

Dårlig Kundeadfærd i Restaurations- branchen

Rapportens samlede antal tegn
(med mellemrum & fodnoter): 113257
Svarende til antal normalsider á 2400 tegn: 47,19

Filip Sølvsten Nielsen, Studienummer: 20174628

**10. Semester, Psykologi,
Kandidatspeciale**

Aalborg Universitet
18/4 2023

Abstract

The service sector of work is the largest single sector in the modern western economies such as the Danish. Yet its effects on the workforce in the sector has only been sparsely looked at by researchers. This masters thesis of psychology seeks to further the understanding of the dynamics of customer misbehavior in the specific service setting of bars and restaurants. The research question of this thesis is:

What challenges and potential consequences are service workers faced by relating to customer behavior in the bar and restaurant business, and how are these challenges sought to be prevented and handled?

Firstly, the thematics of the thesis is presented in the introductory chapter, that also includes a motivation for the relevance of the study along with a presentation of the rest of the thesis.

Secondly, a field of relevant research is presented, with roots in three broad categories of organizational perspectives with their respective areas of focus as a structural underpinning of the chapter. The perspectives represented are respectively the unitarian, radical and pluralistic perspectives of work and organizational theory.

Thirdly, the methodology of the thesis is presented. This chapter includes presentations of qualitative methods of data acquisition through interviews, ethics, method of analysis along with descriptions how the participants were recruited.

In the fourth chapter, the analysis is presented with relevant citations from the qualitative data. The findings include different perspectives on types of problematic customer behavior including types of customers doing this behavior, reasons for bad customer behavior, the consequences of the bad customer behavior and lastly ways of preventing, handling and processing bad customer behavior.

The fifth chapter is a discussion of the findings including a discussion of the methodology and quality of the research. It is discussed how the findings of this master's thesis compares to the already established literature on the subject, including highlights of both findings that are in line with the existing and findings that are in opposition or contribute significantly to the literature with new insights. This chapter also includes a discussion of the implications of this thesis' findings, as well as a discussion of possible future research in this area.

The sixth and final chapter of the thesis is the conclusion. This chapter is a direct answer to the research question and thus includes this thesis' findings relevant to this.

Indholdsfortegnelse

1. OM SPECIALET	1
1.1 SPECIALETS UNDERSØGELSESFØREHAVENDE.....	1
1.2 UNDERSØGELSESFØREHAVENDES RELEVANS.....	1
1.3 FREMGANGSMÅDEN I SPECIALET.....	2
1.4 SPECIALETS STRUKTUR	2
2. KUNDEVENDT SERVICEARBEJDE OG KRÆNKENDE KUNDEADFÆRD.....	4
2.1. KARAKTERISTIKA VED KUNDEVENDT SERVICEARBEJDE	4
2.2. FORSKNING I KRÆNKENDE KUNDEADFÆRD	5
2.2.1 – <i>Det unitaristiske paradigme: Karakteristika og forskningstemaer i relation til krænkende kunder</i>	5
2.2.1.1. Særlig kundefærd og kundetyper.....	7
2.2.1.2. Årsager til krænkende kundefærd.....	8
2.2.1.3. Negative konsekvenser ved mødet med krænkende kunder	9
2.2.1.4. Mulige måder at forebygge krænkende kundefærd på	10
2.2.2. <i>Det radikale paradigme: Karakteristika og forskningstemaer i relation til krænkende kunder</i>	12
2.2.2.1 Typer af belastninger.....	12
2.2.2.2 Handlingernes årsager	13
2.2.2.3 Konsekvenser for arbejderens helbred	14
2.2.2.4. Arbejdernes bearbejdning af belastningsoplevelsen.	15
2.2.3 – <i>Det pluralistiske paradigme</i>	16
2.2.3.1 Typer af belastninger	16
2.2.3.2 Handlingens årsager	17
2.2.3.3 . Konsekvenser for servicearbejder og organisation	18
2.2.3.4 Forebyggelse	19
3. UNDERSØGELSESDSIGN	21
3.1 DET KVALITATIVE INTERVIEW	21
3.2 UNDERSØGELSESPOPULATION	23
3.3. ANALYSEMETODE	23
3.4. ETISKE OVERVEJELSER.....	24
4. ANALYSE	26
4.1 ADFÆRDS- OG KUNDETYPER:.....	26
4.1.1 <i>Adfærdstyper:</i>	26
4.1.2 <i>Kundetyper:</i>	29

4.2 ÅRSAGSFORKLARINGER:	30
4.3. KONSEKVENSER	34
4.4 FOREBYGGELSE, HÅNDTERING OG BEARBEJDNING:	37
4.4.1 Forebyggelse	38
4.4.2 Håndtering.....	40
4.4.3 Bearbejdning af hændelser.....	41
5. DISKUSSION	43
5.1. DISKUSSION AF FUND	43
5.1.1. Fund der bekræfter eksisterende undersøgelsesfund	43
5.2. UNDERSØGELSESKVALITET	49
5.3. VIDERE FORSKNING OG PRAKSISIMPLIKATIONER	51
5.3.1. Videre forskning	51
5.3.2. Praksisimplikationer	52
6. KONKLUSION	53
REFERENCELISTE	56

1. Om specialet

I dette kapitel redegøres der for specialets undersøgelsesforehavende og problemformulering samt det valgte undersøgelsesforehavendes relevans. Desuden redegøres der for fremgangsmåden i specialet og specialets opbygning

1.1 Specialets undersøgelsesforehavende

Jeg er i dette specialeprojekt interesseret i at undersøge, hvilke udfordringer servicearbejdere i kundevedte servicefunktioner oplever i tilknytning til dårlig kundefærd, og hvad de oplever som de mulige konsekvenser heraf. Derudover er jeg interesseret i at undersøge, hvordan eventuelle krænkende oplevelser eller aggressive handlinger søges håndteret. Dette specialeprojekts problemstilling lyder derfor som følger:

Hvilke udfordringer og mulige konsekvenser oplever servicearbejdere i restaurationsbranchen i mødet med problematiske kunder og hvorledes søges disse udfordringer forebygget og håndteret?

1.2 Undersøgelsesforehavendes relevans

Der er flere grunde til at mit undersøgelsesforehavende fremstår som relevant. En første grund er, at emnet er underbelyst i en dansk kontekst. Der foreligger således kun ganske få danske studier af, hvilke udfordringer servicearbejdere i kundevedte servicefunktioner oplever i tilknytning til krænkende og/eller aggressiv kundefærd og hvorledes de forsøger at håndtere disse udfordringer. Dette på trods af, at Servicebranchen er den største sektor på det private danske arbejdsmarked. Ifølge Dansk Erhverv¹ er 7 ud af 10 ansatte i det private erhvervsliv ansat i servicebranchen (<https://www.danskerhverv.dk/politik-og-analyser/okonomi-og-samfund/danmark-er-et-servicesamfund/>). En anden grund til at beskæftige sig med emnet er, at mødet med

krænkende og/eller aggressiv kundefærd antages at udgøre en belastning for servicearbejdere, men også en belastning som kan reduceres. Ved at rette fokus specifikt på oplevelser af krænkende og eller aggressiv kundefærd i det kundefærdte servicearbejde, kan vi forhåbentligt blive klogere på en kompliceret sammenhæng af både årsager og forebyggelses- og lindringsmuligheder, og med den viden i baghånden indrette vores arbejdspladser således, at vi for fremtiden kan reducere mængden af krænkelser og andre ubehagelige oplevelser i arbejdslivet.

1.3 Fremgangsmåden i specialet

For at indløse sit undersøgelsesforehavende er specialet anlagt som et empirisk studie. Jeg vil gennem en række semistrukturerede interviews med nuværende og tidligere ansatte i servicebranchen indhente data omhandlende oplevelser af udfordringer i mødet med krænkende og/eller aggressiv kundefærd, samt oplevede konsekvenser og anlagte håndteringsstrategier. Data analyseres efterfølgende ved hjælp af teoriinformeret kvalitativ indholdsanalyse (Hsieh & Shannon. 2005) med henblik på at identificere de faktorer, der kan yde indflydelse på oplevelse, håndtering og konsekvenserne af mødet med krænkende og eller aggressiv kundefærd i servicebranchen.

1.4 Specialets struktur

Specialet består foruden dette indledende kapitel af fire yderligere kapitler samt en afsluttende konklusion.

I det efterfølgende kapitel to redegøres der for, hvad der karakteriserer kundefærdt servicearbejde og for et udvalg af den forskning, der hidtil er foretaget i tilknytning til krænkende kundefærd. Den pågældende forskning grupperes og gennemgås med afsæt i Salamon (1987) og Heery (2016) som forskning, der kan placeres i tre forskellige paradigmer, hhv. et *unitaristisk*, et *radialt* og et *pluralistisk* paradigme, og der ses nærmere på hvilke forskningsmæssige temaer, der har været centrale indenfor de forskellige paradigmer, samt hvilke teoretiske bidrag og empiriske fund der er fremkommet.

I kapitel tre redegøres der for specialets undersøgelsesdesign. I denne forbindelse redegøres både for valg af dataindsamlingsteknik og sammensætning af undersøgelsespopulation og for valg af analysemetode og etiske overvejelser.

I kapitel fire præsenteres specialets analyse, mens kapitel fem indeholder en diskussion af specialets fund og deres betydning. Endeligt indeholder specialet en konklusion i kapitel seks.

2. Kundeorienteret servicearbejde og krænkende kundeadfærd

I dette kapitel redegøres der for, hvad der karakteriserer kundeorienteret servicearbejde og for den forskning, der hidtil er foretaget i tilknytning til krænkende kundeadfærd. Den pågældende forskning grupperes og gennemgås med afsæt i Salomon (1987) som forskning, der kan placeres i tre forskellige paradigmer, hhv. et *unitaristisk*, et *radialt* og et *pluralistisk* paradigme, og der ses nærmere på hvilke forskningsmæssige temaer, der har været centrale indenfor de forskellige paradigmer, samt hvilke teoretiske bidrag og empiriske fund der er fremkommet.

2.1. Karakteristika ved kundeorienteret servicearbejde

En væsentlig del af arbejdsfunktionerne i servicebranchen består af betjening eller servicering af kunder og implicerer derfor en form for kundekontakt. Leidner skelner mellem tre typer af servicearbejde; servicearbejde hvor serviceinteraktionen er selve produktet (f.eks. en rådgivningssamtale), servicearbejde hvor service-interaktionen er noget, der tilbydes som noget ekstra i forbindelse med en anden transaktion (f.eks. en stewardesses arbejde i tilknytning til transport af passager), og endeligt servicearbejde, der udføres med henblik på salg af et gode, hvor service-interaktionen ikke er en del af produktet, men noget som er en nødvendighed for salget (Leidner, 1993).

Servicearbejde har også sine egne særegne karakteristika. Modsat produktionsarbejde er servicearbejde, ifølge Korczynski (Korczynski, 2001), karakteriseret ved følgende fem karakteristika: 1) *uhåndgribelighed*, idet der altid er et uhåndgribeligt element i servicearbejde, 2) *forgængelighed*, idet der er en midlertidig karakter ved servicearbejdet, 3) *varians*, fordi kundernes handlinger ikke kan forudses detaljeret af serviceorganisationen, da kunders opfattelse af god service kan variere, 4) *samtidig produktion og forbrug*, fordi serviceinteraktioner produceres og konsumeres på samme tid, og endeligt 5) *uadskillelighed*, fordi kunden deltager i serviceprocessen (Korczynski, 2001). Særligt kundens deltagelse i serviceprocessen kan siges at udgøre et betydningsfuldt karakteristikum. Dette fordi man bør bemærke, at den klassiske forskning indenfor det arbejds- og organisationsteoretiske felt primært har rettet sin

opmærksomhed mod produktionsarbejde, der er karakteriseret ved en dyadisk relation mellem arbejdsgiver- og tager. I servicearbejdet kan man argumentere for, at denne relation er ændret, eftersom kunden er inddraget i den klassiske relation mellem de to parter, hvorfor dyaden nu er en triade (Korczynski, 2001; Heery, 2016). Endeligt betyder kundens tilstedevær i arbejdssituationen, at arbejdet typisk også indeholder en betydelig grad af emotionelt arbejde, hvorved forstås arbejde med at fremkalde eller undertrykke egne emotioner og emotionsudtryk med henblik på at fremkalde bestemte følelsetilstande hos andre (Hochschild, 1983).

2.2. *Forskning i krænkende kundeadfærd*

I min gennemgang af forskningen i krænkende kundeadfærd har jeg, som nævnt, valgt at tage udgangspunkt i Salamons (1987) og senere Heerys (2016) opdeling af organisationsperspektiver i hhv. *et unitaristisk, et radikalt og et pluralistisk* perspektiv og valgt at gruppere den fundne forskning i tre forskellige klynger. Grunden til, at jeg har valgt dette udgangspunkt, er, at forståelsen af organisationer spiller en betydelig rolle for, hvordan man opfatter og modellerer givne problematikker i relation til organisationer (Salamon, 1987). Denne pointe fremdrages også af Burrell & Morgan (1979, og Deetz (1996) samt Heery (2016).

2.2.1 – Det unitaristiske paradigme: Karakteristika og forskningstemaer i relation til krænkende kunder

I det unitaristiske perspektiv forstås organisationen som en harmonisk enhed, hvor alle arbejder mod et fælles mål. dvs. indgår i et konsensusbåret samarbejde, hvor alle interesser vinder ved effektivt samarbejde uafhængigt af deres stilling i organisation. (Salamon, 1987). Denne antagelse om grundlæggende organisatorisk interesseharmonie, medfører også, at man indenfor dette paradigme typisk ikke evner at tematisere konflikt og magt i organisationen på nogen særligt dybdegående måde. Da alle medlemmer af en organisation fra dette perspektiv anses som havende fælles interesser, ses utilfredshed og eller modstand mod organisationens handlemåder og strategier typisk som et udtryk for en misforståelse eller sygelighed hos den, der udviser modstand, og som noget der skal elimineres eller kureres. Der stilles heller ikke videre

spørgsmålstegn ved ledelsens legitimitet, da denne antages at handle i alles bedste interesser (Salamon, 1987). Heery (2016) påpeger således også, at man inden for det unitaristiske paradigme anskuer organisationens ledelse som den primære handlingsaktør, hvilket også forklarer, hvorfor man hyppigt ser et udbredt fokus på management inden for dette perspektiv.

Når det kommer til forskning i servicearbejde fra et unitaristisk perspektiv, er det i forbindelse med servicearbejde særligt værd at nævne *Den nye serviceledelsesskole*. Tilhører man denne skoledannelse, fremstiller man sig selv som et modstykke til klassiske ledelses- og organiseringsfilosofier, som f.eks. Scientific Management (Taylor, 1911.). fortalere for *Den nye serviceledelsesskole* mener, at vejen til en virksomheds succes går gennem glade og tilfredse servicearbejdere. Antagelsen er, at hvis servicearbejderne er glade og tilfredse, så vil de også yde en bedre service i interaktionen med kunderne. Man ser interaktionen mellem kunder og servicearbejdere som et nøglemoment, der også omtales som ”The Moment of Truth”, da det er her, at virksomheden kan skabe en positiv relation til sine kunder, hvis servicen altså er tilfredsstillende, og dermed skabe en konkurrencemæssig fordel. Dette forhold har skabt anledning til et skærpet fokus på netop dette moment, hvor bestræbelser på ensartning af servicearbejderens ydelser er i højsædet. Rationalet bag dette er, at hvis man kan ensrette servicen, kan man i teorien sikre ensartet høj kvalitet, og dermed skabe en bredere kundegrundlag. Man ser altså på servicearbejde som noget der potentielt kan skabe en såkaldt *win-win-win*-situation. Med dette menes, at hvis man har glade medarbejdere, kan man forvente at de yder god service, og at man derfor får glade kunder. Hvis man har glade kunder, vil ens omsætning blive øget, og dermed er ledelsen også glade, og således er alle parter i denne triade tilfredse (Korczynski, 2001).

