kan det finnas ett ytterligare gap mellan de känslor man visar upp (och därmed tros vara förväntade) och mellan de känslor som faktiskt förväntas utifrån, från kunderna eller från företagsledningen (Toerien & Kitzinger, 2007, s.162f).

Vissa tjänsteutövare måste lägga ner stora ansträngningar för att kunna hantera den känslomässiga spänning som uppstår när de ska utföra ett rutinarbete som kanske för kunden är en ovanlig och extraordinär upplevelse. Mars & Nicod gjorde i denna kontext distinktionen mellan "boundary closed transactions" och "boundary open transactions". De så kallade "boundary closed" transaktionerna sker utan några förväntningar på vänskap, medan de så kallade "boundary open" transaktionerna liknar vänskapsmöten och i dessa situationer förväntas tjänsteutövaren att aktivt engagera sig och dela kundens känslor på ett sätt som överskrider kommersiella gränser (Mars & Nicod, 1986, s. 874f). Hochschild har dock påpekat att medan tjänsteutövaren förväntas behandla kunden som en vän, finns inte samma förväntningar på kundens beteende gentemot tjänsteutövaren: "kunden är kungen" och obalansen finns där under hela transaktionen (Hochschild, 1983).

Hochschild visade också genom sin studie att när en arbetare inte för tillfället hade de känslor som arbetet krävde, hanterades dissonansen på två olika sätt. Vissa visade helt enkelt upp de passande känslorna, vilket hon kallade för "surface acting" medan andra "trollade upp" dessa känslor inombords och detta betecknades som "deep acting". Grandey förklarade skillnaden mellan dem med att beskriva surface acting som om man "trycker ner" sina egna känslor till förmån för en emotionell mask, medan man vid deep acting nästan "pumpar upp" de önskade känslorna och försöker ställa upp dessa i linje med de känslor man redan har (Brotheridge & Lee, 2003, s.366).

Konflikten mellan de genuint upplevda känslorna och känslorna man förväntas spegla på grund

av arbetet man utför betecknas som "Emotional dissonance". Denna dissonans och indirekta skillnad mellan om man bara agerar på ytan eller på djupet kan påverka personalens välmående och kan resultera i psykologiska ansträngningar, obehagskänsla, anspänning, ängsla, känslan att man har tappat den emotionella kontrollen och i värsta fall även till utbrändhet som forskningen av bland andra Ashforth & Tomiuk, Hochschild samt Zerbe fann det. Surface acting kan signifikant associeras med, bland andra, negativa känslor samt behovet av att kontrollera och gömma egna känslor vilket kan leda till emotionell utmattning (Brotheridge & Lee, 2003, s.366). Vilket agerande man väljer kan bero på vilket arbete man utför och vad företaget man är anställd i har för förväntningar på arbetets utförande. Men valet mellan deep eller surface acting verkar också vara beroende av i vilken mån man identifierar sig med sin arbetsroll: ju högre denna identifikation är, desto större sannolikhet att man väljer "deep acting" (Ibid.). Enligt forskning av Ashforth and Humprey bildar detta samband mellan rollidentifikation och deep acting en cirkel som förnyar sig själv – hög rollidentifikation leder till internalisering av de önskvärda känslorna genom deep acting vilket i sin tur leder till förstärkt rollidentifikation (Hunter & Smith, 2007, s. 860).

Hochschild betonade de negativa aspekterna av känslarbetet och de flesta, men inte alla undersökningar som gjordes efteråt, bekräftade förekomsten av dessa dåliga konsekvenser. Det utfördes också analyser om förekomsten av känslarbetets positiva effekter i yrken där tjänsteutövarna förväntas uttrycka positiva känslor, men resultatet har varit skiftande (Zapf & Holz, 2007, s. 8).

Känslarbetet kan ta sig an många uttrycksformer. Toerien och Kitzinger koncentrerade sig på hur hudterapeuter använder småpratet som en del av EL. Trots uttrycket, är detta småprat en essentiell del av behandlingen och själva kärnan i den emotionella dimensionen. Småpratet ska för kunden kännas spontant, inte inövat och bör helst vara personligt samtidigt som det är en opersonlig handling så som i de undersökta fall, ögonbrynsplöckning, som utförs nästan på rutin. Deras påstående är att emotional labour även kan genomföras via planeringen av muntliga och fysiska handlingar genom vilka hudterapeuten utför sitt arbete (Toerien & Kitzinger, 2007 II., s. 163).

Småpratet är även ett typexempel på vad sociologen Georg Simmel (1949) kallar för sällskaplighet eller sociability (*Geselligkeit*) där man umgås med andra människor för inget annat skäl än för själva umgängets skull. Han definierar det som följande:

"a distinct social form that distils out of the realities of social life the pure essence of association, of the associative process as a value and a satisfaction"(...) "Sociability in its pure form has no ulterior end, no content, and no result outside itself, it is oriented completely about personalities." (Simmel, 1949:255).

Han menar att sällskaplighet är en grundläggande mänsklig impuls, oberoende av rationella eller ekonomiska intressen. Denna lättsamma, överflödiga sociala lek kan ta sig olika uttrycksformer som vitsighet, kvicka kommentarer eller flörtandet och uppstår ofta i avkopplingsaktiviteter som till exempel vid kortlek, sport eller musik (Ducheneaut, Moore & Nickell, 2007, s.131). De djupaste personliga egenskaperna, likaledes vilket humör man är på, vilka svårigheter i livet man befinner sig i eller ens personliga värderingar är exkluderade från denna obekymrade umgängesform och är reserverade för djupare relationer (Simmel, 1949, s. 256).

3. 3 Arbetsmotivation

Som förra avsnittet visar, ställer tjänsterelationer i high-touch möten höga krav på tjänsteutövaren. Den inte sällan fysiskt ansträngande tekniska aspekten av yrket, kompletteras ofta med den funktionella sidans lika krävande emotionella arbete. Vad som motiverar människor att utföra sina mer eller mindre ansträngande arbeten diskuteras mycket i facklitteraturen. De flesta arbeten undersöker ämnet ur ett managementperspektiv för att ta reda på hur ledningen bättre kan motivera sina medarbetare. En mindre del av litteraturen avhandlar arbetsmotivationen hos egenföretagare.

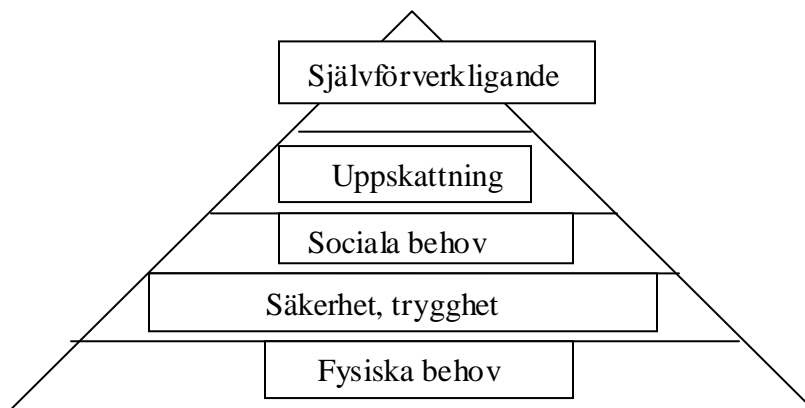
Jag börjar min litteraturgenomgång med definitionen av motivation som följs av presentationen av Maslows behovspyramid som betraktas som den mest kända teorin om motivation. Därefter presenterar jag kortfattat Fredrik Herzbergs och Edgar Scheins tankar om arbetsmotivation. Maslows och Scheins arbete handlar inte direkt om arbetsmotivation utan om motivation i allmänhet men jag anser det relevant i mitt arbete då dessa teorier längre fram kan hjälpa oss att förstå mina respondenters drivkrafter. Senare presenterar jag några forskningar om egenföretagarnas motivation.

Motivation kan definieras som en psykologisk process som styr, stimulerar och upprätthåller agerandet eller som en inre längtan efter att anstränga sig (Grant, 2008, s. 48).

Allmänt kan man säga att vi motiveras till att arbeta för att vi vill skaffa oss någonting som vi kan få med hjälp av arbetet. Det vi får ut av arbetet påverkar vår moral, motivation och livskvalitet. Människor är olika med olika värderingar och behov och därför varierar motivationsfaktorerna också. Dessutom ändras våra drivkrafter under livet, beroende på viken livssituation vi befinner oss i. (Stanley, 2008, s.5f).

De flesta teorier om motivation utgår ifrån att människan alltid är ute efter att maximera sin egen nytta, är hedonistisk och kalkylerande. Som en motsats till dessa tankar har det kommit upp motivationsteorier som betraktar individen som altruistiska som strävar efter kollektivens nytta. Deutsch påpekade att en individ kan i en och samma situation motiveras både av att tillfredsställa sina egna behov och samtidigt bry sig om andra människors nytta och kallade detta för ett kollektivistiskt beteende (Shamir, 1990, s. 314f).

Abraham Maslow skapade en modell i form av en pyramid som är indelad i fem behovsområden. Grundprincipen i modellen är att det behov som ligger lägst i pyramiden måste bli tillfredställt, innan individen kan komma upp till nästa nivå. När de grundläggande behoven på varje nivå är tillfredställda uppstår därmed motiv att försöka nå nästa steg i pyramiden och få ytterligare tillfredställelse (Usunier, 2004, s. 89). Se figur nedan.



Figur 1. Behovspyramiden enligt Maslow

Dessa fem kategorier av grundläggande behov kan sammanfattas kort som följande:

1. *Fysiska behov* - utgör den lägsta nivån i behovspyramiden och betyder människans grundläggande behov såsom tillgänglighet på mat, vatten, sömn, tak över huvudet etc.
2. *Säkerhetsbehov* - är nästa nivå i pyramiden. Detta innebär att människan har ett behov att skydda sig mot yttre hot och faror.
3. *Kontaktbehov* - den tredje nivån i pyramiden, uttrycker människans behov att höra till en grupp eller till en annan individ genom att skapa vänskap, samhörighet eller kärlek.
4. *Uppskattning – och statusbehov* - är näst sist nivå och består av två typer av behov: Individens behov att få uppskattning som person, att uppleva egen självtillit, självständighet och frihet;
Individens behov att få status som person och respekt från sin omgivning.
5. *Behov av självförverkligande* - är den högsta nivån i behovspyramiden. Detta innebär individens strävan att nå sina högsta mål såsom utveckling av sin personlighet, att nå individuella mål i livet, harmoni i livssituation och arbetsglädje, etc. (Usunier, 2005, s.88)

Tillämpad på arbetslivet brukar de fysiologiska behoven motsvara lön och andra arbetsmiljöförutsättningar. Trygghetsbehoven på andra steget motsvarar anställningstrygghet medan det tredje är jämförbar med gott samarbete och goda relationer till kollegorna. Den fjärde nivån handlar om uppskattning i form av personlig utveckling, framgång, erkännande. Till sist på pyramidens topp självförverkligande som möjlighet att förverkliga sina talanger i arbetet (Abrahamsson & Andersson, 1999, s. 89).

Fredrik Herzberg uppmärksammade att det finns en tydlig skillnad mellan arbetssituation och arbetsinnehåll. Han gjorde distinktionen mellan *hygienfaktorer* och *motivationsfaktorer* (eller med andra ord motivatorer). Hygienfaktorerna är förhållanden och villkor i själva *arbetsomgivningen* som måste vara uppfyllda för att en individ inte skall vantrivas. Sådana faktorer är till exempel lön och arbetsmiljö. Exempel på hygienfaktorer är arbetsplatsens utformning, status, företagspolicy och mellanmänniska förhållanden. Motivationsfaktorerna är relaterade till själva *arbetsuppgiften*. När de är tillfredsställda, blir det möjligt för individen att verkligen trivas och känna motivation för en arbetsuppgift. Bland andra är erkännande, utveckling, tillfredsställelse genom att utföra ett arbete och kontroll över sin egen arbetssituation

motivationsfaktorer. Herzberg menade att varje medarbetare ställer sig ständigt två frågor i förhållande till sin arbetsplats och sitt arbete: Behandlas jag väl? (hygienfaktorer) och Används jag väl? (motivationsfaktorer). Olika motiv har stor vikt för individers sätt att tänka och agera. Dock handlar inte individer enbart för att deras motiv tvingar dem att bete sig på ett visst sätt och därmed kan vi fastställa att det inte råder någon absolut orsak-verkan-relation mellan motiv och handling. Människan är en medveten, tänkande och reflekterande varelse som fattar beslut och gör något med utgångspunkt i sin subjektivt upplevda verklighet. Vi strävar efter att förverkliga våra mål och önsknings och utifrån det sätt vi uppfattar situationen agerar vi. För att förstå vad en person gör måste vi känna till hennes värderingar, föreställningar, attityder, motiv och intressen (Bruzelius & Skärvad, 1995, s. 252f).

