

Anne Inga Hilsen og
Roy A. Nielsen

Seniorpolitikk i varehandelen



Fafo-rapport
2019:19

Anne Inga Hilsen og Roy A. Nielsen

Seniorpolitikk i varehandelen

Fafo-rapport 2019:19

© Fafo 2019
ISBN 978-82-324-0514-5
ISSN 2387-6859

Omslagsbilde: Colourbox.com

Innhold

Forord	5
Sammendrag	6
Summary	8
Bakgrunn	10
Problemstilling	12
Metode	14
Forskningsspørsmål 1 Hvordan ser situasjonen ut?.....	14
Forskningsspørsmål 2 Hvordan arbeides det med seniorpolitikk i varehandelen?	14
Forskningsspørsmål 1 Hvordan ser situasjonen ut?.....	16
Utviklingen i antall ansatte og aldersfordelingen i næringen	16
Holdninger til seniorer og eldre arbeidstakere i Norsk seniorpolitisk barometer 2017.....	26
Forskningsspørsmål 2 Hvordan arbeides det med seniorpolitikk i varehandelen? ..	36
Små butikker som uformelle arbeidsfellesskap – på godt og vondt	36
Der seniorkompetanse betyr noe.....	37
Kundenes forventninger	38
Når alder ikke betyr noe	39
Hva betyr dette for seniorpolitikk- arbeidet i varehandelen?	41
Referanser	43

Forord

Denne rapporten er resultatet av et samarbeid mellom Fellestilltakene LO-Virke, Handel og Kontor Norge, Virke, Senter for seniorpolitikk og Fafo. Vi er svært takknemlige for det engasjementet og bistanden samarbeidspartnerne har lagt i dette prosjektet. Vi takker også bedriftene som har åpnet dørene og delt erfaringer med oss.

I arbeidet med prosjektet har flere tidligere kolleger på Fafo bidratt i tillegg til hovedforfatterne. Åsmund Hermansen har gjort en stor jobb med data fra Norsk seniorpolitisk barometer, og Therese Saltkjel har også bidratt.

På Fafo har Tove Midtsundstad kvalitetssikret rapporten, og Bente Bakken i publikasjonsavdelingen har som alltid hatt ansvar for ferdigstilling. Stor takk til alle som har bidratt. Ansvar for feil og mangler i rapporten ligger like fullt hos forfatterne.

Oslo, juni 2019

Anne Inga Hilsen og Roy A. Nielsen

Sammendrag

Dette prosjektet er et samarbeid mellom Handel og Kontor Norge (HK), Virke, Fafo, Fellestilltakene LO-Virke og Senter for seniorpolitikk (SSP), og prosjektet er finansiert av Fellestilltakene LO-Virke og SSP. Prosjektet ønsket å se på betingelsene for god seniorpolitikk i varehandelen, med vekt på hvordan situasjonen ser ut, og hvordan det arbeides med seniorpolitikk i denne delen av arbeidslivet. Hovedmålet er å bidra til bedre seniorpolitikk i norsk arbeidsliv gjennom å belyse situasjonen i en sektor som har fått lite oppmerksomhet så langt: varehandel. Prosjektet har to delmål som skal bidra til dette hovedmålet: 1) kartlegge situasjonen for seniorer i varehandel gjennom registerdata og Norsk seniorpolitisk barometer, og 2) undersøke hvordan det arbeides med seniorpolitikk i varehandelen gjennom caseundersøkelse i et utvalg bedrifter.

Varehandelen omfatter bilbransjen, agentur- og engroshandel og detaljhandel. Dette prosjektet har konsentrert seg særlig om detaljhandelen. Butikker finnes over hele landet og sysselsetter gjerne lokalt. Andelen unge ansatte (under 25 år) er langt høyere i varehandelen generelt og i detaljhandelen spesielt enn i øvrige næringer. Dette kan tyde på at butikkjobb lar seg kombinere med skole og studier, men at mange av de unge ikke blir værende i bransjen. I november 2015 var 14 prosent av lønnstakere i Norge ansatt i varehandelen. Til sammen utgjorde de over 330 000 personer. Av disse var over 78 000 50 år eller eldre, dermed var omtrent hver fjerde ansatt i varehandelen senior. Andelen seniorer var lavest i detaljhandelen og høyest innen agentur- og engroshandel. Et klart flertall av seniorene i varehandelen arbeider i full stilling. I 2000 gjaldt det nesten 70 prosent av seniorene, og andelen økte til 77 prosent i 2015. Det vil si at de som har butikkjobb som sin yrkeskarriere, hovedsakelig jobber heltid, mens ungdommene i vesentlig større grad jobber deltid.

For å komme bakenfor tallene gjennomførte vi også en intervjuundersøkelse i et utvalg butikker med seniorer ansatt. Særlig var vi opptatt av å finne butikker der det var grunn til å tro at erfaring spilte en rolle, siden seniorene nettopp kan skilte med lang erfaring. Dette gjelder spesialforretninger som klesforretninger rettet mot et voksent publikum, faghandler som apotek og byggevare eller dagligvarebutikker med ferskvareidisk. Vi snakket med både seniorer og ledere i butikkene og spurte om hvordan det var å være senior i disse butikkene. Selvsagt er ikke disse svarene hverken representative eller generaliserbare til bransjen som helhet, men de har gitt oss et interessant innblikk i en arbeidshverdag der seniorene verdsettes for sin erfaring og kompetanse. Lederne la stor vekt på erfaring i møte med kundenes behov. Dermed hadde de ansatte i høy alder, og de hadde ansatt eldre. En butikk fortalte om en ansatt de hadde rekruttert da denne personen ble pensjonert fra en av konkurrentene. Alle vi snakket med, fortalte om flinke og erfarne eldre medarbeidere som et fortrinn i konkurransen om kundene.

Når det gjelder det systematiske seniorpolitikkarbeidet, gikk det et skille mellom de store og de små butikkene vi snakket med. De store hadde systemer for systematisk personalarbeid, også seniorpolitisk arbeid, og personalavdelinger å hente bistand fra

hvis det trengtes. De små butikkene vi besøkte, fortalte om god praksis, men liten grad av formalisering. Når de er få og arbeider side ved side ute i butikken til daglig, mente lederne at det var lite behov for formelle møter og samtaler.

Summary

This project is a collaboration between Handel og Kontor Norge, Virke, Fafo, Felles-tiltakene LO-Virke and the Centre for Senior Policy (SSP), funded by Felles-tiltakene LO-Virke and SSP. The project aims to examine the conditions for older workers in the retail trade, with a focus on describing the situation both through statistics and a qualitative exploration. The main objective is to contribute to better senior policy in Norway and to shed light on the situation in a sector that has received little attention so far: retail shops. The project addresses this main objective through the following: 1. studying the situation for seniors in the retail sector through the registry data and a survey, and 2. examining local practice through case studies in some businesses.

Retail trade, on which this project concentrates particularly, is part of Standard Industrial Classification group G, Wholesale and retail trade, repair of motor vehicles and motorcycles, and includes the automobile industry, wholesale and retail. Shops can be found throughout the country, and they employ locally. The proportion of younger workers (under 25 years) is much higher in the sector in general, and in the retail trade in particular, compared with other industries. This may indicate that working in a shop can be combined with school and university studies, but that many of the young people do not remain in the industry for the long term. In November 2015, 14 per cent of wage earners in Norway worked in the retail sector. The industry employed over 330,000 people. Of these, 78,000 were 50 years or older, i.e. about every fourth employee in the retail sector was a senior (defined as 50+). The proportion of seniors was lowest in the retail trade and highest within wholesale. A clear majority of the seniors in the retail trade were working full time. In 2000, almost 70 percent of seniors worked full time, and the percentage rose to 77 percent in 2015. It would seem that those working full time were mainly those that make working in retail trade their professional career, while the youngsters who used it as a source of income in younger years to a significantly greater degree worked part time.

To get behind the numbers, we also conducted interviews in a selection of stores with employees who were seniors. In particular, we were keen to find shops where being experienced was an advantage, since this would favour the seniors. This might be shops such as gentlemen's clothing, pharmacies, hardware stores, grocery stores selling fresh fish or meat. We spoke with employees who were seniors as well as managers in the stores, and asked about the working conditions for older workers in the stores. Of course answers from a small number of cases are not representative for the industry as a whole, but overall they have given us an interesting glimpse into a workplace where seniors are valued for their experience and expertise. The managers put great emphasis on the value of experience-based competence in meeting customer demands.

When it comes to systematic senior policy work, we found a distinction between large versus small and medium size stores (SMBs). The large stores had systems for human resources management (HRM), also age-friendly HRM, and human resources

departments to advise and assist when needed. The SMBs we visited told of good practice but little formalized HRM. Where managers and employees were few and worked side-by-side in their everyday work, both managers and seniors saw little need for formal meetings or systematic dialogues.

Bakgrunn

Det finnes mye kunnskap om seniorpolitikk i norsk arbeidsliv, men det har vært sterkere søkelys på noen deler av arbeidslivet enn andre. I en kunnskapsstatus over forskning på eldre og yrkesdeltakelse (Hilsen & Midtsundstad 2015) pekes det på at det finnes mindre kunnskap om tiltak og virkemidler i små og mellomstore bedrifter (SMB). Varehandelen er en bransje som kjennetegnes av mindre enheter og vekslende organiseringsgrad, både på arbeidsgiver- og arbeidstakersiden. En Fafo-rapport fra dagligvarehandelen (Hilsen & Jensen 2014) peker på at organiseringsgraden er en utfordring for den norske samarbeidsmodellen, som også avtalen om et mer inkluderende arbeidsliv (IA-avtalen) baserer seg på. Den forrige IA-avtalen som gikk ut ved slutten av 2018, hadde som mål å øke yrkesdeltakelse for 50+-befolkningen og var en avtale mellom partene både på nasjonalt nivå og bedriftsnivå. Uten organiserte parter på bedriftsnivå er det vanskeligere å nå frem til disse med slike systematiske, partsbaserte innsatser som IA-avtalen. Fra 2019 fikk IA-avtalen noe endrede mål og ble knyttet tettere opp til sykefravær og uføretilgang. Selv om seniorpolitikk som eget mål utgikk, er det fortsatt oppmerksomhet om å beholde folk i arbeidslivet frem til pensjonsalder og ikke miste ansatte til uføretrygd. Dermed er samarbeid om ivaretagelse av arbeidstakerne for å sikre høy yrkesdeltakelse og lange yrkeskarrierer fortsatt et mål.

Ifølge en oversiktsrapport fra NHO over status i varehandelen, basert på blant annet tall fra Statistisk sentralbyrå (2016), har varehandelen stått for en stadig økende del av brutto nasjonalprodukt og bidratt til vekst og høy sysselsetting totalt siden starten av 90-tallet. Til tross for finanskrisen og lavere etterspørsel fra 2008 økte omsetningen innen varehandelen med rundt 30 prosent i perioden 2005–2010. Rapporten sier videre at «Den næringen som har opplevd aller størst økning er handel med og reparasjon av biler. Næringsgruppen innen engroshandel som hadde størst økning i omsetning samme periode var nærings- og nytelsesmidler. Innen detaljhandel hadde handel utenom fast utsalgssted (netthandelen) størst omsetningsøkning».

Varehandel (næringskode G Varehandel, reparasjon av motorvogner) består av tre undergrupper: næringsgruppe 45 Handel med og reparasjon av motorvogner, næringsgruppe 46 Agentur- og engroshandel, unntatt motorvogner og næringsgruppe 47 Detaljhandel, unntatt motorvogner. Selv om denne rapporten i hovedsak fokuserer på detaljhandel, ser vi også på hele gruppen varehandel sammenlignet med resten av næringslivet i noen av analysene. Dette kommenteres hvert enkelt sted.

Vi ønsket å se på betingelsene for god seniorpolitikk i detaljhandel, det vil si salg i butikk, med vekt på hvordan man arbeider med seniorpolitikk i denne delen av arbeidslivet.

Caseundersøkelsen viste butikker som så og verdsatte seniorkompetansen som en verdi i kundemøtet. Når butikken selger varer som krever kunnskap fra betjeningens side, som tilpasning av klær, oppdeling av fisk/kjøtt e.l., blir de erfarne ansattes kompetanse verdifull. I arbeidet side ved side ute i butikken kommer ledere og ansatte nærmere hverandre, og generelle merkelapper, som alder, får mindre betydning enn

individuelle forhold. Dermed blir høy alder mindre stigmatiserende hvis senioren for øvrig utfører arbeidet som alle andre. «Aldersblindhet» i form av at man ikke bruker alder som forklaringsvariabel for læringsevne eller -vilje, fant vi også i en virksomhet der alle ansatte var i senioraldersgruppen. Det gir liten mening å forklare forskjeller i ytelse eller motivasjon med alder hvis alle er like gamle og alder dermed ikke skiller mellom ansatte.

Denne nye kunnskapen er viktig både for partene (arbeidstakerorganisasjonen (Handel og Kontor HK) og arbeidsgiverorganisasjonen Virke) og for bedriftene selv.

Prosjektet er finansiert av Fellestilltakene LO-Virke og Senter for seniorpolitikk (SSP) og gjennomføres i samarbeid med en styringsgruppe fra Handel og Kontor Norge (HK), Virke, SSP og Fellestilltakene LO-Virke.

Problemstilling

Prosjektet har sett på betingelsene for god seniorpolitikk i varehandelen, med vekt på hvordan det arbeides for å ivareta, utvikle og beholde eldre arbeidstakere i denne delen av arbeidslivet.