Med afsæt i det unitaristiske paradigme ses typisk en interesse i at forstå og kortlægge, 1) hvilke *typer af krænkende kundeadfærd* eller *typer af krænkende kunder* der findes, og 2) hvad der er *årsager til krænkende kundeadfærd* eller andre former for uhensigtsmæssige interaktioner mellem kunder og servicearbejdere, da disse situationer kan skabe utilfredse kunder og medarbejdere. Desuden ses en interesse i at kortlægge 3) de *negative konsekvenser ved mødet med krænkende kunder* og 4) *mulige måder at*

forebygge krænkende kundefærd på. Eksempler på sådan forskning og udvalgte teoretiske bidrag og empiriske fund gennemgås i det efterfølgende.

2.2.1.1. Særlig kundefærd og kundetyper

Et første forskningstema, som findes blandt forskere med et unitaristisk udgangspunkt, vedrører forsøget på at klassificere forskellige former for krænkende kundefærd eller sågar særlige kundetyper. Et eksempel på førstnævnte er Fullerton & Punj (1993; 1997) der i deres artikler bl.a. forsøger at indkredse hvad dårlig kundefærd [*aberrant customer behavior*] er. Helt grundlæggende forstår forfatterne dårlig kundefærd som noget der repræsenterer et normbrud; altså et brud med de kontekstuelle normer og forventninger, der er om en normal interaktions gang (Fullerton & Punj, 1993). Forfatterne mener, at normerne for gode kunde/servicearbejder-interaktioner er funderede i forventningerne til succesfulde udvekslinger mellem de to parter (Fullerton & Punj, 1997). Disse forventninger, mener forfatterne, reflekterer en implicit tillid til, at kundens adfærd bliver inden for rammerne af ordentlig og respektabel adfærd (Fullerton & Punj, 1993). Fullerton & Punj pointerer, at det er svært at finde direkte sammenhænge mellem specifikke demografiske grupper og typer af dårlig kundefærd, men karakteriserer grundlæggende dårlig kundefærd, som et fænomen der opstår i mødet mellem individuelle træk og prædispositioner hos kunden, og indflydelser fra markedet. Med markedsindflydelser menes, omstændighederne og konteksten for udvekslingen mellem kunde og virksomhed samt virksomhedens marketing og image. Andre forfattere har forsøgt at opstille kundetyper i kategorier, der skal reflektere de forskellige manifestationsformer af dårlig kundefærd. Et eksempel herpå er Lovelock (1994; Witz & Lovelock, 2021), der har lavet en typologisering, hvor der skelnes mellem seks forskellige kundetyper: *thieves*, *rule breakers*, *belligerents*, *vandals*, *family feuders*, og *deadbeats*. Disse typologiseringer synes dog funderet i kundernes faktiske handlinger, og kun i begrænset omfang baseret på særlige dispositionelle faktorer eller demografiske karakteristika.

I et andet studie baseret på over 700 interviews med servicearbejdere, laver Bitner et. al. (1994) en typologisering med fire kategorier af kunder. Deres kategorier omfatter: 1) fordragne/fulde kunder, 2) kunder der laver verbal og fysisk mishandling, 3) regel- eller lovbyggere & 4) ikke samarbejdsvillige kunder (Bitner et. al., 1994).

2.2.1.2. *Årsager til krænkende kundefærd*

Et andet væsentligt forskningstema, som findes blandt forskere med et unitaristisk udgangspunkt, omhandler, hvad der kan ligge til grund for dårlig kundefærd. Et eksempel på forskning, der udtrykker en interesse i at kortlægge årsagerne til dårlig kundefærd, er Belk (1975). Belk interesserer sig særligt for de *kontekstuelle faktorer* som bidrager til at dårlig kundefærd opstår. F.eks. peger Belk på, at faktorer så som rumlige omgivelser, herunder rummets størrelse og temperatur kan spille en væsentlig rolle (Belk, 1975). Endeligt peger Belk også på, at de sociale omstændigheder kan spille en rolle for, om der kan opstå aggressioner fra kunder rettet mod servicearbejdere. Belk omtaler sociale omstændigheder ret bredt, og giver som eksempler andre kunders tilstedeværelse, deres karakteristika og de forskellige interaktionelle roller der måtte indtages i kunde - servicearbejdeudvekslingen.

Et andet eksempel på forskning, der udtrykker en interesse i at kortlægge årsagerne til dårlig kundefærd, er Fullerton & Punj (1993). Fullerton & Punj skelner overordnet set mellem kontekstuelle faktorer, der f.eks. inkluderer de fysiske omgivelser, produkt- eller servicetype der bliver tilbudt, virksomhedens offentlige renommé, m.v., og så *dispositionelle* faktorer, der inkluderer psykologiske faktorer, demografiske faktorer og indflydelse fra sociale sammenhænge og grupper. En vigtig drivkraft bag manifestationen af problematisk kundefærd, er ifølge Fullerton & Punj kundernes dispositionelle faktorer. Her nævner de særligt psykologiske karakteristika som f.eks. personlighed, men også forhold som i hvor høj grad man søger spænding, stadie af moralsk udvikling ol.. Ifølge Fullerton og Punj (1993) opstår problematisk kundefærd dog ikke alene på baggrund af individuelle psykologiske faktorer og ej heller alene på baggrund kontekstuelle faktorer. Derimod opstår problematisk kundefærd i mødet mellem de ”rette” dispositionelle og kontekstuelle faktorer. Et nyere eksempel på kontekstuelle faktorer, der kunne spille ind i manifestationen af problematisk kundefærd, er den danske skoproductent, ECCO, som i forbindelse med krigen mellem Rusland og Ukraine, modsat mange andre danske virksomheder, ikke valgte at lukke sine butikker i Rusland. Fordi der i det bredere danske samfund har været en ret stærk konsensus om, at Ruslands angreb på Ukraine er forkasteligt, er der derfor grundlag for, at en kunde med de ”rette” dispositionelle faktorer, opfører sig dårligt overfor en given servicemedarbejder i en Dansk ECCO-butik. Fullerton & Punj (1993) pointerer altså, i lighed med Belk (1975), at de kontekstuelle faktorer er lige så vigtige som de

dispositionelle faktorer, hvis man vil kortlægge årsager til, hvorfor problematisk kundeadfærd opstår. De tilføjer dog til Belks observationer, at virksomhedens offentlige omdømme kan spille en vigtig rolle i at forudse mængden af problematisk kundeadfærd. Endeligt findes der også eksempler på forskning, der anlægger et interaktionisk perspektiv på årsagerne til dårlig kundeadfærd. Et eksempel Grove et al., (1997) der peger på, at dårlig kundeadfærd udspringer af oplevelser af uretfærdig behandling, utilfredsstillede behov, mangel på respekt eller nedladende adfærd fra servicearbejderne. Her forstås aggression eller anden dårlig kundeadfærd m.a.o. som en konsekvens af uretfærdig eller decideret dårlig behandling fra servicearbejderen.

2.2.1.3. Negative konsekvenser ved mødet med krænkende kunder

Et tredje væsentligt forskningstema, som findes blandt forskere med et unitaristisk udgangspunkt, er, hvad konsekvenserne af disse handlinger er.

Fullerton & Punj (1993) opstiller tre hovedtyper af konsekvenser af dårlig kundeadfærd. Den første hovedtype inkluderer destruktions af virksomhedens ejendom, mens den anden hovedtype inkluderer psykisk og/eller fysisk overgreb på andre kunder eller servicepersonalet. Den tredje hovedtype af konsekvenser er tab af materiel som følge af snyd eller tyveri. Samlet set finder Fullerton & Punj (1993), at dårlig kundeadfærd har potentielle økonomiske, fysiske og psykiske konsekvenser for virksomheden, andre kunder og servicearbejderen. Der ses altså, et udpræget økonomisk fokus på konsekvenser, samt et fokus på de psyko-fysiologiske konsekvenser for andre kunder og medarbejdere.

Harris, L. C., & Reynolds, K. L. (2003) fokuserer også på de potentielle konsekvenser ved problematisk kundeadfærd, som de kalder *customer misbehavior*. Først pointerer forfatterne, at alle interviewpersoner i deres studie berettede, at de dagligt enten bevidnede eller var direkte involverede i problematiske kundeinteraktioner (Harris & Reynolds, 2003). Dernæst opdeler forfatterne konsekvenser i tre kategorier med afsæt i et skel mellem de aktører, der berøres. Disse er hhv. 1) konsekvenser for de ansatte 2) konsekvenser for kunderne og 3) konsekvenser for organisationen (Harris, & Reynolds, 2003). For de ansatte finder forfatterne to typer af længerevarende psykologiske konsekvenser. Den ene beskrives som en følelse af mindreværd og ydmygelse, der

opleves af servicearbejderne ofte længe efter den konkrete hændelse. Den anden form er længerevarende stress, der ligeledes sætter spor længe efter den konkrete hændelse. I nogle særligt grove tilfælde beskrives PTSD-lignende symptomer, der stadig genererer gener for arbejdere 8 år efter episoden (Harris, & Reynolds, 2003).

For kunderne beskrives to typer af konsekvenser, der kan følge af at overvære andre kunders problematiske adfærd overfor en servicearbejder. Den første er en empatisering med servicearbejderen, på baggrund af en opfattelse af, at disse har været udsat for noget uretfærdigt. Det kan dog også gå i den anden retning, hvor problematisk kundeadfærd bliver observeret og siden bidrager til en legitimering af den pågældende type adfærd. Dvs. øger sandsynligheden for at den opstår igen. Derudover beskriver forfatterne også en anden kunderelateret effekt, nemlig at overværelsen af andre kunders problematiske adfærd i relations til servicearbejderen påvirker deres personlige forbrugsoplevelse. Dette medfører typisk, at kunderne der overværer problematisk adfærd, er mindre loyale overfor den virksomhed, som de havde bevidnet denne form for adfærd i (Harris, & Reynolds, 2003). Endeligt beskriver forfatterne også konsekvenser af problematisk kundeadfærd for organisationen, de sker i. De tegner her et billede af både direkte såvel som indirekte finansielle konsekvenser. Der er to typer af indirekte finansielle konsekvenser. Den første indebærer, at servicearbejderne skal bruge ekstra ressourcer på at håndtere dysfunktionelle kunder, og dermed har mindre tid til dem der ”opfører sig ordentligt”. Den anden indebærer, at medarbejdere, der bliver udsat for problematiske kunder, ofte kan få negative psykologiske effekter som f.eks. stress, der nedsætter deres arbejdsevne og potentielt tilskynder dem til at sige op, hvorfor virksomheden kan komme til at skulle bruge ressourcer på at træne og hyre nye ansatte. De direkte konsekvenser bliver beskrevet som sjældnere, men indebærer udskiftning af ødelagt eller stjålet inventar, kompensation af servicearbejdere eller andre kunder der har været udsat for eksempelvis vold e.l. og i nogle tilfælde advokatudgifter i forbindelse med uberettigede sagsanlæg (Harris, & Reynolds. 2003).

2.2.1.4. Mulige måder at forebygge krænkende kundeadfærd på

Et fjerde væsentligt forskningstema, som findes blandt forskere med et unitaristisk udgangspunkt, er, hvorledes krænkende kundeadfærd kan forebygges og hvordan de negative konsekvenser af adfærden kan mindskes.

Et eksempel på førstnævnte er Deshpande og Farley (1998), der skriver om *marketing orientation strategies* og servicestandardisering som en mulig forebyggelsesstrategi. En grundlæggende antagelse bag denne strategi er, at færre kunder vil opføre sig dårligt, hvis det sikres, at de får en tilfredsstillende service. Dermed er en mulig forebyggelsesstrategi fra dette perspektiv at udvikle gode serviceprocedurer, der kan sikre en ensartet, god service til alle kunder, i høj grad på baggrund af devisen om, at kunden altid har ret. En anden forebyggelsesstrategi handler om rekruttering og træning af medarbejdere. Harris, L. C., & Daunt, K. (2013) pointerer, at managers i servicebranchen forsøger at rekruttere ”robuste” medarbejdere til frontlinje-servicearbejdere, bl.a. gennem brug af personlighedstests, med henblik på at reducere frafaldsprocenten hos deres ansatte på grund af stressreaktioner mm. på baggrund af problematisk kundefærd. Ikke kun robuste medarbejdere bliver søgt, men også ekstroverte og ”glade” servicearbejde søgtes regelmæssigt, da disse personlighedsegenskaber antages at forebygge og reducere mængden af problematisk kundefærd. Træning af servicearbejderne gennem rollespil ol. bliver også flittigt brugt som forebyggelse mod problematisk kundefærd. Her kan servicearbejderen lære, hvordan man håndterer besværlige kunder, og hvordan man deeskalerer en konflikt, når den opstår (Harris & Daunt, 2013).

Et eksempel på forskning i, hvordan de negative konsekvenser af krænkende kundefærd kan mindskes, kommer også fra Harris & Daunt (2013), der undersøger hvordan managers i servicesektoren iværksætter forskellige strategier for at nedbringe de negative effekter ved problematisk kundefærd. For at nedbringe negative konsekvenser ved udsættelse for problematisk kundefærd, anvender man nogle steder økonomisk kompensation til de mest udsatte. Dette skal have som effekt at lokke servicearbejderen til at blive i sin stilling trods de negative psykologiske og emotionelle konsekvenser. Andre former for kompensation gives også, bl.a. i form af frihed til at vælge hvilke vagter, servicearbejderen ønsker at arbejde, herunder vagter, hvor der er bedre aflønning eller mindre sandsynlighed for krænkende kundefærd. Andre håndteringsstrategier inkluderer brug af ros fra ledelsesside efter særligt svære episoder med samtidig betoning af evt. muligheder for forfremmelse. Sidst findes også, at *rådgivning og supervision*, dvs. samtaler om svære episoder i mere eller mindre formel grad, blev brugt til håndtering af disse episoder for servicearbejderen.

2.2.2. Det radikale paradigme: Karakteristika og forskningste-maer i relation til krænkende kunder

I det radikale paradigme forstås organisationer grundlæggende som karakteriseret ved en interessekonflikt mellem arbejdsgiver og arbejdstager. Med inspiration fra Marx's og senere kommunistiske tænkere som Lenin og Trotskijs forståelse af modsætningsforholdet mellem den herskende klasse og proletariatet, opfatter man arbejdet i en konventionel organisation som en undertrykkende praksis i sig selv. Dette skyldes bl.a., at al magten ligger hos den herskende klasse, kapitalisterne, som vi i dette tilfælde kan beskrive som ledelsen og ejerkredsen hos en given virksomhed. En løsning på denne konflikt finder man ikke igennem kompromis mellem de stridende parter, men derimod kun gennem en omvæltning af den herskende orden, eller i mildere tilfælde aktivistisk politisk organisering af arbejdskraften (Heery, 2016). Den herskende klasses magt forstås i dette perspektiv ikke kun som havende en konkret fysisk og eller økonomisk form, men også en ideologisk form, hvor man hos nogle radikale forfattere, typisk med postmoderne udgangspunkt, ser magthaverne som værende i stand til at kontrollere de magtunderlagtes sindelag gennem kontrol og organisering af arbejdet samt brug af sprog og metaforer. Modstand mod ledelsesparadigmer forstås fra dette perspektiv som en moralsk "rigtig" handling, og målet med forskning fra dette perspektiv er, at frigøre de underkastede fra deres lænker (Salamon, 1987; Heery, 2016).

Med afsæt i det radikale paradigme ses typisk en interesse i at belyse 1) typer af belastninger 2) handlingernes årsager 3) konsekvenser for medarbejderens helbred og 4) arbejdernes bearbejdning af belastningsoplevelsen. Denne forskning udføres som oftest også med afsæt i arbejdernes oplevelser.

2.2.2.1 Typer af belastninger

Ligesom i det unitaristiske paradigme ses i det radikale paradigme også en interesse i at kortlægge typer af belastningsformer. Et eksempel herpå kan man f.eks. finde hos Borchmann & Pedersen (2020). Gennem analyse af servicearbejderes egne beskrivelser på et internetforum forsøger forfatterne at kortlægge belastningstyper i servicearbejde og at kategorisere dem i undergrupper.