Edgar Schein klassificerade människor med utgångspunkt från primär motivationskälla. Han grupperade människor i fem olika kategorier. Den första gruppen kallade han för ”den ekonomiska människan” som drivs främst av ekonomiska motiv. Dessutom skiljde han mellan ”den sociala människan” som hämtar kraft och inspiration i huvudsak ur interaktion och samspel med andra, ”den självförverkligande människan” som drivs av att självständigt och framgångsrikt göra ett bra arbete, ”den komplexa människan som drivs av olika motiv i olika sammanhang och vid olika tidpunkter samt ”den psykologiska människan vars främsta drivkraft är att via arbetet kunna förverkliga den ideala identiteten, med andra ord sättet personen i fråga vill bli uppfattad på. En person kan naturligtvis tillhöra olika kategorier samtidigt eller i lika tider. (Bruzelius & Skärvad, 1995, s.250)

Schein myntade även teorin om karriärankare, ”career anchors” för att bättre kunna förstå karriärmotivationer. Han definierar det som självförvärvade talanger, motiv och värderingar som utvecklas av ens liv och yrkeserfarenheter och hjälper individen att formulera svar på två viktiga frågor angående framtida arbete: ”vad är det jag verkligen vill?” och ”vad vill jag inte avstå ifrån om jag måste välja?” Schein menar att det finns väsentliga skillnader mellan en persons ursprungliga yrkesval och det påföljande formandet av ens yrkesidentitet. Tidiga yrkesval baseras ofta på bristfällig information, medan man efter några år i yrket kan ha upptäckt vilka behov, färdigheter och värderingar man själv besitter och gör då andra val. Schein benämner dessa yrkespreferenser som karriärankare, då de initialt slår fast någorlunda starka gränser inom vilka framtidens karriärbeslut kan fattas (Wong, 2007, s. 1212f). Han beskrev åtta olika ankare:

Personer med (1) den *tekniska/funktionella kompetensen* bygger sin identitet på utövandet av sina färdigheter och känner sig som mest nöjda när de upplever utmaningar i yrket för att kunna förbättra sig på dessa områden. Folk med (2) *ledarkompetens* vill vara ansvariga för det totala resultat och identifierar sig och sina arbeten med den organisationen de jobbar för. Anställningstrygghet och ekonomisk säkerhet betyder framgång för de som söker (3) *säkerhet och stabilitet*. För personer i den fjärde kategorin är flexibilitet om arbetstid och arbetsmetoder väldigt viktig och många som tillhör denna kategori öppnar eget verksamhet för att uppnå känslan av *autonomi*. (5) *Entreprenörskreativa* människor vill bevisa för omvärlden att de kan skapa ett företag helt och hållet av egna ansträngningar. Möjligt att de jobbar för andra medan de lär sig och bygger upp för framtida möjligheter men de planerar att driva eget så snart som möjligt. Folk med kompetens för (6) *service och engagemang* missar inte möjligheter till ett arbete där man kan skapa ett värde som gör världen till ett bättre ställe att leva på. Personer som gillar (7) *utmaningar* vill ha yrken eller karriär som tillåter dem att försöka sig på omöjliga utmaningar. Allting som är enkelt uppfattar de som tråkigt. Om man hör till den sista kategorin, (8) *livsstil*, så vill man integrera större livsområden med varandra och söker karriärmöjligheter som tillåter flexibilitet. Framgång definieras då som något större än bara framsteg inom arbetslivet och identiteten är mer beroende av hur ens liv ser ut totalt än av ens arbete (Overman, 1993, s.56f).

Bland de som har skrivit om entreprenörsmotivation finns Feldman, D & Bolino, M. som gjorde en undersökning i USA och dess relevans i Sverige kan därför vara begränsad. De fann att bland anledningarna till att man startade eget fanns önskan om större frihet, önskan att kunna använda sina färdigheter och kunskaper, möjligheten att genom att driva eget kunna styra över hur och var man vill leva samt möjligheten att använda ens egen kreativitet. De fann också att bland Scheins fem karriärankare var det fjärde, autonomi och oberoende starkt representerat som dominant faktor hos 46 procent av respondenterna. Den näst mest representerade faktorn var hans femte, entreprenörskreativitet. De motiverades till att driva eget för att kunna förverkliga sina idéer. Den tredje drivande faktorn var hos 21 procent av respondenterna behovet av säkerhet och stabilitet. För dessa individer var den största anledningen för att öppna eget att kunna behålla ett stabilt och tryggt liv (Feldman & Bolino, 2000).

I en liknande undersökning tidigare fann Case (1992) att egenföretagare drivs både av en sorts flykt ifrån den traditionella organisatoriska byråkratin och av möjligheten att få större inkomster. Andra undersökningar i USA, av bland andra Dyer eller av Kolvereid, fann att företagare i högre utsträckning än anställda kännetecknades av kontrollbehov, prestationsbehov och högre osäkerhetstolerans (Ibid).

Stephens and Feldmans undersökning om kvinnligt företagande visade att många kvinnor valde osäkerheten att driva eget framför tryggheten en anställning kan ge för att kunna balansera familjens och arbetslivets krav. Vissa andra kvinnor valde företagandet som ett sätt att kringgå diskriminering på arbetsplatserna (Ibid).

I ett numera klassiskt arbete från år 1934 skrev Schumpeter att entreprenörer drivs av tre motivationsfaktorer: processen där en viss social status som kan uppnås eller förloras med företagandet betecknade han som ”drömmen och viljan att hitta ett privat kungadöme”; med uttrycket ”viljan att erövra” syftade han på sociala ambitioner; till sist ”glädjen i skapandet” som han betecknade som en inneboende, individualistisk längtan. David Goss är kritisk till vissa delar av Schumpeters arbete liksom till traditionerna i forskningen kring entreprenörskap, då han framhäver att förklaringarna till företagandet ska inte bara sökas inom företagarnas personliga egenskaper utan lika mycket i den sociala och kulturella kontexten (Goss, 2005, s.616ff).

3.4 Sammanfattning av teori

Ett centralt mantra i service management litteraturen är att kvaliteten hos en viss tjänst är vad kunden upplever att den är (Grönroos, 2002, s.75). I människonära tjänster står kvaliteten i den upplevda tjänsterelationen för en mycket väsentlig del av kundens serviceupplevelse. I high-touch yrken som mitt arbete undersöker, pågår interaktionen mellan kunden och tjänsteutövaren under så gott som hela tjänstemötet och tillfredställande relationer leder många gånger till en sorts kommersiell vänskap med olika grad av självutlämning.

Den funktionella delen av hudterapeuternas arbete innebär ett utpräglat känslorarbete där negativa känslor inte bör uttryckas och positiva ska trollas fram. Den eventuella emotionella dissonansen

kan hanteras med hjälp av surface eller deep acting. Känslarbetet kan ta olika uttrycksformer i praktiken som till exempel småpratet och sällskapligheten. Den undersökta litteraturen framhäver oftast att emotionellt arbete kan leda till utbrändhet och till andra negativa konsekvenser

Litteraturen om arbetsmotivation framhäver att motivationsfaktorerna varierar inte bara mellan individer utan även beroende på vilken fas i livet individen befinner sig. Enligt Maslow har människor fem olika sorters behov som står i underordnad ställning till varandra. Herzberg skiljer mellan hygienfaktorer som rör arbetsomgivningen och motivationsfaktorer som relaterar till arbetsuppgiften. Schein utvecklade sin teori om karriärankare med tanke på att individens utveckling inte slutar efter att man har gjort sitt första val av yrke, utan nyförvärvade färdigheter byggs på de gamla och kanske nya yrkespreferenser utvecklas. Schein har också gjort fem grupperingar beroende på ens främsta motivationsfaktor.

Vissa forskare menar att personer som driver egen verksamhet istället för att ta en anställning, motiveras av andra faktorer. Bland anledningarna till att öppna eget företag nämndes såväl personliga som sociala orsaker.

4 Analys

I min analys avser jag tolka min empiri med betoning på tjänsterelationerna, erfarenhet av emotionellt arbete och arbetsmotivation.

Det finns en tydlig yrkesstolthet i mina respondenters beskrivning av deras yrkesliv. De framhäver den tekniska biten av arbetet som en utmaning och friheten att bestämma över sina arbetstider som en stor fördel gentemot andra arbetsformer. Relationerna till kunderna tar ibland formen av en kommersiell vänskap som kan inkludera en ömsesidig självutlämning men kan även visa sig vara byggd på asymmetri i status med betoning på en konventionell betjänt – betjänad relation.

4.1 Tjänsterelationer

Det är idag populärt att säga att man ska investera i relationer. Äktenskapsproblem, konflikter mellan barn och föräldrar, vänskap, arbetsförhållanden, så gott som alla sorters relationer kan förbättras bara man investerar tid, energi och ibland pengar i dem. Tjänsterelationer bör inte vara undantag och jag ämnar nu illustrera hur mina respondenter investerar känslor och använder olika taktiker för att bygga på dessa relationer som ibland kan utvecklas till kommersiell vänskap. För att belysa hur mycket dessa tjänsterelationer betyder för hudterapeuterna kommer jag att diskutera deras starka motstånd mot att ta anställning på ett spa då motståndet till stor del motiveras med att de där rådande arbetsförhållandena omöjliggör byggandet av kundrelationer.

4.1.1 Självutlämning - själslig och kroppslig- ömsesidig och ensidig

Min empiri stödjer vad flera forskningar har påpekat, att ömsesidig självutlämning kan bidra till att både kunden och tjänsteutövaren blir nöjdare med tjänstemötet. Min respondent Mona upplevde vissa av sina kunders självutlämning och förtroendet de visade för henne, som en särskild förmån.

”När jag gick utbildningen i Köpenhamn, var det inte så vanligt med hudterapi, kunderna var av en viss typ, om du förstår vad jag menar. Det var ett privilegium att få ha dem som kunder. Många av dem hade en viss status och folk såg upp till dem, men de mådde inte så bra egentligen.

Efter att ha gått hos mig ett tag, började de sedan öppna sig och berätta om sitt liv. Man kände sig utvald då, att kunna få en inblick i deras liv, som inte många hade inblick i.” Mona

Hennes citat är även en illustration på den sortens kommersiell vänskap där kund och tjänsteutövare kommer från olika sociala världar och skillnaderna mellan dem används för att stärka relationen (Price m fl., 1995).

”Det fanns inte så många behandlingar som nu. Det var rengöring, ånga, massage och masker av olika slag. Men det räckte. De kom inte för behandlingens skull, eller jo, kanske för massagen. En sa en gång att min massage är den enda beröring hon får. Jag var helt paff, hon var en parant och ja, snygg dam då, inte ens 50. Man var själv ung då, hade man och småbarn, trodde inte att det kan vara sant. Men det vet man ju nu (skratt).” Mona

Kundens intima självutlämning går helt i linje med vad Price med flera andra forskare beskrev. Mona upplevde dessa bekännelser som en förmån, tolkade som en gemenskap med dessa kvinnor som ”många såg upp till”. När Mona senare har gått genom sin skilsmässa och kände behovet av att prata om sina problem för kunderna, fick hon dock erfa att självutlämningen är endast ömsesidig i vänskapsförhållandena och det var tydligen inte så hennes kunder betraktade deras tjänsterektion.

”Jag nämnde för vissa av kunderna hur svårt jag hade det ekonomiskt, ja, jag antydde det ibland. Jag var så naiv, trodde någonstans att vi var lite som kompisar, de har ju berättat så mycket intimt för mig genom åren. Men det var bara en inbillning från min sida, det förstod jag då. De ville inte höra det. Jag ville inte ha hjälp från dem eller så, tvärtom. Trodde någonstans i min enfald att om de får höra om mina problem, om hur svårt det är att vara ensamstående yrkestjej, trodde då, att de kunde må bättre och, ja, få lite perspektiv på sina liv. Men så fort jag började prata om pengar och så, så stelnade de till i kroppen. De ville inte höra om det” Mona

Hennes beskrivning av vissa gästers kraftiga motvilja mot att lyssna på hennes problem, vilka ter sig i uttryck till och med på ett fysiskt sätt (de stelnar till i kroppen) är ett starkt uttryck för obalansen som kan uppstå i vissa kommersiella relationer. Denna asymmetri i självutlämning är

ett uttryck för statuskillnader där tjänsteutövaren förväntas lyssna på sina kunder men själv inte besvära dem med sina egna problem.

I Marias, min andra respondents, berättelse om gästernas självutlämning kan också en obalans kännas, men i den obalansen är det hon som är den starkare parten som ska ta hand om gästen.

”En behandlingssituation är även en sorts psykologisk process där gästen klär av sig, mer eller mindre, bokstavligen eller bara symboliskt, man är bar. När han eller hon lägger sig på britsen så är det lite ”nu är jag här, ta hand om mig”. Det handlar om mindfulness.”
Maria

I Marias beskrivning är gästen den utsatta, det är den som blir naken, på både ett fysiskt och psykologiskt sätt och lämnar över sig. Maria tar hand om gästen, hon förser den med energi och livskraft på ett sätt som kan liknas vid en mor-barn metafor. Hon säger själv att hon drivs av viljan att andra ska se upp till henne.

”Klart, man motiveras av egoistiska skäl också, man vill känna sig god, någon som andra ser upp till, man vill vara bäst.”
Maria

Det uttalandet kombinerat med hennes utpräglade engagemang i gästernas välmående förstärker den moderliga bilden. Det finns någon sorts värme i hennes sätt att berätta om hur hon tar hand om gästens emotionella självutlämning och hur hon ser på gästens behov av att Maria ska ta hand om henne.

Det finns en intressant kontrast i hennes kommentarer mellan hur hon hanterar den kroppsliga och den själsliga nakenheten. Medan hon välkomnar den själsliga självutlämningen visar hon en tydlig distans till gästernas nakenhet, som kan ses som den kroppsliga formen av självutlämningen. Tom O`Dell framhäver i sin forskning om spa-kulturen att det är viktigt att personalen kan hantera gästernas (fysiska) nakenhet och att de skapar en avslappnande atmosfär kring nakenhet.

”När kunden klär av sig håller jag upp ett badlakan att linda sig i och jag vrider bort huvudet. Genom att vara professionell och visa tydlig distans (hanterar jag gästens nakenhet).” Maria

Maria framhäver alltså den professionella distansen som det bästa sättet att hantera den fysiska nakenheten. Hennes kyligare attityd mot nakenheten kan dock ha sina fördelar också i situationer då hon måste vara bestämd och säga ifrån när vissa manliga gäster feltolkar massagen och hennes ”tar hand om dig” inställning.

