

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Bojan Toprek

Makro vplivi na obseg agencijskega dela v državah EU

Diplomsko delo

Ljubljana, 2017

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Bojan Toprek

Mentor: Izr. prof. dr. Anton Kramberger

Makro vplivi na obseg agencijskega dela v državah EU

Diplomsko delo

Ljubljana, 2017

Zahvalil bi se staršema in bratu za podporo in vero vame v letih študija. Posebno bi se zahvalil mentorju, izr. prof. dr. Antonu Krambergerju za usmeritve, nasvete in predvsem svobodo pri nastajanju tega diplomskega dela.

Makro vplivi na obseg agencijskega dela v državah EU

Agencijsko posredovanje dela je naraščajoč trend fleksibilne oblike zaposlovanja. Deluje v tridelnem razmerju med delavcem, ki ima podpisano pogodbo o delovnem razmerju z agencijo za zaposlovanje, agencijo, ki je delavčev zakonski delodajalec in, ki posreduje delavčevo delo uporabniškemu podjetju ter uporabniškim podjetjem, pri katerem ta delavec opravlja dejansko delo. Agencija je tako umeščena med potencialne delavce in uporabniška podjetja, kjer usklajuje potrebe enih in drugih.

Številne študije prikazujejo naglo rast prisotnosti agencijskega dela. Obenem tovrstno delo velja za obliko dela, ki je za delavce med najmanj varnimi. Politična aktualnost in občutljivost teme sta bila glavna motiva za nastanek tega dela, katerega namen je raziskati makro vplive na obseg agencijskega dela v Evropski Uniji. Obravnavali smo tri makro faktorje, ki potencialno vplivajo na rast agencijskega dela: državno politiko, ekonomijo in kulturo družbe. Raziskave so pokazale, da na porast, oziroma gibanje agencijskega dela, od teh treh faktorjev najbolj vpliva ekonomija, kjer agencijsko delo sledi nihanjem v poslovnih ciklih in fluktuacijskim potrebam podjetij, pa tudi deregulaciji zakonodaje o delovnih razmerjih, ki dopušča vse bolj fleksibilne oblike zaposlitve.

Ključne besede: fleksibilne zaposlitve, agencijsko delo, zaposlovalna agencija, obseg agencijskega dela, makro vplivi.

Macro Influences on the Scope of Temporary Agency Work in the EU

Temporary agency work is a growing trend of flexible forms of employment. It operates in a three-way relationship between agency worker, who is in a legal employment relationship with work agency, work agency which is worker's legal employer and which assigns the worker to user company, and a user company for whom the agency worker actually works. The agency is positioned between potential workers and user companies coordinating needs of one and the other.

Numerous studies show a rapid increase in the presense of agency work. At the same time, it is a form of employment that is among the least safe for workers. The political topicality and sensitivity of the issue were the main motives for the creation of this work, which aims at investigating the macro influences on the scope of agency work in the European Union. We discussed the impacts of state policy, economy and the culture of society on the expansion of TAW. Research has shown that the rise of agency work is mostly influenced by the economy with alterations in business cycles where agency work follows the fluctuation needs of companies and the deregulation of labour relations legislation, which increasingly allows flexible forms of employment.

Key words: flexible forms of employment, temporary agency work, temporary work agency, the scope of agency work, macro impacts.

Kazalo

1	Uvod.....	7
2	Fleksibilnost.....	9
2.1	Fleksibilnost.....	9
2.2	Flexicurity.....	11
2.3	Fleksibilnost trga dela.....	12
2.4	Fleksibilne oblike zaposlitev.....	13
3	Agencijsko delo.....	14
3.1	Opredelitev zaposlitve preko agencije za zaposlovanje.....	14
3.2	Kako delujejo zaposlitvene agencije?.....	16
3.3	Pravni viri.....	19
3.3.1	Pogoji za opravljanje agencijskega dela.....	19
3.3.2	Pravice in obveznosti strank.....	20
4	Prednosti in slabosti agencijskega dela.....	21
4.1	Prednosti in slabosti za uporabniško podjetje.....	21
4.2	Prednosti in slabosti za delavce, zaposlene preko agencije:.....	24
5	Razlogi in vplivi za porast agencijskega dela.....	27
6	Empirični del.....	29
6.1	Predmet raziskave in metodologija:.....	29
6.2	Raziskovalno vprašanje in hipoteza.....	32
6.3	Omejitve.....	33
6.4	Definicije za lažje razumevanje:.....	33
6.5	Politični vpliv na obseg agencijskega dela:.....	34
6.5.1	Prikaz podatkov in interpretacija.....	37
6.5.2	Ugotovitve.....	39
6.6	Ekonomski vpliv na obseg agencijskega dela.....	40
6.6.1	Prikaz podatkov in interpretacija.....	42
6.6.2	Ugotovitve.....	46
6.7	Kulturni vpliv.....	47
6.7.1	Hofstede in dimenzije kulture.....	47
6.7.2	Izogibanje negotovosti.....	48
6.7.3	Moškost družbe.....	50
6.7.4	Razlika v moči.....	52

6.7.5	Hofstede in grozdenje (clustering)	55
6.7.6	Ugotovitve	57
6.8	Sklep	58
7	Zaključek	59
8	Literatura:	61

Kazalo slik:

Slika 2.1:	Atkinsonov model fleksibilnega podjetja	10
Slika 2.2:	Fleksibilnost trga dela	12
Slika 3.1:	Odstotek agencijskih delavcev v Sloveniji v primerjavi s svetom, 2016	15
Slika 3.2:	Odstotek agencijskih delavcev, od vseh delovno aktivnih v EU v letih 2008 in 2014	15
Slika 3.3:	Velikost podjetij in obseg agencijskega dela	16
Slika 3.4:	Razmerje med tremi akterji agencijskega dela	17
Slika 3.5:	Rast števila agencijskih delavcev v Sloveniji od leta 2005 do 2013	18
Slika 4.1:	Agencijski delavci po panogah, Slovenija 2015	21
Slika 4.2:	Cena najema agencijskega delavca, Slovenija 2015	22
Slika 4.3:	Razlogi za najemanje agencijskih delavcev, Slovenija okrog leta 2003	24
Slika 4.4:	Razlogi delavcev za zaposlitev preko agencij, Slovenija okrog leta 2003	26
Slika 6.1:	Tri makro silnice vpliva na obseg agencijskega dela (konceptualni model)	30
Slika 6.2:	Agencijski delavci in industrijska proizvodnja v časovnem obdobju od 1973 do 2007 v Nemčiji	42
Slika 6.3:	Agencijski delavci in brezposelnost v časovnem obdobju od 1973 do 2007 v Nemčiji	43
Slika 6.4:	Agencijsko delo in BDP v časovnem obdobju od 1990 do 2007 v Franciji	45
Slika 6.5:	Agencijsko delo in BDP v časovnem obdobju od 1977 do 2007 na Nizozemskem	45
Slika 6.6:	Agencijsko delo in BDP v časovnem obdobju od 1996 do 2007 v Belgiji	46
Slika 6.7:	Razporeditev držav po grozdih	56

Kazalo grafov:

Graf 6.1:	Strogost odpustitve redno zaposlenih delavcev v EU v letu 2013	37
Graf 6.2:	Obseg (%) agencijskih delavcev v EU v letu 2014	38
Graf 6.3:	Strogost odpustitve redno zaposlenih (2013) v primerjavi z obsegom (%) agencijskih delavcev v EU (2014)	38

Kazalo tabel:

Tabela 6.1:	Indeks izogibanja negotovosti in obseg agencijskega dela (%) v letu 2014, 23 držav EU	49
Tabela 6.2:	Indeks moškosti in obseg (%) agencijskega dela v letu 2014, 23 držav EU	51
Tabela 6.3:	Indeks razlike v moči in obseg (%) agencijskega dela v letu 2014, 23 držav EU	53

1 Uvod

Živimo v času sprememb. V času globalizacije. V času negotovosti. Tako so spremembe, globalizacija in negotovost prisotne tudi pri zaposlitvi človeka, ki pa je ključnega pomena za njegovo preživetje. Živimo v času, ko je delavec obravnavan kot strošek in, ko je zniževanje stroškov v podjetjih glavna strategija večanja profita. Trg dela želi fleksibilnost in politika mu to vse bolj omogoča z vse večjo ohlapnostjo zakonodaje delovnih razmerij in z vse večjo prisotnostjo fleksibilnih oblik zaposlitev.

Zaposlitev preko zaposlitvene agencije je ena od fleksibilnih oblik dela. Agencije so umeščene med delodajalce in delavce, kjer zadovoljujejo ter usklajujejo želje in potrebe obeh strani. Na eni strani poskrbijo, da delavec najde delovno mesto, na drugi pa, da delodajalec najde ustreznega delavca. Skupna točka vseh treh akterjev je profit. V teoriji je agencijsko delo izjemna priložnost za vse vpletene. Delavec dobi delo in pripadajočo plačo. Delodajalec dobi delavca, ki ga potrebuje za opravljanje dejavnosti. Agencija je plačana za svojo uslugo. V praksi pa vse skupaj poteka nekoliko drugače. Največkrat pridobita agencija in delodajalec na račun delavca, ki je v tem trojnem razmerju najšibkejši člen. Aktualna tema, ki jo v nekaterih medijih enačijo z novodobnim suženjstvom, je kot kaže, naša kruta prihodnost in ta skrb za prihodnost je poglobitni razlog za našo raziskavo.

Namen naše naloge, je odkriti kako so državne politike, ekonomija in kultura družbe, vplivale na prisotnost agencijskega dela po državah Evropske Unije. Poudarek je na razmerju moči med tremi makro faktorji, ki ga bomo skušali določiti s pomočjo stilizirane analize bivariatnih povezav med pojavi. V oporo nam je tudi teorija o faktorjih rasti agencijskega dela. Ugotavljali bomo torej, kateri izmed omenjenih makro faktorjev hipotetično najverjetneje najbolj vpliva na obseg agencijskega dela in zakaj. Ker so po državah verjetno prisotne variacije glede pomena posameznih faktorjev obsega agencijskega dela, bomo v proučevanju segli tudi po sekundarnih empiričnih virih.

Raziskovalno vprašanje: V kakšnem obsegu državna politika, ekonomija in kultura družbe vplivajo na obseg agencijskega dela po državah EU ter kakšno je razmerje moči med njimi?

Hipoteza H^o1: Najmočnejši vpliv na obseg agencijskega dela imajo državne politike, sledi ekonomija in na zadnjem mestu je kultura družbe.

Prvo poglavje je uvod. V drugem poglavju bomo definirali pojem fleksibilnosti in vse povezano z njim. V besedilu bo torej govora o oblikah fleksibilnosti, ki so zaželeno v podjetjih, spraševali pa se bomo tudi, kako različni nivoji fleksibilnosti zaposlitve razdelijo delavce v sloje, kjer so nekateri bolj varni kot drugi. Nato bomo predstavili pojem flexicurity, ki govori o kombinaciji fleksibilne zaposlitve in njene sigurnosti preko dobre socialne politike in ustrezne delovne zakonodaje. Opredelili bomo fleksibilnost trga dela na ravni organizacije in na ravni gospodarstva. Na koncu poglavja bomo navedli najbolj pogoste oblike fleksibilnih zaposlitev.

V tretjem poglavju se bomo poglobili v agencijsko delo, ki je naša glavna tema. Definirali bomo kaj agencijsko delo je in kdo ga sestavlja. Ponazorili bomo, kako delujejo zaposlitvene agencije v tridelnem razmerju. Predstavili bomo pravni okvir agencijskega dela, kjer bomo opisali pravice in dolžnosti vpletenih.

V četrtem poglavju bomo predstavili prednosti in slabosti agencijskega dela. V prvem podpoglavju četrtega poglavja, bomo govorili o prednostih in slabostih za uporabniško podjetje. V drugem podpoglavju pa bomo razglabljali o prednostih in slabostih za delavce, zaposlene preko agencije.

Peto poglavje bo predstavilo makro in mikro razloge za porast agencijskega dela s koncepti globalizacije, zakonske liberalizacije delovnih razmerij in ekonomijo, kot glavnimi krivci za povečan obseg agencijskega dela v zadnjih desetletjih.

Šesto poglavje bo empirični del, kjer se bomo poglobili v našo raziskavo. Najprej bomo še enkrat - tokrat bolj podrobno, predstavili naše raziskovalno vprašanje in našo hipotezo, kjer bomo razložili zakaj smo se odločili za njo. Obrazložili bomo tudi naš metodološki pristop. Nato bomo opisali omejitve naše raziskave in kaj te pomenijo zanjo. Empirični del se v nadaljevanju razdeli na tri sklope. Prvi sklop bo o političnem vplivu na obseg agencijskega dela, kjer bomo analizirali že opravljeno raziskavo in statistične podatke o strogosti zakonodaje pri odpuščanju redno zaposlenih delavcev, ki jih bomo primerjali z obsegom agencijskega dela. Drugi sklop bo predstavil ekonomski vpliv na obseg agencijskega dela, kjer bomo s teoretskim pristopom analizirali dve že objavljeni študiji in skušali iz njih smiselno povzeti/skleniti dognano moč ekonomskega vpliva na obseg agencijskega dela. V tretjem in zadnjem sklopu bomo analizirali vpliv kultur družb na obseg agencijskega dela s pomočjo Hofstedejevih dimenzij nacionalne kulture. Na koncu empiričnega dela, bomo s pomočjo vse prebrane literature in opravljenih raziskav poskusili smiselno skleniti poglavje, kjer bomo skušali

prikazati razmerje moči med omenjenimi makro vplivi na obseg agencijskega dela - torej, državnih politik, ekonomije in kulture družbe.

2 Fleksibilnost

2.1 Fleksibilnost

Fleksibilnost lahko definiramo kot skupni cilj in strategijo, kar pomeni biti zmožen hitrega in učinkovitega odzivanja na zahteve okolja, ki so nepredvidljive in se spreminjajo (Raspor in Volk Rožič 2006, 379). Standardna oblika zaposlovanja je opredeljena kot polna zaposlitev, kot odprta, varna in stalna (Felstad in Jewson 1999, 1). Fleksibilne oblike zaposlovanja pa v najsplošnejšem pogledu kot oblike, ki odstopajo od standardne oblike zaposlovanja.

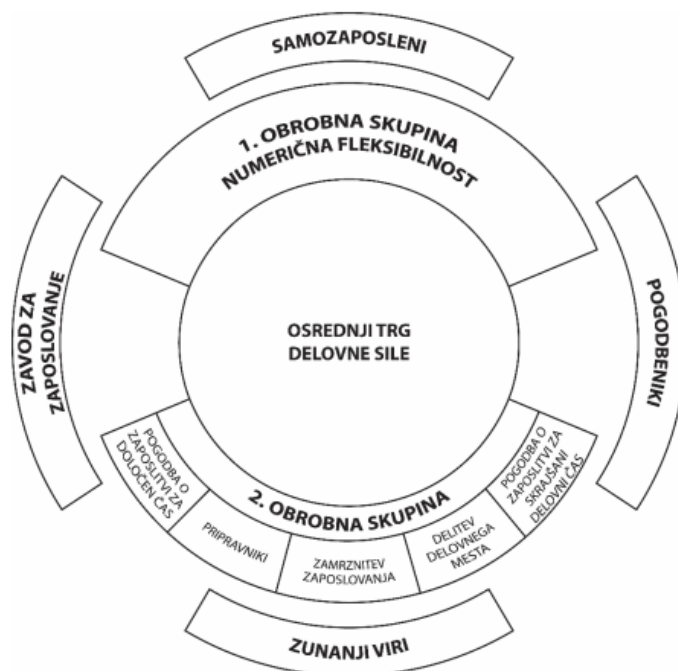
Obstajajo različni tipi fleksibilnosti. Atkinsonov model fleksibilnosti dela (Atkinson 1986, 11; Raspor in Volk Rožič 2006, 379) pravi, da na ravni podjetja obstajajo trije tipi fleksibilnosti:

- Funkcionalna fleksibilnost, ki je videna kot oblika fleksibilnosti, ki od zaposlenih pričakuje sposobnost ter pripravljenost za hitro preoblikovanje iz enega delovnega mesta na drugega. Torej temelji na spremembi delovnih nalog zaposlenih znotraj podjetja. Od zaposlenih je tako pričakovano, da imajo veščine za različne delovne naloge. Delavci se tako po potrebi lahko premikajo tudi iz direktnih proizvodnih funkcij na bolj indirektno storitvene funkcije. V praksi je funkcionalna fleksibilnost prisotna predvsem v jedrnem, ključnem delu podjetja. Vse je odvisno od razvoja metod proizvodnje in tudi produktov samih ter stanja na trgu. Končni rezultat je v teoriji optimalno izkoriščanje človeškega kapitala v podjetju in popolna fleksibilnost ter pripravljenost delavcev na spremembe delovnih nalog.
- Numerična fleksibilnost, ki je videna kot oblika fleksibilnosti, ki hitro in preprosto povečuje oziroma zmanjšuje število zaposlenih glede na potrebe podjetja v določenem trenutku. To lahko pomeni olajšanje administracije v smislu, da je odpuščanje oziroma najemanje delavcev lažje in, da so pogodbe o zaposlitvi med zaposlenimi in podjetjem bolj ohlapne. Končni rezultat bi v teoriji v tem primeru bil, da je v določenem trenutku v podjetju zaposlenih ravno toliko delavcev, kot jih je potrebno.

- Finančna fleksibilnost, ki je videna kot oblika fleksibilnosti, ki temelji na potrebi po fleksibilnosti višine plač in ostalih stroškov delodajalcev z zaposlenimi, katerih višina je zrcalo stanja trga v določenem trenutku. Delodajalci v želji po znižanju stroškov podjetja, želijo zaposliti delavce po čim nižji dopustni ceni na trgu. Tu pride v poštev prilagajanje stroškov dela z učinki delavcev, različni sistemi nagrajevanja in podobno.

Fleksibilnost trga dela Lipičnik opredeljuje kot "hitrost, s katero se delodajalci in zaposleni odzivajo na spreminjajoče se okoliščine del" (Lipičnik 2000). Delavcem tako fleksibilno delo daje več svobode glede organiziranja svojega dela in prostega časa. Delodajalcu pa fleksibilnost olajša organiziranje človeških virov glede na potrebe odjemalcev. Atkinson (Atkinson 1984) pravi, da tipi fleksibilnosti niso novost na trgu dela. Novost je dejstvo, da vse več podjetij teži k vsem trem oblikam fleksibilnosti hkrati. To Atkinson ponazori v svojem modelu fleksibilnega podjetja, ki je razdeljen na navzven se razširjajoče kroge kjer prevladujejo različni tipi zaposlitve in hkrati različni tipi fleksibilnosti (glej Sliko 2.1).

Slika 2.1: Atkinsonov model fleksibilnega podjetja



Vir: Raspor in Volk Rožič (2006, 379).

