

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

JAN JESENOVEC

Mentorica: doc. dr. ALEKSANDRA KANJUO-MRČELA

MOŠKI V FEMINIZIRANIH POKLICIH
PRIMER PRODAJALEC - PRODAJALKA

Diplomsko delo

LJUBLJANA, 2004

Diplomsko delo posvečam svoji mami. Za vso pomoč pri diplomi pa bi se rad zahvalil svoji mentorici Aleksandri Kanjuo-Mrčeli. Za podporo svoji sestri Li-An in ostalim članom družine ter sodelavcem. Za vso potrpljenje in pomoč se zahvaljujem Simoni.

Vsem še enkrat hvala!

KAZALO:

1. UVOD	4
2. SPOLNI STEREOTIPI IN PREDSDODKI	6
3. POKLICNA OZIROMA ZAPOSLOVNA SEGREGACIJA PO SPOLU	9
3.1. Trenutni položaj žensk na trgu delovne sile v Sloveniji	11
3.2. Pravni vidik poklicne oz. zaposlitvene segregacije	13
4. POKLIC PRODAJALKE OZ. PRODAJALCA	16
4.1. Emocionalno delo	16
4.2. Prodajalec kot feminiziran poklic	18
5. MOŠKI V TRADICIONALNO ŽENSKIH POKLICIH	21
5.1. Prisilni prehod	22
5.2. Prostovoljni prehod	24
5.3. Moški prodajalci	25
6. ZADOVOLJSTVO ZAPOSLENIH	29
7. RAZISKAVA O ZADOVOLJSTVU PRODAJALCEV	31
7.1. Cilj raziskave in hipotezi	31
7.2. Opis vzorca	32
7.3. Vprašalnik	34
7.4. Postopek	35
7.5. Rezultati in interpretacija	36
7.6. Preverjanje hipotez	49
8. ZAKLJUČEK	51
9. VIRI IN LITERATURA	53

KAZALO TABEL IN GRAFIKONOV:

Tabela 3.1.1: Povprečna bruto plača (v SIT) in indeks zaposlenih oseb v družbah, organizacijah in podjetjih glede na spol, za obdobje 1994-2000.	12
Grafikon 3.1.1: Povprečna bruto plača (v SIT) zaposlenih oseb v družbah, organizacijah in podjetjih glede na spol, za obdobje 1994-2000.	13
Tabela 4.2.1: Podatki o številu prodajalcev za obdobje 1996-2002 glede na spol.	19
Tabela 4.2.2: Podatki o številu poslovođij v trgovinah za obdobje 1996-2002 glede na spol.	20
Tabela 5.1.1: Število brezposelnih oseb in stopnja brezposelnosti (v %) glede na spol za obdobje 1990-2000.	22
Grafikon 5.1.1: Stopnja brezposelnosti za obdobje 1990-2000 glede na spol.	23
Tabela 5.2.1: Število vpisanih dijakov za poklic prodajalca glede na spol, za obdobje 1998-2002.	24
Tabela 7.2.1: Struktura vzorca glede na poklic in spol.	33
Tabela 7.2.2: Število prodajalcev glede na državo in spol.	33
7.5.1. Narava dela	36
Tabela 7.5.1.1: Aritmetična sredina, standardni odklon in T-test odgovorov na prvo postavko glede na spol ter državo.	36
Tabela 7.5.1.2: Aritmetična sredina, standardni odklon in T-test odgovorov na tretjo postavko glede na spol ter državo.	37
Tabela 7.5.1.3: Aritmetična sredina, standardni odklon in T-test odgovorov na peto postavko glede na spol ter državo.	37
Tabela 7.5.1.4: Aritmetična sredina, standardni odklon in T-test odgovorov na sedmo postavko glede na spol ter državo.	38
Tabela 7.5.1.5: Aritmetična sredina, standardni odklon in T-test odgovorov na sklop o naravi dela glede na spol ter državo.	38
Grafikon 7.5.1.1: Aritmetične sredine dosežkov v sklopu Narava dela glede na države in spol ter skupni rezultati.	39
7.5.2. Pogoji in organizacija dela	39
Tabela 7.5.2.1: Aritmetična sredina, standardni odklon in T-test odgovorov na drugo postavko glede na spol ter državo.	40
Tabela 7.5.2.2: Aritmetična sredina, standardni odklon in T-test odgovorov na četrto postavko glede na spol ter državo.	40

Tabela 7.5.2.3: Aritmetična sredina, standardni odklon in T-test odgovorov na šesto postavko glede na spol ter državo.....	41
Tabela 7.5.2.4: Aritmetična sredina, standardni odklon in T-test odgovorov na osmo postavko glede na spol ter državo.....	42
Tabela 7.5.2.5: Aritmetična sredina, standardni odklon in T-test odgovorov na deveto postavko glede na spol ter državo.	42
Tabela 7.5.2.6: Aritmetična sredina, standardni odklon in T-test odgovorov na trinajsto postavko glede na spol ter državo.	43
Tabela 7.5.2.7: Aritmetična sredina, standardni odklon in T-test odgovorov na sklop o pogojih in organizaciji dela glede na spol ter državo.	43
Grafikon 7.5.2.1: Aritmetične sredine dosežkov v sklopu Pogoji in organizacija dela glede na države in spol ter skupni rezultati.	44
<i>7.5.3. Sistem nagrajevanja</i>	45
Tabela 7.5.3.3: Aritmetična sredina, standardni odklon in T-test odgovorov na dvanajsto postavko glede na spol ter državo.	46
Tabela 7.5.3.4: Aritmetična sredina, standardni odklon in T-test odgovorov v sklopu Sistem nagrajevanja glede na spol ter državo.	47
<i>7.5.4. Zadovoljstvo zaposlenih</i>	48
Tabela 7.5.4.1: Aritmetična sredina, standardni odklon in T-test zadovoljstva zaposlenih glede na spol ter državo.	48
Grafikon 7.5.4.1: Aritmetične sredine dosežkov zadovoljstva zaposlenih glede na države in spol ter skupni rezultati.	49

1. UVOD

Poklicna in zaposlitvena segregacija po spolu je zelo aktualno vprašanje. Večina raziskav o spolni segregaciji se ukvarja s položajem žensk na trgu delovne sile in z vzroki zakaj so ženske omejene na ožji krog poklicev, ki so praviloma slabše cenjeni in plačani. Poleg tega avtorje raziskav o spolni segregaciji zanimajo redke ženske, ki jim je uspelo prečkati vse ovire in se zaposliti v poklicu, ki velja za tradicionalno moškega.

V nasprotju s temi raziskavami sem si za svojo diplomsko delo izbral moške, ki se odločijo, da se zaposlijo v tradicionalno ženskem oz. feminiziranem poklicu. Za svoj primer sem si izbral poklic prodajalca.

V teoretičnem delu svoje naloge sem najprej predstavil spolne stereotipe in predsodke, njihov izvor in na kakšen način se še danes ohranjajo. Nato sem definiral in predstavil poklicno oz. zaposlitveno segregacijo. Predstavil sem trenutni položaj žensk na trgu delovne sile in tudi pravni vidik poklicne oz. zaposlitvene segregacije. Nalogo sem nadaljeval z opisom poklica prodajalke oz. prodajalca, natančno sem predstavil delovne naloge tega poklica in emocionalno delo, ki ga opravljajo ljudje v tem poklicu. Poleg tega pa sem s statističnimi podatki dokazal, da je poklic prodajalca pretežno ženski poklic.

V nadaljevanju sem razvil in argumentiral svoj pogled, zakaj se moški odločajo za prestop v tradicionalno ženske poklice in opredelil prednosti in slabosti, s katerimi se srečujejo moški v poklicu prodajalca. V tem delu sem si pomagal tudi s petnajstimi intervjuji, ki sem jih opravil z moškimi prodajalci. Sledi še poglavje o zadovoljstvu zaposlenih, ki predstavlja izhodišče za raziskavo, ki sem jo opravil na sekundarnih podatkih raziskave, ki so jo opravili v Skupini Mercator. V tem delu naloge sem analiziral zadovoljstvo zaposlenih prodajalcev z delom glede na spol. Zanimalo me je ali se zadovoljstvo zaposlenih ljudi z delom v tem poklicu glede na spol razlikuje, kljub temu da opravljajo enako delo v enakih pogojih. Raziskavo pa sem razširil tudi izven naših meja, saj raziskava vključuje tri države: Slovenijo, Hrvaško ter Srbijo in Črno goro.

Glavna vprašanja, na katera sem želel odgovoriti v svoji diplomski nalogi so:

- Zakaj se moški odločijo, da se zaposlijo v tradicionalnih ženskih poklicih?
- Kako so zadovoljni so s svojim delom oz. kakšno mnenje imajo o svojem delu prodajalci in prodajalke?
- S kakšnimi prednostmi in slabostmi se srečujejo moški v poklicu prodajalca?

V diplomski nalogi sem si pomagal s slovensko in tujo literaturo. Poleg tega pa sem izhajal tudi iz lastnih izkušenj, saj sem delo prodajalca opravljal tudi sam.

2. SPOLNI STEREOTIPI IN PREDSDOKI

Položaj moških in žensk v družbi je določen glede na prepričanje o lastnostih, ki pripadajo določenemu spolu. Skupino stališč o članih neke socialne skupine Uletova (1997) imenuje predsodki. Predsodke je prvi poimenoval Lippman (v Ule, 1999: 301), ki je prvi omenil tudi stereotipe. Lippman je stereotipe definiral kot parcialne, posplošene in enostranske predstave o svetu, predsodki pa so bili zanj emocionalno nabiti negativni socialni stereotipi.

Osnovna izhodišča, na katerih slonijo predsodki, so spol, etnična in rasna pripadnost, religija in družbeni status. Predsodki se kažejo predvsem v nespoštljivem, netolerantnem ali prezirljivem odnosu do pripadnikov skupin, ki so drugačne od naše (Ule, 1999: 299).

Predsodki pa niso le negativni, ampak so lahko tudi pozitivni. Tako je značilno, da negativne predsodke »superiorna skupina« pripisuje ostalim skupinam, medtem ko so pozitivni predsodki pripisani le pripadnikom »superiorne skupine«. Zaradi interesov »superiorne skupine« se predsodke spreminja v objekt odkrite ideologije. Predsodki, ki tej skupini koristijo, se sprejemajo kot resnica.

Za pripadnika »superiorne skupine« se tako smatra »heteroseksualen moški, belec, ki pripada zahodni urbani kulturi, izpoveduje pripadnost liberalnemu krščanstvu in pripada srednjemu ali višjemu družbenemu razredu« (Ule, 1999: 299,300).

Negativnih predsodkov pa drugačnim ne pripisujejo samo člani drugih skupin, ampak tudi člani skupine, na katere se predsodki nanašajo. Tako so raziskave o spolnih razlikah pokazale, da oba spola pripisujeta ženskam lastnosti, kot so nežnost, obzirnost, občutljivost za počutje drugih. Medtem ko se moški smatrajo za neodvisne, objektivne, aktivne, logične, voditeljske in ambiciozne. V raziskavi se je pokazalo tudi, da je bilo kar 75% moških lastnosti pri obeh spolih označenih za bolj zaželene kot ženske lastnosti (Ule, 1997: 184). Sledeča ugotovitev je primer, kako se pozitivni predsodki pojavljajo v vseh skupinah in ne le v »superiorni skupini«.

Da je ženska manjvrednost sprejeta kot resnica tako pri moških kot pri ženskah priča tudi raziskava, ki jo je izvedla Hornerjeva (v Ule, 1997: 185). Raziskovalka je prosila, naj študentje zaključijo zgodbo o osebi (za študente moškega spola, za študentke ženskega spola), ki je prvi semester medicine končala kot najboljša v razredu. 65% žensk je zgodbo zaključilo tako, da študentka medicine ni vzdržala in je podlegla pritiskom, medtem ko je 90% moških napisali zgodbo o uspehu.

Očitno je, da so se predsodki in stereotipi zarasli pod kožo predstavnikom obeh spolov. Vprašanje je, kako te predsodke odpraviti. Misel, da je »teže razbiti predsodke kot atome« (Ule, 1997:189), je lep primer, kako globoko so se v ljudeh zasedrali.

Predsodki so stari vsaj toliko kot človeštvo samo in tudi predsodki o vlogi spolov v družbi so se oblikovali že zelo zgodaj. Manjvredno pozicijo žensk se je utemeljilo s tem, da so ženske biološko šibkejšje. Ženskam se je zaradi te šibkosti, pogostih nosečnosti in težkih porodov zmanjševala delovna sposobnost, medtem so moški pridobili na ugledu in moči. Takšna delitev dela je oblikovala spolne vloge, ustvarila in podkrepila stereotipe ter predsodke o spolu.

Danes je moč zaznati osnovne stereotipe in predsodke že pri malih otrocih. Otroci se že v primarni socializaciji od svojih staršev učijo o spolnih razlikah. Deklice se igrajo s punčkami in malimi gospodinjskimi pripomočki, medtem ko starši dečke zalagajo z avtomobilčki, orodjem in plastičnimi živalcami. Eden najbolj tipičnih predsodkov je, da je deklice potrebno oblačiti v roza oblačila, dečke pa v modra. Kaj bi se zgodilo, če bi fantka oblekli v roza oblačila?

Tudi pričakovanja, ki so jim otroci priča s strani staršev, jim dajo vedeti, da so drugačni od otrok nasprotnega spola. Tako starši pričakujejo, da bo deklica pomagala mami pri pospravljanju in kuhanju, da bo mirna in urejena. Od sina pa se pričakuje, da bo pomagal očetu pri popravilih, da se bo ukvarjal s športom (seveda ne s plesom ali ritmično gimnastiko), da bo občasno razgrajal in domov prišel raztrgan ter umazan od blata. Otroci tako vidijo, kaj je »prav« in kaj »narobe«, kako naj se obnašajo in kaj naj bi v življenju postali.

Že tri leta stari otroci menijo, da bodo deklice, ko bodo odrasle, medicinske sestre in bodo pospravljale po hiši, moški pa bodo postali šefi (Stereotyping: 4). V raziskavi, ki je zajemala otroke stare od 3 do 6 let, je približno 70% dečkov odgovorilo, da bi postali medicinske sestre, če bi bili deklice. Enak delež deklic pa si je predstavljalo sebe kot moškega v poklicu zdravnika (Stereotyping: 4).

Že zelo majhni otroci si pripišejo lastnosti, ki niso nujno resnične. Deklice nimajo velikih ambicij, saj menijo, da le-te za njih niso primerne in da so ta mesta že prihranjena za fante. Ko posameznik vstopi na trg plačanega dela, sploh ne zazna spolnih razlik, saj ve, po katerih delovnih mestih sme poseči. S tem dejanjem, popolnoma nezavedno, ohranja in utrjuje spolne stereotipe in predsodke.

Stereotipi in predsodki torej pripeljejo do diskriminacije. »Diskriminacija je posebno obnašanje do oseb oz. različna obravnava oseb zaradi njihove posebnosti, ki so označene kot

drugačne, in zaradi njihove pripadnosti »zaznamovanim« skupinam« (Ule, 1997: 184). Tudi spolna segregacija v sferi zaposlovanja je ena izmed vrst diskriminacije, saj je odnos do spolov v tej sferi mnogokrat različen na osnovi predsodkov in stereotipov o spolu. Zavedati se je potrebno tudi, da ni nujno, da določeno skupino diskriminirajo druge skupine, ampak je možno tudi, da skupina diskriminira sama sebe.

3. POKLICNA OZIROMA ZAPOSLOTVENA SEGREGACIJA PO SPOLU

Poklicna oz. zaposlitvena segregacija po spolu je »koncentracija žensk in moških v različnih vrstah in na različnih ravneh dejavnosti in zaposlovanja, pri čemer so ženske omejene na ožji sklop poklicev (horizontalna segregacija) kot moški in na nižje položaje (vertikalna segregacija)« (Sto besed za enakost, Urad za žensko politiko, 1998 v Černigoj Sadar, Verša, 2002:409).

»Značilnosti spolne delitve dela so se zelo razlikovale v posameznih zgodovinskih obdobjih glede na razredno, regionalno, religiozno in etično pripadnost; toda v večini primerov z redkimi izjemami, je ženska dobila statusno nižja dela in manj plačana dela« (Černigoj Sadar, Verša, 2002: 398).

