

E / B / R

**ECONOMIC AND
BUSINESS REVIEW**

KAZALO

-
- 5 *Tjaša Redek*
Uroš Godnov
Analiza mnenj obiskovalcev o turistični ponudbi v Ljubljani
-
- 23 *Ana Šeme*
Jože Sambt
Tokovi storitev neplačanega dela med generacijami in spoloma: primerjava Italije, Nizozemske in Velike Britanije
-
- 49 *Matej Grošelj*
Sandra Penger
Matej Černe
Povezava avtentičnega in transformacijskega vodenja z inovativnim vedenjem sledilcev: moderacijski vpliv psihološkega opolnomočenja
-
- 73 *Tamara Pustoslemšek*
Sergeja Slapničar
Aljoša Valentinčič
Uporabnost modela določanja donosnosti lastniškega kapitala za slovenski kapitalski trg
-
- 89 *Maja Nemec*
Tomaž Kolar
Borut Rusjan
Analiza vzrokov za nezadovoljstvo slovenskih pacientov z nemedicinskimi sestavinami zdravstvenih storitev

ANALIZA MNENJ OBISKOVALCEV O TURISTIČNI PONUDBI V LJUBLJANI

TJAŠA REDEK¹, UROŠ GODNOV²

POVZETEK: *Turisti se pri odločanju vedno močneje opirajo na spletne vire podatkov o značilnostih turistične ponudbe v določenem kraju in predvsem o kvaliteti oziroma značilnostih konkretnih ponudnikov. Namen članka je preučiti značilnosti turistične ponudbe Ljubljane, predvsem posameznih vrst le-te (hoteli, gostinska, kulturna ponudba, itd.) s pomočjo vsebinske in čustvene analize tekstovnih ocen z največjega spletnega turističnega portala. S pomočjo metod tekstovnega rudarjenja smo analizirali slabih 9 tisoč ocen različnih ponudnikov v Ljubljani. Rezultati čustvene analize kažejo, da so ocenjevalci najbolj pozitivno spregovorili o hotelih, sledijo gostinska ponudba, kulturno-zgodovinska ponudba in šele na koncu mestno jedro. Analizo dopolnimo z vsebinsko analizo tekstovnih komentarjev. Pričujoča analiza predstavlja prvo tovrstno oceno slovenskega turističnega mesta Ljubljana. Metodološko članek temelji na najnovejši metodologiji tekstovnega rudarjenja in kot prvi analitično povzame vsebino mnenj turistov za Ljubljano. Analiza opozori tudi na možnosti uporabe razpoložljivih programskih orodij ob uporabi razpoložljivih spletnih virov v podporo poslovnemu odločanju.*

Ključne besede: *turizem, Tripadvisor, Ljubljana, tekstovno rudarjenje*

JEL klasifikacija: *Z32, C89, M3*

DOI: *10.15458/85451.29*

UVOD

TripAdvisor.com je poleg spletnih strani, kot sta Booking.com in Expedia.com, ena od ključnih spletnih strani, kjer potencialni turisti iščemo informacije o kraju, kamor želimo potovati, o tem, kaj je vredno ogleda, katere so dobre, katere slabe restavracije v izbranem kraju in kateri hotel je »vreden svoje cene«. Po podatkih Bassiga (2013) več kot 90 odstotkov potrošnikov svoje odločitve sprejema s pomočjo Tripadvisorja ali podobnih strani, zato ne preseneča, da je mogoče med turističnimi ponudniki pogosto slišati: »Če te ni na Tripadvisorju, te NI.« Zato so informacije, ki jih lahko turistični ponudniki pridobijo s spletnih portalov izjemno dragocen vir podatkov, ki omogočijo med drugim tudi pozicioniranje podjetja na trgu z vidika kvalitete in cene; predvsem pa omogočijo ponudnikom tudi, da prepoznajo, kaj so njihove glavne prednosti in kaj slabosti in seveda skušajo le-te odpraviti.

¹ Univerza v Ljubljani, Ekonomska fakulteta, Ljubljana, Slovenija, e-pošta: tjasa.redek@ef.uni-lj.si

² Univerza na Primorskem, Fakulteta za management, Koper, Slovenija, e-pošta: uros.godnov@fm-kp.si

V Sloveniji postaja t.i. »mestni turizem« vedno bolj pomemben, med lokacijami pa je seveda, podobno kot v številnih drugih državah, najbolj v ospredju prestolnica, Ljubljana. Popotnike mesta privlačijo, ker predstavljajo dinamično mešanico kulturnega, gospodarskega in družbenega razvoja in omogočajo posamezniku da doživi »koncentrirano« izkušnjo (UNWTO, 2012). Urbani oziroma mestni turizem je začel pridobivati na pomenu predvsem v osemdesetih, ko je nekaj vzporednih trendov (predvsem povečanje zanimanja za mesta, kulturo in zgodovino ter razvoj transporta) omogočilo razvoj produkta »krajšega mestnega oddiha« (*angl.* city break). Urbani turizem napreduje zelo hitro, saj ima zelo širok spekter ciljnih kupcev; mesta nudijo pravzaprav »nekaj za vsakogar«, tako z vsebinskega kot tudi cenovnega vidika. Po podatkih UNWTO (2012) naj bi število urbanih turistov vsako leto do leta 2030 naraslo za okoli 3,3 %, oziroma naj bi se vsako leto število prihodov povečalo za dobrih 40 milijonov.

V Evropi so najbolj popularne večje prestolnice. London je bil v letu 2015 ocenjen celo za vodilno urbano destinacijo v svetu, medtem ko je bil Pariz tretji. Med najbolj popularnimi desetimi so se nato izmenjavala azijska, ameriška mesta ter mesta iz Bližnjega vzhoda (CNN, 2015). Med evropskimi mesti so seveda v ospredju London, Pariz, Berlin in Rim (European capital city tourism, 2012). Ljubljana postaja v zadnjih nekaj letih vedno bolj popularna destinacija za krajše obiske. Ocene celo kažejo, da je bila med evropskimi mesti ravno Ljubljana tista, ki je beležila najhitrejšo rast obiskov (European capital city tourism, 2012).

Glede na pomen družbenih omrežij pri izboru turističnih destinacij nasploh, lahko sklepamo, da so le-ta in že omenjene platforme (Tripadvisor.com, Booking.com, itd.) pomembne tako pri odločanju o izboru ciljne destinacije pri turistih, ki izbirajo med različnimi mesti, kot tudi pri izboru namestitve in obiskanih lokacij znotraj izbrane urbane destinacije.

Namen članka je celovito analizirati turistično ponudbo v Ljubljani skozi tako številske kot tudi predvsem tekstovne (vsebinske) ocene gostov. S pomočjo najnovejših metod tekstovnega rudarjenja na približno 9000 tekstovnih ocenah, ki smo jih zbrali z najbolj znanega turističnega portala, članek analizira osnovne tipe turistične ponudbe: namestitve (hoteli), gostinsko ponudbo ter kulturno-zgodovinsko ponudbo. Zaradi pomena starega mestnega jedra kot ene temeljnih privlačnih točk Ljubljane smo posebej analizirali še to. Pri analizi nas je zanimalo predvsem, kako turisti ocenjujejo različne vidike turistične ponudbe, in sicer tako z vidika številske ocene, ki jo podajo, kot tudi z vidika ocene, ki jo lahko prebere bralec »med vrsticami«. Načeloma bi morale imeti destinacije, ki so številsko boljše ocenjene, tudi boljše vsebinske ocene. Če temu ni tako, nas je zanimalo, kako močna je sploh povezava med njima in zakaj prihaja do razlik. Na koncu nas je zanimala tudi vsebina ocen. Kateri so tisti elementi ponudbe za vsakega od navedenih tipov, o katerih gosti največ diskutirajo, in jih lahko tako privzamemo kot tiste, ki so najbolj pomembni?

Članek prispeva k razvoju literature na področju turizma, konkretno vloge socialnih omrežij v turizmu z več vidikov ter k aplikaciji tekstovnega rudarjenja (*angl.* text mining) v turizmu. Gre za prvo oceno turistične ponudbe na podlagi tako široke podatkovne baze in eno redkih analiz, ki poleg čustvene analize dopolni analizo spletnih ocen še z vsebinsko

analizo (*angl.* content analysis) (glej npr. tudi Bassig, 2013, Bjorkelund et al., 2012, Simms in Gretzl, 2013, Jeong in Jeon, 2008). Članka, ki bi celovito analiziral urbano turistično ponudbo oziroma značilnosti le-te skozi vsebino ocen na različnih platformah, v literaturi še ni zaslediti, na voljo so le zelo omejene analize na vzorcu ocen ali z zelo specifičnim namenom (npr. Vasquez, 2011, na 100 ocenah, Tamajon in Valeinete, 2015 za Barcelono). Metodološko pričujoča analiza temelji na najnovejših metodah tekstovnega rudarjenja (npr. Feinerer in Hornik, 2015) in je prva takšna analiza za Ljubljano. Predstavlja tudi prvo aplikacijo tovrstno analize v slovenskem turizmu. Kot prvi tako pričujoči tekst omogoča primerjalno analizo in odgovor na vprašanje, kateri tipi ponudbe so v Ljubljani boljši in kateri slabši, tako z vidika številskih ocen, kot tudi z vidika tekstovnih ocen. Analiza kot prva pokaže tudi, o čem diskutirajo ocenjevalci Ljubljane in tako identificira glavne pozitivne in negativne elemente posameznega tipa ponudbe. V obeh primerih prispeva s tem tudi k razumevanju vloge družbenih omrežij pri potrošniškem odločanju ter k razumevanju vloge potrošnika kot vira informacij v procesu nakupnega obnašanja. S tem širi literaturo, ki ta vidik že analizira (npr. Jacobsen, 2015, Bassig, 2013, Gretzel et al., 2007). Prispeva tudi k razvoju diskurza o vlogi informacij z družbenih omrežij ter spleta nasploh za konkurenčno analizo (npr. tudi Gemar in Jimenez-Quintero, 2015). Z vidika uporabne vrednosti pa podaja dragocen primerjalni vidik ter zbirni pogled v vsebino komentarjev, s pomočjo katerih lahko turistični ponudniki v Ljubljani ugotovijo, kaj so temeljne ugotovitve za posamezni analizirani tip ponudbe. Hkrati pa omogoča vsakemu ponudniku, da v tej povprečni oceni najde tudi sebe oziroma se pozicionira (ob predpostavki, da vsak seveda pozna svoje ocene na spletu). Nenazadnje pa članek opozarja na do sedaj hitro razvijajoče se področje na področju empirične analize, in s tem odpira vrsto raziskovalnih izzivov.