God seniorpolitikk på virksomhetsnivå kan beskrives som en personalpolitikk som anerkjenner og utvikler seniorressursene på arbeidsplassen, og som dermed legger til rette for at seniorene skal kunne og ville stå lenge i jobb. Hva som konkret skal til, vil avhenge av individuelle faktorer og kjennetegn ved jobben, men oppmerksomheten må rettes mot å beholde den godt voksne arbeidskraften og bruke personalpolitiske virkemidler aktivt for å støtte opp under dette målet.

Prosjektet har to delmål som skal bidra til dette hovedmålet:

Delmål 1: Kartlegge situasjonen for seniorer i varehandel

For å besvare spørsmålet om hvordan situasjonen ser ut, benyttes registerdata og surveydata. Fafo har tilgang til en rekke slike datasett og har lang erfaring med kvantitativ dataanalyse av slike datasett. Nærmere beskrivelse av datakilder finnes i metodikapitlet.

Delmål 2: Undersøke hvordan det arbeides med seniorpolitikk i varehandelen

For å si noe om hvordan det arbeides med seniorpolitikk i varehandelen, gjennomførte vi en kvalitativ intervjuundersøkelse i et utvalg butikker og en enkel kundeundersøkelse i de samme butikkene.

Hensikten med undersøkelsene er å skaffe forskningsbasert kunnskap som kan brukes i IA-arbeidet overfor denne sektoren, både for arbeidstakerorganisasjonen (Handel og Kontor HK) og arbeidsgiverorganisasjonen Virke.

Hovedmålet er å bidra til bedre seniorpolitikk i norsk arbeidsliv gjennom å belyse situasjonen i en sektor som har fått lite oppmerksomhet så langt: varehandel.

Målgruppen for prosjektet er varehandelen. Prosjektet konsentrerer seg om detaljhandel. Detaljhandelen er interessant fordi den i hovedsak består av mindre enheter med færre ansatte, lav avtaledekning og mye deltid. Hvordan jobber man systematisk med arbeidsmiljø i slike virksomheter? Det sies at det kan være lettere å være senior i slike butikker, fordi man jobber tettere sammen og leder og ansatte kjenner hverandre som personer, ikke bare som navn (og alder) i ansattstatistikken. Samtidig er handlingsrommet mindre hvis det er behov for tilpasninger og tilrettelegginger, og det kan gjøre det vanskeligere å legge til rette for lange karrierer for seniorene i den grad de får behov for særskilt tilrettelegging. Selv om vi vet en del om forholdene i detaljhandelen (f.eks. Bjørnstad et al. 2017; Fredriksen 2015; Gramstad, Helland & Saebi 2017; Hilsen & Jensen 2014; Jensen & Nergaard 2017; Jensen 2018; Midtsundstad 2018; Pedersen, Solem & Kristiansen 2018; Steen & Nergaard 2018), finnes det lite forskningsbasert kunnskap om seniorpolitisk arbeid i denne delen av arbeidslivet.

Dette er bakgrunnen for ønsket om å finne ut mer om hvordan det arbeides med seniorpolitikk i varehandel, og særlig detaljhandel.

I utvalget av virksomheter har viktige dimensjoner å belyse vært type butikker, butikkstørrelse, organiseringsform (kjede/konsern eller frittstående), geografi, kjønnsdimensjonen (kvinnedominerte og mannsdominerte) og markedssegment (hva slags kunder retter butikken seg mot, aldersmessig og demografisk).

Metode

Forskningslitteraturen om seniorpolitiske virkemidler og Eldres yrkesdeltakelse i Norge er omfattende og berører mange ulike fagfelt med til dels svært ulike teoretiske og metodiske innfallsvinkler. Der en kvantitativ tilnærming vil kunne kartlegge forekomsten av tiltak og virkemidler innen seniorpolitikken og sammenhengen med opplevd arbeidsmiljø og pensjoneringsadferd, trenger vi også casestudier for bedre å forstå rammebetingelser, strategier og holdninger som kan gi verdifulle bidrag ved å beskrive hvordan seniorpolitikken utøves i utvalgte virksomheter. Vi legger derfor opp til å bruke ulike forskningsmetoder, der vi kombinerer analyse av kvantitative data med eksplorerende kvalitative dybdeintervjuer for å få en bredere forståelse av aktørenes egen forståelse og erfaringer.

Følgende undersøkelser/datakilder vil bli benyttet for å besvare forskningsspørsmålene:

- kvalitativ spørreundersøkelse i et utvalg bedrifter (ny)
- den registerbaserte sysselsettingsstatistikken fra SSB (foreliggende)
- Norsk seniorpolitisk barometer (SSP) (foreliggende)

Forskningsspørsmål 1 Hvordan ser situasjonen ut?

For å besvare første forskningsspørsmål tar vi utgangspunkt i en rekke datakilder som gir grunnlag for å beskrive situasjonen i varehandelen med hensyn til sysselsetting av seniorer. Med utgangspunkt i den registerbaserte sysselsettingsstatistikken fra SSB vil vi beskrive utviklingen i antallet seniorer (50 år og eldre) innen varehandelen i perioden 2000 til 2014, sammenlignet med andre næringer, samt hvordan disse fordeler seg på kjønn, bosted (kommune), utdanningsnivå og avtalt arbeidstid.

Betingelsene for seniorene i bransjen påvirkes av ledernes behov for seniorarbeidskraften og holdninger til denne gruppen. Ledernes holdninger til seniorer finner vi i tidligere surveyundersøkelser blant ledere i norske virksomheter om holdninger til seniorer i arbeidslivet og aldring gjennomført årlig i perioden 2003 til 2015. Disse undersøkelsene gir et bilde på utviklingen i holdninger til seniorer i arbeidslivet og aldring blant ledere i varehandelen, sammenlignet med andre næringer.

Forskningsspørsmål 2 Hvordan arbeides det med seniorpolitikk i varehandelen?

Fordi vi ønsker å undersøke det vi ikke kan definere klare hypoteser om eller definere mulige svaralternativ for, trenger vi i tillegg en kvalitativ tilnærming der individuelle kvalitative intervjuer er sentrale. Kvalitative intervjuer er egnet der man ønsker å utforske informantens egen forståelse og opplevelse. Forskningsspørsmål 2, Hvordan arbeides det med seniorpolitikk i varehandelen?, ble derfor også belyst til dels gjennom en kvalitativ intervjuundersøkelse i et utvalg butikker der vi intervjuet ledere og tillitsvalgte/ansattrepresentanter. Bedriftene ble i utgangspunktet identifisert ut fra

størrelse, geografi, type butikk og om bransjen er manns- eller kvinnedominert, både på ansatt- og kundesiden.

Det viste seg fort å være store utfordringer med å rekruttere de utvalgte bedriftene, da få ønsket å delta i undersøkelsen. Vi kontaktet en rekke bedrifter som avsto. Noen steder var de positivt innstilt ved første kontakt, men tok dessverre aldri kontakt tilbake. Det gjaldt selv etter gjentatte påminnelser (purringer). Andre avsto i utgangspunktet. Et par steder var leder positiv, men seniorenene i bedriften ønsket ikke å delta, uten at vi fikk noen begrunnelse for hvorfor. Andre steder hadde vi gjentatt kommunikasjon med ledere sentralt i kjeden/hovedkontoret for å klarere deltakelse, uten at det var mulig å få et endelig svar fra dem om deltakelse.

Problemene med rekruttering av bedrifter kan i seg selv være et funn. Det kan indikere at temaet for undersøkelsen ikke opplevdes som viktig nok til at de ønsket å prioritere deltakelse, eller at de ikke hadde noe forhold til tematikken. At seniorenene selv ikke ville delta, kan si noe om at seniorbegrepet ikke er innarbeidet i bransjen, slik at de ikke ønsker å bli sett på som seniorer. Ett av stedene vi kontaktet, hadde også hatt en personalsak knyttet til en eldre medarbeider og ville av den grunn overhodet ikke snakke om seniorpolitikk.

Det er likevel vanskelig å trekke noen konklusjoner ut fra disse erfaringene, men de kan indikere at partene sentralt vil ha en særlig utfordring i sitt arbeid med seniorpolitikk i denne bransjen.

På grunn av utfordringene med å rekruttere endte vi opp med et utvalg på tre–fire butikker: dagligvare med ferskvaredisk, klesforretning for herrer (både ferdigkonfeksjon og tilpasning/omsøm av klær) og apotek.

I hver butikk intervjuet vi daglig leder og to–fire senioransatte. I dagligvarebutikken intervjuet vi også personalsjef i kjeden sentralt. I tillegg gjennomførte vi en enkel kundeundersøkelse utenfor tre av disse fire butikkene.

Forskningsspørsmål 1

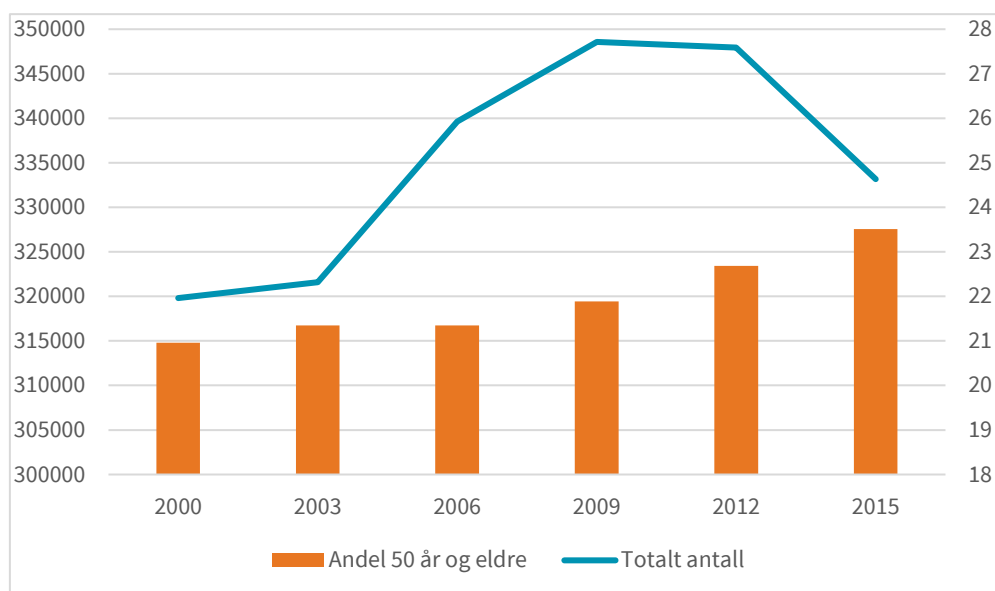
Hvordan ser situasjonen ut?

I november 2015 var 14 prosent av lønnstakere i Norge ansatt i varehandelen. Til sammen utgjorde de over 330 000 personer. Av disse var over 78 000 50 år eller eldre, dermed var en fjerdedel av de ansatte i varehandelen seniorer. I dette kapitlet skal vi kort gå gjennom utviklingen i antall og andel seniorer i varehandelen fra 2000 til 2015. I tillegg skal vi beskrive fordelingen av seniorer etter kjønn, bosted (kommunestørrelse), utdanningsnivå og arbeidstid. Vi vil i tillegg undersøke nyansettelser i varehandelen blant personer 50 år eller eldre samt om det er mye intern mobilitet *innen* varehandelen i denne gruppen. Vi vil både sammenligne varehandelen med øvrige næringsgrupper og undersøke forskjellene innad i varehandelen. I siste del av kapitlet skal vi se nærmere på noen holdningsspørsmål om eldre arbeidstakere stilt til ledere i Norsk seniorpolitisk barometer i 2017.

Utviklingen i antall ansatte og aldersfordelingen i næringen

Antall ansatte i varehandelen i 2000 var omtrent 320 000, altså noe lavere enn i 2015 da drøyt 330 000 jobbet i bransjen (jf. figur 1). Antallet var høyest i 2009, men det var ingen tydelig reduksjon før etter 2012.

Figur 1 Antall ansatte i varehandelen og andel 50 år og eldre, 2000-2015.

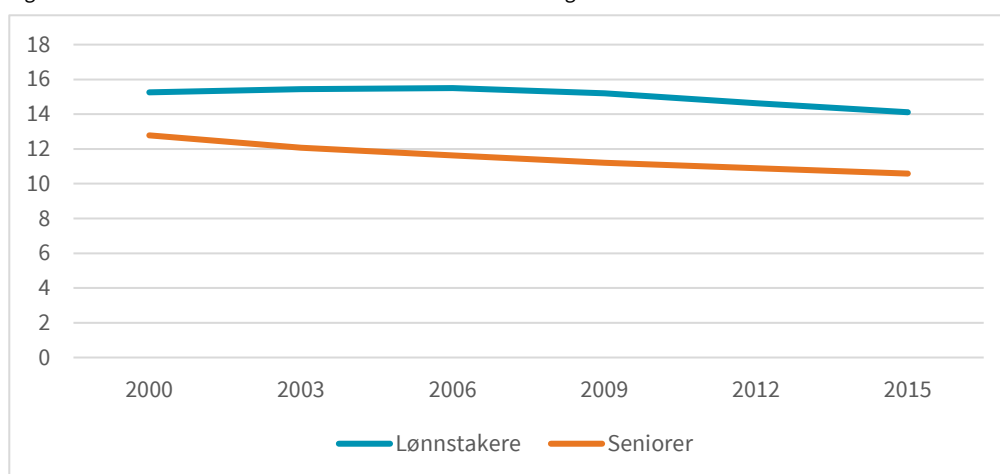


Andelen seniorer (ansatte 50 år og eldre) har også økt noe gjennom perioden, fra 21 prosent (67 000) i 2000 til over 23 prosent i 2015 (78 000). Antallet seniorer var

forholdsvis stabilt fra 2012 til 2015, mens det totale antallet ansatte ble noe redusert, dermed økte andelen seniorer også da.