Černigoj Sadarjeva (2000: 32) dodaja, da so ženske primarno opravljale vlogo vzgojiteljice in skrbnice doma, a poleg tega so opravljale tudi številne produktivne aktivnosti zunaj doma in kasneje v času bajtarjev tudi sezonska dela. V industrijskem obdobju se je delo začelo prostorsko ločevati in v tem času so postale razlike med spoloma še bolj opazne, saj je vloga žensk vedno bolj usmerjena le na skrb za dom in družino. Ženska je postala varuh moralne blaginje moškega in otrok in tudi moževa pomočnica. Šele ob koncu devetnajstega stoletja in v začetku dvajsetega so ženskam pripadle osnovne legalne pravice, kot so volilna pravica, možnost izobraževanja, neodvisna kontrola in uporaba lastnine in enakopravnost v starševstvu. Med obema svetovnjima vojnama so se ženske množično zaposlile zunaj doma, saj se je moška delovna sila preselila na bojišča, a ob koncu vojne so bile ženske prisiljene v vrnitev na svoje domove.

V vsem tem času »je moški edini hranilec (vzdrževalec) družine le v primeru, ko upoštevamo samo plačano formalno delo zunaj doma, slika pa se povsem spremeni, če upoštevamo različne oblike neformalnega dela« (Černigoj Sadar, 2000: 32).

»Na stalnejše vključevanje žensk v trg delovne sile so v drugi polovici dvajsetega stoletja vplivali naslednji dejavniki: zmanjševanje števila otrok in povečana pričakovana življenjska starost, rast storitvenega sektorja ekonomije ter vzpon državne blaginje v šestdesetih letih« (Černigoj Sadar, 2000: 33). Današnji položaj žensk na trgu delovne sile sem predstavil v nadaljevanju naloge v posebnem podpoglavju.

Poklice glede na spolno strukturo lahko razdelimo v tri skupine, in sicer v poklice, kjer prevladujejo moški (tradicionalno moški oz. maskulinizirani poklici), poklice, kjer

prevladujejo ženske (tradicionalno ženski oz. feminizirani poklici) ter v integrirane oz. mešane poklice, v katerih sta enakopravno zastopana oba spola.

Hakim (1998) je predstavila metodo, s katero lahko določen poklic razvrstimo v eno od teh skupin. Avtorica je predstavila indeks različnosti in segregacije, ki predstavlja razmerje delovno aktivnih moških in žensk v posameznih poklicnih skupinah. Tako za ženske poklicne skupine lahko definiramo tiste skupine, v katerih je zaposlenih vsaj 60% žensk. Integrirane poklicne skupine so tiste skupine, v katerih ženske ali moški predstavljajo vsaj 40% in ne več kot 60% zaposlene delovne sile.

Černigoj Sadar in Verša (2002: 410) sta na podlagi Ankete o delovni sili, ki je bila izvedena leta 1999, izračunali, da izmed 27 poklicnih skupin 12 skupin ustreza pogoju, da jih uvrščamo med moške poklicne skupine, v 11 poklicnih skupinah prevladujejo ženske, medtem ko 4 skupine ustrezajo kriterijem mešanih skupin.

Ženske prevladujejo v skupinah prodajalcev/prodajalk, strokovnjakov/strokovnjakinj za izobraževanje, uradnikov/uradnic in v skupinah za preprosto prodajna, storitvena in komunalna dela. Moški pa prevladujejo v poklicnih skupinah menedžerjev/menedžerk, v skupinah obrtniškega in industrijskega dela ter v vojaškem poklicu.

Kot sem omenil že na začetku poglavja, poklicno razdeljenost na moške in ženske poklice imenujemo horizontalna poklicna segregacija. Poklicna segregacija ne poteka samo na horizontalni ravni, ampak tudi na vertikalni ravni. Vertikalna spolna segregacija je segregacija, ki se dogaja znotraj enega poklica, kjer so praviloma ženske slabše plačane in imajo tudi slabše možnosti napredovanja. Williamsova v sklopu vertikalne segregacije govori o dveh pojmi: stekleni stropovi (Williams, 1995: 7) in efekt steklenih tekočih stopnic (Williamsova, 1995: 12). Ženskam stekleni stropovi (»glass ceilings«) preprečujejo poseganje po najvišjih pozicijah, medtem ko se moške spodbuja k napredovanju in s tem povzroča fenomen, imenovan efekt steklenih tekočih stopnic (»glass escalator effect«). Obe zgoraj omenjeni segregaciji pa nista občutljivi na vrsto poklica. Tako naj bi moški imeli prednost ne glede na to ali gre za ženski ali moški poklic.

Kanterjeva (Kanter v Williams, 1995: 7,8) ugotavlja, da v obeh primerih segregacija deluje v prid moškim in diskriminira ženske. Tako manjšinski status v poklicni skupini ženskam predstavlja oviro, medtem ko moškim predstavlja prednost. Moški torej posežejo po najvišjih poklicih tudi v tradicionalno ženskih poklicih, kot so vzgoja (ravnatelj), medicinska oskrba (zdravnik) itd.

Žensko delo je slabše vrednoteno in tudi slabše plačano, ženske so omejene na svoje poklice in če si ženska želi prebiti steklene zidove mora vložiti veliko več truda, pokazati več talenta

ter sprejeti moško miselnost, saj je le to način, da se prebije v moške poklice. A tudi če se v te poklice prebije, se mora, če si želi zaslužiti spoštovanja in v poklicu ostati, spopasti z mnogimi ovirami, ki za njene moške kolege ne obstajajo. Lahko bi rekli, da mora ženska delati dvakrat bolje, da se ji prizna polovica dela, ki ga opravi moški.

Anker (1997) v svoji knjigi *Theories of occupational segregation by sex* teorije, ki razlagajo obstoj poklicne in zaposlitvene segregacije, razdeli v tri ključne sklope.

- Teorija človeškega kapitala: trg delovne sile naj bi deloval racionalno in delodajalci naj bi zaposlovali ljudi, ki jim zagotavljajo večji dobiček. Ženske predstavljajo za delodajalca visok strošek, saj so bolj nagnjene k bolniškim odsotnostim, zaradi družinskih obveznosti večkrat prekinejo delovno razmerje, manjkrat pa so tudi pripravljene opravljati nadurno delo. Težave nastanejo kot posledica težkega usklajevanja poklicnih in družinskih obveznosti, zaradi katerih je ženska postavljena v položaj, da mora izbirati med željami delodajalcev in potrebami svoje družine.
- Teorija segmentiranosti dela: Zagovorniki te teorije menijo, da je trg delovne sile razdeljen na dva sektorja. V prvem sektorju so službe, ki zagotavljajo prestiž, visoke dohodke, možnost napredovanja in varnost, v drugem sektorju pa so službe brez prestiža, nizko plačo in brez možnosti napredovanja. Službe v drugem sektorju so namenjene ženskam, ki stereotipno veljajo za manj izobražene, manj izkušene in tako primerne za te poklice.
- Feministična spolna teorija: Predstavniki te teorije povežejo neugoden položaj žensk v zaposlitveni in poklicni sferi s stereotipi in predsodki, ki določajo česa naj bi bila ženska sposobna. Ženskam so določene pozitivne in negativne lastnosti, na osnovi katerih se upravičuje, katere poklice so ženske sposobne opravljati.

3.1. Trenutni položaj žensk na trgu delovne sile v Sloveniji

Če primerjamo družbeni položaj Slovenk s položajem žensk, ki živijo v zahodnoevropskih državah, ugotovimo, da se ta do neke mere razlikuje. Pred pričetkom tranzicije je imela namreč večina Slovenk zaposlitev za nedoločen čas s polnim delovnim časom med celotnim delovnim obdobjem. Čeprav se je z odpuščanjem, tako moških kot žensk, v devetdesetih letih brezposelnost bistveno povečala, pa delež zaposlenih žensk v Sloveniji spada med enega najvišjih v svetovnem merilu. Poleg tega v Sloveniji delno uspeva ohraniti še vedno dokaj

obsežen in zanesljiv podporni sistem na različnih področjih, kot so zdravstveno in organizirano varstvo otrok, plačan porodniški dopust, podaljšano bivanje otrok v šolah in relativno visoka stopnja dostopnost izobraževanja. Vsi ti ukrepi zagotavljajo, da ženske ne zapuščajo trga delovne sile za daljši čas in ne prekinjajo poklicne kariere.

Stanje v Sloveniji je torej do neke mere zadovoljivo, a kljub temu neenakopravno, saj so ženske še danes slabo zastopane na najvišjih vodilnih položajih in predvsem v politiki. Černigoj Sadarjeva in Verša (2001) poročata, da je zastopanost žensk na področju zakonodajalcev, visokih uradnikov in menedžerjev 31.7%. Stanje pa je še slabše v političnem prostoru. V slovenskem parlamentu trenutno svoje delo opravlja le dvanajst poslank, tako da so ženske v parlamentu zastopane 13.3%, na osemnajstih ministrskih stolčkih pa sedijo le tri ženske, kljub temu da ženske v Sloveniji predstavljajo, po popisu prebivalstva 2002, 51.1% delež prebivalstva. Poleg tega je značilna porazdelitev moči znotraj družine ostala enaka. Še vedno namreč ženske in moški ne nosijo enakega bremena odgovornosti za družino in gospodinjstva, zato lahko rečemo, da je ženska dvojno obremenjena, saj delu v redni službi sledi neplačano delo doma.

Neenakopravnost žensk na trgu delovne sile dokazujejo tudi podatki o povprečni bruto plači (glej tabelo 3.1.1. in grafikon 3.1.1). Povprečna bruto plača moških je bila leta 1994 za slabih 18% višja od povprečno bruto plače žensk. Plače so se do leta 2000 izrazito povečale, nekoliko pa so se zmanjšale tudi razlike med spoloma, a kljub temu so moški v povprečju zaslužili skoraj 14% več kot ženske. Razlika v plačah je posledica poklicne in zaposlitvene segregacije, ki moškim zagotavlja dela, ki so bolje plačana.

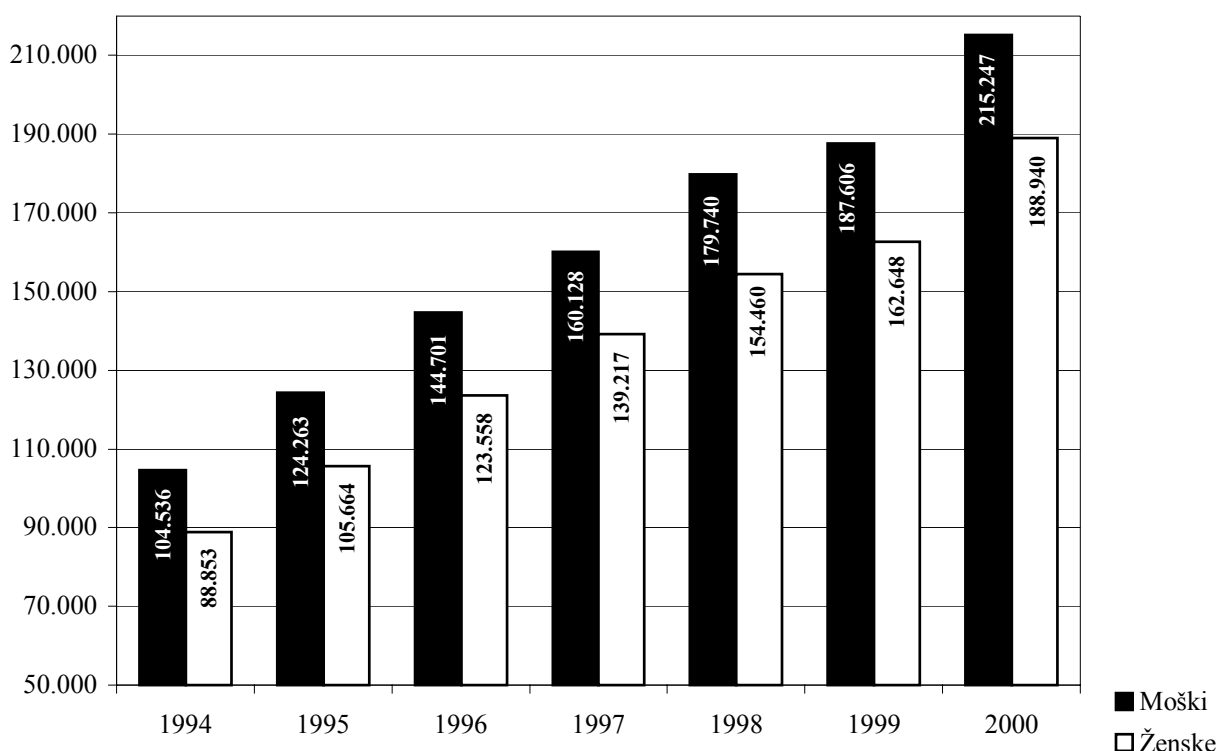
Tabela 3.1.1. Povprečna bruto plača (v SIT) in indeks¹ zaposlenih oseb v družbah, organizacijah in podjetjih glede na spol, za obdobje 1994-2000.

	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Moški	104.536,00	124.263,00	144.701,00	160.128,00	179.740,00	187.606,00	215.247,00
Ženske	88.853,00	105.664,00	123.558,00	139.217,00	154.460,00	162.648,00	188.940,00
Skupaj	97.044,00	115.554,00	134.889,00	150.253,00	164.828,00	176.164,00	202.930,00
Indeks	117,65	117,60	117,11	115,02	116,37	115,34	113,92

Vir: Statistični urad Republike Slovenije

¹ Indeks odraža koliko odstotkov povprečne bruto plače ženske predstavlja povprečna bruto plača moških.

Grafikon 3.1.1: Povprečna bruto plača (v SIT) zaposlenih oseb v družbah, organizacijah in podjetjih glede na spol, za obdobje 1994-2000.



3.2. Pravni vidik poklicne oz. zaposlitvene segregacije

Da v preteklosti na trgu delovne sile resnično ni bilo enakopravnosti dokazuje tudi dejstvo, da se je v preteklih letih v Evropski Uniji in tudi pri nas sprejelo precej dokumentov, ki naj bi odpravili diskriminacijo in izboljšali položaj žensk na trgu delovne sile. V Evropski uniji velja več direktiv: direktiva o enakem plačilu za moške in ženske; direktiva o enakem obravnavanju moških in žensk glede dostopa do zaposlitve, poklicnega usposabljanja in napredovanja ter delovnih pogojev (1976); direktiva o zaščiti samozaposlenih žensk med nosečnostjo in materinstvom (1986); resolucija Evropskega sveta o varovanju dostojanstva žensk in moških na delovnem mestu; direktiva o starševskem dopustu in direktiva Evropskega sveta o dokaznem bremenu v postopkih zaradi diskriminacije na podlagi spola (Černigoj Sadar in Verša, 2002: 414,415).

Pri nas poleg ustave, ki zagotavlja enakost vseh državljanov, velja omeniti tudi novi Zakon o delovnih razmerjih (ZDR), ki velja od prvega januarja prejšnjega leta. ZDR kot novost posebno pozornost v 6. členu namenja prepovedi diskriminacije, ki zapoveduje enake možnosti »od začetka do konca«, kar pomeni, da je diskriminacija prepovedana pri

zaposlovanju, v času trajanja delovnega razmerja in v zvezi s prenehanjem pogodbe o zaposlitvi. Zakon zagotavlja na tem področju enakopravnost ne glede na spol, raso, barvo kože, starost, zdravstveno stanje oz. invalidnosti, versko, politično ali drugačno prepričanje, članstvo v sindikatu, nacionalno poreklo, družinski status, premoženjsko stanje, spolno usmeritev ali druge osebne okoliščine.

Še posebej je v drugem odstavku 6. člena prepovedana diskriminacija na podlagi spola, ki zagotavlja ženskam in moškim enako obravnavo pri zaposlovanju, napredovanju, usposabljanju, izobraževanju, prekvalifikaciji, plačah in drugih prejemkih, odsotnosti z dela, delovnih razmerah, delovnem času in odpovedi pogodbe o zaposlitvi.

Tretji odstavek 6. člena ZDR prepoveduje tako neposredno kot posredno diskriminacijo. Posredna diskriminacija obstaja, če navidezno nevtralne določbe, kriteriji in praksa učinkujejo tako, da postavljajo osebe določenega spola, rase...v slabši položaj.