Overordnet set finder forfatterne hovedsageligt udsagn fra servicearbejdere, der beskriver problematisk kundefærd oplevet af den pågældende servicearbejder selv. Ved denne type af udsagn underopdeler forfatterne udsagnene således: 1) kunden udviser tankeløs og eller krævende adfærd i relation til en normal transaktion, 2) mystisk eller afvigende kundefærd, 3) kunden udviser ikke-transaktionsrelateret chikane af servicearbejderen, 4) kunden snyder eller stjæler, 5) usoignerede og sjuskede kunder, 6) kunden bruger upassende humor eller udviser upassende sympatihandlinger, 7) kunden vandaliserer og 8) andre typer problematisk kundefærd. Underkategorierne er rangeret efter frekvens, og den første underkategori står for 74,2% af udsagnene. På baggrund af dette studie, kan man også konstatere, at de primært rapporterede problematiske adfærdstyper er adfærd, som den givne servicearbejder selv udsættes for, og at denne har karakter af, at kunden udviser tankeløs og eller krævende adfærd i relation til en normal transaktion. Andre eksempler på problematisk kundefærd der bliver rapporteret, består i næsthøjst grad af problematisk kundefærd udfoldet mod kollegaer (Borchmann & Pedersen, 2020).

2.2.2.2 Handlingernes årsager

Et andet tema, der interesserer inden for det radikale paradigme vedrører, hvordan man kan forstå handlingernes årsager. Indenfor det radikale paradigme ses det, at forskningen i årsager oftest har fokus på de strukturelle omstændigheders betydning. Hochschild (1983) giver i sit klassiske studie af stewardesser et eksempel på, hvordan virksomheders servicepraksisser og forordninger kan spille en rolle i at ”invitere”, eller sandsynliggøre problematisk kundefærd. Stewardessernes primære aktiv i deres arbejde er *smilet*. Hochschild beskriver hvordan stewardessernes smil instrumentaliseres i arbejdet af flyselskabet, til at reflektere selskabets dispositioner. F.eks. skal det reflektere tilliden de har til at flyet ikke styrter ned, at det afgår og ankommer til tiden og en invitation til at komme tilbage til flere ture (Hochschild, A. 1983). Produktet som stewardesserne skal sælge, er altså et smil, eller sagt med andre ord, skal de formidle genuine følelser (Hochschild, A. 1983).

For at forstå årsagerne til problematisk kundefærd, er det nødvendigt med en redegørelse for status’ rolle i emotionelle udvekslinger. Vi udveksler i vores mange

forhold, private såvel som arbejdsrelaterede, respekt anerkendelse og medfølelse. Dette kalder Hochschild ”emotionelle gaver” (Hochschild, A. 1983). Når forholdet er lige, vil der typisk være en ligeværdig udveksling af gaver mellem parterne. Hvis der modsat er uligevægt i forholdet i form af status, vil den med lavest status typisk bidrage mere, for at legitimere relationen. Ifølge Hochschild betyder netop det at have højere status, at man i højere grad er berettiget til belønninger, som i denne kontekst ofte er af emotionel karakter (Hochschild, A. 1983). ”Når kunden er kongen...”, som Hochschild siger, ”er ulige udvekslinger normen”. Flyselskabet placerer altså kundens oplevelse over alt andet, hvilket har konsekvenser for stewardessernes status i relation til kunderne. Kunderne er berettigede til gaver, ofte i form af genuin interesse, latter, hvis der bliver fortalt en joke, og generelt en positiv attitude overfor enhver kunde der måtte henvende sig. Dette kan medføre, i tilfælde af at servicearbejderen ikke lever op til den lovede standard, at kunden, på baggrund af sin hævdede status, opfører sig dårligt overfor servicegiveren. Man kan altså sige, at arbejdsgivers rammesætning af relationen mellem servicearbejder og kunde, ifølge Hochschild potentielt foranlediger uhen-sigtsmæssige relationelle betingelser for en værdig arbejdsdag for servicearbejderen (Hochschild, 1983).

2.2.2.3 Konsekvenser for arbejderens helbred

Et tredje væsentligt fokusområde inden for det radikale paradigme er konsekvenserne for arbejderens helbred. Hochschild (1983) beskæftiger sig også med konsekvenserne for servicearbejdere ved udsættelse for problematisk kundeadfærd. Det er ifølge Hochschild ikke kun overgrebet i sig selv, der kan skabe negative emotionelle eller fysiske konsekvenser for servicearbejderen. Hochschild (1983) retter i stedet sit fokus på de afledte konsekvenser af det emotionelt betingede servicearbejde, som de skal yde. *Emotional labour* (emotionsarbejde) defineres af Hochschild som værende fremvisning af de af organisationen ønskede emotionelle udtryk. Med andre ord kan man sige, at emotionelt arbejde handler om, at arbejdsgiver søger at tage kontrol over arbejdstagers følelsesapparat, for derigennem at kunne skabe økonomisk profit. Hochschild beskriver to måder hvorpå man kan yde emotionelt arbejde. Hun kalder de to tilgange for henholdsvis *surface-* og *deep acting*. Ved den første form bruger man kroppen, f.eks. med grimasser der imiterer en følelse, til at inducere en mere autentisk følelse af, hvad man gerne vil signalere til kunden. Den anden, *deep acting*, som er

den omvendte proces, hvor man bruger empatisk indlevelse til at inducere den fysiologiske emotionelle reaktion. Begge disse teknikker, mener Hochschild, fordrer arbejderens mere eller mindre ubevidste manipulation af sine egne følelser. Emotionsarbejder forekommer både som forebyggelse mod og konsekvens af dårlig kundefærd. Konsekvensen ved dette er, som Hochschild viser, at servicearbejderen kan opleve følelsesmæssig udbrændthed, stress og fremmedgørelse fra sig selv og sine egne følelser (Hochschild, 1983). Man kan altså sige, at konsekvenstanken fra dette perspektiv ikke nødvendigvis kun forholder sig til den direkte konsekvens af ubehagelige kundeepisoder, men også de mere komplekse psykologiske dynamikker, som bliver afledt af betingelserne for arbejdet i servicebranchen.

2.2.2.4. Arbejdernes bearbejdning af belastningsoplevelsen.

Et fjerde fokusområde inden for det radikale paradigme vedrører bearbejdning af belastningsoplevelser blandt arbejdere. Korczynski (2003) beskæftiger sig bl.a. med, hvordan grupper eller fællesskaber af servicearbejdere kan hjælpe hinanden med at håndtere belastninger forbundet med servicearbejdet med reference til Hochchilds (1984) begreb om *communities of coping* eller på dansk, håndteringsfællesskaber (Korczynski, M. 2003). Korczynskis analyser hviler på en antagelse om, at kundeoplevelser spiller en væsentlig rolle for både positive og negative oplevelser i servicearbejdet, og at vrede og grove kunder næsten altid vil være en væsentlig del af en servicearbejders hverdag. Den sociale kontekst, hvori servicearbejdet foregår, betyder dog også, at det ofte er nærliggende for servicearbejderne at tale med hinanden for at få støtte til at håndtere den smerte som måtte være til stede, og gennem denne proces dannes de førnævnte håndteringsfællesskaber (Korczynski, M. 2003). I Korczynskis undersøgelse eksemplificerede håndteringsfællesskaberne en dynamik, der skabte små, tætte og uformelle kulturer på arbejdspladsen, og disse kulturer spiller en væsentlig rolle for velværet i arbejdsstyrken, og betød også noget for i hvor høj grad servicearbejderne følte sig underlagt af ledelsens forsøg på at kontrollere deres adfærd i servicesammenhænge (Korczynski, M. 2003).

Andre studier fokuserer også på håndteringsfællesskaber, men belyser både nogle positive og negative sider af fænomenet (Borchmann, T. & Pedersen, B. T. 2020). I udgangspunktet ses erfaringsdeling i fællesskaber, i dette tilfælde et internetforum, som

noget der rummer potentialet til at hjælpe servicearbejderen med at afmystificere og forstå en ubehagelig episode, samt at det kan hjælpe med at fjerne noget af den skyldfølelse, som forfatterne mener er associeret med en adoption af et ledelsesperspektiv på kunder som privilegerede servicemodtagere (Borchmann & Pedersen, 2020). Blandt de negative sider af erfaringsdelingen var risikoen for, at erfaringsdelingsforummet blev til et medium for luftning af egne fordomme; både af kønnet og etnisk karakter (Borchmann & Pedersen, 2020).

2.2.3 – Det pluralistiske paradigme

En tredje måde at anskue organisationer og organisatorisk adfærd på er med afsæt i det pluralistiske paradigme. Den grundlæggende forestilling, der karakteriserer det pluralistiske paradigme, er, som navnet antyder, at der i en organisation eksisterer forskellige interessenter og eller grupperinger med hver deres interesse. Disse interessenter kan eksistere som mere eller mindre formelle grupperinger, men uanset forstås det, at der eksisterer forskellige *enheder* med mere eller mindre forskellige interesser, som de vil forsøge at varetage. Dermed anses konflikter i en organisation ikke som udtryk for en misforståelse eller sygelighed som ved det unitaristiske perspektiv, men derimod som en naturlig konsekvens af organisationer og arbejdspladsers grundlæggende karakteristika. Dog forstår man ikke udelukkende arbejdspladsen som en konfliktzone. Man har derimod en forståelse for, at de forskellige parter interesser i nogle tilfælde er samstemte, og i andre tilfælde ikke.

Med afsæt i det pluralistiske paradigme ses typisk en interesse i at belyse, 1) typer af belastninger, 2) belastningernes årsager, 3) konsekvenser for servicearbejderen og 4) forebyggelse.

2.2.3.1 Typer af belastninger

Et første forskningstema, som man finder i forskning indenfor det pluralistiske paradigme, omhandler forsøget på at komme til klarhed over typer af belastninger i servicearbejde. Et eksempel på et studie af typer af belastninger, der kan siges at have et pluralistisk afsæt, er Gimlins studie af en frisørsalon i New York (Gimlin, 1996). Gimlin karakteriserer servicearbejdet som præget af konfliktende interesser. Ikke blot

mellem kunde og frisør, men også iboende konflikter i servicearbejderen. Servicearbejderen bærer ifølge Gimlin en række interesser. Disse interesser er for frisørerne bl.a. at etablere og varetage en identitet som skønhedsekspert i relation til kunderne. Denne ”ekspertstatus” bliver særligt væsentlig for frisørernes selvagtelse, når man tager i betragtning, at kunderne på denne frisørsalon, ofte kommer fra højere samfundsklasser, end det arbejdsklasse-prægede miljø, som de fleste af frisørerne kommer fra. Frisørens ekspertstatus udgør altså en identitetsmæssig validering af frisøren som værdiskabende aktør. Dog skal servicearbejdere, i dette tilfælde frisøren, nogle gange gå på kompromis med deres ekspert-interesse, for at varetage andre interesser, som f.eks. at vedholde en god venskabelig relation til sin kunde, for at sikre at denne kommer tilbage. Som en anden interessebærer udfordrer kunden også til tider servicearbejderens status som ekspert, f.eks. ved at hævde et kendskab til hårmode i klassekredse som frisøren er afskåret fra, og det er i denne situation, at servicearbejderen må gå på kompromis med sin status som ekspert, for at vedholde de økonomiske interesser, der eksisterer i arbejdet (Gimlin, 1996). Krænkelser fra kunder kan således tage form af at nægte en anden det ekspert- eller ligeværd som det professionelle afsæt ellers skulle muliggøre.

2.2.3.2 Handlingens årsager

Også årsagsforklaring har ofte interesse i forskning fra et pluralistisk perspektiv. Fra dette perspektiv ses årsagerne til belastninger i servicearbejde, ofte på baggrund af komplekse processer. Gimlin (1996) giver således et bud på, hvad der ligger til grund for den beskrevne handlingsdynamik. Dette bud inddrager interpersonelle dynamikker som årsager til krænkelserne. Skåret ind til benet, tegnes der et billede af en dynamik, hvor skønhedsarbejderen gennem deres forsøg på at udleve en professionel identitet, forsøger at udligne de klasseskel der måtte være mellem dem og deres klienter. Disse forsøg modtages imidlertid ikke altid vel af deres klienter, idet der ofte er et skel mellem klient og skønhedsarbejders skønhedsideal. Forsøget bliver samtidig besværet af de servicemæssige aspekter ved skønhedsarbejdet og de af relationen afkrævede emotionelle udvekslinger, der tilsiger at dæmpe en potentiel konflikt for at sikre fremtidige salg af services (Gimlin, 1996).

Også andre forskere har undersøgt de komplekse dynamikker der er på spil i servicearbejdet. Leidner (1993) beskriver relationen mellem servicearbejdere, kunder og arbejdsgivere fra hhv. et callcenter for et forsikringselskab og et par lokale amerikanske McDonald's-butikker (Leidner, 1993). Leidner fokuserer på det fænomen hun kalder rutinisering el. standardisering af menneskelig interaktion og de mulige konsekvenser heraf. Rutiniseringsfænomenet er noget som bruges aktivt af serviceudbydende virksomheder, der bl.a. skal sikre sig ensartethed i servicen. I tidligere traditioner jf. Braverman (1974), anså man rutinisering af arbejdsopgaver i servicebranchen som havende de samme negative konsekvenser som er tilfældet ved standardisering af klassisk produktionsarbejde og som et led i arbejdsgivers kontrolbestræbelser. Leidners udgangspunkt er, at rutinisering af servicearbejdet er anderledes end ved det klassiske produktionsarbejde, da der er en tredje part i relationen, der før kun var mellem arbejdsgiver og tager; nemlig kunden. Leidner mener at det ikke kun er negative konsekvenser, som er forbundet med rutiniseringen af servicearbejdet, men at rutiniseringen kan bruges som et forsvar mod kunden (Leidner, 1993).

Gennem virksomhedens rutinisering sættes servicearbejderen dog potentielt i en udsat situation overfor kunden. Dette sker på grund af at servicearbejder fremstår som en rettighedsløs "nikkedukke" i kundens øjne. (Leidner, 1993).

2.2.3.3. Konsekvenser for servicearbejder og organisation

Et tredje forskningstema, som man finder i forskning indenfor det pluralistiske paradigme, vedrører konsekvenserne for servicearbejder og organisation.

Leidner (1993) peger på instrumentaliseringen af menneskelige relationer som en af de største potentielle negative konsekvenser for servicearbejderen, men også for menneskeheden som helhed. En lignende udpegning af konsekvenserne ses og så hos Wright-Mills i bogen "*White collar – The American Middle classes*" (Wright-Mills, 1951)

Et tredje eksempel på forskning i konsekvenser er en undersøgelse foretaget af Mark Stein (2007). Stein undersøger konsekvenserne for servicearbejdere ved konfrontationer og anden udsættelse for dårlig kundefærd, med afsæt i et psykodynamisk perspektiv (Stein, 2007). Særligt betoner Stein de ubevidste konsekvenser af aversive oplevelser med kunder, og anvender en toksicitetsmetafor til at beskrive den sindstilstand og dynamik der kan opstå i relation til aversive kundeoplevelser (Stein, 2007). Stein

argumenterer for, at servicearbejdere kan udvikle en ubevidst fantasi om, at de er blevet forurenede af et toksisk materiale; særligt når de er under stort pres fra kunder (Stein, 2007). Denne ubevidste følelse af at indtage giftigt materiale spreder sig hurtigt til yderligere forurening af relationerne; både kollegaer imellem og mellem kunder og servicearbejdere. Det kan resultere i, at servicearbejderne ønsker at hævne sig overfor kunderne, og en nedadgående selvforstærkende spiral er således etableret. Hævnakterne kan, ifølge Stein, forstås som forsøg på at komme af med det toksiske materiale som har opbygget sig i servicearbejderen (Stein, M. 2007). Konsekvenserne af aversive kundeoplevelser begrænser sig altså ifølge Stein ikke udelukkende til den enkelte servicearbejder, men kan potentielt sprede sig i hele virksomheden.