”Det är ganska vanligt med män som medvetet ”missförstår” massagen och får erektion till exempel. Då säger jag ifrån väldigt bestämt och i fortsättningen har jag aldrig ledig tid när de ringer för att boka. Jag hade en kollega på utbildningen som råkade ut för en man som fick erektion medan hon masserade honom. Hon skojade bort det genom att lägga på en handduk och säga ”nu blev ett litet tält”. Men man kan inte skoja bort det med alla män. Vissa provocerar ganska öppet.”

Mitt tredje intervjuobjekt, Charlotte manövrerar gästernas nakenhet med en annorlunda inställning.

”Hur man hanterar gästernas nakenhet är en fråga om hur man själv är. På utbildningen pratade de om att hålla upp en handduk för gästen och titta bort och jag sa, vaddå, jag brukar ju prata med gästen medan de klär av sig, så alla skrattade och sa att ja, men då får du ju gästen att bli avslappnad. Så det handlar mycket om hur man är själv.” Charlotte

Charlotte verkar ha en oproblematisk och osentimental inställning till nakenhet och kanske ser hon inte ens den som en form av självutlämning. Hon har dessutom alltid haft förmånen att driva egen salong och hade tidvis även receptionsanställda som sålde salongens produkter. Det enda indirekta exemplet på ojämnheter som kan förekomma i tjänsterelationer handlar om de mellan hennes kunder och hennes anställda.

”Jag har inte träffat på besvärliga gäster. Medan jag hade en salong i Malmö, kunde det hända att män ringde och missförstod vad det var för massage vi erbjöd, men det blev aldrig

mer än så. Det fanns kanske några gäster som kunde vara otrevliga mot tjejen i receptionen och kanske klaga över någonting, typ, "jamen denna kräm är ju inte full", men när jag sedan kom ut (ur behandlingsrummet) och pratade med dem, så var de trevliga mot mig." Charlotte

Hon var alltså chefen, även om nog hon nog inte såg sig som en, men gästerna verkar ha varit medvetna om det och visade henne respekten de inte gav receptionskvinnan.

Mona, Maria och Charlotte har var sin taktik att ta till för att hantera obalansen som uppstår i behandlingssituationer. Monas omhändertagande av kvinnor som hade högre social status än hon själv och deras själsliga utlämnande upplevde hon som en utjämnande faktor för skillnaderna dem emellan. För Maria är gästernas självutlämning en faktor som förstärker obalansen där hon är den starka parten, medan Charlotte hade en kanske omedveten auktoritet i sin chefsposition.

4.1.2 Kommersiell vänskap

Vänskap används ofta som metafor vid beskrivningar av tjänsterelationer och, som framförallt Price, Arnould & Deibler (1995) har bevisat, kan både kunder och tjänsteutövare uppleva vissa servicerelationer som vänskap. Bland de intervjuade hudterapeuterna har Charlotte uttalat sig för vänskapsliknande förhållanden.

"... Relationen med kunderna, det är så viktigt. Vissa av mina kunder träffar jag oftare än mina kompisar. Vissa gäster är så härligt verbala, vi pratar mycket och det är så kul." Charlotte

Charlotte framhäver alltså kvantiteten och de frekventa besöken i jämförelse med sina vänskapsförhållanden, men inte kvaliteten i dessa servicemöten. Vi får inte reda på hur mycket intimitet eller självutlämning som pågår i dessa samtal, men man får intrycket att det handlar mer om roliga, lättare konversationer för att ha det roligt. Hennes kommentar *"Vissa gäster är så härligt verbala, vi pratar mycket och det är så kul"* kan tolkas som ett exempel på relationer som inte bara är funktionellt utan även socialt motiverade för att använda distinktioner som bland andra Bendapudi & Berry (1997) gjorde. Vi kan benämna Charlottes vissa, roliga tjänsterelationer som kommersiell vänskap där kommunikationen är kärnan och där tjänstemötena kan liknas vänskapsmöten. Bredvid Charlottes tjejiga, lättsamma småprat är

Marias moderliga omhändertagande, illustrerat i förra avsnittet, ytterligare en konkret uttrycksform för kommersiell vänskap.

I motsats till Charlotte och Maria, ger intervjun med den fjärde hudterapeuten, Linda, inte många indikationer på att hon skulle uppleva eller sträva efter kommersiell vänskap med sina kunder. Hennes beskrivning av sitt jobb framhäver de tekniska aspekterna och fastän hon nämner att hon gillar sina kunder, det uttalandet görs nästan i förbifarten men i samma veva förklarar hon sig också gilla behandlingarna och arbetsformen.

”Jag har aldrig ångrat ens för en sekund att jag valde det yrket. Jag tycker om det, tycker om kunderna, tycker om att lära mig nya behandlingar, tycker om att vara oberoende.” Linda

Linda ger alltså intrycket att vara fokuserad på de funktionellt motiverade relationerna.

Hon verkar ha en hög professionell distans och det verkar nästan som om hon försöker avskärma sig från sina kunder. Hon erbjuder hand- och fotmassage och homeopati som något extra, medan många av hennes kollegor satsar på just relationsbyggandet som ett kitt som ska binda kunderna till dem. Dock har hon ett kort uttalande i nästa kommentar som avviker från hennes mer pragmatiska inställning:

”En behandling handlar mycket om att skämma bort kunden. Hon betalar fem-sexhundra (kronor) för en behandling och min uppgift är att få henne att lyfta, du vet. Jag brukar till exempel bjuda på hand- eller fotmassage, det är väldigt uppskattat.” Linda

”Att få henne att lyfta” är nästan det enda uttrycket i hela intervjun med Linda som handlar om gästernas själsliga välbefinnande. Hon anser det vara hennes uppgift att åstadkomma det och är alltså medveten om att hennes arbete har en annan, icke påtaglig dimension också men hon använder fysiska och inte emotionella knep (hand- eller fotmassage) för att lyfta sina gäster till denna dimension.

I Marias uttalande kan också en viss distans utläsas. Hon vill hjälpa sina kunder, men hjälpen kommer mer från ett närmast moderligt och inte vänskapligt sätt och jag har inte hittat

indikationer på kommersiell vänskap bland hennes uttalanden.

Monas ovan citerade uttalanden ger oss bilden av att hon trodde sig uppleva vänskap med sina kunder i början av sin karriär, men insåg senare att så inte var fallet och hon har ändrat sin inställning.

”Efteråt blev det lite bättre ett tag och jag kunde leva på affären. Men jag har blivit tuffare. Började se mina kunder som kunder och inte längre som kompisar. Jag lärde mig att ta betalt för mitt arbete. Det var då jag började med färgkonsultation också. Jag tänkte, ok, ni vill bli ompysslade och jag vill tjäna pengar, vi kombinerar de två.” Mona

Hennes kommentar kan vara exempel på kommersiell vänskap med betoning på kommers, men kan också handla om en attitydanpassning.

4.1.3 Tjänsterelationer kontra produktivitet

Mina respondenter har alla stamgäster som lojalt återvänder till dem på gamla och nya behandlingar. Men rent ekonomiskt är det ingen större skillnad mellan att ha fem kunder som återvänder fyra gånger eller mellan 20 nya kunder under samma period. Det senare är vanligt på större spaanläggningar som mina intervjuobjekt hade starka och bestämda åsikter om. En spaanställd har minimala möjligheter att bygga upp relationer med kunderna på grund av den stora kundomsättningen. Tom O`Dells (2005) forskning om spa belyser problematiken i ”massproducering av snabbverkande lugn”. Spa anläggningarnas affärsidé om att snabbt påverka gästerna med hjälp av en diskurs av långsamhet leder till ett späckat schema för en spa-besökare som måste vara noga med att komma i tid på behandlingar för att inte störa produktionsflödet. Tre intervjuobjekt uttryckte ett starkt missnöje kring arbetsförhållandena på spa.

”Det är alldeles för mycket löpande band (nu i branschen), vart tar det personliga omhändertagandet vägen? Hur känner gästen att man har brytt sig om henne? Särskilt på stora spa, man fick fem minuter mellan kunderna. Jag vantrivdes så starkt där. Spa-tanken handlar om ro och lugn, kunden upplever ju att terapeuten är stressad. Den är ju så cynisk, deras syn på medarbetarna.” Maria

Maria har personlig erfarenhet av arbetet på spa då hon har jobbat kortare perioder på två av dem. Hon är väldigt kritisk mot den närmast avhumaniserande processen av både kunder och anställda, som pågår, delvis bakom kulisserna, på vissa spa anläggningar.

”Man får inte tid för kunden, det är hela tiden ”skynda dig, skynda dig”, vad får man för relation med kunderna då? Kommer de ihåg mig? Jag blir bara en bricka i spelet.” Maria

Charlotte har bara andrahandsinformation om arbetet på spa men den informationen är lik Marias erfarenhet. Hon anger bristen på relation till gästerna som huvudargument mot att ta anställning på ett spa och stressen som blir en konsekvens av spa-ledningens jakt på tidseffektivitet. Tom O`Dell påpekar i sin forskning att personalomsättningen på spa är oftast stor då personalen inte orkar med det utmattande arbetstempot under längre tid och säger upp sig.

”Har tänkt på att söka jobb på ett spa, men blev sedan avrådd från det. En tjej som har jobbat där har berättat hur det är, att hon fick panik, så körigt det var. Och sedan på spa, hur ofta träffar man samma gäst? Kanske kommer hon tillbaka efter ett år, men det är inte säkert...”.
Charlotte

Lena Mossberg förklarar den bristande kundlojaliteten i dagens spaanläggningar med att vid alla upplevelser är livslängden ett problem. Dagens upplevelsesuccé kan svalna snabbt och vara ute i morgon. Kunden har då testat det unika konceptet och blivit en erfarenhet rikare men det är inget som säger att denna kund vill göra ett återbesök. Nästa gång vet kunden vad som väntar och överraskningsmomentet har avtagit i betydelse. Är det nyhetens behag kunden söker, så fortsätter kanske jakten på nya spännande äventyr (Mossberg, 2003, s. 46).

Mona som tidvis har haft ekonomiska bekymmer under sin yrkeskarriär blev attraherad av möjligheten av att få en någorlunda trygg anställning, men lyckades inte få den.

”Jag har funderat på att börja jobba på spa. Ja, jag kan ju berätta, jag har sökt några jobb där men fick inte det. Vet inte om jag var för gammal eller vad men är inte heller så sugen på att

jobba där. Hörde att lönen var dålig och så måste man ändå vara där hela dagarna. Jag är inte van vid det. Jag vill finnas där för mina tjejer, de flyttar ju snart hemifrån.”Mona

Frihet kontra anställning, självbestämmande kontra stress, ekonomisk osäkerhet kontra fix om än dålig lön, tid för familjen kontra fast arbetstid är motsatsförhållanden som fler än Mona har funderat över och som är ett stort dilemma för många i arbetslivet. Ett dagsaktuellt och just nu lika trendigt som kritiserat uttryck är ”livspusslet” där man jagar möjligheter att lägga ihop pusselbitarna bestående av exempelvis hemarbete, familj, jobb, träning, fritid på ett sätt att alla blir nöjda. Och då pratar vi endast om de tekniska svårigheterna med logistik, pendling, fysisk närvaro. Dessutom måste vi även vara tillräckliga på ett emotionellt plan, vara närvarande och fokuserade på det vi gör, sträva efter att lyssna och ge feedback och visa att vi bryr oss om den andra. I nästa avsnitt undersöker jag hur mina intervjuobjekt upplevde de emotionella aspekterna av sina arbeten.

4.2 Emotional labour

4.2.1 Beteendeanpassning

Bland intervjuerna innehåller Marias kommentarer flera exempel på en emotionell attityd i jobbet och mot sina kunder. Hon markerade i intervjun att man ska bete sig på ett visst sätt i hennes yrke, hur viktigt det är att visa att man bryr sig om, att man är ”caretaking”, att man tar hand om och skämmer bort kunderna, inte bara fysiskt utan kanske framförallt psykiskt, så att kunden ska längta efter att återvända till nästa besök.

” ... Jag vill att gästen ska gå därifrån med en (djup suck), en välbefinnandets suck, en känsla av att ” jag kan leva på det här i några dagar till”. ” Maria

Vägen till en lyckad behandling går för Maria inte bara genom det rent tekniska utan hon betonar genom intervjun den emotionella aspekten av arbetet *som ett hjälpmedel* för att få kunden att må bra.

Maria hade ett annat, spontant uttalande som kan stå som exempel på att hon inte ser sig själv ”skådespela” i jobbet:

”Om jag hade blivit attraherad av en gäst så hade jag sagt det till honom ”jag är ledsen men jag kan inte fortsätta att massera dig då jag har fått andra känslor för dig.” Jag hade inte kunnat fortsätta att ha honom som gäst, det är inte professionellt. Jag är ensamstående, så jag har faktiskt tänkt på hur det skulle vara om detta skulle inträffa.” Maria

Här uttrycker hon ett starkt motstånd mot att dölja sina känslor då hon anser sig aldrig kunna eller vilja visa upp ett professionellt beteende samtidigt som hon har ”oprofessionella” känslor i förhållande till kunden.

Linda hade en indirekt upplevelse av en tjänsteutövarens behov av att undertrycka sina känslor:

”Jag kan inte säga att jag har haft jobbiga kunder. Men jag vet att min man har. Han är ju

massör och det händer att vissa damer uppvaktar honom väldigt intensivt och vill ha någonting mer. Men vad ska man göra. Det är vad vi lever på. Han måste hantera det försiktigt för han har inte råd att förlora kunder. På det sättet tycker jag att han har det svårare.” Linda

Lindas man, massören, måste alltså dölja sina känslor mot de uppvaktande damerna och han måste göra det på ett sätt så att han inte sårar deras känslor och kan behålla dem som kunder. Hur hennes man mår av detta beteende framkommer dock inte av hennes svar.