1 LJUBLJANSKI TURIZEM V ŠTEVILKAH

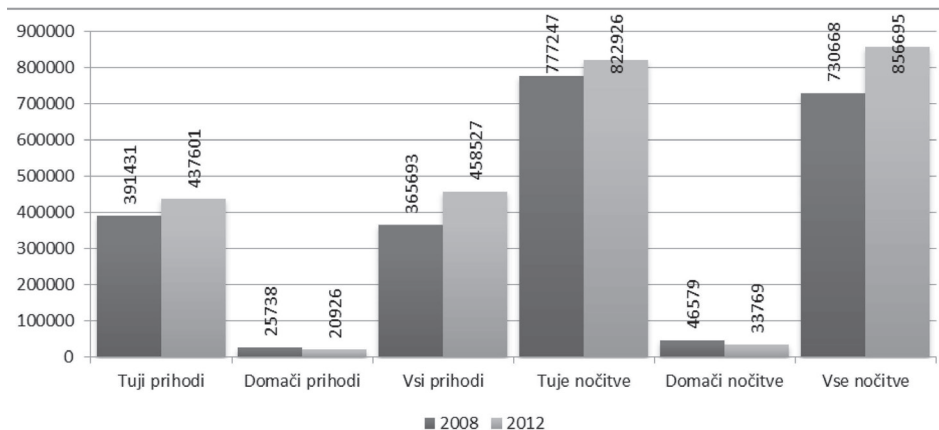
Turizem je v Sloveniji relativno pomembna panoga. Po podatkih WTTC (2015) je turizem v letu 2014 neposredno prispeval 3,5 % k bruto domačem proizvodu, s posrednimi vplivi pa celo 12 %. Neposredno je bilo v turizmu zaposlenih 31 tisoč ljudi, skupaj pa, upoštevaje tudi posredne vplive, celo 103 tisoč ljudi. Turizem predstavlja tudi 8 % našega izvoza, samo januarja 2015 turistični sektor zabeležil 546 tisoč nočitev (Statistični urad, 2015). Navkljub majhnosti Slovenija ponuja številne različne možnosti: od klasičnega preživljanja prostega časa ob morju do planinarjenja, kmečkega turizma, zdraviliškega turizma ter seveda tudi obiska mest.

Ljubljana je z vidika turistov zagotovo eno najbolj privlačnih mest v Sloveniji. Če citiramo uporabnika s spleta: *»(...)Kakorkoli že, ugotovili boste, da je Ljubljana eno najbolj navdušujočih, sofisticiranih in vizualno navdušujočih manjših glavnih mest v Evropi. Postavite ga na svoj radar raje malo prej kot kasneje.«*

Ta podatek potrjujejo tudi številke. Ljubljana je namreč med evropskimi prestolnicami v zadnjih letih zelo hitro pridobivala na popularnosti. Leta 2012 je bila tako tretja v Evropi po rasti števila gostov, leta 2015 pa se je uvrstila na sedmo mesto na lestvici European best destination (European Best Destination, 2015). Zadnji statistični podatki, ki so sicer

za leto 2012, kažejo, da je Ljubljana zabeležila 458 tisoč prihodov turistov in 856 tisoč nočitev, od tega, pričakovano, daleč prevladujejo tujci, ti predstavljajo okoli 95 % vseh prihodov in okoli 96 % vseh nočitev (Statistični letopis Ljubljane, 2013, Slika 1).

Slika 1: Število prihodov in nočitev turistov v Ljubljani, 2008 in 2012*

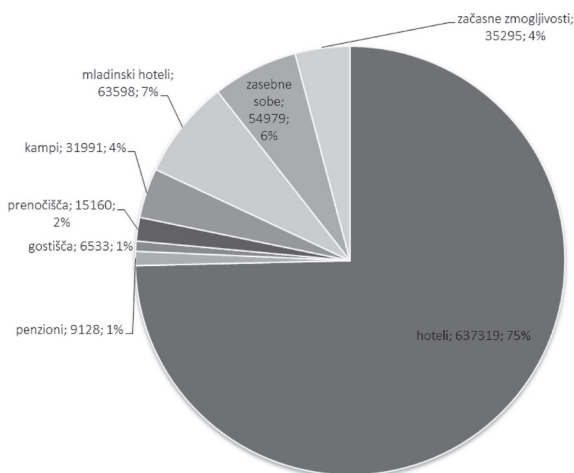


Prihod turistov: število posameznikov, ki so prišli. Nočitev: število noči, ki so jih turisti, ki so prišli, prespali v Ljubljani. Npr. če je posameznik prišel in trikrat prespal, je to 1 prihod in 3 nočitve (metodološka pojasnila v Vprašalniku za statistično raziskovanje Prihodi in prenočitve turistov, 2015).

Vir: Statistični letopis Ljubljane, 2013.

Od leta 2009 je namreč število prihodov turistov v Ljubljano naraslo za 24 %, pri čemer je mogoče to rast pripisati predvsem 27-odstotnemu porastu števila tujih turistov, domači so namreč pokazali manj interesa za glavno mesto in je njihovo število upadlo (Slika 1). Najbolj je poraslo število prihodov turistov iz Islandije in Ukrajine (za skoraj 400 %, a je potrebno upoštevati, da je bilo prvih leta 2008 le 178, drugih pa 1499). Od številčno bolj močnih skupin je bilo mogoče velik porast zabeležiti tudi med izraelskimi ter kitajskimi gosti. Med številčno najmočnejšimi skupinami pa je število nemških gostov, ki jih je bilo leta 2008 26 tisoč, do leta 2012 naraslo za 34 %, število italijanskih prihodov pa je poraslo za 22%, in sicer s 43 na 53 tisoč. V povprečju so turisti v Ljubljani ostali slaba 2 dneva, tuji nekoliko več kot domači (1,9 in 1,6). Prenočevali so predvsem v hotelih, mladinskih hotelih zasebnih sobah in kampih (Slika 2).

Slika 2: Število prenočitev domačih in tujih gostov skupaj po tipih namestitev* ter odstotek prenočitev v posameznem tipu kot delež vseh nočitev



*Začasne zmogljivosti zajemajo študentske domove in internate.

Vir: Statistični letopis Ljubljane, 2013.

Ljubljano turisti obiščejo zaradi več razlogov, pogosto zato, ker je cenovno dostopna, šarmantna in je utrip v njej sproščen (Rebernik, 2014). Kot kažejo podatki s Tripadvisorja, turisti večinoma Ljubljano zelo dobro sprejmejo, pogosto to, kar vidijo in obiščejo, presega njihova pričakovanja. Če povzamemo eno od ocen s TripAdvisorja: »Rezervirala sva si 2 noči, kar ni dovolj. Ta kraj je tako čudovit in obiskati je potrebno kup stvari. Hodila sva naokoli ves dan in uživala v krasnem starem mestnem jedru, lepo ohranjenih stavbah, živahnem dogajanju v restavracijah in barih. Restavracije so izjemne. In, ja, svoje bivanje sva podaljšala.«

2 RAZISKOVALNA VPRAŠANJA IN METODOLOGIJA

Namen analize je bil celovito analizirati značilnosti turistične ponudbe v Ljubljani skozi vse dimenzije ocen, ki so na voljo, tako številske ocene kot tudi tekstovne ocene. Analizirali smo 4 tipe ponudbe: namestitev¹, gostinsko ponudbo, kulturno ponudbo in staro mestno jedro kot svoj tip ponudbe. Vsakega od tipov smo analizirali najprej ločeno, in sicer tako številske ocene kot vsebino, nato pa še primerjalno. Cilj analize je bil poiskati odgovor na naslednja vprašanja:

- 1) Kakšno je povprečno zadovoljstvo obiskovalca Ljubljane, in sicer nasploh in po posameznih tipih ponudb, če zadovoljstvo merimo s številsko oceno in pa če merimo zadovoljstvo s čustveno vrednostjo komentarjev?
- 2) Ali obstaja sistematična povezava med številsko oceno in čustveno vrednostjo tekstovne ocene? Drugače rečeno, ali lahko trdimo, da so vrste ponudbe, ki imajo boljšo številsko oceno tudi sistematično bolj vsebinsko ocenjena?

1 V analizo so bili zajeti ljubljanski hoteli (v mestu in ne v okolici). Le ti so imeli zadostno število ocen, ki je omogočalo kvalitetno analizo, hkrati pa se v njih opravi tudi največji del nočitev (Slika 2).

- 3) Kaj so ključni vsebinski poudarki, ki jih lahko zasledimo v ocenah za posamezne tipe ponudb? Sklepamo namreč lahko, da so tisti vidiki, ki se jih največ omenja, gostom tudi najbolj pomembni.
- 4) Katere značilnosti predstavljajo prednosti Ljubljane in katere ne? To vprašanje je povezano tudi z vprašanjem, kako lahko tekstovno rudarjenje, če bi bili analizirani posamezni ponudniki (in ne več ponudnikov skupaj, kot v tem primeru), uporabimo v konkurenčni analizi.

Metodologijo, uporabljeno v članku, v osnovi razdelimo na dva dela, in sicer pridobivanje podatkov ter analizo. Zajem podatkov je bil narejen s pomočjo programa R. Analiza metodološko temelji na več pristopih, ki predstavljajo nekatere od najnovejših dosežkov s področja tekstovnega rudarjenja in analize jezika (*angl.* natural language processing). V osnovi uporabljamo tri različne metodološke pristope, dve s področja tekstovnega rudarjenja (čustveno analizo (*angl.* sentiment analysis), analizo vsebin (*angl.* content analysis ali pa *angl.* topic modelling), ki ju kombiniramo s klasično statistično analizo. V nadaljevanju podajamo kratek opis obeh uporabljenih metod tekstovnega rudarjenja.

Čustvena analiza temelji na analizi vsake besede v komentarju. Tekom razvoja čustvene analize so se postopoma pripravljali t.i. leksikoni, ki vsaki besedi dodajo številsko čustveno vrednost. Prvi slovarji so bili zelo preprosti (te uporabljajo nekateri standardizirani programi za čustveno analizo) in so omogočali dodelitev zgolj treh vrednosti (-1, 0 in 1, torej negativno, nevtralno, pozitivno), pri čemer niso omogočali ocene čustvene vrednosti v kontekstu stavka kot celote (Hu in Liu, 2004, Liu, 2012). Najnovejši slovarji pa omogočajo oceno čustva, ki ga izraža posamezna beseda, na lestvici celo od -5 do 5, pri čemer je moč in smer čustva določena s pogojno verjetnostjo, torej od besed, ki so v okolici. Moderni algoritmi skupaj z novimi slovarji tako zaznajo sarkazem, cinizem, itd., česar prvi niso zmogli (več o metodologiji v Godnov in Redek, 2015a). V analizi bo uporabljena t.i. metoda AFINN (glej Nielsen, 2011, in Hansen et al., 2011), ki omogoča trenutno najbolj poglobljeno analizo in variacijo čustvene vrednosti besede in ki, kot rečeno, omogoča analizo besed na lestvici od -5 do 5.

Analizo čustvene vrednosti bomo nagradili še z analizo prevladujočega čustva v celotnem komentarju, ki s pomočjo naprednega NRC leksikona ter ob uporabi pogojne verjetnosti (torej zazna morebitni sarkazem) oceni, katero čustvo (veselje, pričakovanje, sreča, razočaranje, itd.) prevladuje v oceni kot celoti (več o metodologiji glej npr. Mohammad, 2015). Tovrstna analiza dopolni čustveno analizo, ker številčno čustveno oceno dopolni še s prevladujočim čustvom.