Delodajalec (po 25. členu) ne sme prostega delovnega mesta objaviti samo za moške ali samo za ženske, razen če je določen spol nujen za opravljanje dela². Prav tako delodajalec (po 26. členu) ne sme zahtevati podatkov o nosečnosti, o načrtovanju družine, o zakonskem stanu, če niso v neposredni zvezi z delovnim razmerjem. Delodajalec v nobenem primeru ne sme pogojevati sklenitve pogodbe o zaposlitvi s pridobitvijo katerega od teh podatkov ali z dodatnimi pogoji v zvezi z materinstvom ali s prepovedjo nosečnosti.

Spol tudi ne mora biti razlog za utemeljitev prekinitve pogodbe o delovnem razmerju. Pogodbe o zaposlitvi delodajalec prav tako ne more prekiniti (po 115. členu) v času nosečnosti ter ves čas, ko delavka doji otroka ali, ko delavec izrablja starševski dopust.

Novost v delovni zakonodaji je tudi vsebina 133. člena, ki od delodajalca zahteva enako plačilo za delo enake vrednosti ne glede na spol. V osnovi je enako plačilo zagotovljeno že s 6. členom, a je bila določba vključena v zakon predvsem zaradi zahtev iz prava Evropske unije.

Podatek, da je člen, ki prepoveduje diskriminacijo novost v našem zakoniku, jasno priča o tem, da stanje na področju zaposlitev ni rožnato. V primeru, da bi bile ženske že od samega začetka enakopravne na trgu delovne sile in na delovnem mestu samem, podobnih predpisov sploh ne bi potrebovali. Skrb vzbujajoče se mi zdi, da je sploh potrebno zapisati v zakon, da si moški in ženska³ za enako delo zaslužita enako plačilo, saj bi moralo to v današnjem času biti samoumevno vsakemu posamezniku naše družbe, a žal ni tako.

² Npr. v gledaliških igrah kjer vsaka vloga zahteva natančno določen spol.

³ Seveda enako velja tudi za raso, barvo kože itd.

Enakost moških in žensk pred zakonom določa tudi Zakon o enakih možnostih žensk in moških (ZEMŽM) iz leta 2002. Zakon ni osredotočen le na poklicno in zaposlitveno področje, ampak je njegov namen »določiti skupne temelje za izboljšanje položaja žensk in ustvarjanje enakih možnosti žensk in moških na političnem, ekonomskem, socialnem, vzgojno-izobraževalnem ter na drugih področjih družbenega življenja« (1. člen) ter »ustvarjanje enakih možnosti žensk in moških na političnem, ekonomskem, socialnem, vzgojno-izobraževalnem ter na drugih področjih družbenega življenja« (2. člen). ZEMŽM pa v 4. členu tudi definira enakost spolov: »Enakost spolov pomeni, da so ženske in moški enako udeleženi na vseh področjih javnega in zasebnega življenja, da imajo enak položaj ter enake možnosti za uživanje vseh pravic in za razvoj osebnih potencialov, s katerimi prispevajo k družbenemu razvoju, ter enako korist od rezultatov, ki jih prinaša razvoj.«

V lanski raziskavi Slovenskega javnega mnjenja, kjer so raziskovalci preučevali vrednotenje odnosa do pojmov Slovencev, je enakost med spoloma sicer zasedla drugo mesto⁴, in sicer z oceno 4.07⁵. Vprašanje, ki se postavlja samo po sebi pa je, ali se Slovenci sploh zavedamo, kaj pomeni enakost med spoloma ali menimo, da je dovolj že to, da imajo ženske volilno pravico in možnost zaposlitve.

⁴ Prvo mesto je pripadlo pojmu internet (ocena 4.14)

⁵ Lestvica je bila pet stopenjska, kjer je ocena 1 pomenila zelo negativen odnos, ocena 5 pa zelo pozitiven odnos.

4. POKLIC PRODAJALKE OZ. PRODAJALCA

Z ljudmi, ki opravljajo poklic prodajalca, se je srečal že prav vsakdo, saj je ta poklic zelo razširjen in prodajalce in prodajalke srečujemo vsak dan.

Prodajalec⁶ je oseba, ki neposredno prodaja blago v trgovini. Ta poklic lahko opravlja vsakdo, ki je uspešno dokončal najmanj triletni izobraževalni program za poklic prodajalca in je po zaključenem šolanju, če je tako zahteval delodajalec, uspešno opravil pripravništvo in pripravniški izpit po posebnem programu.

Osebe, ki pa ne izpolnjujejo pogojev o minimalni stopnji izobrazbe in najmanj petnajst let niso delale kot prodajalci, morajo opraviti preizkus strokovne usposobljenosti pred strokovno komisijo pri Združenju za trgovino pri Gospodarski zbornici Slovenije.

Prodajalec poleg same prodaje blaga opravlja tudi veliko drugih nalog. Delo prodajalca je tudi poiskati in zbrati želje kupcev, ki lahko zagotavljajo boljšo ponudbo v prihodnosti. Prodajalec mora kupce seznaniti z izdelkom in jim tudi svetovati pri izbiri izdelka. Poleg tega mora prodajalec skrbeti tudi za blago, ki ga mora prevzeti, pripraviti za prodajo, sortirati, zložiti na police, mu pregledovati trajnost rokov, ga zavarovati, pripraviti za popis in ves čas skrbeti, da je blago neoporečno. Prodajalec hkrati skrbi za prodajalni prostor, da je ta primerno pripravljen, da so ob vseh izdelkih cene in da so prodajalne police polne. Poleg vseh navedenih nalog opravlja tudi blagajniško poslovanje, skrbi za denar in vso potrebno blagajniško dokumentacijo.

Največji problemi pri prodajalcih nastajajo zaradi neenakomerne obremenitve, ki je posledica dnevnega in tedenskega nihanja obiska kupcev, pa tudi neugodnega delovnega časa, ki je posledica tega, da je trgovina izrazito storitvena dejavnost, katere glavna naloga je ustreči željam kupcev.

4.1. Emocionalno delo

»Kupec je glavni!« je fraza, ki še danes velja, saj so kupci razlog za obstoj trgovin, v katerih so prodajalci zaposleni. Odnos med prodajalcem in kupcem nastane v trenutku, ko kupec vstopi v trgovino in ga prodajalec sprejme. Prodajalec je v odnosu s kupcem v podrejenem položaju, saj je tisti, ki se mora prilagajati željam kupcev tudi, kadar je kupec neprijazen ali slabo razpoložen. Če prodajalec želi, da se bo kupec tudi v prihodnje vračal, je nujno, da je prijazen in taktičen, da svoje delo opravlja hitro, dinamično in predvsem pošteno. Prodajalec

⁶ Povzeto po Priročniku za pripravniški izpit za poklic prodajalca, Gospodarska zbornica Slovenije, 1996

se mora natančno izražati, biti osebno urejen in predvsem kupcu dokazati, da je strokovno usposobljen za svetovanje o izdelkih. Prodajalec se mora truditi, da mu kupec zaupa. Le ko prodajalec uspešno opravi svojo delo, bo kupec izdelek dejansko kupil. Hkrati se bo povečala možnost, da se bo kupec v trgovino vračal po nadaljnje nakupe.

Prodajalec je torej dolžan vsako minuto svojega dela opraviti z nasmehom in prijazno besedo, ne glede na to, ali je tudi v resnici vesel ali ima izredno slab dan. Tako delo imenujemo emocionalno delo.

Šadlova (2002) ugotavlja, da je emocionalno delo nova oblika dela, ki temelji na profesionalnem urejanju čustev na delovnem mestu, in da je ta oblika dela značilna predvsem za storitvene dejavnosti, ki predstavljajo več kot 80% svetovnega gospodarstva.

Emocionalno delo je v zadnjih letih eden ključnih pojmov v ženskih študijah. Ostali termini, ki označujejo emocionalno delo, so tudi »odnosno delo«, »negovalno delo«, »delo ljubezni«, »sentimentalno delo«, »delo z nasmehom« in »delo z ljudmi« (Šadl, 2002: 50).

Šadlova (2002) tudi razlaga, da je emocionalno delo, delo, ki se ga opravlja s čustvi. Slednje je tudi plačano, saj ga zahteva sam poklic. Od delavcev se namreč pričakuje ustvarjanje ustreznih odnosov razpoloženja in čustvenega stanja stranke, ki ga dosežemo s pomočjo emocionalnega dela. Dunkel (v Šadl, 2002: 51,52) povezuje emocionalno delo s poklici in profesijami, ki vključujejo naslednje tri pogoje:

- čustva kot pogoj, da ustrezno opravlja svoje delo,
- čustva kot medij, s katerim vpliva na stanje strank in
- čustva kot predmet dela, saj so čustva drugih ljudi predmet delavčevega dela.

Čustva, ki se zahtevajo od storitvenih delavcev, se lahko med seboj zelo razlikujejo: tako mora biti prodajalec prijazen, razumevajoč, potrpežljiv, medtem ko je delo izterjevalca, da v stranki zbudi strah, zato morajo biti njegova čustva hladna, odločna in neizprosna.

Čustveno delo se opravlja z namenom, da se stranko »pripelje« do ustreznega čustvenega stanja, da postane prejemnik storitve. Prodajalec torej samega sebe uporablja kot delovno orodje, s katerim poskrbi, da so čustva stranke na pravem mestu. Hochschildova (v Šadl, 2002: 53) loči med površinskim in globinskim igranjem čustev. Kajti točno to delo opravljajo prodajalci, igrajo čustva, saj bi bilo nemogoče pričakovati, da bodo vse stranke enake in bodo vse pričakovale enak »paket čustev« s strani prodajalca. Tako lahko prodajalec čustva simulira, saj teh čustev dejansko ne občuti. Svoja dejanska čustva do stranke prekrije, zato v tem primeru prodajalec površinsko igra svoja čustva.

Globinsko igranje čustev pomeni, da prodajalec poskusi dejansko občutiti čustva kupca in lastna čustva spremeni, da bi se stranki približal. Prodajalec mora torej, preden lahko sploh

prične igrati, oceniti, kakšna stranka stoji pred njim in kateri »paket čustev« naj stranki ponudi, da bo zadovoljna in s prazno denarnico zapustila trgovino. Seveda se prodajalec v vsakem primeru, ne glede na stranko, drži nekih pravil, ki jih s svojimi priročniki definirajo podjetja. Hkrati pa se prodajalec nauči prepoznavati čustva strank in svoja čustva uravnnavati skladno s pravili in določili.

Prodajalci in drugi zaposleni na področju storitev tako neizogibno postajajo sestavni del kakovosti in ponudbe, ki jo zaznavajo potrošniki. »V literaturi se za to skupino delavcev pogosto uporablja izraz *storitveno osebje v prvih bojnih vrstah*« (Šadl, 2002: 56). Prodajalec je namreč oseba, s katero stranka povezuje kakovost ponudbe podjetja in tudi oseba, ki lahko s pravim pristopom, ki temelji na čustvih, popravi marsikatero napako v ponudbi. S prijaznim pojasnilom in nasmehom lahko stranko prepriča, da se kljub temu, da njegove želje tokrat niso bile v celoti izpolnjene, vrne tudi v prihodnje.

Odlična storitev torej ni nekaj, kar prodajalec ponudi, če ima čas, ampak je nekaj, kar je odvisno od prodajalčeve volje. Nasmeh ni poljuben ali slučajen dodatek k ponudbi, ampak je njegova delovna dolžnost (Šadl, 2002: 57) zaradi katere delavec opravlja svoj poklic in je zanj tudi plačan.

Biti prodajalec, ki bo zadovoljiv stranke in jih bo prepričal v ponovni obisk ter nakup, torej ni enostavno. Kot že omenjeno mora prodajalec poleg vseh delovnih nalog, ki sem jih opisal v prvem delu tega poglavja, tudi uravnnavati svoja čustva. Poklic prodajalca sem opravljal tudi sam in menim, da je delovno mesto prodajalca precej težje, kot se zdi večini strank. Ljudje namreč podcenjujejo stres, ki so mu podvrženi prodajalci, ko jih poleg lastnih težav v slabo voljo spravi neprijazna in nepotrpežljiva stranka, do katere morajo ostati prijazni in nasmejani. V tem poklicu ni prostora za neprijazne.

4.2. Prodajalec kot feminiziran poklic

Kot sem definiral že prej, se za tradicionalno ženski oz. feminiziran poklic smatra poklic, v katerem je zaposleno več kot 60% žensk. Kot kažejo podatki Statističnega urada Republike Slovenije (glej tabelo 4.2.1) delež žensk med prodajalci znaša v obdobju od leta 1996 do 2002 krepko čez 60%, tako lahko z gotovostjo rečemo, da gre pri poklicu prodajalca za ženski poklic. Podatki tudi kažejo, da število prodajalcev konstantno narašča, s tem pa narašča tudi število moških v tem poklicu. Število moških, ki opravljajo poklic prodajalca, je do leta 2002

naraslo na skoraj 10.000⁷. S tem pa se ne spreminja razmerje med spoloma, saj se delež žensk v tem obdobju bistveno ne spreminja.

Tabela 4.2.1: Podatki o številu prodajalcev⁸ za obdobje 1996-2002 glede na spol.

Leto	Št. prodajalcev	Št. žensk	Delež žensk (v %)
1996	26604	19991	75,14
1997	27150	20165	74,27
1998	27807	20484	73,66
1999	28700	21030	73,28
2000	29135	21620	74,21
2001	29225	21902	74,94
2002	29952	22434	74,90

Vir: Statistični urad Republike Slovenije

Delež moških prodajalcev v trgovini je odvisen predvsem od vrste trgovine. Tako lahko pričakujemo, da bo delež moških manjši v tekstilnih, živilskih, kozmetičnih, medicinskih in podobnih trgovinah. Večji delež moških, ponekod tudi prevladujoč, gre pričakovati v trgovinah z avtomobilskimi deli, strojno opremo, tehniko, glasbo, športno opremo, pohištvom ipd.

Poklic prodajalca je torej spolno segregiran, vendar je to na nek način pričakovano. Vprašanje je namreč, koliko žensk bi se na oddelku kozmetike odločilo, da za pomoč vpraša moškega prodajalca, obratna situacija pa bi gotovo nastala, ko bi iskali nasvet o motornem kolesu. Vsakemu storitvenemu podjetju je v interesu, da ustreže strankam, zato bo zaposlilo prodajalca primerne spola. Tu žal na površje ponovno priplavajo osnovni spolni stereotipi, ki pa jih storitvena podjetja, zaradi svojega interesa, da ostanejo na trgu, zagotovo ne bodo začela spreminjati.

Prodajalci v celotnem trgovskem osebju predstavljajo skoraj polovico zaposlenih (48.7%)⁹, ženske pa so v večini tudi v celotnem trgovskem osebju (59.2%). Drugi poklici na področju trgovine, za katere lahko rečemo, da so spolno segregirani so: trgovski predstavniki-zastopniki (delež žensk je 27.0%), kontrolor-inšpektor v blagovnem prometu (delež žensk je 32.8%), skladiščnik v trgovini (delež žensk je 13.6%) in manipulant z blagom v trgovini (delež žensk je 24.8%), za te poklice velja, da v njih prevladujejo moški. Spolno nevtralna

⁷ 9.641, če upoštevamo tudi moške, ki so kot prodajalci samozaposleni ali delajo v trgovini katere lastnik je samozaposlen. (Vir: Statistični urad Republike Slovenije)

⁸ Vključeni so prodajalci, ki so zaposleni v podjetjih in drugih organizacijah.

⁹ Podatki veljajo za leto 1997 (Vir: Statistični urad Republike Slovenije)

poklica v trgovini pa sta komercialist (delež žensk je 46.3%) in posrednik v blagovnem prometu (54.9%).

Več pozornosti velja nameniti poklicu poslovodje, saj so ljudje na tem delovnem mestu neposredno nadrejeni prodajalcem. Poleg tega je poslovodja tudi delovno mesto, za katerega velja, da so zaposleni na tem delovnem mestu po vsej verjetnosti v preteklosti opravljali delo prodajalca.

Tabela 4.2.2: Podatki o številu poslovodij¹⁰ v trgovinah za obdobje 1996-2002 glede na spol.