Att dölja sina känslor behövde Mona också göra när hon gick genom sin skilsmässa. Hennes uttalande om gästernas negativa reaktion på hennes självutlämnande (Under avsnitt 4.1.1, s.33) är ett exempel på vad Mars & Nicod kallade för boundary open transactions där tjänsteutövaren förväntas engagera sig i kundens situation i något som liknar vänskapsmöten. Hochschilds framhäver dock obalansen i att kunden inte förväntas behandla och betrakta personalen som en vän precis som Mona fick erfara det. Hon blev skärrad när hon upptäckte skuggsidorna av känsloläroarbetet och upplevde en stark emotionell dissonans:

”Jag mätte så dåligt efter skilsmässan och hade så svårt för att lyssna på deras (kundernas) problem. Jag tänkte, ok, din man bedrar dig, so what? Han betalar ändå dina räkningar ... Jag hade det så svårt under denna tid. Jag kommer så väl ihåg, än idag, när mina döttrar var åtta och tio år och vi åt bara pasta och gröt i en månad för jag hade inte råd med något annat.” Mona

Mona hade en kommentar som visar att hon medvetet anpassat sitt beteende till kundernas förväntningar redan i början av sin karriär, men det verkar inte ha orsakat någon sorts emotionell spänning inom henne då:

”De (kunderna) ville bli ompysslade, höra senaste skvaller, beklaga sig ibland – det var mer en psykologisk grej. Jag upptäckte efter ett tag vad de ville höra. Jag brukade ge dem komplimanger, det var de så utsvulna på.” Mona

Hennes citat är även exempel på vad Hochschild (1983) kallade för surface acting/deep acting då emotional labour hanteras genom att man förtrycker de negativa känslorna eller genom att pumpa

upp de önskvärda.

Mona hade starkaste berättelsen om situationer med emotionell dissonans. Hennes kommentarer vittnar om att hon, i början av sin karriär, inte upplevde något sorts behov av att anpassa sina känslor till sina kunder kanske som en följd av att hon verkar ha haft hög rollidentifikation med sin yrkesroll. Även om hon kanske upplevde någonting vagt, kan det ha resulterat i en otvingad och oreflekterad deep acting som i sin tur kan ha förstärkt hennes rollidentifikation.

Under hennes skilsmässa, då hon upptäckte den emotionella dissonansen hon tidigare inte behövt uppleva, behövde hon lära sig att kunna arbeta med den emotionella spänningen och huruvida hon ska hantera det med hjälp av surface eller deep acting. Då det har gått mer än tio år sedan skilsmässan och hon inte nämnt några problem eller konflikter i sitt yrke därefter, kan det förmodas att hon nu agerar enligt deep acting och är nöjd med sin situation. Min synpunkt är att hade hon agerat enligt surface acting under den senaste tio åren, hade det förmodligen resulterat i någon sorts frustration eller annan sorts missnöjdhet, vilket emellertid inte framkommit i intervjun.

Linda gav inte mycket uttryck i sin intervju för vare sig emotionell labour i allmänhet eller deep/surface acting i synnerhet. Hon verkar ha stor distans till sitt yrke, svag rollidentifikation och hon verkar inte heller reflektera över det emotionella arbetet hon utför. Däremot framkommer hennes ekonomiska syn på arbetet som dominerande inställning och det väcker tanken om det finns samband mellan högre ekonomisk medvetenhet och en sorts immunitet mot emotionell labours påverkan hos tjänsteutövaren.

4.2.2 Sällskaplighet

Med Marias fall vill jag illustrera hur småpratet under behandlingen kan vara en uttrycksform av emotional labour såsom Toerien och Kitzingers påstår när de säger att emotional labour även kan genomföras via planeringen av muntliga och fysiska handlingar.

Maria håller nu på att gå en utbildning för att bli samtalsterapeut. Syftet med utbildningen är att ha ett annat yrke när kroppen inte längre orkar med jobbet som hudterapeut. Men en annan, minst lika viktig anledning är att använda samtalet som en kompletterande funktion till de nuvarande massage- och ansiktsbehandlingarna: ”*man möter mycket minnen i muskler som kan aktualiseras*

i en viss situation.” En sådan situation kan även vara en vanlig behandling då barndomsminnen, tragiska upplevelser eller andra negativa händelser, som kanske förträngts i det undermedvetna men lagrats i kroppen, visar sig i form av muskelspänningar, smärta, eller på något annat fysiskt sätt.

”Man märker när någon är rädd för beröring... Jag har en förmåga att känna andra människans smärta. Det är en bekräftelse på att jag gör rätt, har rätt yrke. Inte för att jag gjorde fel som lärare heller, men jag har den lyhördheten som yrket kräver.” Maria

Småpratet är inte bara en uttrycksform för känslarbetet utan även för sällskaplighet. Denna kan i sin tur betraktas som ett skådespeleri, en del i surface acting där man helt enkelt visar upp de passande känslorna och förtrycker sina egna, eventuellt negativa tankar. Som Simmel framhävde, inom sällskaplighetens former finns det inte utrymme för att uttrycka negativa känslor eller berätta om djupare känslor, dessa ska yttras i relationer av annorlunda karaktär.

Sett ur sällskaplighetens perspektiv har Mona brutit mot dessa regler när hon lättade sitt hjärta inför sina kunder istället för att visa upp en glad och lättsam fasad. Maria vill använda småpratet målmedvetet för att höja behandlingens funktionella kvalitet. Charlotte verkar vara en mästare på sällskaplighet och uppriktigt njuta av det medan Linda, som inte nämnde den aspekten av sitt arbete, varken på ett positivt eller negativt sätt, förmodligen använder sällskaplighet utan att lägga någon större vikt vid det.

Småpratet leder in oss till en intressant iakttagelse, nämligen *hur viktigt kundens deltagande i interaktionen är*, sett ur tjänsteutövarnas perspektiv. I deras beskrivning av ett lyckat tjänstemöte ställer de krav, alla på sitt olika sätt, på gästerna att *aktivt delta och bidra* till ett framgångsrikt tjänstemöte. Som en bra gäst, som gör att Maria kan känna sig nöjd med behandlingen, bör man alltså slappna av, lämna ut sig och öppna sig för henne så att hon kan hjälpa.

Mona kände sig utvald när hennes kunder öppet berättade om sina liv och hon kände sig utvald när hon upplevde gemenskap med dem. Trots att hon blev besviken senare på några av dessa, verkar hon fortfarande förvänta sig en gemenskap med kunder som bör uppstå genom att de berättar för henne om sina liv.

Charlottes uttalande om att hon tycker att verbala gäster är härliga, de pratar mycket och hon har kul med dem, ställer en intressant fråga, nämligen om hon då upplever tystlåtna gäster som tråkiga.

4.3 Arbetsmotivation

Analysen av empirin ur synvinkeln av arbetsmotivation delar jag upp i tre delar. I första delen undersöker jag om jag hittar stöd för Maslows behovspyramid och Herzbergs teori om motivations- och hygiensfaktorer. I den andra delen analyseras materialet med hjälp av Scheins karriärankare och till sist är det forskningen av entreprenörers arbetsmotivation som är under luppen.

4.3.1 Analys - Maslows behovspyramid

Första och andra trappsteget i Maslows behovspyramid utgörs av de grundläggande materiella behoven. Tillämpad på arbetslivet brukar de tolkas som lön och andra arbetsmiljöförutsättningar.

Att arbetet tidvis inte tillfredsställde dessa grundläggande materiella behov har Mona pratat om.

”Direkt efter skilsmässan blev det jättesvårt. Jag gick till och med till socialen men de sa bara till mig ”sälj huset och sälj bilen, sen kan du få bidrag”. Fick ingen hjälp från dem.”Mona

Linda ger ett indirekt exempel på pengarnas roll i arbetsmotivationen i det redan citerade uttalandet (avsnitt ...sida..) om hennes mans alltför uppvaktande kunder. *”Men vad ska man göra. Det är vad vi lever på.”* uttrycker på ett tydligt sätt att jobbiga kunder hit eller dit, ekonomin bestämmer och än så länge har mannen inte råd att tacka nej till inkomsten från dessa damer.

Trots Charlottes uttalande *”Man tjänar inte så stora pengar på att jobba som hudterapeut”* angav hudterapeuter som inte jobbar just nu i yrket att de har slutat eller tagit en paus från arbetet då de inte fick ekonomin att gå ihop. De tyckte alla om arbetet i sig men så länge den grundläggande ekonomiska tryggheten inte uppfylldes, kunde inte de positiva aspekterna av jobbet väga upp denna brist. Det överensstämmer med hur Maslow förklarade sin teori att så

länge behoven på ett trappsteg inte uppfylls kan individen inte gå vidare i sin utveckling till nästa trappsteg.

På behovspyramidens tredje och fjärde steg står det sociala behovet, samhörighet med en grupp eller individ, samt uppskattning som person. Ett gott samarbete och god relation med kunderna motsvarar dessa behov. Eftersom hudterapeuterna ofta jobbar själva, anser jag att relationen till kunderna också hör till dessa behovsnivåer. Uppskattning som person tolkar jag i det fallet som uppskattningen man får för sin yrkesroll.

Charlotte gav uttryck för dessa faktorer i form av glädjen i att ha kollegor, glädjen i att ha trevliga kunder samt glädjen i själva arbetsmomentet.

”Relationen med kunderna, det är så viktigt.” ”Jag behöver arbetskamrater. Det är klart, är man flera som jobbar ihop blir det ofta problem också, men det är roligare än att jobba själv.”

”Det är jättekul att jobba med behandlingar. När man kan hjälpa ungdomar med svår acne, men även för vuxna, när man ser förbättringar av huden efter behandlingar, att kunden är nöjd. Det är verkligen positivt och det känns kul att jobba.” Charlotte

Stoltheten och utmaningen i den tekniska aspekten av arbetet och känslan av att ha utfört framgångsrika behandlingar har Linda också gett uttryck för.

”Vad som motiverar mig? ... (lång tystnad) Det är ett kul jobb. Det är kul med behandlingar, jag gillar allting kring det. Jag får ett ansikte framför mig och ett dekolletage och jag diagnosticerar det och löser sedan problemet. Rengöring älskar jag till exempel. Går genom varenda centimeter av huden och missar inte en enda pormask. Det är lite av ett detektivarbete (skratt). Jag vet att jag är skicklig på det i motsats till många, många andra. Kunder har berättat om besök hos andra kosmetologer där de har blivit inflammerade efteråt eller fått utslag. Men aldrig hos mig. Jag vet att jag kan mitt jobb.” Linda

Att kunden ska vara nöjd är en återkommande motivationsfaktor och förutom Charlotte och Linda pratar Maria också om det.

” Jag vill göra ett bra jobb i förhållandet till behovet. Jag vill att gästen ska gå därifrån med en (djup suck), en välbefinnandets suck, en känsla av att ” jag kan leva på det här i några dagar till”. Maria

Intressant att ingen av dem nämner *responsen* från kunderna som motivationsfaktor utan det är själva nöjdheten som kunden *upplever* som ger den positiva känslan.

Monas behov varierade med tiden. I början av hennes yrkeskarriär, innan hon fick ekonomiska bekymmer, indikerar hennes redan citerade uttalande ”... *kunderna var av en viss typ, om du förstår vad jag menar. Det var ett privilegium att få ha dem som kunder. Många av dem hade en viss status och folk såg upp till dem...*” att kundrelationen för henne har varit förknippad med status och identitet, vilken Maslow placerade på pyramidens fjärde steg. När hennes livssituation efter skilsmässan resulterade i ett större kontaktbehov som Maslow ansåg vara på tredje nivån, blev hon besviken på kundernas reaktioner (se citat ”*Jag var så naiv...*”sid 34).

På Maslows pyramids femte och högsta steg finns självförverkligandet. Implementerat på arbetslivet motsvarar det möjligheter att förverkliga sina talanger. Varje hudterapeut har sin egen karaktär, värdering och attityd till arbetet som skiljer henne från de andra. De har sina egna talanger och drömmen om eget spa hade varit det ultimata, yrkesmässiga självförverkligandet.

Berättelsen om deras drömmar är en kort sammanfattning av hur var och en ser på sitt yrke, på kunderna och på sig själv.

”Drömmen om en egen salong har jag nog kvar. Jag har inte tänkt på det på länge, men nu när du frågar så....Kanske när mina töser¹ har flyttat hemifrån, kan jag sälja huset och öppna någon liten salong som jag kan hyra ut till andra och kan leva gott utan att jobba (skratt).” Mona

Att Mona inte definierar sin salong mer än att den kan bli en inkomstkälla för framtiden, är kanske förståeligt med tanke på hennes negativa ekonomiska erfarenheter. En egen salong att

¹ *Töser* = flickor, skånskt uttryck

hyra ut för andra kunde betyda en säker och trygg inkomst för henne som själv alltid har hyrt behandlingsrum hos andra.

Linda tänker också främst i ekonomiska termer när hon pratar om en eventuell salong.

”Det ska vara rätt så stort. Det tror jag man behöver, annars kan man inte hävda sig i konkurrensen. Jag vill erbjuda ”paketlösningar” till kunderna med ansiktsbehandlingar, kroppsbehandlingar, massage, homeopati, make-up rådgivning, meditationsmöjligheter. Men framförallt vill jag även attrahera män som kunder. Behovet (att koppla av) hos dem är lika stort, men de är underrepresenterade bland kunderna. Där tror jag finns potential.” Linda

Lindas uttryck ”hävda sig i konkurrensen”, ”paketlösningar”, ”attrahera” nya kundgrupper, ”potential” ger oss bilden av en mycket medveten och driven ekonomisk personlighet som har en realistisk och nyanserad bild av marknaden och konkurrenterna.

”Om det blir kämpigt? Det vet jag inte, kanske. Men jag tänker mer på att det blir skönt. Att jag kan utforma allting efter mina egna idéer. Här har jag bara mitt behandlingsrum som jag hyr, det är inte det samma.” Linda

”Det blir skönt att kunna utforma allting som man vill” säger Linda, nästan i förbifarten. Förverkligandet av egna idéer är ett sätt att förverkliga sig själv och man får känslan att den egna salongen betyder mer än bara som inkomstkälla.