Atkinsonovo fleksibilno podjetje je sestavljeno iz (Atkinson 1984; Raspor in Volk Rožič 2006, 379) :

- Jedra podjetja kjer se od zaposlenih zahteva vsestranskost za opravljanje različnih del v podjetju. Ti zaposleni so ključnega strateškega pomena za podjetje in so dolgoročno, redno zaposleni delavci z možnostjo napredovanja, saj so najbolj podvrženi funkcionalni fleksibilnosti.
- Obrobne skupine, kjer se nahajajo zaposleni, ki opravljajo bolj specifične funkcije in od katerih se ne pričakuje veliko vsestranskosti. To so zaposleni z bolj fleksibilnimi pogodbami o zaposlitvi kot so pogodbe za določen čas, za krajši delovni čas, delo ob vikendih, delo na daljavo, začasno/priložnostno delo in podobno. Po Atkinsonu tem delavcem ni ponujena kariera v podjetju, temveč zgolj zaposlitev. Varnost zaposlitve je nižja, saj so te skupine podvržene numerični obliki fleksibilnosti. Po Atkinsonu ti delavci, predvsem druga obrobna skupina (glej Sliko 2.1), maksimizirajo fleksibilnost podjetja in hkrati minimizirajo organizacijsko odgovornost podjetja do delavcev zaradi oblik zaposlitev, ki so zelo ohlapne.
- Zunanjega krog, ki je sestavljen iz delavcev, ki sicer delajo v podjetju, niso pa v njem zaposleni. Gre za delavce, zaposlene preko zaposlitvenih agencij, samozaposlene, ki opravljajo delo preko S.P.-jev, zunanje izvajalce storitev, kot so razni čistilni servisi, varovanje objektov in podobno.

2.2 Flexicurity

Koncept flexicurity, oziroma varne fleksibilnosti, lahko opredelimo kot kombinacijo fleksibilizacije dela (npr. krajši delovni čas, izbira med različnimi oblikami in načini organizacije dela) in ustvarjanja varnih ekonomskih in družbenih okvirov fleksibilizacije (ustreznega davčnega sistema, socialne kontrole gospodarstva, garantiranega prihodka, ustrezne delovne zakonodaje, dobro organizirane socialne politike na področju izobraževanja in podobno) (Kanjuro Mrčela in Ignjatović 2004).

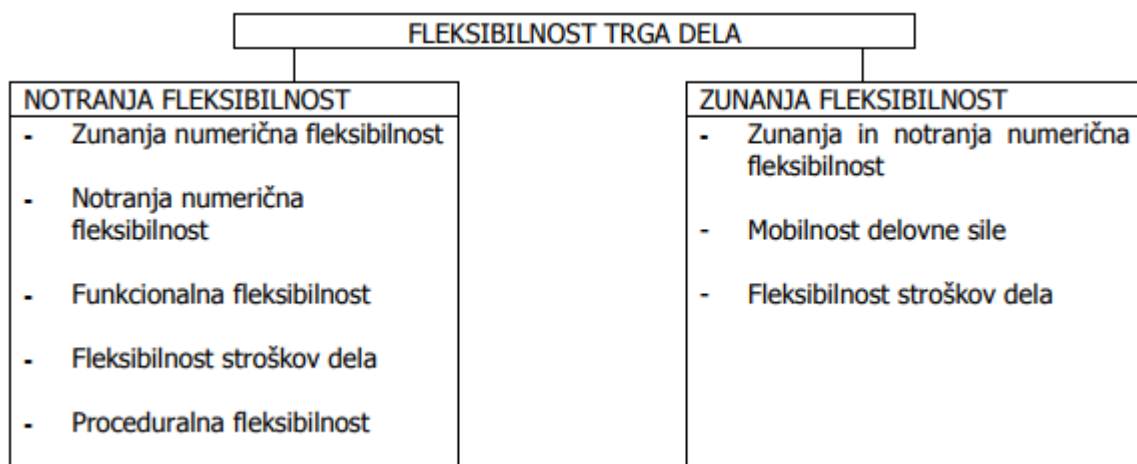
Gre za splet instrumentov, ki skušajo obdržati fleksibilnost zaposlovanja in hkrati povečati socialno varnost zaposlenih. Varna fleksibilnost torej vsebuje različne oblike tako fleksibilnosti, kot varnosti. Na eni strani imamo že omenjene oblike fleksibilnosti (funkcionalna, numerična

in finančna) na drugi pa varnost delovnega mesta (pri sedanjem delodajalcu), zaposljivost (možnosti novih zaposlitev ter nadomestil v primeru izgube zaposlitve) ter varnost usklajevanja (plačane službe in drugih obveznosti) (Kanjuo Mrčela 2017).

2.3 Fleksibilnost trga dela

Fleksibilnost zajema tako notranjo kot zunanjo fleksibilnost in je še posebej pomembna za male delodajalce, saj se ti težko spopadajo z nepredvidljivostjo trga. Ko povpraševanje pade, se težko spopadejo tekmeči brez znižanja stroškov – najbolj pogosto z zniževanjem števila zaposlenih, kar zelo olajša izredno fleksibilen sistem agencijskega dela. Notranja fleksibilnost poteka na ravni organizacije, zunanja pa na ravni gospodarstva (Kajzer 2014, 2).

Slika 2.2: *Fleksibilnost trga dela*



Vir: Kajzer (2014, 3).

Rimmer in Zappala (1988) sta opredelila naslednje oblike notranje fleksibilnosti (na ravni podjetja/organizacije) (Kajzer 2014, 3):

- Zunanja numerična fleksibilnost, kot prožnost in sposobnost podjetja, da sledi razmeram na trgu. Tu je mišljeno predvsem na večanje oziroma zmanjševanje števila zaposlenih po potrebi v danem trenutku.

- Notranja numerična fleksibilnost, ki se osredotoča na prožnost podjetja pri prilagoditvi časovne razporeditve dela, torej števila delovnih ur ter delovnega časa in hkrati ne spreminja števila zaposlenih v podjetju.
- Funkcionalna fleksibilnost, ki se osredotoča na prožnost in sposobnost zaposlenih, da imajo kapaciteto za opravljanje več funkcij v podjetju (notranja mobilnost zaposlenih).
- Fleksibilnost plač in stroškov dela, kjer pridejo v poštev višine plač glede na funkcije, številne nagrade, sistemi plačevanja glede na rezultate in podobno.
- Proceduralna fleksibilnost, kjer je govora o pogajanjih s partnerji o omenjenih oblikah fleksibilnosti na ravni podjetja.

Na ravni gospodarstva pa obstajajo sledeče oblike zunanje fleksibilnosti (glej Sliko 2.2) (Kajzer 2014, 3):

- Numerična fleksibilnost, ki vključuje prilagajanje števila zaposlenih (zunanjo numerično fleksibilnost) in hkrati število opravljenih ur (notranjo numerično fleksibilnost) glede na stanje na trgu.
- Fleksibilnost stroškov dela, ki se ukvarja torej s prilagajanjem stroškov dela, največkrat s prilagajanjem ravni plač in ostalih stroškov dela ter stroškov sprememb v številu zaposlenih, kot tudi produktivnosti.
- Mobilnost delovne sile in spremembe v številu zaposlenih.

2.4 Fleksibilne oblike zaposlitev

Fleksibilne oblike zaposlitve Svetlik definira kot oblike zaposlitev, ki so drugačne od standardne oblike zaposlitve za nedoločen čas, s polnim delovnim časom (Svetlik 1994, 124).

Najbolj pogoste fleksibilne oblike zaposlitev so sledeče:

- Delo s krajšim delovnim časom pri večih delodajalcih,
- delo za določen čas,
- zaposlitev delavca pri delodajalcu, ki opravlja dejavnost zagotavljanja dela delavcev drugim uporabnikom,

- samozaposleni,
- delitev delovnega mesta,
- delovno razmerje s krajšim delovnim časom, poleg delovnega razmerja s polnim delovnim časom, pri drugem delodajalcu,
- delo po pogodbi,
- delo na daljavo,
- delo od doma in podobno.

3 Agencijsko delo

Maja Breznik z mirovnega inštituta: "Z neoliberalnimi spremembami je prišlo tudi do sprememb na trgu delovne sile in legalizacije trgovine z ljudmi. S spremembami je tudi človeško delo postalo blago. Torej "roba", ki se prodaja na trgu" (Klarič 2016).

3.1 Opredelitev zaposlitve preko agencije za zaposlovanje

Direktiva 2008/104/EC (Eurofound 2012) (v nadaljevanju Direktiva) zaposlitev preko agencije definira kot:

- Vsako fizično ali pravno osebo, ki v skladu z nacionalno zakonodajo sklene pogodbo o zaposlitvi ali delovnih razmerjih z delavci, zaposlenimi pri agencijah za zagotavljanje začasnega dela (v nadaljevanju zaposlitvene agencije ali agencije), da bi jih začasno dodelila uporabniškemu podjetju pod njihovim nadzorom in vodenjem.
- Delavca, zaposlenega preko zaposlitvene agencije (v nadaljevanju agencijskega delavca), pa kot delavca s pogodbo o zaposlitvi ali v delovnem razmerju z agencijo za zagotavljanje začasnega dela, preko katere je napoten v uporabniško podjetje, kjer opravlja delo začasno, pod njegovim nadzorom in vodenjem.
- Uporabniško podjetje, kjer delavec opravlja dejansko delo, pa kot vsako fizično ali pravno osebo, pri kateri in pod nadzorom ter vodstvom katere začasni agencijski delavec opravlja delo.

- Direktiva definira delovne naloge izvajane pri uporabniškem podjetju, ki jih delavec opravlja zaposlen preko zaposlitvene agencije kot obdobje, v katerem delavec opravlja delo začasno, pod nadzorom in vodenjem uporabniškega podjetja (Eurofound 2017).

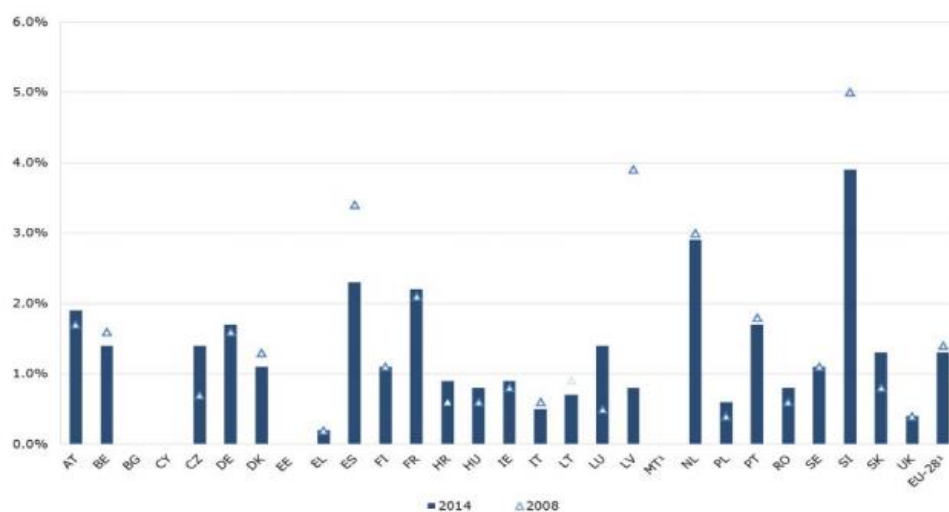
Slika 3.1: Odstotek agencijskih delavcev v Sloveniji v primerjavi s svetom, 2016



Vir: Klarič (2016).

Slovenija je 1,5% agencijskih delavcev malo pod svetovnim povprečjem in za 0,2% pod povprečjem Evrope. Po podatkih Evropskega parlamenta o prekarnem delu v Evropi, so podatki občutno višji. Slovenija je po teh podatkih na prvem mestu v Evropski Uniji, z malce več kot 5% agencijskih delavcev v letu 2008 in s skoraj 4% v letu 2014 (glej Sliko 3.2) (Evropski parlament 2016, 111).

Slika 3.2: Odstotek agencijskih delavcev, od vseh delovno aktivnih v EU v letih 2008 in 2014



Vir: Evropski parlament (2016, 111).

Številka je v resnici verjetno še višja, vendar za to ni uradnih dokazov. Agencijsko delo se namreč velikokrat skriva pod podatki drugih oblik prekariata, kot so začasno delo in delo za določen čas (Klarič 2016). Dejstvo, da je dejanski obseg agencijskega dela v praksi verjetno višji, govori v prid temu, da je agencijsko delo - tako kot ostale oblike prekariata, politično in socialno zelo občutljiva tema.

Slika 3.3: Velikost podjetij in obseg agencijskega dela



Vir: Klarič (2016).

Videti je, da se odstotek agencijskih delavcev premo-sorazmerno povečuje glede na velikost podjetja po številu zaposlenih. Večja podjetja tako bolj težijo k zaposlitvi agencijskih delavcev, saj so močnejša in obrobne zaposlene porinejo v območje agencij.

3.2 Kako delujejo zaposlitvene agencije?

Osnovna lastnost agencijskega dela je "trojni odnos", imenovan tudi trikotni zaposlitveni odnos med uporabniškim podjetjem, zaposlenim in agencijo (Eurofund 2017).

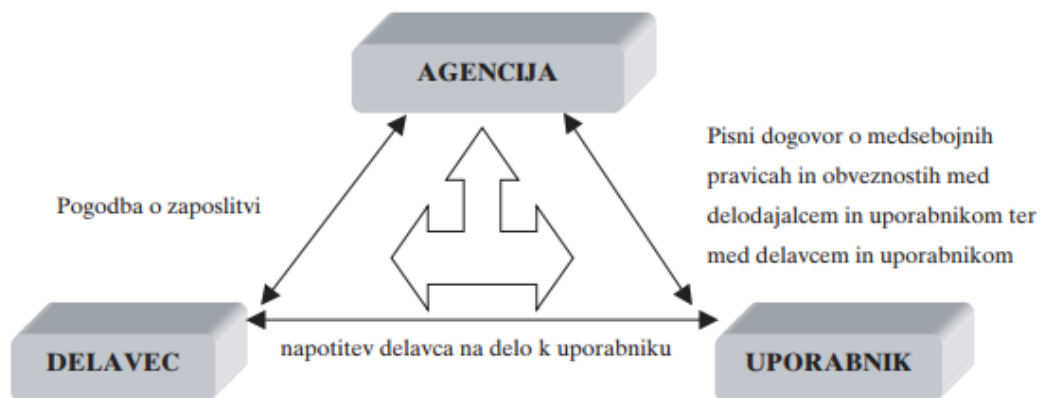
Imamo torej tri akterje (Raspor in Volk Rožič 2006, 380):

- agencijo, ki je zakonski delodajalec, kateri posreduje delo delavca uporabniške mu podjetju,

- delavca, ki je zaposlen pri zaposlitveni agenciji, vendar dejansko delo opravlja v uporabniškem podjetju,
- uporabniško podjetje, pravna ali fizična oseba, ki sklene pogodbo z zaposlitveno agencijo, preko katere najame delavca za opravljanje določenega dela.

Pri agencijskem delu je pogosta napaka, da dojemamo agencijsko delo kot posredovanje zaposlitve. V praksi gre za vzpostavitev tristranskega razmerja med delavcem, agencijo - ki je neposredni delodajalec in uporabniškim podjetjem, v korist katerega delavec neposredno opravlja delo, a pri njem ni v delovnem razmerju (glej Sliko 3.4) (Belopavlovič, Kresal, Kresal Šoltes in Šenčur Peček 2003, 239).

Slika 3.4: Razmerje med tremi akterji agencijskega dela



Vir: Raspor in Volk Rožič (2006, 380).

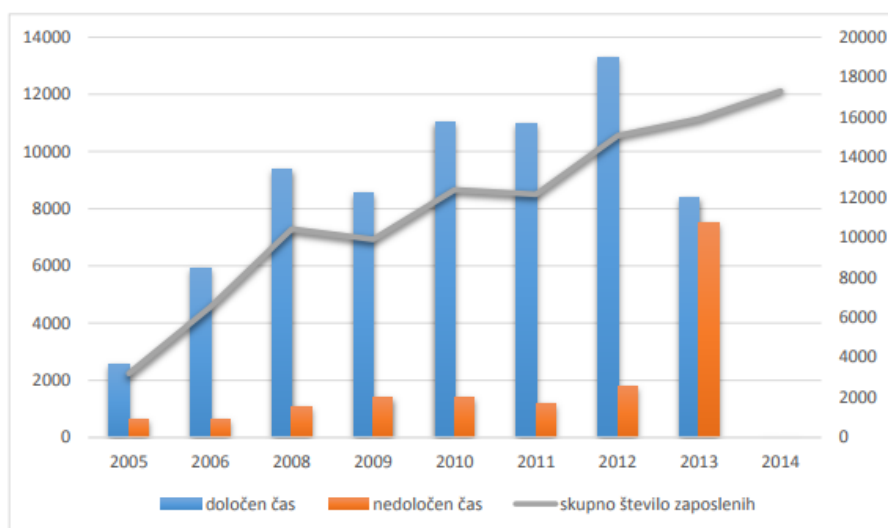
Agencija deluje tako, da poišče primerne delavca za uporabniško podjetje, kateremu ga predstavi in na podlagi soglasne odločitve, delavec podpiše pogodbo z agencijo. Agencija opravlja vse kadrovske naloge, kot so izračuni plač, stroški zaposlitve in prenehanja pogodbe o zaposlitvi ter ureja druge administrativne stroške z delavcem. Uporabnik in agencija določita pogoje in vrsto dela, ki ga bo zaposleni pri uporabniškem podjetju opravljal, vključno s pravicami in obveznostmi vseh treh akterjev (Kohont 2003; Bricej 2007).

Agencija v praksi ne deluje kot pravi delodajalec, ne zgolj zato, ker delavci ne opravljajo dela pri njih, ampak tudi zato, ker ne zaposlijo delavcev in jim potem iščejo službe, temveč šele, ko dobijo naročila od uporabnikov, začnejo iskati primerne delavce. Delujejo torej bolj kot posrednik in ne kot delodajalec v običajnem smislu (Breznik 2013, 41).

V pravni teoriji sta agencijski delavec in redno zaposleni delavec zakonsko enakopravna. V praksi je pogosto drugače. Namreč, če agencija in uporabnik upoštevata in plačujeta vse zakonske določbe, je agencijski delavec dražji od redno zaposlenega. Uporabnik mora po zakonu nakazati agenciji neto plačo delavca, vse dodatne prispevke, provizijo agenciji, ki je vezana na določen odstotek plače delavca (povprečno 10%) in dodatno še 20% davek vrednosti celotnega nakazila državi. Agencijski delavec je za podjetje tako dražji, kot redno zaposleni. Po besedah predstavnika Adecca, agencije prevzemajo tveganja iz delovno pravne zakonodaje. Uporabniška podjetja pojasnjujejo naraščajoč trend zaposlovanja agencijskih delavcev, ker ti delavci nimajo odpovednih rokov, odpravnin, regresa, letnega dopusta, nadomestil za prevoz in podobno (Bricelj 2007; Mikuš 2015).

Agencijskega delavca uporabnik zakonsko ne sme najeti za več kot leto dni. To v praksi pomeni, da zaposleni tako po enem letu pogosto podpišejo pogodbo o zaposlitvi pri drugi agenciji in hkrati ostanejo pri istem uporabniku. Premikanje delavcev iz agencije A v agencijo B in obratno je ustaljena praksa. Ponujajo se mnoge rešitve težav na področju agencijskega zaposlovanja, predvsem preko kolektivnih pogodb, vendar je agencij za zaposlovanje preveč (še posebej na tako majhnem območju, kot je Republika Slovenija) in zato težko pride do dogovora. Vprašanje homogenosti želj agencijskih delavcev. (Breznik 2013; Mikuš 2015).

Slika 3.5: Rast števila agencijskih delavcev v Sloveniji od leta 2005 do 2013



Vir: MDDSZ (2017).

Število agencijskih delavcev se vztrajno veča. V prihodnje lahko pričakujemo podoben trend. Fleksibilne oblike zaposlovanja kot najbolj prisotne v prihodnosti so neizbežno dejstvo.