2.2.3.4 Forebyggelse

Også indenfor det pluralistiske perspektiv ses eksempler på en interesse i at udpege muligt forebyggende initiativer. Leidner beskriver, som nævnt, hvordan rutinisering af servicearbejdet, i nogle tilfælde kan have en forebyggende effekt på dårlig kundeadfærd. Hun mener, således at rutinisering kan have en beskyttende effekt for servicearbejderen i mødet med vrede kunder, da man kan falde tilbage på rutinen, så at sige, og dermed ikke involvere sig emotionelt autentisk i den givne konflikt. Dette altså på trods af de negative konsekvenser, som hun associerer med rutiniseringen af servicearbejdet (se afsnit 2.2.3.2) (Leidner, R. 1993). Samtidig peger hun dog på, at man bør undgå at skabe grobund for Lucifer-effekter ved at udstille medarbejderen og dennes bundethed til rutiner. Med Lucifer-effekter menes der, at en for rutinepræget serviceydelse, kan dehumanisere servicearbejderne i kundernes øjne. På den led argumenteres der for, at strenge servicrutiner inviterer krænkelser fra kunderne (Leidner, R. 1993). Stein (2007) forstår som nævnt i afsnit 2.2.3.3, konsekvenserne for servicearbejderne gennem en toksicitetsmetafor, hvor de dårlige oplevelser servicearbejderne udsættes for, opleves som forurening af dem, der gennemtrænger deres kroppe, og som i nogle tilfælde søges udrenset gennem projektiv identifikation i form af f.eks. hævnagter. Ved at styrke barrieren mellem kunde og servicearbejder, kan man derfor nedbringe mængden af toksicitet der gennemtrænger servicearbejderens personlige barriere. En måde at gøre dette på kunne være, som Leidner (1993) pointerer at skabe servicrutiner, der i mindre grad personligt involverer servicearbejderen i relationen til kunden. Stein henviser til ”silo”-tanken, som i tidligere litteratur (Diamond et. al. 2004) bliver brugt

til at beskrive organisationelle opdelinger, som han dog pointerer, har ret negative konsekvenser grundet deres rigiditet. Toksicitetsanalogien bliver særligt relevant i tilfælde med for svage opdelinger eller barrierer, som tillader forurening fra kunder at gennemtrænge servicearbejderen. En mulig forebyggelsesmulighed kunne derfor være at finde den svære mellemvej mellem for stærke og for svage barrierer medarbejdere imellem og imellem kunder og servicearbejdere (Stein, M. 2007).

3. Undersøgellesdesign

I dette afsnit vil jeg redegøre for projektets dataindsamlingsmetode, det kvalitative semistrukturerede interview. Dernæst vil jeg redegøre for undersøgelsespopulationen og for den valgte analysemetode, dirigeret kvalitativ indholdsanalyse. Endeligt vil jeg også redegøre for de etiske overvejelser, jeg har gjort mig, i forbindelse med design og gennemførelse af undersøgelsen.

3.1 *Det Kvalitative Interview*

Dette projekts data er indhentet gennem kvalitative interviews. Dette afgrænser projektets vidensbidrag til en dybdegående og kontekstbundet forståelse af et fænomen fremfor en mere generaliseret viden om fænomenet, på tværs af mange kontekster, som man ofte søger gennem kvantitative studier med en større undersøgelsespopulation. Valget af at bruge det kvalitative interview som dataindsamlingsmetode, er også funderet i ønsket om at forstå *oplevelsen* af belastninger relateret til kunder i servicearbejdet, og ikke f.eks. udbredelsen af belastninger.

Det kvalitative interview er en dataindsamlingsmetode der sigter mod at afdække interviewpersonernes oplevelser og forståelser. I denne undersøgelse skal de kvalitative interviews således tilvejebringe informationer om servicearbejderes oplevelser af, tanker om årsager til og konsekvenser af krænkende kundefærd.

Der findes som nævnt forskellige former for interview. Disse er f.eks. fokusgruppeinterviews, hvor en gruppe af mennesker bliver bedt om at diskutere et emne i en modereret kontekst. Derudover findes også strukturerede interviews, der har til formål at opnå en mere objektiv form for viden, hvor alle interviewpersoner bliver stillet præcis de samme spørgsmål. Man kan dog diskutere hvorvidt denne form for data er mere objektive, men målet er til trods for dette, at ensarte en del af interviewet på tværs af respondenter. Derudover findes der det ustrukturerede interview, hvor ingen spørgsmål på forhånd er nedskrevne, og det semistrukturerede interview, der tager udgangspunkt i en spørgeguide, men har plads til afledte og uddybende spørgsmål (Fontana & Frey, 1994).

I dette projekt er der netop gjort brug af semistrukturerede interview. Dette indebærer, at der iværksættes en samtale med udgangspunkt i en spørgeguide. På trods af udgangspunktet tages i en spørgeguide, er interviewet forløb ikke dikteret snævert heraf, men udbygges med opfølgende, uddybende og åbne spørgsmål. Det semistrukturerede interview bygger på en betragtning om, at man ikke uden at tage højde for relationelle og sociale omstændigheder, kan frembringe brugbar viden om det fænomen der undersøges. Hermed ligger der en implicit kritik af det strukturerede forskningsinterview, hvis antagelse er, at man kan eliminere forskerens indflydelse på interviewpersonen og dermed dennes svar, ved at minimere variationen mellem de forskellige interviews. Det pointeres af tilhængere af det semistrukturerede interview, at standardiserede spørgsmål ikke giver standardiserede svar, da de samme spørgsmål kan forstås forskelligt af forskellige mennesker, alt afhængigt af interviewpersonens baggrund og livshistorie. Man bør i stedet droppe forventningen om at kunne være en neutral agent i dataindsamlingen, og forholde sig til sin rolle og hvordan man bedst kan få svar på sin problemformulering, givet de værende omstændigheder. Det kan hertil pointeres, at gode forskningsspørgsmål ikke nødvendigvis konstituerer gode interviewspørgsmål, og det anbefales at man udarbejder to spørgeguides. Én til forskningsspørgsmål og i tillæg en med disse omsat til interviewspørgsmål. I dette projekt er det gjort i et dokument med flere kolonner, hvor den venstre opstiller forskningsspørgsmål og højre giver bud på mulige interviewspørgsmål, der kan aktiveres i interviewsituationen (se bilag 1) (Kvale & Brinkmann, 2009).

I det semistrukturerede interview er målet at frembringe fyldige beskrivelser. Derfor er det også vigtigt at kunne stille gode opfølgende spørgsmål, og dette kan man kun, hvis man har god teoretisk baggrundsviden om undersøgelsesfænomenet samt er fintfølelse overfor de relationelle aspekter af interviewet. Hertil er det godt at kunne tilpasse sig sprogligt, for at opnå god kontakt til interviewpersonen, i håbet om at denne åbner sig mere op som konsekvens (Kvale & Brinkmann, 2009).

Hovedtemaerne i denne undersøgelses interviews er hhv. 1) interviewpersonernes oplevelser og kategoriseringer af adfærds- og kundetyper, der kan opleves som krænkede, 2) de pågældende handlingers årsager, 3) deres mulige konsekvenser, samt 4)

muligheder for forebyggelse & erfaringsbearbejdning. Spørgeguiden er vedlagt som bilag. (bilag 1)

3.2 Undersøgelsespopulation

I denne undersøgelse afvikles 3 interviews; to af dem med en person og en med to personer af 1-1,5 times varighed. Interviewene foregik d. 2 og 3. november 2022. To af dem blev foretaget ansigt til ansigt på henholdsvis et universitetskontor og på interviewpersonens arbejdsplads, og det tredje blev foretaget online over Zoom.

Oprindeligt blev et ekstra gruppeinterview organiseret, og tre øvrige personer, der havde givet tilsagn om deltagelse, frafaldt undersøgelsen inden interviewene blev afholdt, hvorfor den oprindeligt planlagte interviewpopulation blev mindre end forventet, og suppleret med et ekstra individuelt interview.

Alle de interviewede i denne undersøgelse er unge kvinder i aldersrummet 20-27 år. De blev rekrutteret på forskellig vis. Fire interview blev aftalt ved at kontakte forskellige værtshuse i Aalborg, og spørge om nogle kunne ønske at deltage i undersøgelsen. To interview kom i stand ved at spørge rundt på universitet og blandt bekendte, om de kendte nogle, som kunne være interesserede i at deltage.

3.3. Analysemetode

Til at analysere det indsamlede data, har jeg valgt kvalitativ indholdsanalyse (Hsieh, H-F., Shannon, S. E. 2005). Kvalitativ indholdsanalyse er en måde at fortolke og forstå data. Der findes flere forskellige former for kvalitative indholdsanalyser, heriblandt de tre primære som er hhv. en konventionel tilgang, en dirigeret tilgang og en summerende tilgang (Hsieh & Shannon. 2005).

Til dette projekt har jeg valgt en dirigeret indholdsanalyse. Når der eksisterer teori og observationer inden for et givent undersøgelsesområde, som i dette tilfælde med dårlig kundeadfærd inden for servicebranchen, kan man benytte sig af en dirigeret indholdsanalyse, med det formål at afprøve eller udbygge tidligere indhentet viden. Den

eksisterende viden inden for området, kan hjælpe med at dirigere undersøgelsesspørgsmål samt bruges som referenceramme til at forstå mulige variabelsammenhænge. Den eksisterende viden kan tilmed bruges til at opbygge spørgemateriale til interviewet, hvorfor den eksisterende teori (se afsnit 2) også blev brugt til at opbygge en spørgeguide inden interviewene blev udført (Hsieh & Shannon. 2005). Efter interviewmaterialet er indhentet, skal man til kodningsprocessen. I denne analyses tilfælde, blev data tematisk undersøgt og indskrevet i de forskrevne kategorier (se afsnit 4), og i diskussionen vil fund fra denne undersøgelse blive stillet i relation til eksisterende teori og variationer vil blive diskuteret (se afsnit 5)

Den dirigerede kvalitative indholdsanalyse betyder at der i dette projekt er blevet foretaget selektive transskriptioner. Dvs. at transskriptionerne ikke rummer al dialog fra interviewene, da irrelevant indhold er blevet sorteret fra.

3.4. Etiske overvejelser

I selve interviewsituationen eksisterer flere etiske spørgsmål, som man må forholde sig til. I nogle tilfælde skete det under afholdelsen af interviews, at informanterne delte personlige og følsomme oplysninger, f.eks. om vedkommendes problematiske kærlighedsliv. Spørgsmålet her blev således, om man kan tillade sig at dykke ned i disse følsomme emner, og stille uddybende spørgsmål. Man kan argumentere for, at det ikke er hensigtsmæssigt at dykke ned i, hvis det ikke har relevans for undersøgelsen, og kræver derfor stor opmærksomhed hos interviewerens i selve interviewsituationen. Derudover er det vigtigt at man i denne sammenhæng også skal vurdere effekten som disse følsomme emner kunne have for informanterne; altså, kan en given samtale om et følsomt emne have negative konsekvenser for informanternes psykiske velvære? I så fald at det blev vurderet for følsomt, forsøgte disse emners videre undersøgelse undgået. Semistrukturerede interviews er i sin karakter ofte heterogene og dynamiske (Alvesson, M. 2003), hvilket betyder at beslutninger, også af etisk karakter, skal tages i et splitsekund og i en kompleks social kontekst, hvilket gør det til en svær praksis. Det er dog ikke fornemmelsen, at nogen informanter har lidt negative konsekvenser af samtalerne, og ej heller har nogen ønsket at trække sig fra undersøgelsen eller taget kontakt med kritik af processen. For at sikre interviewpersonernes rettigheder i

forbindelse med undersøgelsen, fik de udleveret en samtykkerklæring, som kan ses i bilag (5)

I analysefasen kan man også finde etiske problematikker. Ved at kategorisere og tolke på interviewpersonernes udsagn, sker der en bearbejdning af data. Det er umuligt at lave en sådan bearbejdning, uden selv, som forsker, at sætte sin egen subjektivitet i spil. Denne problematik bliver i dette projekt mødt med den rettetthed, som den dirigerede indholdsanalyse bringer i spil. Ved at forholde sig til allerede udviklet teori og bearbejde data med dette for øje, foregår analysen på et allerede udviklet og publiceret grundlag (Alvesson, M. 2003; Hsieh & Shannon. 2005). Samtidigt vil den teoriinformerede analyse bidrage til analytisk gennemsigtighed, hvor man som læser kan læse baggrunden for tolkningerne i analysen gennem teorikapitlet. Således kan læseren selv vurdere analysens pointer i lyset af den bagvedstående teori, og forholde sig kritisk i lyset af dette.

4. Analyse

I dette analyseafsnit vil data fra de tre interviews blive præsenteret med tilhørende analyse. Afsnittet er struktureret efter samme tematiske idé som kapitel 2, således at der først gennemgås *adfærds- og kundetyper*, herefter *årsagsforklaringer* efterfulgt af *konsekvenser* og til sidst *forebyggelse, håndtering og bearbejdning*. Under præsentationen af citater, vil centrale dele af citaterne blive understreget, for at tydeliggøre analysens pointer.

4.1 Adfærds- og kundetyper:

I dette afsnit redegøres der for, hvilke adfærds- og kundetyper interviewpersonerne introducerer i deres beskrivelser af de krænkende oplevelser, de selv har haft eller været vidne til.

4.1.1 Adfærdstyper:

I interviewene bliver der beskrevet flere problematiske adfærdstyper. De adfærdstyper, der beskrives, kan kategoriseres som hhv. *urimelig kravfremsættelse, seksualiserede tilnærmelser, voldelig adfærd, ubeslutsomhed og sanseløst druk*.

En første adfærdstype består i urimelig kravfremsættelse, f.eks. omkring servicehastighed. Som en interviewperson udtrykker det:

”Det kan specielt også ske i weekenden, hvor folk får for meget indenbords, så bliver de grove og vil have at du skal servere hurtigere.”

Eksempler på urimelig kravfremsættelse udover højt servicetempo kan også vedrøre krav om særlig eller øget serviceindsats:

”[...] jeg kan se, at hun har mange penge, og det er derfor, hun kommer der, og at hun forventer en service derefter. Jeg har en situation hvor jeg ikke kan efterkomme hendes ønske i det tempo jeg normalvis ville kunne, for det er sent og vi har travlt. Der er ikke resurser til at jeg kan nå det. I min iver for at gøre alt, hvad jeg kan for at give hende,

hvad hun har bedt om, er jeg væk noget af tiden fra baren. Jeg henter is og råvarer, og jeg møder ingen forståelse fra den her kvinde. Hun anklager mig for ikke at have gjort nogen som helst indsats overhovedet, og at jeg forhindrer hende i at have en god aften.”

Seksualiserede tilnærmelser er en anden adfærdstype, der bliver beskrevet. Samtlige interviewpersoner er kvinder, og de beskriver alle, hvordan de jævnligt oplever episoder med seksualiseret sprog og endda uønskede berøringer:

”[...] jeg kan godt høre, at de snakker lidt bag min ryg om, at jeg er lækker, og at de skal score mig og sådan. Jeg ignorerer det og arbejder. Det begynder at være knap så sjovt længere ik, men de lægger så 2-300 kr. i drikkepenge, og de tager heldigvis afsted. Det er så en fredag eller lørdag og vi har åbent hele natten med DJ og drinks og det hele, og de kommer så tilbage, og bliver fulde, og så er der en af dem der tager mig på røven [...]”

De seksualiserede tilnærmelser kan også være rettede mod andre gæster:

” ja vi tjente rigtigt godt på dem, de købte meget. Men de blev meget fulde og var på noget andet også, inde fra byen af, ja og så begyndte de at larme og blev nærgående ved nogen af mine stamgæster og blev også ret nærgående for nogle af tøserne.”