Leto	Št. poslovodij	Št. žensk	Delež žensk (v %)
1996	6039	3522	58,32
1997	5909	3411	57,73
1998	5842	3357	57,46
1999	5733	3372	58,82
2000	5746	3477	60,51
2001	5794	3613	62,36
2002	5668	3567	62,93

Vir: Statistični urad Republike Slovenije

Iz tabele 4.2.2 je razvidno, da je delež žensk v poklicu poslovodje večji od deleža moških, a do leta 2000 je po postavljenih kriterijih poklic veljal za spolno nevtralnega. Po letu 2000 je delež žensk v tem poklicu prebil mejo 60% in velja za feminiziran poklic. Omeniti velja tudi, da je delež žensk v poklicu poslovodje precej manjši od deleža žensk v poklicu prodajalca, ampak da iz leta v leto narašča.

¹⁰ Vključeni so poslovodje zaposleni v podjetjih in drugih organizacijah.

5. MOŠKI V TRADICIONALNO ŽENSKIH POKLICIH

Černigoj Sadarjeva in Verša navajata (tabela 5.1), da so moški večkrat prestopili mejo med spolno segregiranimi poklici. Več je namreč moških (15.7%), ki so zaposleni v tradicionalno ženskih poklicih, kot je žensk (10.1%), ki so zaposlene v tradicionalno moških poklicih.

Tabela 5.1: Zastopanost spolov v tradicionalno moški in ženskih poklicih.

Vrsta poklica/spol	Moški (v %)	Ženske (v %)
Tradicionalno moški poklici	49,2	10,1
Tradicionalno ženski poklici	15,7	47,1
Mešani poklici	32,4	41,3

Vir: Černigoj Sadar, Verša. Zaposlovanje žensk, 410, 2002

Harriet Bradley (v Williams, 1993) je načine, na katere moški vstopajo v tradicionalno ženske oz. feminizirane poklice razdelila v tri skupine, in sicer:

- prevzem: do prevzema poklica pride takrat, ko moški povsem prevzamejo poklic, ki je bil sprva definiran za ženski. Ženske v tem poklicu postanejo manjšina. Popolni prevzemi so zelo redki in so največkrat posledica tehnoloških inovacij.
- vdor: je pogostejši od prevzema in se zgodi takrat, ko moški množično vstopajo v ženske poklice in prevzemajo vodilne položaje. Žensk se v tem primeru ne izključi iz poklica. Vdori so bili najpogostejši na storitvenem področju.
- infiltracija: je proces, ki ga je najtežje izslediti. Zgodi se, ko se majhno število moških prostovoljno odloči, da bo opravljalo ženski poklic iz razlogov, kot so ljubezen ali talent za opravljanje poklica.

Ženske si želijo prestopiti v tradicionalne moške poklice zato, ker le-ti, veljajo za uglednejše in bolje plačane. Tu pa se postavi vprašanje, zakaj bi si moški želeli vstopiti v tradicionalno ženske poklice, ki se smatrajo za slabše plačane in manj ugledne. Vzroke, zakaj bi se moški odločili za prehod v tradicionalen ženski poklic, sem razdelil, in sicer na prisilni in prostovoljni prehod.

5.1. Prisilni prehod

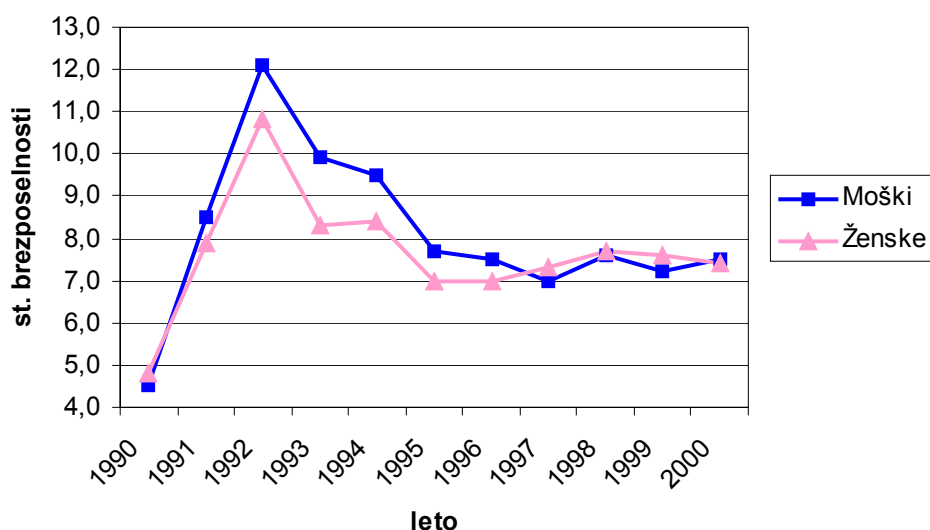
Vzroki prisilnega prehoda se skrivajo predvsem v splošni gospodarski, socialni in politični krizi. V Sloveniji pa je glavni vzrok možno poiskati v brezposelnosti, ki se je pojavila po osamosvojitvi. V obdobju socializma brezposelnosti skoraj ni bilo, saj se je le-ta gibala nekje okrog dveh odstotkov. V času zaostrovanja ekonomskih razmer je brezposelnost, kot posledica zapiranja velikih proizvodnih in strojnih podjetij in rudnikov, prizadela predvsem moške. Medtem ko storitveni sektor in javna uprava, ki zaposlujeta pretežno žensko delovno silo, nista bila v obdobju tranzicije tako občutno prizadeta.

Tabela 5.1.1: Število brezposelnih oseb in stopnja brezposelnosti (v %) glede na spol za obdobje 1990-2000.

Leto	Moški		Ženske		Skupaj	
	Število	Stopnja	Število	Stopnja	Število	Stopnja
1990	23.200	4,5	21.400	4,8	44.600	4,7
1991	41.500	8,5	33.600	7,9	75.100	8,2
1992	57.500	12,1	45.100	10,8	102.600	11,5
1993	49.000	9,9	36.000	8,3	85.000	9,1
1994	48.000	9,5	37.000	8,4	85.000	9,0
1995	39.000	7,7	31.000	7,0	70.000	7,4
1996	38.000	7,5	31.000	7,0	69.000	7,3
1997	36.000	7,0	32.000	7,3	68.000	7,1
1998	40.000	7,6	35.000	7,7	75.000	7,7
1999	37.000	7,2	34.000	7,6	71.000	7,4
2000	29.300	7,5	42.300	7,4	71.600	7,5

Vir: Smo Slovenke na trgu delovne sile enakopravne? Analiza položaja žensk na trgu delovne sile v Sloveniji, 2002.

Grafikon 5.1.1: Stopnja brezposelnosti za obdobje 1990-2000 glede na spol.



Kot je razvidno iz tabele 5.1.1 in grafikona 5.1 je bila brezposelnost po osamosvojitvi velik problem. Tako je stopnja brezposelnosti za moške leta 1992 znašala kar 12.1%, za ženske pa 10.8%. Stopnja brezposelnosti se je stabilizirala leta 1995, ko je za moške znašala 7.7% in 7.0% za ženske. Leta 1997 je stopnja brezposelnosti žensk prvič presegla stopnjo moške brezposelnosti. Od tedaj dalje ni več večjih razlik v stopnji brezposelnosti glede na spol. Gibanje brezposelnosti v prvi polovici devetdesetih je eden izmed vzrokov, zakaj so se moški začeli odločati za prehod v tradicionalno ženske poklice. Poleg tega je bil večji delež moških leta 1995 dolgotrajno brezposelnih¹¹, saj je bilo takih moških 3.4%, medtem ko je bilo dolgotrajno brezposelnih žensk 2.4%. Tudi v tem elementu so se razlike med spoloma zmanjšale, saj je bilo leta 1999 dolgotrajno brezposelnih 3.4% moških in 3.0% žensk.

Konec drugega četrtnetja 2003 je po podatkih Statističnega urada Republike Slovenije stopnja brezposelnosti moških znašala 6.1%, stopnja brezposelnosti žensk pa 7.1%. Stopnja brezposelnosti moških je torej pričela padati, a so kljub temu moški še vedno bolj nagnjeni k dolgotrajni brezposelnosti, saj statistični urad poroča, da moški predstavljajo 48.4% vseh brezposelnih oseb, ampak težje najdejo službo, saj predstavljajo kar 52.2% vseh dolgotrajno brezposelnih oseb.

Mojo razlago potrjuje tudi Harriet Bradley (v Cross in Bangilhole, 2002: 207), ki meni, da se moški vse bolj odločajo za prehod v ženske poklice, ker naj bi primanjkovalo delovnih mest v tradicionalno moških poklicih in so zato pripravljeni sprejeti tudi nižje plače in status.

¹¹ Dolgotrajno brezposelne osebe so osebe, ki so neprekinjeno brezposelne eno leto ali dalj.

Ekonomija na svetovni ravni doživlja prestrukturiranje iz proizvodnih dejavnosti (kmetijstvo in industrija) v storitvene (izobraževanje, turizem, gostinstvo, trgovina itd.). Slednje pomeni, da bodo moški prisiljeni tudi v nadaljnje prodirati v tradicionalne ženske poklice. Brezposelnost je torej eden izmed vzrokov, ki prisili moške, da se podajo v delo, ki jih do tedaj ni zanimalo in nanj niso niti pomislili (knjižničar, vzgojitelj...). Dobro pa je omeniti, da se tudi ženske odločajo za poklice, ki si jih morda ne želijo opravljati, a so v to prisiljene, če želijo preživeti. Tako je na primer v Sloveniji v času profesionalizacije vojske v vojsko vstopilo veliko žensk, ki so iskale zaposlitev.

5.2. Prostovoljni prehod

Prvi vzrok prostovoljnega prehoda sem poiskal v iskreni želji moškega, da bi opravljal določen tradicionalno ženski poklic. Moški lahko postane vzgojitelj, medicinski tehnik ali prodajalec preprosto zato, ker mu je poklic všeč in si ga želi opravljati. V tem primeru bi lahko izhajali iz osebnih karakteristik takega moškega, ki se sicer smatrajo za ženske, ali pa iz tega, da je bi tak moški socializiran na način, da si želi opravljati tradicionalno ženski poklic. Drugi razlog prostovoljnega prehoda vidim v tem, da se moški odloči za tradicionalno ženski poklic zato, ker se zaveda, da bo v takem poklicu lažje napredoval, saj naj bi jim prehod na višja delovna mesta omogočila vertikalna segregacija. Moški v tem primeru torej namerno izkoristijo svojo prednost in se s ciljem po čim lažjem in čim hitrejšem napredovanju, ki jim ga omogoči odsotnost moške konkurence, izberejo tradicionalno ženski poklic.

Tabela 5.2.1: Število vpisanih dijakov za poklic prodajalca glede na spol, za obdobje 1998-2002.

Šolsko leto	Št. vpisanih deklic	Št. Vpisanih dečkov	Skupaj	Delež dečkov (v %)
2002/2003	537	366	903	40.53
2001/2002	533	354	887	39.91
2000/2001	543	362	905	40.00
1999/2000	524	348	872	39.91
1998/1999	555	323	878	36.79

Vir: Šolski center Slovenj Gradec in Srednja trgovska šola Kranj

Glede na podatke, da so v poklicu prodajalca moški zastopani s približno 25 odstotki, medtem ko je zastopanost moških v izobraževalnem procesu za poklic prodajalca precej višja – približno 40-odstotna - (glej tabelo 5.2.1) gre sklepati, da so dandanes prestopi moških v poklic prodajalca v večini prostovoljni.

5.3. Moški prodajalci

Da bi kar najbolje lahko ocenil, s kakšnimi prednostmi in slabostmi se v poklicu prodajalca srečujejo moški, sem poleg uporabljene literature uporabil tudi podatke, ki sem jih pridobil tako, da sem opravil petnajst intervjujev z moškimi prodajalci. Intervjuje s prodajalci sem opravil s pomočjo vprašalnika. Prodajalce sem spraševal po vzrokih za vstop v poklic, po želenem delu, po ambicijah in po tem ali menijo, da so za poklic poslovođje primernejši ženske ali moški. Intervjuvanci prodajalci so imeli možnost svoje odgovore razširjati tudi, prav tako pa sem tudi sam postavljaj dodatna vprašanja glede na potek intervjuja. V enem od intervjujev se je v končni fazi intervjuja, pogovoru priključila tudi poslovođkinja. Mnenje teh prodajalcev ne morem posplošiti na vse prodajalce, lahko pa jih uporabim kot pomoč pri svoji razlagi.

Moški se v pretežno ženskih poklicih srečujejo z določenimi prednostmi in slabostmi. Prednosti, s katerimi se srečujejo moški, so: plača (v primerjavi z ženskami v istem poklicu), lažje napredovanje in privilegiran manjšinski status. Slabosti, s katerimi se srečujejo moški v ženskih poklicih, pa so: stereotipi in predsodki, necenjenost poklica in slabe plače (v primerjavi z moškimi v drugih poklicih). Zakaj plače predstavljajo tako prednost kot slabost bom razložil v nadaljevanju.

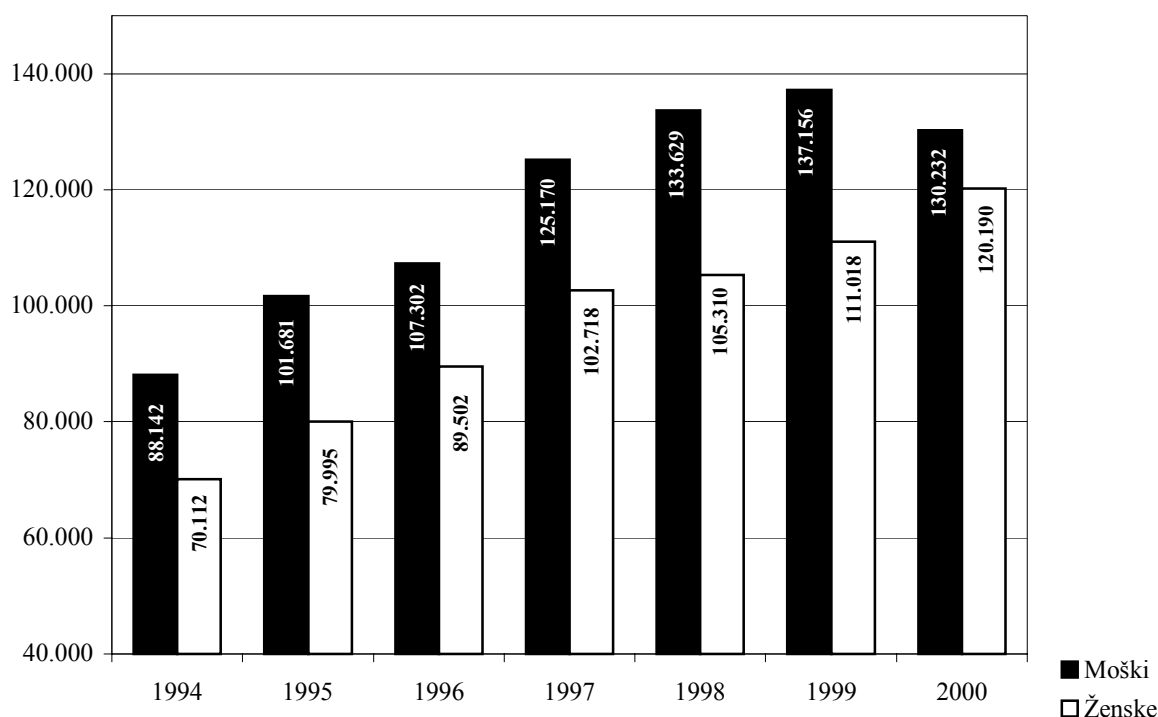
Williamsova (1995: 81) ugotavlja, da moški zaslužiyo več denarja kot ženske v vseh poklicih. Tudi takrat, ko gre za pretežno ženski poklic. Poklic prodajalca ni izjema (glej tabelo in grafikon 5.3.1). To, da so moški bolje plačani za enako delo kot ženske, seveda moškim predstavlja prednost. Slabost plač pa predstavlja dejstvo, da so poklici, ki se smatrajo za ženske slabše plačani. Tako povprečna plača moškega prodajalca znaša precej manj kot povprečna plača moških nasploh.

Tabela 5.3.1: Povprečna bruto plača (v SIT) in indeks¹² prodajalcev glede na spol, za obdobje 1994-2000.