3.3 Pravni viri

Pravna vira agencijskega dela sta Zakon o urejanju trga dela (v nadaljevanju ZUTD) in Pravilnik o pogojih za opravljanje dejavnosti agencij za zaposlovanje (v nadaljevanju Pravilnik).

2. člen Pravilnika opredeljuje dejavnosti agencije v skladu z zakonom. Dejavnosti agencij so sledeče:

- zagotavljanje dela delavcev drugemu delodajalcu,
- posredovanje zaposlitve,
- izdelava zaposlitvenega načrta za brezposelne osebe,
- posredovanje dela, ki vključuje tudi posredovanje začasnih in občasnih del dijakom in študentom,
- izvajanje ukrepov aktivne politike zaposlovanja za osebe, ki se vodijo v evidenci Zavoda Republike Slovenije za zaposlovanje in so vključene v programe aktivne politike zaposlovanja (Pravilnik o pogojih za opravljanje dejavnosti agencij za zaposlovanje, 2.člen).

3.3.1 Pogoji za opravljanje agencijskega dela

Delodajalec mora za zagotavljanje dela za formalno delovanje dosegati določene norme, oziroma pogoje. Pogoji za opravljanje dejavnosti zagotavljanja dela so opredeljeni v 164. členu ZUTD. Ti pogoji temeljijo predvsem na nekaznovanosti, saj agencija, kot delodajalec za zagotavljanje dela, pred začetkom opravljanja dela ne sme imeti pravnomočno izrečenih glob v zadnjih dveh letih, ki se tičejo kršitev predpisov, ki urejajo delovna razmerja, varnosti in zdravja pri delu, dela na črno in kršitev pravic tujih delavcev. Pred opravljanjem dela

delodajalec ne sme imeti neporavnanih zapadlih obveznosti iz naslova plačila za delo in hkrati ne sme imeti zapadlih davčnih obveznosti iz obdobja zadnjih dveh let. Izpolnjevati mora kadrovske, organizacijske, prostorske in druge pogoje, ki jih predpiše pristojen minister za delo in imeti kot svojo glavno dejavnost, registrirano dejavnost posredovanjačasne delovne sile. Prav tako mora predložiti bančno garancijo v višini najmanj 30,000 €. Če ima pravna ali fizična oseba, ki želi opravljati dejavnost posredovanja dela, sedež v drugi članici EU, EGP ali Švicarski konfederaciji, mora imeti odprto podružnico v Sloveniji (ZUTD, 164. člen).

3.3.2 Pravice in obveznosti strank

Obveznosti delodajalca za zagotavljanje dela – agencije za zaposlovanje:

Med obveznostmi delodajalca za zagotavljanje dela (v nadaljevanju agencije) je ta, da mora zagotavljati napotenemu delavcu vse pravice iz delovnega razmerja, ki mu pripadajo, kot je določeno v predpisih, ki urejajo delovna razmerja. Prav tako ne sme omejevati možnosti sklenitve delovnega razmerja napotene delavca pri uporabniku. Agencija od napotene delavca ne sme zahtevati plačila, zaradi napotitve k uporabniku ali sklenitve delovnega razmerja z uporabnikom. Če sta agencija in uporabnik medsebojno povezani družbi po zakonu, ki ureja gospodarske družbe, agencija ne sme napotiti delavca k uporabniku in hkrati uporabnik ne sme sprejeti delavca (ZUTD, 165. člen).

Obveznosti uporabnika:

Uporabnik je v času opravljanja dela glede napotene delavca dolžan ravnati v skladu s predpisi, ki urejajo delovna razmerja. Napotene delavca mora seznaniti s prostimi delovnimi mesti pri uporabniku in vrstami dela, ki se opravljajo. Napotenemu delavcu mora uporabnik omogočiti enake možnosti za zaposlitev za nedoločen čas, kot jih imajo redno zaposleni delavci. Uporabnik sme sprejeti napotene delavca le od agencije, ki je vpisana v register domačih pravnih in fizičnih oseb za opravljanje dejavnosti zagotavljanja delavcev drugemu delodajalcu (ZUTD, 166. člen).

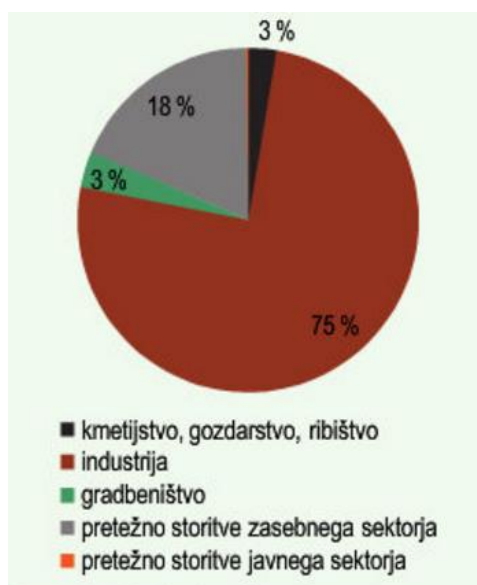
4 Prednosti in slabosti agencijskega dela

4.1 Prednosti in slabosti za uporabniško podjetje

Prednosti agencijskega dela obstajajo tako za uporabniško podjetje, kot za delavca, vendar so prednosti za podjetje ponavadi večje, saj do zaposlitve preko agencije sploh ne pride, če ni potrebe po delu pri uporabniku (Kohont 2003, 452). Podražitev študentskega dela v 2015 je eden glavnih razlogov za odločanje podjetij za zaposlitve preko agencij. (Kohont 2003)

Glavna prednost za uporabniško podjetje, je fleksibilnost v smislu, da je trg zelo nepredvidljiv - še posebej v sektorjih kot sta industrija, kjer je zaposlenih kar 75% vseh agencijskih delavcev (glej Sliko 4.1) in storitveni sektor (okoli 18%).

Slika 4.1: Agencijski delavci po panogah, Slovenija 2015



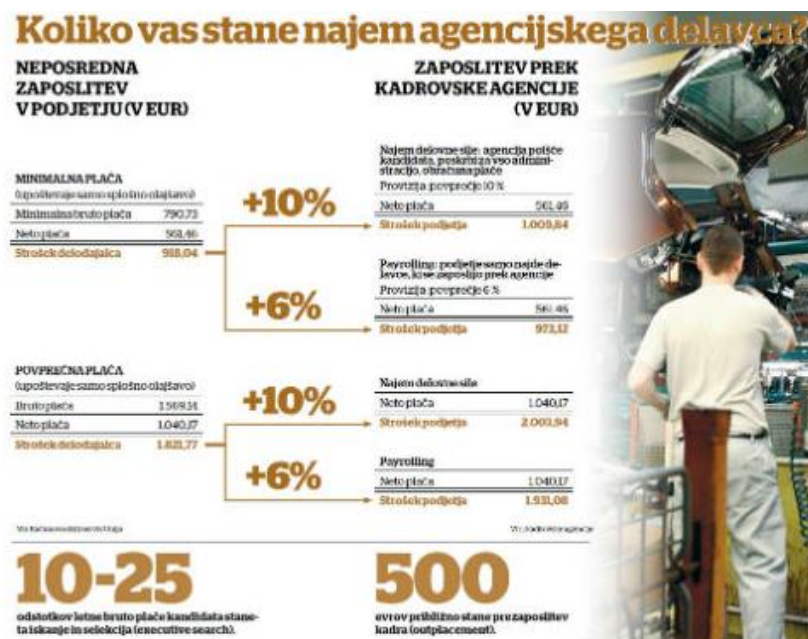
Vir: Banka Slovenije (2015, 25).

Podjetja se želijo hitro odzivati na potrebe trga, kadar se na primer poveča povpraševanje po določenem izdelku ali storitvi in takrat v čim krajšem času povečati količino dela z najemom agencijskih delavcev ali povečanim številom delovnih ur in obenem biti hitra, ko povpraševanje pade ter minimizirati stroške z zmanjšanjem delovnih ur, oziroma števila zaposlenih.

Agencijsko delo omogoča to prožnost, saj imajo agencije baze potencialnih delavcev, ki so v stanju pripravljenosti in tako lahko hitro reagirajo in pošljejo delavce na delo v veliko krajšem času, kot bi ga potrebovalo podjetje samo za iskanje delavca in opravljanje vseh administrativnih aktivnosti. Za iskanje ustreznega kadra, administracijo, napotitev na zdravniške preglede in podobno, poskrbi agencija. Uporabnik pa je tu v vlogi operativne funkcije, saj mora delavcu razložiti potek dela, mu pojasniti urnike dela in podobno. Dokumentacijo torej prenese na agencijo, delo pa se opravlja pri uporabniku.

Na sliki 4.2 spodaj, vidimo stroške, ki jih ima uporabnik z rednim zaposlenim na eni in agencijskim delavcem na drugi strani. V primeru minimalne neto plače, ki znaša 561,46€ je strošek delodajalca pri neposredni zaposlitvi delavca v podjetju 918,04€. Če za minimalno plačo podjetje najame delavca preko agencije, pa strošek podjetja znaša 1,009.84€, kar je približno 90€ več za podjetje (Kohont 2003; Mikuš 2015).

Slika 4.2: Cena najema agencijskega delavca, Slovenija 2015



Vir: Mikuš (2015).

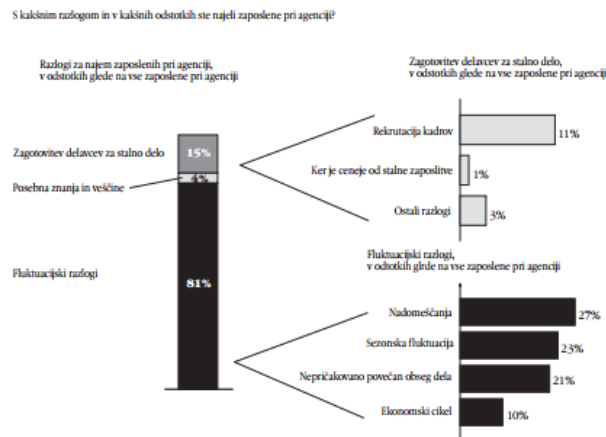
Zakaj se torej podjetja odločajo za to navidezno dražjo obliko zaposlovanja? Razlogov je več. Zagotovo pa so to nižji stroški z iskanjem kadra in izgubo časa ter denarja, ko podjetja sama zaposlujejo, saj je trg dobrin nepredvidljiv in lahko podjetja zamudijo priložnost ter ne zadovoljijo potreb na trgu, v danem trenutku. S tem tvegajo izgubo strank v prihodnje. Nekaj

tveganja prevzame tudi agencija, saj v nekaterih primerih zalaga delavcem plače, kadar te zamujajo (seveda to zviša ceno storitve). Uporabniško podjetje nima opravka z administracijo in obračunavanjem plač, kar tudi predstavlja določen strošek. Če se podjetje odloči za plačilo po efektivni uri dela (tako, kot to počnejo študentski servisi), se delavcu obračuna samo čas, ki ga je preživel na delovnem mestu. Ta oblika je bolj ugodna za uporabnika. Agencija prevzame večje tveganje, saj so tu vračunane razne odsotnosti z dela (bolniške, dopusti ipd.) (Mikuš 2015). Podjetju se zmanjšajo uvodni stroški najema delavcev in tudi stroški odpuščanja. Prav tako lahko agencija v najkrajšem možnem času zamenja delavca, če ta ni primeren, oziroma samovoljno preneha z delom. Agencijsko delo pa hkrati postaja tudi kanal za neko vrsto poskusnega dela, saj delodajalci vidijo delavca neposredno na delu in posledično lahko sposobnega delavca tudi zaposlijo za nedoločen čas. To je predvsem primerno za nova, majhna podjetja, ki si težko privoščijo velika tveganja z zaposlovanji (Kohont 2003, 452).

Glavne slabosti agencijskih delavcev za podjetja so pogoste napake pri delu, saj se delavci rotirajo in je nove delavce potrebno naučiti opravljanja dela. To ne velja le za manualne delavce, podobno namreč velja tudi za nekatere bolj specifične funkcije, kjer so potrebne določene kvalifikacije, usposabljanja in izobraževanja za delo, ki pa stanejo. Posledično je potrebno, kadar pride do rotacij, za nove delavce ponoviti postopek uvajanja. So pa kvalificirani delavci manj prisotni v zaposlitvah preko agencij (Kohont 2003).

Veliko vprašanje je tudi nivo motivacije agencijskih delavcev. Motivacija je namreč nalezljiva in agencijski delavci lahko povzročijo padec splošnega nivoja kvalitete in količine opravljenega dela, saj lahko čutijo manjšo pripadnost podjetju in so posledično manj motivirani. Redno zaposleni delavci so - vsaj v teoriji - plačani enako, vendar nihče ne bo delal več, kot ostali zaposleni, za isto plačilo. Kot smo omenili, je vprašljiv tudi nivo pripadnosti podjetju. Delavci lahko bolj prosto prehajajo na druga delovna mesta, brez dolgih odpovednih rokov in za boljša plačila.

Slika 4.3: Razlogi za najemanje agencijskih delavcev, Slovenija okrog leta 2003



Vir: Kohont (2003, 451).

Na sliki zgoraj (glej Sliko 4.3) vidimo najbolj pogoste razloge za najemanje agencijskih delavcev. Razlog iskanja delavcev za stalno delo je prisoten v 15% primerov, ko podjetja uporabljajo agencijsko najemanje delavcev v smislu neke vrste poskusnega dela. Tu je predvsem pomembna rekrutacija kadrov z 11%. Razlog, da je to cenejše od stalne zaposlitve, je v zgolj 1%, kar potrjuje izračun iz Slike 4.2, kjer je prikazana cena agencijskega delavca, v primerjavi z redno zaposlenim delavcem. Glede na to, da je večina agencijskih delavcev zaposlenih predvsem v industriji, so to ponavadi slabše kvalificirani delavci, ki niso ključnega strateškega pomena za podjetje, ti. periferni delavci (glej Sliko 2.1: Atkinsonov model fleksibilnega podjetja) in je zato 4% prisotnost razloga posebnih znanj in veščin, pričakovan odstotek. Z naskokom največji razlog pa so fluktuacijski razlogi, torej primeri iz nadomeščanja, sezonske fluktuacije, nepričakovano povečan obseg dela in ekonomski cikel.

4.2 Prednosti in slabosti za delavce, zaposlene preko agencije:

Ugodnosti obstajajo tudi za delavce. Med najbolj očitnimi je ta, da delavci pridobivajo izkušnje na večih delovnih mestih, kjer opravljajo različne delovne naloge, kar krepi njihove kompetence in posledično možnosti za nadaljnje zaposlitve, saj so - kadar se zaposlujejo, izkušnje med najbolj zaželenimi lastnostmi. Prav tako si lahko delavci z delom v uporabniškem podjetju, podjetje ogledajo od znotraj in se kasneje lažje odločijo za službo, v kolikor jim je ponujena redna zaposlitev. Delavec lahko preko agencije opravlja skrajšan delovni čas ali na primer dela

zgolj ob vikendih in mu to predstavlja priložnost za dodaten zaslužek. Hkrati širi spekter svojih kompetenc in pridobiva reference od uporabnikov, ki dajejo agencijam ocene dela delavcev. Agencija jim omogoči delo v podjetjih, kamor bi brez agencijskega posredovanja mogoče težko prišli (Kohont 2003).

Agencijski delavci so v teoriji pravno formalno obravnavani enako kot redno zaposleni (zavarovanja, prispevki ipd.). Kar najbolj odgovarja mladim, je bolj aktivno odločanje o prostem času in času namenjenemu delu, saj se z agencijo lahko dogovarjajo vnaprej, kdaj želijo prekiniti zaposlitev in kakšno časovno obliko zaposlitve iščejo. To je predvsem primerno za študente, ki imajo poleg dela veliko obveznosti tudi na fakultetah. Agencije razpolagajo s širokim spektrom informacij o podjetjih in tako lahko pomagajo delavcem najti najbolj primerno zaposlitev, glede na njihove želje. Pomagajo tudi pri kreiranju karier in so predvsem pomembne pri prvih zaposlitvah (Kohont 2003).

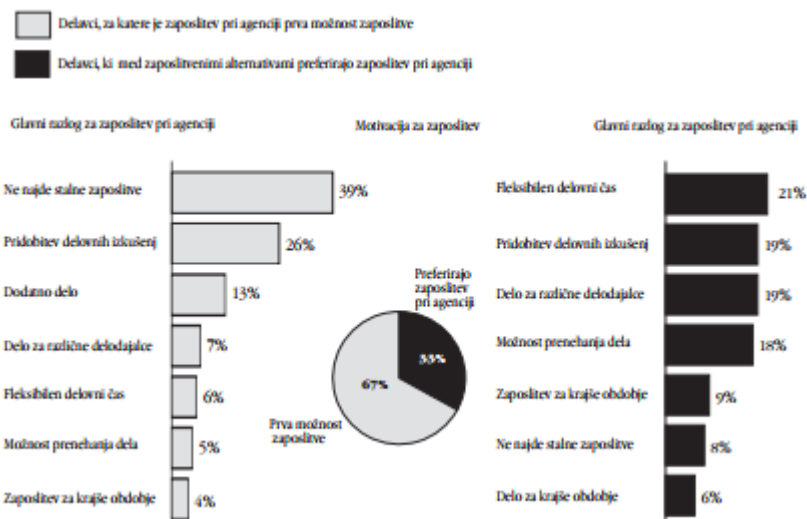
Raziskave podjetja Deloitte&Touche Bakkenist (de Boisseu, Cipolletta, Evans, Hartz, Lewis, van Miert, Moriss, Piementel in Tyszkiewicz 2000), ki so bile opravljene v Franciji, Nemčiji, Španiji, Veliki Britaniji in na Nizozemskem, so pokazale, da je 40% zaposlenih prek agencij bilo pred zaposlitvijo pri agenciji brez zaposlitve. Pogosta praksa je tudi kasnejša redna zaposlitev (ki je tudi zakonsko določena po 1 letu kontinuirane zaposlitve pri uporabniku), saj se delež sklenjenih delovnih razmerij z uporabniškim podjetjem, po 1 letu v povprečju giblje okoli 43% (Kohont 2003).

Žal je tudi veliko slabosti, ki se tičejo agencijskih delavcev, saj so v praksi prikrajšani veliko ugodnostim, ki jih imajo redno zaposleni - včasih tudi nevede. Največje slabosti so zagotovo zelo nizka varnost zaposlitve, saj je zaposlitev agencijskega delavca odvisna od potreb podjetij, kot tudi sposobnosti agencij, da jim pridobijo kontinuirana dela pri uporabniških podjetjih. Nekateri delavci so po naravi manj prilagodljivi, tako, da lahko pri njih posledično pride do povišanega stresa, saj v nekaterih primerih lahko zelo pogosto menjajo uporabniška podjetja, kot tudi delovne naloge, kar povzroči nestabilnost in nepredvidljivost. Agencijski delavci so omejeni pri finančnih ugodnostih bank, predvsem pri odobritvah raznih kreditov, saj se ti ponavadi vežejo na redne zaposlitve, s polnim delovnim časom. V praksi prejemajo nižje plače, dostikrat se uporabniška podjetja izognejo plačevanju zavarovanj in prispevkov (predvsem tujim delavcem, ki ne poznajo zakonodaje), kot tudi agencije, ki se izogibajo določenim stroškom z delavci zato, da lahko ponudijo delavce za nižjo ceno in tako konkurirajo na trgu. Raziskave kažejo, da so agencijski delavci plačani od 15-20% manj, kot drugi zaposleni na

enakih delovnih mestih (Klarič 2016). Agencijski delavci pogosto izgubijo službe, še preden izpolnijo pogoje za prejemanje nadomestil za brezposelnost (Kohont 2003; Klarič 2016).

