



INSTITUTIONEN FÖR SOCIOLOGI OCH
ARBETSVETENSKAP

”DET ÄR INTE MITT FEL ATT DU HAR EN DÅLIG DAG”

En kvalitativ studie kring cafépersonals
känslor och konflikthantering med kunder

Pauline Hagman

Examensarbete:	15 hp
Program och/eller kurs:	Examensarbete i arbetsvetenskap
Nivå:	Grundnivå
Termin/år:	Vt 2015
Handledare:	Hanna Uddbäck

Abstract

Examensarbete:	15 hp
Program och/eller kurs:	Examensarbete i arbetsvetenskap
Nivå:	Grundnivå
Termin/år:	Vt 2015
Handledare:	Hanna Uddbäck
Examinator:	Henrik Lundberg
Nyckelord:	Emotional labour, konflikthantering, cafépersonal, kund, konflikt

Syfte: Att undersöka personal- och kundkonflikter i relation till de begreppet ”kunden har alltid rätt”. Därigenom ämnar studien att kartlägga hur personal påverkas av sagda konflikter och hur de väljer att hantera dem.

Teori: Studien kom att i första hand utgå från Arlie Hoschilds teori om Emotional labour som handlar om att hantera sina egna känslor i relation till vilka som är de ”rätta” att uppvisa på sin arbetsplats.

Metod: Valet av metod föll på kvalitativa, semi-strukturerade respondentintervjuer med 6 individer. Detta för att syftet var att få fram personliga upplevelser av fenomenet.

Resultat: Resultatet visade att cafépersonalen utvecklar personliga strategier för att hantera kundkonflikter där undvikande var den främsta. Vidare visade studien att känslorbetet är något som präglar hela arbetet och att den emotionella påverkan detta får för personalen är individuellt.

Förord

Jag vill börja med att säga tack till mina fantastiska respondenter som avvarade tid till intervjuer trots sina fullspäckade scheman, utan er hade inte studien varit möjlig. Jag vill också rikta ett stort tack till min handledare som svarat på frågor, givit bra och tydliga direktiv samt peppat när det behövts!

Pauline Hagman

Innehållsförteckning

1	Inledning	1
1.1	Bakgrund	2
1.1.1	Avgränsningar	3
1.1.2	Arbetsvetenskaplig relevans	3
1.2	Syfte och frågeställningar	3
1.2.1	Syfte	3
1.2.2	Frågeställningar	4
2	Teori och tidigare forskning	5
2.1	Tidigare forskning	5
2.2	Teoretiska utgångspunkter och begrepp	9
2.2.1	Konflikthantering – en kort introduktion	9
2.2.2	Emotional labour	9
2.2.3	Svensk översättning av begreppen	11
3	Metod	12
3.1	Metodval	12
3.2	Urval	13
3.3	Intervjubeskrivning	14
3.3.2	Beskrivning av respondenternas och deras arbetsplatser	15
3.4	Etiska reflektioner	17
4	Resultatredovisning	20
4.1	Vanliga konfliktsituationer	20
4.2	Konflikthanteringsstrategier	21
4.3	Känslor och upplevelser av konflikter med kunder	23
4.4	Arbetspersonlighet och vardagspersonlighet- en krock?	25
4.5	Kunden har alltid rätt – specifika situationer	26
4.6	Välmående i relation till arbetet	27
5	Diskussion	29
5.1	Kan kund-och personalkonflikter lösas så att båda parter blir nöjda?	29
5.2	Vad kan känslorbetet få för konsekvenser?	30
5.3	Studiens bidrag till det arbetsvetenskapliga området	32
6	Slutsatser	34
	Litteratur- och källförteckning	36
	Bilagor	38
	Bilaga 1	38
	Bilaga 2	39

1 Inledning

Jag går fram till kunden, en lång medelålders man som väntat på sin mat i 5 minuter, och berättar vad som har hänt. ”Din maträtt kommer dessvärre att dröja lite till, jag är hemskt ledsen för detta. Det tar ungefär 5 minuter till, är det okej? Du får självklart...” Mitt i meningen ställer sig mannen upp och börjar skrika. Han skriker att han inte hinner vänta, att han bråttom och ska iväg. Han skriker om dålig service och hur länge han har väntat. Jag ursäktar, nickar, håller med och försöker försiktigt berätta om våra färdiga alternativ som han kan få direkt, men han fortsätter att avbryta mig. Till slut lyckas jag berätta och han följer med, väljer två stora smörgåsar och innan han går säger han något ursäktande till min kollega ”jag blev lite upprörd, men jag har bråttom”. Och det enda jag kan tänka är, vad gör jag nu? Med alla dessa känslor som snurrar runt och en klump i halsen, ska jag bara ställa mig i kassan och le mot nästa kund?

Inom servicebranschen är begreppet ”kunden har alltid rätt” väl etablerat och något som präglar relationen mellan kund och personal i hög grad. Det handlar om att personalens åsikter mer eller mindre är irrelevanta. Kundens alla behov ska tillgodoses på ett sådant sätt att denna lämnar platsen nöjd och belåten. Uppstår en situation där kunden upplever sig ha blivit missunnad ska detta åtgärdas effektivt och med ett leende. I situationen ovan ser vi ett av många exempel som var grunden för denna studie, en personlig upplevelse av den ojämna maktrelationen som finns inom serviceyrket och mer specifikt, i cafébranschen. Denna och liknande upplevelser jag haft under mina 4 år inom cafébranschen tillsammans med kurser jag läst inom konflikthantering skapade ett intresse av att vidare undersöka konfliktsituationer, dess hantering och känsloupplevelser ur cafépersonalens perspektiv.

En konflikt uppstår när det finns önskemål som är för viktiga att släppa samt behov som blir blockerade hos minst en av två eller flera av de inblandade parterna av dennes motpart (Jordan 2006:10). En konstruktivt löst sådan utmynnar i att samtliga inblandade parter lämnar situationen nöjda och tillfredsställda, det kallas en win-win-situation (Cornelius, 2006:26ff). Denna logik må visa på det bästa möjliga scenariot i en konfliktsituation men hur skulle den fungera på en arbetsplats där fokus enbart ligger på att göra konsumenten nöjd?

Många företag utvecklar policys kring hur personalen ska se till att kunden blir nöjd. Det handlar om instruktioner för hur personalen skall bete sig för att kunden ska uppleva att den fick bästa möjliga service. När konflikter uppstår mellan kund och personal, det vill säga där en kund är missnöjd och personalen förväntas göra allt för att få kunden nöjd, finns alltså ett

slags regelverk för personalen att hantera situationen utifrån. Dock döljer sig här en problematik, för dessa instruktioner är väldigt enkelspåriga: vem ska göra personalen ”nöjd”? Varför är fokus enbart på en part i konfliktsituationen? Vad gör personalen om de upplever sig upprörda eller nedstämda efter en konflikt?

Det ovannämnda ”win-win”-begreppet passar uppenbarligen inte in på personal och kundkonflikter. Vad får det för konsekvenser för personalens välmående? Detta är ingången till denna studie kring cafépersonals upplevelser och känslor i samband med dessa konflikter: hur påverkas de emotionellt av denna maktobalans? Och hur hanterar de konflikterna?

1.1 Bakgrund

Hotell- och restaurangbranschen är en stor och växande bransch som 2013 listades som en av Sveriges 30 största branscher (SCB 2015). Att arbeta inom branschen är dessutom det femtonde vanligaste yrket för kvinnor som utgör 68 procent av de anställda (SCB2 2015). I denna stora bransch gömmer sig den något mindre cafébranschen som studien ämnar undersöka.

Att fika är idag ett vanligt sätt att socialisera och cafébranschen tycks bara växa (SVD 2013) dock saknas idag studier kring hur den ser ut och fungerar. Då den är en del av den tidigare nämnda hotell- och restaurangbranschen väljer ofta forskare att studera denna eller den ännu vidare servicebranschen. Eftersom detta begrepp innefattar otaliga yrken som skiljer sig från varandra så uppstår ett intresse att välja ut en mindre del av den, därav cafébranschen. Hit söker sig många ungdomar, och framförallt unga kvinnor, för att få arbetserfarenhet och ofta ett extrajobb.

Det faktum att det inte går att finna statistisk eller forskning kring cafébranschen i sig, utan att den ses som en del av hotell- och restaurangbranschen eller servicebranschen i allmänhet tyder på att mer undersökningar behövs göras. Cafébranschen skiljer sig från både hotell och restaurang då cafébiträden överlag står för det mesta av arbetet på caféet: kassa, plock, kaffetillredning, bakning, diskning och delvis städning. Det finns sällan exempelvis servitörer/servitriser, diskare, kockar och så vidare utan cafébiträdet innehar alla dessa roller.

1.1.1 Avgränsningar

Konflikter mellan personal och kunder med fokus på ”kunden har alltid rätt” är ett fenomen som kan studeras inom hela servicebranschen, men med tanke tidsbegränsningen och viljan att kunna tala lite mer generellt om en bransch kändes en begränsning nödvändig. Som cafébiträde får en ständigt anpassa sig och hålla tillbaka sina känslor för att kunna se till att kunden alltid blir nöjd. Det spelar ingen roll om kunden egentligen har ”rätt”, du ska göra så mycket du kan för att hen ska känna så. Då jag har flerårig erfarenhet som cafébiträde uppstod ett personligt intresse av att undersöka just denna bransch.

Tidigare forskning om liknande fenomen finns, men där har fokus legat på andra delar av servicebranschen såsom livsmedelsbutiker, flygindustrin, elektronikbutiker och så vidare (se Avsnitt 2.1). Någon forskning som specificerat sig på emotional labour och konflikthantering inom cafébranschen har jag inte stött på, därför ser jag också en kunskapslucka som min tilltänkta studie kan påbörja att fylla.

1.1.2 Arbetsvetenskaplig relevans

Studien ämnar att studera respondenternas känslor och relationer till sina arbeten vilket tydliggör den arbetsvetenskapliga relevansen som studiens syfte utgör. Vidare tar den avstamp i sociologiska och arbetsvetenskapliga teorier och kanske mer specifikt inom det konflikthanterande området med hjälp av de två begreppen win-win och emotional labour.

1.2 Syfte och frågeställningar

1.2.1 Syfte

Syftet med studien är att undersöka personalens känslor kring kundkonflikter i relation till begreppet ”kunden har alltid rätt”. Det handlar om att ta del av cafépersonals åsikter och upplevelser kring kundkonflikter och undersöka dessa med hjälp av ovannämnda begrepp och teoribildning.