Maria beskrev sin drömsalong på följande sätt:

”Jag hade nu planer på att öppna ett eget spa, men det gick inte i lås, av olika anledningar. Det skulle ha varit ett litet, familjärt ställe. Inte familjärt som för familjer, för det skulle inte vara några barn där, utan familjärt som litet och avslappnat där man kunde meditera och prata av sig och fundera över sitt liv och äta nyttigt. Det skulle vara litet och intimt, med plats för max åtta personer. Men jag har inte gett upp hoppet än.” Maria

Maria ger intryck av att vara en trygg och harmonisk person. I hennes beskrivning av en egen

salong framhäver hon meditationen, möjligheten att *”fundera över sitt liv”* och *”prata av sig”* som det hon vill erbjuda för sina framtida salongsbesökare. Salongen skulle vara en plats med betoning på själslig utveckling, en resa till pyramidens topp mot självförverkligandet.

4.3.2 Analys - Scheins klassificering

Både Maria och Mona har bytt yrke i vuxen ålder, något som Schein förespråkar då han i sin teori om karriäränkare menar att tidiga yrkesval ofta baseras på bristfälliga informationer. Mona var tvungen att lämna sitt jobb som modell när hon som 25-åring har uppnått pensionsåldern för yrket.

”Vad som har motiverat mig? Ja, det var ju det enda jag kunde göra och jag var ju tvungen att göra någonting...”Mona

Hennes val att arbeta som kosmetolog var på ett sätt ett tvångsbeslut. Hon hade inte fullständiga betyg från skolan men hade sparat ihop lite kapital från sina år som modell som hon kunde investera i en utbildning och yrkesidentitet. Mona hade en begränsad bas att fatta beslut på men hennes val indikerar ändå att hon valde bort anställningstrygghet och ekonomisk stabilitet (Scheins tredje karriäränkare) till förmån för autonomi och självständighet (Scheins fjärde karriäränkare).

”Jag har ju ändå haft det lite lyxigt. Inte i pengar men om man tänker på arbetsmiljö och så. Jag kunde sluta efter en halv dag och gå hem och bara vara. Det är lyx” Mona

Det sistnämnda ankaret, självständigheten, i vårt fall att jobba som egen företagare, överlappar det åttonde karriäränkaret, livsstil, där man söker karriärmöjligheter som tillåter flexibilitet, i Monas uttalanden, vad gäller arbetstid.

Charlotte uppskattar också friheten och flexibiliteten som följer med självbestämelsen.

”Har man jobbat självständigt i så lång tid, är det sedan jättesvårt att komma in i det här med fem veckors semester, även om man som företagare inte brukade ta ut ens fem veckor.

Men man blir van vid att ”studiedag i skolan”, kryss i almanackan, ”den dagen ska jag till läkaren”, kryss i almanackan. Så det är klart, friheten betyder mycket.”Charlotte

Friheten, som hon så bra påpekar, betyder inte att man tar ut ledighet när man vill utan själva *möjligheten* att kunna göra det, även om man ändå inte lever med den. Precis som många andra ensamföretagare, som får direkta ekonomiska konsekvenser av uttagen ledighet och sjukskrivningar i form av bortfallen inkomst, var hon tidigare inte så noga med att vila och det resulterade senare i fysisk skada.

”Arbetet är fysiskt krävande, det är ju det. Jag fick inflammation i bröstbenet som jag inte kunde träna bort, det enda sättet att bli av med det var det att vila bort det. I början, när man är ung, kör man bara på, jobbar från åtta på morgonen till nio på kvällen. Ska jag fortsätta att jobba sedan, blir jag noga med att ta fikapaus, äta lunch och vila allmänt.”Charlotte

Hon har inte bytt karriär i vuxen ålder än, men funderar över att göra det.

”...Möjligt att jag kommer jobba med någonting helt annat i ett par år eller så tills barnen har blivit lite större och sedan satsa fullt ut på jobbet som hudterapeut. Kanske går jag ihop med en annan hudterapeut och vi öppnar någonting tillsammans. Jag har gått en utbildning som har med trädgård att göra, så kanske kommer jag att göra någonting med den utbildningen.” Charlotte

Det eventuella bytet motiveras med livsstilen, att hon vill vara där för sina barn.

”Det är svårt att jobba som hudterapeut när man har barn. Jobba på kvällar och helger när man har barn och de behöver hjälp med läxa....” Charlotte

Enligt Schein mäter de som har livsstil som karriärankare inte framgång i pengar utan ser på hur livet fungerar i sin helhet. Att ha tid för sina barn värderas högre än en enkelsidig livsstil med fokus på karriären.

Maria lämnade sitt jobb som lärare för handikappade barn för att dela med sig till andra av upplevelsen av vad en massage kan erbjuda för kropp och själ. Hennes agerande går i linjen med Scheins sjätte karriärankare, service och engagemang, som handlar om individer som vill göra världen till en bättre plats genom att skapa värde som gynnar andra människor. Beslutet att erbjuda massage för alla kan också ställas som exempel på vad Deutsch (1973) kallade för ett kollektivistiskt beteende där en individ kan i en och samma situation motiveras både av att tillfredsställa sina egna behov och samtidigt bry sig om andra människors nytta (Shamir, 1990).

Maria är också tydlig med att hon motiveras av att ständigt utvecklas genom nya uppgifter och nya problem som behöver lösas.

”Jag vill alltid ha nya utmaningar, vill utvecklas. Jag är fascinerad av att man har så många gåvor inom sig, utan att veta om det, utan att utnyttja dessa förrän man är tvungen.” Maria

”Jag söker inte trygghet, jag vill ha spänning och utmaning och jag vill göra ett bra jobb. Jag vill ha ett gott rykte. Maria

Utmaningar i yrket kännetecknar personer med det första karriärankaret, den tekniska/funktionella kompetensen där man ständigt vill förbättra sig genom att ställas inför nya problemlösningar i yrket.

4.3.3 Analys – undersökningar om företagandet

I avsnitt 3.3 skrev jag om Feldman och Bolinos undersökning i USA om egenföretagarnas arbetsmotivation. De fann att Scheins fjärde karriärankare, autonomi och oberoende var en dominant faktor bland deras respondenter. Min blygsamma empiri går i samma linje, där känslan av självbestämmande var viktig för varje intervjuobjekt. Den näst mest representerade motivationsfaktorn i den amerikanska utredningen var det femte karriärankaret, entreprenörskreativitet, där man drev eget för att kunna förverkliga sina idéer. Det fann jag också delvis belägg för i min undersökning. Varje hudterapeut drömmer om att driva en egen salong, just med motiveringen att kunna realisera sina egna idéer. Samtidigt måste jag höja en varningens finger vid undersökningen av huruvida deras längtan efter en egen salong är en

motivationsfaktor. Vi har tidigare fått se kosmetologernas starka motvilja mot att ta anställning på spa och därmed finns inte många andra vägar att gå än att bli egenföretagare. Som sådana kan de hyra in sig hos någon i en salong eller driva eget. Strävan efter att öppna eget kan därför också handla om strävan efter bättre ekonomi (få hyresintäkter från andra som hyr in sig), längtan efter att forma sin omgivning efter egen smak, bygga upp ett namn och en image genom salongen.

En annan av Feldmans undersökning, denna gång med Stephens, fann, som återgivits under avsnitt 3.3, att många kvinnor driver eget för att kunna balansera familjens och arbetslivets krav. Med det trendiga uttrycket, för att kunna hantera livspusslet. ”*Kryss i almanackan*” vid studiedag och läkarbesök, som Charlotte sa, är ett sätt att hantera dessa utmaningar. Case menar också, att många egenföretagare flyr från den traditionella arbetstiden och den traditionella organisatoriska byråkratin. David Goss tycker likadant när han säger att anledningarna till företagandet återfinns även i den sociala kontexten. Denna bild bekräftades i min empiri.

”Jag är mycket en frihetsälskare. Jag kan inte jobba nio till fem.” Maria

Maria ger här ett exempel på Cases observation. Den vanliga arbetstiden ”nio till fem” i kombinationen med fem veckors betald semester, representerar för många (mar)drömmen om en konventionell anställning som Maria ställer i kontrast till frihet. Men friheten handlar inte bara om självbestämmande över egen tid utan även om karriär- och utvecklingsmöjligheter, som Linda ser det.

”Det är skönt att slippa ha chefer. Som student arbetade jag med allt möjligt och jag har fått erfara hur mycket en dålig chef kan betyda för hur man mår. Det ser jag på mina kunder också. De jobbar hårt men motarbetas många gånger av sina chefer eller så känner de sig förbisedda. Då är jag glad att ha eget och vara min egen boss” Linda

Linda gav genom intervjun intryck av att vara en kvinna med starkt affärssinne och integritet. Affärlivet är inte alltid snällt mot medarbetare som har en stark vilja och starka åsikter och som eventuellt ifrågasätter beslut från högre nivåer. Genom att driva eget ges det en möjlighet att komma runt hinder och begränsningar som andra ställer upp för en. Men nackdelarna av att vara

sin egen boss är många. Som egenföretagare omfattas man inte av de svenska socialförsäkringsreglerna på samma sätt som en anställd. Man har till exempel fler karensdagar vid sjukdom och vård av sjukt barn och ingen betald semester. Varje dag, varje timme en hudterapeut gör något annat än jobbar med en kund är en förlust av arbetsinkomst medan hyran för salongen tickar vidare. Mona är väl medveten om detta men friheten prioriteras högre.

”Trots att det kan vara kärvt, kan jag inte tänka mig att göra någonting annat. Har man drivit eget så tänker man annorlunda. Man blir mer effektiv. Jag har kunder som jobbar i Malmö, kommer till mig efter jobbet halv sex, sex, är trötta och varit i gång sen morgonen. Då tänker jag ibland, efter en hel dags arbete, hur mycket har de utträttat egentligen? Pendlingen tar en timme. Sen fikar de och datorerna trasslar och så. De har kanske jobbat effektivt i 4-5 timmar max. Men de är ändå borta hemifrån i nio-tio timmar och är helt slut. Det har jag svårt för. Sen är det klart, de har ju en fast lön och det kan jag avundas dem, men jag har min frihet.”
Mona

Frihet är ett nyckelord inte bara i Monas, utan även i de andras berättelse. Friheten kan användas till mycket. För Linda betyder frihet delvis möjligheten att utforma salongens image med hjälp av inredning. För Mona och Charlotte, med barn som bor hemma, är det viktigt att kunna ta ledigt för att ha tid för familjen. För Maria betyder frihet att hon inte behöver stressa utan låter behandlingen ta den tid som krävs tills både kunden och hon själv blir nöjd. Friheten används alltså till mycket men *målet* med den är ändå detsamma, som jag ser det. Friheten används för att vara mer effektiv. Vi glömmet det lätt, men effektivitet definieras bredare än inkomst per timme. Effektivitet handlar också om att erbjuda rätt tjänst till rätt kund, att kunna fungera i vardagslivet, och att göra ett bra jobb för kunden vilket leder till större balans i livet.

5 Avslutande diskussion

Uppsatsens syfte var att beskriva och analysera möten i människonära tjänster ur tjänsteutövarens synvinkel med betoning på deras upplevelse av tjänsterelationer och känslorbetet samt deras arbetsmotivation. Jag ämnar nu sammanfatta mitt arbete och se hur uppsatsens tre frågor kan besvaras.

Vilken roll spelar tjänsterelationer i tjänsteutövarens dagliga arbete?

Det första undersökte ämnet var tjänsterelationer. Litteraturen betraktar kosmetologernas och andra tjänsteutövares relationsbyggande och investeringar i ett lyckat tjänstemöte som en sorts marknadsföring som kommer att bidra till att kunden återvänder och därmed ökar tjänsteutövarens inkomster. Samtidigt gav mina respondenter uttryck för väldigt starkt motstånd mot att ta anställning på spa och den motviljan förklarades med spa-anläggningarnas löpande band system där gästerna levereras fram till en med för kort tid för behandling och för lite tid mellan gästerna. Den uppläggningsen omöjliggör för hudterapeuterna relationsbyggandet. En spa använder dock detta tidseffektiva system just för att öka lönsamheten. Paradoxalt betyder alltså relationsbyggande ökade inkomster för en fristående kosmetolog, medan samma relationsbyggande process skulle minska en spaanläggnings intäkter. Min empiri ger mer stöd åt synen på hudterapeuternas relationsbygge och kommersiell vänskap som konsekvenser som uppstår i behandlingssituationens intimitet och vid frekventa besök. Jag hittade inte mycket grund för synen på deras sätt att hantera tjänsterelationer som marknadsföring. För tjänsteutövarna i min empiri kommer marknadsföringens positiva effekter som grädde på moset, men det främsta målet med arbetet är ett lyckat tjänstemöte, ur både kundens och kosmetologens synvinkel.

Hur påverkar emotional labour arbetsituationen i high-touch servicemöten?

Mina respondenter har vid flera tillfällen gett uttryck för känslorbetet-dimensionen av sina arbeten. Fastän de förmodligen inte känner till begreppet, är de alla införstådda med att de måste spegla vissa känslor, undertrycka andra och generellt anpassa sina beteenden enligt de förväntningar kunderna och de själva också har. Trots att de ständigt återkom till beteenden eller företeelser som är en konsekvens av det EL de utför, kunde jag inte identifiera någon stark medvetenhet om denna beteendeanpassning, vilket kan ses som ett stöd för Mirchandanis beskrivning av EL som en osynlig dimension av ett arbete.