Selv om det har vært en økning i både det samlede antallet ansatte og i antallet seniorer i bransjen fra 2000 til 2015, har tilsvarende økning vært større i øvrige næringer. Dette fremkommer i figur 2, hvor vi ser at andelen ansatte i varehandelen som andel av alle lønnstakere var svakt synkende i perioden 2000–2015, fra drøye 15 prosent til litt over 14 prosent. I den samme perioden har også andelen seniorer i varehandelen blitt noe redusert, fra i underkant av 13 prosent i 2000 til i underkant av 11 prosent i 2015. Dette innebærer at selv om arbeidsstyrken har vokst gjennom perioden, har en noe større andel av veksten gått til andre næringer enn varehandelen, og denne utviklingen har vært noe mer markert blant ansatte som er 50 år eller eldre, enn blant yngre arbeidstakere.

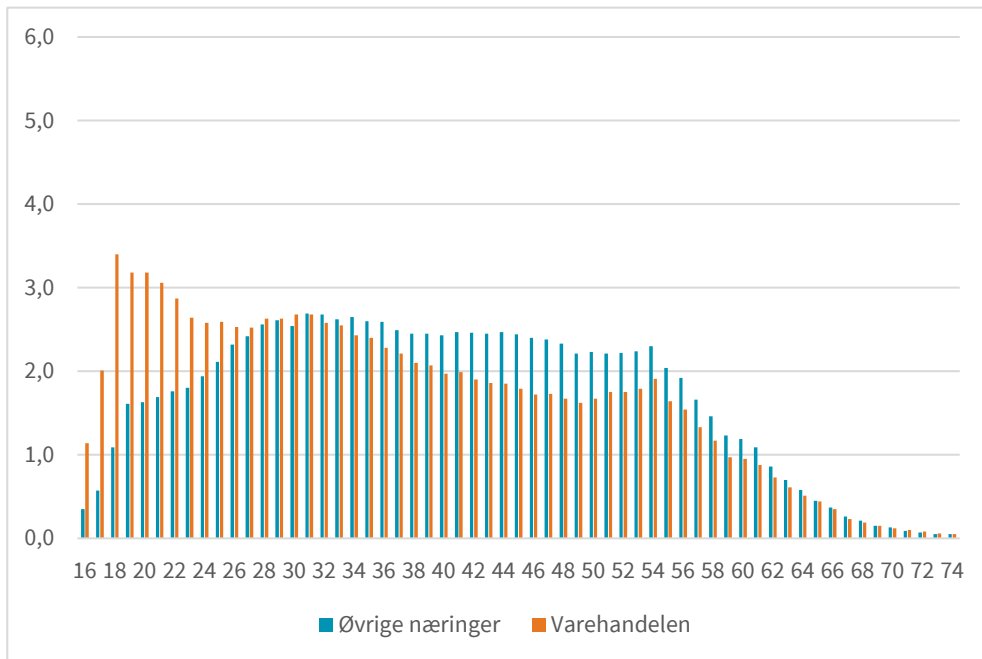
Figur 2 Varehandelens ansatte som andel av alle lønnstakere og av senioren. 2000-2015. Prosent.



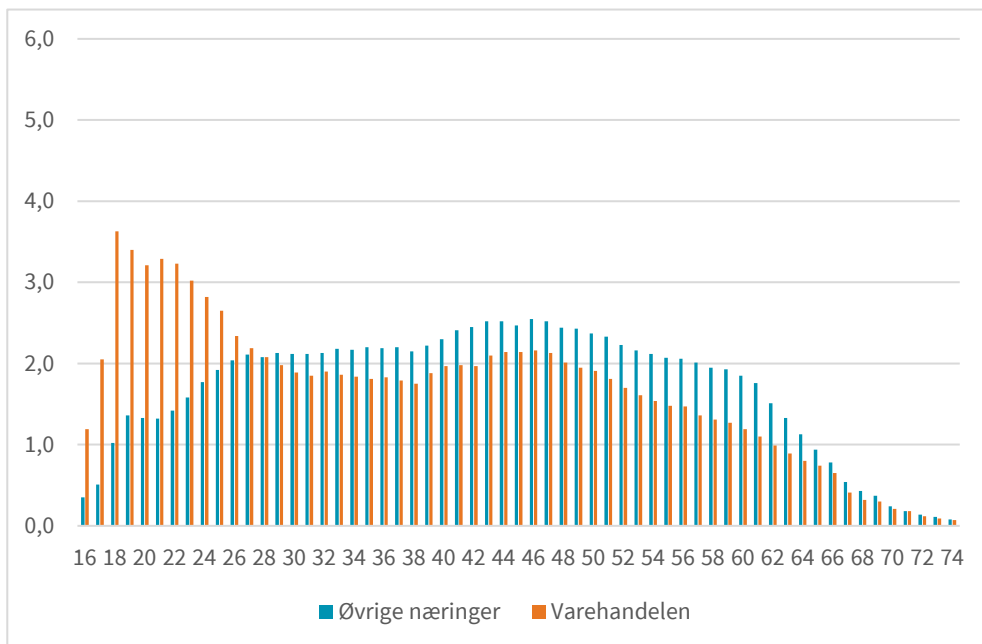
Ser vi nærmere på endringer i aldersfordelingen i varehandelen sammenlignet med øvrige næringer i perioden 2000 til 2015, ser vi at det har blitt en noe større andel unge i varehandelen i perioden (se figur 3). I 2000 var andelen seniorer noe større i øvre næringer enn i varehandelen, særlig om vi ser på antall ansatte mellom 50 og 62 år. I 2015 hadde denne forskjellen økt noe, og seniorandelene var høyere i øvrige næringer samlet enn innen varehandelen frem til nærmere 70 års alder, selv om forskjellene er svært små i de eldste kullene.

Ved årtusenskiftet var det en relativt høy andel ansatte i varehandelen rundt og over 30 år, og når vi ser på figur 4, kan det se ut som at mange av disse også har blitt værende i varehandelen, da det er en relativt høy andel av de ansatte som er rundt og over 45 år 15 år etter, altså i 2015. Dersom disse forblir i varehandelen i årene som kommer, kan det innebære en økning i andelen yngre seniorer i næringen fra omtrent 2020.

Figur 3 Aldersfordeling blant ansatte i varehandelen og i øvrige næringer. 2000. Prosent.



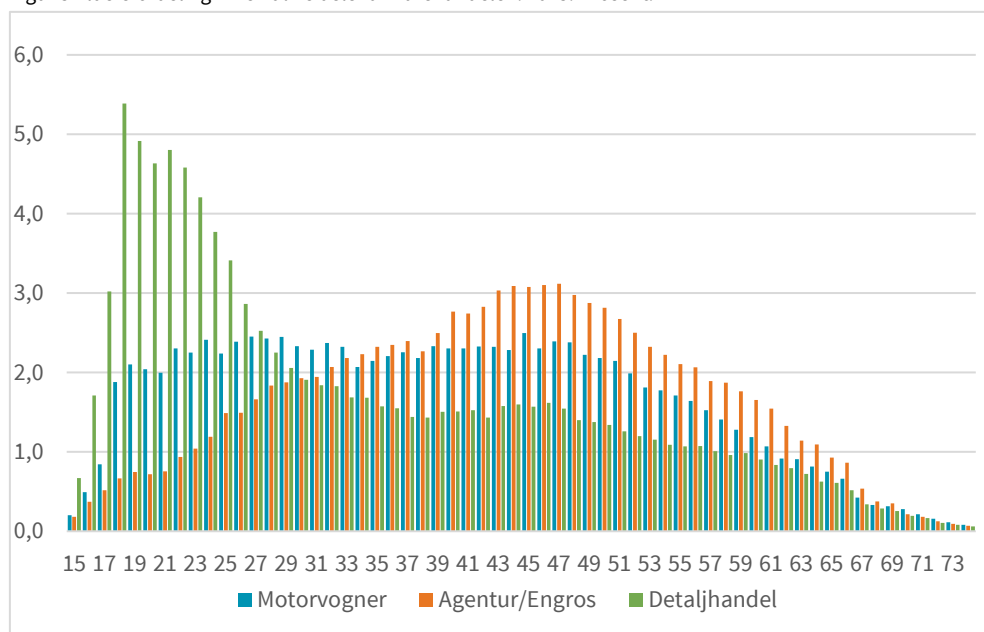
Figur 4 Aldersfordeling blant ansatte i varehandelen og i øvrige næringer. 2015. Prosent.



Ser vi nærmere på aldersfordelingen i 2015 innen de ulike delene av varehandelen, ser vi at de unge utgjør en stor andel av de ansatte i detaljhandelen, og til dels i bilbransjen, mens det er få unge innen agentur og engroshandel (figur 5). Videre ser vi at det er innen agentur og engros at det er høyest andel seniorer, mens andelene er

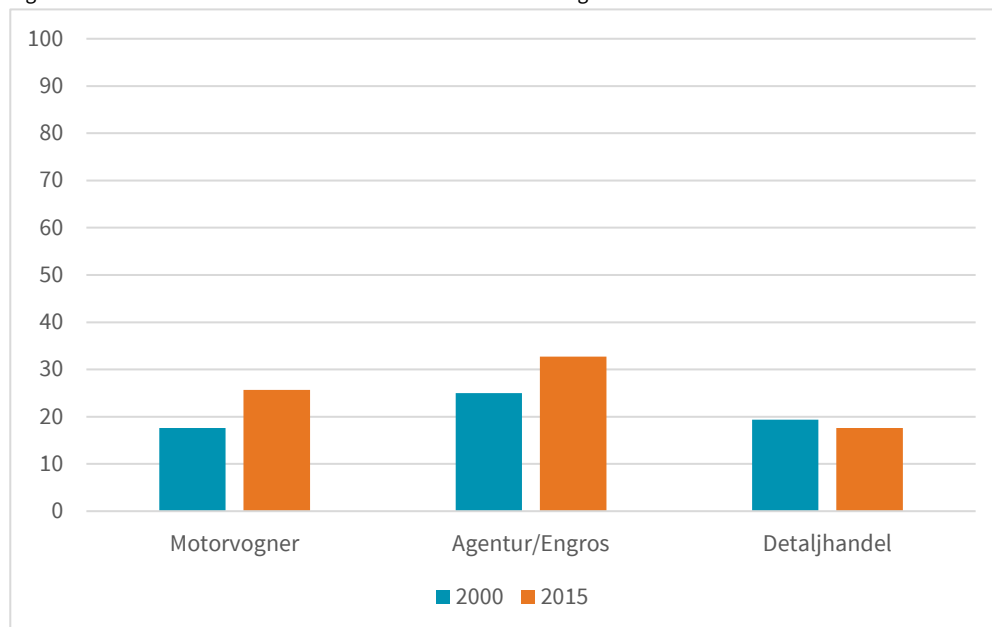
lavest innen detaljhandel. Andelen seniorer er forholdsvis lik i detaljhandelen og bilbransjen fra omtrent 60-årsalderen. Etter 67 år er de tre gruppene ganske like.

Figur 5 Aldersfordeling innen ulike deler av varehandelen. 2015. Prosent.



Selv om andelen av seniorer som er ansatt i varehandelen, er noe redusert fra 2000 til 2015 (figur 2), har andelen seniorer innen varehandelen samlet sett økt noe gjennom perioden (figur 1). Denne økningen har imidlertid kommet i bilbransjen og innen agentur- og engroshandel og ikke innen detaljhandel (figur 6).

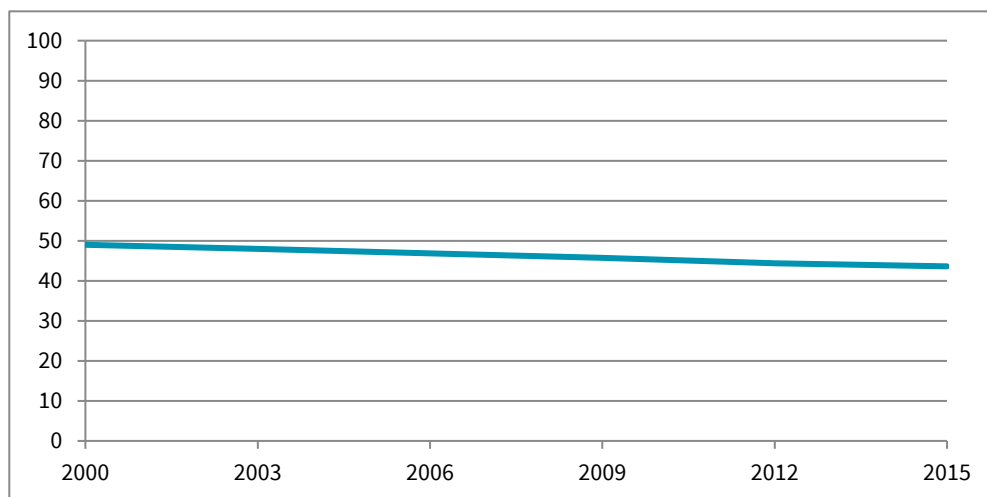
Figur 6 Andel seniorer innen ulike deler av varehandelen. 2000 og 2015. Prosent.