Raziskava Evropske fundacije za izboljšanje življenjskih in delovnih razmer (de Boisseu, Cipolletta, Evans, Hartz, Lewis, van Miert, Moriss, Piementel in Tyszkiewicz 2000, 27), ki je bila opravljena leta 1996 med 30 000 delavci, med katerimi so bili zaposleni za nedoločen čas, samozaposleni, zaposleni za določen čas ter zaposleni pri zasebnih agencijah, je pokazala, da so agencijski delavci podvrženi nizkim zdravstvenim in varnostnim standardom pri delu in nizkemu nivoju nadzora nad delovno situacijo, saj pogosto opravljajo dela po navodilih stalno zaposlenih pri podjetju uporabniku, kjer gre po navadi za mlade, neizkušene delavce. Po navadi so agencijski delavci zaposleni v sektorjih za katere je značilno, da imajo slabše delovne pogoje, monotono, rutinsko delo, slabo plačilo za delo, nizko stopnjo iniciativnosti, odsotnost zdravstvenih zavarovanj in podobno. Treba je omeniti, da situacija za stalno zaposlene v teh sektorjih (proizvodnja, industrija) dostikrat ni veliko boljša. Težava je potemtakem tako v sektorju dela, kot v načinu zaposlitve. Veliko agencijskih delavcev je zaposlenih za zelo kratka, sezonska obdobja, pa tudi faktor mobilnosti med uporabniškimi podjetji pripomore, da so ti delavci pogosto izključeni iz izobraževanj na delovnih mestih (Kohont 2003).

Slika 4.4: Razlogi delavcev za zaposlitev preko agencij, Slovenija okrog leta 2003



Vir: Kohont (2003, 449).

Slika 4.4 prikazuje razloge delavcev za zaposlitev prek agencij. Primerja motive tistih, katerim je to prva možnost zaposlitve ter tistih, ki se preferirajo zaposlitev pri agenciji. Za kar 67% je

bilo agencijsko delo prva možnost zaposlitve. Največja razloga sta, da ne najdejo stalne zaposlitve (39%) in želja po pridobitvi delovnih izkušenj (26%). Dodatno delo je s 13% še vedno pomemben razlog, saj zaposlitev preko agencije omogoča različne fleksibilne oblike skrajšanega dela, dela ob vikendih in podobno, kar omogoča dodaten zaslužek tudi že redno zaposlenim delavcem. Z manjšimi odstotki, pa so omenjeni tudi delo za različne delodajalce (7%), fleksibilen delovni čas (6%), možnost prenehanja dela (5%) ter zaposlitev za krajše obdobje (4%).

Na drugi strani imamo delavce, ki dajejo prednost zaposlitvi pri agenciji s 33% vprašanih. Glavni razlogi so štirje, ki so zelo enakovredno razporejeni, s povprečno vrednostjo 19,25%. Ti razlogi so fleksibilen delovni čas, pridobitev delovnih izkušenj, delo za različne delodajalce in možnost prenehanja dela. Razen pridobitve delovnih izkušenj, ki so visoko kotirane na obeh straneh, so ostali motivi povsem nasprotni. Torej tisti, ki dajejo prednost zaposlitvi preko agencije vidijo fleksibilnost agencijske oblike zaposlitve kot prednost, medtem ko tisti, ki vidijo agencijsko delo, kot prvo možnost zaposlitve, vidijo agencijsko delo kot eksistenčno nujnost, saj prednjačijo razlogi, kot je nezmožnost redne zaposlitve. Na eni strani imamo tako kot glavni motiv zaslužek, na drugi pa fleksibilnost. Na eni strani je glavni cilj stalna zaposlitev, na drugi pa večja svoboda.

5 Razlogi in vplivi za porast agencijskega dela

Razširjenost prekarnih oblik zaposlovanja in potemtakem tudi agencijskega dela, ki dandanes niso več tako atipična, kot jih radi poimenujemo, je zaskrbljujoča. Sindikati se bojijo, da bodo takšne oblike zaposlovanja v prihodnje postale še bolj pogoste in normalne. Knox pravi, da je predvsem nevarna posledica širjenja prekarnega dela v smislu, da bo posredno in neposredno postopoma zamenjala ti. tipično delo, torej delo za nedoločen čas, s polnim delovnim časom. To povzroči vse manjšo varnost delavcev za vse več ljudi, ne samo zaposlitve same, temveč tudi raznih zavarovanj, pokojnin in splošnih koristi, ki jih imajo redno zaposleni delavci (Knox 2015). Torej, če povzamemo s pomočjo teorije Atkinsonovega modela fleksibilnega podjetja (glej Sliko 2.1), se bo zunanji krog ali sloj, ki daje podjetju numerično fleksibilnost večal in bo obenem varni, jedrni del podjetja vse manjši. Tu je agencijsko delo optimalna rešitev, saj so delavci lahko najeti in odpuščeni po volji in brez večjih omejitev in stroškov.

Knoxova kot glavne faktorje, ki so vplivali in vplivajo na porast agencijskega dela v Avstraliji opredeljuje moč globalizacije in pritiske mednarodnih trgov, ki za konkurenčnost zahtevajo čim večjo fleksibilnost. Re-regulacija trga dela z odstranjevanjem kvot in numeričnih omejitev agencijskih delavcev, je povzročila velike premike k fleksibilnim oblikam zaposlitev. Prav tako je povzročila decentralizacijo pogajanj z aktivisti in sindikati, ki s tem izgubljajo moč in kot kaže, tudi boj. To povzroča večjo moč delodajalcev na trgu dela, katerim je v interesu nižanje stroškov dela, kar premika tveganja na delavce. Knoxova poudarja, da so globalni trgi v časih globalnih kriz in negotovostjo, ki jim sledi, prav tako pripomogli k takšnemu obnašanju delodajalcev, ki se želijo izogniti tveganju in posledično manjšajo varne oblike zaposlitve ter širijo obsege začasnih, agencijskih oblik zaposlitev (Knox 2015).

Burgess in Connell navajata pet dejavnikov, ki so vplivali na porast začasnega dela v Kanadi. Iz tega sklepamo, da so podobni dejavniki vplivali tudi na porast agencijskega dela. Ti dejavniki so sledeči (Burgess in Connell 2004):

- **Šibki trgi dela**, ki povzročajo povečan obseg začasnega dela, saj, ko je visoka brezposelnost v okolju, delavci hitreje in lažje sprejmejo ter ostanejo v začasnih oziroma agencijskih oblikah zaposlitev.
- **Manj omejitev za delodajalce**, ki so mišljene kot splošna sprejemljivost filozofije prostega trga in, ki zmanjšujejo relativno moč (organiziranega) dela, oziroma delavcev in sindikatov. Rezultat tega je, da imajo delodajalci manj restrikcij, ko pride do odločitev kakšna oblika zaposlitve je primerna za podjetje. Ta svoboda podjetij pomeni v praksi manjšo varnost delavcev.
- **Strateške odločitve delodajalcev**, ki so delno rezultat zgoraj omenjenega prostega trga, ki vključuje delovno silo, dobrine in kapital. Delodajalci tako iščejo manjše stroške dela, večjo fleksibilnost in manjše tveganje v časih ekonomske negotovosti. Glavna strategija je tako že omenjena numerična fleksibilnost, ki omogoča najemanje in odpuščanje delavcev hitro in poceni. Avtorja navajata, da je numerična fleksibilnost v Kanadi prisotna tudi v državnem sektorju, ki tako daje popolno legitimnost in slab primer privatnim delodajalcem.
- **Ekonomska restrukturiranost**, ki je mišljena kot razlog za porast začasnega in agencijskega dela kot daljši trend, kjer prihaja do premika od proizvodnih k storitvenim dejavnostim podjetij. Avtorja pravita, da so podjetja v storitvenem sektorju bolj

nagnjena k fleksibilnim oblikam zaposlitev. Predvsem začasnim oblikam dela. Omenjata tudi vpliv tehnologije, predvsem informacijske in komunikacijske tehnologije, ki naj bi pripomogla k ustvarjanju fleksibilnih oblik zaposlitve.

- **Zahteve delavcev**, ki navajajo dejstvo, da je delovna sila nehomogena in, da imajo ljudje različne želje. V skladu s tem je smiselno, da je določen delež zaposlenih v fleksibilnih oblikah zaposlitev in tudi v agencijskem delu prisoten zaradi osebnih motivov.

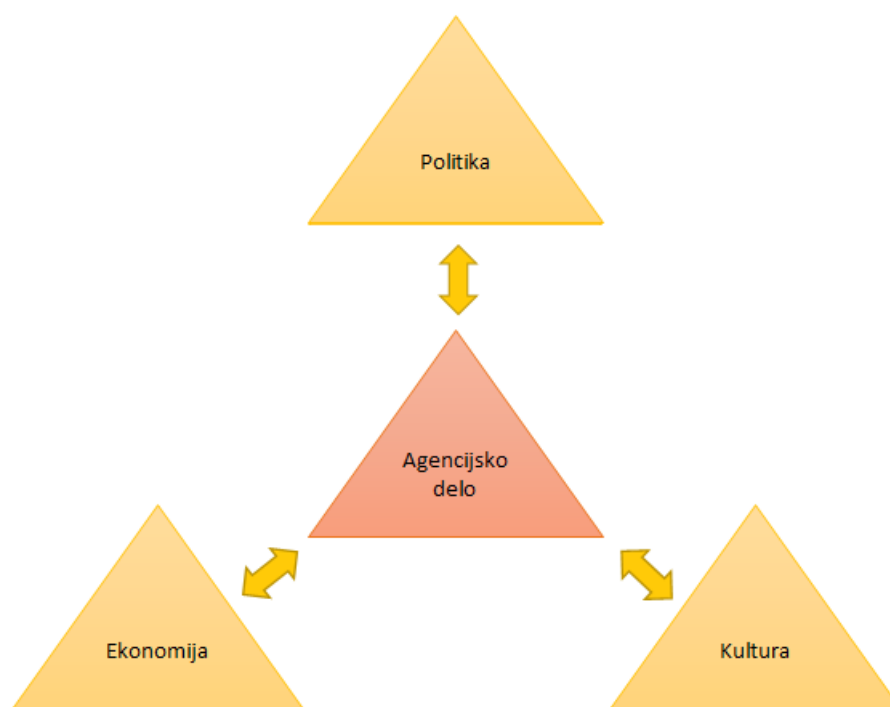
Neoliberalne politike, tehnološki napredek in globalizacija, so kot kaže glavni makro faktorji, ki so vplivali in vplivajo na povečan obseg agencijskega dela. Trgi želijo fleksibilnost in politike jim to z vse večjo ohlapnostjo regulacije delovnih razmerij dajejo. Dogaja se premik moči iz delavcev na delodajalce. Delavci so vse manj zaščiteni, sindikati se osredotočajo na zaščito redno zaposlenih delavcev in tako prihaja do segmentacije delavcev na tiste, ki so redno zaposleni in imajo socialno varnost ter tiste, na obrobju, ki vključujejo prekarne oblike dela z nižjimi plačami in slabo varnostjo zaposlitve. V te obrobne delavce spadajo tudi tisti, ki so zaposleni preko agencij. Prilagajanje države blaginje, trgov dela, kot tudi okoljskih težav je odvisno od političnih akterjev, znotraj političnih institucij, katerih odločitve in intervencije niso vedno uspešne. To pa zato, ker prihaja do izpolnjevanja določenih interesov in ne interesov, ki bi bili v dobro vseh (Kramberger 2010).

6 Empirični del

6.1 Predmet raziskave in metodologija:

V empiričnem delu smo se uvodoma odločili raziskati makro faktorje, ki hipotetično najverjetneje vplivajo na razširjenost agencijskih zaposlitev po državah Evropske Unije. Na sliki spodaj smo izpostavili tri makro sfere, katere bomo primerjalno proučili in skušali določiti razmerje med državnimi politikami, ekonomskimi cikli ter kulturami držav.

Slika 6.1: Tri makro silnice vpliva na obseg agencijskega dela (konceptualni model)



Politika: Politični vpliv bomo skušali pojasniti z vse večjo deregulacijo zakonodaje delovnih razmerij (v obdobju po 1975, zlasti pa po 1990) za katero sklepamo, da je ključnega pomena pri trendu rasti agencijskega dela v Evropski Uniji. To bomo raziskali s pomočjo analize študije Elke Jahna in Jana Bentzena "*What Drives The Demand for Temporary Agency Workers*", kjer avtorja primerjata postopno deregulacijo zakonodaje delovnih razmerij na področju agencijskega dela od 1973 do 2008, v Nemčiji. Trend rasti obsega agencijskega dela v Nemčiji se je po njunih besedah gibal zelo podobno, kot pri ostalih Evropskih državah, tako da je raziskava primerna tudi za sklepanja na mednarodni ravni.

V drugem delu raziskovanja političnega vpliva, pa bomo s pomočjo stilizirane analize bivariatne povezave podatkov, skušali najti povezavo med strogostjo zakonodaje pri odpuščanju redno zaposlenih v državah EU (OECD 2017) in obsegom agencijskega dela (Evropski parlament 2011).

Ekonomija: Ekonomski vpliv bomo skušali pojasniti z nihanjem v poslovnih ciklih na podlagi dveh raziskav. Prva raziskava je že omenjeno delo avtorjev Elke Jahna in Jana Bentzena "*What Drives The Demand for Temporary Agency Workers*". Ta raziskava je poleg prej omenjenega

raziskovanja postopne deregulacije raziskovala tudi ciklično obnašanje agencijskega dela v povezavi z ekonomskimi cikli v Nemčiji.

Druga raziskava je opravljena s strani Marcela Canoya, Petra Donker van Heela in Erwina Hazerbroejeja "*Temporary Agency Work as a Leading Economic Indicator*", ki je prav tako raziskovala pojav agencijskega dela, v povezavi z ekonomskimi cikli.

Verjamemo, da ekonomski cikli močno vplivajo na obseg agencijskega dela, saj narekujejo potrebe po delovni sili v podjetjih.

Kultura: Kulturni vpliv bomo skušali pojasniti s pomočjo kulturnih razlik v družbah. Poskusili bomo najti povezavo med stopnjo agencijskega dela po državah EU (Evropski parlament 2011) in kulturah teh držav. Kulturni vpliv bomo torej razložili z nacionalnimi dimenzijami kulture, opredeljenimi s strani nizozemskega sociologa, Geerta Hofstedeja in z njihovo pomočjo poskusili najti povezavo s stopnjo agencijskega dela po državah EU in kulturami družb.

Kot pomožno orodje pri stilizirani analizi bivariatne povezave konceptov, bomo uporabljali tudi Pearsonov koeficient korelacije. Izračunani koeficienti bodo statistično značilni pri 5% stopnji tveganja in bodo računani s pomočjo Excelove funkcije PEARSON.

Če povzamemo, smo raziskavo torej razdelili na tri vsebinske sklope. Političnega, ekonomskega in kulturnega. Raziskovali bomo s pomočjo sledečih metod:

- v političnem delu s pomočjo že opravljenih raziskav in stilizirane analize bivariatne povezave podatkov strogosti zakonodaje odpuščanja redno zaposlenih v državah EU v letu 2013 (OECD 2017) in obsega agencijskega dela v obravnavanih državah EU v letu 2014 (Evropski parlament 2011),
- v ekonomskem delu bomo s pomočjo teorije analizirali dve že opravljeni raziskavi;
- v kulturnem delu s pomočjo analize Hofstedejevih dimenzij nacionalne kulture držav EU v povezavi z obsegom agencijskega dela v državah EU v letu 2014 (Evropski parlament 2011). Metoda je stilizirana analiza bivariatnih povezav med koncepti. Nato bomo države združili v grozde po podobnostih kulture in skušali priti do zaključka, če obstaja povezava med lastnostmi določenih nacionalnih kultur in obsegom agencijskega dela.

Namen naše raziskave je ugotoviti, kako državna politika, ekonomija in kultura družbe vplivajo na obseg agencijskega dela. Torej, zanima nas katera vpliva najbolj in katera najmanj ter

predvsem kakšno je razmerje moči med njimi pri obsegu agencijskega dela. Ugotovitve naše raziskave bomo skupaj s teorijo o makro faktorjih, ki vplivajo na rast obsega agencijskega dela povzeli in skušali smiselno zaključiti ter podati odgovor, katera sfera najbolj vpliva na obseg agencijskega dela in zakaj.

6.2 Raziskovalno vprašanje in hipoteza

Naše raziskovalno vprašanje smo zastavili glede na zgoraj zapisane želje po ugotovitvi razmerja moči med politiko, ekonomijo in kulturo ter obsegom agencijskega dela. Skušali bomo ugotoviti torej, katera izmed sfer najbolj vpliva na obseg agencijskega dela in zakaj.

Raziskovalno vprašanje: V kakšnem obsegu državna politika, ekonomija in kultura družbe vplivajo na obseg agencijskega dela po državah EU ter kakšno je razmerje moči med njimi?

Hipoteza H^o1: Najmočnejši vpliv na obseg agencijskega dela imajo državna politika, sledi ekonomija in na zadnjem mestu je kultura družbe.

Takšno razmerje moči, kjer je državna politika na prvem mestu, se nam zdi smiselno, saj verjamemo, da državne politike z vse večjo fleksibilnostjo zakonodaje najbolj spodbujajo atipične oblike zaposlitve in posledično tudi agencijsko delo. Takšna razporeditev moči se nam zdi še posebej primerna pri agencijskem delu, saj je le to bilo še pred nekaj desetletji v večini držav zakonsko prepovedano. Za ekonomijo predvidevamo, da je na drugem mestu, za politiko in pred kulturo, saj podjetja stremijo k vse večji fleksibilizaciji delovne sile, v želji po maksimizaciji profita. To dosežejo preko zmanjšanja stroškov odpuščanja in najemanja delavcev pri povečani oziroma zmanjšani potrebi po delovni sili v turbulentni ekonomiji današnjice. Verjamemo, da je kultura družbe prav tako pomemben faktor pri obsegu agencijskega dela v družbi, saj kultura družbe sodeluje tudi pri oblikovanju zakonodaje, kjer je v nekaterih družbah zaželen bolj stroga zakonodaja, kot v drugih. Prav tako kultura določa sprejemljivost, oziroma dopustnost določenih praks v svoji družbi, vendar jo vseeno postavljamo na zadnje mesto izmed treh obravnavanih sfer, saj verjamemo, da v času globalizacije, kultura zaostaja za politiko in ekonomijo, ki dandanes narekujeta tempo. Iz tega sklepamo, da je podobno tudi pri obsegu agencijskega dela.

6.3 Omejitve

Največja omejitev raziskave je kvaliteta podatkov. Definicija agencijskega dela se razlikuje po državah in organizacijah, tako da so podatki lahko zavajajoči. Podatki se tako lahko prekrivajo z drugimi prekarnimi oblikami dela. Na Nizozemskem, recimo, v statistiki ne upoštevajo delavcev, ki delajo manj kot 12 ur na teden. Prav tako veliko redno zaposlenih delavcev uporablja agencijsko delo kot kanal za dodatni zaslužek in so tako v državnih statističnih podatkih prikazani kot redno zaposleni delavci. Mnogo je tudi ilegalnih agencijskih poslovalnic, ki opravljajo dejavnost brez licenc in so tako ti delavci izvzeti iz statistik. To velja tudi za Slovenijo. Veliko je predlogov, da so prikazane številke podcenjevanje dejanskega obsega agencijskega dela (Storrie 2002).

