

‘Samen sterk voor verbetering’

Een samenvatting van de resultaten van de digitale enquête die aan 2215 NVM leden is verstuurd.

‘Doet de NVM dat wat de leden willen?’

845 leden deden mee, een respons van 40%.

Tekst **NVM (zie pagina hiernaast)**

Inleiding

Ontwikkelingen in de samenleving, digitalisering en individualisering, dwingen beroepsverenigingen koers te bepalen. Voor de Nederlandse Vereniging van Mondhygiënist(en) (NVM) is ‘het behartigen van de belangen van de leden’ eerste prioriteit. Belangrijk is om de behoeften en wensen van haar leden te blijven monitoren en haar dienstverlening en beleid daarop aan te passen. Echter, de dynamische en uitdagende werkomgeving van de mondhygiënist zorgt voor wisselende wensen en behoeften van leden. Om een goede aansluiting met de wensen van de NVM-leden te waarborgen heeft een externe adviseur in 2013 vier regiobijeenkomsten bezocht en is in gesprek gegaan met de leden. Ook heeft hij gesproken met een IT-groep en met kaderleden. De uitkomsten van deze persoonlijke gedachtewisselingen gaven aanleiding tot een brede ledenraadpleging met als centrale vragen:

- 1) Wat weten leden van de NVM, waar staat de NVM voor en wat doen directie en het bestuur?
- 2) Wat willen leden en wat vinden leden van de NVM en de diensten?

Methoden en materialen

Gebaseerd op de groepsgesprekken (oriënterend onderzoek) is een enquête opgesteld en digitaal verstuurd naar 2215 NVM leden. Student- en buitengewoon leden waren uitgesloten van deelname. Van 80

leden was het emailadres onbekend. Zij zijn per brief gevraagd om het emailadres alsnog door te geven. Via diverse communicatiekanalen, bijvoorbeeld regiobijeenkomsten, digitale nieuwsbrieven, NTvM, zijn de leden opgeroepen om de enquête in te vullen. In oktober is een herinneringsmail verzonden en in november is de ‘uitvraag’ gesloten. Voor de data analyse van 845 respondenten (40%) is gebruik gemaakt van het statistisch programma: IBM SPSS Statistics 21.

Resultaten

Algemene gegevens

Het percentage mannen is relatief laag (2,6%). Dit percentage is toegevoegd aan de totale groep van ‘NVM-mondhygiënist(en)’. Leeftijd is opgedeeld in drie leeftijdscategorieën: ‘jong’ (jonger dan 36 jaar), ‘gemiddeld’ (36-45 jaar), en ‘oud’ (ouder dan 45 jaar). 37,4% van het totaal aantal NVM-mondhygiënist(en) is jonger dan 36 jaar; 42% van deze jongste leeftijdscategorie werkt in loondienst.

Bijna de helft van de twee overige leeftijdscategorieën heeft een eigen praktijk. 40,7% van de leden rapporteert de ‘tweejarige opleiding’ te hebben voltooid; 35,2% de ‘driejarige opleiding’ en 24,1% heeft de ‘vierjarige opleiding’ afgerond.

Tabel 1 laat zien dat de meesten meer dan drie dagen per week (>25 uur per week) werken en de werkvelen staan in tabel 2 vermeld. 68,3% van de leden staat geregistreerd in het KRM.

Zij voerden het onderzoek uit en maakten deze samenvatting:



Oddy Folgerts

NVM-beleidsmedewerker
portefeuille Onderwijs,
Scholing & Wetenschap
(OS&W)

'Samen sterk(er) is het motto van de NVM, maar persoonlijk kan ik mij hier ook in vinden'



Manon van Splunter-Schneider

NVM-bestuurslid portefeuille
Onderlinge Contacten

'Wij zetten ons in voor de leden, dan is het wel belangrijk dat je weet wat de leden willen'



Yvonne Buunk-Werkhoven

NVM-bestuurslid portefeuille
OS&W.

'Idealen bereik je beter met elkaar dan als individu'

Lidmaatschap

Een meerderheid (86%) vindt dat het NVM lidmaatschap de positie van de mondhygiënist binnen de mondzorg versterkt. 35,5% vindt de verhouding tussen contributie en inzet, diensten en producten van de NVM onvoldoende tot matig; tweederde vindt het voldoende tot goed is. Leden stellen voor om de contributie te verlagen dan wel verder te differentiëren.