	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Moški	88.142,00	101.681,00	107.302,00	125.170,00	133.629,00	137.156,00	130.232,00
Ženske	70.112,00	79.995,00	89.502,00	102.718,00	105.310,00	111.018,00	120.190,00
Skupaj	75.999,00	86.916,00	96.073,00	110.563,00	115.675,00	123.399,00	123.889,00
Indeks	125,72	127,11	119,89	121,86	126,89	123,54	108,36

Vir: Statistični urad Republike Slovenije

Grafikon 5.3.1: Povprečna bruto plača (v SIT) prodajalcev za obdobje 1994-2000.



Prednost predstavlja moškim tudi njihov manjšinski status. Rosabeth Moss Kanter (v Williams, 1995: 66,67) trdi, da bo vsaka manjšina, ki predstavlja manj kot 15% celote deležna diskriminacije in marginalizacije. Svojo trditev utemelji s tem, da so predstavniki manjšin precej bolj opazni in s tem podvrženi večji pozornosti in posledično večjim pritiskom. Predstavniki manjšin so, če želijo obdržati enakovreden položaj, prisiljeni k boljšemu delu, kar pa v večini sproži zavist in stereotipe o manjšini. Teorija naj bi bila spolno nevtralna, a Williamsova ugotavlja, da moškim manjšinski status na delovnem mestu celo koristi. Večina vodilnih delavcev, tudi v pretežno ženskih poklicih, je moških, ki v svojih moških kolegih

¹² Indeks odraža koliko odstotkov povprečne bruto plače ženske predstavlja povprečna bruto plača moških.

lahko vidijo zavezništvo. Poleg moških vodij pa svoje sodelavce spodbujajo tudi ženske. »Vse ženske, s katerimi sem opravila razgovor so trdile, da podpirajo svoje kolege« (Williams, 1995: 94). Williamsova dodaja (1995:95), da si ženske želijo več moških v svojih poklicih, ampak da jih moti navidezna lahkotnost, s katero moški napredujejo. Podporo svojim moškim kolegom sem zasledil tudi pri poslovodkinji, ki se je pridružila pogovoru.

V trgovini imamo enega fanta, ki je zelo priden delavec, a nikakor ga ne uspem prepričati, da bi se prijavil za šolanje in postal poslovodja (poslovodkinja samopostrežne trgovine).

Prednost moških v pretežno ženskih poklicih je tudi večja možnost napredovanja. Razlog se skriva v privilegiranem manjšinskem statusu, ki sem ga že opisal. Da enako velja tudi v poklicu prodajalca, nam pove podatek, da so vsi »trgovinski« poklici (razen poklica poslovodje), ki so hierarhično višje od poklica prodajalca, pretežno moški poklici ali pa spolno nevtralni.

Slabost, s katero se srečujejo pripadniki obeh spolov, ko prestopijo mejo med spolno definiranimi poklici, so predsodki in diskriminacija. Williamsova trdi (1995: 107), da se oba spola srečujeta z diskriminacijo, a obstaja velika razlika, saj so ženske diskriminirane znotraj podjetja, medtem ko so moški diskriminirani s strani strank. Moški večkrat doživijo, da odzovejo negativno, ko se srečajo z moškim vzgojiteljem ali »moško medicinsko sestro«. Slabosti za moške v poklicu prodajalca je, da svojega poklica zaradi spolnih stereotipov in predsodkov ne morejo opravljati na vseh področjih, saj jih stranke ne sprejmejo.

Eno leto sem delal na oddelku ženskega spodnjega perila. Vse, kar sem počel, je bilo to, da sem zlagal perilo in označeval cene, saj se je redko katera stranka odločila, da me vpraša za nasvet. K meni se niso obrnili niti moški, ki so iskali darila, na koncu sem le uspel prepričati šefa, da me premesti (prodajalec pohištva).

Ali so stranke podvomile o moškosti tega prodajalca seveda ne morem s sigurnostjo trditi. A eden od problemov moških v ženskih poklicih je gotovo tudi vprašanje o njihovi moškosti. »Nekaterim moškim je vseeno, saj zavračajo stereotipno mišljenje o tem kakšen, naj bi moški bil. Ampak večina moških, ki sem jih vključila v raziskavo, se zelo potrudil, da se jasno vidi,

da se razlikujejo od žensk in da niso ženstveni« (Williams, 1995: 144). Ravno iz tega razloga je tudi možno pričakovati, da si moški ne želijo delati na področjih, ki se smatrajo za ženska.

Če sem popolnoma iskren, bi se uprl premestitvi na drug oddelek, saj si ne želim prodajati kozmetike ali kruha, a če druge možnosti ne bi bilo, bi se sprijaznil, saj službe ne morem kar tako zamenjati (prodajalec tehnike).

Med pogovori me je zanimal tudi pogled prodajalcev, zakaj je njihov poklic spolno ločen in na kakšen način.

Ženske prodajajo artikle, ki so poceni, medtem ko mi prodajamo artikle visokih vrednosti. Ženska prodaja s svojo lepoto, a lepota ni bistvena, ko stranki prodajam kuhinjo vredno pol milijona. Ko gre za velike zneske, se stranke raje obrnejo na moške (prodajalec pohištva).

Moški delamo na področjih, na katera se spoznamo in nas zanimajo, v naši trgovini je najboljša prodajalka ženskega spola, saj ve o tehniki precej več kot jaz. Stranke pa prepriča strokovnost (prodajalec tehnike).

Oba prodajalca sta posredno potrdila, da so področja v poklicu razdeljena. A bistvena razlika med odgovoroma je v tem, da je prodajalec pohištva poklic popolnoma segregiral in ženskam ni dopuščal vstopa, medtem ko je prodajalec tehnike menil, da je bistvena strokovnost, ki pa je posledica posameznikovega interesa.

Kljub segregaciji pa obstajajo tudi moški prodajalci, ki opravljajo »ženski« del tega posla.

Delam na oddelku jogurtov, kjer sem v manjšini, kar pa me ne moti. Edina stvar, ki me opomne, da sem v manjšini, je kakšna stranka, ki me pokliče »gospodična«, saj navadno sploh ne pogleda, koga sprašuje za nasvet (prodajalec na mlečnem oddelku).

Moškim so torej v poklicu prodajalca nekatera vrata, zaradi njihovega spola, tudi zaprta. Poleg tega je slabost za moške, ki opravljajo poklic prodajalca tudi, da njihov poklic ni cenjen. Marsikdo me je vprašal, kako lahko cel dan polnim police in ali se mi poklic ne zdi popolnoma dolgočasen in mehaničen. Mnenje o poklicu prodajalca je po mojih izkušnjah slabo.

6. ZADOVOLJSTVO ZAPOSLENIH

Vsako podjetje strmi k odličnosti in nadpovprečnim rezultatom. Možina (1999) ugotavlja, da je edini način za doseg te ciljev možen z visoko motiviranimi kadri, ki bodo v svojem razvoju in razvoju organizacije videli možnost zadovoljevanja svojih osebnih in skupnih ciljev.

Zadovoljstvo zaposlenih¹³ je torej za vsako podjetje izjemnega pomena, zlasti v luči motiviranosti. Zveza med zadovoljstvom z delom in motiviranostjo za delo brez dvoma obstaja. Nizko motiviran posameznik se delu izogiba, motiviran posameznik svoje delo opravlja zadovoljivo, medtem ko visoko motiviran posameznik svoje delo opravlja nadpovprečno, samostojno in išče nove metode dela. Nezadovoljstvo manjše skupine posameznikov lahko povzroči, da se skrhajo medsebojni odnosi tudi v širšem delovnem okolju, hkrati posledično pomeni slabše opravljeno delo in celo nepotrebno odsotnost zaposlenih.

Zadovoljstvo zaposlenih je zato pomemben kapital podjetja in tudi družbe nasploh, saj se odraža ne le v ekonomskem pogledu, pač pa tudi v obliki večje kakovosti življenja zaposlenih in s tem družbene blaginje nasploh. Številne družboslovne raziskave potrjujejo, da je poklicno življenje središčnega pomena za osebno zadovoljstvo posameznika in s tem posredno tudi za njegovo družino.

Herzberg (v Možina, 1998: 152-156) je v svoji raziskavi ugotovil, da obstajata dve skupini dejavnikov, ki spodbujajo ljudi k delu. Prva skupina so motivatorji, ki pripomorejo, da so zaposleni pri delu bolj zadovoljni. Druga skupina dejavnikov so higieniki, brez katerih ni mogoče vzdrževati normalne ravni zadovoljstva zaposlenih. Med motivatorje spadajo dobri medsebojni odnosi med zaposlenimi, možnost uporabe znanja ter sposobnosti, samostojnost ter odgovornost pri delu. Med higienike pa se uvrščajo primerno plačilo za opravljeno delo, ustrezno organiziranost dela, ustrezno vodenje ter občutek zaposlenega, da je njegovo delo cenjeno.

Mnoga podjetja se odločajo, da opravljajo raziskave o zadovoljstvu svojih zaposlenih. Raziskave zadovoljstva zaposlenih imajo lahko dva namena, in sicer lahko informirajo zgolj najvišje vodstvo podjetja o trenutnem stanju ali pa se izkoristijo za posredovanje povratne informacije vsem zaposlenim. Končni cilj raziskave je v obeh primerih enak, in sicer dobiti informacijo, kakšno je zadovoljstvo zaposlenih in poiskati elemente, ki na zadovoljstvo zaposlenih vplivajo pozitivno oz. negativno. Na osnovi teh informacij se v prihodnosti

¹³ Povzeto po internih virih podjetja Poslovni sistem Mercator, d.d., Ljubljana

pozitivne elemente ohrani na visokem nivoju oziroma se jih še izboljša, poleg tega se negativne elemente odpravi. Tako se skuša doseči višjo stopnjo zadovoljstva, posledično višjo motiviranost in boljše poslovne rezultate. Raziskava nam ne omogoči identifikacije teh elementov le v celotnem podjetju, temveč tudi na ožjih področjih, kot so konkretne poklicne skupine ali organizacijske enote.

V nadaljevanju naloge sem analiziral zadovoljstvo prodajalcev glede na spol in glede na različne države, v katerih ti prodajalci opravljajo svoje delo. Spol zaposlenega ima precejšen vpliv na zadovoljstvo, saj so pričakovanja žensk in moških različna. Moški tako večji poudarek namenjajo elementom, kot so plača, možnost napredovanja in poklicni sigurnosti, kar je skladno z njihovimi lastnostmi samostojnosti, neodvisnosti, agresivnosti in tekmovalnosti. Ženskam za pomembnejši medsebojni odnosi in pogoji dela, kot so delovno okolje, težavnost dela in smiselnost dela, ki ga opravljajo (Ladik, Marshall, Lassk, Moncrief, 2001: 600). Rezultati te raziskave ne odsevajo stanja v poklicu prodajalca, ampak le splošne pričakovane razlike v zadovoljstvu z delom med moškimi in ženskami.

Svoj vpliv na zadovoljstvo z delom ima tudi kultura. Tako na primer v individualističnih kulturah na zadovoljstvo zaposlenega lahko v najbolj vpliva denarna nagrada. Čeprav se plača pojmuje kot zunanja vzpodbuda, higienski dejavnik, to ne velja enoznačno. Denar je v zahodnih družbah tudi del simbolnega sistema, predstavlja 'vrednost' nekoga. Zato je višina denarne nagrade povezana tudi z notranjimi motivi, s samospoštovanjem, samozaznavo, statusom. Izrazita motivacija za dobro delo je lahko tudi negativna, nezmožnost izbire, npr. strah pred izgubo zaposlitve v situaciji, ko je novo (zelo) težko dobiti. Tudi sodelovanje pri odločanju ne deluje nujno v vseh kulturah kot vzpodbuda dobrega dela.

Podjetja, ki se širijo onkraj svojih meja, se soočijo z drugačnim lokalnim okoljem: drugačno kulturo in vrednotami, s pravnim sistemom, socialnimi, ekonomskimi in političnimi okoliščinami. Zato sem v nadaljevanju svoje naloge zadovoljstvo prodajalcev glede na spol analiziral v več državah in na ta način preveril tudi vpliv lokalnega okolja.

7. RAZISKAVA O ZADOVOLJSTVU PRODAJALCEV

Za empirični del sem uporabil sekundarne podatke iz raziskave Zadovoljstvo zaposlenih v Skupini Mercator 2003, ki jo je za Skupino Mercator izdelal Center za raziskovanje javnega mnenja in množičnih komunikacij (CJMMK).

V Skupino Mercator, katere matična družba je Poslovni sistem Mercator, sodi še šest trgovskih družb v Sloveniji: Mercator - SVS, d.d., Mercator - Gorenjska, d.d., Mercator - Dolenjska, d.d., Mercator - Goriška, d.d., Mercator - Modna hiša, d.o.o. in Živila Kranj, d.d.. Poleg tega so v Skupino Mercator vključena tri proizvodna podjetja: Eta, d.d., Pekarna Grosuplje, d.d. in Mercator Emba, d.d., hotelirsko podjetje M Hotel, d.o.o. in storitveno podjetje Mercator-Optima, d.o.o.. Izven meja Slovenije pa so del Skupine Mercator še trgovska podjetja Mercator - H, d.o.o. (Hrvaška), Mercator - S, d.o.o. (Srbija in Črna gora) ter Mercator -BH, d.o.o (Bosna in Hercegovina). Skupina Mercator je vodilna trgovska veriga na slovenskem trgu, poleg tega postaja vedno pomembnejši trgovec tudi na področjih Hrvaške ter Bosne in Hercegovine, prebija pa se tudi na tržišče v Srbiji in Črni gori. V Mercatorju si prizadevajo, da bi ustvarili pogoje za doseg tega, kar sami imenujejo 4Z: zadovoljstvo kupca, zadovoljstvo zaposlenih, zadovoljstvo lastnikov ter zadovoljstvo dobaviteljev.

Ker se v Mercatorju zavedajo izrednega pomena zadovoljstva zaposlenih, ki jih je kar 14.673¹⁴, so v letu 2003 izvedli že četrto ponovitev¹⁵ raziskave o zadovoljstvu zaposlenih, ki je bila izvedena v aprilu 2003 v šestih¹⁶ trgovskih in šestih netrgovskih družbah znotraj Skupine Mercator v Sloveniji. Vzporedno s tem pa je potekala raziskava tudi v Mercatorjevih družbah v tujini.

7.1. Cilj raziskave in hipotezi

Za sledečo analizo podatkov, pridobljenih z raziskavo o zadovoljstvu zaposlenih v Mercatorju, sem se odločil, ker me zanima kakšna, je razlika v zadovoljstvu z delom v enakem poklicu, ki ga tako moški in ženske opravljajo pod enakimi pogoji znotraj enega koncerna. Gre za poklic prodajalca, ki je feminiziran, kar pa na raziskavo ni imelo vpliva, saj je bila enaka raziskava opravljena za vse poklice znotraj Skupine Mercator.

¹⁴ Na dan 31.12.2003.

¹⁵ Z raziskavo so v Skupini Mercator pričeli leta 2000 in od takrat se izvaja na letni ravni.

¹⁶ V času raziskave se je struktura Skupine Mercator razlikovala od današnje.

V raziskavi sem preveril naslednji hipotezi:

Hipoteza 1:

Zadovoljstvo zaposlenega prodajalca se bo razlikovalo glede na njegov spol. Moški prodajalci bodo manj zadovoljni z delom v poklicu prodajalca kot ženske.

Sledeče predpostavljam, ker poklic prodajalca spada v manj prestižne in slabše plačane in ne izpolnjuje pričakovanj moških. Tudi moški, ki so se prostovoljno odločili za poklic prodajalca, so deležni slabše plače in manj družbenega spoštovanja. Poleg tega pa je večina moških, vključenih v raziskavo, zaposlena na področju živilske maloprodaje in je delež prostovoljnih prehodov manjši.

Hipoteza 2:

Razlike med spoloma v zadovoljstvu z delom se bodo razlikovale v različnih državah.

Slednje predvidevam zaradi različnega doživetja spolnih vlog v različnih državah ter posledično različnega doživetja vstopa moških v tradicionalno ženske poklice, kot je poklic prodajalca.

Poudariti moram, da sta obe hipotezi sicer teoretsko podprti in smiselni, ampak da na razliko med spoloma v zadovoljstvu z delom v poklicu prodajalca, vpliva veliko dejavnikov in ne samo dejstvo, da gre za feminiziran poklic. To so lahko še ostali demografski (starost, vrsta krajevnih skupnosti...) ali osebni (način mišljenja...) dejavniki. Enako velja tudi pri drugi hipotezi, saj je tudi tu prisotno še mnogo drugih dejavnikov.