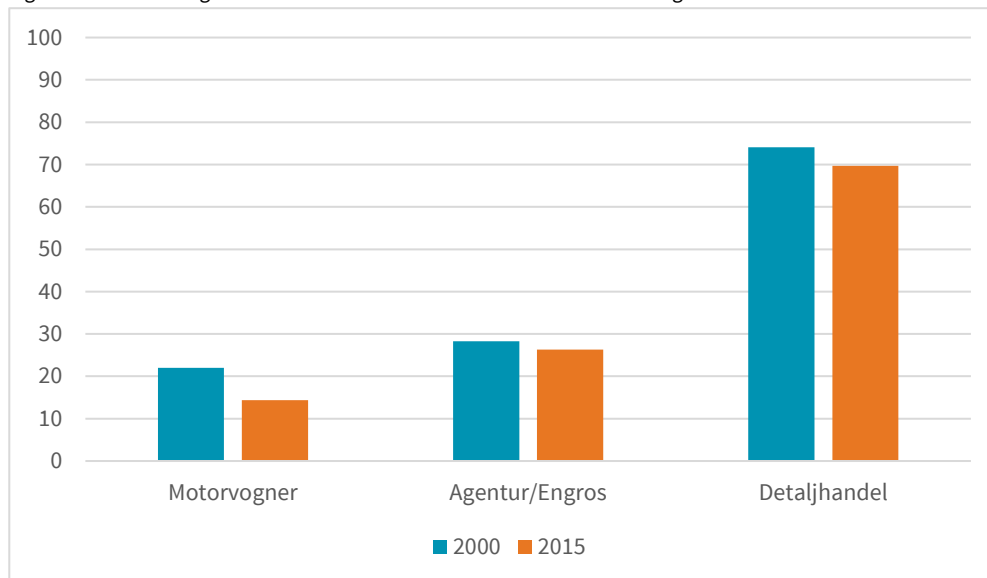
Kjønn

Andelen kvinner blant senioren i varehandelen har sunket gradvis fra 49 prosent i 2000 til knappe 44 prosent i 2015 (figur 7). Reduksjonen har vært størst innen bilbransjen, men andelene er også noe redusert innen agentur/engros og i detaljhandelen (figur 8).

Figur 7 Andel kvinnelige seniorer i varehandelen. 2000-2015. Prosent.



Figur 8 Andel kvinnelige seniorer innen ulike deler av varehandelen. 2000 og 2015. Prosent.

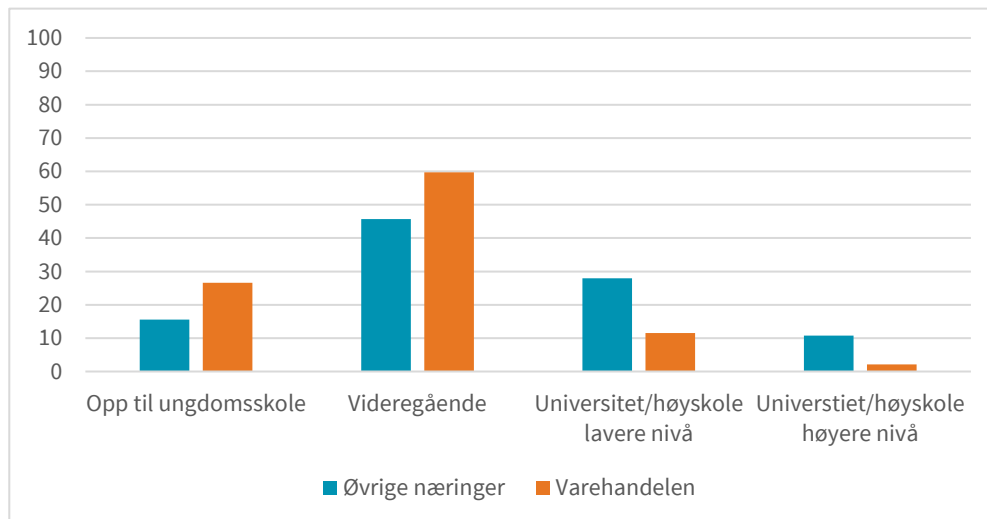


Utdanningsnivå

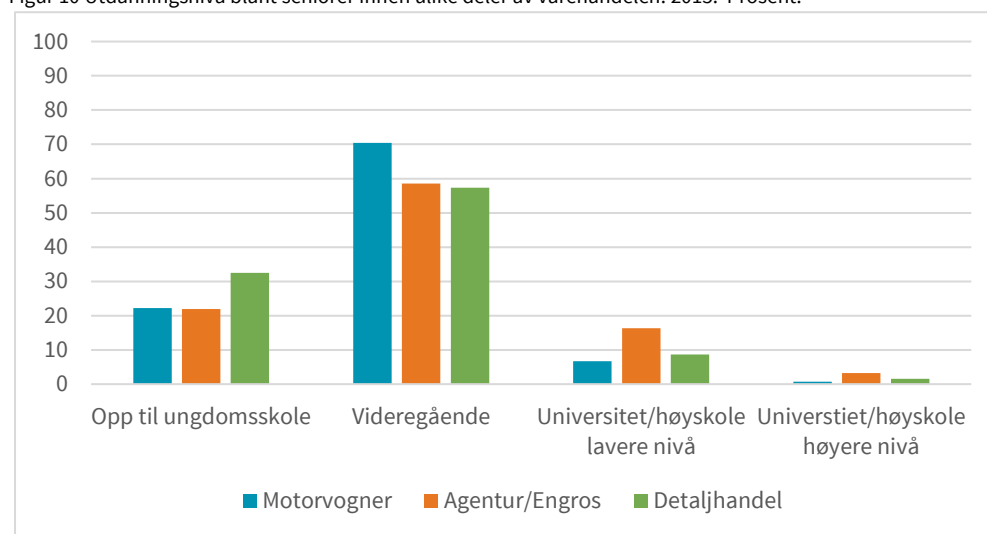
Utdanningsnivået blant seniorer i varehandelen har endret seg lite fra 2000 til 2015, vi presenterer derfor kun tall for 2015. Generelt er andelen med lavere utdanning (til og med videregående skole) høyere i varehandelen enn i øvrige næringer. Andelene

med høyere utdanning er dermed lav (figur 9). Høyest andel med videregående utdanning finner vi blant seniorer i bilbransjen, mens det er høyest andel med universitetsutdanning innen agentur og engroshandel.

Figur 9 Utdanningsnivå blant seniorer i varehandelen og øvrige næringer. 2015. Prosent.



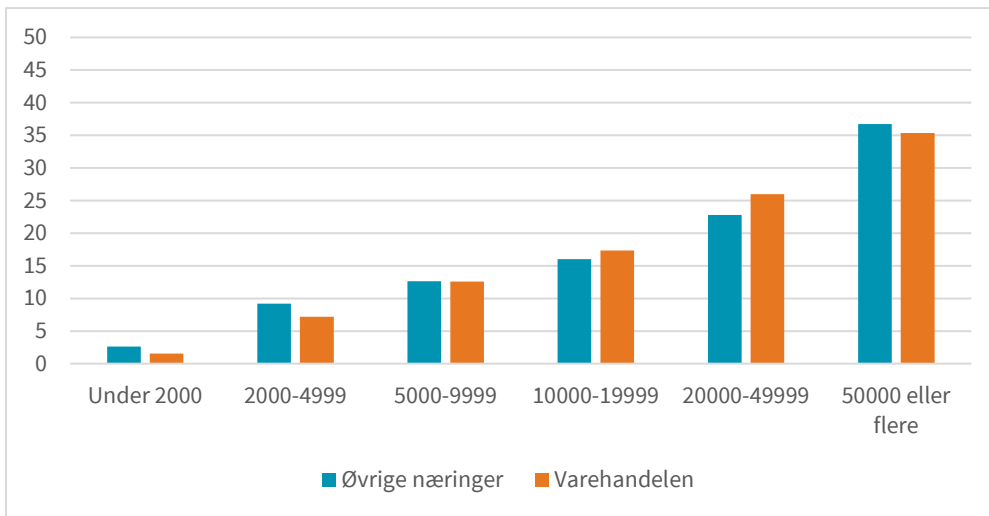
Figur 10 Utdanningsnivå blant seniorer innen ulike deler av varehandelen. 2015. Prosent.



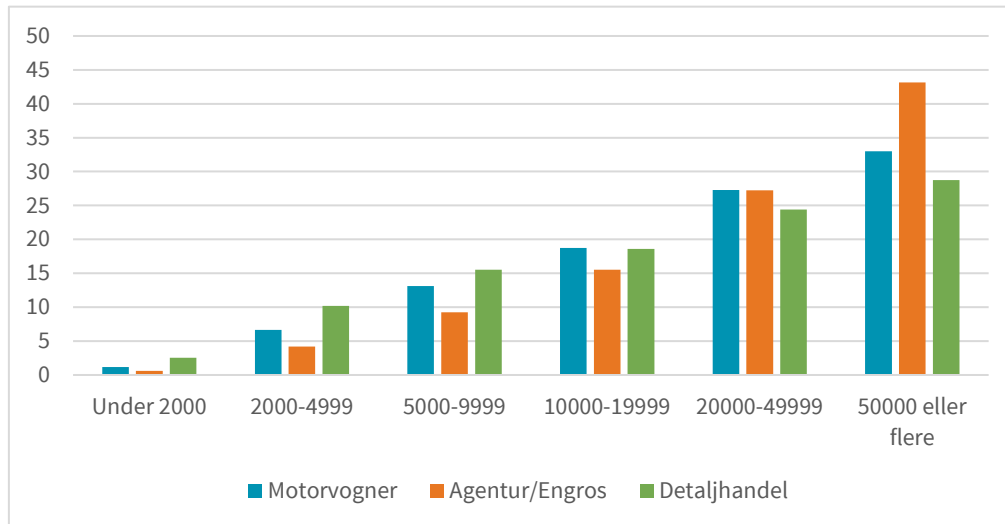
Kommunestørrelse

Det er ikke overraskende at en liten andel av de ansatte i varehandelen (eller andre næringer) holder til i små kommuner. Vi ser likevel at en noe mindre andel av ansatte i varehandelen hører til i små kommuner, enn det vi finner i øvrige næringer (figur 11). På den annen side ser vi at detaljhandelens ansatte i større grad er å finne i kommuner med færre enn 100 000 innbyggere enn ansatte i bilbransjen og i engros- og agenturhandel (figur 12).

Figur 11 Fordeling av ansatte seniorer i varehandelen og øvrige næringer etter kommunestørrelse. 2015. Prosent.



Figur 12 Fordeling av ansatte seniorer innen varehandelen etter kommunestørrelse. 2015. Prosent.



Arbeidstid

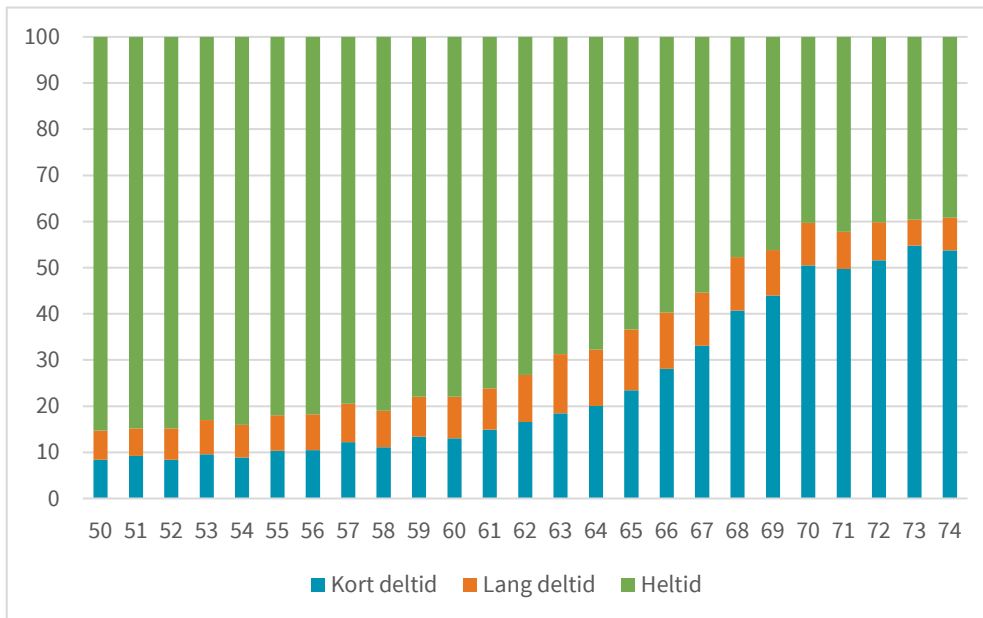
Et klart flertall av seniorenne i varehandelen arbeider i full stilling. I 2000 gjaldt det nesten 70 prosent av seniorenne, og andelen økte til 77 prosent i 2015 (figur 13). Andelen seniorer som arbeider kort deltid (under 20 timer per uke), har derimot vært forholdsvis stabil og har ligget i underkant av 20 prosent gjennom nesten hele perioden før den gikk ned til 15 prosent i 2015. Andelen seniorer som arbeidet lang deltid, ble nesten halvert i samme periode, fra 14 prosent i 2000 til 8 prosent i 2015.

Figur 13 Avtalt arbeidstid blant seniorer i varehandelen. 2000-2015. Prosent.