Hudterapeuter är ett kvinnodominerat yrke. Trots mina försök, har jag inte kunnat få fram information om huruvida det finns manliga utövare, men den kvinnliga dominansen bland både utövare och kunder är övertygande. EL betraktas av många som en del av det naturliga kvinnliga beteendet som varken kräver utbildning eller träning utan utförs nästan instinktivt av kvinnor. En överblick av en av de mest renommerade hudterapeut-utbildningarna bekräftar den bilden: ingenstans i den ettåriga utbildningen nämns emotional labour, behovet av relationsbyggandet eller den potentiella faran med känslarbetet som i värsta fall kan leda till psykologisk utmattning och utbrändhet (www.gilda.se). Emotional labour utgör en viktig del av en hudterapeuts arbete men det betraktas som någonting man bör ha fallenhet för om man väljer det yrket.

Även om omfattande forskning påvisar sambandet mellan EL och stor risk för dess negativa psykologiska konsekvenser, återfann jag inte mycket bevis för det i min empiri. En viktig anledning till det är, enligt min uppfattning, att alla dessa kvinnor jobbar självständigt, driver egen praktik och kan därmed styra *hur många* kunder de tar emot och i viss mån även, *vilka* dessa kunder ska bli.

I motsats till mina förväntningar framhövdes vissa aspekter av känslarbetet som den positiva delen av yrket, mina respondenter gav uttryck för en gemenskap de upplevde med gästerna och som delvis är ett resultat av den känslomässiga inblandningen deras arbete kräver.

En intressant upptäckt finns i hudterapeuternas beskrivning av en bra kund och det nästan uttalade "kravet" på gästerna att prata under behandlingen. En behandlings funktionella kvalitet utgörs delvis av småpratet och kunden måste *aktivt delta* i konversationen för att kosmetologen ska uppleva det som ett lyckat tjänstemöte. Emotional labour ställer kravet på kunden att prata, öppna sig, berätta och bjuda på sig.

Samtidigt får man poängtera att deras sinsemellan olika beskrivning av ett lyckat tjänstemöte belyser heterogeniteten bland tjänsteutövare. Samma mångfald återfinns bland kunderna. Vissa kunder har ett större behov av att prata, medan andra föredrar att slappna av. Vissa vill bygga upp en vänskapsliknand relation med sin hudterapeut, andra vill behålla den professionella distansen.

Vad motiverar hudterapeuterna att utföra sina arbeten i ett high-touch servicemöte?

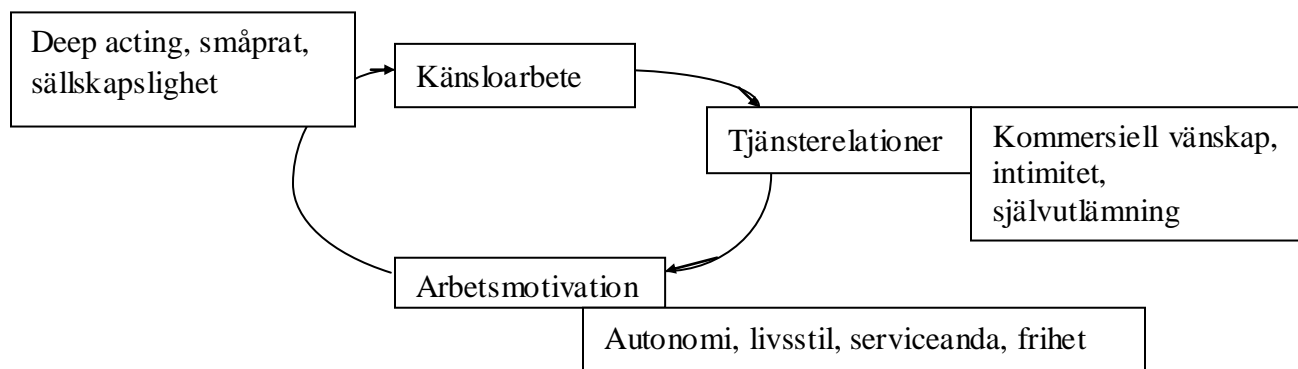
Uppsatsens empiri analyserades med betoning på Maslows och Scheins motivationsteorier samt av enstaka amerikanska undersökningar om företagarnas arbetsmotivation. Jag fann att teorin om arbetsmotivation inte bara kunde tillämpas utan även nyanseras med hjälp av min empiri.

Så länge de första basbehoven i Maslows behovspyramid – tillämpade på arbetslivet lön och andra arbetsförhållandena - inte tillfredställdes, kunde inte min respondent, Mona, uppskatta goda kundrelationer och deras uppskattning för hennes arbete. Inte heller kunde de avhoppade hudterapeuterna fortsätta sina arbete, trots deras entusiasm för själva yrket, så länge inte ekonomin gick ihop och försörjningen fick säkras på annat sätt. När dock väl ekonomin var säkrad, kunde mina respondenter njuta av känslan av att ha utfört ett bra arbete och av att ha goda kundrelationer, dessa element var starka motivationsfaktorer. Drömmen om en egen salong där de får bestämma allt från den minsta gardinen till det överfattande konceptet, ser jag som ett uttryck för självförverkligandet där varje hudterapeuts unika personlighet och intresse kunde materialiseras.

Jag fann även Scheins teori om karriärankare som ett välfungerande praktiskt verktyg i analysen av mina respondenters motivation. Autonomi och självständighet, livsstil, service och engagemang var motivationsfaktorer som Schein nämner i sin teori och som jag återfann bland mina intervjuobjekts motivationsfaktorer.

Många som jobbar inom hudterapi är ”tvångsföretagare” då yrket inte erbjuder många möjligheter till fast anställning. Relevansen av den använda litteraturen om företagarnas motivation kan därför vara begränsad. Dock fann jag att självbestämmandet och frihet nämndes ofta i intervjuerna och betraktades som fördelar med att driva egen verksamhet. Flykten från ”den traditionella arbetstiden och den traditionella organisatoriska byråkratin”, som Case uttryckte det, resulterar i en frihet som används för att kunna balansera vardagsliv och yrkesliv samt för att kunna erbjuda en tillfredsställande behandling.

Tidigare, i kapitel 3 med Figur 2, har jag illustrerat kunskapsluckan i hur uppsatsens tre huvudämnen, tjänsterelationer, känslorarbete och arbetsmotivation överlappar varandra baserat på deras uttrycksformer. Efter genomförda analyser anser jag att sambandet mellan dessa tre ämnen finns och det kan illustreras och beskrivas enligt Figur 3.



Figur 3. Sambandet mellan känslorarbetet, tjänsterelationer och arbetsmotivation i high-touch servicemöten 2.

I min empiri fann jag att flera av känslorarbetets uttrycksformer, såsom småprat, sällskapslighet och deep acting förekommer i tjänsteutövarnas dagliga arbete och bidrar till att skapa en relation mellan kund och hudterapeut. Vid frekventa besök synnerligen, men även vid enstaka besök kan dessa resultera i olika graders självutlämning som kan vara ömsesidig. Intimiteten och samtalen leder till att någon sorts tjänsterelation uppstår. Relationen till kunderna, spännande besök och återbesök av dem samt arbetets kontinuerliga tekniska utmaning (exempelvis att behandla en kund med hudproblem som kräver flera besök) är faktorer i sig som gör tjänsteutövarna motiverade att utföra sina arbeten. Ett high-touch yrke, som hudterapeuternas, kräver också en tillräckligt motiverad tjänsteutövare för att kunna hantera känslorarbetet.

Kortfattat kan alltså sägas att känslorarbetet är en viktig anledning till att tjänsterelationer uppstår, vilka i sin tur kan bidra så positivt till arbetsupplevelsen att de blir i sig motivationsfaktorer för att kunna utföra arbetet som hudterapeut. Samtidigt måste man vara motiverad för att kunna hantera ett yrke som kräver känslorarbete och tjänsterelationer och därmed är cirkeln sluten.

6. Avslutning

Jag hoppas att läsaren fann min uppsats intressant och kanske inspirerande för ytterligare forskning. Materialet kunde undersökas ur andra synvinklar och med hjälp av andra teorier också och jag känner att flera frågor dök upp under arbetets gång som kunde vara intressanta för vidare diskussion.

En intressant upptäckt var hur viktig kundens deltagande är i tjänstemötet. Frågan ”Hur ska en kund bete sig för att tjänsteutövaren ska vara nöjd med mötet och relationen?” kunde vara värd ytterligare undersökningar.

Sambandet mellan känslöarbetet och företagandet är ett annat intressant område. Ger autonomi en sorts immunitet mot känslöarbetets skuggsidor? En självständig hudterapeut kan tacka nej till jobbiga kunder, men denna möjlighet har inte en anställd sjuksköterska. Men egentligen, har en självständig företagare verkligen autonomi på det sättet? Det är ju tveksamt om de verkligen kan tacka nej till otrevliga kunder gång efter gång efter gång och ändå överleva ekonomiskt.

Vad är mina respondenter exempel på? På ett sätt är de självständiga entreprenörer men visst kan man också betrakta dem som tvångsföretagare som kämpar för att överleva. De kan ses både som representanter för den moderna kvinnan som driver egen verksamhet och på dem som sitter fast i kvinnofällan, där verksamheten de driver mer är en bisyssla än en väsentlig inkomstkälla.

Vilken klass tillhör de? Mina intervjuobjekt har långa och kostsamma utbildningar och vidareutbildningar bakom sig, men arbetet de utför är ändå kroppsligt med fokus att betjäna andra. Traditionellt befolkades ju tjänstebranschen av arbetare ur arbetarklassen men så är det inte längre i dagens Sverige. Tjänsteutövare kommer nu allt oftare ur och tillhör medelklassen, till viss del som en följd av en allmänt högre utbildningsnivå i samhället och att vissa tjänster blivit mer komplicerade än förr.

Vilka sorters värderingar döljer sig bakom deras uttalanden? Sett ur det dominerande samhällsperspektivet verkar de inte vara framgångsrika. De får inga årliga utbetalningar i form av

jättebelopp som bonusar. Ingen av dem verkar ha byggt upp någon förmögenhet. Vissa av dem känner redan av kroppsliga åkommor som en följd av det fysiska arbetet. De hyr in sig hos andra, jobbar hemifrån, söker arbete, är sjukskrivna. De får ingen tjänstebil. Men kanske är de lyckliga ändå? Kan det vara så att det är majoriteten av oss som hela tiden strävar efter mer pengar och status som har fel?

Syftet med uppsatsen var att besvara mina frågeställningar men jag känner att tack vare mina fantastiska respondenter som så öppenhjärtigt talade om sina arbetsupplevelser och gav mig en empiri som är en guldgruva av iakttagelser, känslor, erfarenheter och synpunkter, fick vi inblick i såväl enstaka livsöden som i större samhällsproblem.

Tack för visat intresse!

Referenslista

Abrahamsson, B & Andersen, J, 1999, *Organisation*, Liber AB

Arnerup-Cooper, Birgitta & Edvardsson, Bo, 1998, *Tjänstemarknadsföring i teori och praktik*
Studentlitteratur

Arnould, Erik & Price, Linda, Commercial Friendships: Service Provider-Client relationships in context. *Journal of Marketing*, 1999

Austin, Elisabeth J., Dore, Timothy C.P., O'Donovan, Katharine M, : Associations of personality and emotional intelligence with display rule perceptions and emotional labour. *University of Edinburgh*, 2007, s. 677-686

Austin, M.D., Human Services Management- Organisational leadership in social work practice. *Columbia University Press*, 2002

Brotheridge, Celeste M & Lee, Raymond T,. Development and Validitation of the Emotional Labour Scale. *Journal of Occupational and Organisational Psychology*, Sep 2003; 76, 365-379.

Bruzelius, Lars H & Skärvad, Per-Hugo, 1995, *Integrerad organisationslära*, Studentlitteratur

Clegg S. R, C. Hardy & W.R. Nord (eds.): *Handbook of Organization Studies*, 1998, 543–64.
London: Sage

Corvellec, Hervé & Lindquist, Hans, 2005, *Servicemötet - Multidisciplinära öppningar*, Liber
Ekonomi AB

Ducheneaut, Nicolas, Moore, Robert J. & Nickell, Eric, Virtual “Third Places”: A Case Study of Sociability in Massively Multiplayer Games. *Computer Supported Cooperative Work*, 2007, 1&:
129-166

Feldman, D & Bolino, M, Career patterns of the self-employed: career motivations and career outcome. *Journal of Small Business Management*, 2000, s. 53-67

Gimlin, D., Pamela's Place: Power and Negotiation in the Hair Salon. *Gender & Society*, 1996, 10:5, 505–26.

Goss, David, Entrepreneurship and 'the social': Towards a deference-emotion theory. *Human Relations*, 2005, 58:617

Grant, Adam M., Does Intrinsic Motivation Fuel the Prosocial Fire? Motivational Synergy in Predicting Persistence, Performance and Productivity. *Journal of Applied Psychology*, 2008, 93:1, 48-58

Grönroos, Christian, 2002, *Service Management och marknadsföring -en CRM ansats*, Liber Ekonomi AB

Hochschild, A. R., 1983, *The Managed Heart: Commercialization of Human Feeling*. Berkeley, CA, University of California Press.

Hunter, B. & Smith, P., Emotional labour: Just another buzz word? *International Journal of Nursing Studies*, 2007, 44, s. 859-861

Kvale, Steinar, 1997, *Den kvalitativa forskningsintervjun*. Studentlitteratur

Lundequist, J., 1995, *Design och produktutveckling. Metoder och begrepp*. Studentlitteratur

Mars, Gerald & Nicod, Michael, The World of Waiters. *Contemporary Sociology*, Vol. 15, No. 6 (Nov., 1986), s 874-875

Mirchandani, K., Challenging Racial Silences in Studies of Emotion Work: Contributions from Anti-racist Feminist Theory. *Organization Studies*, 2003, 24:5, 721–42.

