

Karriärvägar i detaljhandeln

I detaljhandeln handlar karriär inte bara om att klättra i hierarkin och stiga i graderna utan karriärvägarna inom handeln kan beskrivas som gränsöverskridande. En grupp forskare i Skövde har studerat karriärutveckling i detaljhandeln närmare.

Detaljhandeln är en viktig arbetsgivare

och sysselsätter cirka 250 000 personer i Sverige. Detaljhandeln är också en mycket diversifierad bransch med allt från små enmansföretag till stora globala kedjor med tusentals anställda. Att arbeta i handeln är kanske inte främst förknippat med att göra karriär i traditionell mening genom att jobba sig upp i hierarkin.

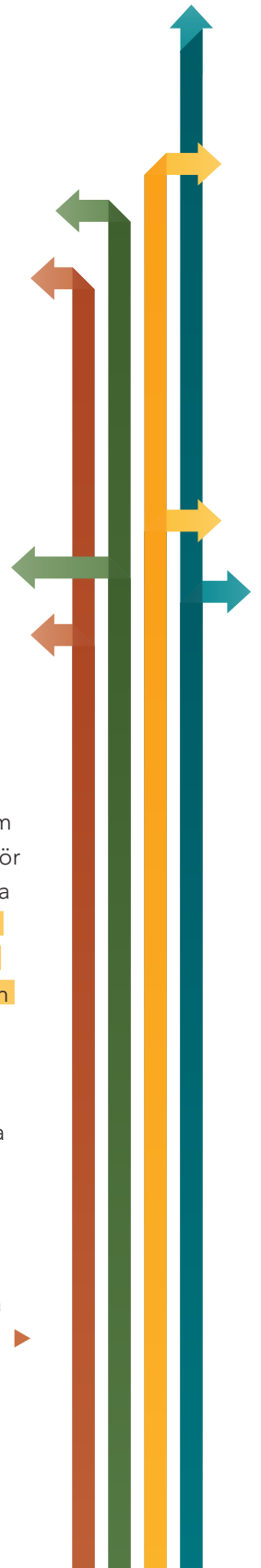
Tidigare forskning har dock visat att personer som arbetar i detaljhandeln i Sverige trivs mycket bra med sina jobb i motsats till vad den internationella forskningen i andra länder visar. Dessa resultat föranledde forskarna att intressera sig för karriär och karriärvägar inom detaljhandeln i Sverige.

Drivkrafter för karriär

Det är vanligast att anställda inom detaljhandeln drivs av faktorer i sitt arbetsliv som är motsatt mot det som utgör incitament för att göra karriär i traditionell mening (klättra i positioner). **De viktigaste drivkrafterna är anställningstrygghet, möjlighet att kombinera arbetet med familjeliv/andra intressen samt möjlighet att arbeta där man bor.**

De faktorer som är allra svagast är sådana som är starkast relaterat till en traditionell karriär, såsom status, möjlighet att påverka andra och beslutsfattande.

Detta kan delvis förklara att det finns ett begränsat intresse för att bli chef inom detaljhandeln – de viktigaste drivkrafterna



för karriär inom detaljhandeln verkar istället rakt emot en traditionell chefskarriär. Anställningstrygghet är den enskilt viktigaste karriärfaktorn för medarbetare inom detaljhandeln. Anställningstrygghet är dock inget som branschen förknippas med och det kan vara viktigt för företag inom detaljhandeln att se över.

Karriär i detaljhandeln innebär i hög grad en gränsöverskridande karriär (*boundaryless career*).

Den är varken begränsad till en organisation, en yrkesroll eller enbart klättring uppåt i en organisationshierarki. Medarbetare och chefer inom handeln rör sig relativt enkelt *mellan* olika organisationer inom samma område i detaljhandeln, *mellan* olika områden inom detaljhandeln samt *in och ut* ur detaljhandeln som bransch i sina karriärer.