Förhoppningen är att studien ska komma att belysa hur cafépersonal påverkas av detta känsloarbeta för att det ska uppmärksammas som ett viktigt forskningsfält. Kanske även att det så småningom prioriteras som ett problemområde att vidare undersöka.

1.2.2 Frågeställningar

Utifrån syftet skapades dessa två frågeställningar:

- Hur hanterar personal konflikter med kunder inom cafébranschen?
- Hur påverkas personalen emotionellt av kundkonflikter?

1.2.3 Uppsatsens disposition

Studien börjar med att presentera syfte, frågeställningar och bakgrund. Det följs av ett kapitel som behandlar tidigare forskning som studien tagit avstamp ifrån samt teoribildningen vilken studien bygger på. I det tredje avsnittet diskuteras metodval och urval och i de tre sista avsnitten presenteras resultat, diskussion och slutsatser. Bifogade bilagor finnes längst bak i arbetet.

2 Teori och tidigare forskning

I detta avsnitt presenteras tidigare forskning inom det valda området samt teoribildningen utifrån vilken studien utgår.

2.1 Tidigare forskning

Tidigare forskning inom området har fokuserat på hur personalens känslor påverkas av kunder med huvudfokus på begreppet Emotional labour inom olika områden och branscher såsom flygindustrin, snabbmatsbranschen, juridikbranschen och servicebranschen överlag (Wharton 2009). Här har framkommit resultat som pekar på att arbeten med kundinteraktion kräver mycket känslohantering vilken hanteras olika inom olika yrkesområden (Wharton 2009:151ff).

Denna studien ämnar att använda nedanstående nationella och internationella forskning som behandlar konflikter mellan kund och personal i servicebranschens olika delar. Dessa studier är av relevans då de alla behandlar yrkeskategorier där kundservice är face-to-face vilket samstämmer med cafébranschens serviceutövning. Det är även studiens ingångspunkt att en kan dra paralleller mellan olika företeelser inom yrkeslivet där en måste hålla tillbaka/hantera sina känslor för att fokus ligger på service och kunder. Det handlar om krav på att prestera väl inför dem och företaget: att leva upp till förväntningarna som ställs av omgivningarna.

De utvalda studierna har granskats kring tillförlitlighet och relevans och levt upp till de ställda kraven: samtliga är från 2000-talet (tidsmässig relevans), är inte skrivna på order från ett företag (partsintresse) samt visar god grund för sina påståenden/slutsatser med hjälp av intervjuer, observationer och kopplingar till relevanta teoretiska begrepp.

2.1.1 Nationell forskning

2.1.1.1. Samtal i butik - språklig interaktion mellan biträden och kunder

I sin kvalitativa doktorsavhandling "Samtal i butik - språklig interaktion mellan biträden och kunder" (2006) undersöker Ingela Tykesson-Bergman djupgående den språkliga relationen mellan kunder och kassapersonal, bokhandlarspersonal, olika typer av arbetande respektive pensionerade affärsbiträden samt personer som jobbar vid delikatessdisk från 1940-talet fram

till idag. Hennes fokus ligger på att analysera språkbruket och hur det speglar relationer, positioner och makt.

I avhandlingen finns ett för studien relevant avsnitt där forskaren diskuterar begreppet ”kunden har alltid rätt” och dess inverkan på personal (Tykesson-Bergman, 2006:255ff). Hon har intervjuat pensionerade affärsbiträden kring deras syn på och upplevelser av begreppet i sitt arbetsliv. Flera av respondenterna beskriver situationer där de, eller kolleger till dem, har hanterat besvärliga kunder med ett motvilligt leende på läpparna för att efteråt skratta åt kunderna eller klaga på dem tillsammans med kollegor. Att diskutera det inträffade efteråt med likasinnade är ett sätt att lätta på trycket och gå vidare från en besvärande situation. Tykesson-Bergman kommer fram till att ”kunden har alltid rätt” endast är en sanning när respondenterna är i sin arbetsroll, så fort de tar ett steg ur den (likt beskrivet ovan) är det något de ifrågasätter och eventuellt gör narr av. Hon menar även att det genom detta blir tydligt att begreppet påverkar personalen i deras arbete och också genom att kunder idag är medvetna om sitt övertag och inte är rädda att använda det mot personalen om de upplever sig missunnade på något vis.

Författaren påtalar också den ojämna relationen som kund och personal står i: kunden har övertaget genom att dels ”alltid ha rätt”, men även genom att hen kan påverka hur situationen de befinner sig i avslutas; exempelvis kan kunden välja att avbryta köpet och lämna affären eller lämna in klagomål (ibid. 257). Eftersom personal inom servicebranschen är bunden till sin roll och många gånger även sin position, exempelvis vid kassan, kan de inte göra så mycket åt en besvärlig interaktion med en kund.

2.1.1.2. Besvärliga kundbeteenden

Vesa Leppänen, docent och lektor vid Sociologiska institutionen i Lund, har undersökt maktutövning och emotionellt arbete i sin kvalitativa studie ”Handelns frontpersoner” (Leppänen 2010). I rapporten ”Besvärliga kundbeteenden” tar undersökningen plats i en livsmedelsbutik, två bensinstationer och en elektronikbutik där han själv tar del av det dagliga arbetet med hjälp av deltagande observation. Utöver det intervjuar han individer ur personalstyrkan (Leppänen 2010).

Genom arbetet finner han att problematiken och känslan av ett besvärligt kundbeteende handlar mycket om att kunder bryter mot vissa normer. Ett exempel är när kunder ignorerar

anställda, exempelvis i en livsmedelsbutik där kunden inte säger hej till kassapersonalen, eller ens söker ögonkontakt. Det upplevs som nonchalering och får personalen att ta illa vid sig (Leppänen 2010:27f). Andra exempel är kunder som inte litar på personalens kunskap kring hur matvaror bör förvaras eller individer som tar ut ilska och stress över personalen när det handlar om saker som de inte kan påverka eller ställas till svars för (ibid. 21). För att hantera dessa typer av kunder är personalens strategier först och främst att hålla tillbaka sina egna känslor för att vara ödmjuk och lyssna till kundens behov; låta dem få ut all ilska för att sedan kunna försöka lösa situationen. Avsnittet blir intressant för denna studie då det handlar dels om att ”kunden alltid har rätt” men även om att leva upp till förväntningarna som ställs på dig inom servicebranschen: att vara glad och tillmötesgående.

I studien har Vesa Leppänen tydligt presenterat sina resultat med stöd av citat från respondenterna. Han argumenterar och motiverar väl sina val och hänvisar till tidigare studier inom samma område där förekomsten av besvärliga kunder har påvisats men inte beskrivits vilket i sin tur påtalar en kunskapslucka.

2.1.2 Internationell forskning

2.1.2.1. Emotional labour of the tour leaders: An exploratory study

Jehn-Yin Wong och Chih-Hung Wang har undersökt reseledare verksamma i Tawians erfarenheter kring känslorarbete i relation till sitt yrke. Metoden de använde var en kvalitativ undersökning med intervjuer och observerande deltagande vid en guidad tur.

Det framkommer i studien att reseledarna förlitar sig på så kallat emotional labour för att tillfredsställa kunderna vilket påtalar dess relevans för denna studie. Under en guidning finns vissa krav på en reseledare: dels från företag då de är företagets ”ansikte utåt”, men dels också från kunden som vill ha en glad, trevlig och engagerande reseledare. Då reseledarnas inkomst till stor del består av dricks från kunderna finns en ytterligare personlig press på att prestera bra.

Flera av reseledarna beskriver hur de olika situationer behöver hålla tillbaka känslor så som ilska, irritation och avsmak för att istället uppvisa de förväntade känslorna som glädje och uppmunnethet (Wong & Wang 2008). Forskarna använder sig här av Hochschilds etablerade begrepp surface acting och deep acting (Hochschild 2003:33) för att förklara fenomenet som

sker. För vissa av reseledarna handlar det endast om den ytliga förändringen (surface acting), men vissa upplever att de vill ändra sina känslor inombords och visa en uppriktig glädje för att ge kunden den bästa möjliga upplevelsen av sitt rese mål (Wong & Wang 2008).

Forskarna diskuterar även potentiella skillnader mellan hur könen hanterar känslor och kommer fram till att det möjligtvis skiljer sig åt i hur kvinnor och män väljer att hantera det, men att resultatet inte är ”bättre” hos det ena könet. Det går alltså inte att utläsa huruvida kvinnor eller män är mer lämpade att använda emotional labour.

Avslutningsvis diskuteras även att emotional labour i vissa fall må ge negativa effekter så som att personer blir isolerade från sina känslor, men de kan även ha en positiv effekt. En reseledare nämner att hen upplever det som en god prestation när hen lyckas hålla inne sina oros känslor och visa ett lugnt yttre då det i sin tur har en positiv effekt på kunderna (ibid.). På så sätt finns det olika nivåer och konsekvenser av emotional labour.

2.1.2.2. *Becoming a character for commerce*

Sarah J Tracy har i sin studie undersökt emotional labour och utbrändhet på lyxkryssningen the Radiant spirit. För att samla in material har hon dels själv varit anställd där och tagit fältanteckningar, dels intervjuat 16 anställda personer samt även studerat dokument som behandlar service inom företaget (Tracy 2000).

Under intervjuerna som forskaren utför framkommer att personer som arbetar på kryssningsfartyget arbetar mer eller mindre från det att de vaknar till det att de lägger sig: det handlar om att le från morgon till kväll (Tracy 2000:91). Det skiljer sig från många andra serviceyrken genom att personerna som arbetar bor på fartygen och på så sätt har svårt att få tillgång till en privat sfär eller fritid överhuvudtaget. Fler av respondenterna menar också att det är svårt att avgöra när de är ”off duty” då de ibland måste utföra emotional labour på de ytor där bara anställda får vistas genom att upprätthålla en viss yttlig trevlighet (Tracy 2000:112).

Vidare diskuteras i studien den kontroll som utövas över personalen, dels från passagerarna som benämns ”den andra chefen”, men kanske framförallt från företaget. Genom serviceutbildningen får personalen lära sig att ”aldrig säga nej” och att de alltid ska le (ibid. 107). Det är en intressant aspekt som samstämmer med vad denna studie vill undersöka. På fartyget får passagerarna fylla i recensionskort för de individuella anställda som de möter

under sin resa och på så sätt kan kritik och krav komma att ställas direkt från passageraren men först passeras genom chefen.