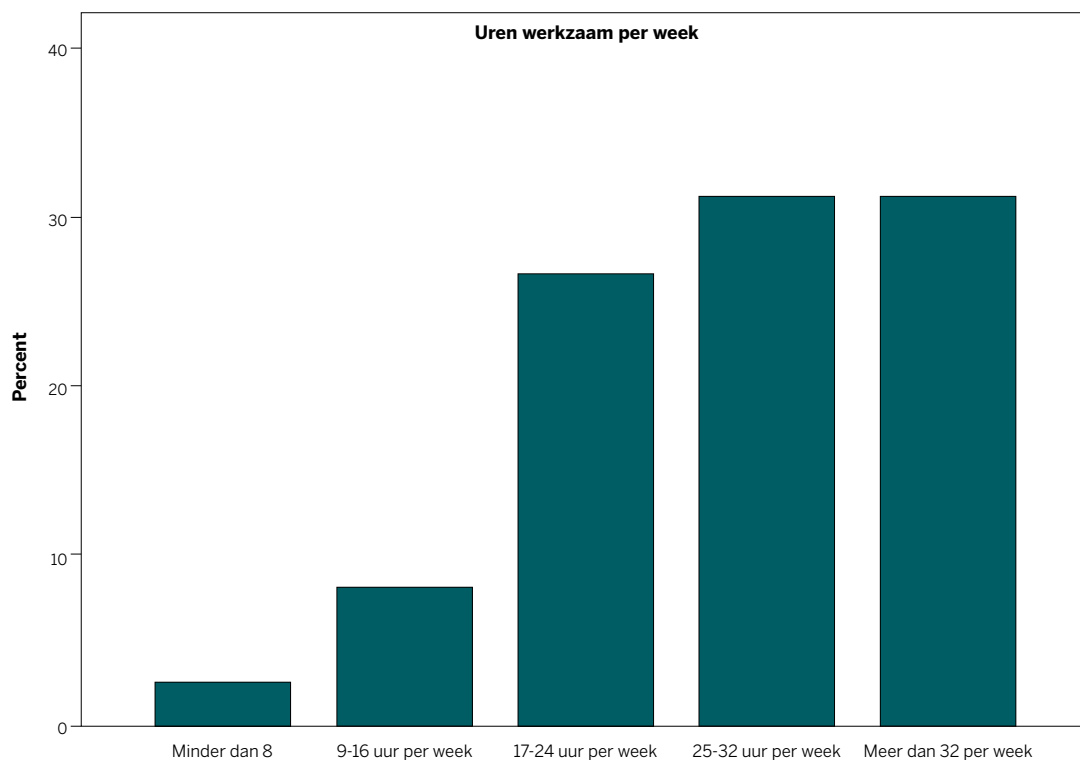
Tabel 3 vermeldt de belangrijkste reden(en) om lid te zijn. In de categorie 'Diensten en producten' wordt 'weten wat er speelt/op de hoogte blijven' en 'ondersteuning en informatie vanuit het bureau' het vaakst genoemd; in de categorie 'overige redenen' wordt 'het gevoel van samen sta je sterk/onderdeel van een groep' het vaakst genoemd. Ook de categorieën 'Onderhandelen NZa tarieven/zorgverzekeraars en algemene belangenbehartiging' en 'Onderlinge contacten en uitwisselen ervaring en kennis' scoren hoog.

De NVM

Een meerderheid (80%) vindt de doelstellingen van de NVM duidelijk tot zeer duidelijk. De helft (51,5%) rapporteerde een groot tot zeer groot vertrouwen in het huidige bestuur te hebben; 42,4% gaf een neutraal antwoord en 6,1% gaf aan weinig vertrouwen te hebben. 'De NVM moet zo doorgaan' is een veel benoemde suggestie. Bijna iedereen (96%) vindt het belangrijk dat de NVM opkomt voor de belangen van de mondhygiënist. Bijna driekwart van de mondhygiënist ziet het NVM logo en KRM logo als keurmerk. Over de inzet/inspanningen van de NVM rapporteerden 70% dat de bijdrage van de NVM aan de huidige positie van de mondhygiënist groot tot zeer groot is. De mate waarin de NVM zich inspant voor tarieven voor de mondhygiënist en onderhandelingen met de zorgverzekeraars wordt 'voldoende' tot 'ruim voldoende' gewaardeerd, evenals de inzet om de mondhygiënist te profileren. De meesten (84,8%) vinden de NVM belangrijk voor onderlinge contacten/ ervaringen uit te wisselen. Over het algemeen wordt er relatief weinig gebruikt gemaakt van diensten en producten van de NVM. Meer dan twee derde geeft aan geen gebruik te maken van producten in de categorieën 'online services' (zoals vacaturebank, waarnemersbank, etc.) 'richtlijnen en protocollen', en 'promotiemateriaal' (folders, etc.). Echter, producten in de categorie 'kennis en wetenschap' en 'producten ter ondersteuning van werk in de praktijk, zowel in loondienst als zelfstandig' worden relatief meer gebruikt. 35% maakt geen gebruik van diensten van de NVM (zoals collectieve verzekeringen, ledenservice, juridisch advies, etc.).