Når vi ser på de ulike aldersgruppene, ser vi at heltidsandelen ikke overraskende synker med økende alder, og at det i hovedsak er en økning i andelen som arbeider kort deltid (figur 14). Andelen som arbeider heltid, synker også noe når alderen nærmer seg 60 år, selv om i underkant av 80 prosent fortsatt arbeider heltid, deretter tiltar reduksjonen frem til omtrent 70 års alder, hvor heltidsandelen ligger rundt 40 prosent.

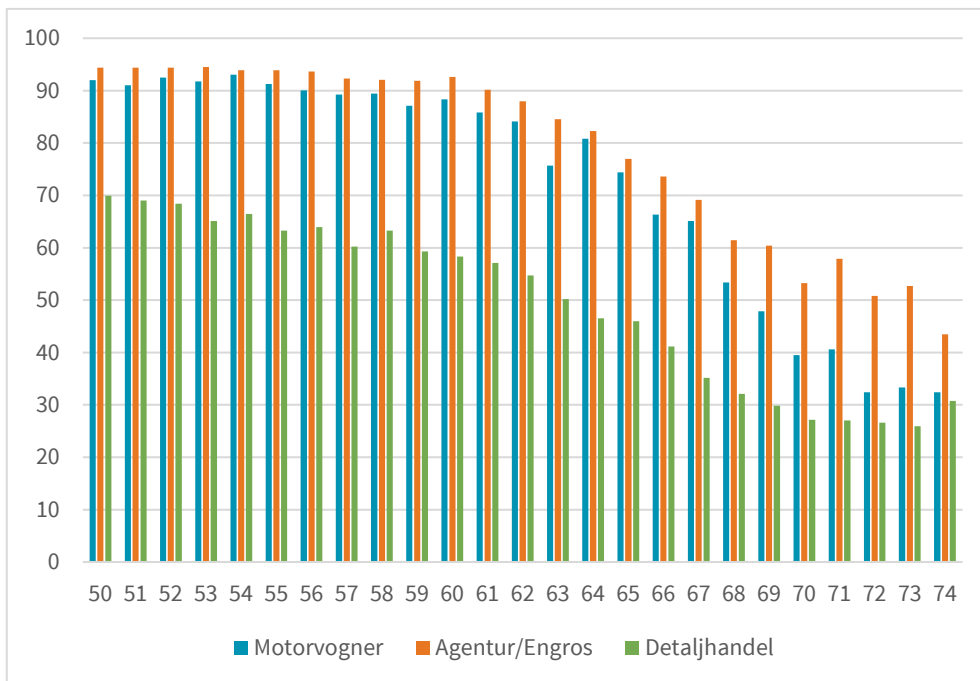
Figur 14 Fordeling av avtalt arbeidstid etter alder. Varehandelen. 2015. Prosent.



Heltidsandelen blant seniorene i varehandelen er lavest innen detaljhandelen, med nærmere 70 prosent blant de rett over 50 år (figur 15). Innen bilbransjen og agentur-

og engroshandel er heltidsandelen omkring 90 prosent frem til 61–62 år. I detaljhandelen er det omtrent en fjerdedel av de over 70 år som arbeider i heltidsstillinger, mens det gjelder for omtrent halvparten av ansatte over 70 år innen agentur- og engroshandel.

Figur 15 Andel seniorer med avtalt heltid i ulike deler av varehandelen. Etter alder. 2015. Prosent.



Mobilitet

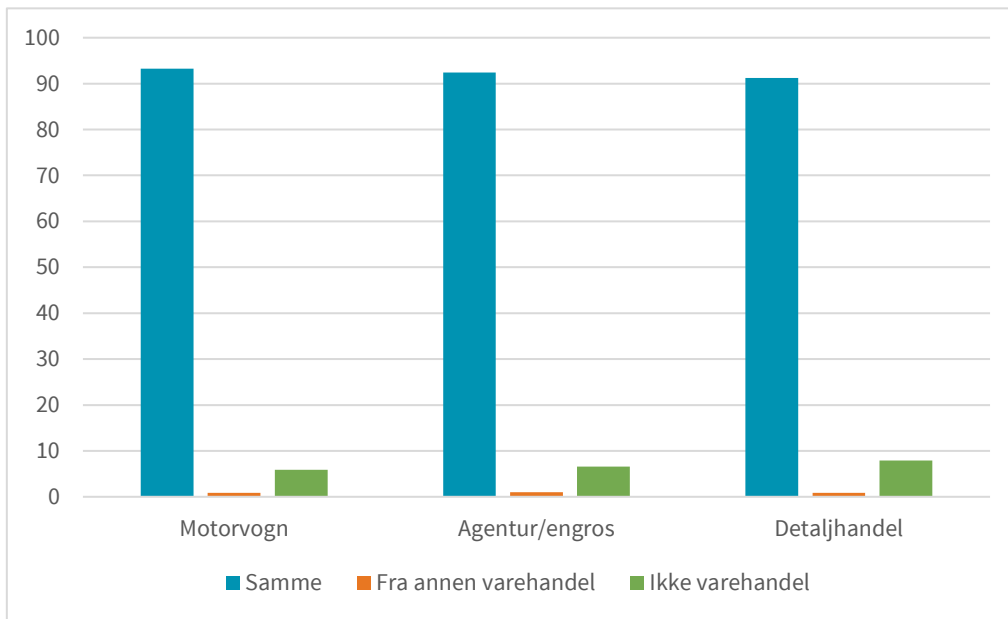
Det er forholdsvis lav mobilitet blant seniorene i varehandelen, og mønsteret har vært ganske stabilt over tid. Vi fokuserer derfor på de ansatte i 2015 og ser på hvor stor andel av disse som ikke var i samme næring i 2014.

Som figur 16 viser, var over 90 prosent av de ansatte seniorene i de ulike delene av varehandelen i samme næringsgruppe året før. Av de som kom til, var det også forsvinnende få som kom fra andre deler av varehandelen, hoveddelen kom fra andre næringer (eller fra ledighet).

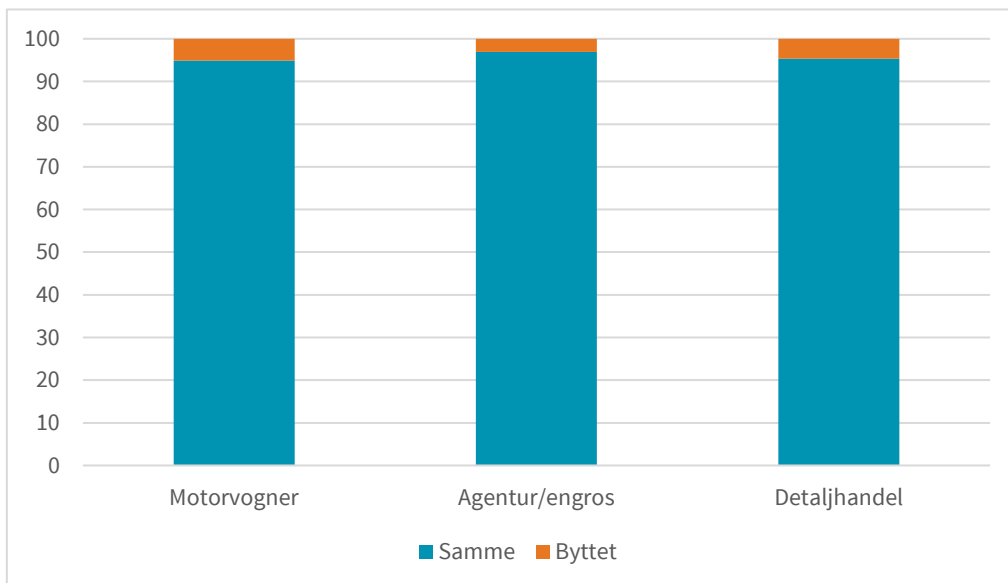
Selv om de ansatte ikke bytter næring, kan de bytte arbeidsgiver. Vi har derfor undersøkt hvor mange av de som var ansatt i ulike deler av varehandelen i 2014 og 2015, som hadde byttet arbeidsgiver.¹ Som figur 17 viser, gjelder det for en forholdsvis liten andel av seniorene. Drøyt 5 prosent av ansatte seniorer i bilbransjen i 2015 hadde en annen arbeidsgiver i samme bransje i 2014. Tilsvarende tall for agentur- og engroshandel var henholdsvis drøye 3 og knappe 5 prosent.

¹ Ansatte som bytter på grunn av virksomhetsoverdragelser eller nedleggelse, er ikke inkludert. Dette er gjort ved å holde ansatte i virksomheter hvor mer enn 80 prosent slutter, utenfor.

Figur 16 Ansatte seniorer i ulike deler av varehandelen i 2015, etter hvor de var i 2014. Prosent.



Figur 17 Andel seniorer (50 år eller eldre) som byttet virksomhet innen ulike deler av varehandelen, fra 2014 til 2015. Prosent.

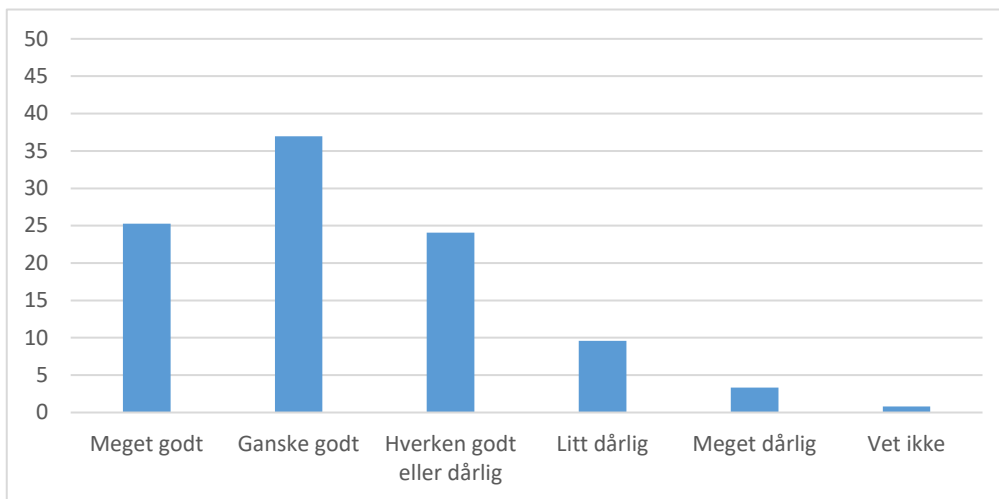


Holdninger til seniorer og eldre arbeidstakere i Norsk seniorpolitisk barometer 2017

Norsk seniorpolitisk barometer er en årlig undersøkelse utført av Synovate på oppdrag fra Senter for seniorpolitikk. Vi benytter her data fra undersøkelsen i 2017 rettet mot ledere. Utvalget består av 752 ledere. I undersøkelsen spørres lederne blant annet om ulike holdninger til seniorer og eldre arbeidstakere.² Varehandelen er blant annet kjennetegnet av lav organisasjonsgrad (Nergaard 2018), noe som kan være en utfordring for både arbeidsmiljøarbeid og arbeidet med seniorpolitikk. Det er derfor interessant å undersøke om ledere i varehandelen har andre holdninger enn ledere i andre bransjer.

Ett av spørsmålene lederne fikk i 2017, var hvor godt de ville like å ansette seniorer. Til sammen svarte mer enn seks av ti ledere at de ville like det meget godt eller ganske godt (figur 18).

Figur 18 Lederes svar på spørsmålet «Hvor godt eller dårlig ville du like å ansette seniorer?», fra Norsk seniorpolitisk barometer 2017. N = 752. Prosent.



En regresjonsanalyse viser at det ikke er signifikante forskjeller mellom ulike næringer på dette spørsmålet (tabell 1). Hvorvidt virksomheten er en IA-virksomhet, har heller ingen betydning for svarene. Det har heller ikke leders alder eller kjønn. Ledere i store virksomheter (mer enn 100 ansatte) har imidlertid signifikant lavere sannsynlighet for å svare positivt på spørsmålet, mens det å ha ansatte over 67 år øker sannsynligheten.

² Mer om Norsk seniorpolitisk barometer finnes her: <https://www.seniorpolitikk.no/fag-fakta/statistikk>

Tabell 1 Andel ledere som vil like meget godt å ansette seniorer. OLS-regresjon. N = 752.

