

Inhoud

1	Inleiding	9
1.1	Voor wie is dit boek?	9
1.2	Doelstelling	11
1.3	Aanpak	11
1.4	Opzet	13
2	Tevredenheid en beleid	15
2.1	Het doel van tevredenheid	16
2.2	Tevredenheid in de beleidscyclus	19
2.3	De populariteit van tevredenheid	24
2.4	Tevredenheid in de zorg	29
2.5	Conclusie	35
3	De anatomie van tevredenheid	37
3.1	Drie perspectieven	37
3.2	Een definitie van tevredenheid?	38
3.3	Het object van tevredenheid	42
3.4	Benaderingen van tevredenheid	46
3.5	Tevredenheid als relatief begrip	53
3.6	Conclusie	69
4	Oorzaken en gevolgen van tevredenheid	71
4.1	Waarneming en ervaring van klantwaarde	72
4.2	Attributies: toegeschreven oorzaken	80
4.3	Zorggerelateerde determinanten	82
4.4	Gevolgen van (on)tevredenheid	90
4.5	Conclusie	97
5	Methodologische issues	99
5.1	Metten is weten?	100
5.2	Het gebruik van de onderzoeksinstrumenten	104
5.3	Conclusie	117

6	Naar een alternatieve benadering	119
6.1	Omgaan met complexiteit	120
6.2	De Teverdenheidskubus	128
6.3	Conclusie	135
7	Aanbevelingen	139
7.1	Beleid	139
7.2	Concept	143
7.3	Methode	145
7.4	Operationalisatie	147
7.5	Analyse	151
7.6	Toepassing	155
8	Epiloog	157
	Literatuur	161
	Over de auteurs	169

1 Inleiding

Tevredenheid is belangrijk, krijgt veel aandacht en vormt een belangrijke graadmeter van geleverde waarde. Tevredenheid gaat met emoties gepaard, wordt vaak gemeten en is een dankbaar onderwerp op de beleidsagenda. Het begrip zet klanten op de kaart. Tevredenheid kan tot uiting komen in hun gedrag. Voor veel organisaties is dit gedrag de kritieke voorwaarde tot het behalen van beleidsdoelstellingen. Daarmee kan klanttevredenheid zelfs bepalend zijn voor het (voort)bestaan van de organisatie. Dit maakt het tot een begrip dat de moeite waard is om nader aan de tand te voelen.

Wie tevreden is, is niet ontevreden en andersom. Toch zijn tevredenheid en ontevredenheid, zoals we later in dit boek zullen zien, niet altijd elkaars spiegelbeeld. Iemand kan minder tevreden worden en toch niet ontevredener. Andersom hoeft een toename van de tevredenheid niet per se een afname van de ontevredenheid in te houden. Eigenlijk moeten we het dus steeds hebben over tevredenheid en/of ontevredenheid. Maar omdat dit niet bij zou dragen aan de leesbaarheid van de tekst (en dus ook niet aan de tevredenheid van de lezer), zullen we in dit boek steeds van ‘tevredenheid’ uitgaan. Wie met name in *ontevredenheid* geïnteresseerd is, kan het teken van de betreffende tekst gewoon veranderen: van plus naar min of van positief naar negatief.

1.1 Voor wie is dit boek?

Dit boek is bestemd voor bestuurders, directeuren, toezichthouders, beleidsfunctionarissen, staffunctionarissen, consultants en managers van patiënt- of cliëntgerichte zorgorganisaties. Het is bedoeld voor diegenen die zich niet alleen verantwoordelijk voelen voor het voldoen aan de formele kwaliteitseisen, maar daarnaast ook een bijzondere belangstelling hebben voor de manier waarop hun patiënten en cliënten het zorgaanbod waarderen, beleven en ervaren.

Het boek is gericht op:

1. Personen die beter willen begrijpen hoeveel waarde het begrip kan hebben en ook hoeveel schade het kan berokkenen als er niet adequaat mee wordt omgegaan.

2. Opdrachtgevers voor een tevredenheidsonderzoek die de onderzoekers adequaat wensen te instrueren en de resultaten van onderzoek correct wensen te interpreteren.
3. Onderzoekers die hun opdrachtgevers willen adviseren over de opzet, inrichting en uitvoering van een tevredenheidsonderzoek.
4. Beleidsmakers die niet willen volstaan met een eerste indruk en inzicht willen hebben in de werkelijke betekenis van tevredenheid. Het woord 'tevredenheid' wordt vaak gebruikt in alledaags taalgebruik. Dit heeft als voordeel dat het gemakkelijk gehanteerd wordt, maar tegelijkertijd als nadeel dat we er misschien wel erg lichtzinnig mee omgaan. Voor beleidsmakers ligt tevredenheid als kwaliteitsindicatie nogal voor de hand, maar juist dan is het oppassen geblazen. Een nadere analyse kan de betekenis van tevredenheid verduidelijken en aangeven hoe we het op een verantwoorde manier in het beleidsproces kunnen gebruiken.
5. Patiënten- en cliëntenorganisaties die hun doelgroepen optimaal willen volgen zodat ze de juiste signalen kunnen afgeven.
6. Degenen die zich realiseren dat zorg zodanig verandert dat het niet alleen meer om patiënten en cliënten van traditionele zorg gaat, maar dat het steeds meer gaat om afnemers van dienstverlening in brede zin. Daarom wordt in dit boek dan ook vaak gekozen voor het woord 'klant'.