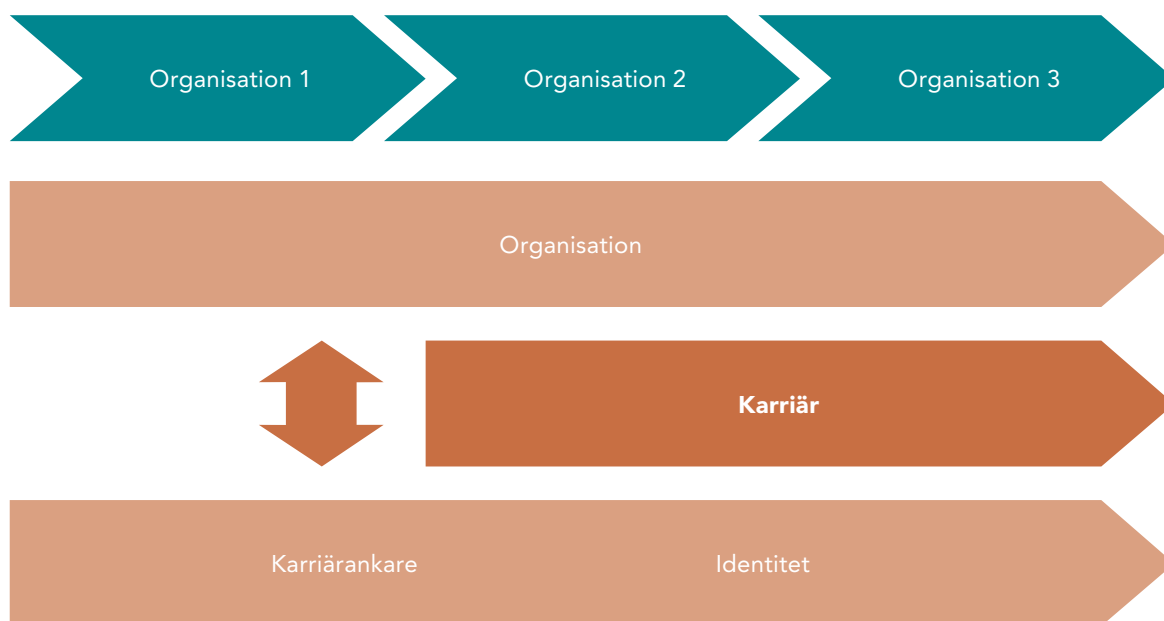
Beskrivningen av detaljhandeln som en genomgångsbransch har hittills varit en negativ etikett, men det skulle även kunna anammas som något positivt. En positiv vändning av detta kan vara att fokusera på de viktiga erfarenheter medarbetare i detaljhandeln tar med sig in i framtida arbeten.

I modellen nedan visas synen på karriär som gränsöverskridande, alltså att individerna inte jobbar upp sig inom en och samma organisation och mot allt högre titlar utan i hög grad byter mellan olika arbetsplatser inom och utom handelsbranscher för att uppnå sina mål. Karriärankare är individens syn på vad som är viktigt i arbetslivet och definierar vilken typ av karriär individen eftersträvar.

Små skillnader i drivkrafter mellan män och kvinnor

Kön är en svagt särskiljande variabel när det gäller karriär inom detaljhandeln. Det finns vissa statistiskt säkerställda skillnader mellan män och kvinnor, men skillnaderna är ändå relativt små. Noterbart är dock att kvinnorna i ännu högre grad än männen prioriterar frågor som möjligheter att kombinera arbetet med familjeliv/andra intressen samt möjlighet att arbeta kvar på orten. Sådana faktorer gör det svårare att gå in i en chefstjänst och göra karriär i traditionell mening.

Modell för karriärutveckling



Den större andelen män på chefspositioner, trots att kvinnor är i klar majoritet inom detaljhandeln, kan inte förklaras med skillnader mellan män och kvinnor i vilja att bli chef eller tro på den egna förmågan. Istället behöver förklaringen sökas i mer indirekta faktorer såsom förväntningar på chefsrollen som den ser ut idag.

Det finns problematiska löneskillnader inom detaljhandeln, till kvinnornas nackdel. Ju fler olikheter det finns i arbetsuppgifterna (specialiseringsgrad, delbranscher, chefsuppgifter) desto större är löneskillnaderna mellan kvinnor och män.