Speerpunten NVM

Over het algemeen worden alle speerpunten door de leden als 'belangrijk' tot 'zeer belangrijk' ervaren, ongeacht werkveld. Het speerpunt 'onderlinge contacten en uitwisselen kennis en ervaring' scoort het hoogst onder mondhygiënist 'in loondienst' en 'overige werkvelden', respectievelijk 88% en 90%. Het speerpunt 'meer zelfstandig worden van de mondhygiënist' wordt door 85% vrijgevestigde mondhygiënist als



Tabel 1 Uren werkzaam per week in percentages (N= 845)

belangrijk tot zeer belangrijk ervaren. De *'publieksgerichte campagnes'* vinden zij belangrijk tot zeer belangrijk (83%). De mondhygiënist *'in loondienst'* scoren het hoogst op het speerpunt *'scholing en onderwijs'* (93%).

Kwaliteit, kennis en netwerken

Bevindingen betreffende kennis, kwaliteit en netwerken laten zien dat driekwart van de leden 'soms' of 'regelmatig' naar de ALV gaat. Ruim de helft (64,9%) gaat naar regiobijeenkomsten en vindt het wetenschappelijke deel op de regiobijeenkomsten van toegevoegde waarde. Meer dan de helft van de mondhygiënist participeert in IT-groepen en 63% neemt soms of regelmatig deel aan vakgroepbijeenkomsten. Bijna iedereen (93%) bezoekt NVM congressen; 60% maakt gebruik van cursussen van DCM.

Communicatie

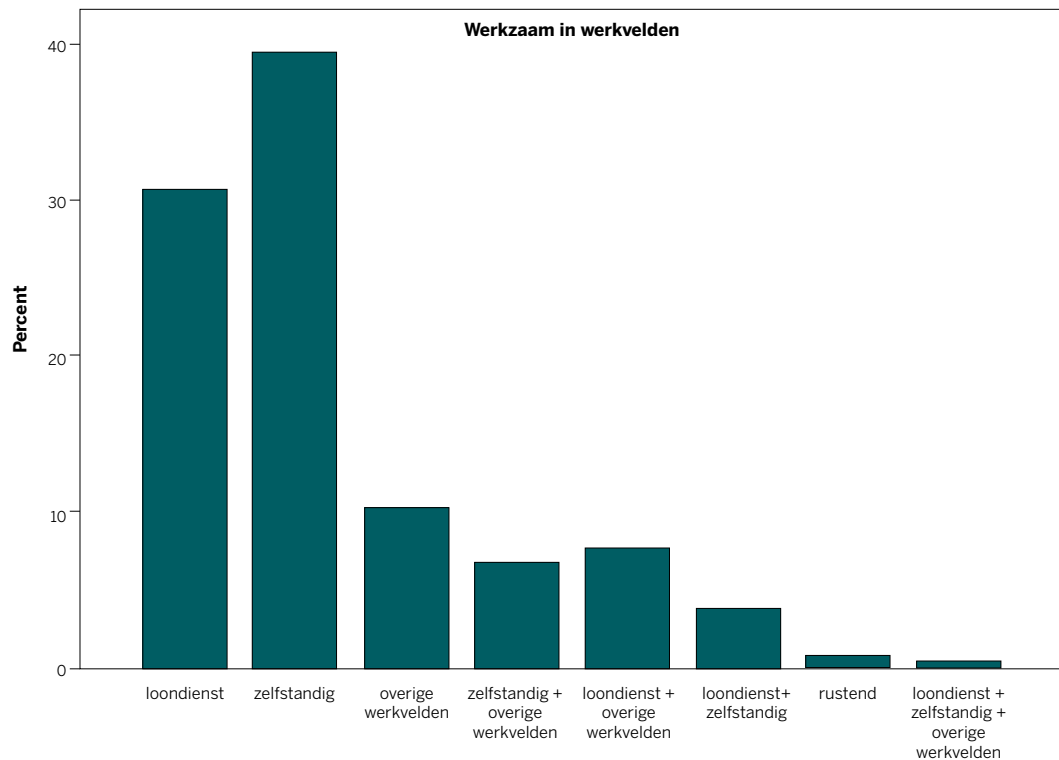
In het Nederlands Tijdschrift voor Mondhygiëne (NTvM nr. 8) is de waardering voor de verschillende soorten inhoud van het tijdschrift beschreven. Ook bleek dat een papieren versie de voorkeur boven digitaal heeft. De andere communicatiemiddelen die de NVM inzet om de mondhygiënist te informeren wordt door meer dan de helft van de leden gewaardeerd met voldoende (58%) of ruimvoldoende (30%). Ruim een derde (37,9%) vindt de NVM website niet onoverzichtelijk/niet overzichtelijk; bijna de helft (45,2%) ervaart het gebruik van de website niet on-