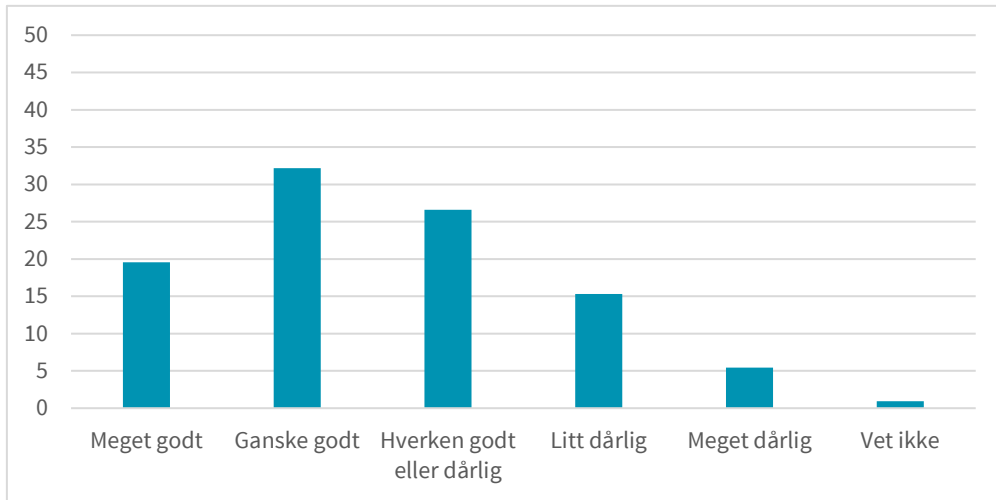
Næring	
(Offentlig administrasjon og undervisning = referansekategori)	
Vare- og detaljhandel	-0,082
Industri	-0,025
Bygg og anlegg	-0,083
Hotell og restaurant	-0,049
Transport og kommunikasjon	0,125
Andre næringer	0,086
Helse og sosial	0,043
IA-virksomhet eller ikke	
(Ikke IA-virksomhet = referansekategori)	
IA-virksomhet	0,023
Ansatte 67 år eller eldre	
(Har ikke ansatte 67 år eller eldre = referansekategori)	
Har ansatte 67 år eller eldre	0,084**
Leders alder	
(Under 50 år = referansekategori)	
Leder 50 år eller eldre	0,033
Antall ansatte	
(Under 100 ansatte = referansekategori)	
100 ansatte eller flere	-0,192***
Leders kjønn	
(Leder er kvinne = referansekategori)	
Leder er mann	-0,010
Konstant	0,239***

Når spørsmålsformuleringen endres fra det å ha ansatt en «senior» til det å ha ansatt en «eldre arbeidstaker», endres svarene noe. Da er det bare litt over 50 prosent av lederne som vil like det meget godt eller ganske godt (figur 19). Unntaket er ledere i store virksomheter som er negative til å ansette seniorer, men er positive til å ansette eldre arbeidstakere (tabell 2). Ledere i hotell og restaurant, på sin side, har lavere sannsynlighet for å like meget godt å ansette eldre arbeidstakere.

Tabell 2 Andel ledere som vil like meget godt å ansette eldre arbeidstakere. OLS-regresjon. N = 752.

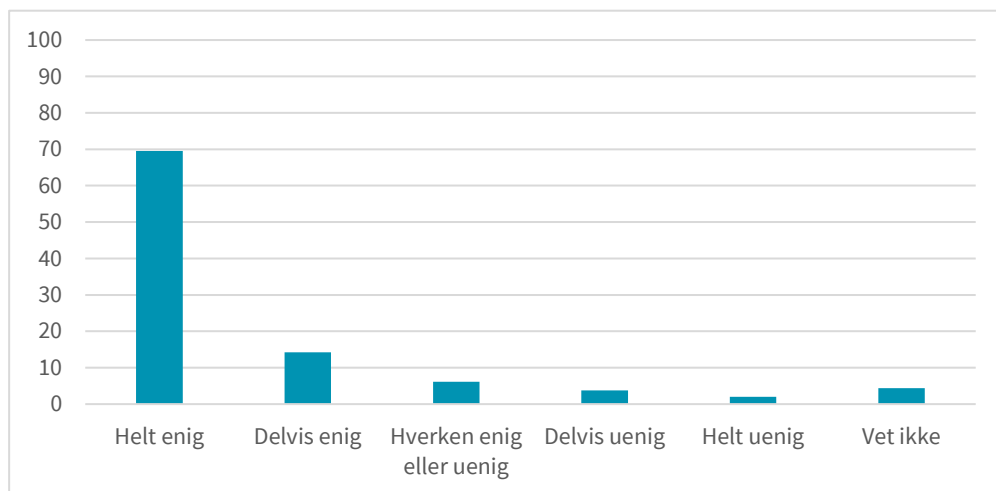
Næring	
(Offentlig administrasjon og undervisning = referansekategori)	
Vare- og detaljhandel	-0,070
Industri	-0,069
Bygg og anlegg	-0,077
Hotell og restaurant	-0,169**
Transport og kommunikasjon	-0,103
Andre næringer	-0,096
Helse og sosial	-0,039
IA-virksomhet eller ikke	
(Ikke IA-virksomhet = referansekategori)	
IA-virksomhet	0,021
Ansatte 67 år eller eldre	
(Har ikke ansatte 67 år eller eldre = referansekategori)	
Har ansatte 67 år eller eldre	-0,053
Leders alder	
(Under 50 år = referansekategori)	
Leder 50 år eller eldre	0,046
Antall ansatte	
(Under 100 ansatte = referansekategori)	
100 ansatte eller flere	0,167**
Leders kjønn	
(Leder er kvinne = referansekategori)	
Leder er mann	0,063
Konstant	0,371***

Figur 19 Lederes svar på spørsmålet «Hvor godt eller dårlig ville du like å ansette eldre arbeidstakere?», fra Norsk seniorpolitisk barometer 2017. Prosent.



På spørsmål om ansatte over 60 har like muligheter til å lære seg nye ting som yngre, er sju av ti ledere helt enige, mens nesten 15 prosent er delvis enige (figur 20). Dermed er det få ledere som mener at eldre spesialbehandles på noen måte når det gjelder muligheten til å lære seg nye ting.

Figur 20 Lederes svar på påstanden «I vår bedrift/virksomhet har ansatte over 60 år like gode muligheter til å lære nye ting som yngre.» Prosent.



I regresjonsanalysen gjengitt i tabell 3 finner vi at ledere i varehandelen er på linje med ledere i offentlig administrasjon, undervisning, helse og sosial og innen transport og kommunikasjon, mens ledere i industri, bygg og anlegg og hotell- og restaurantbransjen i mindre grad er enige i at eldre har like gode muligheter til å lære nye ting som yngre. I tillegg finner vi at det å faktisk ha ansatte over 67 år øker sannsynligheten for at lederen er helt enig i påstanden.

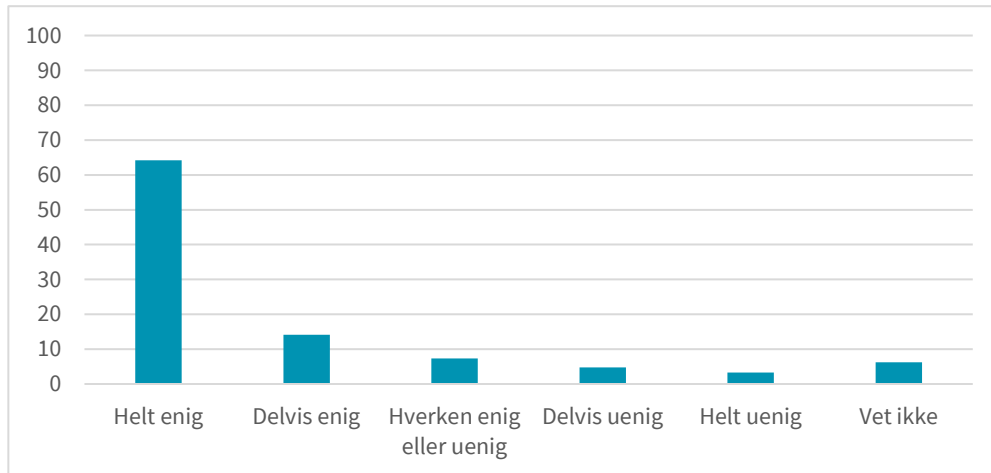
Tabell 3 Andel som er helt enige i at «I vår bedrift/virksomhet har ansatte over 60 år like gode muligheter til å lære nye ting som yngre.» OLS-regresjon. N = 752.

Næring (Offentlig administrasjon og undervisning = referansekategori)	
Vare- og detaljhandel	-0,038
Industri	-0,203***
Bygg og anlegg	-0,231***
Hotell og restaurant	-0,278***
Transport og kommunikasjon	-0,087
Andre næringer	-0,130*
Helse og sosial	-0,047
IA-virksomhet eller ikke (Ikke IA-virksomhet = referansekategori)	
IA-virksomhet	-0,006
Ansatte 67 år eller eldre (Har ikke ansatte 67 år eller eldre = referansekategori)	
Har ansatte 67 år eller eldre	0,086**
Leders alder (Under 50 år = referansekategori)	
Leder 50 år eller eldre	0,045
Antall ansatte (Under 100 ansatte = referansekategori)	
100 ansatte eller flere	-0,087
Leders kjønn (Leder er kvinne = referansekategori)	
Leder er mann	-0,066
Konstant	0,823***

Tilrettelegging på arbeidsplassen, for eksempel i form av nye arbeidsoppgaver, kan være viktig for noen ansatte for at de skal kunne klare å fortsette i arbeid, særlig om disse oppgavene oppfattes som enklere eller lettere, mindre tunge, enn dem de tidligere har utført. Men det å få nye arbeidsoppgaver kan også være et signal om at man satses på, særlig om de nye oppgavene oppleves som spennende og gir muligheter for kompetanseutvikling og utvidet ansvar.

Lederne som ble intervjuet i Norsk seniorpolitisk barometer, fikk spørsmål om ansatte over 60 år har like gode muligheter til å få nye arbeidsoppgaver som yngre ansatte. To av tre ledere var helt enige i denne påstanden (figur 21). I tillegg var over 10 prosent delvis enige, så det var få ledere som mente at arbeidsplassen forskjellsbehandlet de ansatte etter alder i så måte.

Figur 21 Lederes svar på påstanden «I vår bedrift/virksomhet har ansatte over 60 år gode muligheter til å få nye arbeidsoppgaver dersom de ønsker det.» Prosent.



I regresjonsanalysen har vi undersøkt hvordan sannsynligheten for å være helt enig i dette spørsmålet varierer avhengig av en hel rekke kjennetegn ved lederne, og vi finner at ledere i varehandelen ikke skiller seg vesentlig fra andre ledere (tabell 4). Unntaket er ledere i industrien og i bygg og anlegg som synes å ha en mer negativ holdning enn andre ledere.

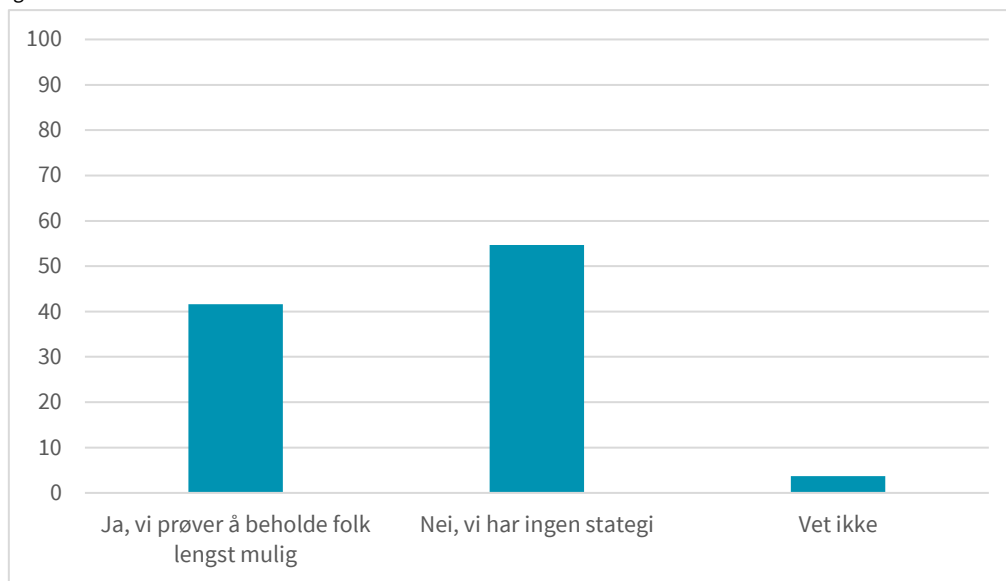
Interessant er det også at ledere som har ansatte over 67 år, oftere sier seg helt enige i at de over 60 år har like muligheter til å få nye arbeidsoppgaver som yngre, enn ledere uten ansatte i denne aldersgruppen. De øvrige kontrollvariablene påvirket ikke sannsynligheten for å være helt enig.

Tabell 4 Andel som er helt enige i at «I vår bedrift/virksomhet har ansatte over 60 år gode muligheter til å få nye arbeidsoppgaver dersom de ønsker det.» OLS-regresjon. N = 752.

Næring	
(Offentlig administrasjon og undervisning = referansekategori)	
Vare- og detaljhandel	-0,023
Industri	-0,168**
Bygg og anlegg	-0,187**
Hotell og restaurant	-0,130
Transport og kommunikasjon	-0,100
Andre næringer	-0,052
Helse og sosial	0,048
IA-virksomhet eller ikke	
(Ikke IA-virksomhet = referansekategori)	
IA-virksomhet	0,068
Ansatte 67 år eller eldre	
(Har ikke ansatte 67 år eller eldre = referansekategori)	
Har ansatte 67 år eller eldre	0,135***
Leders alder	
(Under 50 år = referansekategori)	
Leder 50 år eller eldre	0,041
Antall ansatte	
(Under 100 ansatte = referansekategori)	
100 ansatte eller flere	-0,085
Leders kjønn	
(Leder er kvinne = referansekategori)	
Leder er mann	-0,047
Konstant	0,665***

Tilrettelegging for at eldre arbeidstakere skal kunne stå lenger i jobb, kan avhenge av hvor bevisste arbeidsgivere er på hvordan de kan bidra til dette. En måte å legge til rette på er å utarbeide planer for hvordan tilretteleggingen skal foregå. I Norsk seniorpolitisk barometer ble lederen spurt om virksomheten har «personalpolitisk strategi for hvordan den skal beholde og videreutvikle seniorarbeidstakere». Bare litt over 40 prosent av lederne svarte bekreftende på at de hadde slike strategier i bedriften (figur 22).

Figur 22 Lederes svar på spørsmålet «Har virksomheten en personalpolitisk strategi for hvordan den skal beholde og videreutvikle seniorarbeidstakere?». Prosent.