7.2. Opis vzorca

Anketa je potekala na vzorcu 5.200 zaposlenih, ki so bili naključno izbrani znotraj populacije vseh zaposlenih v družbah, ki so bile vključene v raziskavo. Od tega je bilo realiziranih 3.709 anket, kar predstavlja tako strukturno kot kvantitativno ustrezen reprezentativni vzorec. Število anketiranih se je razlikovalo glede na posamezna podjetja. Število anketiranih je bilo proporcionalno številu zaposlenih v posameznem podjetju, enako velja tudi za število anketiranih ljudi na posameznih delovnih mestih.

Kot je razvidno iz tabele 7.2.1 je v vzorec vseh zaposlenih vključenih 1.700 prodajalcev (46.7% vseh anketiranih), od tega je 1.409 žensk (82.88%) ter 291 moških (17.12%). Tudi v

drugih poklicih, vključenih v raziskavo, prevladujejo ženske, izjema je le poklic delavca (42.35%). Največji delež žensk je v skupini administrativnih delavcev (86.49%).

Tabela 7.2.1: Struktura vzorca glede na poklic in spol.

Poklic	Št. žensk	Delež žensk (%)	Št. moških	Delež moških (%)	Skupaj
Delavec	313	42,35	426	57,65	739
Prodajalec	1.409	82,88	291	17,12	1.700
Poslovodja ali delovodja	446	70,57	186	29,43	632
Administrativni delavec	301	86,49	47	13,51	348
Vodilni ali strokovni delavec	133	59,91	89	40,09	222
Skupaj	2.602	71,46	1.039	28,54	3.641

V končni vzorec, ki ga sem uporabil za svojo raziskavo, sem vključil prodajalce v vseh slovenskih trgovskih podjetjih¹⁷ ter prodajalce iz Hrvaške ter Srbije in Črne gore¹⁸. Končni vzorec torej vključuje 1.623 (glej tabelo 7.2.2) prodajalcev iz treh različnih držav. Delež moških prodajalcev je v vseh državah precej manjši od deleža ženskih prodajalk, največji delež moških je v Srbiji in Črni gori, kjer je moških dobro četrtno (27.51%), medtem ko sta deleža moških v Sloveniji in Hrvaški primerljiva (14.02% v Sloveniji ter 14.67% na Hrvaškem).

Tabela 7.2.2: Število prodajalcev glede na državo in spol.

Država	Št. žensk	Delež žensk (%)	Št. moških	Delež moških (%)	Skupaj
Slovenija	975	85,98	159	14,02	1.134
Hrvaška	256	85,33	44	14,67	300
Srbija in Črna gora	137	72,49	52	27,51	189
Skupaj	1.368	84,29	255	15,71	1.623

Večje razlike je glede na državo moč opaziti v izobrazbi zaposlenih. V Sloveniji je večina zaposlenih prodajalcev zaključila poklicno šolo (61.94%), predvsem starejši tudi srednjo šolo (36.83%). Na Hrvaškem ter v Srbiji in Črni gori je stanje povsem drugačno. Tam je večina prodajalcev končala srednjo šolo, tako je na Hrvaškem kar 87.63% prodajalcev zaključilo srednjo šolo, v Srbiji in Črni gori je takih prodajalcev 85.34%. Tudi delež prodajalcev, ki so zaključili visoko ali višjo šolo ni zanemarljiv, saj je na Hrvaškem takih prodajalcev 2.34%, v Srbiji in Črni gori pa celo 7.85%. Tako stanje je posledica izredno slabih ekonomskih razmer

¹⁷ V netrgovskih podjetjih je v anketi sodelovalo le 36 prodajalcev.

¹⁸ V podjetju Mercator BH je v anketi, zaradi majhnosti družbe, sodelovalo le 42 prodajalcev. Iz tega razloga te družbe nisem uvrstil v raziskavo.

in visoke brezposelnosti v teh državah. Na Hrvaškem je stopnja brezposelnosti konec leta 2002 znašala kar 22.3%¹⁹, v Srbiji in Črni gori 30%²⁰.

Tudi starostna struktura se zelo razlikuje od države do države, kar je posledica tega, da je Mercator v Sloveniji letos prisoten že petinpetdeseto leto, medtem ko Hrvaška ter Srbija in Črna gora predstavljata nova trga. V Sloveniji sta kar dve tretjini prodajalcev starejši od 36 let, slaba četrtina (23.81%) celo od 45 let. Prodajalcev starejših od 36 let je na Hrvaškem petina, v Srbiji in Črni gori slaba tretjina (29,44%). Na Hrvaškem prevladujejo prodajalci stari do 25 let, takih je kar 38.26%. V Srbiji in Črni gori ima večina prodajalcev (54.44%) med 26 in 35 let.

7.3. Vprašalnik

Raziskava je bila opravljena s pomočjo standardiziranega vprašalnika, ki sta ga za namen raziskave izdelala Poslovni sistem Mercator, d.d. ter CJMMK (Fakulteta za družbene vede). Za namen svoje raziskave sem uporabil prvi sklop vprašalnika, ki meri zadovoljstvo zaposlenih. Sestavljen je iz trinajstih postavk, ki se združujejo v tri sklope: narava dela, pogoji in organizacija dela ter sistem nagrajevanja. Postavke so bile naslednje:

1. V naši organizacijski enoti vladajo dobri medsebojni odnosi.
2. Pristojnosti so jasno razdeljene.
3. Poznam namen in cilj svojega dela.
4. Čas za izvedbo del je primeren.
5. Pri delu se lahko marsikaj naučim.
6. Delo je med zaposlene enakomerno porazdeljeno.
7. Delo je zanimivo.
8. Varnost zaposlitve je visoka.
9. Delovni pogoji so dobri.
10. Plače so primerne.
11. Ugodnosti, ki jih poleg plače nudi podjetje, so velike.
12. Pohvale in priznanja za dobro delo so pogosta.
13. Delovni čas je ustrezen.

Sklop narave dela vključuje postavke: 1, 3, 5 in 7; sklop pogoji in organizacija dela postavke: 2, 4, 6, 8, 9 in 13; sklop sistem nagrajevanja pa postavke 10, 11 ter 12.

¹⁹ Vir :<http://www.hzz.hr/hzz.asp?ID=4372>

²⁰ Vir: www.greekorthodoxchurch.org/wfb2002/yugoslavia/yugoslavia_economy.html

Postavke so bile zaprtega tipa, odgovori, ki so bili anketiranemu na voljo, so naslednji:

1. Sploh ne soglašam,
2. ne soglašam,
3. niti – niti,
4. soglašam ter
5. popolnoma soglašam.

Odgovore anketiranih na posamezne postavke sem točkoval po sistemu od 1 do 5 glede na vnaprej določeno smer odgovora (kot je določeno zgoraj).

7.4. Postopek

Anketiranje je bilo opravljeno z metodo CATI (Computer assisted telephone interviewing). Gre za metodo, kjer anketar preko telefona anketira anketiranca, pri tem pa sproti vnaša odgovore v računalniško bazo preko računalnika. Prednost metode je, da se zaradi uporabe računalnika zmanjša število administrativnih napak, kot so vnašanja prevelikih/premajhnih vrednosti, logično neskladnih odgovorov ipd. Poleg tega je računalniška oprema zelo dobrodošla tudi, ko je vprašalnik zasnovan z veliko preskoki (določen odgovor vodi k določenemu vprašanju), saj nam lahko programska oprema preskoke izvaja sama in nam s tem prihrani precej napora.

Podatke sem analiziral s pomočjo programskega paketa SPSS. Razlike med spoloma pa sem analiziral s T-testom, s katerim sem preverjal statistično pomembno razliko zadovoljstva zaposlenih med spoloma. Statistično pomembne T-teste sem v rezultatih označil z odebeljenim tiskom.

7.5. Rezultati in interpretacija

Rezultate sem predstavil po posameznih sklopih. Analiziral sem vse postavke v določenem sklopu. Za vsako postavko posebej sem predstavil zadovoljstvo zaposlenih glede na spol in državo.

7.5.1. Narava dela

V tem sklopu sem analiziral štiri postavke. Kot prvo sem analiziral prvo postavko: *V enoti vladajo dobri medsebojni odnosi.*

Tabela 7.5.1.1: Aritmetična sredina, standardni odklon in T-test odgovorov na prvo postavko glede na spol ter državo.

Država	Spol	Aritmetična sredina	Standardni odklon	T-test
Slovenija	Moški	3,65	0,98	-0,432
	Ženski	3,69	1,01	
Hrvaška	Moški	3,34	0,94	-1,069
	Ženski	3,51	1,18	
Srbija in Črna gora	Moški	3,33	1,38	-0,880
	Ženski	3,51	0,98	
Skupaj	Moški	3,53	1,08	-1,475
	Ženski	3,64	1,05	

Iz tabele 7.5.1.1 lahko razberemo, da se moški in ženske v nobeni od držav med sabo ne razlikujejo statistično pomembno v tem, kako zaznavajo medsebojne odnose v enoti. Statistično nepomembna razlika se v vseh državah nakazuje v smeri, da so ženske bolj zadovoljne z medsebojnimi odnosi.

Nadalje sem analiziral tretjo postavko: *Poznam namen in cilj svojega dela.*

Tabela 7.5.1.2: Aritmetična sredina, standardni odklon in T-test odgovorov na tretjo postavko glede na spol ter državo.

Država	Spol	Aritmetična sredina	Standardni odklon	T-test
Slovenija	Moški	4,52	0,68	-0,580
	Ženski	4,56	0,68	
Hrvaška	Moški	4,26	0,98	-1,822
	Ženski	4,54	0,82	
Srbija in Črna gora	Moški	4,56	0,94	-0,362
	Ženski	4,50	0,91	
Skupaj	Moški	4,48	0,80	-1,258
	Ženski	4,55	0,74	

Med spoloma v vseh treh državah ni statistično pomembnih razlik. Malo večjo razliko lahko opazimo le na Hrvaškem, kjer so moški manj zadovoljni s seznanjenostjo, z namenom in cilji svojega dela kot ženske.

Tretji del sklopa narava dela se nanaša na peto postavko: *Pri delu se lahko marsikaj naučim.*

Tabela 7.5.1.3: Aritmetična sredina, standardni odklon in T-test odgovorov na peto postavko glede na spol ter državo.

Država	Spol	Aritmetična sredina	Standardni odklon	T-test
Slovenija	Moški	3,91	1,12	-4,254
	Ženski	4,31	0,85	
Hrvaška	Moški	3,73	1,30	-1,843
	Ženski	4,11	1,11	
Srbija in Črna gora	Moški	3,73	1,36	-0,160
	Ženski	3,76	1,28	
Skupaj	Moški	3,84	1,20	-4,687
	Ženski	4,22	0,97	

Primerjava med spoloma razkrije, da v tem primeru ženske menijo, da se lahko pri delu več naučijo. Statistično pomembna razlika se pojavi v Sloveniji in na celotnem vzorcu prodajalcev. Najmanjšo razliko je moč zaznati v Srbiji in Črni gori, kjer so razlike med spoloma minimalne. Na Hrvaškem razlika med spoloma ni statistično pomembna, a je kljub temu razvidno, da ženske menijo, da se lahko pri delu naučijo več kot moški.

Zadnji del sklopa narava dela se nanaša na sedmo postavko: *Delo je zanimivo*.

Tabela 7.5.1.4: Aritmetična sredina, standardni odklon in T-test odgovorov na sedmo postavko glede na spol ter državo.

Država	Spol	Aritmetična sredina	Standardni odklon	T-test
Slovenija	Moški	4,04	0,94	-4,720
	Ženski	4,37	0,79	
Hrvaška	Moški	3,86	1,21	-2,212
	Ženski	4,29	1,01	
Srbija in Črna gora	Moški	3,81	1,21	-1,207
	Ženski	4,03	1,10	
Skupaj	Moški	3,96	1,05	-5,139
	Ženski	4,32	0,87	

Rezultati, prikazani v tabeli 7.5.1.4, prikazujejo, da se moški in ženske statistično pomembno razlikujejo v tem, kako se jim zdi delo zanimivo. Glede na posamezne države je razlika statistično pomembna v Sloveniji in na Hrvaškem, v vseh državah pa se kaže v isti smeri. Ženskam se namreč zdi njihovo delo bolj zanimivo kot moškim.

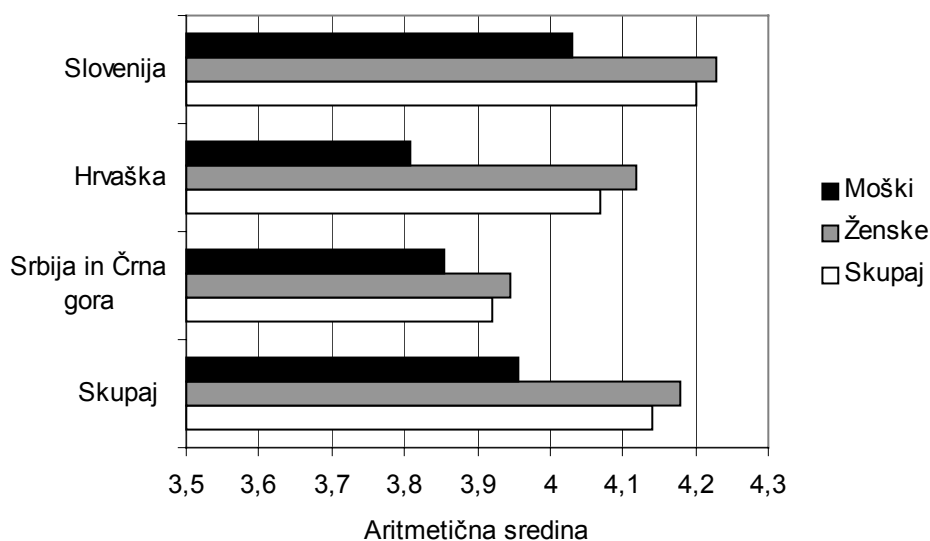
S temi postavkami sem zaključil predstavitev postavk v sklopu o naravi dela, v nadaljevanju sem predstavil še končne rezultate o naravi dela.

Tabela 7.5.1.5: Aritmetična sredina, standardni odklon in T-test odgovorov na sklop o naravi dela glede na spol ter državo.

Država	Spol	Aritmetična sredina	Standardni odklon	T-test
Slovenija	Moški	4,03	0,71	-3,258
	Ženski	4,23	0,60	
Hrvaška	Moški	3,81	0,81	-2,476
	Ženski	4,12	0,75	
Srbija in Črna gora	Moški	3,86	0,90	-0,685
	Ženski	3,95	0,77	
Skupaj	Moški	3,96	0,77	-4,288
	Ženski	4,18	0,65	

Za sklop o naravi dela velja, da so ženske statistično pomembno bolj zadovoljne z naravo dela kot moški. Prav v vseh državah je moč zaslediti to razliko, le da v Srbiji in Črni gori razlika ni statistično pomembna.

Grafikon 7.5.1.1: Aritmetične sredine dosežkov v sklopu Narava dela glede na države in spol ter skupni rezultati.



V vseh štirih primerih velja enak vrstni red zadovoljstva prodajalcev, in sicer so najbolj zadovoljni prodajalci v Sloveniji, sledijo prodajalci na Hrvaškem, na zadnjem mestu pa so prodajalci iz Srbije in Črne gore. Razlike med spoloma sem zasledil v dveh postavkah. Tako moški prodajalci v celotnem vzorcu in v Sloveniji postavko o tem, da se lahko pri delu marsikaj naučijo, statistično pomembno označujejo z nižjimi ocenami. Postavka o tem, da je delo zanimivo, pa je s strani moških prodajalcev ocenjena nižje v vseh primerih razen v Srbiji in Črni gori.

Iz grafikona 7.5.1.1 je razvidno, da je zadovoljstvo z naravo dela zelo visoko ocenjeno v vseh državah in ne glede na spol. Kljub temu da so ocene povsod visoke, pa med njimi obstajajo razlike, ki sem jih v nalogi že predstavil.

7.5.2. Pogoji in organizacija dela

Drugi sklop preverja, kako zadovoljni so prodajalci s pogoji in organizacijo dela. Sklop vsebuje šest postavk. Prva je postavka: *Pristojnosti so jasno razdeljene*.

Tabela 7.5.2.1: Aritmetična sredina, standardni odklon in T-test odgovorov na drugo postavko glede na spol ter državo.