Poudarili bi, da je empiričnih raziskav na področju agencijskega dela malo in tako v kombinaciji z možnostjo zavajajočih podatkov opozarjamo, da je potrebno vzeti rezultate te raziskave kritično in previdno, tako kot večino raziskav na področju agencijskega dela. To pa predvsem, ker veliko statističnih podatkov prihaja iz organizacij, ki predstavljajo zaposlovalne agencije. Agencijam je v interesu, da ne vlečejo nase preveč pozornosti, saj je prekarno delo politično in socialno zelo občutljiva tema.

Omenili bi tudi, da smo opravili kvantitativne ankete z zaposlenimi preko agencij za zaposlovanje, v nameri raziskovanja motivacije in pripadnosti podjetju teh zaposlenih, (kar je bila prvotna raziskovalna ideja, vendar je bila opuščena zaradi nekvalitetnih rezultatov) kjer so anketiranci odgovarjali tudi na vprašanje, koga vidijo kot svojega delodajalca, uporabniško podjetje kjer opravljajo delo, ali agencijo za zaposlovanje. Anketa je dala zanimive odgovore, kjer je 14 od 23 anketiranih odgovorilo, da vidijo kot svojega delodajalca uporabniško podjetje, kar priča v prid slabe kvalitete podatkov, saj agencije delujejo le kot posredniki in jih tako zaposleni ne vidijo kot delodajalca in sebe ne vidijo kot agencijskega delavca, ne glede na vrsto pogodbe o zaposlitvi (Storrie 2002). Sklepamo, da določen (neznan) odstotek vprašanih niti ni vedel, da so agencije njihovi pravno-formalni delodajalci.

6.4 Definicije za lažje razumevanje:

Pearsonov koeficient korelacije (r): je najpogosteje uporabljena mera linearne povezanosti dveh številskih spremenljivk. Koeficient lahko zavzame vrednosti med -1 in +1. Odgovori nam, če linearna povezanost med spremenljivkama sploh obstaja in če, kako močna je ta povezanost. Spodnja lestvica določa moč povezanosti:

- 0,00 – ni povezanosti,
- 0,001-0,19 – neznatna povezanost,
- 0,20-0,39 – nizka/šibka povezanost,
- 0,40-0,69 – srednja/zmerna povezanost,
- 0,70-0,89 – visoka/močna povezanost,
- 0,90-0,99 – zelo visoka/zelo močna povezanost,
- 1,00 – popolna(funkcijska) povezanost. (Ferligoj, Lozar Mafreda in Žiberna 2011)

Poslovni cikli (v nadaljevanju bomo uporabljali izraz izmenično z ekonomski cikli): Poslovni cikli (utemeljitelja definicije sta Mitchell in Burns) so vrsta nihanj agregatne ekonomske aktivnosti v gospodarstvu, ki temelji na tržnih principih. Ciklus je sestavljen iz faze ekspanzije, ki se odvija istočasno v večini ekonomskih aktivnosti ter faze recesije, ki prehaja v novo fazo ekspanzije naslednjega cikla. To zaporedje sprememb se vedno znova ponavlja, vendar ne v enakih časovnih razmikih. Časovna dimenzija poslovnega cikla niha od enega leta do deset, oziroma celo dvanajst let (Strašek 2007, 141).

Indeks industrijske proizvodnje: Indeks industrijske proizvodnje (IIP) izkazuje gibanje obsega dodane vrednosti in se izračunava iz prihodka od prodaje in zalog dokončane in nedokončane proizvodnje. (Vozel Češek 2017, 4)

6.5 Politični vpliv na obseg agencijskega dela:

Na nivo vpliva politike bomo skušali odgovoriti s pomočjo raziskave Jahna in Bentzena, ki pojasnjuje, kako je vplivala deregulacija zakonodaje skozi čas na obseg agencijskega dela ter s

pomočjo analize podatkov, ki pojasnjujejo povezavo strogosti zakonodaje odpuščanja redno zaposlenih z obsegom agencijskega dela v državah Evropske Unije.

Jahn in Bentzen sta primerjala povečanje obsega agencijskih delavcev s postopnim procesom deregulacije agencijskega posredovanja dela v Nemčiji.

Ugotavljala sta, kako liberalizacija delovnopravne zakonodaje vpliva na stanje in obseg agencijskega dela na trgu skozi čas. Če povzamemo njuno teorijo – liberalizacija zmanjša kvazifiksne stroške z delavci v smislu zaposlovanja in odpuščanja le-teh in ima potemtakem enak vpliv kot zmanjšanje zaščite zakonodaje določenih delov populacije. To pomeni, da se delovna sila razdeli na dva dela. Notranji del z redno zaposlitvijo, ki ga varuje zakonodaja (odvisno od strogosti zakonodaje) in zunanji del, ki nima praktično nobenega zakonskega varovanja. To predvsem velja v državah z močno zakonodajo za redne zaposlitve (Nemčija, pa tudi Slovenija) in povzroča asimetrično varovanje zakonodaje, kar povzroča povečanje želje podjetij po manj varnih zaposlitvah (agencijsko delo). Politika je torej v teoriji ključnega pomena za obseg agencijskega dela v državi. Če je zakonodaja za delavce bolj ugodna, je hkrati bolj stroga za delodajalce z manjšo fleksibilnostjo delovnega časa, števila in predvsem stroška delanja nadur. Torej, če je zakonodaja delovnih razmerij v državi bolj ohlapna, na primer, če so dovoljena števila nadur ali nočnega dela v določeni državi večja in poceni, se bo delodajalec odločil za to opcijo in ni potrebe za najemanje agencijskih delavcev ob povečanem povpraševanju njegovih izdelkov na trgu. Po drugi strani, če je zakonodaja stroga, torej, če veljajo stroge omejitve in stroški nadur nočnega dela za delodajalca, se bo ta v tem primeru odločil za najem agencijskega delavca, saj je strošek z njim manjši (Jahn in Bentzen 2010).

Najbolj pomemben faktor regulacije zakonodaje agencijskih delavcev, je glede na njuno raziskavo, zgornja meja števila možnih obnovitev pogodb agencijskih delavcev z eno agencijo in zgornja meja kumulativne dolžine pogodb. Jahn in Bentzen pravita, da je deregulacija pogodb agencijskih delavcev namenjena fleksibilnosti delovne sile (največkrat) v dobro delodajalcev. V Nemčiji se začne se z legalizacijo agencijskega dela (1972) in naknadno v treh reformah - v letih 1985, 1994 in 1997, je bilo postopno podaljševanje maksimalnega obdobja najema agencijskega delavca v uporabniško podjetje od 3 do 12 mesecev. V letu 2002 pa podaljšanje na celo 2 leti. Ta faktor, torej zgornje omejitve časa najema agencijskega delavca v enem uporabniškem podjetju, kot tudi omejitve števila obnov pogodb delavcev, zaposlenih preko agencij ter kumulativna dolžina pogodbe preko agencije pri uporabniškem podjetju, so najbolj pomembni politični deregulacijski faktorji, ki so vplivali na povečanje povpraševanja

po agencijskih delavcih. Čeprav je povečan obseg povpraševanja po agencijskih delavcih zagotovo posledica deregulacije zakonodaje, podatki omenjene raziskave kažejo, da deregulacija ni ključni faktor za povečanje obsega agencijskega dela. To sta avtorja potrdila s primerjavo postopne deregulacije zakonodaje na področju agencijskega dela v Nemčiji od leta 1972 in obsegom agencijskega dela. Agencijsko delo je s postopno deregulacijo sicer pričakovano vzporedno raslo, vendar spremembe v zakonodaji niso pojasnjevale nagle upade povpraševanja po agencijskem delu, kot tudi ne naglih vzponov. Avtorja naknadno predpostavljata, da so ključni faktorji, ki vplivajo na obseg agencijskega dela ekonomski cikli (Jahn in Bentzen 2010).

V drugem delu raziskave političnega vpliva, bomo primerjali strogost odpuščanja redno zaposlenih po državah EU in obseg agencijskih delavcev v obravnavanih državah. Izhajamo iz predpostavke, da imajo države z večjo strogostjo in rigidnostjo zakonodaje delovnih razmerij višjo stopnjo agencijskega dela. To pa iz razloga, ker so stroški odpuščanja in najemanja delavcev po rednih pogodbah višji in se posledično zaradi strožje zakonodaje delodajalci uporabniki bolj pogosto odločajo za najem agencijskih delavcev. Situacijo bomo raziskali s pomočjo zbranih podatkov Organizacije za gospodarsko sodelovanje in razvoj (v nadaljevanju OECD), ki je zbrala podatke o strogosti zakonodaje za delodajalca pri odpustitvi delavca z redno pogodbo, ki bo naša prva spremenljivka. Ta spremenljivka vključuje tri vidike nivoja varnosti delavcev pri odpuščanju:

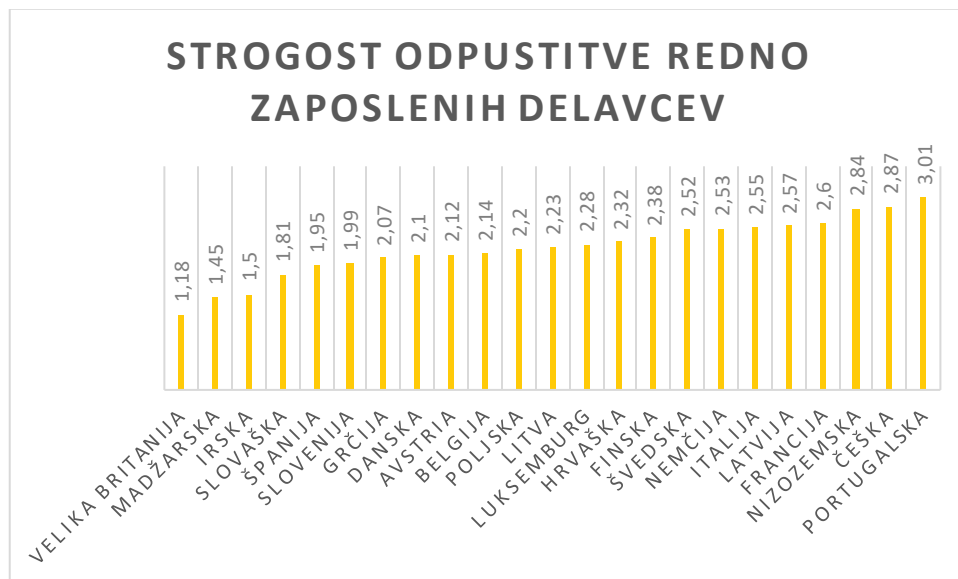
- postopkovne nevšečnosti za delodajalca ob začetku postopka odpusta, kot so pogoji za obveščanje in posvetovanje,
- obvestila in odpravnine, ki se razlikujejo glede na zaposlitev delavca,
- težava odpusta, kot jo določajo okoliščine, v katerih je mogoče odpustiti delavce in tudi posledice za delodajalca, če se ugotovi, da je bila odpustitev neupravičena (na primer v zvezi z odškodninami) (OECD 2017).

Druga spremenljivka bo odstotek agencijskih delavcev po državah, ki bo pokazala, če obstaja in v kolikšni meri, povezava med njo ter stopnjo strogosti odpuščanja rednih delavcev. Podatki za drugo spremenljivko so vzeti iz raziskav Evropskega Parlamenta.

6.5.1 Prikaz podatkov in interpretacija

Stopnja strogosti odpusta redno zaposlenih je prikazana z indeksom na lestvici od 0-5, kjer 0 pomeni zelo ohlapne (posledice in procese pri odpuščanju) in 5 zelo stroge.

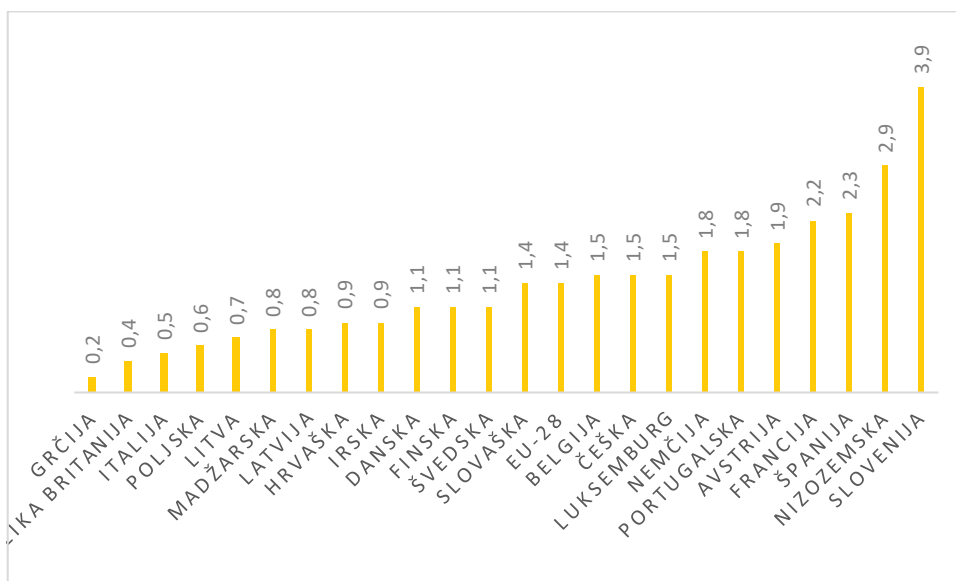
Graf 6.1: Strogost odpustitve redno zaposlenih delavcev v EU v letu 2013



Vir: OECD (2017).

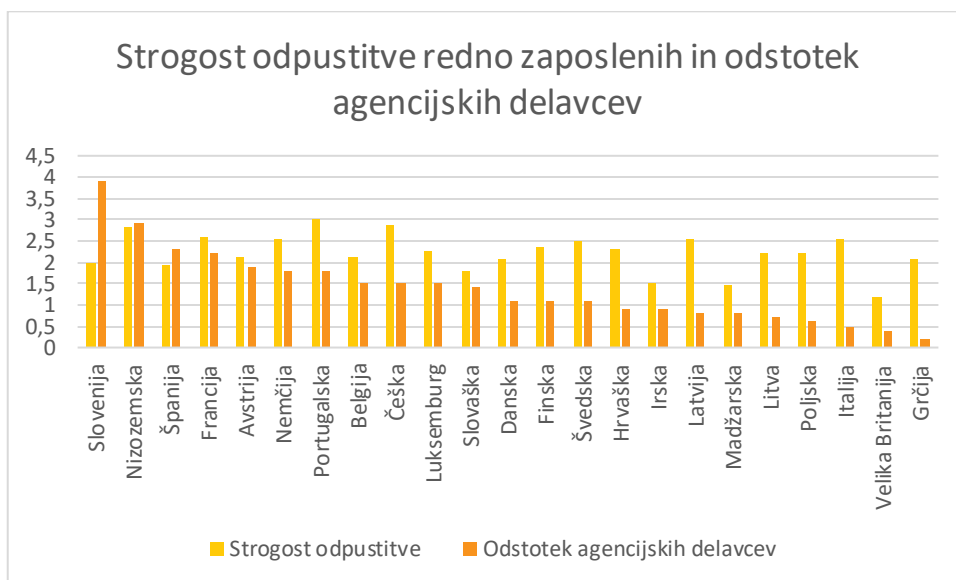
Opombe: Podatki so za leto 2013, razen naslednjih držav: Velika Britanija (2014), Hrvaška (2015), Litva (2015) in Slovenija (2014).

Graf 6.2: Obseg (%) agencijskih delavcev v EU v letu 2014



Vir: Evropski parlament (2016, 111).

Graf 6.3: Strogost odpustitve redno zaposlenih (2013) v primerjavi z obsegom (%) agencijskih delavcev v EU (2014)



Vir: Evropski parlament (2016, 111); OECD (2017).

V raziskavo smo vključili 23 držav Evropske Unije. Nekatere države smo izpustili zaradi pomanjkanja podatkov. V primeru prvega grafa (glej Graf 6.1), torej strogost odpuščanja redno

zaposlenih in prav tako v primeru drugega grafa (glej Graf 6.2), torej obseg agencijskih delavcev, smo države razporedili od najvišjega indeksa strogosti odpuščanja, oziroma odstotka agencijskega dela, do najnižjega. Nato smo grafa združili (glej Graf 6.3) ter države razporedili od najvišjega odstotka agencijskih delavcev do najnižjega.

Ugotovitve smo povzeli s primerjavo držav po velikosti koeficientov strogosti odpuščanja redno zaposlenih in odstotkov agencijskih delavcev - torej, želeli smo ugotoviti, če imajo države z večjim obsegom agencijskega dela tudi bolj strogo zakonodajo odpuščanja redno zaposlenih.

Med pojavoma obstaja rahla povezava. Ob pogledu na grafa, vidimo nekaj podobnosti v umeščenosti držav. Velika Britanija, na primer, je v obeh obravnavanih spremenljivkah kotirana zelo nizko, ravno tako Madžarska, kot tudi Irska, ki imajo torej zelo ohlapne postopke odpuščanja redno zaposlenih in hkrati nizke odstotke agencijskih delavcev. Imamo pa tudi zanimive izjeme. V primeru Španije, na primer, imamo nizko strogost odpuščanja redno zaposlenih, vendar kljub temu visok odstotek agencijskih delavcev. Slovenija je podobno - v spodnji polovici glede na strogost odpuščanja redno zaposlenih s koeficientom 2, vendar hkrati celo najvišja glede na obseg agencijskih delavcev. Portugalska je po drugi strani najbolj stroga pri zakonodaji odpuščanja in hkrati nad povprečjem glede na obseg agencijskih delavcev. Italija pa kotira visoko z zelo strogo zakonodajo odpuščanja, obenem pa ima nizek obseg agencijskih delavcev. Nizozemska je prisotna v obeh sferah pri vrhu, podobno kot Francija in Nemčija.

6.5.2 Ugotovitve

S pomočjo primerjave podatkov lahko sklepamo, da obstaja rahla povezava med strogostjo zakonodaje odpuščanja redno zaposlenih in obsegom agencijskih delavcev v obravnavanih državah. V prid povezavi govori tudi izračun korelacije spremenljivk, ki smo ga opravili s pomočjo Pearsonovega koeficienta korelacije, kjer smo uporabili strogost zakonodaje odpuščanja kot neodvisno spremenljivko, obseg agencijskih delavcev pa kot odvisno. Pearsonov koeficient korelacije je $r=0,26$ kar pomeni, da obstaja šibka pozitivna povezava med spremenljivkama. Izračunani koeficient je sicer statistično značilen pri 5% stopnji tveganja in je izračunan s pomočjo Excelove funkcije PEARSON. (V nadaljevanju naloge uporabljamo pri računanju Pearsonovega koeficienta korelacije enako stopnjo tveganja)

Rezultati so nekoliko presenetljivi, saj smo pričakovali večjo povezavo med strogostjo zakonodaje in obsegom agencijskega dela. Kot že povedano, pa je treba te podatke in rezultate obravnavati previdno, saj so podatki o dejanski prisotnosti agencijskega dela lahko v nekaterih državah zavajajoči. Prav tako je obseg agencijskega dela odvisen od tega, katera institucija ga meri, saj se definicije agencijskega dela lahko razlikujejo in bi tako lahko dobili drugačne rezultate, če bi uporabili podatke katere druge institucije.