- Mossberg, Lena, 2003, *Att skapa upplevelser- från ok till wow!* Studentlitteratur
- Mottazl, Clifford, Gender Differences in Work Satisfaction, Work-Related Rewards and Values, and the Determinants of Work Satisfaction. *Human Relations*, 1986, 39: 359
- O`Donohoe, Stephanie & Turley, Darach, Compassion at the counter: Service providers and bereaved consumer. *Human Relations*, 2006, 59; 14-29
- Overman, Stephanie, Weighing career anchors. *HRMagasin*, 1993, 38:3, 56-58
- Segal, Gerry, Borgia, Dan & Schoenfeld, Jerry, The motivation to become an entrepreneur. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 2005, 11:1, 42-57
- Shamir, Boas, Calculations, Values, and Identities: The Sources of Collectivistic Work Motivation. *Human Relations*, 1990, 43, 313 - 333
- Simmel, Georg, The sociology of sociability. engelsk översättning av Everett C. Hughes, *University of Chicago*, 1949
- Stanley, T.L, a motivated workplace is a marvellous sight. *Supervision*, 2008, 69:3, 5-8
- Tancred, P. Women's Work: A Challenge to the Sociology of Work. *Gender, Work and Organization*, 1995, 2(1): 11-20
- Toerien, Merran och Kitzinger, Celia, Emotional Labour in Action: Navigating Multiple Involvements in the Beauty Salon. *Sociology*, 2007, 41:4
- Toerien, Merran och Kitzinger, Celia, II. Emotional Labour in the Beauty Salon: Turn Design of Task-directed Talk. *Feminism Psychology*, 2007; 17; 162
- Usunier, Jean-Claude & Lee, Julie Anne, *Marketing Across Culture*. 4th edition, Prentice Hall, London, 2004

Van Dijk P. A. & Brown, A. K., Emotional labour and negative job outcomes: An evaluation of the mediating role of emotional dissonance. *Journal of Management and Organization*, 2006, 12

Warhurst, Chris & Nickson, Dennis, A new labour aristocracy? Aesthetic labour and routine interactive service. *Work Employment Society*, 2007, 21; 785

Wong, Amy Lai Yu, Making career choice: A study of Chinese managers. *Human Relations*, 2007, 60: 1211-1233

Zapf, Dieter & Holz, Melanie, On the positive and negative effects of emotion work in organizations. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 2007, 15:1, 1-28

Elektroniska källor

www.ams.se – Arbetsförmedlingens hemsida, besökt den 2 april 2008

www.hudterapeuterna.a.se - Sveriges Hudterapeuternas Riksorganisation (SHR) hemsida, besökt den 10 april 2008

www.seyf.se - Svenska Estetikers Yrkesförbund (SEYF) hemsida, besökt den 10 april 2008

www.gilda.se - Gilda Skolans hemsida, besökt den 14 april och 26 maj 2008

Bilaga 1 - Intervjuer

Intervju med ”Maria”

”Maria” är 53 år, har jobbat 16 år i yrket. Från början arbetade hon som speciallärare för fysiskt handikappade barn och det var genom sitt dåvarande yrke hon kom i kontakt med massage. Hon upplevde att hennes elever mådde mycket bra av att bli masserade och kände att *”detta välmående borde ju alla uppleva”*. I vuxen ålder utbildade hon sig på International Beauty School of Sweden till massageterapeut. Under sitt jobb som massageterapeut kände hon behovet av *”att ha ytterligare ett ben att stå på”* och ville *”få en mer holistisk syn, en helhet i arbetet”* och utbildade sig därför även till hudterapeut. Hon hade en egen salong åren 1997-2004, och har sedan arbetat kortare perioder på två större spa i Skåne. Just nu arbetar hon vid behov på ett mindre spa men söker även andra jobb inom yrket. Dessutom håller hon på att utbilda sig till samtalsterapeut. En anledning till den senare utbildningen är att kunna arbeta med det även när hon blivit äldre och kroppen inte längre klarar av jobbet som hudterapeut. Men en annan, minst lika viktig anledning är att använda samtalet som en kompletterande funktion till de nuvarande massage- och ansiktsbehandlingarna: *”man möter mycket minnen i muskler som kan aktualiseras i en viss situation.”* En sådan situation kan även vara en vanlig behandling då barndomsminnen, tragiska upplevelser eller andra negativa händelser, som kanske har förträngts i det undermedvetna men lagrats i kroppen, visar sig i form av muskelspänningar smärta, eller på något annat fysiskt sätt. Hon berättade om att hon ibland på ett fysiskt sätt kan känna den andra människans smärta och ta över det, befria gästen från gamla smärtor som har lagrats i kroppen och glömts bort.

”En behandlingssituation är även en sorts psykologisk process där gästen klär av sig, mer eller mindre, bokstavligen eller bara symboliskt, man är bar. När han eller hon lägger sig på britsen så är det lite ”nu är jag här, ta hand om mig”. Det handlar om mindfulness.”

”Det är alldeles för mycket ytlighet i branschen, alldeles för mycket. Många gör det

bara för ytlighet. Jag avskyr ytlighet i all sin form. Det är inte fnissighet och så jag är emot, men en behandling handlar inte om att jag sätter på en mask på gästen och sen kan hon gå. Skönheten kommer inifrån. Det är kärnan i min hudterapi.”

Om att jobba på större på spa-anläggningar:

”Det är alldeles för mycket löpande band (nu i branschen), vart tar det personliga omhändertagandet vägen? Hur känner gästen att man har brytt sig om henne? Särskilt på stora spa, man fick fem minuter mellan kunderna. Jag vantrivdes så starkt där. Spa-tanken handlar om ro och lugn, kunden upplever ju att terapeuten är stressad. Den är ju så cynisk, deras syn på medarbetarna.”

”Man tjänar inte så mycket, bara 100 kronor per timme, och sedan måste man ju köra dit också, det ville de inte betala extra för.”

”Man får inte tid för kunden, det är hela tiden ”skynda dig, skynda dig”, vad får man för relation med kunderna då? Kommer de ihåg mig? Jag blir bara en bricka i spelet.”

Om friheten som frilans kontra tryggheten en anställning kan ge:

”Jag söker inte trygghet, jag vill ha spänning och utmaning och jag vill göra ett bra jobb. Jag vill ha ett gott rykte. Jag är 53 nu, men än idag, om jag söker jobb i Malmö till exempel, blir jag utvald för mina tankar, för att jag har en annan profil. Jag känner att jag gör det rätta, jag ger bara mig själv, behöver inte förstå mig. Det är inte efterfrågat på stora spa, där tittar de bara på det tekniska, de anställer någon bara för deras eget skull, inte för gästernas.”

”Jag hade en ekonomisk trygghet att falla tillbaka till (när jag bytte karriär från lärare). Jag har inte behövt ta upp studielån till exempel. Det är möjligt att jag inte hade gett mig in i det om jag inte hade haft denna trygghet.”

”Genom att driva eget, kan jag styra hur jag vill lägga upp mitt arbete, min tid. Jag kan utforma miljön på min arbetsplats, tänka på färger, doft, musik, textilier. Det kommer man inte ens i närheten av att bestämma när man är anställd.”

Maris har berättat, med mycket medkänsla och nästan sorg i röstet, om en kund hon hade som la sig ner på behandlingsbritten avklädd men med armarna i kors över bröstet och kunde inte förmå sig själv varken att lägga armarna på britsen eller koppla av i kroppen. Hela hennes kropp var spänd och massagen kunde inte utföras.

”Det är en frustrerande känsla när man inte kan hjälpa en kund. Man vill så gärna vara en förmedlare, en länk, någon som kan hjälpa.”

Om motivationen i allmänhet:

” Jag vill göra ett bra jobb i förhållandet till behovet. Jag vill att gästen ska gå därifrån med en (djup suck), en välbefinnandets suck, en känsla av att ” jag kan leva på det här i några dagar till”. ”

”Klart, man motiveras av egoistiska skäl också, man vill känna sig god, någon som andra ser upp till, man vill vara bäst.”

” Man märker när någon är rädd för beröring... Jag har en förmåga att känna andra människans smärta. Det är en bekräftelse på att jag gör rätt, har rätt yrke. Inte för att jag gjorde fel som lärare heller, men jag har den lyhörddheten som yrket kräver.”

”Jag är mycket en frihetsälskare. Jag kan inte jobba nio till fem.”

”Ensamheten i jobbet kan vara en nackdel. Det är bra om man har en väninna att ringa till och fråga ”hur gör du det eller det”. Annars är jag en ensamvarg, jag saknar inte att ha kollegor.”

”Jag vill alltid ha nya utmaningar, vill utvecklas. Jag är fascinerad av att man har så många gåvor inom sig, utan att veta om det, utan att utnyttja dessa förrän man är tvungen.”

Om besvärliga kunder och situationer:

”När kunden klär av sig håller jag upp ett badlakan att linda sig i och jag vrider bort huvudet. Genom att vara professionell och visa tydlig distans (hanterar jag gästens nakenhet).”

”Det är ganska vanligt med män som medvetet ”missförstår” massagen och får erektion till exempel. Då säger jag ifrån väldigt bestämt och i fortsättningen har jag aldrig ledig tid när de ringer för att boka. Jag hade en kollega på utbildningen som råkade ut för en man som fick erektion medan hon masserade honom. Hon skojade bort det genom att lägga på en handduk och säga ”nu blev ett litet tält”. Men man kan inte skoja bort det med alla män. Vissa provocerar ganska öppet.”

”Om jag hade blivit attraherad av en gäst så hade jag sagt det till honom ”jag är ledsen men jag kan inte fortsätta att massera dig då jag har fått andra känslor för dig.” Jag hade inte kunnat fortsätta att ha honom som gäst, det är inte professionellt. Jag är ensamstående, så jag har faktiskt tänkt på hur det skulle vara om detta skulle inträffa.”

”Jag hade nu planer på att öppna ett eget spa, men det gick inte i lås, av olika anledningar. Det skulle ha varit ett litet, familjärt ställe. Inte familjärt som för familjer, för det skulle inte vara några barn där, utan familjärt som litet och avslappnat där man kunde meditera och prata av sig och fundera över sitt liv och äta nyttigt. Det skulle vara litet och intimt, med plats för max åtta personer. Men jag har inte gett upp hoppet än.”

Intervju med "Charlotte"

"Charlotte" är 37 år. Direkt efter gymnasiet påbörjade hon en hudterapeut-utbildning i Köpenhamn. Hon har drivit tre egna salonger där andra –frisörer, akupunktörer, massörer - fick hyra in sig. Hon sålde sin salong för tre år sedan när hon skulle bli mammaledig och har sedan dess jobbat hemifrån. För närvarande är hon sjukskriven på grund av arbetsskada.

Valet av yrket motiverar hon med att hon *"har alltid varit inne på det här med make-up och så"* och det var den enda utbildningen som var i närheten av hennes önskemål att kunna jobba med make-up.

"Tills sist innehöll inte utbildningen så mycket om make-up, utan det fick jag lära mig efteråt i en annan utbildning, men det var då jag har fick upp ögonen för huden och upptäckte hur spännande det är med ansiktsbehandlingar. Vid den tiden gick inte ungdomarna på ansiktsbehandlingar som de gör idag, så jag visste ingenting om det tidigare."

Under sina 17 år i yrket har hon startat egen verksamhet tre gånger utan någon som helst bidrag eller andra sorters ekonomisk stöd från myndigheter. Hennes pappa och senare hennes man har hjälpt till att starta verksamheten.

"Med tiden lär man sig att sälja, både ens egna kunskaper och produkterna, dels för att man ser att de fungerar men även för att det behövs för att (verksamheten ska) överleva. Men i början var det jättesvårt, jag är ingen säljare egentligen."

På frågan om hennes motivationsfaktorer i arbetet framhäver hon resultatet av arbetet och relationen med kunderna.

"Det är jättekul att jobba med behandlingar. När man kan hjälpa ungdomar med svår acne, men även för vuxna, när man ser förbättringar av huden efter behandlingar, att kunden är nöjd. Det är verkligen positivt och det känns kul att jobba."

"Man tjänar inte så stora pengar på att jobba som hudterapeut."

På fråga om arbetskamrater, svarar "Charlotte" så här:

"Jag behöver arbetskamrater. Det är klart, är man flera som jobbar ihop blir det ofta problem också, men det är roligare än att jobba själv. I början gick det bra att jobba hemifrån själv, men sen blev det svårt (att jobba ensam)."

Om arbetssituationen generellt:

"Arbetet är fysiskt krävande, det är ju det. Jag fick inflammation i bröstbenet som jag inte kunde träna bort, det enda sättet att bli av med det var det att vila bort det. I början, när man är ung, kör man bara på, jobbar från åtta på morgonen till nio på kvällen. Ska jag fortsätta att jobba sedan, blir jag noga med att ta fikapaus, äta lunch och vila allmänt."

"Det är svårt att jobba som hudterapeut när man har barn. Jobba på kvällar och helger när man har barn och de behöver hjälp med läxa. Möjligt att jag kommer jobba med någonting helt annat i ett par år eller så tills barnen har blivit lite större och sedan satsa fullt ut på jobbet som hudterapeut. Kanske går jag ihop med en annan hudterapeut och vi öppnar någonting tillsammans. Jag har gått en utbildning som har med trädgård att göra, så kanske kommer jag att göra någonting med den utbildningen."

"Har man jobbat självständigt i så lång tid, är det sedan jättesvårt att komma in i det här med fem veckors semester, även om man som företagare inte brukade ta ut ens fem veckor. Men man blir van vid att "studiedag i skolan", kryss i almanackan, "den dagen ska jag till läkaren", kryss i almanackan. Så det är klart, friheten betyder mycket."

"Har tänkt på att söka jobb på ett spa, men blev sedan avrådd från det. En tjej som har jobbat där har berättat hur det är, att hon fick panik, så körigt det var. Och sedan på spa, hur ofta träffar man samma gäst? Kanske kommen hon tillbaka efter ett år, men det är inte säkert. Relationen med kunderna, det är så viktigt. Vissa av mina kunder träffar jag oftare än mina kompisar. Vissa gäster är så härligt verbala, vi pratar mycket och det är så kul."