Druga metoda s področja tekstovnega rudarjenja je t.i. analiza vsebin, kjer smo uporabili tri različne pristope. Analiza vsebin se namreč pripravlja z več različnimi orodji. Najbolj osnovno orodje je iskanje ključnih besed, ki se jih določi s štetjem, pri čemer se upošteva koren besed, hkrati pa se izločijo vsebinsko nepomembne besede (vezniki, predlogi, ipd.). Čeprav je metodologija zelo preprosta, vseeno učinkovito povzame bistvene vsebinske poudarke. Osnovni namen ključnih besed je namreč ravno analitičen povzetek vsebinskih poudarkov. Sledi analiza s pomočjo korelacije oziroma moči povezav med besedami, kjer je mogoče že izločiti temeljne vsebinske vzorce. Analiza temelji na funkcijah iz »tm« paketa v programu R (glej npr. Feinerer, 2015). Poleg omenjene rudimentarne metode analiza v članku temelji tudi na bistveno bolj sofisticirani metodi iskanja vzorcev oziroma sistematičnih povezav v tekstu, kar sodi v t.i. »topic models« (Gruen in Hornig, 2011),

katerih temelj je iterativni proces, ki na podlagi pogojne verjetnosti identificira glavne teme ter besede, ki so povezane z vsako od tem (glej npr. tudi Godnov in Redek, 2015a, Blei, 2012, Chen, 2011). Omenjene metodologije omogočajo učinkovito analizo vsebine tekstovnih komentarjev. Ob predstavitvi rezultatov bodo, kjer je to smiselno zaradi lažje oziroma bolj nazorne interpretacije rezultatov, podana še dodatna metodološka pojasnila.

3 REZULTATI

Za namene analize mnenj o Ljubljani je bilo analiziranih skupaj slabih 9 tisoč ocen gostov, pri čemer je slaba tretjina ocen predstavljala ocene hotelov, dobrih 40 % je bilo ocen mesta, mestnega jedra in znamenitosti, slaba četrtnina ocen restavracij in lokalov, ostalo pa so predstavljale ocene galerij, muzejev (slednjih je žal malo) (Tabela 1).² V povprečju je bila številska ocena zelo visoka, 4,36. Povprečna tekstovna ocena je zajemala 77 besed, medtem ko je vsebovala najdaljša ocena kar 1122 besed. V poprečju so bile najdaljše ocene s področja namestitve, najkrajše pa ocene starega mestnega jedra.

Tabela 1: Opis vzorca in glavne opisne statistike po kategorijah*

		N	Minimum	Maksimum	Povprečje	St. odklon
Skupaj	Ocena	8878	1	5	4,36	0,822
	N besed	8878	1	1122	76,95	69,801
	Sentiment AF	8878	-20	162	10,36	8,7104
Namestitvev	Ocena	2778	1	5	4,29	0,827
	N besed	2778	7	1122	113,97	90,988
	Sentiment AF	2778	-15	162	14,78	10,7381
Gostinska ponudba	Ocena	2110	1	5	4,38	0,915
	N besed	2110	1	565	74,71	60,738
	Sentiment AF	2110	-20	69	10,78	7,7556
Mestno jedro	Ocena	3860	1	5	4,39	0,756
	N besed	3860	6	558	51,19	37,666
	Sentiment AF	3860	-11	59	6,981	5,5676
Kultura	Ocena	130	1	5	4,35	0,897
	N besed	130	19	398	86,9	68,884
	Sentiment AF	130	-1	37	9,546	7,879

*Ocena: številska ocena, ki jo poda pisec ocene (na lestvici 1-5). N besed – število besed v oceni. Sentiment AF – izračunana čustvena vrednost po AFINN metodologiji.

Vir: Lastna analiza.

² Želimo poudariti, da namen analize ni bil analizirati značilnosti posameznega ponudnika, čeprav metodologija to omogoča. Namen je bil analizirati povprečno stanje posameznega tipa ponudbe, s tem omogočiti vpogled v značilnosti le-te ter omogočiti primerjavo med njimi (v segmentih, kjer je to smiselno). Hkrati pa analiza predstavlja, kaj metodologija omogoča. Analiza posameznega ponudnika bi omogočila podrobno konkurenčno analizo.

V nadaljevanju sistematično predstavljamo ugotovitve, in sicer v vrstnem redu kot si sledijo raziskovalna vprašanja.

Zadovoljstvo obiskovalcev Ljubljane. Najprej nas je zato zanimalo, kakšno je povprečno zadovoljstvo obiskovalca Ljubljane, pri čemer smo zadovoljstvo merili s številskimi ocenami, poleg tega pa tudi z oceno čustvene vrednosti posameznih vsebinskih ocen.

Slika 4 prikazuje rezultate analize (v Tabeli 1 so tudi podatku o minimalnih, maksimalnih vrednostih in standardnih odklonih). V povprečju so ocenjevalci z Ljubljano zadovoljni, saj je povprečna številka ocena 4,4 (na lestvici 1 do 5). Če sodimo po številski oceni, so ocenjevalci najbolj zadovoljni z mestnim jedrom, sledi gostinska ponudba, najmanj pa so zadovoljni z namestitvijo. Razlika je sicer majhna, vendar pa Kruskal-Wallis test v vseh treh primerih (tako za številsko oceno, kot tudi za oba sentimenta) zavrne z veliko značilnostjo ($p < 0,0001$ v vseh treh primerih), da so porazdelitve enake.

Povezava med številsko in čustveno oceno. Analiza vsebine tekstovnih ocen namesto zgolj številске ocene poda bistveno boljše informacijo o tem, kaj turist dejansko meni o neki lokaciji. Najprej se lahko vtis o tem, ali je nekdo zadovoljen z neko destinacijo ali ne, meri preko analize čustvene vrednosti teksta, ki odraža, kakšno »čustvo« veje iz komentarjev. Če je nekomu nekaj res všeč, bo skozi besede, ki jih uporablja, to tudi pokazal. Besede so tiste, ki izražajo neko čustvo. »Dobro« in »super« ni enako, pri čemer pa imata lahko oba komentarja npr. isto številsko oceno, npr. 5. Torej sama številka ocena ni dovolj za pridobitev celovite informacije o mnenju posameznika o neki lokaciji. Številka ocena je zgolj diskretna vrednost, ki zavzema vrednosti od 1 do 5; ocenjevalec je pravzaprav zelo omejen v svoji izbiri. Hkrati pa sta lahko dve številsko odlični oceni vsebinsko povsem različni. Ni namreč vseeno, če uporabnik napiše, da je bilo »dobro« ali pa napiše »odlično, izjemno, vsekakor bom še prišel«. Za vse, ki uporabljajo Tripadvisor kot vir informacij, ki pomagajo ustvariti sliko o neki lokaciji in se tako odločiti, so dragocene predvsem tiste informacije, ki jih preberemo »med vrsticami«. Torej, ne samo gola vsebina, temveč tudi kakšen vtis dobimo, ko ta tekst preberemo. Kot primer navajamo dve oceni v Tabeli 2. Obe sta imeli številsko oceno 5, vendar pa je druga (ki smo jo zaradi dolžine skrajšali) bistveno bolj čustvena, pozitivnost veje iz uporabljenih besed. Da se ton ne bi izgubil skozi prevod ali pa da ga ne bi spremenili zaradi izbora besed, puščamo tekst nepreveden.

Tabela 2: *Razlika med številsko in čustveno oceno*

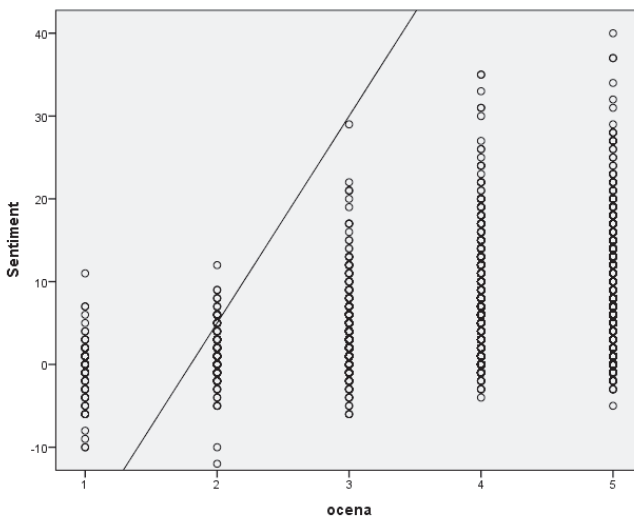
	Številska ocena	Čustvena vrednost (Sentiment)
We spent just one night here in mid-June. The hotel is small but very comfortably appointed and exceptionally clean. The service is a notch above. In particular, we appreciated the complimentary mini-bar and wi-fi. It's so refreshing to stay in a hotel and not be nickel-and-dimed for all of the extras. The location is convenient to the old town (5 minutes walk), but it is on a rather busy street. This wasn't a problem for us (no noise issues) but if you're looking to have the old town atmosphere right out the front door, then you might be disappointed. Our only real regret is that we were not able to stay longer to explore this enchanting city.	5	-2

	Številška ocena	Čustvena vrednost (Sentiment)
What is the best? 1.Location 2.Staff 3.Bed 4.Amenities 5.Breakfast 6.Impression at check-in and check-out. (...)It is for sure the best four star hotel we have stayed in. If somebody ask me what the best is in hotel ***, I would answer „everything“. (...) kindness and those wonderful donuts made specially for us. We would like to thank also to *** for his kindness and hospitality and wonderful baker who make magic donuts, but most of all we thank to general manager ***. We really respect and admire him and his team and are looking forward to visit *** again.	5	162

Vir: Lastna analiza.

Čustvena vrednost tekstovne ocene ter številška vrednost ocene torej nista nujno močno povezani. Da res nista, potrdi tudi Slika 3, ki prikazuje razsevni diagram med številsko oceno ter čustveno oceno. Povezava sicer je, je tudi pozitivna, vendar pa ni močna. Korelacijski koeficient je 0,218, ki pa je visoko značilen ($p=0,000$).

Slika 3: Razsevni diagram med številsko oceno ter AFINN sentimentom

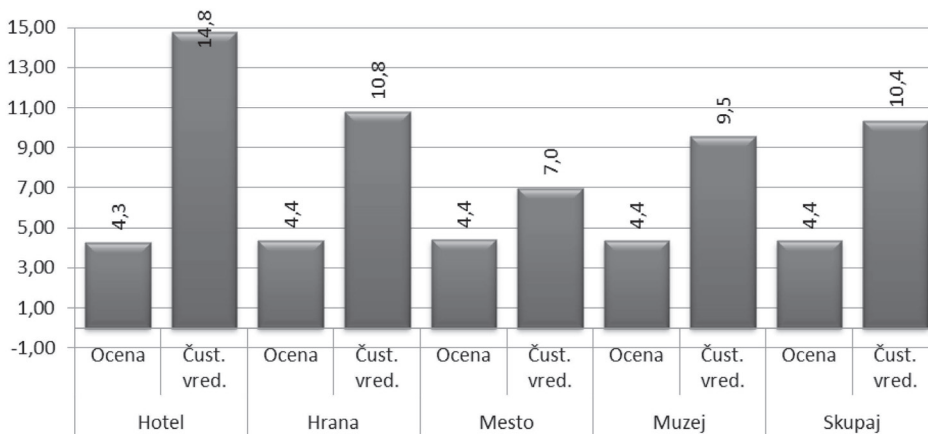


Vir: Lastna analiza.