V raziskavi političnega dela smo tako s pomočjo že opravljene raziskave Jahna in Bentzena vzeli v obzir časovno dimenzijo, kjer sta avtorja prišla do ugotovitve, da skozi čas deregulacija zakonodaje delovnih razmerij ni ključno vplivala na obseg agencijskega dela. V naši analizi vpliva rigidnosti in strogosti pri odpuščanju redno zaposlenih na obseg agencijskega dela, smo vzeli v obzir geografsko dimenzijo, torej strogost regulacije v državah Evropske Unije in prav tako ugotavljamo, da politika kot kaže ne vpliva ključno na obseg agencijskega dela. Skupaj z našo analizo podatkov in raziskavo Jahna in Bentzena, sklepamo, da povezava med strogostjo zakonodaje odpuščanja redno zaposlenih delavcev in obsegom agencijskega dela med državami obstaja, vendar kot kaže, ni najmočnejši faktor.

6.6 Ekonomski vpliv na obseg agencijskega dela

Na nivo ekonomskega vpliva bomo skušali odgovoriti s pomočjo analize dveh že opravljenih raziskav in sicer:

- Elke Jahna in Jana Bentzena *"What Drives The Demand for Temporary Agency Workers."*
- Marcela Canoya, Petra Donker van Heela in Erwina Hazerbroekeja *"Temporary Agency Work as a Leading Economic Indicator."*

Obe raziskavi govorita o povezavi med poslovnimi cikli in obsegom agencijskega dela. Prva govori o vplivu poslovnih ciklov na obseg agencijskega dela. Druga pa o agencijskem delu kot indikatorju poslovnih ciklov. Želeli smo zajeti obe perspektivi, tako, da se nam zdi analiza teh dveh raziskav smiselna na področju pridobivanja podatkov za našo raziskavo.

V tem delu bomo torej skušali pojasniti moč ekonomskega vpliva na porast agencijskega dela. To bomo prikazali s teoretičnim pristopom, torej analizo že opravljenih raziskav.

Ekonomski vpliv je prisoten vseh sektorjev in agencijsko delo ni izjema. Vplivi ekonomije na prekarne oblike dela so zanimiva tema, predvsem v časih recesije in padcih bruto domačega proizvoda držav (v nadaljevanju BDP), kot tudi v padcih nacionalne proizvodnje. Podjetja želijo nižati stroške in delavci so eden največjih, predvsem v industrijskem sektorju, ki je najbolj pomemben v agencijskem delu in predstavlja največji delež. Skozi branje literature sklepamo, da so največji ekonomski faktorji (ki vplivajo na obseg agencijskega dela) poslovni cikli in povpraševanje po blagu na trgu dobrin, ki močno vplivajo na potrebe podjetij po večjem obsegu proizvodnje dobrin, v primeru povečanega povpraševanja ter numerična fleksibilnost delavcev, ko pride do upada povpraševanja po določenem produktu v določenem obdobju. Gledano z ekonomskega vidika, agencijski delavci v podjetju prenehajo obstajati kot kvazifiksni strošek podjetja in se premaknejo v sfero variabilnih stroškov, saj jih uporabniška podjetja lahko odslovijo in hitro znižajo (variabilne) stroške brez večjih stroškov z odpuščanjem (Jahn in Bentzen 2010, 5).

V želji po pojasnitvi ekonomskega vpliva na obseg agencijskega dela, smo uporabili podatke in rezultate raziskave, opravljene v Nemčiji že omenjenih avtorjev, Elke Jahna in Jana Bentzena, ki sta raziskovala politično-ekonomski vpliv na porast agencijskega dela. Po branju njunega dela prihajamo do ugotovitev, da prvotna raziskovalna metoda, katero smo si zamislili kot primerjavo BDP-ja Slovenije in porasta agencijskega dela, ni potrebna saj so podatki o BDP-ju ponavadi izdani z zamudo, ki je vsaj četrletna, podatki o agencijskem delu pa so ponavadi podani na letni ravni (Jahn in Bentzen 2010). Tako sklepamo, da skupaj z že omenjenim pomanjkanjem podatkov o obsegu agencijskega dela na bolj pogosti ravni, kot tudi vprašljivosti dejanskega obsega agencijskega dela ter preveliko splošnostjo BDP-ja pomeni, da bi bila nadaljnja raziskava za Slovenijo nenatančna, časjemajoča ter za to raziskavo nesmiselna.

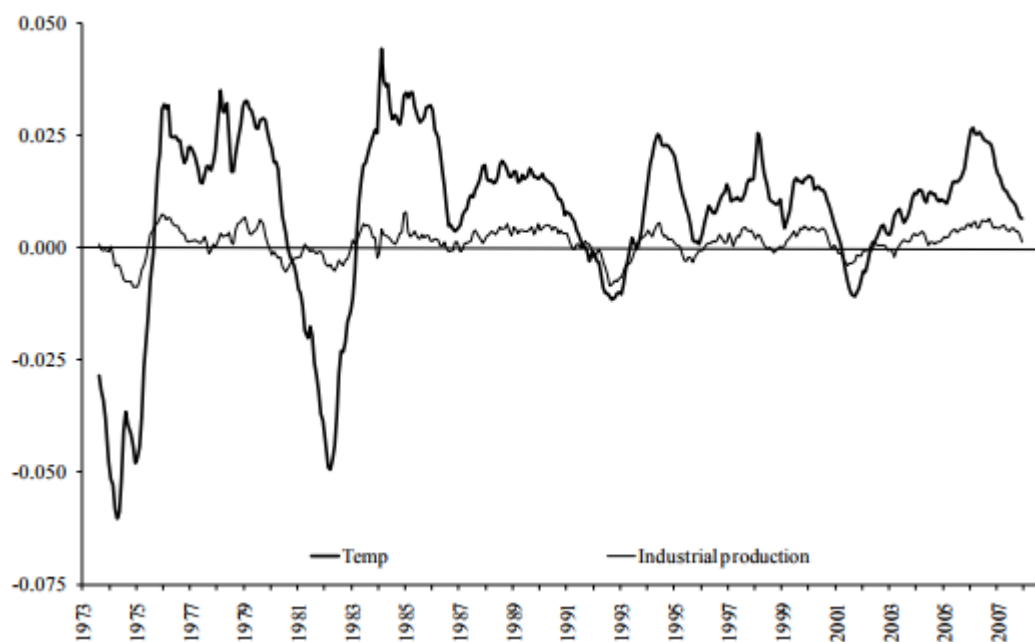
Avtorja sta raziskovala ekonomski vpliv s primerjavo indeksa industrijske proizvodnje in števila brezposelnih delavcev na mesečni ravni v upanju, da najdeta povezavo med agencijskimi delavci in poslovnimi cikli. Indeks industrijske proizvodnje uporabljata zaradi prisotnosti večine agencijskih delavcev v industrijskem sektorju, število brezposelnih delavcev pa, ker je v opazovanem obdobju narasel obseg agencijskih delavcev, ki so bili brezposelni pred zaposlitvijo preko agencije. To pa zato, ker ne moremo z gotovostjo trditi, da agencijski delavci ne zamenjujejo redno zaposlenih, in so zato brezposelni bolj adekvaten indikator v povezavi s poslovnimi cikli. Če povzamemo njun argument agencijskih delavcev kot variabilnih stroškov podjetja, so to tisti delavci, ki so odpuščeni prvi, kadar pride do zmanjšanja povpraševanja po

produktu uporabniškega podjetja na trgu dobrin in so fleksibilna delovna sila, ki se spreminja glede na potrebe po delovni sili uporabniškega podjetja. To torej pomeni, da so posledično agencijski delavci lahko močan indikator poslovnih ciklov, saj se na bolj pogosti ravni lahko njihovo število giba zelo ciklično, tako kot poslovni cikli (Jahn in Bentzen 2010).

Rezultati raziskave o povezavi med obsegom agencijskega dela in poslovnimi cikli so dali zanimive rezultate.

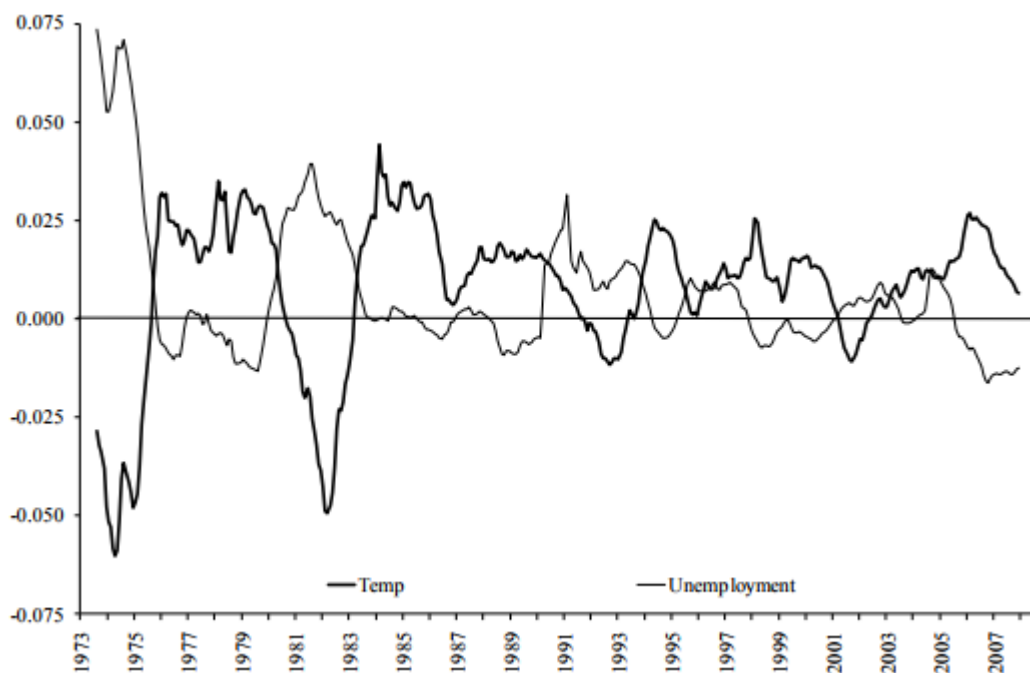
6.6.1 Prikaz podatkov in interpretacija

Slika 6.2: Agencijski delavci in industrijska proizvodnja v časovnem obdobju od 1973 do 2007 v Nemčiji



Vir: Jahn in Bentzen (2010, 18).

Slika 6.3: Agencijski delavci in brezposelnost v časovnem obdobju od 1973 do 2007 v Nemčiji



Vir: Jahn in Bentzen (2010, 19).

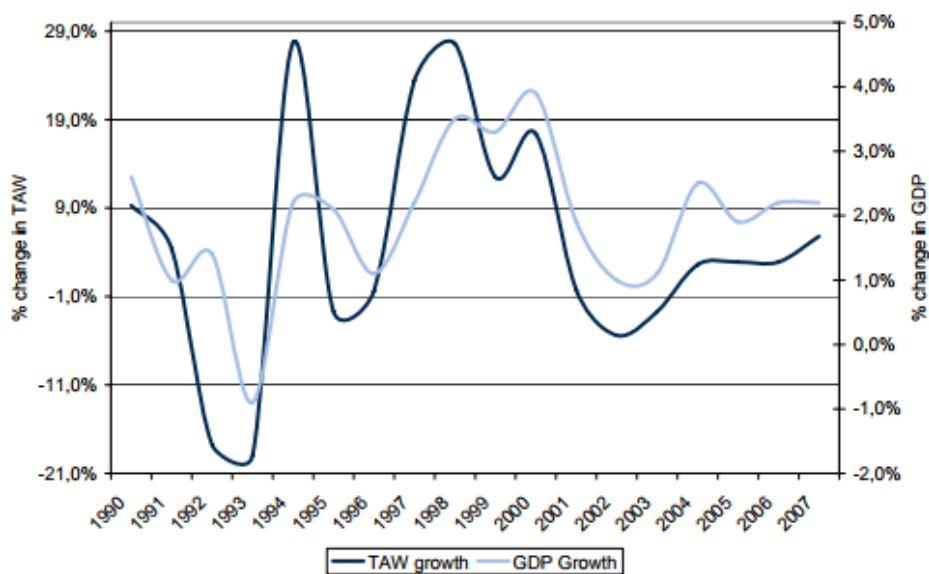
Zgornji sliki (glej Slika 6.2 in Slika 6.3) kažeta na očitno prociklično povezanost obsega agencijskega dela in industrijske proizvodnje (glej Slika 6.2) ter agencijskega dela in brezposelnosti (glej Slika 6.3) v Nemčiji. Na prvem grafu (glej Slika 6.2) je to vidno predvsem pri upadih industrijske proizvodnje v letu 1993 in kasneje v letu 2002 pa tudi pri porastih. Obseg agencijskega dela sledi gibanju industrijske proizvodnje. Povezava med pojavi torej obstaja. Ekonometrično torej obseg agencijskega dela raste/upade premo sorazmerno z rastjo/upadom obsega industrijske proizvodnje, saj ob povečanem obsegu proizvodnje uporabniška podjetja potrebujejo večje število delavcev in obratno upade, ko je povpraševanje po določenem izdelku in posledično obsegu proizvodnje v upadu. Povezava med brezposelnostjo in obsegom agencijskega dela (glej Slika 6.3) prav tako obstaja in deluje kot dokaz, da so agencijski delavci tisti, ki so prvi odpuščeni, ko pride do potrebe po odpuščanju. Na Sliki 6.3 lahko jasno razberemo, da, kadar imamo porast brezposelnosti, se hkrati zmanjša obseg agencijskega dela in obratno - ko imamo nižjo brezposelnost, imamo večji obseg agencijskega dela.

V drugi raziskavi opravljeni s strani Marcela Canoya, Petra Donker van Heela in Erwina Hazerbroekeja "Temporary Agency Work as a Leading Economic Indicator" je mnenje o agencijskem delu obrnjeno, torej avtorji vidijo agencijsko delo kot indikator poslovnih ciklov.

Po besedah avtorjev, je lahko stopnja agencijskega dela v državni ekonomiji uporabljena kot preprosta in ekonomična oblika predvidevanja ekonomskih ciklov in BDP-ja v državi. Pogoj za to pa so bolj redne meritve obsega agencijskega dela. Težava nastane v državah, kjer so ti podatki pomanjkljivi in predvsem v državah, kjer agencijski delavci vidijo agencijsko zaposlitev kot korak k polni zaposlitvi (Canoy, Donker van Heel in Hazerbroek 2009). Obe lastnosti veljata za Slovenijo. Imamo preredko merjene in ne dovolj natančne podatke o dejanskem obsegu agencijskega dela. Na podlagi prej omenjenih vprašalnikov, ki smo jih opravili z delavci zaposlenimi preko agencije, jih je na vprašanje zakaj so se odločili za zaposlitev preko agencije, kar 18 od 23 navedlo agencijsko delo kot kanal do redne zaposlitve, ker ne dobijo drugega dela. Štirje od tistih, ki preferirajo agencijsko delo, so bili študentje in ena oseba stara 43 let, ki uporablja agencijsko delo kot dodaten zaslužek.

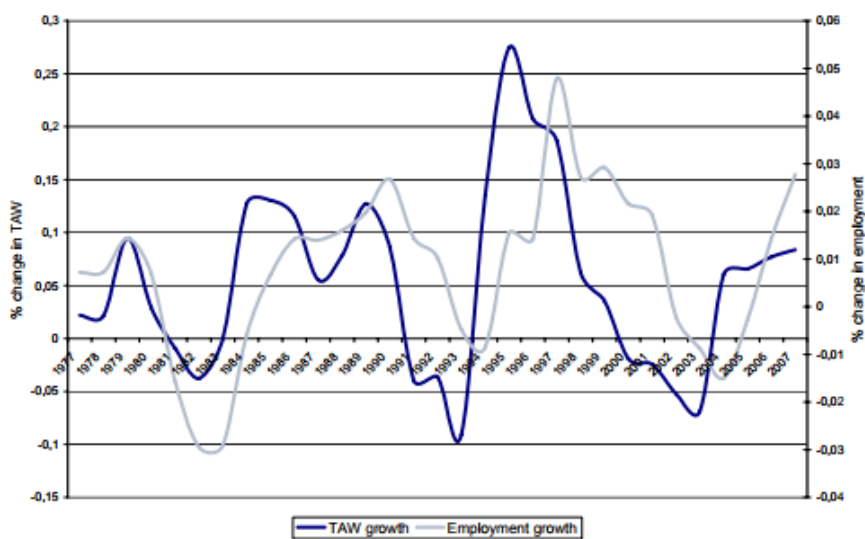
Praktična uporaba stopnje agencijskega dela kot indikatorja poslovnih ciklov, lahko torej operira le v državah, kjer so meritve obsega agencijskega dela redne. V Franciji, Belgiji in na Nizozemskem so te meritve mesečne. Raziskava je temeljila na povezavi med obsegom agencijskega dela v teh treh državah in BDP-jem teh treh držav, ki je opredeljen kot indikator poslovnih ciklov. BDP je tu primeren za primerjavo, ker je stopnja agencijskega dela merjena na mesečni ravni. Izpostavili bi, da je agencijsko delo tu merjeno po številu opravljenih delovnih ur in ne po odstotku zaposlenih preko agencij, vendar verjamemo, da je še vedno relevantno za našo raziskavo, saj je za nas ključnega pomena, da med pojavoma obstaja močna povezava.

Slika 6.4: Agencijsko delo in BDP v časovnem obdobju od 1990 do 2007 v Franciji



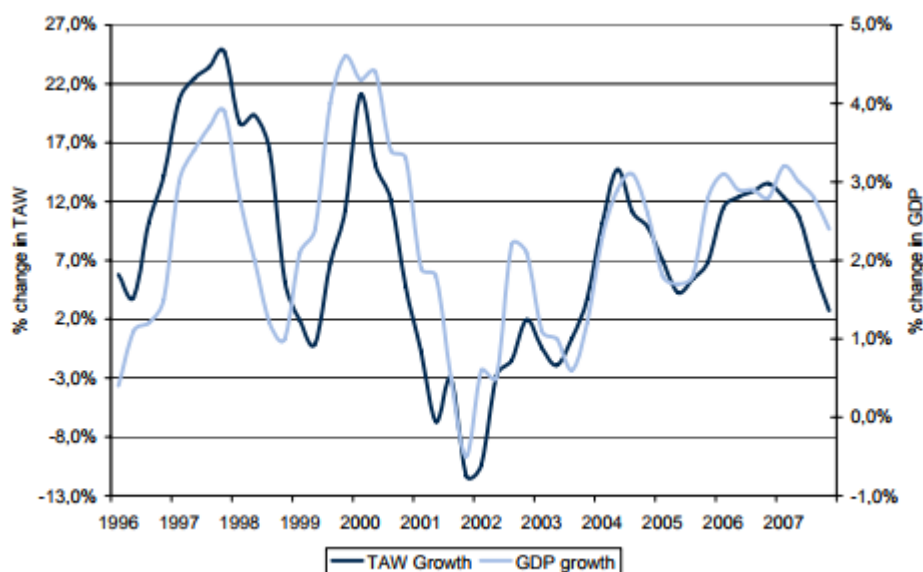
Vir: Canoy, Donker van Heel in Hazerbroek (2009, 6).

Slika 6.5: Agencijsko delo in BDP v časovnem obdobju od 1977 do 2007 na Nizozemskem



Vir: Canoy; Donker van Heel in Hazerbroek (2009, 6).

Slika 6.6: Agencijsko delo in BDP v časovnem obdobju od 1996 do 2007 v Belgiji



Vir: Canoy, Donker van Heel in Hazerbroek. (2009, 7).