Avslutningsvis diskuterar Sarah J Tracy respondenternas syn på utbrändhet, något som hon menar kan bli en konsekvens av långvarigt känslöarbete. Här menar många respondenter att det är något privat och som bör tas hand om på så sätt, i det dolda. Flera av dem menar också att det handlar om personliga brister eller anledningar, inte att det grundas i eller härstammar från arbetet i sig, något som både tidigare forskning och denna studies forskare själv ifrågasätter (ibid. 121).

2.2 Teoretiska utgångspunkter och begrepp

2.2.1 Konflikthantering – en kort introduktion

I inledningen beskrevs definitionen av en konflikt som en situation där minst en av de inblandade parterna har önskemål som är för viktiga att släppa samt anser sina behov blockerade av motparten (Jordan 2006). Detta är studiens ingångspunkt gällande konfliktperspektivet i studien.

Konflikthantering handlar om, precis som ordet säger, att hantera konflikter. Det är ett samlingsord för hur vi väljer att bete oss och agera i en konfliktsituation. Där konfliktlösning har fokus på att lösa problemet eller meningsskiljaktigheten har konflikthantering fokus på arbetet som eventuellt leder till en lösning (Jordan 2006). För att hantera konflikter finns otaliga råd, tips och metoder men det är också något som vi gör i princip dagligen utan att vara medvetna om det. Denna studie ämnar inte att på något sätt använda färdiga metoder, utan att snarare undersöka och kartlägga de personliga konflikthanteringsstrategier som cafépersonal använder sig av, med hjälp av teoribildningen nedan.

2.2.2 Emotional labour

Studien utgår i första hand utifrån Arlie Hochschilds *The Managed Heart* (2003). Forskaren undersökte för första gången år 1983 flygvärdinnors arbete samt känslomässiga relation till sitt arbete. Hon utförde en kvalitativ studie med intervjuer och observerande deltagande på flera flygbolag, men framförallt Delta Airlines. Genom studien fann Hochschild att flygvärdinnor förutom att utföra det synliga arbetet som till exempel att hälsa passagerare

välkomna ombord, dessutom arbetar ständigt med sina känslor i det dolda. Genom sin utbildning får de lära sig tekniker för att hantera känslor som kan uppkomma när de är i kontakt med kunder då servicen de ska ge även handlar om ett trevligt bemötande. Med hjälp av dessa upptäckter myntade hon det nu väl etablerade och undersökta begreppet Emotional labour som handlar om att det känslöarbete som används av människor när de måste hantera sina upplevda känslor i relation till vilka känslor de förväntas uppvisa.

Flygvärdinnor jobbar i en bransch där kraven som ställs är oerhört höga, både när det gäller hur de ska se ut och sminka sig, men även hur de ska bete sig. Det handlar om att förmedla en känsla av lyx och service vilket företagen detaljstyr genom träning i hur de ska prata, se ut och hantera olika situationer.

Känslöarbetet som Hochschild studerade kunde exempelvis handla om att förtrycka sina egna känslor för att bete sig på det sätt branschen, företaget och kunden förväntar sig. För servicebranschen innebär det i praktiken att alltid vara glad och le oavsett hur du blir behandlad eller mår. Anledningen till att begreppet används i denna studie handlar om att jag försöker förstå hur personal hanterar konflikter med kunder och huruvida de påverkas av dem, något som Emotional labour kan hjälpa till att förklara.

Emotional labour skulle kunna ses som ett samlingsord utifrån vilka fyra för studien relevanta begrepp finns att undersöka: *feeling rules* som behandlar yttre krav på känslor, *surface acting* och *deep acting* som behandlar det egna känslöarbetet samt *emotive dissonance* som behandlar skillnaden mellan de visade och upplevda känslorna. Samtliga begrepp kommer att förklaras mer ingående nedan.

2.2.2.1. *Feeling rules*

Hochschild presenterar i sin studie så kallade Feeling rules som syftar på normer som bestämmer de känslor en person bör uppvisa i en viss situation och även hur mycket av känslorna som är lämpligt. I flygvärdinnornas fall handlar det om att de ska vara glada, trevliga och le oavsett situation. Emotional labour är alltså känslöarbetet som uppstår när personen försöker leva upp till dessa normer kring känslor (Hochschild 2003:56ff).

2.2.2.2 *Surface acting*

Inom Emotional labour döljer sig olika typer av känslöarbete. Till att börja med handlar det om Surface acting, vilket innebär den vanligaste typen av arbete där personen på en ytlig nivå

ändrar sina känslor till de förväntade (ibid. 33). Det är alltså exempelvis när en person inombords känner sig ledsen eller arg men på utsidan ser glad och tillfreds ut. Kroppsspråket ändras och visar en yta som inte sträcker sig djupare än så: det är ett skådespeleri. Det är detta som ofta syns inom servicebranschen.

2.2.2.3 Deep acting

Nästa steg benämns Deep acting och innebär att de känslorna vi ändrar på ytan även ändras på insidan. Det handlar om att på en djup nivå förändra de upplevda känslorna till de som vi bör känna (ibid. 33). På det här steget lurar vi alltså inte endast vår omgivning, utan även oss själva. Det kan dels handla om en person som aktivt försöker uppnå de rätta känslorna, men även om en person som omedvetet har förtryckt sina egna känslor så länge i favör till andra känslor, så att dessa fabricerade blir de personen nu endast känner.

2.2.2.4 Emotive dissonance

Emotive dissonance är vad som uppstår när det finns skillnader mellan de visade känslorna och de upplevda känslorna. Hochschild förklarar vidare att när detta uppstår så har vi två alternativ: antingen ändrar vi på ytan så att den stämmer överrens med det inre, eller så försöker vi inifrån närma oss den uppvisade känslan. Det är den här skillnaden som Hochschild menar kan leda till negativa känslomässiga konsekvenser för aktören (ibid. 90).

2.2.3 Svensk översättning av begreppen

I fortsättningen kommer jag i studien att använda mig av de svenska etablerade översättningarna av Arlie Hoschields begrepp kring Emotional labour (Bergman Blix 2013: 166ff). Det kommer att se ut som följande:

- Emotional labour blir *emotionellt arbete*
- Feeling rules blir *känsloregler*
- Surface acting blir *ytagerande*
- Deep acting blir *djupagerande*
- Emotive dissonance blir *emotionell dissonans*

3 Metod

I detta avsnitt diskuteras och presenteras val av metod, urval, etiska reflektioner samt en introduktion till respondenterna och deras arbetsplatser ges.

3.1 Metodval

Eftersom det handlar om en djupgående studie kring subjektiva upplevelser valdes den kvalitativa inriktningen och mer specifikt en metod från detta område: intervjuer. Valet av just intervjuer beror på att de känns mest lämpliga för att få fram djupare personliga upplevelser kring ämnet konflikter och känslor, med fokus på erfarenheter och meningsskapande. Att intervjua personal gav grundlig information kring den personliga upplevelsen av konflikter, den informationen kom sedan att kunna jämföras med övriga respondenters upplevelser för att se om det fanns något mönster eller samband. På sätt kan nya teorier skapas eller redan existerande förstärkas. En annan positiv aspekt av intervju-metoden är att den ger tillgång till observationer av känsloutryck, tonfall, betoningar och liknande som kanske enbart syns och hörs under ett samtal ansikte mot ansikte.

Efter studiens genomförande har ytterligare reflektioner kring metodvalet skett. En tanke handlar om huruvida individuella intervjuer var att föredra, fokusgruppsintervjuer kunde även ha givit god grund för forskning (Yin 2013:144f). En fördel med denna metod kan vara att när flera personer som sysslar med samma yrke samtalar kan gemensamma erfarenheter komma fram vilket visar på mönster vilka forskaren senare kan studera. Att personerna har något gemensamt kan göra att de har lättare att diskutera än vad som skulle kunna ske vid en enskild intervju. Ur fokusgruppsintervjuer kan sedan enskilda intervjuer ske med utvalda individer.

Den andra tanken gällande observation som metod: kanske hade det kunnat vara ett alternativ eller komplement? En personlig fundering kring detta är att jag i egenskap som cafébiträde kunde genomföra observationer när jag arbetar, likt Sarah J Tracy (2001) som började sin studie när hon var anställd på ett kryssningsfartyg och även Vesa Leppänen (2010) som för sin studie i egenskap av forskare tillfälligt arbetade i kassa. Dock finns en problematik kring att vara för nära det en studerar, att det skapar "hemmablindhet" och att en påverkas för mycket av sina egna åsikter och förförståelse. Dock tror jag att det finns en fördel med att vara bekant med det en studerar, en kan nämligen besitta mycket tyst kunskap om ämnet.

Avslutningsvis bör nämnas att både fokusgruppsintervjuer och observationer har sina nackdelar. När det gäller de första så handlar det om att diskussioner i grupp kan vara hämmande för personer som har svårt att prata om personliga upplevelser, och det kan även bildas normer vilket gör det svårt för de som är av annan åsikt att uttrycka sig. När det gäller observationer så handlar det om ämnesvalet: att observera konflikter kräver att konflikter faktiskt uppstår, något som inte kan garanteras. Därför skulle en observationsstudie av fenomenet kräva att forskaren har lång tid på sig för sin studie. Med dessa funderingar menar jag ändå att intervjuer är den bästa metod för att nå den information jag ville ha.

3.2 Urval

Valet föll på att göra sex intervjuer med sex respondenter, alltså en intervju per intervjuperson. Varför valet föll på sex intervjuer beror på att de hade god möjlighet att ge tillräckligt mycket information för en stabil analysgrund. Utöver det spelade tidsbegränsningen för arbetet som är 10 veckor en viss roll: det fanns inte tid nog till att genomföra och analysera fler intervjuer än så. Respondenterna kom från fyra olika caféer där det ena caféet är min egen arbetsplats. Från min egen arbetsplats kommer två respondenter. Det kan absolut ses som ett bekvämlighetsurval, men det är också ett avsiktligt urval (Yin, 2013:93). Jag hade en idé om att det skulle vara lättare för dessa respondenter att diskutera personliga upplevelser och svårigheter med mig då vi har någon slags relation. Därför var risken liten att de skulle oroa sig över konfidentialitet eller liknande, de kunde istället vara säkra på min personliga integritet. Dessutom upplevde jag att de delvis valde att ställa upp på intervjuerna på grund av att det var jag som frågade, det fanns en större risk att de tackat nej om det vore någon okänd. Vidare nämnde Yin en intressekonflikt gällande makt, men här anser jag att det inte uppstod någon problematik (ibid. 50). I och med att jag endast är en kollega, utan några som helst extra befogenheter, befinner jag mig inte i någon maktposition inom företaget vilket innebär liten risk för att påverka deras svar. Att vi har någon slags relation bör inte heller påverka resultatet, respondenterna har inte några skyldigheter gentemot mig.