prettig/ niet prettig. Er wordt gesuggereerd dat de website gebruiksvriendelijker mag zijn. Alle leden, ongeacht leeftijd, worden het liefst geïnformeerd via digitale nieuwsbrieven (81%) en via de website (57,3%). Social media, zoals Twitter (1,7%) en Facebook scoren het laagst (3,5%), terwijl de ALV en regiobijeenkomsten als communicatiemiddelen hoog scoren, respectievelijk 21,8% en 37,8%. Vooral oudere mondhygiënist geven de voorkeur aan persoonlijke contactmomenten; jongere mondhygiënist hebben een voorkeur voor social media.

Conclusie

Geconcludeerd kan worden, dat het bestaansrecht van de NVM als beroepsvereniging door de leden wordt gelegitimeerd: leden vinden het belangrijk dat er een beroepsvereniging is en dat hun NVM lidmaatschap de positie van de mondhygiënist binnen de mondzorg versterkt. Bovendien verenigen zij zich binnen de NVM onder het motto 'samen sterk(er)' en wordt het NVM en KRM logo door hen als keurmerk beschouwd. Speerpunten van de NVM zijn volgens de leden allemaal even belangrijk; de inzet van de NVM voor diverse speerpunten wordt goed gewaardeerd. Alle leden hechten veel waarde aan activiteiten die bijdragen aan kwaliteit, kennis en netwerken. Ook de communicatie vanuit de NVM met de leden wordt voldoende gewaardeerd. Ondanks het huidige digitale tijdperk worden de ALV en regiobijeenkomsten als belangrijke communicatiemiddelen ervaren.

Tabel 2 Werkzaam in werkvelden in percentages (N=845)



Tabel 3 Overzicht van frequentiescores reden(en) lidmaatschap [N = aantal]

Reden(en) van lidmaatschap NVM	N
Meer zelfstandig worden van het beroep	3
Positionering mondhygiënist	84
Diensten en producten voor leden	411
Onderhandelen NZA tarieven/zorgverzekeraars en algemene belangenbehartiging	168
Scholing, onderwijs & wetenschap	46
Publiekscampagnes	0
Onderlinge contacten en uitwisselen ervaring en kennis	128
Overige redenen	240

De reden(en) van lidmaatschap is in de enquête een open vraag. Bij de analyse van de data is ervoor gekozen om de reden(en) te categoriseren aan de hand van de NVM speerpunten. Elke categorie bestaat uit verschillende subcategorieën; enkel de meest opvallende subcategorieën zijn besproken. Toch geeft dit een ruim voldoende, relevant beeld.

Verbeterpunten

Toch rapporteren de leden diverse verbeterpunten: allereerst wordt de contributie (differentiatie en/of verlaging) genoemd.

Het tweede verbeterpunt betreft het vertrouwen in het huidige bestuur. Een groot deel van de leden staat hier neutraal in, terwijl de betekenis hiervan onbekend is. De gebruikersvriendelijkheid van de website kan beter. Het bestuur van de NVM heeft verschillende suggesties van de leden opgepakt en onderzoekt de mogelijkheden voor een verdere differentiatie van de contributie. Ook zal het NVM bestuur op de andere verbeterpunten actie ondernemen om een duurzame toekomst van de vereniging te bewerkstelligen en te waarborgen.

Discussie en aanbevelingen

In dit onderzoek/deze ledenraadpleging is gebruik gemaakt van een digitale enquête. Beperkingen van deze methode zijn dat alleen emailgebruikers kunnen participeren, en minder inzicht is in 'non-responsredenen'. Evenmin kan er worden doorgevraagd. Echter, de resultaten zijn zeer betekenisvol voor de mate waarin bepaalde onderwerpen spelen bij NVM-leden. Door de gestandaardiseerde vragen in de enquête is meer eenduidig antwoord verkregen. Bovendien gaf deze uitvraag de NVM-leden de mogelijkheid om suggesties ter verbetering aan te dragen.

Gezien de studentleden en buitengewoon leden buitengesloten waren van deelname, kunnen geen conclusies getrokken worden voor beide groepen. Om die reden verdient het de aanbeveling om de wensen en behoeften van deze leden nader te onderzoeken en te verfijnen. ■