Omenjeni rezultati potrjujejo, da je smiselno bolj natančno raziskati tudi razlike v čustveni vrednosti teksta, seveda pa v drugi fazi tudi vsebino. Tudi ocene čustvenih vrednosti tekstovnih ocen kažejo, da so gosti v povprečju kar zadovoljni (Slika 4, Tabela 1). Vendar pa, če so številčne ocene kazale rahlo prednost mestnega jedra pred ostalimi ocenami, pa ocene čustvene vrednosti komentarjev kažejo, da so gosti pravzaprav najbolj zadovoljni z namestitvijo. Najboljših pet ocen, če jih gledamo z vidika čustvene vrednosti, je ocen

namestitev (najboljša ocena je deloma zajeta v Tabeli 2). Bolj natančno: med najboljšimi 50 ocenami z vidika čustvene vrednosti je samo 6 ocen, ki niso s področja namestitve, od tega je ena ocena mestnega jedra, ostalo so ocene gostinske ponudbe.

Slika 4: Številčne ocene in čustvene vrednosti

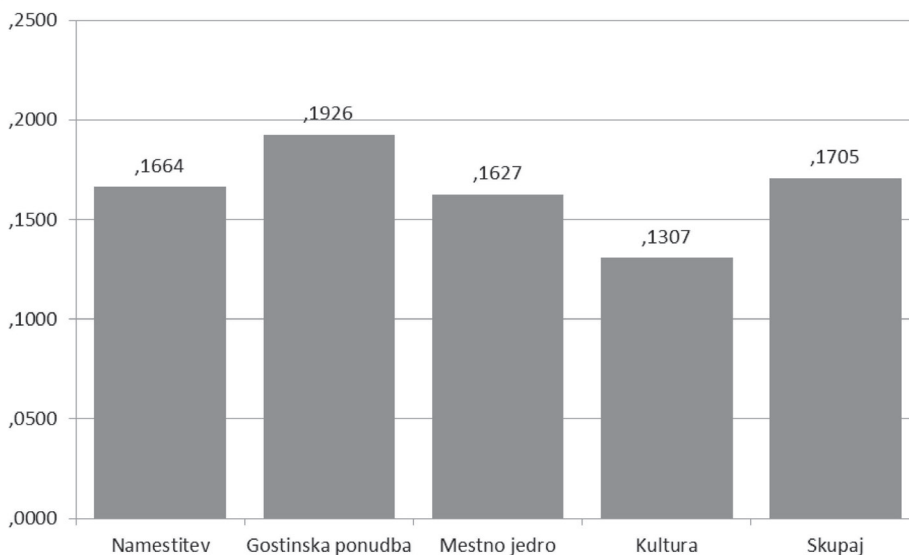


Vir: Lastna analiza.

Ker pa je čustvena vrednost povezana z dolžino ocene (glej npr. Godnov in Redek, 2015a, 2015b), smo v nadaljevanju čustveno vrednost preračunali na dolžino tekstovne ocene. Analiza stanja v tako slovenskem kot tudi hrvaškem turizmu (Godnov in Redek, 2015a, 2015b) je pokazala, da so daljše ocene v povprečju bolj negativne. To je pričakovano: jezen in razočaran uporabnik si bo vzel čas in podrobno opisal težave. Seveda pa daljša ocena, tudi kadar je ta pozitivna, vpliva na povprečno vrednost, in sicer v pozitivnem smislu. Vendar pa z naraščanjem števila besed v komentarju, narašča tudi seštevek sentimentov. Zato je tudi s tega vidika smiselno, da se sentiment standardizira glede na dolžino.

Tudi v analizi ocen Ljubljene ugotavljamo podobno: korelacija med številom besed in sentimentom na besedo je negativna in značilna, torej so daljše ocene bolj negativne. Korelacija sicer ni močna, koeficient je v primeru AFINN metode $-0,293$, vendar pa je značilnost zelo visoka ($p=0,000$). Tudi korelacija med številom besed in številsko oceno je negativna in visoko značilna, vendar šibka ($\text{corr}=-0,1$, $p=0,000$). Res pa je, da je bila v tem vzorcu najbolj pozitivna ocena tudi najdaljša (že delno citirana v tekstu, vsebovala je kar 1122 besed, kar je približno 15-krat več od povprečne. Vendar ta odnos, da so boljše ocene tudi daljše, v povprečju ne velja.

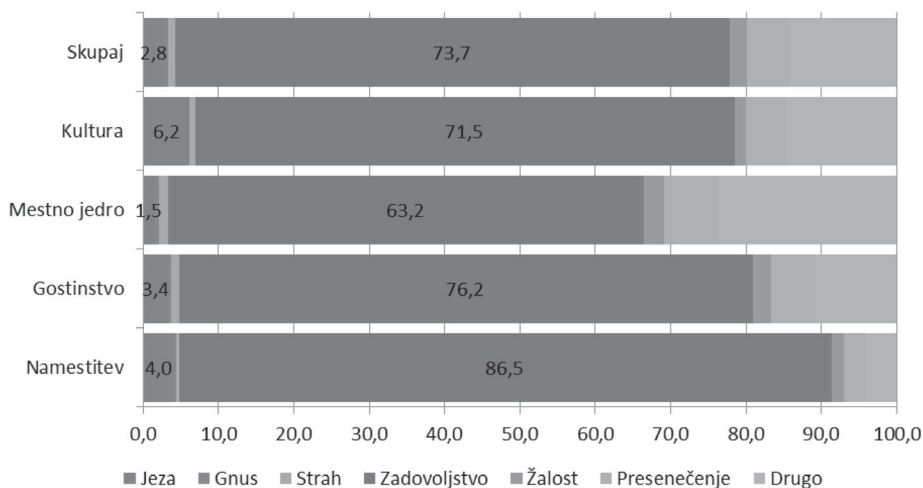
Slika 5: Povprečna čustvena vrednost po kategorijah, upošteva standardizacijo glede na dolžino komentarja



Vir: Lastna analiza.

Tudi v tem primeru je torej dolžina negativno povezana z oceno. Standardizacija tako poda bolj objektivni vpogled. Rezultati kažejo, da je v primeru standardizacije najbolj ocenjena gostinska ponudba, namestitev in mestno jedro sta ocenjeni v povprečju precej slabše (Slika 5).

Slika 6: Struktura vsebine komentarjev glede na prevladujoče čustvo



*Drugo označuje ocene, ki jih ni bilo mogoče jasno razvrstiti pod eno čustvo.

Vir: Lastna analiza.

Komentarje smo ocenili še z vidika prevladujočega čustva. Analiza prevladujočega čustva v tekstu se izvede s pomočjo obsežnega leksikona NRC (National Research Council Canada) ter algoritma Naive Bayes, ki pa ne ocenjuje samo posamezne besede, ampak oceni stavek kot celoto. Rezultati (Slika 6) kažejo, da so gostje največkrat izražali zadovoljstvo v tekstovnih ocenah namestitve, dobrih 86 % vseh ocen je namreč izražalo zadovoljstvo. Sledila je gostinska ponudba, kjer je okoli 76 % vseh ocen izražalo zadovoljstvo. Z vidika prevladujočega čustva v negativnem smislu se je najslabše odrezala kulturna ponudba, saj je največji del ocen izražal jezo. Vendar pa je bil ta odstotek vseeno zelo nizek (6%). Analiza pokaže tudi, da obstaja značilna razlika v porazdelitvi čustev po skupinah ($p=0,000$).

Gosti so v povprečju z vsemi analiziranimi vidiki ponudbe v Ljubljani zadovoljni. Številčne ocene, ki sicer lahko zavzemajo vrednosti od 1 do 5, kažejo, da so najbolj zadovoljni z mestnim jedrom, vendar pa so razlike v številčnih ocenah pravzaprav zelo majhne. Hkrati pa se čustvene ocene, torej to, kar bralec ocene razbere »med vrsticami« močno razlikujejo od številčnih ocen, tako po razlikah med posameznimi vrstami ponudb kot tudi po razvrščanju vrst ponudb. Gosti so tako najbolj navdušeno spregovorili o hotelih, sledi 'hrana' (restavracije, lokali), nato kulturno-zgodovinska ponudba in šele na koncu mestno jedro. Torej velja, da je vtis, ki ga bralec dobi, ko bere to množico komentarjev, v povprečju najboljši, kadar prebira ocene hotelov. Bistveno slabši pa je vtis, ko bere komentarje pri znamenitostih, ki jih lahko vidi v starem mestnem jedru.

Hoteli so najbolj ocenjeni. Recenzija, ki je bila najbolj nabita s pozitivnimi čustvi, tako navaja: *»Kaj je najboljše? Lokacija. Osebj. Postelja. Dodatna ponudba. Zajtrk. Vtis, ki ga dobiš ob prijavi in odjavi. (...) Hotel je zagotovo najboljši hotel s štirimi zvezdicami v Evropi. (...) za svoje goste zelo skrbijo, so zelo prijazni in dajo občutek dobrodošlosti, kar pogrešam pri številnih hotelih v Evropi (...).«* V podobnem tonu navdušeni uporabnik opisuje ljubljanski hotel.

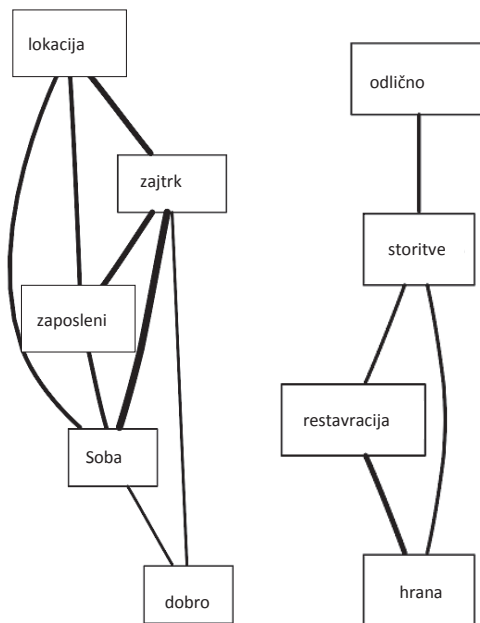
Dobro so bile ocenjene tudi restavracije. Z največ navdušenja po čustveni vrednosti je bila sprejeta restavracija, v kateri, kot pravi avtor, so vedno izjemno dobro postreženi, ne glede na to, ali pridejo v poslovni obleki ali v jeansu. Doda pa še: *»Odkar smo prvič prišli v Restavracijo (ime izbrisano), je bila storitev vedno izjemna. Priporočila osebja so izjemna, deležni pa ste dobrega odnosa ne glede na to, ali ste v poslovni obleki ali v jeansu. Hrana v tej restavraciji je po mojih izkušnjah najbolj sistematično izjemna, pa sem imel možnost jesti v številnih dobrih restavracijah (tudi z Michelinovo zvezdico) po vsem svetu. Jedi so pogosto enostavne, a izjemno okusne in vedno lepo prezentirane (...).«*

Vsebinski poudarki v tekstovnih ocenah. Z vidika uporabnika je poleg same ocene in pa čustvene ocene, ki se jo lahko prebere med vrsticami, zelo pomembna tudi vsebina. Vsebina je izjemno pomembna ne samo za potencialne obiskovalce, temveč predvsem tudi za managerje različnih tipov ponudbe. Iz tekstovnih ocen lahko s pomočjo metod tekstovnega rudarjenja razberemo glavne vsebinske poudarke in tako povzamemo vsebinske poudarke nekaj 100 ali celo nekaj 1000 dolgih tekstovnih ocen, kar bi sicer zahtevalo veliko časa. Vsebine ocen smo povzeli s pomočjo analize ključnih besed, LDA analize ter analize povezav med besedami.