En anden form for uønsket tilnærmelse bliver beskrevet som en, hvor adfærden suppleres med brud på den normale barriere mellem kunde og servicearbejder, der er i kraft af en serviceskranke/bar:

” jeg har oplevet at nogle vil ind og give mig et kindkys inde bag baren, altså hvor man tænker at det er et brud på grænsen ikke.”

I et enkelt tilfælde bliver det også beskrevet, hvorledes en stamkunde fra en tidligere arbejdsplads har udvist egentlig stalking adfærd:

”... de andre ansatte sagde, at hvis jeg ikke var på arbejde, så gik han igen [...] (en gang) stillede [han] en masse mærkelige spørgsmål om hvor jeg bor henne og hvilken skole jeg gik på, hvor jeg måske har givet ham lidt for mange svar på et tidspunkt, for lige pludseligt dukkede han op på min skole. Men der ved jeg ikke om det var tilfældigt, men hvad fanden skulle han lave ude på mit universitet. Han bor langt væk, og jeg kan huske, at jeg sagde til ham at ”det er godt nok mærkeligt at du er her, og jeg skal ind til time nu. [...] Det varede i omkring et halvt år [...] stoppede først da jeg holdt op med at arbejde der.”

Voldelig adfærd beskrives også af flere interviewpersoner. Primært er volden rettet mod andre kunder. I nogle tilfælde er volden rettet mod servicearbejdere men i disse tilfælde beskrives det, at det primært er de mandlige bartendere, der bliver mål for kundernes vold:

”... men mine mandlige kollegaer har jeg helt klart set mange gange blive udsat for alt muligt..... Mange af de fysiske aggressioner tænker jeg typisk er rettet mod vores mandlige kollegaer.”

Et andet eksempel er:

” under corona havde vi et hold fra et andet værtshus hernede, og det var ligesom at have FCK og Brøndbyfans siddende. Der var mange spydige kommentarer i baren og det eskalerede meget hurtigt nogle gange, hvor folk bare slog hinanden ned.”

Adfærdstypen ubeslutsomhed kan også nævnes som belastende for servicearbejderen. Som det fremgår nedenfor, beskrives ubeslutsom adfærd som værende til stor irritation og som noget der tager servicearbejderens tid. På trods af at beskrivelsen i citatet om at belastningen stammer fra en kundetype, tillader jeg mig alligevel at placere det som en adfærdstype, da det er den ubeslutsomme adfærd, der betones som irritationsmomentet:

”En kundetype der er virkelig irriterende, det er jo folk der ikke ved hvad de skal have [...] Ja, eller bare det der med at være afventende, det kan være vildt frustrerende at være i, for det tager min tid”

En sidste problematisk adfærdskategori, der nævnes, er *sanseløst druk*. En interviewperson fortæller således om, at havde været vidne til en episode, hvor druk antageligt var medbidragende til at en kunde fik hjertestop:

” [...] en episode sidste år, hvor der var en der havde hjertestop hernede i 7 minutter. Der var en anden gæst der kunne hjerte- lungeredning og han lever endnu. Han sidder faktisk dernede lige nu. Der talte jeg også med ham om det senere, at jeg synes det er enormt ubehageligt, at han drikker sig så meget fra sans og samling, at han får hjertestop”

4.1.2 Kundetyper:

Egentlige kundetyper bliver beskrevet knap så hyppigt som adfærdstyper. Dette kan skyldes, at det primært er nogle typer af adfærd, og ikke typer af kunder der opleves som belastende, men der er dog forskellige kundetyper der også beskrives som problematiske. Eksempler på belastende kundetyper er *stofpåvirkede kunder* og *de sjældne bygængere*.

Stofpåvirkede kunder er en kategorisering, som flere interviewpersoner laver. Generelt er der forbud på de fleste barer som interviewpersonerne har arbejdet på mod at tage stoffer, men det kan, som beskrevet nedenfor, hælde at de pågældende kunder har taget stofferne et andet sted eller at de ikke opdager det:

”Vi har også en regel om, at man ikke må tage stoffer på stedet, men hvis de nu har taget det et andet sted, så kan vi ikke gøre noget ved det. Men hvis de har en træls adfærd, så må vi gerne smide dem ud”

Nogle mennesker går sjældent i byen, og disse bliver beskrevet af flere af interviewpersonerne. Et ubehageligt forhold ved denne type kunder er, at har mere ”krudt” der skal brændes af:

Nogle kunder kommer sjældent i byen, og er måske kun ude en gang eller to om året. Jeg kom også til at tænke på de mænd der kommer ind [...]Det er sådan nogle man bliver urolige for på en eller anden måde, for du ved at det er den ene dag om året de kommer ud.

I et andet eksempel bliver det betonet, hvordan servicearbejderen tillægger særlig dårlig adfærd til de årlige julefrokostgæster. Der bliver også lagt meget vægt på, hvordan gifte mænd, der antageligvis også er sjældne bygængere, hurtigt kan få pakket vielsesringen væk, når de er til julefrokost. Nogle episoder med denne type kunde, involverer også seksuelle krænkelser eller forsøg derpå:

”... især omkring julefrokosttid er der mange problemer, og særligt de gifte mænd, de smider gerne ringen. Jeg har da oplevet en på min fars alder hernede, der stod og viste mig billeder af sine børn som han havde fået tatooveret på sine ben, og jeg kunne se hans ring. Amen børnene var i sommerhus osv, og han spurgte om jeg ikke ville med hjem, ik. Hold da op, det kan man godt mærke ikke, de der, der bare kommer ud en gang om året ik, de bliver ofte nærgående. Jeg har også oplevet en, der kom ind i baren og tog sine hænder ind under min trøje, bare for at røre ved mine bryster...”

4.2 Årsagsforklaringer:

I følgende afsnit gennemgås de årsagsforklaringer på dårlig kundefærd, der bliver udpeget af interviewpersonerne. Hertil vil jeg supplere med min egen analyse af de forhold, som gør sig gældende i de nogle gange modsatrettede interesser der er på spil mellem arbejdsgiver, servicearbejder og kunder. Ifølge interviewpersonerne kan mange faktorer bidrage til at forklare hvorfor dårlig kundefærd opstår. Jeg har i dette afsnit kategoriseret dem som hhv. *fuldskab, behov for afreaktion, ansigtstab, fysiske omstændigheder*, og endeligt *serviceforordninger og andre interessekonflikter*.

Alle interviewpersoner beskriver alkohol som den primære årsag til dårlig kundefærd. Eksempler på denne forklaringsafgivning er:

” (Hvad ser du som den primære årsag?) ”Alkohol. Uden tvivl. Uden tvivl.”

At alkohol er en årsag, skyldes ifølge interviewpersonerne bl.a. at alkohol kan få folk til at ignorere normale sociale standarder for interaktion. Særligt mænd kan have svært ved at forstå de grænser, som interviewpersonerne forsøger at sætte. Som en interviewperson udtrykker det:

” det er svært at sætte en grænse overfor mænd, der har fået for meget at drikke.

Alkohol kan også lede til konflikter mellem servicearbejdere og kunder, da det begrænser kundernes evne til at forstå eventuelle beskeder fra personalet:

”... det er ligesom svært at gøre forståeligt for et menneske der er i en tilstand, hvor det i forvejen er lidt sløret, eller at de ikke læser dine signaler særligt godt pga. beruselse.”

En anden årsag til at krænkende adfærd finder sted, angives at være, at kunde afreager efter en dårlig dag. Et eksempel er:

”Det kan jo både sker her i hverdagene hvor folk har en dårlig dag, og så går det ud over dig...”

Det bliver tilmed beskrevet hvordan afreaktionerne kan have rod i kundernes egne livsomstændigheder:

”... der ved jeg da godt at jeg er noget bedre stillet end de fleste der er hernede, for det er jo sørgeligt for dem, der sidder her hver eneste dag.”

I nogle situationer, hvor servicearbejderen føler sig nødsaget til at irettesætte kunder, oplever kunden et ansigtstab. I forbindelse med forbud om at købe flere drikkevarer, fortælles det i følgende citat, hvordan et ansigtstab opleves hos kunden. Da dette sker i en kontekst hvor kunden har en af sine primære sociale platforme, leder ansigtstabet til aggression mod servicearbejderen:

” Det kan være sådan noget med, at de føler det er pinligt, at de andre ser det. Så plejer jeg bare, hvis de siger ”det skal du ikke bestemme” så siger jeg, ok, men så bliver det den sidste du får i dag. Jeg smider dem ikke ud, og siger det er sidste servering i stedet.”

En fjerde medbidragende faktor er fysiske omgivelser. Fysiske omgivelser spiller en rolle for, hvor sikre servicearbejderen kan føle sig på sit arbejde, og særligt barens indretning kan her siges at have betydning. Vi skal i det senere afsnit 4.4 se, hvordan barens indretning kan spille en forebyggende og beroligende rolle for servicearbejderen, men barens indretning, kan også have en negativ betydning for interviewpersonens handlerum, i tilfælde af, at en gæst overskrider den fysiske grænse ved baren:

”... jeg (kan) altid trække mig og gå inden for baren, men hvis de kommer derind... Det kan godt være sådan lidt, ja.” og ”Det er sådan en runding, og med en langside på. I midten er der et hul hvor man kan komme ud, så hvis jeg – altså jeg kan ikke komme ud af baren, hvis der kommer nogle derind. Så den er lidt dårligt bygget, altså der skulle have været 2 udgange – altså det burde der jo faktisk have været, for at det føles sikkert.”

Også serviceforordninger betyder noget for hvordan servicearbejderen bedriver sit arbejde. Med serviceforordninger menes der, de måder hvorpå arbejdsgiveren forventer at servicearbejderne yder service. Ved nogle af barenne som interviewpersonerne arbejder, eller har arbejdet på, er der meget få regler for både beklædning og interaktion med kunderne, mens andre har relativt strikse regler. For alle interviewpersonerne gælder det, at deres arbejdspladser beder dem om at være smilende og søde overfor gæsterne. Dette skal de, til dels for at skabe god stemning på baren eller diskoteket, men selvfølgelig også for at sælge mere alkohol. I nogle tilfælde beskrives det også hvordan det kan være svært at sige fra overfor seksualiseret adfærd, da der også er det forhold, at de er kunder og bruger en del penge på baren, at tage hensyn til. Altså, at barens agenda kan stå i kontrast til servicearbejderens personlige ønsker:

"[...] de begynder tydeligt at lægge an på mig, og jeg det er ret ubehageligt og en af dem tager mig på røven igen. Jeg har lyst til at smide dem ud af baren, men igen, de er også kunder..."

En interviewperson fortæller, at hun får at vide fra arbejdsgiver, at hun skal være overbærende med kunderne, uanset hvad hun bliver budt fra dem:

"... det er jo mest det der med at imødekomme gæsterne med et smil og ikke være nedværdigende overfor dem, uanset hvad man bliver budt fra dem."

Samme interviewperson udtrykker dog senere, hvorledes det også indskærpes, at hun gerne må sige fra:

"Men altså, hvis der er noget vi føler der er for presset overfor os, så må vi gerne svare igen. Så vi må gerne sætte os i respekt, og vise at det er os der bestemmer."

At serviceforordninger imidlertid skaber en konflikt, påpeges af flere. Som en interviewperson udtrykker det:

"Fordi jeg skal give den gode service, så har jeg ikke de samme grænser, for der er en eller anden følelse af, at du er til for de andre personer og ikke for dit eget velbefindende."

Et særligt aspekt ved serviceforordningen, der gør denne til en medbidragende årsag til at krænkelser kan opstå, er, at mange af barenes gæster er mænd, og i stamgæsternes tilfælde, er de også ofte ensomme, og mange gange heller ikke vandt til at blive behandlet så venligt som de bliver i en servicekontekst. Jeg spørger interviewpersonerne, om de mener, at dette forhold kan bidrage til, at de får mange uønskede tilnærmelser. I denne forbindelse svares bl.a.:

"Uden tvivl. Jeg tror de er jo ikke vandt til – jeg er ofte havnet i situationer med misforståelser fordi det ligger i min natur at være sådan overfor andre mennesker og jeg er meget smilende og imødekommende og [...] et menneske der ikke er vandt til at

blive mødt på den måde har svært ved at skelne. Jeg vil næsten sige at det sker hver gang jeg er på arbejde.”

Drikkepenge er endeligt også et forhold der betyder noget, ift. i hvor høj grad interviewpersonerne finder sig i seksuelle tilnærmelser. For alle interviewpersonerne gælder det, at de er studerende og dermed til tider ikke har særligt mange penge til rådighed. Behovet for penge kan både, særligt sidst på måneden, få nogle af interviewpersonerne til at se gennem fingre med grænseoverskridende seksuelle tilnærmelse, fordi de kunder ofte giver gode drikkepenge, men også i nogle tilfælde betyde, at interviewpersonerne selv er flirtende overfor kunderne:

” Jeg føler mig beskidt bagefter ikke, og tænker hvorfor fanden gjorde jeg så meget for at få drikkepenge [...] og det er derfor jeg siger at det er beskidte penge, for der er måske også et håb om, at hvis jeg finder mig i det her får jeg nogle ekstra penge ud af dem til mig selv. Så man kan godt føle sig lidt som en luder på en eller anden måde.”

Denne adfærd har, som vi i det følgende skal se, også personlige følelsesmæssige konsekvenser for interviewpersonerne.

4.3. Konsekvenser

Oplevelsen af konsekvenser ved mødet med dårlig kundefærd varierer mellem interviewpersonerne og hvilken type af adfærd, der er tale om. I forbindelse med seksuelle tilnærmelser er det typisk en følelse af skam, der hænger sammen med at interviewpersonerne føler, at de har ladet folk overskride deres grænser uden at sige fra. I nogle tilfælde skaber grænseoverskridelserne sågar en følelse af snavsethed, særligt når de bliver parret med drikkepenge. Grove kommentarer og mangel på værdsættelse for deres arbejde, kan også udmønte sig i manipulation af selvbillede. Igen kan dette hænge sammen med, at interviewpersonerne ikke siger fra over for kunderne og dermed begynde at se sig selv som handlingslammede eller svage. Dog kan de grove kommentarer fra kunderne også sætte sig i selvbilledet hos servicepersonalet, og de kan begynde at tro på de grovheder, som kommer fra de berusede gæster.

Konsekvenserne er i dette kapitel kategoriseret som hhv. *fysiske reaktioner, mental udmattelse & sociale og identitetsmæssige konsekvenser.*

I følgende citat ser vi et eksempel på en fysisk reaktion på ubehagelige seksuelle tilnærmelser fra en gruppe unge mænd. Den fysiske reaktion kan også udtrykke det markante ubehag, der eksisterer i situationer, hvor interviewpersonen, der er en ung kvinde, bliver presset af en gruppe unge mænd. Også følelsen af at være beskidt, for at have taget imod deres penge som en slags "betaling" bliver beskrevet:

"[...] jeg er nede i kælderen og jeg kan huske, at jeg ryster og føler mig beskidt og ulækker og det er forfærdeligt [...] Det er forfærdeligt at man tænker sådan ikke, men de forsøger at give mig flere penge bagefter, men jeg tager ikke imod dem, for jeg føler, at jeg nærmest er prostitueret."

Mental udmattelse beskrives også som en af de typiske konsekvenser ved servicearbejdet, særligt når man ikke har en dag med meget overskud inden man skal møde ind. Det beskrives som særligt udtalt, når kunderne er utålmodige eller utaknemmelige:

"Man skal være smilende og være høflig og have overskud, og der er jo nogle morgener, hvor man virkelig skal hive den ud af røven på sig selv, fordi den bare ikke er der, og den mentale udmattelse der kommer af det, er virkelig markant. Især hvis man har utålmodige og utaknemmelige kunder, det er enormt anstrengende."