Jag kan nu i efterhand konstatera att jag inte märkte så stor skillnad mellan de två respondenter som kom från min egen arbetsplats och de övriga fyra. Detta kan delvis handla

om att jag intervjuade personer som arbetar med service, för att göra det krävs till viss del att en är social och öppen som person, något som jag upplevde att samtliga respondenter var.

3.2.1 Variation i urval

Yin menar att en ska försöka få intervjupersoner med olika åsikter och olika erfarenheter för att få stor spridning (2013:93). Detta är något som fanns i beaktande ifråga om vilka respondenter som kom att tillfrågas. Specifikt tillfrågas de personer som hade varierad erfarenhet av att arbeta på café där några hade arbetat på flera caféer, medan andra endast arbetat på sin nuvarande arbetsplats. Detta för att ge god variation.

Det bör nämnas att samtliga respondenter är kvinnor i åldern 20-30 år, något som till en början kan tyda på svag variation. Dock dominerar cafébranschen av denna grupp vilket gör urvalet relevant (se Avsnitt 1.2). Utöver detta vill jag återigen hänvisa till Hochschilds studie ”The Manged heart” där hon undersökt den kvinnodominerade flygbranschen (Hochschild 2003). Hon menar att arbeten som kräver emotionellt arbete främst är just de kvinnodominerade yrkesområdena, vilket stämmer in på cafébranschen.

3.3 Intervjubeskrivning

Upplägget för intervjuerna kom att vara semi-strukturerade på grund av möjligheten att kunna styra intervjun något för att få fram den fakta en ämnar undersöka (Layder, 1998:52) . På grund av tidsbegränsningen fanns inte heller möjligheten att göra för långa intervjuer, därför uppkom behovet av att kunna styra intervjun i ”rätt” riktning.

De sex intervjuerna varierade i längd mellan 15-60 minuter.

3.3.1 Reflektioner kring val av intervjuplatser och dess konsekvenser

Intervjuerna skedde på så sätt att respondenterna fritt fick välja plats och tid. Varför det blev på detta vis beror på att samtliga respondenter var upptagna med mycket arbete och hade därför begränsat med tid. En av dem blev inringd under intervjun vilket innebar att intervjun fick skjutas upp. Att bli plötsligt inringd är ett vanligt fenomen inom branschen. Liknande situationer inträffade med några av de andra respondenterna där intervjuer fick flyttas fram på grund av jobbrelaterade orsaker. På grund av denna brist på tid och tillgänglighet ägde samtliga intervjuer rum på olika caféer i centrala Göteborg, där de mest stillsamma och tysta

utvaldes. Trots detta var ljudnivån för hög för ljudupptagningar vilket ledde till att endast en intervju kunde spelas in för att sedan transkriberas. Övriga intervjuer antecknades under samtalet och följdes upp av mer utvecklade anteckningar direkt efter intervjuens avslut.

Det finns definitivt nackdelar med att ljudupptagning ej kunde ske: flertalet direkta citat uteblev, emotioner och känslouttryck blev svårare att få med samt att anteckna under tiden gjorde att fokus blev delat mellan antecknandet och lyssnandet. Transkriberingen som sker efter intervjun ger också en möjlighet att gå tillbaka till situationen och hitta nya vinklar och perspektiv som anteckningar inte kan frambringa. Detta är kritik jag har i beaktande inför analysen och kommer att reflektera över nästa gång jag utför en studie.

Något som jag dock vill belysa är att det hade känts onaturligt att intervjua respondenterna i ett hyrt rum på Göteborgs universitet eller något av dess bibliotek då ingen av respondenterna studerar på universitetet vilket gör att det inte blir en avslappnad plats. Att sitta i en skollokal skulle kunna ha varit begränsande för intervjuens resultat då känslan av rummet skulle ge en stelare och mer ”seriös” miljö. Det var viktigt att respondenterna kände sig bekväma och vid ro då samtalsämnena för intervjun handlade mycket om personliga erfarenheter. Att dela med sig av sådana erfarenheter kan en komma att känna sig obekväma med om situationen känns ovan, stel och främmande.

3.3.2 Beskrivning av respondenternas och deras arbetsplatser

3.3.2.1 Maria

Maria är en 23-årig kvinna som har arbetat inom cafébranschen i sju år och på fyra olika arbetsplatser. Den arbetsplats hon befinner sig på idag har hon varit på i tre år. Hon är fastanställd. Hennes arbetsuppgifter som barista är att stå i kassan, hjälpa kunder, göra kaffe, laga viss mat, städa samt diska. På sin nuvarande arbetsplats har hon även en roll som skiftledare vilket innebär att utöver sina arbetsuppgifter har hon även ansvar kring beställningar och att ”leda skiftet” under sitt arbetstid, det vill säga att delegera arbetsuppgifter och se till att allt flyter på.

Maria arbetar på ett café med cirka 20 anställda på golvet och en omsättning på cirka 22 000 kr om dagen vilket innebär relativt många kunder. Cafét har både sittande gäster och gäster som tar med sig sin beställning vilket gör att stressnivån varierar. Under skiften arbetar de två och två, där den ena främst rör sig i kassaområdet och den andra plockar bord och diskar.

3.3.2.2 Anna

Anna är en 22-årig kvinna som arbetat inom cafébranschen i ett år och på två olika arbetsplatser. På sin nuvarande arbetsplats har hon titeln barista vilket innebär att hennes fokus är på att tillaga kaffe, men även att laga mat, stå i kassan, städa och diska. Hon är extraanställd.

Anna kommer från ett litet café med ca fem anställda och en omsättning på cirka 6000kr om dagen. Caféet har många stamkunder och en mindre servering. Under arbetspassen jobbar personalen ensamma.

3.3.2.3 Sara

Sara är en 20-årig kvinna som extrajobbar som barista. Hon har arbetat inom cafébranschen i sammanlagt ett år och gjort detta på två olika arbetsplatser. På båda hade hon samma arbetsuppgifter som består av att göra kaffe, stå i kassan, plocka och diska.

Sara kommer från ett café med ca 20 anställda på golvet och en omsättning på cirka 26 000kr om dagen vilket innebär ett stort antal kunder. Caféet har både sittande gäster och gäster som tar med sig. Under skiften arbetar man minst två och två där den ena sköter kassaområdet och den andra bord och disk.

3.3.2.4 Julia

Julia är en 29-årig kvinna som har arbetat inom servicebranschen i 14 år och inom cafébranschen ett år. Hon har arbetat på fem olika arbetsplatser sammanlagt varav en av dessa var på café. På sin nuvarande arbetsplats är hon en fastanställd barista och skiftledare vilket innebär att hon utöver sin roll som barista även har ett övergripande ansvar för skiftet och schemaläggning. Hon arbetar på samma arbetsplats som Sara.

3.3.2.5 Sofia

Sofia är en 21-årig kvinna som arbetat inom cafébranschen i två år, men inom service i sammanlagt fyra år. Hon har arbetat på fyra olika arbetsplatser varav två var caféer. På hennes nuvarande arbetsplats är hon barista med arbetsuppgifter som består av att stå i kassan, göra kaffe, sälja och städa.

Sofia kommer från ett café med ca tio anställda på golvet och en omsättning på ca 10 000kr om dagen. Cafét har främst gäster som tar med sig mat vilket innebär att många är på väg någonstans och har bråttom. Detta leder till att stressnivån ökar. Här arbetar en ensam.

3.3.2.6 Alice

Alice är en 23-årig kvinna som har arbetat inom cafébranschen i lite över två år, dessa har hon spenderat på sin nuvarande arbetsplats som fastanställd. Hennes titel är senior barista eller cafévärd vilket innebär att hon har hand om kassa, kaffe, torkning av bord, disk och annat som hör till barista-rollen. "Senior" barista innebär att hon har gått en längre kaffeutbildning. Alice arbetar på samma arbetsplats som Maria.

3.4 Etiska reflektioner

3.4.1 Förförståelse

Det bör nämnas att jag börjar denna studie medveten om min egen förförståelse och även mina fördomar som enligt Layder är ofrånkomliga (1998, s. 56f). Dessa handlar dels om att jag har personliga åsikter (och erfarenhet) kring hur kundkonflikter påverkar en och dels om att jag arbetar på ett café och därför ha en egen förståelse kring fenomenet. Dock vill jag tro att denna erfarenhet har hjälpt mig i arbetet med reflektioner och slutsatser: den blev som ett sorts komplement. Dessutom anser jag att så länge som en är medveten om sin förförståelse, har en chansen att påverka hur mycket det kommer att präglade studien.

Studien kommer i första hand att utgå ifrån respondenternas berättelser och upplevelser vilka sedan jämförs med tidigare forskning. I slutdiskussionen kommer ett friare resonemang att föras kring vad denna studie bidragit med och hur en sådan forskning skulle kunna utökas i framtiden.

3.4.2 Informantbrev

För att ge de potentiella informanterna möjligheten att reflektera kring huruvida de ville medverka i studien eller ej skickades ett mejl till dem med information kring vad studien handlar om, deras roll i den, varför den görs samt ett stycke med fokus på konfidentialitet, anonymitet och samtycke (se bilaga 1). I brevet förklarades också att de får möjligheten att se

studien innan den skickas in om de så skulle önska. Detta för att försäkra att de känner sig nöjda och att anonymiteten inte riskeras på något sätt. Dock var det ingen som uttryckte någon önskan om detta, några av respondenterna ville däremot gärna läsa hela studien efter inlämning.

3.4.3 Anonymitet och konfidentialitet

För att kunna garantera anonymitet till respondenterna har försiktighetsåtgärder gällande resultatredovisning, beskrivning av respondenterna samt deras arbetsplatser tagits. Istället för att använda deras rätta namn har jag valt att kalla respondenterna för fiktiva namn utan någon anknytning till dem själva. Utöver det har jag noggrant valt ut vilken personlig fakta som presenterats: ålder, kön, titel och arbetserfarenhet.

När det gäller arbetsplatserna har jag valt att enbart berätta hur många anställda på golvet som finns samt vilken ungefärlig omsättning de har under en dag. Dessa fakta hjälper att visa på caféets storlek för att visa på variationen i respondenter.

Som nämndes i avsnittets inledning skickades ett informantbrev ut där konfidentialitet garanterades. Detta ämnar jag göra genom att enbart berätta det som krävs för studien samt genom ovannämnda anonymisering av respondenterna.