Slika 7 povzema ključne povezave, ki so najbolj značilne v tekstu. V analizo smo vključili naenkrat vse ocene in skušali izločiti ključne vsebinske povezave. S pomočjo funkcij v *tm* paketu programa R smo pripravili matriko ključnih besed ter dokumentov, kjer se te

ključne besede pojavljajo, nato pa je izračunana korelacija, ki pove, kako pogosto se besede nahajajo skupaj v istem dokumentu. Rezultati lepo kažejo to, kar potrdijo tudi ostale metode vsebinske analize. Če ocenjujemo posamezen tip ponudbe, ocene običajno ocenijo tiste temeljne vidike. Pri hotelu so to soba, osebje, zajtrk. Pri teh je pomembna prijaznost osebja, čistoča sobe in seveda kvaliteta hrane. Gosti v Ljubljani so v povprečju zelo zadovoljni s hoteli, pohvalijo tako sobe, lokacijo, kot predvsem tudi osebje, prijaznost, hrano v hotelu, čistočo (glej tudi analizo ključnih besed, Tabela 3). Hitra analiza ključnih besed kaže namreč, da recenzije v povprečju govorijo največ ravno o sobah, zajtrku, osebju. V povezavi s temi besedami se pogosto pojavi beseda »dobro«, ki je za sobo pravzaprav druga najbolj pogosta. To seveda opozarja na to, da so nam gostom, tudi ko podajamo svoje mnenje naprej, sobe resnično pomembne. Gostje se torej v svojih ocenah dotikajo predvsem temeljnih značilnosti ponudbe. Zelo redko je v oceni mogoče zaslediti diskusijo o tem, ali ima hotel savno, fitness, kakšna je kava v bližnji okolici, ali je ob hotelu lep park, itd.

Slika 7: Najmočnejši vsebinski vzorci v tekstovnih ocenah



Vir: Lastna analiza.

V mestu, kot je Ljubljana, za razliko od ostalih lokacij (npr. morje), je izraziteje v ospredju še lokacija hotela (ob morju si običajno takšnega izberemo oziroma so ti hoteli običajno ob obali). Tudi v tem vzorcu so besede »lokacija, mesto, Ljubljana« tako visoko pozicionirane v ocenah hotelov, in sicer so med prvimi desetimi najbolj pogostimi. V Ljubljani je lokacija hotela pomembna predvsem zato, ker si turisti želijo ogledati staro mestno jedro z vsemi znamenitostmi. Zato so večinoma tudi prišli. Kaj jih najbolj pritegne? Grad in Tromostovje, izpostavljajo, da je lep razgled in lep pa je tudi sprehod na grad. Poudarjajo tudi, da je mestno jedro nasploh lepo in prijetno. Vendar pa tudi najboljše recenzije niso navdušujoče, v povprečju so bistveno bolj hladne od ocen hotelov. Tako ima najvišjo

čustveno vrednost ocena mesta, ki v večjem delu sicer zelo natančno in korektno opiše številne znamenitosti Ljubljane, a brez presežkov, pri tam pa zaključi, da tudi »če je vreme slabo, lahko najdete suho zatočišče v številnih muzejih in galerijah. Kakorkoli že, ugotovili boste, da je Ljubljana eno najbolj navdušujočih, sofisticiranih in vizualno navdušujočih manjših glavnih mest v Evropi. Postavite ga na svoj radar raje malo prej kot kasneje.«

V ocenah se je izrazil tudi vzorec ocenjevanja restavracij (Slika 7). Tudi tu so ključni osebje, hrana in pa sama postrežba. Sicer pa so gosti dobro ocenili restavracije. Bolj podrobna analiza tem, ki se pojavijo v ocenah, kaže, da prevladujeta dve temi: ena je bolj splošna in hvali restavracijo samo, ki jo priporočajo zaradi dobre (odlične) hrane. Poleg tega pa je izrazita tudi prava »gurmanska« tema z ocenami vin, jedi (hodov), osebja v restavraciji. Glede na to, da je v Ljubljani kar nekaj restavracij, kamor zahajajo »foodiji«³, tak poznavalski pristop v ocenah ne preseneča (analiza ključnih besed, Tabela 3).

Kar nekaj navdušenja požanje tudi grad. Tako najbolj navdušeni obiskovalec pravi, da je »grad atrakcija št. 1 v mestu. (...) Je odlična lokacija za obisk tako v dobrem kot tudi v slabem vremenu. (...) Sprehod skozi park do gradu je sicer strm, vendar super. (...) Zanimive so tudi slike in kapelica, kjer pari lahko sklepajo zakonske zveze. (...) V celoti ocenjujem, da je bil ogled vreden 8 evrov, kolikor je bila vstopnina, čeprav bi lahko večino stvari, ki sem jih, videl tudi brezplačno.« No, pa niso vsi ravno navdušeni. Najbolj kritična ocena je izpostavila, da je »v Evropi veliko gradov in da je ta zagotovo najslabši, kar sem jih obiskal. Grad je mišmaš različnih arhitekturnih obdobj s teraso in kavarno na sredini. Uničili so ga.«

Tabela 3: Analiza ključnih besed

Mestno jedro	Gostinska ponudba	Namestitev	Kultura
grad	hrana	soba	muzej
mesto	dobra	zajtrk	Ljubljana
Ljubljana	restavracije	dobro	ogled
center	postrežba	osebje	zgodovina
star	super	hotel	mesto
lep	Ljubljana	mesto	hrana
super	vino	lokacija	resnično
most	kraj	Ljubljana	super
reka	odlično	super	zanimivo
sprehod	meni	lepo	Slovenija
kraj	kvalitetno	bivanje	dobro
lep	obrok	čisto	time
obiskati	prijazen	prijazni	vodič
dobro	osebje	odlično	videti
razgled	natakar	dobro	obisk
restavracije	večerja	udobno	razstava

Vir: Lastna analiza.

³ Izraz se uporablja za opis posameznika, ki rad uživa v dobri hrani, gurmana.

4 SKLEP IN RAZPRAVA

Spletne platforme, kakršne so Tripadvisor, Booking, Expedia, itd. so postali izjemno pomemben vir informacij, ki pomagajo potencialnemu gostu oblikovati sliko turistične destinacije (*angl.* tourist destination image, glej npr. Gunn, 1988). Gost je tako postal nekdo, ki na eni strani oblikuje svojo podobo turistične destinacije zase, hkrati pa pomembno vpliva na oblikovanje te podobe drugim. S tem se je proces potrošniškega odločanja precej spremenil, saj smo postali potrošniki pravzaprav eden najbolj aktivnih členov v verigi oblikovanja podobe o proizvodu (ne le turističnem, spletne ocene so pomemben vir informacij za več kategorij izdelkov, glej npr. Rick, 2013).

V Sloveniji je turizem precej pomembna panoga, saj neposredno prispeva okoli 3,5 % k BDP, s posrednimi vplivi skupaj pa kar okoli 12 %. Zato je seveda izjemno pomembno, da se sektor uspešno razvija. Glede na to, da s prebiranjem spletnih komentarjev postajamo posamezniki pravzaprav bolj racionalni potrošniki, pravi mali »homo economicusi«, ki se trudimo maksimirati svojo korist in torej dobiti največ za svoj denar, je pomembno, da se podobno racionalno obnašajo tudi ponudniki. In da zato skušajo izluščiti iz ocen bistvo, torej to, kar je njihova konkurenčna prednost in pa seveda odpraviti glavne težave.

Razprava. V članku smo analizirali okoli 9000 spletnih ocen, ki se dotikajo različnih tipov ponudbe ljubljanskega turizma. Nasploh lahko rečemo, da so gosti z Ljubljano zadovoljni, v povprečju je številska ocena 4,36. Upošteva je zgolj številsko oceno so gosti najvišje ocenili mestno jedro, sledi gostinska ponudba, nato pa namestitev in kulturna ponudba. Ker pa številska ocena ne odraža dobro tistega, kar preberemo med vrsticami ali pa preberemo neposredno v oceni, smo v nadaljevanju analizirali še vsebino samih ocen, in sicer s čustvenega vidika in z vidika vsebine same. Čustvene ocene kažejo, da pravzaprav številske ocene ne podajo dobre informacije o zadovoljstvu gostov. Ocena, ki jo izražajo čustva, in jo lahko skozi nabor besed preberemo med vrsticami, lahko kaže ali zadovoljstvo ali navdušenje ali jezo ali bes. Moč čustev, ki je zajeta v oceni in je bila izmerjena s čustveno analizo, kaže, da so gosti najbolj zadovoljni z gostinsko ponudbo (standardizirana vrednost), sledi namestitev, nato mestno jedro in kultura. Če se osredotočimo samo na čustva, ki vejejo iz posameznih ocen, je v povprečju zopet mogoče ugotoviti, da je večina gostov Ljubljano zapustila zadovoljnih, saj v povprečju 73 % ocen izraža zadovoljstvo. Če bi ocenjevali tipe ponudbe le po prevladujočem čustvu, bi bili zmagovalci hoteli, saj kar 86 % ocen izraža zadovoljstvo.

Vsebinska analiza kaže, da gosti ocenjujejo predvsem osnovne kategorije nekega tipa ponudbe. Pri hotelu tako sobo, zajtrk, osebje, čistočo. Pri restavracijah so to hrana, postrežba in vino. Ocene se sicer razlikujejo v poudarkih, vendar pa je fokus na glavnih elementih sistematičen. To je seveda tudi tista informacija, ki jo bo povprečni potencialni potrošnik potreboval in želel. Hkrati pa je to zelo dragocena informacija za vse managerje. Namreč, kot kaže, se dodatna ponudba redko pojavlja kot plus v tekstovnih ocenah. Zato je z vidika uspeha izjemno pomembno vlaganje v temeljne elemente in odprava vseh morebitnih slabosti. Na primer, pri restavracijah se kot najbolj negativne besede ali besedne zveze pojavljajo »visoka cena, drago«, ogoljufan. V hotelih pa »ni sveže«, drago, umazan, slabo.