Udmattelsen manifesterer sig typisk først efter endt arbejdsdag. Det bliver beskrevet hvordan man ikke mærker meget til den, mens man er på arbejde, men at det først dukker op, når man har fri:

"Jeg tænker også at det er virkeligt svært for mig at tage mig sammen når jeg skal på arbejde, men det er jo også givende når jeg så kommer afsted. Men når man så kommer hjem efter sådan en dag og sænker paraderne, så kan jeg godt gå helt ned med udmattelse."

I det følgende citat beskriver en af interviewpersonerne en ydmygende situation, hvor en kunde ikke anerkender, det arbejder interviewpersonen udfører, hvilket resulterer i vrede og senere skam over ikke at have sagt fra overfor kunden. Interviewpersonen beskriver i tillæg hertil, hvordan denne interaktion udfordrede hendes selvbillede og skabte tvivl om hvorvidt hun virkelig er den, hun tror hun er, og som repræsenterer dermed også en identitetsmæssig belastning:

”Jeg kunne virkelig mærke den der følelse med, at det er virkelig dig der står der på den anden side af baren og betaler min løn. Et kompleks man skal ud over. Det kan være enormt ydmygende at have gjort en virkelig stor indsats, og så blive misforstået eller slet ikke blive værdsat. Så får jeg virkelig lyst til at spytte i hendes drinks, virkelig det er noget der ætser sig fast, og jeg er bare vred resten af aftenen [...] Det kan godt sætte sig lidt på din selvforståelse, og man tænker sådan ”er jeg virkelig en der tillader folk at træde på mig på den her måde?”, og man kan godt komme til at tvivle på sig selv.”

Selvbilledet er igen på spil i det følgende citat. Det bliver beskrevet, hvorledes en af interviewpersonerne ser sig selv som den søde servitrice, der har god tone med sine gæster. Derfor har hun det svært med at skulle hæve stemmen eller skælde ud/rette-sætte kunder, og får samtidigt dårlig samvittighed over, hvad hendes dårlige humør gør ved de andre gæster:

”Jeg kan ikke så godt lide at være den sure servitrice. Jeg bliver tit set som hende den smilende hernede, og det er jeg også begyndt at analysere lidt på, at hvis der er en gæst eller kunde, der har det dårligt, så kan jeg godt begynde at trække mig selv lidt ned, og det går jo ud over de andre gæster...”

Det kan også gå ud over selvbilledet, når man handler i respons på trusler eller andet der kan fremprovokere en kraftig følelsesmæssig respons hos interviewpersonen. Det bliver bl.a. beskrevet hvordan interviewpersonen har en følelse af at hun ikke burde blive vred i nogle situationer, hvor det har været tilfældet. Dermed er det ikke kun selvbilledet der lider overlast, men også noget der akkompagneres af selvbebrejdelse:

”Ja, men det kan godt være ubehageligt bagefter at have hævet stemmen over for dem. Jeg har før prøvet at spørge mig selv om det virkelig kom ud af mig det der? Blive helt chokeret over hvor sur jeg kan blive, og det irriterer mig at mine kunder kan gøre mig så sure, og når jeg kommer hjem, tænker jeg over det. Det er jo ikke meningen at man skal tage sådan noget med sig hjem, men det gør man nogle gange”

I næste citat bliver det beskrevet, hvordan gentagne grænseoverskridelser i servicebranchen kan have konsekvenser for tilliden til andre mennesker. Interviewpersonen beskriver, at hun tror, at de mange episoder med større eller mindre grænseoverskridelser, måske kan ”sætte sig andre steder”, og at det spiller en væsentlig rolle i hendes, for nuværende, inaktive kærlighedsliv:

”Selvom noget måske føles sjovt, så kan man godt komme hjem og blive ramt af at jeg har ladet nogen gå over min grænse. Så måske det ikke er så slemt imens man gør det, men så går det op for en at det i virkeligheden er ret klamt. Jeg brugte ordet luder, og det kan man godt føle sig som for du skal levere den her glæde eller service til andre mennesker og så går det ud over dine egne grænser. [...]. Jeg ved ikke om det er gået ud over mig som person i virkeligheden, at jeg stoler mindre på andre mennesker. Jeg har jo ikke været i et forhold i rigtigt mange år, så jeg ved ikke om der er en skam der ligger til grund for det. Jeg tør ikke sige det, men jeg tror måske godt det kan være, at jeg ikke bare lægger det bag mig, men at det sætter sig andre steder.”

Til sidst vil jeg nævne en langvarig emotionel konsekvens af at have haft en stalker på en af de barer interviewpersonen har arbejdet på. På trods af at det er flere år siden det fandt sted, bliver interviewpersonen påvirket, da hun fortæller om hændelsen:

”Ja, det manifesterede sig da også i mig ikke. Jeg kan mærke jeg får også en knude i brystet nu her ved bare at tale om det ikke. Han var jo vildt forstyrrende.”

4.4 Forebyggelse, Håndtering og bearbejdning:

I dette afsnit præsenteres interviewpersonernes forsøg på at tage hånd om dårlig kundeadfærd når den opstår samt deres forsøg på at forebygge og bearbejde dårlig adfærd.

Først gennemgås strategier til *forebyggelse*, dernæst *håndteringsstrategier*, og sidst servicearbejderens *bearbejdning* af dårlig kundefærd.

4.4.1 Forebyggelse

Blandt strategier der indebærer forebyggelse af dårlig kundefærd, finder man flere forskellige typer. Først gennemgås *uniformering* og *servicerutiner*, dernæst kommer *alliance med stamkunder* og sidst kommer *samtaler med kunder*

Servicerutiner som f.eks. formel beklædning kan bidrage til at forebygge konsekvenser ved dårlig kundefærd. Dette er til dels fordi, at man kan ”gemme sig” bag sin påklædning, og dermed føles det ikke som om man har lige så meget personligt på spil:

”Jeg skal ikke være mig, men en version af mig der er tilpasset. Man har måske ikke lige så meget personligt på spil her, fordi man kan gemme sig bag sin ”udklædning” på en eller anden måde. Det gør det også mere upersonligt”

Andre servicerutiner kan også have en beskyttende effekt hos interviewpersonerne. Her beskriver interviewpersonen at hun har frihed til at træffe beslutninger om hvornår gæster skal smides ud, hvis de har taget stoffer, og deres adfærd er uacceptabel. Den indbyggede frihed som arbejdsgiver i dette tilfælde har overladt til interviewpersonen, giver hende mulighed for at gribe ind i tide overfor problematisk adfærd, og hun kan derfor forebygge yderligere negative effekter i relation til den dårlige kundefærd:

” [...] Men hvis de har en træls adfærd, så må vi gerne smide dem ud – det er mig der skal tage den beslutning.”

I næste citat beskrives det hvordan interviewpersonen har en følelse af sikkerhed i mødet med ubehagelig kundefærd. Denne sikkerhed bunder i tilstedeværelsen af stamkunderne, som interviewpersonen har en relativt tæt relation til, da hun ser dem næsten hver dag. Hun beskriver hvordan stamgæsterne er villige til at skride til handling, skulle en gæst blive tilstrækkeligt ubehagelig eller truende, og bruger ordene ”give sin højre arm for dig”, hvilket indikerer en nær relation mellem dem. På denne

led fungerer stamgæsterne til tider som forebyggelse mod voldelig optrapning af dårlig kundefærd:

” Omvendt så har vores stamgæster altid min ryg, så hvis der sker mig noget, så vil de altid give sin højre arm for dig.”

Et andet eksempel på relationen til stamgæsternes betydning for sikkerhed ses her. Det beskrives hvordan interviewpersonen i en ophedet samtale med kunder der opfører sig dårligt, italesætter sin rygdækning i form af støtte fra stamgæsterne til de implicerede kunder der skal smides ud. Dette er derfor også en beskrivelse af en håndteringsstrategi, hvor et forebyggende forhold italesættes:

”... jeg har da været ude i situationer hvor jeg bliver nødt til at sige ”nu stopper du fanme med det der, og hvis du ikke gør det, så har jeg et helt bagland her, der støtter mig op”

I nogle tilfælde anvender servicearbejderen samtaler med kunden og advarsler om fremtidige sanktioner som forebyggelse. Dette er tilfældet, hvis det fornemmes at en kunde har drukket for meget og at deres opførsel er begyndt at skride. Selvom samtalerne i nogle tilfælde kan føre til utilfredshed, har servicearbejderen en fornemmelse af, at det forebygger tilfælde med sanseløst druk, hvor andre helbredsmæssige risici kan spille ind. Hvis samtalerne ikke har den ønskede effekt, kan man derudover give f.eks. et ølkort som beskrevet nedenfor:

”... det var der [red. efter hjertestop] jeg begyndte at tale med dem om det. De er gode til at hælde på hinanden. De skiftes tit til at give runder, og de kan hurtigt komme op på 8-9 genstande, der bare bliver stillet foran dem. Så kan jeg godt finde på at tage deres øl, og stille den i køleskabet, og så give dem et ølkort i stedet, som de kan bruge en anden dag.”

4.4.2 Håndtering

Interviewpersonerne giver også eksempler på flere forskellige måder at håndtere dårlig kundefærd på. Blandt disse er *humor eller aggression som modsvar, kollegial støtte, fysisk intervention* og til sidst *kontakt til myndigheder*.

Humor bruges i nogle tilfælde, som middel til at håndtere utilfredshed eller andre udtryk for dårlig kundefærd. I følgende citat bliver det beskrevet, hvordan en verbal håndteringsstrategi hos interviewpersonerne indebærer, at vende grove kommentarer til noget sjovt, som f.eks. at give et hurtigt svar tilbage eller ”tage pis på” det der bliver sagt eller på kunden, med forhåbning om at de ikke har noget at svare igen med:

”Ja, men også bare forsøge at vende det til noget positivt ikke – altså tage lidt pis på det, med et smil. Så de ikke kan svare igen – det tror jeg egentlig er det jeg øver mig på lige nu.

Denne verbale håndteringsstrategi kan også tage andre former, hvor servicearbejderen svarer igen ved at ”angribe” kundernes ømme punkter, og altså bruger en mere aggressiv måde at svare kunderne på:

” [...] og jeg var sådan, ”nå, men jeg kommenterer heller ikke dit ølforbrug” sagde jeg til ham. Det er sådan noget man skal lære at svare igen på, for så fik han også lukket munden.”

Selvom man er alene på arbejde på denne interviewpersons bar, så gæster de andre ansatte også ofte baren i deres fritid, og står efter udsagnet til rådighed hvis der skulle være behov for hjælp med dårlig kundefærd:

” ... mine kollegaer [sidder] her faktisk også i weekenderne, og så fester man lidt med dem der er i baren. Så der er altid hjælp at hente.”

I nogle tilfælde gives der eksempler på, at servicearbejderen fysisk har stillet sig mellem de stridende parter for at stoppe konfrontationen inden den optrappes yderligere

eller for at stoppe en slåskamp. Det betones at ikke alle tør at gøre sådan, da det antageligvis indebærer en fysisk risiko for servicearbejderen:

”Jamen jeg er bare typen der går ind imellem dem, men det er jo ikke alle der tør det. Så hæver jeg tonen lidt, og hvis de ikke stopper, så kommer den sure mig frem.”

Hvis andre håndteringsstrategier fejler, kan der i sidste ende tages kontakt til myndighederne, eller i hvert fald trues herom:

”det kan hurtigt blive en hård tone, hvis de tester grænser af, eller hvis de bare ikke vil indordne sig. Nogle gange kan man også sige ”hvis i ikke stopper nu, så ringer jeg til politiet”, og så ender den der. Så stopper de selvfølgelig...”

Der er også mulighed for at bruge baren nede af vejens overfaldsalarm. Hvis man bruger den, bliver der taget kontakt til myndighederne, og der vil også umiddelbart kunne komme nogen løbende fra den anden bar. Denne kræver dog et opkald til den anden bar, hvilket formodentligt ikke altid vil være muligt:

”Så har vi også en aftale med baren længere nede, om at vi bare kan ringe og bruge deres overfaldsalarm. Der har overfaldsalarm dernede, for mange af dem der har karantæne herfra, de sidder dernede.”

4.4.3 Bearbejdning af hændelser

Bearbejdning af hændelser med dårlig kundefærd, sker primært i form af at tage empati med kunderne. Stamgæsterne på værtshusene er nogle kunder som, servicearbejderne typisk får en eller anden relation til, da de ses med dem jævnligt. Derfor er det ikke svært at forstå, hvordan servicearbejderne kan være empatiske med stamgæsterne, der ofte lever et hårdt liv på kanten af samfundet. Ved at føle medlidenhed med stamgæsternes liv, lader det til at være lettere at håndtere deres grove kommentarer og upassende opførsel.

”fordi altså, der ved jeg da godt at jeg er noget bedre stillet end de fleste der er her-nede, for det er jo sørgeligt for dem der sidder her hver eneste dag.”

I andre lignende tilfælde, gør det relativt store kendskab til stamgæsterne, at interviewpersonen har let ved at finde forståelse for og acceptere dårlig adfærd fra kunder. Det indikeres, at det ikke blot handler om at finde sympati med kunden, men at selve det at kunne forstå sine kunders baggrund, der hjælper interviewpersonen med at bearbejde dårlig adfærd:

Ja, igen. Det er forståelsen. Ja, forståelsen for dem. Og at du forstår det miljø, de kommer fra. [Hvad indebærer det?] Jeg analyserer meget. Jeg er meget analyserende uden spørgsmål. Indtil jeg ikke er bange for at spørge dem. Har du haft en kone? Har du nogle børn? Så kan det være, at de siger, at de ikke vil sige det til mig. Så kan jeg spørge, hvorfor. Jeg siger altid, at nu må du bremse mig, hvis det bliver for personligt. Jeg vil ikke svare på det. Men jeg kender mine stamgæster rigtig godt, fordi vi snakker tit om det, der er hårdt. Så derfor ved jeg måske også, at den her person er blevet mobbet hele deres liv. Måske er det derfor, de sidder og er så slumpe. Så jeg tror, at det er, fordi jeg har nogle pædagogiske eller psykologiske tanker til, hvorfor det går hårdt.

5. Diskussion

I dette kapitel vil jeg diskutere undersøgelsens fund. Først vil jeg gennemgå og diskutere hvilke data der *bekræfter* eksisterende undersøgelsesfund. Dernæst vil jeg diskutere, hvilke fund der *supplerer* eller er i *modstrid* med eksisterende undersøgelsesfund

5.1. Diskussion af fund

5.1.1. Fund der bekræfter eksisterende undersøgelsesfund

Nogle af de adfærdstypologiseringer, der opstilles i forbindelse med eksisterende undersøgelser, bekræftes af egne fund. Den mest typiske form for krænkende handling, der rapporteres i Borchmann og Pedersens (2020) undersøgelse af et internetforum for servicearbejdere, var tankeløs eller krævende adfærd. I indeværende undersøgelse formuleres urimelig krav sætning også som en hovedkategori for problematisk adfærd, og derudover kan adfærdstypen ubeslutsomhed fra denne undersøgelse, også tilføjes til samme kategori, da ubeslutsomhed i en travl bar, kan opleves som tankeløshed i en travl arbejds kontekst.

Hvad angår årsagsforklaringer er fuldskab i indeværende undersøgelse, en af de hyppigst beskrevne årsager til dårlig kundefærd. Belk (1975) peger på, at man må kigge på den sociale kontekst, og Fullerton og Punj (1993) tilføjer, at servicetypen der bliver udbudt, også spiller en rolle for årsagerne til dårlig adfærd. Dabarer og værtshuse er steder, hvor alkohol ofte er omdrejningspunktet for hvad der udspiller sig derinde, og tilmed, i nogle værtshuses tilfælde, er steder der ofte bliver besøgt af socialt udsatte mennesker, er det forståeligt, at servicearbejderne oplever og beskriver beruselse som udgangspunktet for dårlig kundefærd.