3.4.4 Analysmetod

3.4.3.1 Tematisk analys

Direkt efter intervjuernas avslut fördes, som tidigare nämnts, mer utvecklade anteckningar kring intervjuens förlopp vilka gav en god analysgrund. För att sedan kunna bearbeta intervjumaterialet valde jag att koda dessa till olika teman (Yin 2013:189). Det underlättades av att jag i intervjuguiden skapat tre övergripande kategorier för frågorna vilka benämndes Konflikter, personlighet och bakgrund (se bilaga 2).

Vid bearbetning uppstod fler och mer specifika kategorier genom respondenternas berättelser. Istället för att ha färdiga koder från början valde jag alltså att utgå ifrån de gemensamma mönster jag kunde se i materialet, därför blev min kodningsmetod så kallade in-vivokoder (Yin 2013:190). Jag började med en intervju och jämförde sedan den med de andra och i dessa jämförelser uppstod mina 6 kategorier: vanliga konfliktsituationer, konflikthanteringsstrategier, känslor och upplevelser av konflikter med kunder,

arbetspersonlighet och vardagspersonlighet – en krock?, kunden har alltid rätt samt välmående i relation till arbete. Dessa kategorier eller teman ringar in den relevanta empirin som intervjuerna gav.

Yin (ibid. 48) poängterar att en forskare måste överväga under vilka omständigheter en får utesluta data från sin studie, exempelvis om den motsäger ens hypotes. I mitt fall skulle detta kunna handla om någon av respondenterna inte har upplevt några svårigheter kring kundkonflikter då min teori eller hypotes handlar om att sådana påverkar personalen. Skulle det då vara etiskt korrekt att låta bli att nämna denne respondents erfarenheter? Nej. Eftersom studien är ute efter subjektiva upplevelser vore det inte etiskt att välja ut vilka som ”passar” in i det resultat som eftersträvas, forskare måste vara ständigt öppna för att utfallet kan bli något helt annat än det en väntade sig (ibid. 49f).

Att utesluta material och urskilja vad som är relevant för studien var inte heller helt enkelt, dessutom finns ju, som nämntes ovan, ett etiskt dilemma i att utesluta information eller ta citat ur sin kontext. För att motverka en negativ effekt av detta har jag noga studerat de anteckningar jag fört och verkligen försökt förstå vad respondenten menade för att inte enbart se vad jag själv ville se i svaren.

4 Resultatredovisning

I detta avsnitt kommer resultaten av de sex intervjuerna att presenteras i form av sex olika teman eller kategorier som har skapats ur intervjumaterialet (se avsnitt 3.5). Dessa kategorier är: vanliga konfliktsituationer, upplevelser av konflikter med kunder, konflikthanteringsstrategier, arbetspersonlighet och vardagspersonlighet – en krock?, kunden har alltid rätt och välmående i relation till arbetet.

4.1 Vanliga konfliktsituationer

I cafébranschen finns olika tillfällen där konflikter tenderar att uppstå och det finns faktorer som påverkar detta. Det kan handla om prissättning, något som både Maria och Sofia tog upp. Där talar kunder om att de tycker att priserna är för höga vilket upplevs som en konflikt för personalen då priser inte är något som de kan påverka.

Många klagar på hur dyrt det är /.../ Jag försöker försvara mig själv, det är inte jag som satt priserna. Men det beror på humör, hur mycket man orkar förklara och beskriva. (Maria)

Andra konfliktsituationer kan handla om att stå i kö, något som många upplever som frustrerande och tröttsamt. För att markera detta kan personer sucka, kolla sig runtomkring och kolla på klockan. Maria berättar att de vill visa sin frustration över att det går för långsamt genom detta beteende, något som kan få personalen att känna sig stressad. När det gäller köandet talar Sara om en annan problematik. Där handlar det om hur de hanterar köer på hennes arbetsplats vilket ibland leder till sura miner vilket i sin tur kunderna tar ut på personalen.

Något annat Sara upplever kan skapa konflikter är de nära relationer som de anställda förväntas utveckla med kunder på hennes arbetsplats. Det kan bli för personligt och nära. Det kan även bli en krock när en kund tror att det handlar om flirtande, men det egentligen handlar om att företaget har en policy som innebär att personal ska bli vänner med sina kunder. Här kan det vara svårt för personalen att veta hur de ska hantera en situation där en kund tar denna

trevlighet som något mer. Det öppnar också upp för frågan om detta är något som företaget medvetet gör? Liksom flygvärdinnorna i Hochschilds studie säljer idén om flygvärdinnan, en attraktiv och tillgänglig kvinna, förväntas kanske också cafépersonalen till viss del sälja samma idé och upplevelse (Hochschild 2003).

Sofia berättar att ytterligare en konfliktfylld situation kan handla om kunder som ändrar sig i beställningen. Kunder kan ändra sig fram och tillbaka och göra det svårt för cafébiträdet att uppfatta vad de faktiskt vill ha i slutändan.

Det är ju många som ändrar sig och så, och är så, 'vadå varför ger du mig en fralla, jag ville ha en baguette?' Men säg inte fralla då (skratt)! (Sofia)

Dessa situationer påminner mycket om de som Vesa Leppänenens respondenter tog upp i sin studie kring besvärliga kunder (Leppänen 2010). Det handlar alltså främst konflikter där kunder klagar och är missnöjda med något som personalen inte kan påverka vilket gör att situationen inte har en självklar lösning. Det i sin tur kräver arbete från personalens sida. I nästa avsnitt presenteras de personliga strategier som respondenterna i denna studie använde sig av.

4.2 Konflikthanteringsstrategier

För att hantera konfliktsituationer och besvärliga kunder utvecklar personalen på caféerna personliga strategier för att lösa konflikterna så snabbt som möjligt för att få en nöjd kund. Ibland använder de även förebyggande åtgärder för att minimera risken för att en konflikt ska uppstå.

Maria berättar att hennes främsta strategi handlar om att inte ta kundens beteende och konflikterna som uppstår personligt, hon försöker att hålla en distans och fokusera på vad kunden faktiskt är ute efter. Hon försöker dessutom förebygga konfliktsituationer genom att hantera stressade kunder genom att berätta hur lång tid något kommer ta och fråga om kunden hinner med detta. På så sätt undviks situationen att kunden blir arg och tycker att något tar för lång tid och att hen eventuellt då tar ut ilskan på personalen.

De får vara såna [otrevliga], de förstår inte. Jag vet att jag gör så gott jag kan. /.../ Jag försöker förklara, uppskatta hur många minuter det kommer ta, liksom fråga kunden, är du säker att du hinner? Om de har bråttom. (Maria)

Alice har en liknande metod där hon fokuserar på att jobba så snabbt och effektivt som möjligt, dels för att göra kunden nöjd, men dels också för att kunden ska ”försvinna så snabbt som möjligt”. Det handlar alltså om att ge bra service trots att kunden kanske inte ger ett bra bemötande, men även att för sin egen skull arbeta effektivt för att bli klar med kunden och kunna gå vidare till nästa.

Julia berättar att hennes arbetsplats har konfliktförebyggande åtgärder i form av att personal ska ”connecta” med kunder, det vill säga, skapa relationer till dem. Är till exempel en kund sur eller irriterad ska personalen fråga om hens dag eller liknande. De har dessutom en policy som säger att de ska göra allt för att kunden ska bli nöjd vilket innebär att de säger ja till i princip vad kunden än begär. På så sätt är det svårt för kunden att förbli missnöjd. Skulle kunden vara väldigt besvärlig menar Julia att en får vara kreativ och trevlig, för det tjänar du också på. Sen anser hon att det finns en gräns när kunder är oerhört otrevliga, då väljer hon att endast vara precis så trevlig som arbetet kräver.

Sara som arbetar på samma arbetsplats som Julia berättar också om deras policy, men även att den kan ha nackdelar. Genom att alltid ge kunder exakt vad de ber om kan det också bli fel. Vissa kunder är väldigt säkra på sin sak, exempelvis hur de vill ha sitt kaffe, men ibland kan de ha missförstått något. När de då ber om detta och baristan känner att det inte kommer bli bra, men ändå måste säga ja till kundens krav, kan det sluta med att kunden blir missnöjd, trots att hen fick ”rätt”.

Vidare berättar Sara att hon försöker fokusera på sig själv och vad hon kan som ett sätt att hantera kunder. Hon vet att hon gör ett bra jobb och då kan hon, precis som Maria nämnde, distansera sig från en besvärlig kund. Även kollegorna hjälper en att hantera svåra kunder och den eventuella påverkan de har på en genom att fråga vad som hände och ”peppa” så att en blir på bättre humör.

Sofias strategi är att överlag inta en konfliktundvikande attityd mot kunder då hon upplever att det inte tjänar något till att säga emot eller stå på sig. Därför försöker hon fokusera på att göra ett bra jobb, skaka av sig känslorna och ta en kund i taget.

Jag är inte så konfliktsökande, jag söker ingenting för jag vet att det går inte att resonera med dom här människorna. /.../ Det handlar om att ta varje kund för sig. Jag kan vara jätteirriterad på nån, men jag måste ändå vara glad och trevlig mot nästa. Det är väl mer att ha en arbetspersonlighet som skakar av sig allting. (Sofia)

Här blir Sofias emotionella arbete (Hochschild 2003) tydligt när hon talar om arbetspersonligheten som ”skakar av sig” känslorna som uppstår. Det handlar om att gå in i rollen, precis som kryssningpersonalen i Sarah J. Tracy’s studie och som flygvärdinnorna i Hochschilds (2003) studie. De anställda antar en personlighet som kunderna och företaget förväntar sig: den leende, glada och hjälpsamma personalen. Vi kan utöver det se att cafépersonalen överlag använder sig av ett konfliktundvikande beteende med fokus på att göra ett bra jobb. Det blir även väldigt tydligt att personal både ska lösa konflikterna och sedan hantera sina känslor för att ”göra ett bra jobb”. En win-win-lösning blir därför svår att nå med denna inställning. Möjligheten till att lägga fokus även på personalens behov var inte heller något respondenterna såg.

4.3 Känslor och upplevelser av konflikter med kunder

Att hamna i konflikt med en kund kan vara något som påverkar individer på olika sätt: för vissa är det bara att skaka av det och gå vidare, men för andra kan det ge upphov till känslor som frustration och nedstämdhet.