Rezultati kažejo tudi, da je pravzaprav po vseh načinih ocenjevanja v ozadju sistematično kulturni vidik, predvsem muzeji in galerije. Deloma zagotovo zato, ker je bilo teh ocen najmanj, bile pa so tudi kratke. Vendar tudi upoštevanje teh omejitev pušča kulturo na repu. Zato je z vidika razvoja ljubljanskega turizma potrebno narediti več tudi na tem področju, predvsem za bolj zahtevne goste.

Prispevki k razvoju področja. Članek kot prvi v Sloveniji analizira ocene turistične ponudbe na spletu za slovensko destinacijo s pomočjo tekstovnega rudarjenja v tako širokem obsegu oziroma s tako številnimi metodološkimi prijemi (*angl.* computational linguistics). Hkrati je tudi eden redkih v svetovnem merilu. Literatura s področja turizma sicer vedno pogosteje analizira vsebino spletnih strani, kot so Tripadvisor, Booking, Expedia in podobne, vendar pa se ali osredotočajo zlasti na čustveno oceno (npr. Kasper in Vela, 2012), ali temeljijo na manualni obdelavi in zato na manjšem številu analiziranih tekstovnih ocen (npr. Jeong in Jeon, 2008), se osredotočijo na uporabo ene metodologije (npr. Roseti e tal., 2015), pri čemer je vsebinsko modeliranje (*angl.* topic modelling ali content modelling) zelo redko. In nenazadnje, številni članki, ker gre pač za razvijajoče se področje znotraj računalništva in programiranja, uporabljajo tekstovne ocene, ker le-te omogočajo lep in nazoren prikaz rabe neke metodologije, pri čemer pa je v ospredju prikaz metode in ne dejanska analiza z vidika turistične panoge (npr. tudi Kasper in Vela, 2012). Pričujoči članek tako uporabi različne razpoložljive tehnike s področja tekstovnega rudarjenja z namenom celovite vsebinske analize izbranih raziskovalnih vprašanj.

Nadalje članek prispeva k razvoju znanstvenega diskurza na področju marketinga in turizma, predvsem tudi vloge družbenih omrežij z vidika vplivanja na potrošnika. Namreč, raziskave kažejo, da se je proces nakupnega odločanja z vzponom interneta in družbenih omrežij precej spremenil, posameznik ni več prejemnik informacij, ampak predvsem postaja, s tem ko deli svoje izkušnje, tudi dejavnik vpliva na odločanje drugih (Rick, 2013). Prvi korak k razumevanju možnih smeri in intenzivnosti vpliva je seveda vsebina samih ocen.

Ker je kupec oziroma ocenjevalec postal pomemben dejavnik soodločanja, je z vidika turističnih ponudnikov izjemno pomembno, da poznajo ocene, ki se jih dotikajo. S strateškega vidika je izjemno pomembno, da ponudnik pozna, kaj je ocenjeno pozitivno, kaj se izpostavlja kot slabo. Tudi literatura že izpostavlja pomen analize spletnih ocen z vidika konkurenčne analize. Ob predpostavki, da posamezniki, ki delujejo v neki dejavnosti, poznajo svojo konkurenco, so tovrstne informacije tudi izjemno dragocen vir podatkov za konkurenčno analizo (npr. Memarzadeh in Chang, 2015, Gemar in Jimenez-Quintero, 2015). Tako na ravni posameznega ponudnika kot tudi panoge, regije, mesta. Posploševanje (npr. konkretno teh) rezultatov pa seveda ni možno, saj so ocene odvisne od številnih specifik, ki so vezane ali na lokacijo, tipe ponudbe, itd.

Tovrstna analiza pokaže, da je z vidika ponudnika pomembno več stvari. Najprej, tovrstna analiza omogoča vpogled v vsebino ocen, kar je brez dvoma pomembno za izboljšanje ponudbe in s tem dolgoročni poslovni uspeh. Drugič, pokaže se, da številna ocena ni merodajna. Če predpostavimo, da posamezniki (potencialni potrošniki) berejo tekstovne ocene in se na podlagi njih odločajo (in Bassig, 2013, kaže da več kot 90% ljudi to počne), je pomembno, kakšen je ton napisanih ocen (tega poda čustvena vrednost) in pa seveda vsebina. Posamezniki (potencialni potrošniki) smo nagnjeni k branju daljših ocen, ki pa

so ponavadi bolj negativne (Godnov in Redek, 2015a). Predvsem pa se morajo turistični ponudniki zavedati, da številna ocena ni dovolj, da se morajo posvetiti tudi analizi vsebine.

Omejitve raziskave. Članek posega na področje, ki se trenutno hitro razvija, je pa precej neraziskano, s čimer pa odpira tudi vrsto raziskovalnih izzivov. Eden ključnih izzivov je objektivnost ocen in pa problem »lažnih« ocen (angl. fake reviews) (npr. Mayzlin in ostali, 2014). Pogosto se pojavi očitke, da določeni ponudniki investirajo resurse v izboljševanje ocen, veliko pa se jih vsaj aktivno odziva na očitke, s tem ko posameznim ocenjevalcem podajajo odgovore. Vendar pa meniva, da je ta problem prisoten bolj na področju analize posameznega ponudnika, manj pa v primeru takšne širše analize mesta, regije, ipd., saj je podatkovna baza bistveno večja in pa hkrati se morebitne manipulacije skrijejo v povprečjih. Naslednji problem je kvaliteta uporabljenih leksikonov. Pričujoča analiza temelji na trenutno najbolj naprednih leksikonih, vendar pa se področje ves čas razvija, zato bo morda analiza čez eno leto pokazala drugačne poudarke. Potencialni problem predstavlja tudi prevod, vendar pa študije kažejo, da so prevodi izjemno kvalitetni (več o problemu strojnega prevajanja v Fiederer and O'Brian, 2009) in ne predstavljajo večjega problema pri zanesljivosti rezultatov. Velik izziv predstavlja tudi segmentacija potrošnikov na podlagi kategorij ocenjevalcev po spolu, starosti, interesih, kar bo dragocen input v analizo panoge, potrošnika pa tudi ponudnika na področju turizma.

Članek je tako predstavil rezultate aplikacije tekstovnega rudarjenja na tekstovnih ocenah. S tem je na eni strani izpostavil temeljne ugotovitve o različnih tipih ponudbe v Ljubljani, na drugi strani pa je ilustriral uporabnost tekstovnega rudarjenja v poslovni analizi, konkretno v turizmu.

LITERATURA IN VIRI

Bassig, M. (2013). 'TripAdvisor Reveals Key Travel Trends in TripBarometer.' <http://www.reviewtrackers.com/tripadvisor-reveals-key-travel-trends-tripbarometer/> (Pridobljeno 2. maja, 2015).

Bjorkelund, E., Burnett, T.H & Nørøvåg, K. (2012) A Study of Opinion Mining and Visualization of Hotel Reviews. Presented at iiWAS2012 Conference, 3-5 December, 2012, Bali, Indonesia. <https://www.idi.ntnu.no/~noervaag/papers/iiWAS2012.pdf> (Pridobljeno 5. junija, 2015).

Blei, D.M. (2012). Probabilistic topic models. *Communications of the ACM*, 55(4), pp.77-84. <http://www.cs.princeton.edu/~blei/papers/Blei2012.pdf> (Pridobljeno 7. maja, 2014).

Chen E. (2011). Introduction to Latent Dirichlet Allocation. *Microsoft research*. <http://blog.echen.me/2011/08/22/introduction-to-latent-dirichlet-allocation/> (Pridobljeno 7. maja, 2014).

CNN. (2015). 10 most popular cities for travelers in 2015. <http://edition.cnn.com/2015/06/03/travel/mastercard-top-10-destination-cities-2015/> (Pridobljeno 3. decembra, 2015).

European Best Destination. (2015). <http://www.europeanbestdestinations.com/top/europe-best-destinations-2015/> (Pridobljeno 3. decembra, 2015).

European capital city tourism. (2012). Report: Analysis and finding. Roland Berger Consultants. https://www.rolandberger.com/media/pdf/Roland_Berger_European_Capital_City_Tourism_20120127.pdf (Pridobljeno 10. januarja, 2016).

Feinerer, I. (2015). Package »tm«. <https://cran.r-project.org/web/packages/tm/tm.pdf> (Pridobljeno 10. oktobra, 2015).

Feinerer, I. & Hornik, K. (2015). Introduction to the RKEA Package. <https://cran.r-project.org/web/packages/RKEA/vignettes/kea.pdf> (Pridobljeno 10. oktobra, 2015).

Fiederer, R. & O'Brien, S. (2009). Quality and Machine Translation: A realistic objective? *The Journal of Specialized Translation*, 11, 52–74.

Garay Tamajón, L. & Cànoves Valiente, G. (2015). Barcelona seen through the eyes of TripAdvisor: actors, typologies and components of destination image in social media platforms. *Current Issues in Tourism* (published on-line July 2015).

Gemar, G. & Jimenez-Quintero, J.A. (2015). Text mining social media for competitive analysis. *Tourism and management studies*, 11(1), 84-90.

Global report on city tourism. (2015). http://dtxqt4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/am6_city_platma.pdf (Pridobljeno 10. januarja, 2016).

Godnov, U. and Redek, T. (2015a). Application of text mining in tourism: case of Croatia. Fakulteta za management, UP, in Ekonomska fakulteta, UL. Mimeo.

Godnov, U. and Redek, T. (2015b). 'Croatian tourism evaluation: the lessons from the on-line peer assessments using text mining.' Presented at the CONFET2015 conference, May 2015, Pula, Croatia.

Gruen, B. in Hornik, K. (2011). Topicmodels: An R Package for Fitting Topic Models. <http://cran.r-project.org/web/packages/topicmodels/vignettes/topicmodels.pdf> (Pridobljeno 4. maja, 2014).

Gunn, C. (1988). *Vacationscapes: Designing tourist regions*. New York: Van Nostrand Reinhold.

Hu, M., & Liu, B. (2004). Mining opinion features in customer reviews. National Conference on Artificial Intelligence. <https://www.cs.uic.edu/~liub/publications/aaai04-featureExtract.pdf> (Pridobljeno 4. maja, 2014).

Jacobsen, G.D. (2015). Consumers, experts, and online product evaluations: Evidence from the brewing industry. *Journal of Public Economics*, 126, 114-123.

Jeong, M., & Jeon, M.M. (2008). Customer reviews of hotel experiences through consumer generated media. *Journal of hospitality and leisure marketing*, 17(1/2), 121–138.

Kasper, W. & M. Vela. (2012b). Sentiment Analysis for Hotel Reviews. In Jassem, K., Fuglewicz, P., Piasecki, M. & Przepiorkowski, A. (Eds.), *Proceedings of the Computational Linguistics-Applications Conference (CLA-2011)* (pp. 45–52). Jachranka, Oct. 2011.,

Liu, B. (2012). *Sentiment Analysis and Opinion Mining*. Morgan & Claypool Publishers. May 2012. <http://www.cs.uic.edu/~liub/FBS/SentimentAnalysis-and-OpinionMining.pdf> (Pridobljeno 4. maja, 2014).