I analysen av hva som påvirker sannsynligheten for å svare ja på spørsmålet (tabell 5), fant vi at slike strategier er mest vanlig i offentlig sektor (offentlig administrasjon, undervisning og helse og sosial) og mindre vanlig i varehandelen og de øvrige næringene. IA-virksomheter har også oftere slike strategier enn bedrifter som ikke har sluttet seg til IA-avtalen. Det samme gjelder for store virksomheter.

Tabell 5 Andel ledere som svarer ja på spørsmålet «Har virksomheten en personalpolitisk strategi for hvordan den skal beholde og videreutvikle seniorarbeidstakere?». OLS-regresjon. N = 752.

Næring	
(Offentlig administrasjon og undervisning = referansekategori)	
Vare- og detaljhandel	-0,182***
Industri	-0,146*
Bygg og anlegg	-0,159**
Hotell og restaurant	-0,312***
Transport og kommunikasjon	-0,159*
Andre næringer	-0,212***
Helse og sosial	-0,010
IA-virksomhet eller ikke	
(Ikke IA-virksomhet = referansekategori)	
IA-virksomhet	0,247***
Ansatte 67 år eller eldre	
(Har ikke ansatte 67 år eller eldre = referansekategori)	
Har ansatte 67 år eller eldre	0,025
Leders alder	
(Under 50 år = referansekategori)	
Leder 50 år eller eldre	0,042
Antall ansatte	
(Under 100 ansatte = referansekategori)	
100 ansatte eller flere	0,144**
Leders kjønn	
(Leder er kvinne = referansekategori)	
Leder er mann	-0,035
Konstant	0,456***

Hvordan ser situasjonen ut?

I november 2015 var 14 prosent av lønnstakere i Norge ansatt i varehandelen. Til sammen utgjorde de over 330 000 personer. Av disse var over 78 000 50 år eller eldre, dermed var omtrent hver fjerde ansatt i varehandelen senior. Andelen seniorer var lavest i detaljhandelen og høyest innen agentur- og engroshandel. Et klart flertall av seniorenene i varehandelen arbeidet i full stilling. I 2000 gjaldt det nesten 70 prosent av seniorenene, og andelen økte til 77 prosent i 2015. Heltidsandelen var, ikke overraskende, høyest blant de yngste seniorenene, men i varehandelen arbeidet fire av ti ansatte over 70 år i heltidsstillinger i 2015.

Tall fra Norsk seniorpolitisk barometer viser at når det gjelder spørsmål om å ansette seniorer, deres muligheter til å lære nye ting eller å få nye arbeidsoppgaver, samt forekomsten av strategier for å beholde og videreutvikle seniorer, så svarer ledere i varehandelen stort sett likt som ledere i andre bransjer.

Forskningsspørsmål 2

Hvordan arbeides det med seniorpolitikk i varehandelen?

En kvalitativ intervjuundersøkelse i en håndfull butikker er ikke egnet til å fortelle oss hva som skjer i bransjen. Denne metoden er egnet for å forstå lokale virkeligheter, men det er ikke mulig å generalisere og trekke konklusjoner på vegne av andre enn de besøkte butikkene. På den annen side kan de fortelle mye om lokale virkeligheter, og de kan gi eksempler på praksis som så kan etterspørres i en videre sammenheng.

En annen utfordring ved bruk av kvalitativ metode er rekruttering. All den tid vi hadde store problemer med å slippe til i relevante butikker, er det grunn til å tro at de virksomhetene vi fikk adgang til, ikke nødvendigvis er representative for næringen, men skiller seg ut på måter vi ikke kjenner til. Allikevel kan et slikt dypdykk ned i enkeltvirksomheter gi en større innsikt i og forståelse av hvordan det tenkes og handles i en del butikker i næringen.

På bakgrunn av intervjuene i de butikkene vi besøkte, kan vi trekke frem følgende temaer som gikk igjen:

- Butikkene var mer opptatt av å ansette «riktige folk» enn hvor gamle de var.
- Erfaring vektlegges sterkt, både internt og overfor kundene.
- Size matters: De små butikkene hadde ikke seniorpolitikk, knapt formell personalpolitikk. De store butikkene, særlig de som var del av kjeder, hadde alt på stell (seniorpolitikk, lederopplæring, personalavdeling å spørre etc.).

I det følgende utdypes disse og andre funn fra de besøkte butikkene.

Små butikker som uformelle arbeidsfellesskap – på godt og vondt

Varehandel er en bransje som (sammen med hotell og restaurant) kjennetegnes av lav organiseringsgrad. Mens offentlig administrasjon og helsetjenester ligger på topp med over 80 prosent organisasjonsgrad (AKU-tall for 4. kvartal 2017), ligger detaljhandel nest lavest med 24 prosent organiserte. Kun overnattings- og serveringsvirksomheter er lavere med 16 prosent organiserte (Nergaard 2018: 22).

Store virksomheter har høyere organisasjonsgrad enn små. Lav organiseringsgrad kan være en utfordring for det partsbaserte arbeidsmiljøarbeidet, som seniorpolitikk-arbeidet under IA-avtalen (avtalen om et mer inkluderende arbeidsliv). Også de butikkene vi besøkte, viste det samme bildet, de store enhetene hadde organiserte arbeidstakere, tariffavtale og partssamarbeidet godt organisert, mens de små ikke hadde organiserte ansatte. Derimot var selv de minste butikkene vi besøkte, organiserte på arbeidsgiversiden (i Virke). Virke kan dermed ha større mulighet til å nå frem

med sentralt støttede satsinger, som seniorpolitikk og inkluderende arbeidsliv, til denne bransjen enn hva arbeidstakerorganisasjonene (primært HK) kan.

Samtidig behøver ikke lav organiseringsgrad bety manglende ivaretagelse av de ansatte. Det gjelder også på seniorpolitikkområdet. Vårt inntrykk i de butikkene vi besøkte, som stort sett var små virksomheter, var at ledere arbeidet mye tettere på sine ansatte enn vi finner i store virksomheter. Flere av våre informanter, både ledere og ansatte, sa at de arbeidet sammen ute i butikken og dermed hadde mindre behov for formelle systemer og systematisk personaloppfølging. I store virksomheter etter spurte man gjerne bruk av medarbeidersamtale, seniorsamtaler e.l., mens de små butikkene knapt hadde nedskrevne rutiner. På spørsmål om personalpolitikk svarte en leder: «Ja, den står der» og pekte på hylla på kontoret. Ja, den finnes og tilfredsstillende sannsynligvis formelle krav, men i praksis arbeider man sammen i det daglige og snakker underveis.

Vi deler på alle oppgaver, og vi snakker sammen om alt hver dag. (Leder)

Når man arbeider sammen ute i butikklokalet, blir også forholdet leder-ansatt påvirket. Man kjenner hverandre godt og vet hvem som er gode / mindre gode i hvilke situasjoner. Fordi man kommer tettere på hverandre, ser det ut til at formelle «merkelapper», som alder og utdanning, blir mindre viktig enn hvem man er, og hvordan man utfører arbeidet.

Vårt inntrykk fra de butikkene vi besøkte, var at alder derfor ble tillagt liten betydning, ut over at man snakket om *erfarne medarbeidere* i motsetning til *ungdommen*. Alder ut over en slik grovinndeling opplevde vi i svært liten grad.

En annen side ved små butikker er hva slags handlingsrom de har hvis noen skulle få behov for tilrettelegging i jobben, som jo kan være tilfelle for en del eldre. Nettopp det at de er få som alle gjør stort sett alle oppgavene sammen, gjør at det er lite rom for alternative oppgaver eller redusert arbeidsinnsats. Når bemanningen er liten, blir man mer sårbar for fravær eller redusert innsats, og hvis alle er sammen om oppgavene, finnes det færre andre slags oppgaver til de som måtte ha behov for det. Behov for tilrettelegging gjelder for seniorer som sliter med helsa, men det gjelder like mye for alle andre aldersgrupper som utvikler helseplager (eller f.eks. trenger tilrettelegging ved graviditet). Der store butikker har mange deltidsansatte, særlig ungdom som kombinerer jobb med studier, som gjerne kan dekke opp vikariater eller jobbe ekstra, har de små butikkene færre å spille på. Dermed blir delvis fravær eller gradert sykemelding vanskelig å dekke opp for.

Små butikker, i alle fall de vi besøkte, ser ut til å være mer «aldersvennlige» i det at de i større grad synes å se personene, ikke alder. Samtidig har de større problemer med arbeidstakere som ikke kan yte fullt, uansett alder. I den grad senioren trenger noe avlastning, kan det dermed være vanskeligere i en liten butikk å tilrettelegge for dette enn hva det vil være i en større butikk.

Der seniorkompetanse betyr noe

I utgangspunktet valgte vi ut butikker der de hadde seniorer ansatt og det var grunn til å tro at de verdsette seniorkompetanse, og det fant vi da også at de gjorde. Erfaring og kompetanse er viktig i spesialbutikker og på spesialområder innen større butikker, der kundene forventer å finne kunnskapsrike og kompetente ansatte. Som en leder sa: «Alle kan selge T-skjorter, men du skal kunne det for å selge herredresser.» I en

spesialforretning vil man gjerne ha kunder som nettopp kommer dit for å handle varer man ikke får i de store kjedebutikkene, og da er erfarne ansatte som kan møte kundenes behov, en fordel.

I en tid der digitalisering og netthandel truer eksisterende former for detaljhandel (Bjørnstad et al. 2017), er utfordringen for bransjen å gi kunden noe mer enn bare varen ved handel i fysisk butikk. Veiledning, rådgiving, tilpassede produkter, det sosiale aspektet ved å gå i en butikk og møte andre kan alt sammen utgjøre forskjellen på å kjøpe en vare på nett eller i en butikk. I så fall blir kompetansen til de som arbeider i butikken, viktig, siden den tilleggstenesten de leverer, er ment å ha betydning for kunden.

Fra et seniorpolitisk perspektiv ble det også nevnt at godt voksne kunder kunne foretrekke å handle med ekspeditører på sin egen alder. Siden flere av butikkene vi besøkte, var tradisjonelle butikker som hadde eksistert lenge, hadde de også en mer innarbeidet kundekrets som visste hva de forventet, og hadde handlet samme sted i en årrekke. Dermed kunne forholdet mellom erfarne ekspeditører og etablerte kunder være en markedsfordel som dermed styrket de eldre ansattes rolle.

Tror at det er i spesielle typer av butikker at godt voksne er velkomne. (Ansatt)

Seniorkompetansen er også viktig for tjenesten som selges. Der herreklærbutikken tilbød tilpasninger av plaggene, hadde matvarebutikken ferskvaredisk som også krevde erfarne ansatte med fagbrev i kjøtt eller fisk. Dette handlet ikke om kundenes alder eller forventninger til de ansatte, men at butikken kunne tilby tjenester som kundene etterspurte:

Man skal kunne få filetert fisken sin klokken åtte om kvelden like gjerne som klokken to, og da må vi bemanne for det. De erfarne er viktige overfor kundene. (Leder)

I denne typen forretninger ser senioren ut til å både være etterspurte og verdsatte. Der lang erfaring fra faget er viktig, fant vi også flere eksempler på at man hadde ansatt medarbeidere godt oppe i årene. En spesialforretning fortalte at de hadde rekruttert en svært erfaren ekspeditør som hadde gått av for aldersgrensen hos en konkurrent, men som gjerne ville jobbe deltid videre når han ble forespurt.

Kundenes forventninger

I forbindelse med intervjuene i butikkene gjennomførte vi også en enkel kundeundersøkelse. Vi sto utenfor butikkene og spurte kundene som kom ut, om vi kunne stille dem et raskt spørsmål.

Fortrinnsvis spurte vi godt voksne kunder for å høre hva som betydde noe for dem ved kundemøtet (kundeskjema vedlagt). Vi ba dem rangere hvor viktige de opplevde følgende forhold når de handlet i denne butikken: Betjeningen er tilgjengelig når jeg trenger dem; Betjeningen er hjelpsom, vennlig og serviceorientert; Betjeningens varekunnskap; Betjening med lang erfaring; Lokalene er ryddige og rene; Gode tilbud; Beliggenhet; og Gode åpningstider.

Vi hadde en forventning om at varekunnskap og lang erfaring hos betjeningen ville være av betydning, særlig siden butikkene selv hadde lagt vekt på verdien av dette. Vi hadde nok også en forventning om at det ville være enklere å få kundene til å svare,

enn det viste seg å være. Etter en del strev endte vi opp med totalt åtte svar, og svarene stemte heller ikke med våre forventninger. Viktigst var at betjeningen er hjelpsom, vennlig og serviceorientert, fulgt av ryddige og rene lokaler og beliggenhet. Én person prioriterte varekunnskap som nummer to, mens ingen prioriterte lang erfaring.

I forhold til tidligere nevnt utfordring fra digitalisering og netthandel er det jo interessant at hjelpsom, vennlig og serviceorientert betjening ble prioritert høyest av de få vi snakket med. Kundemøtet, kvalitetene ved møtet ansikt til ansikt, har åpenbart en verdi i seg selv for de som svarte. Det er jo interessant, selv om det ikke berører vår problemstilling om seniorennes situasjon i varehandelen.

Når alder ikke betyr noe

Én av butikkene vi besøkte, viste seg å være utypisk på flere måter. Dette var et tradisjonelt apotek som hadde eksistert på stedet før det ble åpnet for konkurranse, og som nå var del av en internasjonal kjede. Markedssituasjonen hadde endret seg fra at de var alene, til å «ha konkurrenter på hvert hjørne», som en uttrykte det. Innholdet i jobbene hadde endret seg med nye produkter, ny teknologi og ny organisering av salgssituasjonen med kunderådgivere ute i butikken sammen med kundene i stedet for bak en disk.