Het boek gaat uit van enige 'academische nieuwsgierigheid' bij de lezers. Het wil laten zien dat tevredenheid geassocieerd is met een aantal vraagstukken dat zich niet in een oogwenk laat oplossen. Denken over tevredenheid van klanten is niet een kwestie van het rechttoe rechtaan toepassen van bestaande begrippen. Voor het meten van tevredenheid is er niet één goede manier en zijn er veel foute manieren. Het (laten) uitvoeren van een tevredenheidsonderzoek en het interpreteren van de resultaten impliceert weloverwogen afwegingen en keuzes. Het gaat om een manier van denken die verder gaat dan het gebruik van een enkele theorie, het afnemen van een specifieke vragenlijst of het omzetten van score X in maatregel Y. Als beleidsmakers veel aandacht besteden aan de strategische positionering van hun aanbod, dan mag hetzelfde verwacht worden ten aanzien van het doel van strategische positionering: een onderscheidende, positieve waardering van afnemers. Dit boek ontleedt tevredenheid: wat is het, wat is het niet, welke mitsen en maren kunnen eraan worden verbonden? Met de analyse van het begrip hopen de auteurs ook informatie te geven over het cognitieve en affectieve functioneren van afnemers: hoe gaan zij met het aangeboden product of de dienst om, hoe komt hun waardering tot stand, hoe valt te verklaren waarom werkelijke kwaliteit niet in de tevredenheid tot uiting hoeft te komen, hoe vertaalt (on)tevredenheid zich in gedrag?

Deze vragen zijn deels academisch, deels puur pragmatisch van aard. De antwoorden bieden inzicht in de manier waarop afnemers reageren en waarderen. In een omgeving waarin steeds meer wordt gevraagd het aanbod te verantwoorden, is dit inzicht steeds belangrijker.

1.2 Doelstelling

Met het boek hopen we een bijdrage te leveren aan de discussie over het denken over tevredenheid, over het gebruik van tevredenheid als concept en over tevredenheidsonderzoek in de praktijk. De uiteindelijke vraag is hoe feedback van klanten, patiënten en cliënten een stimulans kan betekenen voor kwaliteitsverhoging in de zorg. Deze 'hoe'-vraag ligt heel dicht aan tegen de 'waarom'-vraag, de vraag die in dit boek een centrale rol speelt.

We gaan 'tevredenheid' op de snijtafel leggen. Hoe belangrijk is het, wat is de inhoudelijke betekenis van het begrip, hoe kan het worden gemeten, welke informatie, schijninformatie en misinformatie kan het opleveren en wat is, alles bij elkaar genomen, de praktische betekenis voor de beleidsmaker?

Het doel van het boek is tweeledig. Het eerste doel is de lezer kritisch te maken bij het opzetten van tevredenheidsonderzoek, bij het beoordelen van de resultaten van tevredenheidsonderzoek, bij het maken van afleidingen voor beleid en bij het gebruiken van tevredenheid als basis onder product- en dienstbeslissingen. Het tweede doel is te komen tot een alternatieve benadering tot het peilen van klantwaardering waarin de kritiek op de huidige benadering zo goed mogelijk is verdisconteerd. Dit laatste gaat niet zover dat *de* optimale tevredenheidsmaat wordt gepresenteerd. De lezer die hoopt in dit boek de enige, echte, allesomvattende, betrouwbare, valide en sensitieve tevredenheidsmeting te zullen vinden, moeten wij op voorhand teleurstellen. Maar liever teleurstelling vooraf dan ontevredenheid achteraf. Wel gaan we ervan uit dat het boek zal bijdragen aan de relativering van tevredenheidsonderzoek als beleidsinstrument, aan het inzicht in de manier waarop oordelen van patiënten en cliënten tot stand komen, aan de verhoging van de kwaliteit van tevredenheidsmetingen en aan beter gefundeerde beslissingen in klantgericht beleid.