Memarzadeh, F. & Chang, H.J.J.C. (2015). Online Consumer Complaints About Southeast Asian Luxury Hotels, *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 24(1), 76–98. DOI: 10.1080/19368623.2014.893222.

Mohammad, S. (2015). NRC Word-Emotion Association Lexicon. <http://saifmohammad.com/WebPages/NRC-Emotion-Lexicon.htm> (Pridobljeno 8. oktobra, 2015).

Rebernik, A. (2014). Turisti so nad Ljubljano navdušeni, tudi zato, ker ne vedo, kam prihajajo. http://www.siol.net/trendi/potovanja/novice/2014/07/turizem_ljubljana.aspx (Pridobljeno 10. oktobra, 2015).

Rick, T. (2013). The consumer decision making process has permanently shifted. <http://www.torbenrick.eu/t/r/kre> (Pridobljeno 8. maja, 2015)

Rossetti, M., Fabio, S., Cao, L. & Zanker, M. (2015). Analysing User Reviews in Tourism with Topic Models. V Tussyadiah, I., Inversini, A. (ur.), *Information and Communication Technologies in Tourism 2015* (str. 47–58). Cham: Springer.

Statistični letopis Ljubljane. (2013). Mestna občina Ljubljana. <http://www.ljubljana.si/si/ljubljana/ljubljana-v-stevilkah/statisticne-publikacije/> (Pridobljeno 10. oktobra, 2015)

Statistični Urad Republike Slovenije. (2013). Nastanitvene zmogljivosti, prihodi in prenočitve, Slovenija. Metodološko pojasnilo. <http://www.stat.si/statweb/Common/PrikaziDokument.aspx?IdDatoteke=7779> (Pridobljeno 10. januarja, 2016)

Tripadvisor. (2015). Ocene uporabnikov.

Vasquez, C. (2011). Complaints online: The case of TripAdvisor. *Journal of pragmatics*, 43(6), 1707–1717.

Vprašalnik za statistično raziskovanje Prihodi in prenočitve turistov, za leto 2015. Statistični Urad Republike Slovenije, 2015. <http://www.stat.si/StatWeb/Common/PrikaziDokument.aspx?IdDatoteke=8794> (Pridobljeno 10. januarja, 2016)

TOKOVI STORITEV NEPLAČANEGA DELA MED GENERACIJAMI IN SPOLOMA: PRIMERJAVA ITALIJE, NIZOZEMSKÉ IN VELIKE BRITANIJE

ANA ŠEME¹, JOŽE SAMBT²

POVZETEK: V članku predstavimo starostno porazdelitev proizvodnje, potrošnje in neto transferjev storitev neplačanega (gospodinjanskega) dela za tri evropske države – Italijo, Nizozemsko in Veliko Britanijo. Tovrstne analize omogoča relativno nova metoda 'Računov nacionalnih transferjev časa', ki v dosedanje raziskave neplačanega dela vpelje dimenzijo starosti. Ugotovimo, da na vzorce neplačanega dela občutno vplivata institucionalno ter kulturno okolje, velike razlike pa se pojavljajo tudi med spoloma. Prav tako se količina neplačanega dela spreminja v času. Poudarjamo, da je neplačano delo pomembno vključiti v analizo medgeneracijskih transferjev in transferjev med spoloma ter ga upoštevati pri snovanju učinkovitih ukrepov ekonomske politike.

Ključne besede: poraba časa; neplačano delo; medgeneracijski transferji; primanjkljaj življenjskega cikla; razlike med spoloma; 'dvojno breme'

JEL klasifikacija: D13, J16, J22

DOI: 10.15458/85451.30

UVOD

Posameznik je tekom svojega življenja soočen s tremi obdobji ekonomske (ne)odvisnosti: v delovni starosti je praviloma ekonomsko neodvisen, saj je s svojo proizvodnjo sposoben financirati svojo potrošnjo. Na drugi strani je za mladost in starost značilno obdobje ekonomske odvisnosti, ko posameznikova potrošnja daleč presega njegovo proizvodnjo. V času mladosti in starosti se tako razlika med potrošnjo in proizvodnjo financira s pomočjo privatnih in javnih transferjev ter 'prerazdeljevanjem iz naslova sredstev' (angl. *asset-based reallocation*) (Mason, Lee, Tung, Lai, & Miller, 2006). Ti transferji so v obliki ekonomskih tokov med različnimi starostnimi skupinami, hkrati pa tudi med generacijami (med mladimi, tistimi v delovni starosti in starejšimi prebivalci), zato jim rečemo tudi medgeneracijski transferji (Mason et al., 2006).

¹ Univerza v Ljubljani, doktorska študentka, e-pošta: seme.ana@gmail.com

² Univerza v Ljubljani, Ekonomska fakulteta, Ljubljana, Slovenija, e-pošta: joze.sambt@ef.uni-lj.si

V zadnjih letih je mednarodna skupina raziskovalcev razvila sistem, imenovan 'Računi nacionalnih transferjev' (NTA, angl. *National Transfer Accounts*), ki v ustaljen 'Sistem nacionalnih računov' (SNA, angl. *System of National Accounts*) uvaja starostno komponento (United Nations, 2013). To pomeni, da vse kategorije dohodkov in potrošnje razporedimo po starosti. Sistem nacionalnih računov namreč zagotavlja sistematični okvir za preučevanje ekonomske aktivnosti na agregatni ravni, vendar ne ponuja informacij o ekonomskih aktivnostih posameznikov (System of National Accounts, 2009; Mason & Lee, 2011). Računi nacionalnih transferjev pa so namesto na sektorje osredotočeni na posameznike. Tako se npr. tudi prilivi in odlivi sektorja »država«, sektorja »podjetja« itd. razporedijo na posameznike in s tem po starosti. Razporeditev po starosti je še posebej pomembna v luči drastičnih demografskih sprememb, ki smo jim v Evropi priča v zadnjih desetletjih (Mason et al., 2006).

Demografske projekcije kažejo, da bo staranje prebivalstva v prihodnje celo še bolj izrazito (EUROPOP2013 Projekcije prebivalstva, 2015). Nizka rodnost in zniževanje umrljivosti v višjih starostnih razredih povzročajo hitro staranje evropskega prebivalstva (Bloom, Canning, & Fink, 2010). Spreminjajoča se starostna struktura prebivalstva pomembno vpliva na medgeneracijske transferje in lahko močno zadolži prihodnje generacije, saj bo vse manjši delež zaposlenih primoran financirati stroške pokojnin in zdravstvene ter dolgotrajne oskrbe vse bolj številčnega starejšega prebivalstva (Hammer, Prskawetz, & Freund, 2015; Bloom & Canning, 2005).

Različni ukrepi ekonomske politike, ki omejujejo pritiske demografskih sprememb na vzdržnost javnih financ, so lahko koristni za nekatere generacije, a obenem pretirano obremenjujejo za druge (United Nations, 2013). Z uvedbo starostne dimenzije so Računi nacionalnih transferjev pomembno orodje pri oblikovanju ustreznih ukrepov, saj omogočajo poglobljeno razumevanje medgeneracijskih transferjev (Vargha, Gál, & Crosby-Nagy, 2015; United Nations, 2013).

Medgeneracijska solidarnost v obliki transferjev pa ne poteka le preko trga, kar spremlja Sistem nacionalnih računov. Velik del medgeneracijske izmenjave se namreč odvija doma v obliki neplačanega dela, t.j. nedenarnih transferjev (Kluge, 2014). Računi nacionalnih transferjev neplačanega dela, kot je npr. kuhanje, čiščenje, nega otrok, skrb za odrasle, skrb za domače živali, prostovoljno delo, itd., ne zajemajo. V veliki večini gre za delo, ki se izvaja znotraj gospodinjstva, tako da bi lahko uporabljali tudi izraz 'gospodinjsko delo' ali 'neplačano gospodinjsko delo'; vendar pa je manjši del tudi v obliki pomoči posameznikom izven gospodinjstva (npr. vnukom, ki živijo v drugem gospodinjstvu, ali sosedom), v okviru dobrodelnih organizacij, ipd. Neplačano delo je sicer po dolgih razpravah v preteklosti sedaj upoštevano v obliki 'satelitskih računov', ki dopolnjujejo osnovni Sistem nacionalnih računov, vendar pa v vsakem primeru ne omogočajo preučevanja neplačanega dela po starosti (Ahmad & Koh, 2011).

To vodi do nepopolne in zavajajoče slike transferjev med obema spoloma ter med ljudmi različnih starosti (Donehower & Mejía-Guevara, 2011). Poleg tega vključitev neplačanega dela v ekonomsko analizo prispeva k bolj ustreznemu merjenju blaginje prebivalstva

in omogoča širšo mednarodno primerljivost različnih makroekonomskih kazalnikov (Swiebel, 1999). To je še posebej pomembno pri primerjavi razvitih držav z državami v razvoju, kjer se odločitve o razporeditvi časa med plačanim in neplačanim delom bistveno razlikujejo (Ahmad & Koh, 2011). Giannelli, Mangiavacchi in Piccoli (2012) pokažejo, da je vrednost agregatnega neplačanega dela (za prebivalstvo od 20 do vključno 64 let) v Evropski Uniji med 17 % in 31,6 % povprečnega EU bruto domačega proizvoda (odvisno od uporabljenega metodološkega pristopa pri ocenjevanju denarne vrednosti neplačanega dela). Ker je veliko neplačanega dela vložena v skrb za otroke in odrasle, bi zanemarjanje le tega dalo pristransko sliko o človeškem kapitalu in o investicijah v ti dve starostni skupini (Vargha et al., 2015).

Z vidika celovite obravnave transferjev med generacijami in spoloma tako ključno vlogo igrajo 'Računi nacionalnih transferjev časa' (NTTA, angl. *National Time Transfer Accounts*), ki smo jih razvili v zadnjem času in dopolnjujejo Račune nacionalnih transferjev s podatki o neplačanem delu (Donehower, 2014). Merjenje proizvodnje, potrošnje in transferjev storitev neplačanega dela med posamezniki različne starosti temelji na anketah o porabi časa (Fisher & Gershuny, 2015). V članku se osredotočimo na primerjavo vzorcev proizvodnje, potrošnje in neto transferjev storitev neplačanega dela treh evropskih držav: Italije, Nizozemske in Velike Britanije. Te države se med seboj razlikujejo tako v institucionalnem kot kulturnem okolju, zato lahko z vidika vzorcev neplačanega gospodinjanskega dela med njimi pričakujemo občutne razlike. Dodatno je izbor držav pogojen z razpoložljivostjo kvalitetnih podatkov.

Na podlagi MTUS podatkovne baze (angl. *Multinational Time Use Study*) in upošteva je NTTA metodologijo izračunamo starostne profile, ki prikazujejo povprečno vrednost posamezne aktivnosti (proizvodnje, potrošnje ali neto transferjev) pri določeni starosti. Teh povprečij ne ocenimo le za vsako posamezno starost, temveč tudi ločeno za oba spola. Tako celovito prikažemo razporeditev neplačanega dela med moške in ženske ter smer in velikost transferjev storitev neplačanega dela. Vzorce proizvodnje dodatno razširimo v dve smeri: prvič, preučimo spremembe vzorcev proizvodnje v času, in sicer od leta 1980 do 2002 za Italijo, od leta 1975 do 2005 za Nizozemsko in od leta 1974 do 2005 za Veliko Britanijo; in drugič, ocenimo starostne profile skupnega dela (torej neplačano in plačano delo skupaj) v času. Na ta način preučimo razporeditev skupnega dela med obema spoloma ter kako se je ta razporeditev spreminjala tekom zadnjih desetletij.