Maria berättar att hon ibland blir frustrerad: det kan handla om kunder som är stressade och vill påskynda processen men inte talar om det på ett konstruktivt sätt. De kan till och med vara uttryckligt otrevliga ibland. Samtidigt menar både Alice och Maria att kundernas beteende kan få olika effekt beroende på hur de själva mår. Ibland kan stressade kunder motivera dem på så sätt att de blir otroligt fokuserade på det de ska göra och försöker vara ännu mer effektiva, men ibland kan det vara svårt att skaka av sig de där känslorna av frustration eller upprördhet.

Du är närmst, så de skjuter över saker på en. Det är inte mitt fel att du har en dålig dag. Jag försöker göra din bättre, gör inte min sämre liksom. Så typ (skratt). /.../ Man får försöka skaka av sig det dumma. Man måste skaka av sig det, annars kan man fastna i det jobbiga och göra ett sämre jobb. (Maria)

Kunden har också ett ansvar för att vara trevlig anser Maria. Det handlar om att som medmänniska kunna behandla personal med respekt och inte känna att en har rätt att ta ut alla sina problem på personen i kassan för att den är den första en ser.

Sofia talar också om att hon påverkas negativt av konflikter som uppstår när kunder ställer henne till svars för saker hon inte kan påverka eller göra något åt.

Jag blir helt galen på vissa människor, jag gör inte mackorna, jag sätter inte priserna, jag säljer bara dem. De sätter för stort personligt ansvar på den i kassan. (Sofia)

Anna har inte upplevt många kundkonflikter men berättar att när de väl uppstår så tar hon dem personligt då hon alltid vill göra bra ifrån sig. Eftersom hennes arbetsplats har många stamgäster med vilka en utvecklar relationer kan ett klagomål bli något större än vad det egentligen var menat som. Det kan upplevas som en personlig förlust eller tillkortakommande.

Genom dessa berättelser kan vi se att ytagerande (jmf Hochschild 2003) genomsyrar cafépersonalens dagliga arbete. Det handlar om kunder som beter sig otrevligt och personalen ändå måste vara glad och anstränga sig till den yttersta gränsen för att de ska lämna caféet nöjda. Arbetet sker i stor utsträckning genom personalens känslor där de inombords känner sig ledsna och arga, men ändå utåt måste visa leendet. Detta kräver en känslomässig ansträngning och skapar en emotionell dissonans där det finns en stor skillnad mellan det som upplevs och det som visas utåt.

4.4 Arbetspersonlighet och vardagspersonlighet- en krock?

När en arbetar med service krävs ett trevligt sätt och ett leende på läpparna, något som inte alltid överensstämmer med känslan inombords. Respondenterna i denna studie har olika syn på hur det fungerar för dem.

Maria diskuterade problematiken i att serviceyrket kräver att du betar dig på ett visst sätt även om du mår på ett annat sätt: det handlar om att ditt glada humör och sätt är en arbetsuppgift precis som alla andra. Därför kan du inte visa dina känslor om de inte passar in i arbetsrollen.

Man måste tills viss del göra det, ändra personlighet. Det [jobbet] är ett helt annat ansvar, jag kan inte strunta i arbetsuppgifter. Jag får betalt, det är en arbetsuppgift [att vara glad]. /.../Det är face to face hela tiden. Måste alltid vara glad, alltid göra sitt bästa, alltid vara trevlig. (Maria)

Alice är inne på samma spår och diskuterar att det krävs en viss förändring av personligheten när en är på arbetet, kravet på att en ska le och vara glad ständigt. Mot vissa kunder kan en vara sig själv, men ofta handlar det om att hålla inne känslorna till en viss grad för att vara det glada cafébiträdet.

Anna, Sara och Julia upplever att de är sig själva på jobbet, de känner inte att de behöver ändra sina personligheter särskilt mycket. Anna tycker att det är roligt att möta människor och att de har många intressanta kunder. Hon berättar att hon känner sig lite ”viktig” då hon hennes arbete handlar om att göra något för kunden (kaffe) och att det ofta finns en ömsesidig respekt just på grund av detta. Hon tycker också att det är roligt med relationerna som byggs upp till stamgästerna, att de blir som vänner.

Ur utsagorna ovan kan vi tyda att det finns starka regler och normer kring hur personerna bör bete sig på sin arbetsplats. Det handlar om att vara glad, trevlig och hjälpsam i alla situationer. Har du en otrevlig kund och hans beteende påverkar dig negativt är inte detta något du ska visa, återigen är ytagerande relevant (Hochschild 2003). Flera av respondenterna pratar om en arbetsroll där ett visst beteende förväntas, detta är vad Hochschild benämner känsloregler: det är kravet på vad och hur du förväntas känna och det är inte något du själv får lov att bestämma (ibid. 2003).

4.5 Kunden har alltid rätt – specifika situationer

Begreppet ”kunden har alltid rätt” är ett välbekant uttryck och kanske framförallt om du jobbar inom servicebranschen, det är något som genomsyrar arbetssättet. Det finns olika tankar och åsikter kring detta och personalen har sina sätt att hantera konsekvenserna av det.

Maria har ett förhållningssätt till begreppet nästan undermedvetet. Hon menar att hon inte resonerar eller reflekterar särskilt mycket kring det i sitt arbetet, men har det så djupt inne i sig att det påverkar henne i allt hon gör. Hon tar även upp problematiken som uppstår när kunder är besvärliga eller går över personliga gränser. Hon menar att det är svårt att avgöra när kunden inte har rätt längre. Exempelvis kan det handla om kunder som är för närgångna eller ger komplimanger.

Sofia är inne på samma spår och menar att hon har svårt att säga nej till kunder vilket leder till att hon tillåter dem att behandla henne på ett sätt som hon inte uppskattar eller skulle vilja egentligen.

Det känns som att jag inte kan säga nej bara för jag är på jobbet och de är kunder. Det kanske är det där ’kunden har alltid rätt’. Man kan inte vara otrevlig liksom. Då låter jag dom vara elakare mot mig än vad jag egentligen skulle vara okej med. Och dom tycker liksom, jag är kund, jag har rätt, jag kan behandla personalen hur jag vill. (Sofia)

Julia diskuterade också hur en ska avgöra var gränsen för kunders beteende går, men hon hade en klarare bild där hon upplever att en måste ha gränser. Hon menar att när en arbetar inom serviceyrket måste en vara medveten om sina personliga gränser och säga stopp när det verkligen gäller. Det är bara du själv som vet var dina gränser går.

Jag brukar säga att man ska vara som en persika; sådär söt och mjuk på utsidan. Men kommer man igenom det finns en hård kärna och där tar det stopp. Det är bara du som kan veta var din gräns går och då får du säga ifrån. (Julia)

Anna upplever att hon inte är så medveten om att kunden alltid har rätt utan utgår ifrån sin egna känsla för hur hon ska bete sig och utföra sitt arbete. Hon menar att fokus ligger på kunden och att det handlar om att hon vill göra kunden nöjd, därför sker det automatiskt utan

ett behov av riktlinjer eller regler.

Alice och Julia har en annan bild av begreppet. De menar båda två att oavsett om du gör ett jättebra jobb, har utmärkt kaffe och ger utmärkt service så kan människor ändå vara missnöjda. Kunden har inte rätt anser de, men det innebär inte att en inte alltid ska sträva efter att försöka göra den nöjd, för är kunden nöjd blir det bättre för dig själv också.

Kunden har inte rätt, men du ska få den att tro att den har det. (Julia)

Kunden har alltid rätt är ett begrepp som tycks påverka personalen både medvetet och omedvetet. Flera av respondenterna talar uttryckligen om begreppet medan andra menar på att de inte tänker på det, men ändå tycks arbeta enligt det. Få av dem håller dock med om att kunden faktiskt har rätt, det handlar snarare om att få kunden att bli nöjd och uppleva att den fick ”rätt”. Här handlar det återigen om ytagerande (Hochschild 2003). Skådespelandet görs både för att kunden ska lämna caféet nöjd, men även för att personalen inte ska bli kritiserad för sin hantering av situationen.

4.6 Välmående i relation till arbetet

Hur en upplever sig må psykiskt och fysiskt efter en arbetsdag säger väldigt mycket om hur påfrestande arbetet är på olika plan.

Anna berättar att hon efter ett arbetspass känner sig ”död” och vill bara hem och sova. Det är både en psykisk och fysisk påfrestande, hon talar om att uppleva sig “socialt utmattad” och som en konsekvens av detta helst inte vilja prata med någon alls efteråt. Det handlar om hon ger så mycket av sig själv i arbetet och därför blir ”uttömd”.

Julia upplever sig må psykiskt bra efter sin arbetsdag överlag, däremot berättar hon om att hennes kropp förstörs av arbetet. Efter att ha jobbat i servicebranschen i 14 år där en alltid står och går har hon fått stora ryggproblem som påverkar hennes vardag.

Alice menar att det är olika från dag till dag: vissa dagar mår hon bra och andra dagar känner hon sig tacksam att dagen är över. Det handlar ofta om hur hög arbetsbelastning de haft under dagen, om de har haft tillräckligt med personal och likande.

Sara upplever en problematik i att arbetet påverkar hennes personlighet och liv. Hon har svårt att känna att hon kan vara ”neutral” och känner ett behov av att vara ständigt glad, även när hon inte är på jobbet. Att det förväntas av henne. Hon menar att det är svårt att lämna jobbet, det följer efter henne in i vardagen. Det kan också handla om att kunna slappna av, något som hon har svårt för.

Det är så högt tryck på jobbet... När jag kommer hem... Jag har svårt att bara sitta och titta på tv, jag känner att jag borde göra någonting. (Sara)

Sofia berättar att hon måste hålla känslorna inom sig under sin arbetsdag och att detta tar sig uttryck i att hon är irriterad och mycket trött efter jobbet vilket personerna i hennes närhet får ta konsekvenserna av. Hon berättar att hon, liksom, Sara har svårt att släppa jobbet när hon har slutat för dagen. Vidare reflekterar hon över hur personer inom cafébranschen påverkas av att vara på sin arbetsplats för mycket, att en i längden kan förlora lite av sig själv.

Man tappar ju identitet med uniformerna man har på sig, man är inte som brukar vara. Och jobbar man mycket får man ju aldrig ha sina vanliga kläder och vara sig själv... Man kan förlora sig själv lite. (Sofia)

I detta avsnitt uppkom intressanta berättelser kring hur personalen påverkades av sitt ytagerande och även sin fysiska arbetsbelastning. De flesta talade om att de var trötta efter sin arbetsdag, något som kanske inte är helt ovanligt oavsett vad du arbetar med. Dock nämnde Julia att hennes arbete inom servicebranschen har givit henne ryggsproblem, något som visar på att arbetsmiljön inte är bra och att arbetsbelastningen är för hög.