På lägre chefsnivåer (butikschef motsvarande) ökar andelen kvinnor stabilt och relativt snabbt, och står sig denna trend kommer det inom en snar framtid vara lika många kvinnor som män på lägre chefsnivåer. Däremot på direktörsnivå går det mer än tio män på varje kvinna, och det finns få tecken som tyder på att detta håller på att jämnas ut.

Negativ bild av branschen

Det finns en viss generell skepsis bland medarbetare i detaljhandeln kring i vilken grad deras arbetsgivare är beredda att skapa varaktiga band med sina anställda. Detta har viktiga praktiska implikationer; i och med att medarbetare inte upplever att arbetsgivaren binder upp sig på längre sikt, kommer de att vara mindre benägna att själva tänka långsiktigt när det gäller att

ta initiativ, vara ansvarstagande och utvecklas på arbetsplatsen. Det här påverkar förutsättningarna för ett utvecklat medarbetarskap på ett negativt sätt.

De som inte arbetar inom detaljhandeln har ofta en mer negativ bild av branschen än de som arbetar inom den. De som arbetar i detaljhandeln är relativt nöjda och känner att de har variation i arbetet.



Vidgat karriärbegrepp

Det finns faktorer som indikerar att det finns behov av ett vidgat karriärbegrepp inom detaljhandeln. Högst upp bland drivkrafter kommer att få arbeta med något som stämmer överens med ens personliga värderingar samt ett arbete som innebär att få ge service till andra. Tidigare studier har visat att detaljhandelsanställda i Sverige trivs mycket bra, trots att deras möjligheter till karriär i traditionell mening är begränsad.

Att få arbeta i enlighet med sina personliga värderingar ses som moraliska incitament (i jämförelse med rent monetära incitament) och är någonting som skulle kunna inrymmas i ett vidgat karriärbegrepp. Att i högre grad få arbeta i enlighet med sina personliga värderingar och att i högre grad kunna ge service till andra är en utveckling inom arbetet som kan ske helt frikopplat från att byta position. ■

Syftet med studien är att beskriva och förklara karriär inom detaljhandeln i Sverige generellt, men även att mer specifikt beskriva eventuella skillnader för män och kvinnor med avseende på karriär. Forskarna har använt sig av en kombination av kvalitativ och kvantitativ metod i studien. Studien som helhet består därför av tre olika delar, som kompletterar och berikar varandra. De tre olika delarna består av två kvantitativa och en kvalitativ datainsamling enligt följande: 1) sammanställning av sekundärdata: kvantifierade av existerande uppgifter om karriär och rörlighet, 2) kompletterande kvantitativt orienterad enkätundersökning med insamling av primärdata samt 3) fördjupande datainsamling av mer kvalitativt slag med hjälp av intervjuer.

” Karriär i detaljhandeln innebär i hög grad en gränsöverskridande karriär (*boundaryless career*). Den är varken begränsad till en organisation, en yrkesroll eller enbart klättring uppåt i en organisationshierarki.

Handelsrådets sammanfattningar av forskningsrapporter vänder sig till dig som har ett intresse för handelsnäringen och som vill få tillgång till lättillgänglig, populärvetenskaplig kunskap om forskningsresultat av intresse för handeln.

Denna sammanfattning av forskningsrapporten *Karriärvägar i detaljhandeln* bygger på resultat från forskningsprojektet *Karriärutveckling inom detaljhandeln – lika möjligheter till rörlighet och utveckling för kvinnor och män?* – ett projekt finansierat av Handelsrådet inom ramen för utlysningen "Arbetsplats, hälsa och individ i handeln + Öppen kategori"

Projektledare: Thomas Andersson, biträdande professor, Högskolan i Skövde

Beviljat anslag: cirka 1 900 000 kronor

Projektid: 2013–2015

Projektdeltagare: Ali Kazemi, professor, och Mikael Wickelgren, lektor, Högskolan i Skövde

För mer information om detta eller andra projekt som finansierats av Handelsrådet, kontakta: 010-471 85 80 (växel) eller skriv till info@handelsradet.nu.

Du kan även besöka: www.handelsradet.nu/forskning-och-utveckling/forskningsprojekt



Handelsrådet | 103 29 Stockholm

Besöksadress: Kungsgatan 24

Telefon växel 010-471 85 80

www.handelsradet.nu