”Hur man hanterar gästernas nakenhet är en fråga om hur man själv är. På utbildningen pratade de om att hålla upp en handduk för gästen och titta bort och jag sa, vaddå, jag brukar ju prata med gästen medan de klär av sig, så alla skrattade och sa att ja, men då får du ju gästen att bli avslappnad. Så det handlar mycket om hur man är själv.”

”Jag har inte träffat på besvärliga gäster. Medan jag hade en salong i Malmö, kunde det hända att män ringde och missförstod vad det var för massage vi erbjöd, men det blev aldrig mer än så. Det fanns kanske några gäster som kunde vara otrevliga mot tjejen i receptionen och kanske klaga över någonting, typ, ”jamen denna kräm är ju inte full”, men när jag sedan kom ut (ur behandlingsrummet) och pratade med dem, så var de trevliga mot mig.”

”Är medlem i Sveriges Hudterapeuternas Riksförbund. Jag har inte varit så jätteaktiv på att söka hjälp ifrån dem. Men man får en tidning varje månad om man är medlem, de skriver om nya produkter och behandlingar, och det är jättebra.”

Intervju med ”Mona”

”Mona” är 48 år och har jobbat i 20 år i yrket. Hon flyttade som 19-åring utomlands för att jobba som modell. Efter att ha bott i Italien, Frankrike och en kortare tid i USA, återvände hon till Sverige som 25-åring och fortsatte sin karriär i Sverige vilken resulterade i en del omslagsbilder till damtidningar. Ett urval av dessa bilder hänger nu på väggen till hennes lilla behandlingsrum. Eller, rättare sagt, hängde. ”Mona” har precis flyttat hem sin verksamhet till ett litet rum i sin villa där hon bor själv med sina två döttrar.

”Mona” utbildade sig i Köpenhamn efter att ha återvänt till Sverige. Utbildningen finansierade hon med en del av sina besparingar som hon hade kvar efter modellandet. Förutom sin hudvårdsutbildning är hon även en färgkonsult vilket innebär att hon med hjälp av tygprover i olika färger kan analysera en kunds naturliga färger (ögon- och hårfärg, hudens nyans) och komma med förslag till vilka färger kunden bör bära för att framhäva sin egen lyster.

”När jag gick utbildningen i Köpenhamn, var det inte så vanligt med hudterapi, kunderna var av en viss typ, om du förstår vad jag menar. Det var ett privilegium att få ha dem som kunder. Många av dem hade en viss status och folk såg upp till dem, men de mådde inte så bra egentligen. Efter att ha gått hos mig ett tag, började de sedan öppna sig och berätta om sitt liv. Man kände sig utvald då, att kunna få en inblick i deras liv, som inte många hade inblick i.”

”Det fanns inte så många behandlingar som nu. Det var rengöring, ånga, massage och masker av olika slag. Men det räckte. De kom inte för behandlingens skull, eller jo, kanske för massagen. En sa en gång att min massage är den enda beröring hon får. Jag var helt paff, hon var en parant och ja, snygg dam då, inte ens 50. Man var själv ung då, hade man och småbarn, trodde inte att det kan vara sant. Men det vet man ju nu (skratt).”

”De (kunderna) ville bli ompysslade, höra senaste skvaller, beklaga sig ibland – det var mer en psykologisk grej. Jag upptäckte efter ett tag vad de ville höra. Jag brukade ge dem komplimanger, det var de så utsvultna på.”

”Efter ett tag har jag byggt upp min kundkrets som kom regelbundet och jag tjänade så att det räckte. Jag har inget affärssinne egentligen. Jag tänkte aldrig på att jag skulle expandera eller utbilda mig vidare eller så. Eller, jo, jag ville öppna eget, den drömmen hade jag länge. Men sen kom skilsmässan (från sin man) och det blev knapert.”

”Direkt efter skilsmässan blev det jättesvårt. Jag gick till och med till sociala media men de sa bara till mig ”sälj huset och sälj bilen, sen kan du få bidrag”. Fick ingen hjälp från dem.”

”Jag mådde så dåligt efter skilsmässan och hade så svårt för att lyssna på deras (kundernas) problem. Jag tänkte, ok, din man bedrar dig, so what? Han betalar ändå dina räkningar ... Jag hade det så svårt under denna tid. Jag kommer så väl ihåg, än idag, när mina döttrar var åtta och tio år och vi åt bara pasta och gröt i en månad för jag hade inte råd med något annat.”

”Jag nämnde för vissa av kunderna hur svårt jag hade det ekonomiskt, ja, jag antydde det ibland. Jag var så naiv, trodde någonstans att vi var lite som kompisar, de har ju berättat så mycket intimt för mig genom åren. Men det var bara en inbillning från min sida, det förstod jag då. De ville inte höra det. Jag ville inte ha hjälp från dem eller så, tvärtom. Trodde någonstans i min enfald att om de får höra om mina problem, om hur svårt det är att vara ensamstående yrkestjej, trodde då, att de kunde må bättre och, ja, få lite perspektiv på sina liv. Men så fort jag började prata om pengar och så, så stelnade de till i kroppen. De ville inte höra om det.”

”Efteråt blev det lite bättre ett tag och jag kunde leva på affären. Men jag har blivit tuffare. Började se mina kunder som kunder och inte längre som kompisar. Jag lärde mig att ta betalt för mitt arbete. Det var då jag började med färgkonsultation också. Jag tänkte, ok, ni vill bli ompysslade och jag vill tjäna pengar, vi kombinerar de två.”

”Konstigt egentligen, men så fort spa och wellness och allt detta har blivit populärt, så började jag tappa kunder. En del hade blivit för gamla och slutade därför men en del

började åka iväg till spa istället för ansiktsbehandlingar.”

”Jag har funderat på att börja jobba på spa. Ja, jag kan ju berätta, jag har sökt några jobb där men fick inte det. Vet inte om jag var för gammal eller vad men är inte heller så sugen på att jobba där. Hörde att lönen är dålig och så måste man ändå vara där hela dagarna. Jag är inte van vid det. Jag vill finnas där för mina tjejer, de flyttar ju snart hemifrån.”

*”Drömmen om en egen salong har jag nog kvar. Jag har inte tänkt på det så länge, men nu när du frågar så...Kanske när mina töser har flyttat hemifrån, kan jag sälja huset och öppna någon liten salong som jag kan hyra ut till andra och leva gott utan att jobba *skratt*.”*

”Vad som har motiverat mig? Ja, det var ju det enda jag kunde göra och jag var ju tvungen att göra någonting. Vad hade jag för alternativ? Jobba på dagis eller inom äldreården? Nej, tack. Jag har ju ändå haft det lite lyxigt. Inte i pengar men om man tänker på arbetsmiljö och så. Jag kunde sluta efter en halv dag och gå hem och bara vara. Det är lyx.”

”Trots att det kan vara kärvt, kan jag inte tänka mig att göra någonting annat. Har man drivit eget så tänker man annorlunda. Man blir mer effektiv. Jag har kunder som jobbar i Malmö, kommer till mig efter jobbet halv sex, sex, är trötta och varit i gång sen morgonen. Då tänker jag ibland, efter en hel dags arbete, hur mycket har de uträttat egentligen? Pendlingen tar en timme. Sen fikar de och datorerna trasslar och så. De har kanske jobbat effektivt i 4-5 timmar max. Men de är ändå borta hemifrån i nio-tio timmar och är helt slut. Det har jag svårt för. Sen är det klart, de har ju en fast lön och det kan jag avundas dem, men jag har min frihet.”

”Nej, jag vill inte att mina tjejer ska jobba med något sådant. De ska plugga vidare och bli någonting. Jag hade ju andra förutsättningar än de, hoppade av skolan tidigt och så.”

”Kollegor har jag aldrig saknat. Jag hade ju kollegor där jag hyrde in mig, men vi hade inte så mycket kontakt med varandra. De skötte sitt och jag mitt.”

Intervju med ”Linda”

Linda är 44 år, har arbetat i 14 år i yrket. Hon utbildade sig privat i Stockholm och direkt efter utbildningen började hon hyra in sig hos en frisörs väldigt centralt belägna salong i Malmö. Hon hyrde salongen även under sin mammaledighet för fem år sedan men hyrde ut den i andra hand till en annan hudterapeut. Hon jobbar för närvarande deltid i samma salong. Förutom sin utbildning som hudterapeut är hon även utbildad make-up artist och massör. ”Linda” går nu på en homeopat-utbildning.

”Homeopati är verkligen styvmoderligt behandlat i Sverige, det betraktas som lurendrejeri, men jag tror på det. Jag vill inte sadla om till homeopat utan vill integrera det i mina behandlingar. Mycket kan avläsas av huden, hur kroppen mår, men inte allting. Genom att använda homeopatiska metoder, som till exempel irisdiagnostik, vill jag kunna ge mer för pengarna. Och så tycker jag också att det (homeopati) tillför någonting mer. Det blir som en ny dimension.”

Utbildningen och hyran under det första halvåret finansierade hon av sina egna besparingar från sitt dåvarande ”kontorsjobb”.

” Jag har aldrig ångrat ens för en sekund att jag valde det yrket. Jag tycker om det, tycker om kunderna, tycker om att lära mig nya behandlingar, tycker om att vara oberoende.”

”En behandling handlar mycket om att skämma bort kunden. Hon betalar fem-sexhundra (kronor) för en behandling och min uppgift är att få henne att lyfta, du vet. Jag brukar till exempel bjuda på hand- eller fotmassage, det är väldigt uppskattat.”

”Det är skönt att slippa ha chefer. Som student arbetade jag med allt möjligt och jag har fått erfara hur mycket en dålig chef kan betyda för hur man mår. Det ser jag på mina kunder också. De jobbar hårt men motarbetas många gånger av sina chefer eller så känner de sig förbisedda. Då är jag glad att ha eget och vara min egen boss.”

”Det är kul med kollegor, men det är ingenting som jag kunde säga motiverar mig till att gå till

jobbet. Man träffar dem ändå inte så mycket, antingen har jag kunder eller så har de det.”

”Jag brydde mig aldrig om skvaller, det är mycket sådant snack annars i branschen. Eller att man skvallrar om sina kunder. Det tycker jag är oprofessionellt. ”

”Min man är också i branschen, vi planerar att öppna eget. Nästa vår hoppas jag att du kan komma till vår egen salong (skratt). ”

”Om det blir kämpigt? Det vet jag inte, kanske. Men jag tänker mer på att det blir skönt. Att jag kan utforma allting efter mina egna idéer. Här har jag bara mitt behandlingsrum som jag hyr, det är inte det samma.”

”Det (egna salongen) ska vara rätt så stort. Det tror jag man behöver, annars kan man inte hävda sig i konkurrensen. Jag vill erbjuda ”paketlösningar” till kunderna med ansiktsbehandlingar, kroppsbehandlingar, massage, homeopati, make-up rådgivning, meditationsmöjligheter. Men framförallt vill jag även attrahera män som kunder. Behovet (att koppla av) hos dem är lika stort, men de är underrepresenterade bland kunderna. Där tror jag finns potential.”

”Vad som motiverar mig? ... (lång tystnad) Det är ett kul jobb. Det är kul med behandlingar, jag gillar allting kring det. Jag får ett ansikte framför mig och ett dekolletage och jag diagnosticerar det och sedan löser problemet. Rengöring älskar jag till exempel. Går genom varenda centimeter av huden och missar inte en enda pormask. Det är lite av ett detektivarbete (skratt). Jag vet att jag är skicklig på det i motsats till många, många andra. Kunder har berättat om besök hos andra kosmetologer där de har blivit inflammerade efteråt eller fått utslag. Men aldrig hos mig. Jag vet att jag kan mitt jobb.”

”Jag kan inte säga att jag har haft jobbiga kunder. Men jag vet att min man har. Han är ju massör och det händer att vissa damer uppvaktar honom väldigt intensivt och vill ha någonting mer. Men vad ska man göra. Det är vad vi lever på. Han måste hantera det försiktigt för han har inte råd att förlora kunder. På det sättet tycker jag att han har det svårare.”

”Linda” kommenterade senare ovan citerade uttalanden så här:

”Jag har funderat över om jag vill att du ska ta bort det, men sen bestämde jag mig för att du kan skriva det. Det hör ju till bilden. Kunder är kunder, även om de överskrider gränsen mot oss, vi lever på dem och det är alltid en känslig balansgång.”

En sammanfattning av telefonintervjuerna

I sökningsprocessen efter intervjuobjekt har jag kommit i kontakt med fem kvinnor vars mobiltelefonnummer jag har hittat i tidigare annonser, äldre telefonkataloger eller från mitt äldre telefonregister. Efter att ha ringt och presenterat mitt syfte har de sagt kort att de har slutat att arbeta som hudterapeuter och tackade för mitt samtal. Jag ställde då alltid snabbt frågan vad anledningen till avhoppet var och förklarade att deras svar hade varit väldigt intressant för uppsatsens reliabilitet. Varje avhoppad hudterapeut svarade att det var ekonomin som tvingade dem att sluta: de hade hyrt in sig på salonger med fel läge, upplevde att konkurrensen var för stor och två av dem tyckte att kostnaden för att hyra in sig var för hög och som nyetablerade är de svårt att få tjäna tillräckligt mycket. De förklarade att de tyckte att jobbet är/var jättekul och har inte gett upp hoppet att jobba som hudterapeuter någon gång i framtiden, men det var inte aktuellt för tillfället. Två av dem gick nu en ny utbildning, en var arbetslös och två jobbar med någonting annat utanför branschen. Det intressanta var att ingen av dem har arbetat längre än 18 månader inom branschen innan de bestämde sig eller kände sig tvungna för att sluta.