Vidare berättade Sofia och Sara om sina upplevelser av en stark påverkan från sitt arbete på sin vardag. Sara talade om hur hon hade svårt att slappna av och kände ett behov av att ”göra någon ting” hela tiden vilket handlade om att hon var så van vid ett högt tempo där du hela tiden måste prestera. Sofia talade mer om en känslomässig påverkan genom att hon höll inne sina känslor under dagen vilket gjorde att hon tog ut dem på sin omgivning efter arbetets slut. Hon hade svårt att släppa dem och därför dröjde de sig kvar och följde med henne hem. Dessutom tog hon upp att ju längre tid hon spenderar i sin arbetsuniform, desto längre ifrån sitt egentliga jag kommer hon.

5 Diskussion

I detta avsnitt kommer studiens resultat att diskuteras med tanke på hållbarhet och tidigare forskning inom området känslorarbete och konflikthantering med kunder. Här kommer också förslag på framtida forskning att presenteras löpande i texten.

5.1 Kan kund- och personalkonflikter lösas så att båda parter blir nöjda?

Det tidigare nämnda win-win-begreppet är intressant när det ställs i relation till hur en personal- och kundkonflikt ser ut (Cornelius 2006). En konflikt handlar om (minst) två parter där minst den ena partens behov blockeras av den andre (Jordan 2006:10). Som exempel kan vi ta en vanlig konfliktsituation som nämndes i intervjuerna: kunden upplever att priserna är för höga och personalen ställs till svars. Här är kundens behov blockerade (att handla prisvärt enligt den själv) av den prissättning som görs på caféet vilken representeras av cafébiträdet. För att en win-win-situation skulle uppstå ur denna konflikt krävs för det första att det finns ett ömsesidigt behov att lösa konflikten, något som det oftast görs: personalen vill ha en nöjd kund och kunden själv vill bli nöjd. Här ser vi att båda parter är överrens om resultatet. Det är alltså inte målet som är problemet, utan vägen dit. Genom studien kan vi se att en konfliktundvikande strategi från personalens håll är den lösning som kan ge en nöjd kund: att personalen tillämpar ytagerande och håller med kunden och erbjuder alternativ eller förklaringar tills denne anser sina behov tillgodosedda. Dock tappas personalens behov bort på vägen, men vilka är egentligen dessa behov? Utifrån empirin skulle vi kunna säga att personalens behov är en nöjd kund och att bli rättvist behandlad vilket innebär att inte behöva stå till svars för något som de inte kan kontrollera (exempelvis prissättning). Dessa behov kan vara svåra att tillgodose, men jag vill påstå att de inte är omöjliga. Dock krävs det att kunden ifråga är förstående och inte allt för upprörd. Här skulle framtida studier kunna göras med fokus på hur en hantering av kund- och personalkonflikter skulle kunna göras bättre för personalens del.

En av respondenterna menar också att även kunden har ett ansvar för att vara trevlig och bli nöjd, en åsikt som allt fler delar (SU Pressakriv, 2011). Både i min empiri men även i den tidigare forskningen denna studie använt sig av kan vi se att en majoritet av respondenterna inte håller med om att kunden alltid har rätt, men ändå tvingas handla efter mantrat. Kanske är

detta en tanke som kan komma att utvecklas och påverka synen på ”kunden har alltid rätt” och till vilken gräns detta begrepp ska efterlevas?

5.2 Vad kan känslorbetet få för konsekvenser?

Arlie Hochschild menar i sin studie kring flygvärdinnors känslorbetet att emotionellt arbete är vanligare i de yrken och branscher som domineras av kvinnor. Hennes teori styrks av både Wong och Wangs studie (2008) som studerade reseledare samt denna studie vilken undersökt cafébranschen. Dessa är tre kvinnodominerade yrkesområden. Denna iakttagelse öppnar upp till framtida forskning kring varför det handlar om just kvinnodominerade områden och huruvida genus påverkar hur mycket känslorbetet som förväntas och hur det i praktiken utförs.

I denna studie har vi sett att samtliga respondenter vid något tillfälle använder något slags känslorbetet, vare sig det handlar om den vanliga ytagerande eller djupagerande (Hochschild 2003). Tre av respondenterna, Maria, Sofia och Anna beskrev i sina svar att de på något vis utförde ett känslorbetet och att det krävdes att de går in i en typ av arbetsroll. Detta är ett resultat som överensstämmer med tidigare forskning kring servicebranschen som med samtliga studier denna uppsats listat tidigare. Jobbar du med service uppstår en maktrelation där du står som undergiven krävs det till och från känslorbetet från din sida och kanske framförallt då det så kallade ytagerande (ibid. 2003:33). Det handlar alltså inte enbart om cafébranschen utan alla typer av arbeten där fokus ligger på att tillgodose en annan människas behov. Därför blir detta resultat intressant för hela servicebranschen, men även för yrkesområden som inte strikt tillhör denna bransch, såsom inom vården exempelvis.

Djupagerande (ibid. 2003:33) är svårare att synliggöra än ytagerande, då det handlar om en person som förändrat sina känslor på djupet och inte bara på ytan. Något som min studie svagt pekar på är ett samband mellan personer som vill jobba kvar på sin arbetsplats och i cafébranschen på obestämd tid och en mer positiv attityd till arbetsplatsen. Sara och Julia som arbetar på samma arbetsplats och uttryckte inga planer på att sluta inom en snar framtid, snarare tvärtom. Båda uppvisade en positiv inställning till sitt arbete och bekymrade sig inte sig inte så mycket över konflikter och känslorbetet. Frågan som då behöver ställas är: är de positiva för att de arbetar på en bra arbetsplats eller är de positiva för att de har anammat

företagets tankar kring vad för känslor som bör kännas? Det kan handla om företag som har starka policys kring beteende också har en vilja att kontrollera hur personalen faktiskt känner för att upplevelsen ska bli autentisk för kunden och de därmed ska sälja mer. Vill du då arbeta länge inom företaget så kanske du till någon grad måste tro på dess koncept och arbetssätt. Huruvida dessa känslor är riktiga eller fabricerade är en oerhört svår fråga att besvara då den skulle kräva mer djupgående intervjuer kring fenomenet för att kunna synliggöra hur och varför dessa känslor uppstår. Kanske är detta en ingång till framtida studier – att kartlägga vad som påverkar ens inställning till arbetet genom att jämföra personer som har positiva respektive negativa attityder kring sin arbetsplats.

Ett annat intressant resultat som visade sig kom genom diskussionen om den psykiska påfrestningen av känslöarbete där Sara och Sofia diskuterade hur de efter sitt jobb hade svårt att släppa det på olika sätt: dels genom att känslor som hållits inne under dagen efteråt fick utlopp och dels genom en upplevelse av ett ständigt behov att prestera. Sofia tog även upp hur en arbetsuniform skapar en distans från sitt verkliga jag, vilket kan leda till att en förlorar mer av sin identitet ju längre en arbetar. Att hålla in känslor för att de inte är passande är ett klassiskt krav inom servicebranschen i stort vilket vi kunnat se i de tidigare studierna av Arlie Hochschild (2003), Vesa Leppänen (2010) och i Sarah J Tracy (2001). Det tycks handla mycket om personlighet huruvida personerna kan skaka av sig de känslor av frustration eller upprördhet som uppstår i kundkonflikter, men till vilken gräns ligger ansvaret på individen? I Sarah J Tracys studie kring lyxkryssningen kunde vi se att personalen i stort ansåg att utbrändhet, som enligt författaren kan kopplas till emotionellt arbete, är något som handlar om personliga brister snarare än arbetsmiljö och/eller arbetsbelastning. Kan det vara så att personer som har svårare att distansera sig från sitt arbete och sina egentliga känslor löper större risk att bli utbrända? Och vad beror det på att vissa personer kan skaka av sig känslorna medan andra fastnar i dem? Här finns flera intressanta frågor att som jag hade kunnat följa upp i mina intervjuer, men förhoppningsvis kanske någon annan gör det i framtiden. Att undersöka hur stor påverkan arbetsmiljö respektive personlighet har på utbrändhet skulle kunna ge intressanta och talande resultat.

En sista konsekvens av känslöarbete värd att diskutera mer är den som Sofia tar upp angående att vara så mycket i sin arbetsroll att en riskerar att tappa sin identitet. Det handlar om hur personer får gå in i en arbetsroll eller ha en arbetspersonlighet som skiljer sig från ens riktiga

personlighet, detta för att leva upp till de känsloregler som finns på arbetsplatsen (Hochschild 2003:56ff). I cafébranschen, liksom många andra, finns arbetskläder vilka på ett sätt symboliserar antagandet av arbetsrollen: liksom hur du tar på dig uniformen tar du också på dig de krav som ställs på dig av företaget och kunden. Du tar på dig din arbetspersonlighet. Ju längre du befinner dig i den, desto längre tid är du ifrån dig själv och din egen personlighet. Återigen hänvisas till Tracy's studie som drar detta fenomen till sin spets då personalen på kryssningsfartygen lever på sin arbetsplats och därför har extra svårt att gå ur denna arbetsroll då endast deras hytter är "hemma" (Tracy 2010). I dessa hytter tillbringas mer eller mindre endast sömntimmarna vilket leder till att mer tid spenderas i arbetsrollen än som privatperson. En skulle kunna se detta som en utveckling av emotionell dissonans då klyftan mellan de upplevda och de visade känslorna, det vill säga vardagspersonligheten och arbetspersonligheten, blir så stor att den ena till slut ersätter den andra.

5.3 Studiens bidrag till det arbetsvetenskapliga området

Studien ämnade att undersöka känslorbetet som är kopplat till konflikthantering med kunder inom cafébranschen. Genom denna ingång framkom att känslorbetet är något som genomsyrar ett cafébiträdes vardag vare sig det handlar om kundkonflikter eller andra områden. Detta tyder i sin tur på att cafébranschen erbjuder mycket att forska vidare kring då det är en bransch som i mångt och mycket har förbisetts som forskningsområde. Studien har visat att känslorbetet är oerhört utbrett och får olika konsekvenser för personalens välmående. Detta resultat tillsammans med det faktum att branschen bara fortsätter växa visar på något som kan komma att bli ett utbrett framtida problem. Ju fler personer som ger sig in i denna växande bransch, ju fler utsätts för riskerna av känslomässiga påverkningar som är för stora för individen. Det kan i sin tur leda till olika typer av depressioner som exempelvis utbrändhet. Det är min åsikt att jag genom intervjuerna och analysen kan se att detta är något som bör tas på allvar, både på den lägre nivån med fokus på cafébranschen, men även i det stora perspektivet som täcker in servicebranschen totalt. Att företag, kunder och samhället i stort ställer så höga krav på personer som arbetar med service skapar en press som är svår att hantera på individnivå. Jag argumenterar för att denna studie belyser hur det kan se ut och fungerar för olika personer med ett enhälligt beslut kring att något mer behöver göras för att arbetsbelastningen inte ska vara orimlig på en känslomässig nivå såväl som en fysisk.