I indeværende undersøgelse findes de fysiske omstændigheder også at spille en rolle for udfoldelsen af dårlig kundefærd. Baren bliver beskrevet af alle interviewpersoner som en barriere og beskyttende faktor, men i et tilfælde bliver der også reflekteret over, hvordan baren indretning har en negativ betydning for servicearbejderens mulighed for at søge tilflugt, da hun ikke har mulighed for at komme ud af den, hvis en

kunde træder derind. Dermed kan man sige, at Belks betragtning om at de fysiske omstændigheder kan bidrage til en årsagsforklaring af dårlig kundefærd, og i dette tilfælde accentuerer den, kan siges at blive bekræftet og udbygget i detaljegrad i denne specifikke kontekst.

Hvad angår betydningen af virksomhedens forventning til servicepersonalet om personlig service ses der i indeværende undersøgelse også en klar parallel til Hochschilds fund. Ved at forvente smil og venlighed, selv i mødet med grove kunder, stiller virksomheden personalet i en situation, hvor deres egne interesser, så som vedligehold af personlig integritet, er i konflikt med de økonomiske. Derudover bliver den identitetsmæssige tvivl, der kan opstå i servicearbejderen, også beskrevet af interviewpersonerne.

Denne undersøgelses fund antyder også, at en identitetskamp mellem kunder og servicearbejdere spiller en rolle i at forklare dårlig kundefærd og belastninger hos servicearbejderen. Ifølge Gimlin (1996) spiller indre processer en væsentlig rolle, når vi skal forstå belastninger i servicearbejde. Som servicearbejder forsøger man i mødet med kunderne at varetage sin egen identitet; professionel såvel som personlig. Denne kan blive udfordret af kunder af forskellige årsager. Et fund i dette projekt viser, at en af interviewpersonerne følte sig krænket personligt, efter en interaktion med en kunde. Kunden havde fremsagt, ifølge interviewpersonen, urimelige krav til hendes servicearbejde, hvorefter hun blev skældt ud og anklaget for ikke at gøre sit arbejde ordentligt. Dette resulterede i en dobbelt krænkelse af interviewpersonens selvforståelse. For det første blev hun udfordret på sin professionelle identitet, da hun trods sin indsats for at tage hånd om kundens ønsker, ikke blev værdsat for sit arbejde. Dette skabte diskrepans mellem hendes forståelse af sig selv som dygtig serviceyder og kundens anklager. For det andet blev hendes selvforståelse krænket, ved at hun fandt sig at blive skældt ud for noget, som hun i virkelighed ikke syntes var retfærdigt, hvorefter hun spurgte sig selv, om hun ”virkelig var sådan en der finder sig i sådan noget?”.

Når det gælder konsekvenserne af mødet med krænkende kunder, ses også en række fund, der bekræfter fund fra eksisterende undersøgelser.

Mental udmattelse efter endt arbejde bliver beskrevet af flere servicearbejdere i indeværende undersøgelse. Denne mærkes typisk først efter endt arbejde, og lægger sig dermed meget fint i tråd med Hochschilds undersøgelser af *emotional labour*. Ved at tvinge sit følelsesapparat til at efterleve arbejdspladsens retningslinjer for god service, formår servicearbejderne at overvinde adfærd der ikke harmonerer med ”den gode service”. Dette har i sin mildeste udgave som konsekvens, at servicearbejderne udmattes markant efter endt arbejde, hvilket er typisk, men der ses også eksempler på mere alvorlige konsekvenser. F.eks. tales der af flere servicearbejdere om identitære konsekvenser ved servicearbejdet, hvoraf nogle har rod i det følelsesarbejde som de laver. Her kan f.eks. nævnes hvordan en servicearbejder begynder at tvivle på sit eget selvbillede, fordi hun tvinger sig selv til at acceptere grov adfærd fra en kunde, der stiller urimelige krav og ikke værdsætter det arbejde, hun yder. I nogle tilfælde kan diskrepansen mellem serviceforordninger og vedligehold af egen integritet have endnu mere langvarige konsekvenser. Her menes der bl.a. en følelse af skam forbundet med at tillade uønskede seksuelle kommentarer. Særligt bliver denne følelse beskrevet som muligt produkt af gentagne seksuelle tilnærmelser, hvor konsekvensen er et nødlidt personligt kærlighedsliv og manglende tillid til andre.

Steins (2007) toksicitetsmetafor kan også ses repræsenteret i fundne. Det bliver beskrevet, hvordan en af interviewpersonerne oplever længerevarende konsekvenser ved de gentagne udsættelser for seksuelle tilnærmelser. Interviewpersonen pointerer hvordan hendes skepsis overfor unge mænd i byen, har vandret fra den direkte kontekst hvori de ubehagelige seksuelle tilnærmelser oftest opstår, til en mere generaliseret følelse af mistro overfor det modsatte køn. Steins tanker underbygges yderligere af, at der i forbindelse med disse uønskede seksuelle tilnærmelser ofte eksisterer en følelse af at være beskidt, eller m.a.o. forurennet, særligt når der tilbydes drikkepenge i relation til tilnærmelserne.

Hvad endeligt angår denne undersøgelses fund vedr. forebyggelse, håndtering og bearbejdning ses også en række paralleller til hidtidige undersøgelser. Blandt disse er håndtering gennem serviceensretning, hvor f.eks. en formel uniform kan bidrage til at skabe den nødvendige distance mellem kunden og servicearbejderen, hvorfor dårlig kundeadfærd lettere kan afskrives. Dette ses bl.a. pointeret i Robin Leidners bog

(1993), hvor hun beskriver både de positive og negative konsekvenser forbundet med rutinisering af servicearbejde.

I relation til bearbejdning ses også paralleller mellem indeværende undersøgelsesresultater og tidligere forskning. Man kan se servicearbejdernes bearbejdning gennem empatitagen med kunder, her særligt stamgæster, som en form for *deep-acting* som bliver beskrevet af Hochschild. Ved empatisk at leve sig ind i særligt stamgæsternes livsomstændigheder, og dermed opnå at få sympati med dem, kan servicearbejderen lettere møde dårlig kundefærd med venlighed eller mildhed. Denne form for bearbejdning kan, som Hochschild pointerer, have betydelige negative konsekvenser for servicearbejderens psykiske velvære, da det kan føre til følelsesmæssig fremmedgørelse. Man kan dog også forestille sig, at den i nogle tilfælde nære relation mellem stamgæster og servicearbejder, kan skabe grundlag for genuin empati og sympati, som antageligvis ikke nødvendigvis har samme fremmedgørende effekt.

5.1.2. Fund der supplerer eller modsiger eksisterende undersøgelsesfund

Fra et unitaristisk perspektiv finder man typisk fokus på kundetyper, og flere fokuserer bl.a. på kundernes personlighed f.eks. spændingssøgende typer. Generelt viser denne undersøgelse, at servicearbejderne primært fokuserer på adfærdstyper, når de beskriver problematisk kundefærd. Dette kan skyldes, at interviewpersonerne har et første-personsperspektiv, når de interagerer med kunderne, og derfor ikke er ligeså fokuserede på at generalisere over personlighedstypologier, da det er den specifikke adfærd der ligger til grund for belastningen. Fra et ledelsesperspektiv er det lettere at forstå behovet for karikerede kunde beskrivelser, for lettere at kunne forudsige hvem der bedriver dårlig kundefærd og dermed implementere foranstaltninger for at undgå dette.

Der gives dog gentagne gange eksempler på, hvordan sjældne bygængere, ofte karakteriseret som ældre mænd i formelt tøj, er et eksempel på en belastende kundetype. Denne typologisering er en af de få af den kundeorienterede typologisering som konsekvent anses som værende belastende. Det bliver beskrevet, hvordan den lave hyppighed, med hvilken disse personer går i byen, ansporer en særlig form for belastning, ofte med seksuelle undertoner, hvilket udgør et supplement til den eksisterende litteratur i form af en detaljeret beskrivelse af en specifik problematisk kundetype.

Der gives eksempler på afreaktioner fra kunder som årsagsforklaring i dette projekt. På nogle måder kan man drage paralleller til pointer i den eksisterende litteratur, hvor man bl.a. tilskriver kundernes humør en betydning i forsøget på at forklare dårlig kundeadfærd. Dog adskiller fundene i dette projekt sig ved at forholde sig specifikt til de afreaktioner, der forekommer hos stamgæsterne på interviewpersonernes arbejdspladser. Disse afreaktioner har nogle særlige vilkår, og afføder også ofte en mere moderat reaktion hos servicearbejderne i denne undersøgelse, da deres afreaktioner til dels bliver koblet og bearbejdet i relation stamgæsternes generelle livsvilkår. I tillæg hertil findes det, at servicearbejderne i nogle tilfælde har næsten venskabelige relationer til stamgæsterne, og dette kan til gengæld føre til en følelse af forræderi, når de bliver behandlet groft af disse mennesker. I tillæg hertil, indikerer fundene i indeværende projekt, at der på nogle typer barer, særligt dem der frekventeres af stamgæster, eksisterer en kompleks social struktur, hvor der både er mere eller mindre venskabelige relationer mellem kunder og personale samt kunder imellem, der i mange tilfælde ser hinanden hver dag. Det kan siges, at der af denne årsag er mere status på spil, i de daglige interaktioner, end der havde været i en mere anonym kontekst. Derfor ses der også tilfælde med afreaktioner som produkt af ansigtstab, hvor stamgæsterne kan føle sig umyndiggjorte af irettesættelser fra personalet, hvilket igen i nogle tilfælde fører til, primært verbal, aggression.

Et af de mere spændende fund vedrørende konsekvenserne ved dårlig kundeadfærd er skam som følge af en følelse af at sælge sig selv. Der eksisterer et fokus på identitetsmæssige konflikter i litteraturen, og særligt, i Hochschilds tilfælde, når servicearbejderen bliver konfronteret med konflikten mellem egne værdier og selvbillede og de økonomiske interesser hos arbejdsgiver. Skammen som interviewpersonen beskriver, sker som led i en proces, hvor hun, til dels på grund af hendes arbejdsplads' ønske om venlig service og salg af alkohol, men til dels også med baggrund i egne ønsker om drikkepenge er villig til at gå på kompromis med eget selvbillede, når hun bliver mål for seksuelle henvendelser. Dette fund kan siges at udbygge den eksisterende viden, da det illustrerer, hvordan interessekonflikten der ligger til grund for identitetstab ikke blot eksisterer mellem arbejdsgiver og servicearbejder, men at dette også er en indre konflikt medieret af økonomiske interesser og i særlig grad behov.

En anden ikke så godt belyst konsekvens ved servicearbejdet, er det forhold, at en af interviewpersonerne oplevede at få en stalker, som var en af stamgæsterne på sin daværende arbejdsplads. Dette fund illustrerer en af de yderste konsekvenser ved de af arbejdsgiver anlagte servicebetingelser. Ved at betone venlighed og i nogle tilfælde endda flirtende adfærd fra servicearbejderen, skaber arbejdsgiver grobund for misfortolkning hos kunderne. Det er dog ikke kun arbejdsgiver, der kan have interesse i skabe sådanne situationer, for ud over at det antageligvis øger slaget af alkohol, ved interviewpersonerne også som beskrevet i forrige afsnit, at flirtende adfærd kan give ekstra drikkepenge. Ikke desto mindre, er det ikke alle kunder der kan skelne mellem genuin interesse og professionel adfærd, og som det ses i eksemplet om stalkeren, kan det i yderste konsekvens blive meget ubehageligt for servicearbejdere.

Der nævnes flere markante konsekvenser ved dårlig kundedadfærd i den eksisterende litteratur, og de varierer generelt ofte i takt med grovheden af den dårlige kundedadfærd. Der er f.eks. eksempler på PTSD-ramte bartendere, der stadig er påvirkede af grove hændelser 8 år efter hændelsen. Selvom der både beskrives følelsesmæssige, identitetsmæssige og sociale konsekvenser i forbindelse med dårlig kundedadfærd, finder jeg ikke i denne undersøgelse decideret psykisk syge som konsekvens af dårlig kundedadfærd. Der nævnes andre fysiske konsekvenser i denne undersøgelse, men disse er momentane, og opstår i direkte sammenhæng eller kort efter adfærden har udspillet sig.

Et særligt fund, der både kan ses som et forebyggende forhold og/eller som en håndteringsstrategi, alt afhængigt af konteksten, er den komplicerede alliance som servicepersonalet på nogle barer har med deres stamgæster. Dette forhold er så vidt vides relativt ubeskrevet. Denne komplekse relation kan både være præget af glæde, personlig intimitet og endda i nogle tilfælde venskabelig kærlighed, men på samme tid også forråelse og skuffelse. Håndterings- og forebyggelsesparameteret ligger i situationer, hvor f.eks. ikke-stamgæster opfører sig aggressivt eller ligefrem truende overfor servicearbejderen. I sådanne situationer kan stamgæsterne aktiveres som beskyttelse for og opbakning til servicearbejderen.

5.2. *Undersøgelseskvalitet*

Man kan knytte både positive og negative kommentarer til denne undersøgelses overordnede kvalitet. Jeg vil i følgende afsnit diskutere nogle af disse forhold.

Man kan indvende at undersøgelsespopulationen er for lille, og dermed at man dermed ikke kan skabe nyttig generaliserbar viden. Ifølge Kvale (2005) har moderne interviewundersøgelser dog ofte for mange interviewpersoner. Dette forhindrer grundig og dybdegående analyse af de kvalitative udsagn, og er grundet i et eksternt kvantitetspres fra store dele af videnskaben, som er baseret på positivistiske idealer om generaliserbarhed. Ved at analysere få individers relation til deres omgivelser med tillæg af eksplicite beskrivelser af inddrivelsesprocessen, bliver det rent faktisk muligt at trække generaliserbare betragtninger ud af interviewdata og samtidigt muligt for andre at efterprøve resultaterne. Derudover må man have for øje, at generaliserbar viden ikke alene er målet for videnskab. Selvfølgelig skal den rent faktisk reflektere den oplevelse undersøgelsespopulationen har af fænomenet, men denne type kvalitativ videnskab har til formål at skabe detaljeret viden om et specifikt fænomen, som i højere grad forholder sig til oplevelsen af fænomenet, end dets udbredelse.

Man kan også indvende at undersøgelsens fund baserer sig for meget på subjektive tolkninger, og ikke på objektive fakta. Der foreligger ofte krav om, at tolkningspraksisens formål er at finde frem til den objektive sandhed i de givne udsagn. Dette er dog ifølge Alvesson (2003) og Kvale (2005) ikke muligt. Alvesson mener at man som forsker skal droppe forestillingen om at udsagn fra interviewundersøgelser rummer en objektiv sandhed, men at man snarere skal omfavne de komplekse sociale dynamikker der er på spil i en interviewsituation. Derudover mener Kvale, at man gennem bl.a. dokumentation af citater og beskrivelse af forskningsspørgsmål, blotlægger tolkningsbaggrunden. Dette er vigtigt da tolkningen af et udsagn eller tekst afhænger af det spørgsmål der stilles dertil. Derudover mener han, at subjektive tolkninger er et kernepunkt i den hermeneutiske tradition, der legitimerer en pluralitet af tolkninger. Dermed

kan man argumentere for, at subjektive tolkninger er legitime, så længe at citaterne er tilgængelige og at man som forsker tydeliggør sine forskningsspørgsmål.

Validitet, reliabilitet og objektivitet er ofte brugte kriterier til at vurdere kvaliteten af forskning inden for det positivistiske videnskabsparadigme. Den kvalitative indholdsanalyse adskiller sig dog markant fra den positivistiske tradition, og de grundlæggende antagelser der ligger til grund for denne. Derfor kan man anfægte, at de førnævnte kvalitetskriterier ikke er anvendelige i denne kontekst. Lincoln og Guba (1985) foreslår at udskifte de positivistiske kriterier med bl.a. følgende kvalitative kvalitetskriterier: *credibility* (troværdighed) og *transferability* (overførbarhed).