Država	Spol	Aritmetična sredina	Standardni odklon	T-test
Slovenija	Moški	3,82	0,93	-0,184
	Ženski	3,83	0,97	
Hrvaška	Moški	3,36	1,24	-2,188
	Ženski	3,79	1,17	
Srbija in Črna gora	Moški	3,06	1,5	-2,302
	Ženski	3,57	1,29	
Skupaj	Moški	3,58	1,16	-2,730
	Ženski	3,80	1,05	

Razlike v zaznavanju jasnosti razdeljenih pristojnosti lahko opazimo tudi pri primerjavi moških in ženskih prodajalcev (tabela 7.5.2.1). Ženske so namreč v vseh državah bolj zadovoljne z razdeljenostjo pristojnosti kot moški, le da je v Sloveniji ta razlika zelo majhna in ni statistično pomembna za razliko od ostalih držav in skupnega rezultata.

Druga postavka, ki sestavlja sklop Pogoji in organizacija dela, je četrta postavka vprašalnika: *Čas za izvedbo del je primeren.*

Tabela 7.5.2.2: Aritmetična sredina, standardni odklon in T-test odgovorov na četrto postavko glede na spol ter državo.

Država	Spol	Aritmetična sredina	Standardni odklon	T-test
Slovenija	Moški	3,67	1,14	1,227
	Ženski	3,55	1,14	
Hrvaška	Moški	3,61	1,20	-1,608
	Ženski	3,94	1,24	
Srbija in Črna gora	Moški	3,60	1,42	-0,328
	Ženski	3,66	1,21	
Skupaj	Moški	3,64	1,21	0,142
	Ženski	3,63	1,17	

Lahko rečemo, da so v splošnem s časom za izvedbo del moški in ženske enako zadovoljni, saj je razlika med njimi praktično ničelna. V Sloveniji so moški celo bolj zadovoljni kot

ženske. Na Hrvaškem je situacija obratna in so bolj zadovoljne ženske, medtem ko v Srbiji in Črni gori razlik pravzaprav ni. Vse omenjene razlike niso statistično pomembne.

V sklopu pogoji in organizacija dela sledi šesta postavka: *Delo je med zaposlene enakomerno porazdeljeno.*

Tabela 7.5.2.3: Aritmetična sredina, standardni odklon in T-test odgovorov na šesto postavko glede na spol ter državo.

Država	Spol	Aritmetična sredina	Standardni odklon	T-test
Slovenija	Moški	3,31	1,15	-2,539
	Ženski	3,57	1,17	
Hrvaška	Moški	2,91	1,25	-2,227
	Ženski	3,40	1,36	
Srbija in Črna gora	Moški	2,69	1,38	-1,711
	Ženski	3,06	1,29	
Skupaj	Moški	3,12	1,24	-4,379
	Ženski	3,49	1,23	

V vseh treh državah so moški manj zadovoljni z načinom porazdelitve dela. Najnižjo oceno je moč zaslediti v Srbiji in Črni gori, kjer se moški nagibajo k nizkim ocenam (2.69), tudi na Hrvaškem je ocena moških nizka (2.91), medtem ko so v Sloveniji moški zadovoljni z delitvijo dela (3.31), a je njihova ocena nižja kot ocena žensk (3.57). Vse razlike, z izjemo Srbije in Črne gore, so statistično pomembne.

Sledi postavka: *Varnost zaposlitve je visoka.*

Tabela 7.5.2.4: Aritmetična sredina, standardni odklon in T-test odgovorov na osmo postavko glede na spol ter državo.

Država	Spol	Aritmetična sredina	Standardni odklon	T-test
Slovenija	Moški	3,78	1,09	-1,143
	Ženski	3,89	1,00	
Hrvaška	Moški	3,05	1,10	-2,514
	Ženski	3,54	1,21	
Srbija in Črna gora	Moški	3,44	1,43	-1,484
	Ženski	3,75	1,22	
Skupaj	Moški	3,58	1,20	-2,997
	Ženski	3,81	1,07	

Statistično pomembno razliko lahko opazimo na celotnem vzorcu in na Hrvaškem, ponovno so moški manj zadovoljni od žensk. Manjše zadovoljstvo moških je opazno tudi v Sloveniji in na Hrvaškem. Najbolj se za svojo zaposlitev bojijo moški prodajalci na Hrvaškem (3.05), medtem ko moški v Sloveniji (3.78) ter v Srbiji in Črni gori (3.44) svojo zaposlitev smatrajo kot varno. Ženskam se v vseh treh državah zaposlitev zdi varna.

Predzadnja postavka sklopa o pogojih in organizaciji dela je: *Delovni pogoji so dobri*.

Tabela 7.5.2.5: Aritmetična sredina, standardni odklon in T-test odgovorov na deveto postavko glede na spol ter državo.

Država	Spol	Aritmetična sredina	Standardni odklon	T-test
Slovenija	Moški	3,49	1,05	-0,406
	Ženski	3,53	1,06	
Hrvaška	Moški	3,55	1,19	-1,309
	Ženski	3,80	1,20	
Srbija in Črna gora	Moški	3,75	1,22	-1,186
	Ženski	3,98	1,17	
Skupaj	Moški	3,55	1,11	-0,935
	Ženski	3,62	1,10	

Ženske so v vseh primerih bolj zadovoljne z delovnimi pogoji kot moški. Razlike so najbolj opazne na Hrvaškem, a v nobenem primeru niso statistično pomembne.

Zadnja postavka tega sklopa je: *Delovni čas je ustrezen*.

Tabela 7.5.2.6: Aritmetična sredina, standardni odklon in T-test odgovorov na trinajsto postavko glede na spol ter državo.

Država	Spol	Aritmetična sredina	Standardni odklon	T-test
Slovenija	Moški	3,43	1,21	-0,593
	Ženski	3,49	1,19	
Hrvaška	Moški	3,30	1,30	-0,899
	Ženski	3,49	1,32	
Srbija in Črna gora	Moški	3,02	1,51	-1,192
	Ženski	3,29	1,36	
Skupaj	Moški	3,32	1,30	-1,732
	Ženski	3,47	1,23	

Statistično pomembnih razlik med moškimi in ženskami ni v nobeni od držav. Zanimivo je, da so ženske v vseh treh državah tej postavki namenile višjo oceno. Pričakovati bi bilo, da bodo ženske manj zadovoljne. V Sloveniji se je v prejšnjem letu kot razlog za referendum uporabljal celo argument neprimerne delovnega časa, katerega žrtve naj bi bile predvsem ženske. Rezultati moje raziskave pa pravijo, da ženskam delovni čas v trgovini ne predstavlja prevelike ovire in, da so moški celo manj zadovoljni z delovnim časom trgovin.

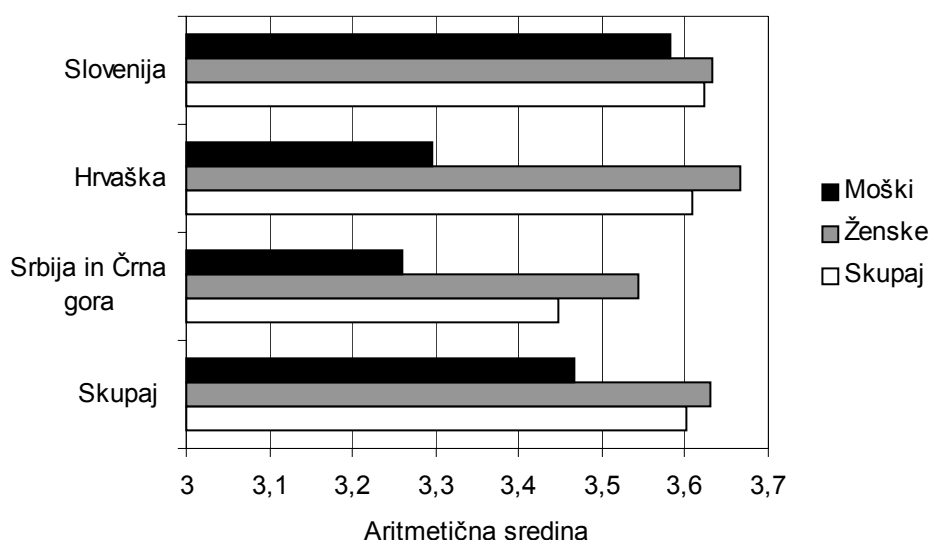
V nadaljevanju sem predstavil značilnosti celotnega sklopa o pogojih in organizaciji dela.

Tabela 7.5.2.7: Aritmetična sredina, standardni odklon in T-test odgovorov na sklop o pogojih in organizaciji dela glede na spol ter državo.

Država	Spol	Aritmetična sredina	Standardni odklon	T-test
Slovenija	Moški	3,58	0,76	-0,773
	Ženski	3,63	0,76	
Hrvaška	Moški	3,30	0,84	-2,565
	Ženski	3,67	0,89	
Srbija in Črna gora	Moški	3,26	1,05	-1,845
	Ženski	3,54	0,88	
Skupaj	Moški	3,47	0,85	-2,946
	Ženski	3,63	0,80	

Prav v vseh državah so moški manj zadovoljni z delovnimi pogoji in organizacijo. Na Hrvaškem in na celotnem vzorcu prodajalcev je ta razlika tudi statistično pomembna. Najmanjša razlika med spoloma obstaja v Sloveniji, največja na Hrvaškem, ne moramo pa zanemariti niti razlike v Srbiji in Črni gori. Lahko torej rečemo, da oba spola pogoje in organizacijo dela smatrata za enako zadovoljivo le v Sloveniji, medtem ko je v ostalih primerih zadovoljstvo moških na nižji ravni. Poudariti pa je potrebno to, da so tudi moški z delovnimi pogoji in organizacijo zadovoljni in da prav vse ocene tega sklopa izražajo zadovoljstvo, kar je razvidno tudi iz grafikona 7.5.2.1.

Grafikon 7.5.2.1: Aritmetične sredine dosežkov v sklopu Pogoji in organizacija dela glede na države in spol ter skupni rezultati.



Prav v vseh državah in v vseh postavkah, z eno izjemo, so ženske izrazile večjo zadovoljstvo. Edina izjema je postavka o časovni primernosti del, kjer so moški (3.67) v Sloveniji tej postavki namenili višjo oceno od žensk (3.55), a razlika ni statistično pomembna. Statistično pomembnih razlik med spoloma v vseh državah ni moč zaslediti v zadovoljstvu z delovnimi pogoji ter z ustreznostjo delovnega časa. Največjo razliko med spoloma je moč opaziti v Sloveniji, in sicer v postavki o enakomerni porazdeljenosti del ter na Hrvaškem glede varnosti zaposlitve. V obeh primerih so moški postavki ocenili slabše.

7.5.3. Sistem nagrajevanja

Zadnji sklop raziskave o zadovoljstvu zaposlenih je sklop o sistemu nagrajevanja, ki vključuje tri postavke.

Prva izmed teh postavk je postavka: *Plače so primerne*.

Tabela 7.5.3.1: Aritmetična sredina, standardni odklon in T-test odgovorov na deseto postavko glede na spol ter državo.

Država	Spol	Aritmetična sredina	Standardni odklon	T-test
Slovenija	Moški	2,46	1,12	-3,859
	Ženski	2,82	1,08	
Hrvaška	Moški	3,07	1,17	-3,217
	Ženski	3,67	1,15	
Srbija in Črna gora	Moški	2,06	1,24	-2,819
	Ženski	2,64	1,27	
Skupaj	Moški	2,48	1,19	-6,063
	Ženski	2,96	1,16	

Prav v vseh treh državah so razlike med spoloma statistično pomembne. V vseh primerih so moški manj zadovoljni kot ženske. Največje zadovoljstvo je moč opaziti na Hrvaškem, kjer so ženske zelo zadovoljne s primernostjo plač (3.67) in tudi zadovoljstvo moških s plačami je na solidni ravni (3.06). V Sloveniji ter v Srbiji in Črni gori je primernost plač ocenjena slabše. Najmanj so s primernostjo plač zadovoljni moški prodajalci v Srbiji in Črni gori, ki izražajo nezadovoljstvo s plačami (2.06), medtem ko ženske v tej državi plače ocenjujejo z nevtralnimi čustvi (2.64). Tudi v Sloveniji so ženske (2.82) s plačami bolj zadovoljne kot moški (2.46). Slabe ocene primernosti plač so pričakovane, saj plače prodajalcev niso visoke. Tako bi si zaposleni prodajalci zagotovo želeli višje prejemke, predvsem pa to velja za prodajalce, ki imajo v svojem življenju višje ambicije in so za ta delavna mesta celo preizobraženi (Srbija in Črna gora). Presenetljive pa so zelo visoke ocene z zadovoljstvom zaposlenih na Hrvaškem. Vzrok gre iskati v visoki brezposelnosti in težavnosti pri iskanju novih zaposlitev v tej državi. Nasploh so le redki posamezniki zadovoljni s svojo plačo, saj je popolnoma normalno, da si ljudje želijo višji zaslužek.

Naslednja postavka v sklopu s sistemom nagrajevanja je: *Ugodnosti, ki jih poleg plače nudi podjetje, so velike.*

Tabela 7.5.3.2: Aritmetična sredina, standardni odklon in T-test odgovorov na enajsto postavko glede na spol ter državo.

Država	Spol	Aritmetična sredina	Standardni odklon	T-test
Slovenija	Moški	2,73	1,23	-2,579
	Ženski	2,99	1,19	
Hrvaška	Moški	2,79	1,12	-1,648
	Ženski	3,13	1,27	
Srbija in Črna gora	Moški	2,29	1,18	-1,242
	Ženski	2,53	1,22	
Skupaj	Moški	2,65	1,21	-3,887
	Ženski	2,97	1,21	

Ugodnosti v vseh državah bolj zadovoljujejo ženske kot moške, statistično pomembna razlika se pojavi v Sloveniji in na celotnem vzorcu. Moški torej menijo, da bi potrebovali več ugodnosti in s trenutnim stanjem niso najbolj zadovoljni. Predvsem to velja za moške v Srbiji in Črni gori (2.29) in pa za njihove sodelavke (2.53).

Zadnja postavka tega sklopa se nanaša na nematerialne nagrade: *Pohvale in priznanja za dobro delo so pogosta.*

Tabela 7.5.3.3: Aritmetična sredina, standardni odklon in T-test odgovorov na dvanajsto postavko glede na spol ter državo.

Država	Spol	Aritmetična sredina	Standardni odklon	T-test
Slovenija	Moški	2,25	1,05	-3,527
	Ženski	2,60	1,18	
Hrvaška	Moški	2,14	1,32	-1,461
	Ženski	2,45	1,29	
Srbija in Črna gora	Moški	2,10	1,30	-1,357
	Ženski	2,40	1,39	
Skupaj	Moški	2,20	1,15	-4,246
	Ženski	2,55	1,23	

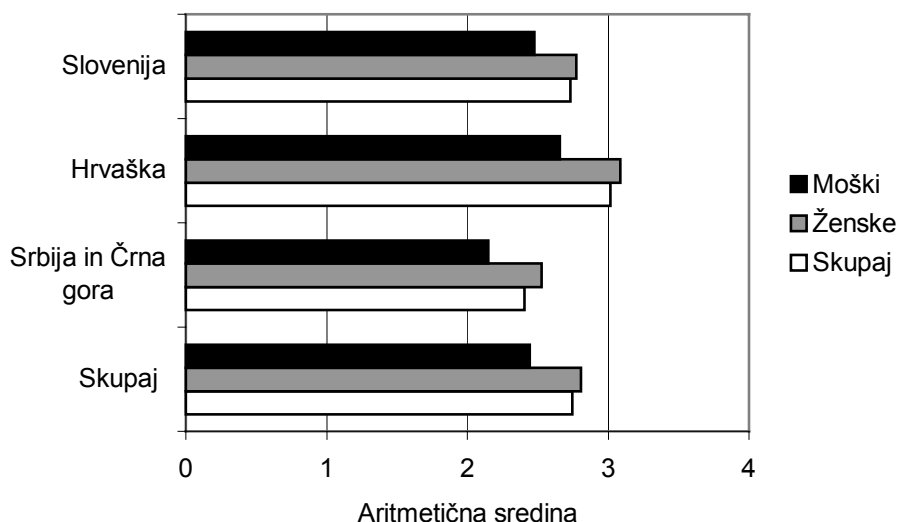
Zadovoljstvo s pohvalami in priznanji je na nizki ravni, a tudi to postavko so moški ocenili slabše kot ženske. Skupna ocena žensk je 2.55, skupna ocena moških 2.20, razlika je statistično pomembna. Moški v vseh treh državah torej s svojimi ocenami izražajo nezadovoljstvo in menijo, da bi bilo potrebno več pohval in priznanj za njihovo delo. Z najvišjo oceno so pohvale in priznanja ocenile ženske v Sloveniji, ki so edine presegle polovico lestvice, a tudi ta ocena (2.60) je na nizki ravni.