Avslutningsvis vill jag nämna att jag anser att denna uppsats öppnat upp för många framtida, intressanta studier inom cafébranschen och servicebranschen i stort, vilket jag även har tagit upp tidigare under diskussionen. Det skulle kunna handla om ett genusperspektiv på känslöarbets utförande, kopplingen mellan känslöarbete, utbrändhet och personlighetstyp eller kanske vad för bakgrundsfaktorer som påverkar ens inställning till arbetet. Här finns mycket mer information att hämta och det är min förhoppning att framtida forskare även kommer att prioritera detta.

6 Slutsatser

I detta avsnitt kommer svaren på studiens frågeställningar att sammanfattat besvaras och diskuteras. Frågorna som studien ämnade att besvara var följande:

- Hur hanterar personal konflikter med kunder inom cafébranschen?
- Hur påverkas personalen emotionellt av kundkonflikter?

6.1 Sammanfattning av resultat

6.1.1 Hur hanterar personal konflikter med kunder inom cafébranschen?

Genom intervjuerna kunde två grundtyper av konflikthantering utläsas: den personliga konflikthanteringen och konflikthantering med hjälp av företagspolicy.

Den personliga konflikthanteringen handlar om att individerna på eget bevåg utvecklar ett sätt att behandla besvärliga kunder. Där berättade fyra av respondenterna att de försöker hålla en distans till kundernas beteende för att inte själva bli påverkade negativt, de valde alltså att undvika konflikter. För att göra detta berättar tre av respondenterna att de försöker att fokusera på jobbet i sig istället för kunden; de försöker arbeta snabbt och effektivt, både för att kunden nöjd men även för att helt enkelt bli av med hen.

Två av respondenterna arbetar på ett café som har en policy som innebär att de måste säga ja till allt kunden ber om, något som kan ses som en konfliktförebyggande akt. Det blir väldigt svårt för en konflikt att uppstå när alla kundens eventuella krav blir uppfyllda. Dock uppdagades problematiken med detta då en respondent berättade att kunder ibland ber om något som de tror att de vill ha, men när de väl får det så var det inte alls så de ville ha det. Där kunde cafépersonalens expertis ha hjälpt till att förebygga, men på grund av ja-policyn är detta inte möjligt. Den hindrar alltså den personliga konflikthanteringen till viss del.

6.1.2 Hur påverkas personalen emotionellt av kundkonflikter?

6.1.2.1 Påverkan av konflikter

Respondenterna har olika syn på huruvida de påverkas eller ej av kundkonflikter. Två av dem tar upp hur de kan bli ledsna och/eller frustrerade när det handlar om kunder som ställer dem till svars för saker de ej kan påverka, eller kunder som är stressade och tar ut det på personalen. Respondenterna menar att det handlar om bakgrundsfaktorer, exempelvis vilket humör de är på. Sådana faktorer avgör om hon tar konflikten personligt eller kan skaka av sig den.

6.1.2.2 Förväntningar på arbetsrollen

En annan typ av känslomässig påverkan handlar om arbetsrollen och vad den kräver. Inom cafébranschen, liksom inom servicebranschen överlag, finns förväntningar på att personalen du möter i kassan är trevlig, glad och leende. Detta är vad Hochschild benämner känsloregler (Hochschild 2003:56ff). Två av respondenterna diskuterade att de upplevde att det fanns krav på hur en skulle bete sig och att de fick ändra sin personlighet för att detta skulle stämma, ibland handlade det om att hålla inne sina känslor för att visa ”de rätta” utåt, vilket handlar om emotionellt arbete (ibid 2003:33).

6.1.2.3 När har kunden inte rätt längre?

En vanlig konfliktsituation för personalen handlar om begreppet ”kunden har alltid rätt”. En aspekt som togs upp var att det kan vara svårt att avgöra när de kan säga nej till kunder och vart gränsen går när det gäller exempelvis komplimanger, flirtande eller att säga otrevligheter. Något som de flesta respondenter uttryckte var att de inte direkt håller med om det, men att det handlar om att göra kunden nöjd både för hens och din egen skull.

6.1.2.4 Fysisk och psykiskt välmående

Tidigare forskning har visat på samband mellan högt känslorarbete och utbrändhet (ref) därför upplevdes det som ett relevant område att utforska. Tre av respondenterna visade på olika konsekvenser av känslorarbetet: att vara slut och ”socialt utmattad”, svårt att slappna av på sin fritid på grund av jobbet och att hålla inne sina känslor under arbetsdagen och känna sig arg/irriterad efteråt. En respondent tog upp den fysiska arbetsbelastningen och berättade att hon hade stora ryggsproblem efter sina 14 år i servicebranschen.

Litteratur- och källförteckning

Muntliga källor

- Alice – Intervju 2015-04-06
- Anna– Intervju 2015-03-31
- Julia – Intervju 2015-04-03
- Maria – Intervju 2015-03-30
- Sara – Intervju 2015-04-02
- Sofia - Intervju 2015-04-06

Tryckta källor

- Bergman Blix Stina (2013): *Arlie Russell Hochschild i:*
Stenberg Henrik, Isenberg Bo (2013): *Relationell Socialpsykologi*. Liber AB:
Stockholm.
- Cornelius Helena (2006): *Everyone can win – responding to conflict constructively*.
Simon & Schuster: Australien.
- Fineman Stephen (2000): *Emotion in organizations*. SAGE Publications
- Hoschild Arlie (2003): [*The Managed Heart: The Commercialization of Human Feeling*](#). Berkeley: The University of California Press
- Jordan Thomas (2006): *Att hantera och förebygga konflikter på arbetsplatsen*.
Läraryrkesförbundet: Skolledarföreningen.
- Layder Derek (1998): *Sociological practice – linking theory and social practice*. Sage
publications: London.
- S. Wharton Amy (2009): *The sociology of Emotional labour*.
- Yin Robert K. (2013): *Kvalitativ forskning – från start till mål*. Studentlitteratur AB:
Lund

Webbaserade källor

- *20 vanligaste yrkena för kvinnor*
http://www.scb.se/sv_/Hitta-statistik/Statistik-efter-amne/Arbetsmarknad/Sysselsattning-forvarvsarbete-och-arbetstider/Yrkesregistret-med-yrkesstatistik/59064/59071/133975/ (Hämtad 2015-04-10)
- *30 största yrkena*
http://www.scb.se/sv_/Hitta-statistik/Statistik-efter-amne/Arbetsmarknad/Sysselsattning-forvarvsarbete-och-arbetstider/Yrkesregistret-med-yrkesstatistik/59064/59071/133973/ (Hämtad 2015-04-10)
- Leppänen Vesa (2010): *Besvärliga kundbeteenden*.
<http://www.hur.nu/wp-content/uploads/2008/01/2010-5-Besvarliga-kundbeteenden.pdf>
(Hämtad 2015-03-27)
- Svenska Dagbladet (2013): *Kaféerna trotsar konjunkturen*
http://www.svd.se/naringsliv/nyheter/sverige/kafeerna-trotsar-konjunkturen_8693044.svd (Hämtad 2015-04-28)
- Tykesson-Bergman Ingela (2006): *Samtal i butik – språklig interaktion mellan biträden och kunder*.
<http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2%3A189330/FULLTEXT01.pdf> (Hämtad 2015-04-02)
- Stockholms universitet pressarkiv (2011): *Kunden själv ansvarig för att bli nöjd med service*
<http://www.su.se/om-oss/press-media-nyheter/pressmeddelande-arkiv/kunden-sj%C3%A4lv-ansvarig-f%C3%B6r-att-bli-n%C3%B6jd-med-service-1.14449>
(Hämtad 2015-05-03)
- Wong Jenh-Yih, Wang Chih Hung (2008): *Emotional labour of the tour leader; An exploratory study*.
http://www.researchgate.net/profile/Jehn_Yih_Wong/publication/229241275_Emotional_labor_of_the_tour_leaders_An_exploratory_study/links/0deec53200d3787829000000.pdf (Hämtad 2015-04-04)

Bilagor

Bilaga 1

Informantbrev

Hej!

Jag heter Pauline Hagman och jag skriver till dig med anledning av att jag håller på att genomföra en studie inom det arbetsvetenskapliga området på Göteborgs universitet.

Studien behandlar konflikter mellan kunder och personal i cafébranschen med fokus på begreppet ”kunden har alltid rätt”. För att undersöka detta vill jag intervjua cafépersonal från olika caféer för att få personliga åsikter och upplevelser kring dessa konflikter.

Intervjun tar ungefär en timma och kommer att äga rum så snart som möjligt på en plats som du själv får välja.

Att delta i intervjun är självklart frivilligt och du får lov att avbryta när du vill utan något krav på motivering.

Endast jag kommer att hantera det material som samlas in under intervju och din anonymitet garanteras. Du kommer dessutom få möjlighet att granska det färdiga materialet innan det lämnas in, skulle du så önska.

Vänliga hälsningar,

Pauline Hagman

hagmanpauline@gmail.com

Bilaga 2

Intervjuguide

Konflikter

- Har du upplevt dig vara i konflikt med en kund vid något tillfälle?
- Hur hanterade du detta?
- Hur hanterar du besvärliga kunder överlag? Har du någon strategi?
- Hur upplever du att du påverkas av konflikter med kunder?
- Hur ställer du dig till begreppet ”kunden har alltid rätt”?
- Hur påverkar det dig i ditt arbete?
- *(Har din arbetsplats någon konflikthanteringspolicy?
- Hur upplever du att den fungerar?)*
- Vad skulle du tycka var en bra konflikthanteringsstrategi?

Personlighet

- Upplever du någon skillnad mellan hur du är och beteer dig på arbetet gentemot hur du är till vardags?
- Upplever du att du behöver ändra på din personlighet?
- I så fall, hur?
- Hur mår du efter jobbet?

Bakgrund

- Hur länge har du arbetat inom cafébranschen?
- Har du arbetat på olika ställen?
- Vad har du för befattning?
- Vilka är din arbetsuppgifter?