Zgornje slike (glej Slika 6.4, Slika 6.5 in Slika 6.6) vse kažejo na močno povezanost spremembe agencijskega dela glede na spremembe BDP-ja držav. Na Nizozemskem, ki ima dolgo zgodovino agencijskega dela celo prehiteva BDP, tako da je lahko gibanje agencijskega dela uporabljeno kot indikator poslovnih ciklov. Potrebno je omeniti tudi, da se večinoma BDP in obseg agencijskega dela prekrivata, predvsem v Belgiji (glej Slika 6.6) in v Franciji po letu 1998 (glej Slika 6.4), vendar se v teh državah BDP objavlja kasneje in redkeje kot stopnja agencijskega dela. (Canoy, Donker van Heel in Hazerbroek 2009) Možnost stopnje agencijskega dela kot indikatorja poslovnih ciklov je zanimiva teorija, vendar je za našo raziskavo pomemben predvsem dokaz, da obstaja močna povezava med poslovnimi cikli (ki so v tem primeru prikazani kot BDP) in obsegom agencijskega dela

6.6.2 Ugotovitve

Ekonomski vpliv je - glede na omenjeni raziskavi, kot kaže nepričakovano večji od političnega vpliva deregulacije. Poslovni cikli zagotovo vplivajo na obseg agencijskega dela, saj fleksibilnost delovne sile, zaposlene preko agencij za zaposlovanje, uravnava fleksibilnost

povpraševanja na trgu dobrin in posledično povpraševanja po delovni sili, ki proizvaja te dobrine.

Agencije imajo praktično stalen dostop do števila agencijskih delavcev in bi lahko v sodelovanju z ministrstvom, oziroma bankami, redno zbirali podatke in uporabljali obseg agencijskega dela kot indikator predvidevanja BDP-ja.. Seveda noben indikator ni optimalen, vendar bi ga lahko uporabljali kot dodaten indikator, ki je hkrati cenovno ugoden.

S pomočjo analize obeh raziskav lahko zaključimo, da je ekonomski vpliv bržkone močnejši od političnega in je kot kaže najmočnejši faktor v povezavi z obsegom agencijskega dela.

6.7 Kulturni vpliv

Kulturo lahko definiramo kot sistem skupnih vrednot, norm in razumevanj (Leroch 2014). Jung pravi, da nacionalna kultura močno vpliva na organizacijsko kulturo v organizaciji, ki je v tej nacionalni kulturi (Jung, Su, Baeza in Hong 2008).

Kulturni vpliv bomo skušali opredeliti z dimenzijami nacionalne kulture, opredeljenimi s strani Geerta Hofstedeja. Za raziskavo smo izbrali Hofstedejeve dimenzije, ker večina kulturnih dimenzij v uporabi izhaja iz Hofstedejeve teorije (Leroch 2014). Leroch pravi, da pomembnost in incentivnost stvari, kot so denar, hierarhija in nadzor izhaja iz kulture in se razlikuje po državah (Leroch 2014).

6.7.1 Hofstede in dimenzije kulture

Hofstede je opredelil nacionalno kulturo s 5 dimenzijami:

- razlika v moči (power distance),
- moškost in ženskost (masculinity vs femininity),
- izogibanje negotovosti (uncertainty avoidance),
- individualizem in kolektivizem (individualism vs colectivism),
- dolgoročna in kratkoročna usmerjenost (long-term vs short-term orientation) (Hofstede 2001; Saich 2007).

Izmed petih dimenzij, verjamemo, da so tri primerne za našo raziskavo, v kateri bomo primerjali razlike v kulturi in obseg agencijskega dela ter skušali najti medsebojno povezavo. Kot tri ključne in smiselne dimenzije, ki potencialno vplivajo na obseg agencijskega dela, smo vzeli izogibanje negotovosti, razliko v moči in moškost/ženskost družbe. Hofstedejeva raziskava nacionalnih kultur je bila opravljena med leti 1967 in 1973, kjer je v raziskavo bilo vključeno 76 držav (Hofstede 2001). Predpostavlja se, da se tovrstne kulturne značilnosti držav v času malo, oziroma zelo počasi spreminjajo.

6.7.2 Izogibanje negotovosti

Izogibanje negotovosti je Hofstede definiral kot obseg, do katerega se člani kulture čutijo ogrožene s strani dvoumnih, oziroma neznanih situacij. Dimenzija izogibanja negotovosti govori o stopnji tolerance družbe do negotovosti. Države z nizko stopnjo izogibanja negotovosti imajo manj zakonov in pravil, ki so ponavadi bolj ohlapna. Odprte so za spremembe in posledično ostajajo zaposleni manj časa v istih podjetjih, torej bolj pogosto menjavajo delodajalce in imajo nizko potrebo po pravilih. Po drugi strani so države z visoko stopnjo izogibanja negotovosti manj tolerantne za spremembe, iščejo sigurnost (tudi zaposlitve). Družbe z nižjo stopnjo izogibanja negotovosti so bolj pripravljene na tveganje (Hofstede 2001; Saich 2009).

Ena najslabših lastnosti agencijskega dela je prav njegova negotovost in tako predvidevamo, da države z večjim indeksom izogibanja negotovosti manj spodbujajo agencijsko obliko dela preko svoje stroge zakonodaje delovnih razmerij, posledično pa je obseg agencijskega dela manjši.

6.7.2.1 *Prikaz podatkov in interpretacija*

V raziskavo smo vključili 23 držav. Države smo razporedili v tabelo od najvišjega indeksa izogibanja negotovosti do najnižjega. Lestvica indeksa izogibanja negotovosti se giblje od 0-100, kjer večja vrednost pomeni večjo stopnjo izogibanja negotovosti.

Tabela 6.1: Indeks izogibanja negotovosti in obseg agencijskega dela (%) v letu 2014, 23 držav EU

Država	Odstotek (%) agencijskega dela v letu 2014	Izogibanje negotovosti (1967-1973)
Grčija	0,2	100
Portugalska	1,8	99
Belgija	1,5	94
Poljska	0,6	93
Slovenija	3,9	88
Španija	2,3	86
Francija	2,2	86
Madžarska	0,8	82
Hrvaška	0,9	80
Italija	0,5	75
Češka	1,5	74
Avstrija	1,9	70
Luksemburg	1,5	70
Nemčija	1,8	65
Litva	0,7	65
Latvija	0,8	63
Finska	1,1	59
Nizozemska	2,9	53
Slovaška	1,4	51
Irska	0,9	35
Velika Britanija	0,4	35
Švedska	1,1	29
Danska	1,1	23

Vir: Hofstede (2001); Evropski parlament (2016, 111).

Tabela 6.1 daje zanimive rezultate. Države z najvišjim indeksom izogibanja negotovosti imajo (razen Grčije) dokaj visok odstotek agencijskega dela. Slovenija, ki je država z najvišjim odstotkom agencijskega dela, ima hkrati tudi visok indeks izogibanja negotovosti, podobno velja za Španijo in Francijo. Države z najnižjim indeksom izogibanja negotovosti, kot so Danska, Švedska, Velika Britanija in Irska, imajo sodeč po teh podatkih nizek odstotek agencijskega dela. Izjema je Nizozemska. Vsekakor na prvi pogled deluje, da ni močne povezave med tema spremenljivkama. Pearsonov koeficient korelacije, kjer je indeks izogibanja negotovosti neodvisna spremenljivka in obseg agencijskega dela odvisna, je 0,181, kar pomeni, da je povezanost neznatna.

6.7.3 Moškost družbe

Družbe z visokim indeksom moškosti so družbe, kjer so cenjene vrednote, kot so tekmovalnost, dosežki in uspeh. Na drugi strani imamo družbe z nizkim indeksom moškosti, ki jih je Hofstede opredelil kot družbe z mehkejšimi vrednotami, kot so skrb za druge in kvaliteta življenja. Torej na eni strani imamo "ženske" družbe, kjer je pomembna kvaliteta življenja, kjer ljudje delajo kar jih zanima, na drugi pa moške, kjer je poglobitni motiv uspeh v življenju in biti najboljši v svojem delu.

Temeljna razlika je v motivaciji ljudi. Kulture z visokim indeksom moškosti cenijo asertivnost in predvsem materialne nagrade, ki so rezultat uspeha. Po drugi strani pa države z nizkim indeksom moškosti potencirajo na sodelovanje, cenijo ponižnost, skrb za šibke (tudi s strani države) in podobno. Na delovnem mestu, zaposleni v moških družbah, pripisujejo večjo pomembnost priložnostim za večji zaslužek, priložnostim za napredovanje, občutkom pomembnosti in uspeha, materialne nagrade, medtem, ko so zaposleni v ženskih družbah izpostavili dobre delovne odnose z nadrejenimi, sodelavce s katerimi lahko dobro sodelujejo, ter varstvo zaposlitve (Hofstede 2001; Saich 2009).

Moškost družbe in stopnjo agencijskega dela smo se odločili primerjati iz razloga, ker je v moških družbah več tekmovalnosti, cenijo se materialne nagrade in živi se zato, da se dela. Vrednote ženskih družb pa so, kot že omenjeno, nasprotne in sicer cenijo bolj kakovost življenja, dela se, da se živi in najbolj pomembno, cenijo se odnosi na delovnem mestu, tako z

nadrejenimi kot s sodelavci. Skrb za šibkejšje je pomembna lastnost ženskih družb, ne samo s strani sočloveka, temveč tudi s strani države. Iz teh predpostavk sklepamo, da so žensstvene družbe manj naklonjene agencijskim oblikam dela kot moške, saj je zanje bolj pomembna kvaliteta zaposlitve, kot materialne nagrade, tekmovalnost in 'preživetje najmočnejšega'. Prav tako je v ženskih družbah zelo cenjena varnost zaposlitve, ki je lastnost nasprotna politik i agencijskega dela.

6.7.3.1 Prikaz podatkov in interpretacija

V raziskavo smo vključili 23 držav. Države smo razporedili v tabelo od najvišjega indeksa moškosti do najnižjega. Lestvica indeksa moškosti se giblje od 0-100, kjer večja vrednost pomeni večjo moškost družbe.

Tabela 6.2: Indeks moškosti in obseg (%) agencijskega dela v letu 2014, 23 držav EU

Država	Odstotek (%) agencijskega dela v letu 2014	Indeks moškosti (1967-1973)
Slovaška	1,4	100
Madžarska	0,8	88
Avstrija	1,9	79
Italija	0,5	70
Irska	0,9	68
Nemčija	1,8	66
Velika Britanija	0,4	66
Poljska	0,6	64
Grčija	0,2	57
Češka	1,5	57
Belgija	1,5	54
Luksemburg	1,5	50

Francija	2,2	43
Španija	2,3	42
Hrvaška	0,9	40
Portugalska	1,8	31
Finska	1,1	26
Slovenija	3,9	19
Litva	0,7	19
Danska	1,1	16
Nizozemska	2,9	14
Latvija	0,8	9
Švedska	1,1	5

Vir: Hofstede (2001); Evropski parlament (2016, 111).

Državi z visokim indeksom moškosti, kot sta Nemčija in Avstrija, imata pričakovano visok odstotek agencijskega dela, vendar imamo po drugi strani veliko držav z visokim indeksom moškosti, kot so Madžarska, Italija, Irska in Velika Britanija, ki imajo hkrati zelo nizke odstotke agencijskega dela. Družbe z nizkim indeksom moškosti, torej bolj ženstvene družbe, kot so Švedska, Latvija, Danska, Litva in Finska imajo po pričakovanjih dokaj nizko stopnjo agencijskega dela, na drugi strani pa imamo ženske države, kot so Nizozemska, Slovenija, pa tudi Francija in Španija, ki imajo kljub temu visoke odstotke agencijskega dela. Slovenija celo najvišji. To je nasprotno v skladu s pričakovanji. Rezultati te primerjave ne kažejo velike povezanosti med moškostjo/ženskostjo države in agencijskim delom. Pearsonov koeficient korelacije, kjer je indeks moškosti neodvisna spremenljivka in obseg agencijskega dela odvisna, znaša $-0,267$, kar pomeni, da obstaja šibka negativna povezava. To pa pomeni, da so ženske družbe celo bolj naklonjene agencijskemu delu, vendar je povezava med spremenljivkama šibka. Tudi v tem primeru ne moremo dati konkretnega zaključka. Kaže, da tudi ta faktor, torej indeks moškosti ni ključnega pomena pri obsegu agencijskega dela.

6.7.4 Razlika v moči

Hofstede opredeli razliko v moči kot "obseg, do katerega manj močni člani institucij in organizacij v državi pričakujejo in sprejemajo neenako porazdelitev moči" (Hofstede 2011). V družbah z visokim indeksom razlike v moči, je neenakost v družbah eksistencialnega pomena

in je zelo rigidna. Posamezniki se dobro zavedajo, kakšen je njihov status. Kjer je razlika v moči majhna, je hierarhija razumljena kot neenakost vlog, ki je ustvarjena zgolj zaradi priročnosti. Torej različne družbe sprejemajo neenakost moči na različne načine (Hofstede 2001; Saich 2009).

V kulturah z visoko stopnjo razlike v moči, so podrejeni močno odvisni od nadrejenih in jim ne nasprotujejo. Agencijsko delo lahko enostavno pojasnimo kot podrejeno obliko dela, tako uporabniškem delodajalcu, kot tudi redno zaposlenim, ki imajo znanje in prakso na delovnem mestu in agencijski delavci tako pogosto prejemajo navodila od njih. Podrejeni (v našem primeru agencijski delavci) v družbah z visokim indeksom razlike v moči to odvisnost oziroma podrejenost sprejmejo brez težav, saj je popolnoma jasno, kdo ima moč. (Hofstede 2001; Saich 2009). Agencijski delavci se tako v takšnih družbah z visoko razliko v moči ne postavijo zase, podobno je s sindikati in posledično ostanejo slabo (ali sploh ne) zavarovani. Iz zgoraj navedenega sklepamo, da je v državah z visoko stopnjo razlike v moči obseg agencijskega dela bolj sprejemljiv in večji, saj delavci enostavno lažje sprejmejo rigidno hierarhično strukturo v kateri so kot agencijski delavci pogosto na dnu.

6.7.4.1 Prikaz podatkov in interpretacija

V raziskavo smo vključili 23 držav. Države smo razporedili v tabelo od najvišjega indeksa razlike v moči do najnižjega. Lestvica indeksa razlike v moči se giblje od 0-100, kjer večja vrednost pomeni večjo razliko v moči.

Tabela 6.3: Indeks razlike v moči in obseg (%) agencijskega dela v letu 2014, 23 držav EU

Država	Odstotek (%) agencijskega dela v letu 2014	Razdalja v moči (1967-1973)
Slovaška	1,4	100

Hrvaška	0,9	73
Slovenija	3,9	71
Poljska	0,6	68
Francija	2,2	68
Belgija	1,5	65
Portugalska	1,8	63
Grčija	0,2	60
Češka	1,5	57
Španija	2,3	57
Italija	0,5	50
Madžarska	0,8	46
Latvija	0,8	44
Litva	0,7	42
Luksemburg	1,5	40
Nizozemska	2,9	38
Velika Britanija	0,4	35
Nemčija	1,8	35
Finska	1,1	33
Švedska	1,1	33
Irska	0,9	28
Danska	1,1	18
Avstrija	1,9	11

Vir: Hofstede (2001), Evropski parlament (2016, 111).

Pogled na tabelo 6.3 ne kaže na močno povezanost. Države z visokim indeksom razlike v moči kot so Slovenija, Slovaška, Francija pa tudi Belgija in Portugalska, kažejo visok odstotek agencijskega dela, kar smo sicer pričakovali, vendar pa imamo na drugi strani države kot so Hrvaška, Poljska in Grčija kjer so indeksi razlike v moči visoki, obseg agencijskega dela pa ekstremno nizek. Na spodnji strani tabele, kjer imamo države z nizkim indeksom razlike moči, kot so Danska, Irska, Švedska in Finska, imamo pričakovano nizek odstotek agencijskega dela. Družbe z nizkim indeksom razlike moči, ki imajo visok obseg agencijskega dela so Avstrija,

Nemčija, Nizozemska in tudi Luksemburg. Skupaj s temi prevelikimi razlikami v državah in vrednostjo Pearsonovega koeficienta korelacije, ki je 0,143, kjer je indeks razlike v moči neodvisna spremenljivka in obseg agencijskega dela odvisna povzemamo, da obstaja neznatna povezava med višino indeksa razlike moči in obsegom agencijskega dela.

6.7.5 Hofstede in grozdenje (clustering)

Raziskovalci so identificirali kulturne podobnosti držav in jih združili v ti. 'distinct clusters of nations' (v tej raziskovalni nalogi poimenovane - grozde). Vsak grozd deli skupno zgodovino, religijo, ekonomski razvoj, regionalno bližino in ostale faktorje. V vsakem grozdu so si države podobne po vsaj treh do štirih Hofstedejevih dimenzijah kulture (House, Hanges, Javidan, Dorfman in Gupta 2004).

Ta oblika analize kulturnih razlik nam pomaga najti podobnosti in razlike med družbami in je posledično primerna za našo raziskavo, saj bo pokazala, če se večji obseg agencijskega dela pojavlja v določenih grozdih.

Države smo v diagramu spodaj (glej Sliko 6.7) razporedili po grozdih. Države, ki spadajo v isti grozd, so si kulturno podobne. Naša raziskava je sestavljena iz držav, ki spadajo v 5 grozdov:

Slika 6.7: Razporeditev držav po grozdih



- **Anglo grozd** izmed obravnavanih držav vključuje Veliko Britanijo in Irsko. V tem grozdu prevladuje visoka individualnost in asertivnost ter nizka razlika v moči in tudi nizek nivo izogibanja negotovosti. Zaželeno je osredotočenost na osebne cilje, meritokratske nagrade, doseganje osebnih ciljev pa presega kolektivne in družinske vezi. Visok nivo moškosti.
- **Germanski grozd** izmed obravnavanih držav vključuje Belgijo, Nemčijo, Avstrijo, Nizozemsko in Luksemburg. V tem grozdu prevladuje visoka individualnost, izogibanje negotovosti, asertivnost in orientacija v prihodnost. Hkrati imajo te države nizke razlike v moči in nizek nivo človeške naravnosti in srednje visok nivo moškosti.
- **Latinski grozd** izmed obravnavanih držav vključuje Italijo, Francijo, Španijo in Portugalsko. Značilen je visok kolektivizem in predvsem visoka stopnja izogibanja negotovosti in tudi dokaj visoka stopnja razlike v moči.
- **Nordijski grozd** izmed obravnavanih držav vključuje Švedsko, Finsko in Dansko. Značilna je precej nizka moškost, nizek nivo razlike v moči in nizka asertivnost ter

tekmovalnost. Zaželeno je orientacija v prihodnost, individualizem, gotovost, socialna kooperativnost.

- **Vzhodnoevropski grozd** izmed obravnavanih držav vključuje Romunijo, Madžarsko, Poljsko, Grčijo, Slovenijo, Hrvaško, Češko, Latvijo, Litvo in Slovaško. Značilen je kolektivizem, naravnost v prihodnost, nižji nivoji izogibanja negotovosti. Pogosta pojava sta izogibanje težavam in majhna iniciativnost. Centralne vzhodnoevropske in baltske države imajo višji individualizem in nižje razlike v moči od bolj vzhodnih oziroma Balkanskih držav, zaradi večjih trgovskih povezav z Zahodno Evropo v preteklosti, kot tudi prisotnostjo rimskokatoliške vere (Hofstede 2001; House, Hanges, Javidan, Dorfman in Gupta 2004).