Undersøgelsens troværdighed hænger sammen med dennes evne til at sikre troværdig repræsentation af de beskrevne fænomener, herunder bl.a. at fundne repræsenterer opfattelsen hos kilderne som giver anledning til analysen. Ifølge Guba og Lincoln forstås undersøgelsens troværdighed i lyset af dens evne til tilstrækkeligt at repræsentere den sociale verdens konstruktioner. En måde hvorpå dette kan opnås er gennem medlems-tjek (Guba, E. G. & Lincoln, Y. S. 1985), som betegner løbende diskussion af analysen med f.eks. andre gruppemedlemmer. Da dette projekt er individuelt, kan man derfor anfægte hvorvidt det har været muligt løbende at diskutere, hvordan de rå data oversættes til en meningsfuld analyse. Selvom det givetvis havde været positivt at kunne diskutere data og deres anvendelse løbende med en partner, har dette til dels fundet sted i den løbende dialog med en vejleder, der har kunne kritisere pointer fra analysen. Dette er igen ikke lige så godt som, hvis der havde været skrivemakker i tillæg, som havde været ligeså familiær med det rå datamateriale som jeg selv, og dermed kendte datas kontekst endnu bedre. Denne pointe gør sig ligeledes gældende ved selve data-inddrivningen, hvor en løbende debat om interviewstil og tilspidsning af spørgefokus kunne været opnået. Derudover kunne en partner hjælpe med at eliminere eventuelle biaserede subjektive tolkninger og fokuspunkter, som kan sænke undersøgelsens troværdighed.

Overførbarhed er et af de andre kvalitetskriterier og dækker over i hvor høj grad undersøgelsens fund kan overføres til andre kontekster. Det er, som nævnt i afsnit 3.1, ikke formålet med kvalitative forskningsinterview at generere viden, der er

generaliserbar. Desuden retter dette projekts problemformulering sig mod en ret specifik kontekst, og man må derfor vurdere overførbareheden af fundene inden for denne kontekst. Man kan sige, at det er værd at vurdere hvor vidt fundene fra denne undersøgelse, gør sig gældende i andre lignende kontekster, f.eks. i andre dele af servicebranchen, der har lignende karakteristika som bar/restaurationsbranchen. Lincoln og Guba (1985) mener at såkaldte *thick descriptions* eller dybe beskrivelser kan bidrage til forøgelsen af overførbarehed (Guba, E. G. & Lincoln, Y. S. 1985). Med dybe beskrivelser mener de, at der må foreligge et tykt nok detaljegrundlag omkring data, således at analysen af disse kan vurderes af læseren. I dette projekts bilag kan man finde både spørgeguide samt de anonymiserede transskriptioner, således at man som læser selv kan vurdere analysen på baggrund af det foreliggende datamateriale og indfaldsspørgsmålene fra spørgeguiden.

5.3. Videre forskning og praksisimplikationer

I dette afsnit vil jeg diskutere om, og i så fald hvad, undersøgelsens fund giver anledning til videre forskning. Derudover vil jeg diskutere om fundene giver anledning til at ændre i servicepraksis.

5.3.1. Videre forskning

Denne undersøgelse fremstiller nogle problematikker, der opstår for servicearbejderne i forbindelse med deres interaktioner med kunder. Undersøgelsens fund kan dog ikke sige noget om omfanget og udbredelsen af denne problematik. Et oplagt videre forskningsspørgsmål kunne rette sig mod omfanget af dette. Derudover kunne en undersøgelse lig denne rette sig mod andre dele af servicesektoren, hvor konteksten f.eks. ikke rummer lige så meget alkohol, som det kunne tyde på, betyder meget for typen af kundefærd.

Et interessant forhold der bliver omtalt af alle interviewpersoner, er stamgæsterne. Denne flok af særligt tilknyttede kunder, spiller en væsentlig rolle hos de adspurgte servicearbejdere på både godt og ondt. Der er indikationer på, at denne relation betyder enormt meget for det overordnede arbejdsmiljø for interviewpersonerne. Dette bliver

beskrevet i løbet af dette projekt, men kunne i tillæg være interessant at belyse yderligere med et mere specifikt fokus på denne relation. Igennem den indledende søgning efter interviewpersoner, blev der afholdt flere uformelle samtaler med barpersonale på diverse værtshuse i Aalborg. Gennem disse samtaler blev der bragt mange interessante temaer som drejer sig om stamgæster på banen, og i lyset af stamgæsternes relativt dårligt belyste betydning for arbejdsmiljøet i relevante niches af servicebranchen, kunne videre forskning på dette område bidrage positivt til arbejds- og organisationspsykologien i Danmark.

5.3.2. Praksisimplikationer

Fundene i dette projekt indikerer forskellige konsekvenser forbundet med dårlig kundeadfærd for servicearbejderne. Nogle af konsekvenser kan ses som de direkte følelsesmæssige reaktioner til f.eks. grove kommentarer eller urimelige krav sætninger fra kunderne, mens andre i højere grad kan ses som konsekvens af de pågældende serviceopdrag på arbejdspladsen. Som det indikeres i diskussionen af fundene, kan man argumentere for, at nogle serviceopdrag kan have som indirekte konsekvens, at kunderne ser f.eks. servicearbejdernes venlighed og imødekommenhed som genuine udtryk for interesse, og at de dermed føler sig inviterede til upassende seksuelle kommentarer el.lign. Ved at skabe en forståelse hos arbejdsgivere i servicebranchen for konsekvenserne ved deres serviceopdrag, kan man håbe på at der bliver etableret tydeligere grænser for, hvornår det er ok for servicearbejderne at sige fra overfor kunderne, og at det er ok at sætte og grænser.

Det er dog svært at forestille sig at barer og restauranter helt vil adskille sig med de nuværende serviceopdrag om bl.a. venlighed, da det antageligvis øger salget af deres produkter. Dog er det væsentligt at servicearbejderne kan føle sig beskyttet, hvis de, som det bliver beskrevet i nogle tilfælde, bliver antastet som konsekvens heraf. Nogle interviewpersoner betoner den sikkerhed, de følte som konsekvens af at deres arbejdsplads havde en dørmænd. Ved f.eks. at sikre tilstedeværelsen af dørmænd eller andet sikkerhedspersonale på baren, kan man forestille sig at det vil øge følelsen af sikkerhed hos servicearbejderen, og at der dermed kan være plads til at de kan udfylde deres servicerolle. Derudover vil det også skabe større sikkerhed for servicearbejderne når/hvis de bliver nødt til at sige fra overfor antastende kunder.

6. Konklusion

I dette sidste afsnit vil jeg forsøge at svare på dette projekts problemformulering, som lyder:

Hvilke udfordringer og mulige konsekvenser oplever servicearbejdere i restaurationsbranchen i mødet med problematiske kunder og hvorledes søges disse udfordringer forebygget og håndteret?

Udfordringerne i mødet mellem problematiske kunder og servicearbejdere i restaurationsbranchen er varierede. En kerneerkendelse der er opstået i forbindelse med dette projekt er, at arbejdskonteksten varierer enormt meget imellem servicepersonalet der indgår i denne undersøgelse. Flere af interviewpersonerne har arbejdet på forskellige typer af udskækningssteder, hvor de typiske udfordringer varierer afhængigt af den bredere kontekst; herunder servicebetingelser og klientel. Alle interviewpersoner har arbejdet, eller arbejder fortsat, på brune værtshuse, og her synes at være et særligt forhold der gør sig gældende, hvilket er tilstedeværelsen af et fast klientel af såkaldte stamgæster. Disse indgår i komplekse sociale relationer med hinanden og servicepersonalet, der ofte får en venskabelig relation. Denne venskabelighed kan dog også betyde øget belastning for servicearbejderen i forbindelse med maskefald, hvor stamgæsterne vender sig imod dem, da dette opleves som en forræelse, og ikke kan afskrives på samme måde, som ved konfrontationer med ”normale” kunder.

Først kan det nævnes at fysiske reaktioner er en af de fundne konsekvenser. Denne manifesterer sig typisk direkte i relation til ubehagelige episoder, hvor rystelser i kroppen kan være et eksempel herpå.

En anden konsekvens der findes, er at grænseoverskridelser i arbejdstiden, ofte af seksuel karakter, kan have en tendens til at manifestere sig mere eller mindre ubevidst hos interviewpersonerne i en generaliseret forstand.

Derudover findes det, at mental udmattelse, særligt efter endt arbejde er en typisk konsekvens af det følelsesarbejde som servicearbejderne yder. Denne konsekvens ses

særligt på dage, hvor det mentale overskud ikke er til stede og i tillæg når servicearbejderne bliver konfronterede med særligt krævende eller utålmodige kunder.

Sidst kan man nævne sociale og identitetsmæssige konsekvenser. Disse manifesterer sig på forskellige måder. Først kan man nævne ændring i selvbillede, som bl.a. kan forekomme i mødet med urimelige kravfremsættelser, hvor servicearbejderen gennem kundens kritik begynder at tvivle på egne evner. Andre konsekvenser er mere sociale af karakter, og det bliver beskrevet, hvordan gentagne grænseoverskridelser kan betyde noget for tilliden til andre mennesker og dermed have store konsekvenser for servicearbejdernes sociale liv. Derudover nævnes skam som en konsekvens, hvor interessekonflikten mellem økonomi og personlig integritet bl.a. ligger til rod.

Der eksisterer også i restaurationsbranchen forsøg på at forebygge dårlig kundefærd. Først kan det nævnes, at servicerutiner og uniformering kan opleves som en forebyggende faktor i servicearbejdet, da det gør interaktionen med kunder mere upersonlig, og at der derfor ikke er ligeså meget på spil i interaktionen. Dette forhold kan derfor ses som noget der forebygger de negative konsekvenser i mødet med dårlig kundefærd, eller alternativt som en ramme hvori den dårlige kundefærd kan bearbejdes lettere.

Forebyggelse af dårlig kundefærd ses også i andre former, hvor sociale alliancer med stamgæsterne bruges. Ved at indikere denne alliancers eksistens overfor vrede eller på anden vis udadreagerende kunder, kan yderligere optrapning af konflikter forebygges

Når det kommer til håndtering af den dårlige kundefærd, ses også flere eksempler. Formel uniform eller beklædning beskrives som en faktor der bidrager til at reducere belastningen ved dårlig kundefærd, da det kan fungere som et skjold eller tilbagetrækningsmulighed, der reducerer det personlige i interaktionerne.

Frihed til at træffe beslutninger om f.eks. at smide kunder ud eller irrettesætte dem spiller også en betydelig rolle. Dette handlerum kan hjælpe med at løse eventuelle konflikter mellem kunde og servicearbejder og kunder imellem, og giver samtidigt en vis mængde kontrol.

Hurtige og grove svar på kunders grove kommentarer ses også som en måde at håndtere disse på. Dette tilskrives bl.a. den respekt som det giver i kundernes øjne, og særligt i tilfælde hvor servicearbejderens modsvar ikke kan svares igen på af kunden.

Sidst kan man nævne empatisk bearbejdning, hvor servicearbejderne forholder sig til kundernes livssituationer, hvoraf mange f.eks. er alkoholikere, når de afskriver kundernes dårlige adfærd eller grove kommentarer. Dette kan hjælpe med at lindre og mindske smerten forbundet med dårlig kundefærd.

Der eksisterer altså et væld af udfordringer i restaurationsbranchen og der aktiveres et varieret arsenal af håndterings, forebyggelses- og bearbejdningsstrategier. Nogle udfordringer børstes let af sig, mens andre kan bæres i flere år efter hændelsen. I nogle tilfælde er det ikke enkelttilfælde, men snarere gentagne eksponeringer for dårlig kundefærd, der har konsekvenser for servicearbejderne.

Referenceliste

Alvesson, M. (2003). Beyond Neopositivists, Romantics, and Localists: A Reflexive Approach to Interviews in Organizational Research. *AMRO*, 28(1), 13–33.

Belk, R. W. (1975). Situational Variables and Consumer Behavior. *The Journal of Consumer Research*, 2(3), 157–164.

Bitner, M. J., Booms, B. H., & Mohr, L. A. (1994). Critical Service Encounters: The Employee's Viewpoint. *Journal of Marketing*, 58(4), 95–106.

Borchmann, T., & Pedersen, B. T. (2020). Employee representations of customer harassment and its causes in self-reported tales. *Communication & Language at Work*, 7(1), 86–99.

Braverman, H. (1974). *Labor and monopoly capital: the degradation of work in the twentieth century*. Monthly Review Press.

Burrell, G., & Morgan, G. (1979). *Sociological Paradigms and Organisational Analysis: Elements of the Sociology of Corporate Life*. Routledge.

Deetz, S. (1996). Crossroads—Describing differences in approaches to organization science: Rethinking Burrell and Morgan and their legacy. *Organization science*, 7(2), 191-207.

Deshpande, R., & Farley, J. U. (1998). Measuring Market Orientation: Generalization and Synthesis. *Journal of Market-Focused Management*, 2(3), 213.

Diamond, M., Allcorn, S., & Stein, H. (2004). The surface of organizational boundaries: A view from psychoanalytic object relations theory. *Human Relations*, 57(1), 31-53.

Fontana, A., & Frey, J. (1994). The art of science. *The Handbook of Qualitative Research*, 361376. <https://jan.ucc.nau.edu/~pms/cj355/readings/fontana&frey.pdf>

Fullerton, R. A., & Punj, G. (1993). Choosing to misbehave: A structural model of aberrant consumer behavior. *ACR North American Advances*, NA-20. <https://www.acrwebsite.org/volumes/7515/volumes/v20/NA%20-%2020>

Fullerton, R. A., & Punj, G. (1997). What is consumer misbehavior?. *ACR North American Advances*.

Gimlin, D. (1996). PAMELA'S PLACE: Power and Negotiation in the Hair Salon. *Gender & Society: Official Publication of Sociologists for Women in Society*, 10(5), 505–526.

Grove, S. J., & Fisk, R. P. (1997). The impact of other customers on service experiences: A critical incident examination of “getting along.” *Journal of Retailing*, 73(1), 63–85.

Harris, L. C., & Reynolds, K. L. (2003). The Consequences of Dysfunctional Customer Behavior. *Journal of Service Research*, 6(2), 144–161.

Harris Lloyd, C., & Daunt, K. (2013). Managing customer misbehavior: challenges and strategies. *Journal of Professional Services Marketing*, 27(4), 281–293.

Heery, E. (2016). *Framing Work: Unitary, Pluralist, and Critical Perspectives in the Twenty-first Century*. Oxford University Press.

Hochschild, A. R. (2012). *The managed heart commercialization of human feeling* (Updated, with a new preface.). University of California Press.

Hsieh, H.-F., & Shannon, S. E. (2005). Three approaches to qualitative content analysis. *Qualitative Health Research*, 15(9), 1277–1288.

Korczynski, M. (2003). Communities of Coping: Collective Emotional Labour in Service Work. *Organization*, 10(1), 55–79.

Korczynski, M. (2001). The contradictions of service work: call centre as customer-oriented bureaucracy. *Customer Service: empowerment and entrapment*, 79-101.

Kvale, S., & Brinkmann, S. (2009). *InterViews: Learning the Craft of Qualitative Research Interviewing*. SAGE.

Kvale, S. (2005). Om tolkning af kvalitative forskningsinterviews. *Nordic studies in education*, 25(1), 3-15.

Leidner, R. (1993). *Fast Food, Fast Talk: Service Work and the Routinization of Everyday Life*. University of California Press.

Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic Inquiry*. SAGE.

Lovelock, C.H. (1994), *Product Plus: How Product and Service=Competitive Advantage*, McGraw-Hill, New York, NY.

Salamon, M. W. (1987). *Industrial Relations: Theory and Practice*. London: Prentice Hall International (UK) Ltd.

Stein, M. (2007). Toxicity and the unconscious experience of the body at the employee—customer interface. *Organization Studies*, 28(8), 1223-1241.

Mills, C. W. (1951). *White collar: the American middle classes*. Oxford University Press.

Taylor, F. W. (2003). The Principles of Scientific Management. In M. J. Handel (Ed.), *The Sociology of Organizations: Classic, Contemporary, and Critical Readings* (pp. 24–31). SAGE.

Wirtz, J., & Lovelock, C. (2021). *Services marketing: People, technology, strategy*. World Scientific.