Temaet for intervjuene var seniorpolitikk, men det ble fort klart at spørsmålene opplevdes som lite relevante. Alle ansatte hadde mange års ansiennitet fra apoteket, «alle har vært her alltid», og så godt som alle var over 50 år og dermed innenfor dette prosjektets definisjon av seniorer. Når alle er seniorer, blir det poenngløst å ha en egen seniorpolitikk hvis man har en god personalpolitikk som fanger opp de ansattes behov. Dermed ble alder på en måte irrelevant. Når man ikke har andre aldersgrupper å speile seg mot, blir man sannsynligvis mindre opptatt av hva alder betyr.

Vi er jevnaldrende, så dermed er ikke alder et tema. (Ansatt)

De fleste ansatte hadde jobbet samme sted i mange år og snakket om det gode kollegemiljøet som en viktig grunn til å bli der de var. Siden dette apoteket var noe overbemannet, hadde de en avtale om å avlaste de andre apotekene i kjeden ved behov, som ved sykdom e.l. Dermed hadde de også erfaringer med å jobbe nye steder sammen med nye folk, selv om de vi snakket med, var opptatt av at de «har det best hjemme». De hadde også en del svært lojale kunder som hadde brukt samme apotek i alle år, og som ga uttrykk for at de opplevde at de ble godt ivaretatt. Flere ansatte fremhevet at lojale kunder var viktig for god drift. De ansatte opplevde at kundene satte pris på å møte de samme ansatte over år, og fortalte at de følte de kunne stole på de ansatte. Selv om alder ikke var et tema hos dem, var mange ansatte opptatt av kontinuitet, å være en del av lokalsamfunnet og dets historie som både de og kundene hadde respekt for.

Det ser ut til å være en kjent problemstilling at eldre arbeidstakere sliter mer med innføring av ny teknologi enn yngre. Fordi alle var jevnaldrende på dette stedet, hadde imidlertid innføringen av nye, digitale systemer vært likt for alle, noe de måtte forholde seg til.

Vi tilpasser oss det nye som kommer, vi er i samme båt. (Ansatt)

Holdninger til eldre arbeidstakere og ny teknologi kan føre til at både ledere og de eldre selv foretrekker å la de unge gå i front når noe nytt skal innføres. Norsk seniorpolitisk barometer (Ipsos 2018) fant at 61 prosent av norske ledere sa at yngre arbeidstakere blir foretrukket når ny teknologi eller arbeidsmåter skal innføres. Om også senioren selv opplever at de yngre raskt tar det nye, mens de selv kvier seg litt, blir dette lett en selvoppyllende sannhet. På dette apoteket hadde de eldre ingen yngre kolleger å «gjemme seg bak», så de måtte alle ha et forhold til endringene. Selvsagt snakket de om at noen «tok det lettere» enn andre, men da var det individuelle forskjeller som gjaldt, ikke alder.

Erfaringene fra dette stedet åpner for noen kritiske spørsmål om negative stereotypier om eldre arbeidstakere. Blir alder en forklaring det er lett å ty til, både for ledere og senioren selv i et aldersblandet miljø? Er det lettere å la de yngre håndtere den nye teknologien enn å måtte lære det selv, hvis man ikke har lyst eller synes det er vanskelig? Det er jo lettere å styre unna oppgaver eller teknologiske løsninger med begrunnelser som at man er for gammel, hvis det finnes yngre kolleger som kan gjøre det i stedet eller gjøre det først. Den muligheten har man ikke hvis alle er i den samme aldersgruppen. Individuelle forskjeller og preferanser finnes fortsatt, men de kan ikke tilskrives alder. Hvis alle er i samme alder, blir alder irrelevant til å skille mellom ansatte, og man legger dermed grunnlaget for å overkomme negative aldersstereotypier.

Hva slags lærdom kan vi eventuelt trekke av dette? En svensk rapport (de los Reyes 2001) diskuterer effekten av en offentlig debatt om inkludering på bakgrunn av kjønn, alder, etnisitet og funksjonshemming. Hennes poeng er at selve debatten og policytiltak for å inkludere disse gruppene i seg selv er med på å befeste dem som unntaket fra «normalen», det flertallet som ikke faller inn under noen av disse gruppene. I praksis vil det si at innføring av seniorpolitikk i seg selv kan bidra til å definere senioren som en særgruppe med egne gruppedefinerte behov. Uansett hvor vellykket og velmenende en slik politikk måtte være, kan den ha den utilsiktede effekten å definere seniorer som «noe annet» enn resten av arbeidsstokken, med andre ønsker og behov. Negative aldersstereotypier muliggjøres av et akseptert skille mellom eldre arbeidstakere og andre arbeidstakere (ibid.). På bakgrunn av dette kan man tenke at den beste seniorpolitikken er å ikke ha en seniorpolitikk, bare en helhetlig personalpolitikk som tar hensyn til alle arbeidstakere uansett alder, livsfase og individuelle behov.

I kampen mot alderisme og negative aldersstereotypier ligger det også en sterk oppfordring til senioren om å ikke bruke alder som unnskyldning for oppgaver de ikke liker eller behersker, verken overfor seg selv eller kolleger og ledere. Individuelle behov for mer støtte og opplæring i nye situasjoner må selvsagt tas opp, men ikke begrunnes med alder i seg selv. Arbeidsgiver må også være bevisst sine egne aldersstereotypier og ikke behandle senioren som en gruppe basert på alder alene. Arbeidsgiver har ansvar for at den enkelte får nødvendig opplæring for jobben, og for at individuelle forutsetninger tas hensyn til, uavhengig av alder.

Hva betyr dette for seniorpolitikk-arbeidet i varehandelen?

Seniorpolitikkarbeidet i varehandelen står overfor en del utfordringer knyttet til kjennetegn ved bransjen:

Lav organiseringsgrad gjør at det kan være vanskelig å nå frem til virksomhetene. Dette er en utfordring for det partsbaserte seniorpolitikkarbeidet.

Varehandelen har i mindre grad en personalpolitisk strategi for hvordan den skal beholde og videreutvikle seniorarbeidstakere, og våre intervjuer viser at den store forskjellen her går mellom store butikker (særlig de som er del av en kjede) og små. Samtidig har de små et tettere arbeidsfellesskap mellom leder og ansatt, der man ser og anerkjenner hverandre uavhengig av alder.

Seniorene (50+) i varehandelen har en relativt høy andel som arbeider heltid (77 prosent i 2015), men dette avtar noe frem til 60 år, og deretter tiltar reduksjonen frem til omtrent 70 år for å deretter flate ut på rundt 40 prosent. Små enheter kan i større grad enn andre deler av arbeidslivet ha utfordringer med tilrettelegging for slitne seniorer i form av andre oppgaver eller fritak fra en del av de ordinære oppgavene. Redusert arbeidstid kan dermed forstås som en individuell tilpasning. Spørsmålet er om dette er en ønsket eller uønsket tilpasning.

Problemene med å rekruttere bedrifter til undersøkelsen kan tyde på manglende engasjement eller prioritering av seniorpolitikk i bransjen. Siden vi også ble avvist av seniorene selv enkelte steder, kan det være et tegn på at man har et negativt eller lite engasjert forhold til seniorbegrepet. I så fall er det et holdningsarbeid å gjøre overfor bransjen.

Et annet tema som kom opp, var diskusjonen rundt øvre aldersgrenser og bedriftsinterne aldersgrenser. Da arbeidsmiljølovens øvre aldersgrense (alderen der arbeidsgiver kan si opp med alder som eneste begrunnelse, § 15-13a) ble økt fra 70 til 72 år i 2015, startet det en debatt om hva dette ville bety for virksomhetene. Den generelle aldersgrensen på 72 år handler kun om at den ansatte mister stillingsvernet ved 72 år. Bestemmelsen medfører ikke plikt til å fratruke, så sant ikke arbeidsgiver krever det. Dermed kan ansatte fortsette å jobbe så lenge de og arbeidsgiver er enige om det.

En tilpasning til disse lovendringene er bedrifter som før ikke hadde intern aldersgrense, som velger å innføre intern aldersgrense på 70 år. Ulempen med intern aldersgrense er at den stiller vilkår om at denne må praktiseres konsekvent, det vil si at alle ansatte i utgangspunktet må fratruke ved 70 år.

For butikker som er del av en kjede, vil kjedens eventuelle innføring av bedriftsintern aldersgrense også pålegge dem å avslutte arbeidsforholdet for sine ansatte ved 70 år. Det betyr at butikker som før har hatt eldre ansatte, må legge om praksis.

Hvor utbredt dette er i norske butikkjeder, kan vi ikke si noe om ut fra denne undersøkelsen. Vi kan allikevel peke på at det kan ha seniorpolitiske konsekvenser hvis man må si opp ansatte over 70 år der både lokal leder og den ansatte selv ønsker videreføring av arbeidsforholdet. Selvsagt er det seniorpolitisk svært vellykket hvis

man klarer å holde en ansatt i arbeid til 70 år, men det kan også finnes unntak som både kan og vil arbeide lenger.

Referanser

- Bjørnstad, R., Røtnes, R. & Walbækken, M. (2017). *Hvordan endres arbeidskraftbehovet i varehandelen som følge av eskalerende digitalisering?* Rapport nr. 58-2017. Oslo: Samfunnsøkonomisk analyse.
- de los Reyes, P. (2001). *Diversity and Differentiation. Discourse, difference and construction of norms in Swedish research and public debate*. SALTSA. Stockholm: National Institute for Working Life.
- Fredriksen, J. I. (2015). Servicemøter i butikk: fra 'mye vil ha mer' til strategisk regi for økt lønnsomhet. *Magma*, 18(2), 73–79.
- Gramstad, C. S., Helland, S. & Saebi, T. (red.) (2017). *Nye forretningsmodeller i handelen: innovasjon for en bærekraftig fremtid*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Hilsen, A. I. & Jensen, R. S. (2014). *Den norske arbeidslivsmodellen i endring. En undersøkelse fra busstransport og dagligvarehandel*. Fafo-rapport 2014:55.
- Hilsen, A. I. & Midtsundstad, T. (2015). Domain: Human resource management and interventions. I H. M. Hasselhorn & W. Apt (2015). *Understanding employment participation of older workers: Creating a knowledge base for future labour market challenges*. Research Report. Federal Ministry of Labour and Social Affairs (BMAS) and Federal Institute for Occupational Safety and Health (BAuA). BMAS/ BAuA. Berlin.
- Jensen, R. S. (2018). *Realkompetanse i varehandelen*. Fafo-notat 2018:10.
- Jensen, R. S. & Nergaard, K. (2017). *Varehandelen som inkluderingsarena*. Fafo-rapport 2017:25
- Lov om arbeidsmiljø, arbeidstid og stillingsvern mv. (arbeidsmiljøloven)*.
<https://lovdata.no/dokument/NL/lov/2005-06-17-62>
- Midtsundstad, T. (2018). Seniorers mulighet for gradvis nedtrapping fra arbeidslivet. *Søkelys på arbeidslivet*, 04/2018 (Volum 35).
- Nergaard, K. (2018). *Organisasjonsgrader, tariffavtaledekning og arbeidskonflikter 2016/2017*. Fafo-notat 2018:20.
- Norsk seniorpolitisk barometer 2018. Ledere i arbeidslivet*. Ipsos. Utarbeidet for Senter for seniorpolitikk. <https://www.seniorpolitikk.no/fag-fakta/statistikk/endelig-rapport-ledere-2018-v2.pdf>
- Pedersen, P. E., Solem, B. A. A. & Kristiansen, E. (2018). *Digitaliseringens påvirkning på varehandel: En litteraturstudie*. Skriftserien fra Universitetet i Sørøst-Norge nr. 2. Universitetet i Sørøst-Norge.
- Status i Varehandelen – En oversikt over detalj- og engroshandel. Hentet 13.2.2016 fra <http://nhohandel.no/getfile.php/Dokumenter/Status%20i%20Varehandelen%20-%20NHO%20Handel%202012.pdf>
- Steen, J. R. & Nergaard, K. (2018). *Arbeidstakere og organisasjonsgrader i servicesektoren*. Fafo-notat 2018:15.

Seniorpolitikk i varehandelen

Selv om det finnes mye kunnskap om seniorpolitikk i norsk arbeidsliv, vet vi mindre om varehandelen. Hvordan er aldersfordelingen i denne bransjen? Hvordan er det å være 50+ og jobbe i butikk? Blir erfaring og kompetanse verdsatt av ledere og av kunder?

I denne rapporten ser vi på betingelsene for god seniorpolitikk i varehandelen, med vekt på hvordan det arbeides for å ivareta, utvikle og beholde eldre arbeidstakere i denne delen av arbeidslivet. Hovedmålet med undersøkelsen har vært å fremskaffe kunnskap som kan bidra til bedre seniorpolitikk.

Prosjektet har vært et samarbeid mellom Handel og Kontor Norge (HK), Virke, Fafo, Fellestiltakene LO-Virke og Senter for seniorpolitikk (SSP), finansiert av Fellestiltakene LO-Virke og SSP.



Borggata 2B
Postboks 2947 Tøyen
N-0608 Oslo
www.fafo.no

Fafo-rapport 2019:19
ISBN 978-82-324-0514-5
ISSN 2387-6859
Bestillingsnr. 20716