Po analizi grozdov in kulturnih razlik, smo prišli do ugotovitev, da so države iz germanskega grozda najbolj nagnjene k agencijskemu delu, saj je izmed desetih držav, ki imajo najvišji obseg agencijskega dela, kar 5 iz germanskega grozda. Sledijo latinske države s 3 člani in 2 iz vzhodnoevropskega grozda. Vzhodnoevropske države so najbolj prisotne v desetih državah z najnižjim obsegom agencijskega dela, saj je kar 6 izmed desetih držav z najnižjim obsegom agencijskega dela prisotnih v vzhodnoevropskem grozdu. Sledita državi iz Anglo grozda in po ena iz latinskega in ena iz nordijskega grozda.

Iz tega lahko povzamemo, da imajo družbe, ki imajo visok obseg agencijskega dela, torej družbe iz germanskega in latinskega grozda skupen visok nivo izogibanja negotovosti, ki je hkrati v državah z najnižjimi obsegi agencijskega dela (z izjemo Slovenije) nižji, kot tudi zelo nizek v obeh državah iz Anglo grozda.

6.7.6 Ugotovitve

Med tremi obravnavanimi dimenzijami nacionalne kulture nismo našli konkretnih povezav z obsegom agencijskega dela. Grozdenje je delno obrodilo sadove, saj smo našli skupne točke tako v državah z visokim obsegom agencijskega dela, kot tudi v državah z nizkim. Kljub temu postavljamo kulturno sfero na zadnje mesto po moči vpliva na obseg agencijskega dela za politiko in ekonomijo. Kultura družbe, kot kaže ne vpliva toliko na obseg agencijskega dela, kot verjetno na samo splošno sprejetost takšne oblike zaposlitve v družbi in tudi na posledičen nivo stresa za prebivalce določene družbe. V družbah z višjo stopnjo izogibanja negotovosti, je

ta negotovost zaposlitve verjetno slabše sprejeta, vendar kljub temu, ne pomeni nujno, da je obseg agencijskega dela v takšnih državah manjši. Podobne kulture imajo podobne politike, tako da je politika verjetno v tem pogledu (v povezavi z obsegom agencijskega dela) superiorna kulturi.

6.8 Sklep

Zaradi omejitev s kakovostjo razpoložljivih podatkov, kot tudi različnih definicij po državah, pomanjkanju standardiziranih meritev in splošnem pomanjkanju raziskav na tem področju, je potrebno rezultate te raziskave obravnavati previdno. Iz stilizirane analize konceptov nismo mogli razbrati kakšne močnejše (bivariatne) povezanosti med faktorji. V prihodnjih raziskavah bi priporočali, da se najprej izboljšajo merski in nato še modelski pristopi k prikazu obravnavanih količin, na primer s pomočjo parcialnih korelacijskih koeficientov.

Kljub temu pa z našimi raziskavami v kombinaciji s teorijo prihajamo do zaključka, da je nekoliko presenetljivo ekonomska sfera bržkone tisti najmočnejši faktor, ki vpliva na obseg agencijskega dela, kjer se obe količini gibljeta zelo ciklično. Tu mislimo predvsem na sledenje obsega agencijskega dela povišanim potrebam podjetij po delovni sili v ciklih povišane proizvodnje in obratno, nižji potrebi po delavcih, ko proizvodnja v podjetju ali panogi v določenem trenutku upade. Sledi politična sfera za katero smo pred raziskavo predpostavljali, da je najmočnejši faktor, ki z deregulacijo zakonodaje omogoča delovanje agencijskega dela. Politika je potemtakem mogoče faktor bolj posrednega vpliva in v tej luči težko določimo dejansko moč politike le na podlagi dveh kazalcev - postopne deregulacije in strogosti odpuščanja - katere smo vključili v raziskavo. Izpostavili bi, da so ekonomski cikli kot že sama beseda pove, torej le cikli (pridejo in gredo), in na dolgi rok mogoče niso toliko vplivali, kot deregulacija zakonodaje. Tu ciljamo predvsem na splošno večjo prisotnost agencijskega dela. Premik globalne politike v naftni krizi v sedemdesetih letih prejšnjega stoletja na stran liberalne politike je z željo po večji fleksibilnosti in predvsem deregulaciji zaposlitev delavcev, imel nedvomno velik vpliv na promocijo agencij in s tem uvajanja agencijskih delavcev, tako v Evropi kot po svetu.

Kultura je tako na zadnjem mestu in mogoče bolj vpliva na delo samo, torej delo agencijskega delavca pri uporabniku, kjer se potem vidijo kulturne razlike. Tu ciljamo predvsem na hierarhijo

agencijskih delavcev v organizacijah samih, kjer so recimo v družbah z višjimi, oziroma nižjimi razlikami v moči agencijski delavci obravnavani bolj ali manj enakovredno. Prav tako je treba omeniti stres, ki je v kulturah z višjimi nivoji izogibanja negotovosti v bolj negotovih oblikah zaposlitve, kot je agencijsko delo, verjetno višji.

Hipoteza H⁰1: Najmočnejši vpliv na obseg agencijskega dela imajo državna politika, sledi ekonomija in na zadnjem mestu je kultura družbe.

Našo Hipotezo H⁰1 torej zavračamo, saj smo pokazali, da ekonomija bržkone bolj vpliva na obseg agencijskega dela, kot državna politika in kultura družbe. Kljub logičnemu vplivu politike, so podatki uporabljenih raziskav tako močni in prepričljivi v korist ekonomije, da je v sklepu ekonomija verjetno najmočnejši makro faktor, ki vpliva na obseg agencijskega dela, saj narekuje potrebe po delavcih in predvsem vpliva na obseg agencijskega dela ciklično v razmerju s poslovnimi cikli. Kultura družbe je pričakovano na zadnjem mestu. Naša raziskava potemtakem ugotavlja, da ima najmočnejši vpliv na obseg agencijskega dela ekonomija, sledi državna politika in na zadnjem mestu je kultura družbe.

7 Zaključek

V empiričnem delu smo zavrnilo našo hipotezo H⁰1, ki glasi: **Najmočnejši vpliv na obseg agencijskega dela imajo državne politike, sledi ekonomija in na zadnjem mestu je kultura družbe.**

Zaključujemo, da je kot najbolj vpliven makro faktor tako po interpretaciji statističnih in teoretičnih podatkov v naši raziskovalni nalogi ekonomija. Na drugo mesto postavljamo državno politiko in na zadnje kulturo družbe. Ekonomija ima s poslovnimi cikli ogromen vpliv na povpraševanje po delavcih v danem trenutku in posledično narekuje obseg agencijskega dela. Vseeno bi radi poudarili, da je na splošen obseg veliko vplivala tudi politika s postopno deregulacijo delovnih razmerij, predvsem z možnim številom obnavljanja pogodbe delavca, zaposlenega preko agencije z istim uporabniškim delodajalcem in trajanjem pogodbe delavca zaposlenega preko agencije. Sklepamo, da kultura ne vpliva toliko na obseg agencijskega dela, kot bolj na njegovo sprejemljivost v določeni kulturi družbe in hierarhično postavitev agencijskega delavca v uporabniškem podjetju. Predvsem razmerje med redno zaposlenim in

agencijskim delavcem, glede na indeks razlike v moči v družbi ter nivo stresa med agencijskimi delavci, ki je verjetno višji v družbah, ki se rade izogibajo negotovosti.

Med makro vplivi je torej ekonomski vpliv bržkone najmočnejši vpliv na obseg agencijskega dela. Makro vpliv, ki pa ima največji potencial za spremembe, je politika. Kultura se ne spreminja zlahka, še posebej jedrne vrednote družbe, ki so globoko zasidrane v ljudeh in so posledično za korenitejše spremembe potrebne generacije. Takrat je lahko prepozno. Dobro ljudi prav tako ni v domeni ekonomije, saj so za ekonomijo bolj pomembne lastnosti kot so komercialnost, gospodarska rast in fleksibilnost.

Politiko želimo izpostaviti predvsem, ker politika ne sme biti videna kot težava. Politika je namreč tista, ki lahko stanje na trgu dela izboljša. Potrebno je ojačati zakonodajo in vrniti pravice delavcem. Vloga institucij, kot so izobraževalne institucije, je izjemnega pomena. Te bi namreč morale več časa posvetiti učenju mladih o njihovih pravicah in dolžnostih na trgu dela. Vlada bi morala spodbujati 'dobre' delodajalce, ki obravnavajo svoje delavce kot dragocene, saj ti izgubljajo 'tekmo do dna' kjer zmaguje tisti, ki več privarčuje in v tej tekmi največ izgubljajo delavci, ki so obravnavani kot strošek. Delavci bi morali biti videni kot dragocenost podjetja, plače pa kot investicija v človeški kapital in ne kot strošek.

Potrebno je najti rešitev, ki bo zadovoljila obe strani. Tudi podjetja morajo postati bolj fleksibilna, ne le delavci v njih. Numerično fleksibilnost delavcev bi bilo potrebno zamenjati s funkcionalno. Koncept flexicurity govori prav o tem. O fleksibilnosti in varnosti. Potrebno je najti ravnovesje, kjer bodo imeli delavci varne zaposlitve in obenem ne bodo predragi za delodajalce. V praksi to pomeni najpogosteje deregulacijo zakonodaje, ki pomeni bolj približevanje rednih zaposlitev atipičnim, kot obratno. Tudi sam izraz atipična zaposlitev se sliši ironično, saj je trend takšen, da se povečuje obseg atipičnega dela, ki bo v prihodnosti najverjetneje presejal ti 'tipične' oblike dela. Ali se bo potem izraz le obrnil, ali bo njegov pomen ostal isti?

Na makro ravni potrebujemo predvsem dobro sodelovanje treh akterjev. Vlade, podjetij in izobraževalnih institucij. Vlada mora postaviti neke standarde, ki ščitijo najšibkejše (delavce), vendar mora biti poštena do vseh vpletenih in uskladiti želje in interese vseh. Izjemnega pomena je sodelovanje podjetij in izobraževalnih institucij (srednjih poklicnih šol in Univerz), saj so podjetja tista, ki narekujejo potrebe trga dela. Potrebno je vzpostaviti most med podjetji in izobraževalnimi institucijami v smislu, da bi podjetja 'naročila' delavce, ki bi jih potrebovala na

trgu dela. Izobraževalne institucije pa bi se povpraševanju prilagodile ter dijakom in študentom ponudile potrebne izobraževalne programe. Prilagoditev izobraževalnih institucij bi tako omogočila, da bi maturiralo oziroma diplomiralo potrebno število dijakov oziroma študentov, ki ga trg dela potrebuje in predvsem s takšnim znanjem po katerem je v določenem trenutku povpraševanje na trgu dela. Hkrati bi na ta način zmanjšali brezposlenost in stres v družbi, predvsem pritisk, ki je na mladih, katere po končani izobrazbi ne čaka nič kaj prijetno iskanje prve službe. Potencial izboljšave tega mosta med podjetji in izobraževalnimi institucijami je velik.

8 Literatura:

1. Atkinson, John. 1984. *Personnel Management: Manpower Strategies for Flexible Organizations*. Dostopno prek: <https://www.stonebridge.uk.com/uploads/course/566.pdf> (2. julij 2017).
2. --- 1986. *Employment Flexibility in Internal and External Labour Markets*. Luxembourg: Office of Official Publications of the European Communities.
3. Banka Slovenije. 2015. *Gospodarska in finančna gibanja: Gospodarska gibanja in trg dela*. Dostopno prek: https://www.bsi.si/publikacije/GFG/2015_jul/mobile/index.html#p=27 (1. avgust 2017).
4. Belopavlovič, Nataša, Barbara Kresal, Katarina Kresal Šoltes in Darja Šenčur Peček. 2003. *Zakon o delovnih razmerjih (ZDR) s komentarjem*. Ljubljana: GV
5. Breznik, Maja. 2013. *Atipične oblike zaposlitve*. Ljubljana: Mirovni Inštitut – inštitut za sodobne družbene in politične študije.
6. Bricelj, Lidija. 2007. Posredovanje dela ali delavci "na posodo". *Podjetnik*. Dostopno prek: <http://www.podjetnik.si/clanek/posredovanje-dela-ali-delavci-na-p%C3%B3sodo-20070604#> (22. julij 2017).
7. Burgess, John in Julia Connell. 2004. *International Perspectives on Temporary Agency Work*. London: Routledge.
8. Canoy, Marcel, Peter Donker van Heel in Erwin Hazerbroek. 2009. *Temporary Agency Work as a Leading Economic Indicator*. Dostopno prek: <http://www.>

weceurope.org/fileadmin/templates/eurociett/docs/Temporary_Agency_Work_as_leading_indicator_-_February_2009.pdf (2. avgust 2017).

9. Cotman, Marjeta. 2006. *Pravilnik o pogojih za opravljanje dejavnosti agencij za zaposlovanje*. Ur. l. RS 139/2006. Dostopno prek: <http://www.pisrs.si/Pis.web/pregledPredpisa?id=PRAV7928#> (18. avgust 2017).
10. De Boisseu, Christian, Innocenzo Cipolletta, John Martin Evans, Peter Hartz, Bill Lewis, Karel van Miert, Bill Moriss, Manuel Piementel, Zigmunt Tyszkiewicz in de Lodewijk Wall. 2000. *Orchestrating the evolution of private employment agencies towards a stronger society*. Bruselj: CIETT.
11. Eurofound. 2017. *European Observatory of Working Life*. Dostopno prek: <https://www.eurofound.europa.eu/observatories/eurwork/industrial-relations-dictionary/temporary-agency-work> (4. julij 2017).
12. Evropski parlament. 2016. *Precarious Employment in Europe. Part 1: Patterns, Trends and Policy Strategy*. Dostopno prek: [http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2016/587285/IPOL_STU\(2016\)587285_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2016/587285/IPOL_STU(2016)587285_EN.pdf) (22. julij 2017).
13. Felstead, Alan in Nick Jewson. 1999. *Flexible Labour and Non-Standard Employment. An Agenda of Issues, Global Trends in Flexible Labour*. London: MacMillan Press.
14. Ferligoj, Anuška, Katja Lozar Manfreda in Aleš Žiberna. 2011. *Osnove statistike na prosojnicah*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
15. Hofstede, Geert. 2001. *Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions, and Organizations Across Nations*. Second Edition. Thousand Oaks CA: Sage Publications.
16. ---, Gert Jan Hofstede in Michael Minkov. 2010. *Cultures and Organizations: Software of the Mind*. Revised and Expanded 3rd Edition. New York: McGraw-Hill USA.
17. --- 2011. *Dimensionalizing Cultures: The Hofstede Model in Context. Online Readings in Psychology and Culture* 2 (1). Dostopno prek: <https://doi.org/10.9707/23070919.1014> (9. avgust 2017).

18. House, Robert, Paul Hanges, Mansour Javidan, Peter Dorfman in Vipin Gupta. 2004. *Culture, Leadership, and Organizations: The GLOBE study of 62 societies*. Thousand Oaks CA: Sage.
19. Jahn, Elke in Jan Bentzen. 2010. *What Drives the Demand for Temporary Agency Workers?* Dostopno prek: <http://repec.iza.org/dp5333.pdf> (1. avgust 2017).
20. Jung, Joo, Xuemei Su, Miguel Baeza in Soonkwan Hong. 2008. The effect of organizational culture stemming from national culture towards quality management deployment. *The TMQ Journal* 20 (6): 622–635.
21. Kajzer, Alenka. 2014. *Stanje na področju fleksibilnosti v Sloveniji s predlogi rešitev – pomen fleksibilnosti za delovanje sektorja obrti in podjetništva*. Dostopno prek: <http://www.zdops.si/UserFiles/File/StudijaFleksibilnostSlovenijaDialogueS.pdf> (20. julij 2017).
22. Kanjuo-Mrčela, Aleksandra in Miroљub Ignjatović. 2004. Neprijazna fleksibilizacija dela in zaposlovanja – potreba po oblikovanju varne fleksibilnosti. V *Razpoke v zgodbi o uspehu: primerjalna analiza upravljanja človeških virov v Sloveniji*, ur. Ivan Svetlik in Branko Ilič, 230–258. Ljubljana: Sophia.
23. --- 2017. *Pomen socialnega partnerstva za uvajanje varne fleksibilnosti*. Dostopno prek: www.delavska-participacija.com/priloge/ID060818.doc (12. julij 2017).
24. Knox, Angela. 2015. The temporary Agency Work Industry and Its Regulatory Environment: Evidence from Australia. V *Temporary Agency Work and Globalisation: Beyond Flexibility and Inequality*, ur. Huiyan Fu, 95–124. New York: Routledge.
25. Kohont, Andrej. 2003. Zaposlovanje pri zasebnih agencijah. *Teorija in praksa* 40 (3). Dostopno prek: <http://dk.fdv.uni-lj.si/db/pdfs/tip20033kohont.pdf> (12. julij 2017).
26. Kramberger, Anton. 2010. *Social and Environmental Implications of Re-Emergent Labour Market Segmentation in Slovenia*. Dostopno prek: file:///C:/Users/predavalnica/27/Desktop/fulltext_stamped.pdf (23. avgust 2017).
27. Leroch, Martin. 2014. Culture at Work: How Culture affects Workplace Behaviours. *International Journal of Manpower* 35 (1/2): 133–146.

28. Lipičnik, Bogdan. 2000. *Fleksibilna zaposlitev – zgolj možnost ali potreba?* Dostopno prek: <http://evropa.gov.si/publikacije/evrobilten/evrobilten-14-10/> (7. julij 2017).
29. Mikuš, Špela. 2015. Kdaj se vam splača najeti delavca. *Finance*, 23. februar. Dostopno prek: <https://topjob.finance.si/8817945/Kdaj-se-vam-spla%C4%8Da-najeti-delavca?cc=1&test&> (16. julij 2017).
30. *Ministrstvo za delo, družino, socialne zadeve in enake možnosti*. Dostopno prek: <http://www.mdds.gov.si/> (15. julij 2017).
31. The Organization for Economic Co-operation and Development (OECD). 2017. *Employment Protection Legislation*. Dostopno prek: <http://www.compareyourcountry.org/employment-protectionlegislation?cr=oeed&lg=en&page=0&charts=2+1443447419344+1&template=6> (1. avgust 2017).
32. Raspor, Andrej in Nevenka Volk Rožič. 2006. Posredovanje dela. *Organizacija* 39(6): 378–385.
33. Rimmer, Malcolm in Jon Zappala. 1988. Labour Market Flexibility and The Second Tier. *Australian Bulletin of Labour*, 14 (4. september), 564–591.
34. Saich, Andreja. 2007. *Vpliv nacionalne kulture na etično odločanje: Primerjava Slovenskih in Ameriških managerjev*. Magistrsko delo. Ljubljana: Ekonomska Fakulteta.
35. Storrie, Donald. 2002. *Temporary Agency Work in the European Union*. Dostopno prek: https://docentes.fd.unl.pt/docentes_docs/ma/jzm_MA_31600.pdf (3. avgust 2017).
36. Strašek, Sebastijan. 2007. *Ekonomska politika*. Maribor: EPF.
37. Svetlik, Ivan in Sonja Pirher. 1994. *Zaposlovanje: Približevanje Evropi*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
38. Vozel Češek, Nina. 2017. *Indeksi industrijske proizvodnje, prihodka od prodaje, zalog in produktivnosti dela v industriji*. Dostopno prek: <http://www.stat.si/StatWeb/File/DocSysFile/8183> (4. avgust 2017).
39. *Zakon o urejanju trga dela (ZUTD)*. Ur. l. RS 80/2010. Dostopno prek: <http://pisrs.si/Pis.web/pregledPredpisa?id=ZAKO5840> (18. avgust 2017).