1.3 Aanpak

Het is niet doenlijk om over het begrip 'tevredenheid' een compleet beeld neer te zetten. De wetenschappelijke literatuur alleen bestaat al uit zo'n 18.000 artikelen die ingaan op specifieke aspecten, toepassingen en complicaties. In

plaats daarvan zullen we een poging doen om de essentie van tevredenheid te presenteren en in te gaan op de kernvragen die over dit begrip gesteld kunnen worden. Hoewel we voor een deel gebruik zullen maken van de wetenschappelijke literatuur, is theorievorming niet het eerste doel. Het doel is het begrip te verduidelijken en te relativieren zodat er in de praktijk de waarde aan wordt toegekend die het verdient. Niet meer en niet minder. De boodschap van de eindconclusie kunnen we eigenlijk nu al meegeven: tevredenheid is belangrijk maar ook riskant. Het kan informeren, maar ook misleiden. Het kan de kwaliteit van beleid bevorderen, maar ook aantasten. Nu geldt dit voor veel begrippen, maar juist bij een begrip dat tot doel heeft de klant een eigen stem te geven, is het voor de gebruiker belangrijk om de voetangels en klemmen te kennen. Want als je weet waar die liggen, kun je er omheen.

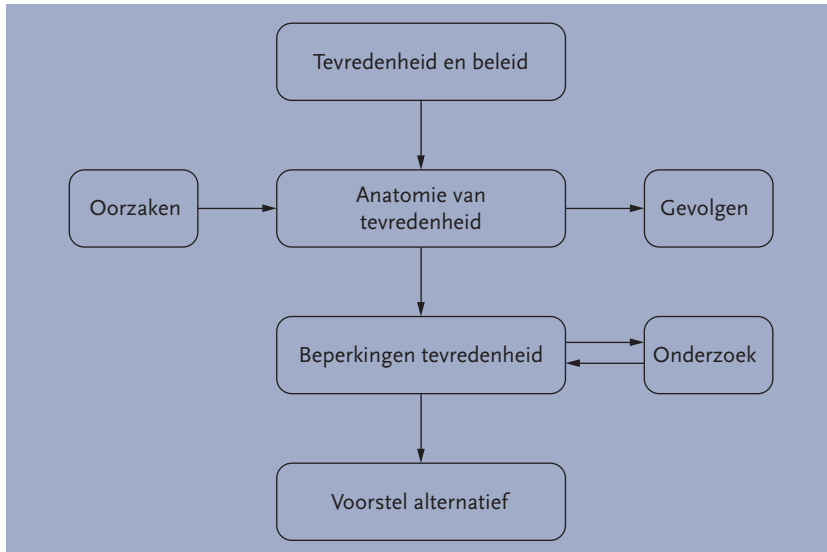
We zullen gebruikmaken van verschillende soorten informatie. In de eerste plaats is er de wetenschappelijke literatuur op het gebied van (on)tevredenheid. Deze literatuur biedt nuttige input, hoewel er ook sprake is van onbeantwoorde vragen en onopgeloste tegenstellingen. Een interessant deel van de informatie is afkomstig van de algemene literatuur op het gebied van consumentengedrag. Hoe komen mensen eigenlijk tot een oordeel over een product of een dienst en hoe zetten ze dat oordeel om in gedrag als het maken van een afweging, het doen van een keuze, het nemen van een beslissing en het ontwikkelen van loyaliteit?

Een tweede bron van input is praktijkervaring: hoe vindt tevredenheidsonderzoek plaats in de realiteit en wat zijn de bevindingen?

Theorie en praktijk worden bijeengebracht in een kritische analyse met afleidingen die niet apart zijn onderworpen aan empirische toetsing. Het is niet de opzet van dit boek iets te 'bewijzen': we combineren diverse inzichten tot een synthese waarvan we hopen dat die voor de praktijk nieuwe, nuttige en verantwoordbare inzichten oplevert.

1.4 Opzet

De combinatie van figuur 1 bepaalt de structuur van het boek:



Figuur 1 De structuur van het boek

De tekst in het boek beweegt zich in deze figuur van boven naar beneden. We beginnen met een korte beschrijving van de rol van tevredenheid in beleid. Vervolgens plaatsen we het tevredenheidsbegrip in een context: die van de veranderende zorgomgeving. Beide uitwerkingen maken duidelijk dat er behoefte is aan een nadere analyse van het begrip: waarom is het zo moeilijk om er harde interpretaties aan te verbinden? Uit welke componenten en aspecten bestaat het en wat betekenen deze voor de interpretatie?

Om het inzicht nader te verdiepen gaat we vervolgens in op de oorzaken en gevolgen van tevredenheid. Hoe komt het tot stand en waar leidt het toe? De antwoorden op de voorafgaande vragen worden meegenomen naar de onderzoeksimplicaties: wat betekenen ze voor het meten van tevredenheid? Dit alles geeft ten slotte aanleiding tot de presentatie van een alternatieve tevredenheidsbenadering.

Voor de duidelijkheid zal elk volgend hoofdstuk starten met een korte aankondiging van de inhoud en afsluiten met een compacte conclusie. Tevens zal figuur 1 aan het begin van elk hoofdstuk terugkomen samen met de essentie van de te behandelen onderwerpen.