Tabela 7.5.3.4: Aritmetična sredina, standardni odklon in T-test odgovorov v sklopu Sistem nagrajevanja glede na spol ter državo.

Država	Spol	Aritmetična sredina	Standardni odklon	T-test
Slovenija	Moški	2,48	0,98	-3,653
	Ženski	2,78	0,95	
Hrvaška	Moški	2,66	1,07	-2,433
	Ženski	3,08	1,06	
Srbija in Črna gora	Moški	2,15	1,06	-2,101
	Ženski	2,53	1,10	
Skupaj	Moški	2,44	1,02	-5,355
	Ženski	2,81	1,00	

Tabela 7.5.3.4 nam razkrije, da so moški na področju nagrad bolj zahtevni od žensk. Zavedati se je potrebno, da so plače in dodatne ugodnosti v podjetju povsem enake za oba spola, a kljub temu so moški v vseh državah prav vse postavke ocenili z nižjimi ocenami. Moški torej pričakujejo za enako delo višje plače, več ugodnosti in tudi več priznanj in pohval kot ženske. S tem ne menim, da moški želijo imeti za enako delo višjo plačo kot ženske, ampak le da svoje delo bolj cenijo in si zase želijo višjo nagrado. Ali se moškim zdi ta sistem nagrajevanja primeren za ženske, je povsem drugo vprašanje.

Grafikon 7.5.3.1: Aritmetične sredine dosežkov v sklopu Sistem nagrajevanja glede na države in spol ter skupni rezultati.



Na grafikonu 7.5.3.1 vidimo, da so ocene v sklopu o sistemu nagrajevanje najnižje med sklopi. Le ena od povprečnih ocen preseže mejo, ki izraža zadovoljstvo, in sicer ocena žensk na Hrvaškem. Tudi na splošno je zadovoljstvo s sistemom nagrajevanj najvišje na Hrvaškem, saj so tudi moški v tej državi ta sklop ocenili najboljše.

7.5.4. Zadovoljstvo zaposlenih

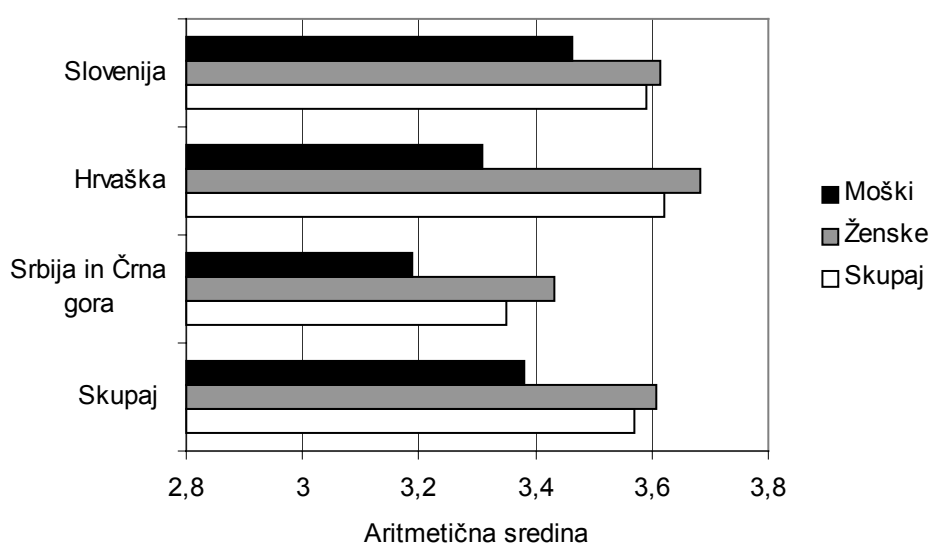
Izračunal sem povprečno oceno zadovoljstva iz vseh trinajstih postavk in ga predstavil v nadaljevanju.

Tabela 7.5.4.1: Aritmetična sredina, standardni odklon in T-test zadovoljstva zaposlenih glede na spol ter državo.

Država	Spol	Aritmetična sredina	Standardni odklon	T-test
Slovenija	Moški	3,46	0,70	-2,626
	Ženski	3,61	0,65	
Hrvaška	Moški	3,31	0,78	-2,823
	Ženski	3,68	0,79	
Srbija in Črna gora	Moški	3,19	0,92	-1,758
	Ženski	3,43	0,80	
Skupaj	Moški	3,38	0,77	-4,635
	Ženski	3,61	0,69	

V vseh treh državah so ženske z delom bolj zadovoljne, najbolj so zadovoljne ženske na Hrvaškem (3.68) in v Sloveniji (3.61), malo manj pa v Srbiji in Črni gori (3.43). Zadovoljstvo moški je nekoliko nižje, a kljub temu na visoki ravni, tako da lahko trdimo, da so moški s tem poklicem zadovoljni. Najbolj so moški s tem poklicem zadovoljni v Sloveniji (3.64), sledijo moški na Hrvaškem (3.31) in v Srbiji in Črni gori (3.19). Poudariti pa je potrebno, da se zadovoljstvo moških v Srbiji in Črni gori statistično pomembno ne razlikujejo od zadovoljstva žensk v tej državi.

Grafikon 7.5.4.1: Aritmetične sredine dosežkov zadovoljstva zaposlenih glede na države in spol ter skupni rezultati.



Iz grafikona 7.5.4.1 je razvidno, da je zadovoljstvo vseh zaposlenih prodajalcev v Skupini Mercator na visoki ravni. Med državami sicer obstajajo razlike, predvsem je zadovoljstvo nekoliko nižje v Srbiji in Črni gori, kjer pa je bil Mercator v času raziskave prisoten manj kot eno leto, tako da je bila raziskava izvedena prvič in ravno iz razloga, da se oceni, kako zaposleni ocenjujejo takratno delo.

7.6. Preverjanje hipotez

V nalogi sem preveril dve hipotezi. Zanimalo me je, ali se bo zadovoljstvo zaposlenih prodajalcev razlikovalo glede na spol. To hipotezo sem preveril na celotnem vzorcu prodajalcev in na treh pod-vzorcih glede na posamezno državo. Rezultati so pokazali, da so na splošno ženske bolj zadovoljne kot moški. Prvo hipotezo lahko zavrnamo le v Srbiji in Črni gori, medtem ko hipoteze ne zavrnamo na celotnem vzorcu ter v Sloveniji in na Hrvaškem.

Tudi v Srbiji in Črni gori so ženske bolj zadovoljne kot moški, vendar razlika med spoloma ni statistično pomembna. Sklepamo lahko, da so moški prodajalci manj zadovoljni s svojim delom kot ženske prodajalke.

Z drugo hipotezo sem preveril velikost razlik v zadovoljstvu z delom med spoloma. Predvideval sem, da bodo razlike različno velike v različnih državah. Iz rezultatov je razvidno, da so razlike v zadovoljstvu z delom med spoloma različno velike v različnih državah. Razlika v Srbiji in v Črni gori ni statistično pomembna za razliko od Slovenije in Hrvaške. Tudi razliki v zadovoljstvu med moškimi in ženskami v Sloveniji in na Hrvaškem so med seboj različne. Tako so ženske na Hrvaškem bolj zadovoljne od žensk v Sloveniji, poleg tega pa so moški na Hrvaškem manj zadovoljni kot moški v Sloveniji. Tako, da tudi druge hipoteze ne zavrnemo.

Potrebno je poudariti, da spol in država nista nujno edina vzroka za razlike v zadovoljstvu prodajalcev in prodajalk. Možni so tudi drugi razlogi, kot čas opravljanja poklica, čas delovne dobe v obravnavanem podjetju in še marsikaj drugega. V svoji raziskavi sem dokazal, da obstajajo razlike v zadovoljstvu, ki so odvisne od spola in države, a nikakor ne moram trditi, da je edini razlog zaposlitvena oz. poklicna segregacija. Prav tako rezultati nakazujejo, da bi bilo smiselno opraviti kvalitativno raziskavo med prodajalci in prodajalkami, katere izključni namen bi bil analizirati vpliv spolne segregacije na zadovoljstvo z delom in poklicnim statusom.

Menim, da bi bilo smiselno enako raziskavo izpeljati tudi v poklicu, kjer prevladujejo moški, prav tako pa tudi v spolno integriranem poklicu. Na ta način bi lahko dobili več informacij. Raziskavo, ki sem jo opravil, bi bilo smiselno ponoviti čez nekaj let, ko se razmere na novih trgih (Hrvaška, Srbija in Črna gora) stabilizirajo. To velja predvsem za Srbijo in Črno goro. Kot sem že omenil je bil Mercator v času raziskave v tej državi prisoten manj kot leto dni, medtem ko je na Hrvaškem že dalj časa, kar ima prav gotovo določen vpliv na rezultate

8. ZAKLJUČEK

V prvem delu diplomske naloge sem opredelil, kaj je poklicna segregacija in kateri poklici so feminizirani. S pomočjo statističnih podatkov sem dokazal, da je poklic prodajalca/prodajalke v Sloveniji ženski oz. feminiziran poklic. Moški v tem poklicu predstavljajo manjšino. Enako velja tudi za poklic poslovodje, medtem ko so vsi ostali poklici v trgovini ali spolno nevtralni ali moški poklici. To kaže na vertikalno segregacijo, ki smo ji priča tudi v trgovskih poklicih. Moški zasedajo mesta, ki so prestižnejša in bolje plačana.

Predstavil sem tudi načine, kako moški vstopajo v tradicionalno ženske poklice, poleg tega pa sem razvil in argumentiral tudi svoj pogled, zakaj se moški odločajo za prehode iz tradicionalno moških v tradicionalno ženske poklice. Prehode sem razdelil na dve vrsti, in sicer na prostovoljni prehod in prisilni prehod. V tem delu naloge sem predstavil tudi slabosti in prednosti, s katerimi se srečujejo moški prodajalci. Slabosti so nižji ugled poklica, slabša plača ter podvrženost stereotipom in predsodkom, ki moškim zapira vrata do določenih področij tega poklica. Prednosti moškim pa predstavlja dejstvo, da lažje napredujejo in da jih k večjim ambicijam spodbujajo celo sodelavke.

V drugem delu naloge pa sem analiziral, kako so s svojim delom zadovoljni prodajalci in prodajalke v Skupini Mercator. Analiza je bila opravljena na podatkih za tri različne države in v vseh treh se je izkazalo, da so s svojim delom bolj zadovoljne prodajalke, poleg tega pa sem dokazal, da je zadovoljstvo odvisno tudi od države, v kateri delajo prodajalci/prodajalke. Rezultati moje raziskave ne dokazujejo, da so moški manj zadovoljni zato ker je ta poklic ženski oz. feminiziran. Vzroke, zakaj so moški manj zadovoljni, bi bilo treba še poiskati. Ena od možnih razlag je v tem, da imajo moški kot posledica socializacije na poklicnem področju večje ambicije.

Spolna segregacija na trgu dela še zdaleč ni odpravljena, kar dokazujejo podatki o plačah in podatki o spolni determiniranosti določenih poklicev. Tako v javnem kot zasebnem sektorju bi bilo treba natančno določiti zaposlitvene in promocijske kriterije. Kako dobro in uspešno lahko nekdo opravlja svoje delo, je edino pravo merilo, ali je človek primeren za določeno delo ali ne.

»Resnično mi je vseeno, ali je v poklicu več moških ali več žensk. Želim si le, da so v poklicu ljudje, ki imajo poklic radi in ga dobro opravljajo« (knižničar v Williams, 1995: 150).

9. VIRI IN LITERATURA

- Anker, Richard (1997): Theories of occupational segregation by sex: An overview. International Labour Office, Genova.
- Cross, Simon in Bagilhole, Barbara (2002): »Girls Jobs for the Boys? Men, Masculinity and Non-Traditional Occupations«. Gender, Work and Organization, Vol. 9, No. 2, str. 204-226.
- Černigoj Sadar, Nevenka in Verša, Doroteja (2002): »Zaposlovanje žensk«. Politika zaposlovanja, str. 398-430.
- Černigoj Sadar, Nevenka (2000): »Spolne razlike v formalnem in neformalnem delu«. DR, XVI., str. 31-52.
- Hakim, Catherine (1998): Social Change and inovation in the labour market. Oxford University Press, New York.
- Ladik M., Daniel; Marshall W., Greg; Lassk G., Felicia in Moncrief C., William (2002): »Reecamining gender issues in salesperson propensity to leave«. Industrial marketing management 31, str. 599-607.
- Možina, Stane (ur.) (1998): Managment kadrovskih virov. Fakulteta za družbene vede, Ljubljana.
- Možina, Stane (1999): »Plača ni edini in zadosten dejavnik motivacije«. Industrijska demokracija, letnik 3, številka 2.
- (1996) Priročnik za pripravniški izpit za poklic prodajalca. Gospodarska zbornica Slovenije, Ljubljana.
- (1996) Statistični letopis 1996. Statistični urad Republike Slovenije, Ljubljana.
- (1997) Statistični letopis 1997. Statistični urad Republike Slovenije, Ljubljana.
- (1998) Statistični letopis 1998. Statistični urad Republike Slovenije, Ljubljana.
- (1999) Statistični letopis 1999. Statistični urad Republike Slovenije, Ljubljana.
- (2000) Statistični letopis 2000. Statistični urad Republike Slovenije, Ljubljana.
- (2001) Statistični letopis 2001. Statistični urad Republike Slovenije, Ljubljana.
- (2002) Statistični letopis 2002. Statistični urad Republike Slovenije, Ljubljana.
- (2002) Smo Slovenke na trgu delovne sile enakopravne? Analiza položaja žensk na trgu delovne sile v Sloveniji. Pospeševalni center za malo gospodarstvo, Ljubljana.
- »Stereotyping«. dostopno na:
<http://www.ai.mit.edu/people/ellens/gender/pap/node6.html> - na dan 8.1.2004.

- Šadl, Zdenka (2002): »We're out to make you smile, Emocionalno delo v storitvenih organizacijah«. Teorija in praksa, 39, str. 49-80.
- Toš, Niko (ur.) (2003): Slovensko javno mnenje. Fakulteta za družbene vede, Ljubljana.
- Tourangeau, Roger in Smith, Tom (1999): »Collecting sensitive information with different modes of data collection«. 52nd summer institute in survey research techniques, str. 55-83.
- (2003) Trg Dela, Statistične informacije, št. 255, 14. oktober 2003.
- Ule Nastran, Mirjana (ur.) (1999): Predsodki in diskriminacije : izbrane socialno-psihološke študije. Znanstveno in publicistično središče, Ljubljana.
- Ule Nastran, Mirjana (1997); Temelji socialne psihologije. Znanstveno in publicistično središče, Ljubljana.
- Williams L., Christine (1993): Doing »Women's Work«: Men in nontraditional occupations. Sage publications, Newbury Park.
- Williams L., Christine (1995): Still a man's world: Men who do women's work. University of California Press, Berkley, Los Angeles, London.
- Kresal, Barbara; Kresal Žoltes, Katarina in Senčur Peček, Darja (2002): Zakon o delovnih razmerjih s komentarjem in stvarnim kazalom. Založniška hiša Primath, Ljubljana.
- Zakon o enakih možnostih žensk in moških (ZEMŽM). Dostopno na: http://www.uem-rs.si/slo/zakon_em.html - na dan 21.2.2004.
- Ustava Republike Slovenije. Dostopno na: http://www.us-rs.si/index.php?sv_path=6 - na dan 22.1.2004.
- Interni viri, Poslovni sistem Mercator, d.d., Ljubljana.
- http://www.greekorthodoxchurch.org/wfb2002/yugoslavia/yugoslavia_economy.html - na dan 10.1.2004.
- <http://www.hzz.hr/hzz.asp?ID=4372> – na dan 10.1.2004.
- <http://www.uem-rs.si> – na dan 21.2.2004.