

Vart bär vinden? - en företagarsynpunkt

Jag medger att jag för tio år sedan inte kunde ana var veterinärmedicinen befinner sig idag.

Kedjebildning och ett ökat antal utexaminerade veterinärer har skärpt konkurrensen på många orter. Samtidigt har spelreglerna för marknadsföring gjorts om och de gemensamma annonseringsanvisningarna förlorade sin betydelse i en handvändning. Imagemarknadsföringen om överlägsenhet går varm. Nu kan man till och med få en veterinär på köpet då man köper en säck med foder! Kedjebildningen har även stängt av utbildningsvägar mellan kedjorna och privata veterinärer. Konkurrenter utbildas inte längre. Särskilt veterinärer av det gamla gardet kan se en mängd oroande tecken i detta.

En extra krydda i spelet är det brytningsskede som under en lång tid har pågått i systemet med kommunala veterinärer. Besöken till produktionsgårdar minskar och hygienuppgifterna har i stor utsträckning överförs på hygienveterinärer. Enbart veterinärvård av produktionsdjur räcker sällan till för att livnära ett tillräckligt antal kommunala veterinärer för jourbehovet dygnet runt. Gemensamma mottagningar byggs för veterinärerna. Detta har tyvärr medfört revirstrider på vissa orter.

I takt med att konkurrensen skärps ställs också kollegialiteten på prov. Friktionen syns till exempel på olika sociala medier, där tonen på meningsutbytet stundvis är hård. Ibland är diskussionen mycket fruktbar, medan det ibland känns som om försök att ta upp svåra frågor bara resulterar i en flod av ilska svar. Det är svårt att få till stånd en konstruktiv diskussion.

Mitt i allt detta ställs även traditionella, företagardrivna djurkliniker och enskilda näringsidkare inför nya utmaningar. Står vi inför butikskedjeödet, där enskilda butiker utanför kedjorna blir sällsynta? Är det möjligt att svara upp mot kedjornas massiva marknadsföring? Uppfattar kunderna att kompetensen koncentreras till kedjorna? Hur ska vi berätta för djurägarna att det finns kunskap också på andra ställen? Räcker det med ett väl utfört arbete? Eller behövs det kanaler som Sympaatti Oy för marknadsföring och anordnande av högklassig utbildning tillsammans på ett effektivare och förmånligare sätt? Min personliga syn på saken torde vara klar.

Den skärpta konkurrensen har kommit för att stanna och det är lönlöst att längta tillbaka till gångna tider. En sund konkurrens är till slut i allas intresse. Det betyder emellertid inte att yrkeskåren bara behöver se på när marknadskrafterna ensamma bestämmer veterinärmedicinens nya vindar. Var och en av oss har möjlighet att för vår egen del motverka utvecklingens negativa effekter. Samarbete är ändå alltid det bästa alternativet, inte bara inom lägren utan också mellan dem.

För att bygga upp ett bra samarbete behövs ett gemensamt forum, regelbunden dialog och tolerans för nya idéer. Enbart en Facebookgrupp är inte tillräckligt för detta. Ur företagarsynpunkt är Veterinärförbundets företagarskott YRVA ett steg i rätt riktning. Det faktum att Veterinärförbundet på ett mycket exceptionellt sätt verkar som ett förbund för både löntagare och arbetsgivare kräver dock att förbundets ledning också ska vara exceptionellt vidsynt. Tillräcklig självständighet ska kunna tryggas för båda parterna. Å andra sidan representerar förbundet inte längre hela fältet, och därför måste även parter utanför förbundet involveras i diskussionen om hur vi ska kunna bevara en enhetlig yrkeskår som är stolt över sin kompetens.



Jukka Kuusisto

Ordförande för Veterinärförbundets företagarskott YRVA, styrelseordförande i Sympaatti Oy och Keuruun Eläinklinikka Oy