Namen tega članka je celovito analizirati in primerjati vzorce proizvodnje, potrošnje in neto transferjev storitev neplačanega dela po starosti in po spolu v treh različnih evropskih državah. Pri tem bomo izvedli tako presečno analizo kot tudi analizo sprememb v času. Rezultate bomo postavili v okvir konceptov, ki se v povezavi z neplačanim delom pojavljajo v literaturi. Ti koncepti so skupno delo, enaka delovna obremenjenost obeh spolov³ in 'dvojno breme' (angl. *double burden*) žensk.

3 V angleških besedilih se za enako delovno obremenjenost uporablja izraz 'iso-work', kjer predpona 'iso' označuje enakost, podobno kot je to pri pojmi izokvanta, izohipsa, ipd.

Članek je razdeljen na štiri poglavja. Uvodnemu sledi drugo poglavje, kjer so podani temeljni pojmi v analizi neplačanega dela ter trendi, opazni v zadnjih desetletjih. V tretjem poglavju sledi opis podatkov in metodološkega pristopa Računov nacionalnih transferjev časa. V četrtem poglavju prikažemo rezultate naše raziskave, zaključek pa poda ključne ugotovitve.

1 VZORCI NEPLAČANEGA IN SKUPNEGA DELA

1.1 Opredelitev neplačanega dela

Vsak posameznik svoj čas razporeja med različne aktivnosti. Le te lahko po OECD (sl. *Organizacija za gospodarsko sodelovanje in razvoj*) kategorizaciji razvrstimo v naslednje skupine: plačano delo in izobraževanje, neplačano delo, osebna higiena, prosti čas in ostale aktivnosti (Ahmad & Koh, 2011).

V naši analizi se osredotočimo na plačano, neplačano ter skupno delo. Te kategorije zajemajo:

- Plačano delo: čas, namenjen službenim aktivnostim ter prevozu na delo;
- Neplačano delo: (1) **splošna gospodinjska opravila**: priprava hrane in kuhanje, pomivanje posode, čiščenje, pranje, likanje ter popravilo oblačil, vzdrževanje doma/avta, vrtnarjenje, skrb za domače živali, nakupovanje, druga gospodinjska opravila, skrb za starejše, prevoz v zvezi z gospodinjskim delom, prostovoljno delo; (2) **skrb za otroke**: zdravstvena in druga nega, nadzor, spremstvo, igra, branje, pomoč pri domačih nalogah, ipd.;
- Skupno delo: seštevek plačanega in neplačanega dela.

Pri razvrščanju aktivnosti med neplačano delo uporabimo 'kriterij tretje osebe', ki ga je v analizo neplačanega dela uvedla Reid (1934). Kriterij pravi, da med neplačano delo uvrščamo aktivnosti, za katere bi posameznik lahko plačal nekemu drugemu, da jih opravi namesto njega. Na primer, kuhanje ali čiščenje stanovanja lahko prepustimo (in plačamo) tretji osebi, medtem ko tega ne moremo storiti za aktivnosti, kot so spanje, prehranjevanje, gledanje televizije, ipd. V slednjem primeru bi koristnost izvajanja aktivnosti pripadla tretji osebi in ne nam (Miranda, 2011).

V članku analiziramo proizvodnjo, potrošnjo in neto transferje storitev neplačanega dela. Za ponazoritev teh konceptov predstavimo naslednji primer: mati, ki eno uro čisti stanovanje, je opravila neplačano delo. Proizvodnjo storitev neplačanega dela se meri v času, ki ga je oseba porabila za neplačano aktivnost, torej je materina proizvodnja enaka 60 minut. Vsi člani gospodinjstva, ki uživajo sadove opravljenega dela (torej živijo v čistem stanovanju), trošijo storitve neplačanega dela. Če v gospodinjstvu poleg matere živita še njen mož in otrok, bo vsak od njih trošil tretjino storitev proizvodnje neplačanega dela, kar pomeni 20 minut. Neto transferje storitev neplačanega dela se izračuna kot razliko med potrošnjo in proizvodnjo, kar pomeni, da je materina vrednost neto transferjev -40

minut, medtem ko sta oče in otrok prejela vsak po 20 minut neto transferjev storitev neplačanega dela.

1.2 Vzorci proizvodnje storitev neplačanega dela v času

Prepoznavanje pomembnosti neplačanega dela in vse večja razpoložljivost podatkov o porabi časa sta pripeljala do obuditve zanimanja za neplačano delo (Zagheneh, Zannella, Movsesyan, & Wagner, 2015). V zadnjih desetletjih se je pogled na vlogo žensk v družbi močno spremenil (Dex, 2009). Vse več ukrepov ekonomske politike je namenjenih usklajevanju družinskega in poklicnega življenja. Nove zaposlitvene oblike, kot je npr. fleksibilen delovni čas, so omogočile bolj enakomerno delitev plačanega in neplačanega dela med moške in ženske (Swiebel, 1999; Pascall & Lewis, 2004). Našteti dejavniki so občutno spremenili vzorce proizvodnje storitev neplačanega dela in tudi skupnega dela (tržnega in gospodinjskega).

1.2.1 Zmanjšanje neplačanega dela žensk

V številnih razvitih državah so bile nove zaposlitvene možnosti žensk eden od dejavnikov, ki je postopoma vplival na nižjo rodnost in manj številčne družine. Manjše število otrok, bolj učinkoviti gospodinjski pripomočki ter možnost najemanja gospodinjske pomoči je ženskam omogočilo, da neplačanemu delu namenjajo manj časa (Dex, 2009).

Obenem so lahko več časa posvetile plačanemu delu, kar potrjuje naraščajoča angažiranost žensk na trgu dela. Samo v zadnjih dveh desetletjih se je njihova udeležba na trgu dela v Italiji povečala za 11 odstotnih točk (s 35,8 na 46,8 %), v Veliki Britaniji za 6,3 odstotne točke (s 60,8 na 67,1 %) in na Nizozemskem za 16,3 odstotne točke (z 51,8 na 68,1 %) (Stopnje zaposlenosti po spolu in narodnosti, 2015). Te spremembe so bile občutno večje kot pri moških, saj se je udeležba moških na trgu dela na Nizozemskem in v Veliki Britaniji v enakem obdobju povečala le za okoli 2 odstotni točki (iz 75,9 na 78,1 % na Nizozemskem ter iz 75 na 76,8 % v Veliki Britaniji), v Italiji pa celo padla za 4,6 odstotne točke (iz 69,3 na 64,7 %). Miranda (2011) na vzorcu 26 OECD držav ter 3 držav v razvoju potrjuje močno negativno korelacijo med žensko udeležbo na trgu dela ter njihovo proizvodnjo v obliki storitev neplačanega dela.

1.2.2 Porast neplačanega dela moških

Zaradi večje zaposlenosti žensk se je pojavila potreba po aktivni udeležbi moških v proizvodnji storitev neplačanega dela. Kot ugotavlja Hook (2006), je udeležba žensk na trgu dela na nacionalni ravni pozitivno povezana s količino neplačanega dela, ki ga opravijo moški. Na podlagi podatkov za 16 razvitih držav Kan, Sullivan in Gershuny (2011) potrjujejo splošen porast proizvodnje storitev neplačanega dela moških v zadnjih štirih desetletjih, kljub rahli stagnaciji trenda v zadnjih letih.

1.2.3 Skupno delo, enaka delovna obremenjenost spolov in 'dvojno breme' žensk

V veččlanskih gospodinjstvih posamezniki pri odločanju o porazdelitvi časa med plačanim in neplačanim delom upoštevajo tudi odločitve drugih gospodinjstvenih članov, predvsem svojih partnerjev (Ehrenberg & Smith, 2011). Ker se je porazdelitev neplačanega dela med spoloma v zadnjih desetletjih spremenila (Kan et al., 2011), nas zanima, kako je to vplivalo na spreminjanje obsega skupnega dela v času.

Večina moških v industrializiranih državah je ohranila zaposlitev za polni delovni čas; povečano število ur, ki jih namenjajo neplačanemu delu, pa so kompenzirali predvsem s krajšim časom, ki ga namenijo plačanemu delu (Gimenez-Nadal & Sevilla, 2012; Saraceno & Keck, 2008). Nasprotno so ženske povečale svojo udeležbo na trgu dela ter tako skrajšale čas, namenjen neplačanemu delu. Kljub temu neplačano delo ostaja močno spolno segregirano, saj ženske neplačanemu delu še zmeraj v vseh državah posvečajo več časa kakor moški (Kan et al., 2011).

Usklajevanje plačanega in neplačanega dela se tako izkaže za bolj zahtevno za ženske, še posebej v času starševstva (Anxo et al., 2007; Crompton & Lyonette, 2006). To je sprožilo razpravo o obstoju 'dvojnega bremena' žensk, saj naj bi jih po eni opravljeni 'izmeni' v obliki plačanega dela na trgu nato doma čakala še 'druga izmena' v obliki neplačanega dela (Hill, Märtinson, Ferris, & Baker, 2004). To posledično vodi do časovne stiske (angl. *time squeeze*), ko ljudje zaradi vse hitrejšega tempa življenja ne morejo opraviti vseh nalog brez 'večopravnosti' (angl. *multitasking*) in občutka hitenja (Hoschild, 1997; Southerton & Tomlinson, 2005).

Po drugi strani nekatere (novejše) raziskave preučujejo, ali je obremenjenost z delom enaka za oba spola. Burda et al. (2013) ugotavljajo, da je enakomerna obremenjenost z delom značilna za razvite države, medtem ko to ne drži za države z nizkim in srednje visokim bruto domačim proizvodom (BDP) na prebivalca ter za države s krščansko tradicijo.

1.3 Vzorci potrošnje in neto transferjev storitev neplačanega dela

Člani gospodinjstev niso le proizvajalci, temveč tudi potrošniki storitev neplačanega dela (Becker, 1965). Sliko o medgeneracijskih transferjih tako dopolnimo z vzorci potrošnje in neto transferjev po starosti in spolu.

Zaghene et al. (2015) na podlagi analize petih evropskih držav (Avstrije, Francije, Nemčije, Italije in Španije) ugotavljajo, da se vzorci potrošnje med državami bistveno ne razlikujejo. Otroci so deležni izredno velike količine storitev neplačanega dela, predvsem v obliki nege, ki jo prejmejo od staršev. Najmlajši otroci prejmejo več storitev neplačanega dela kot najstniki. Nato se potrošnja s starostjo počasi povečuje in doseže vrh v zgodnjih šestdesetih letih. Po upokojitvi je potrošnja zelo odvisna od zagotavljanja dolgoročne oskrbe starejših s strani države. V primeru slabe ali drage javne infrastrukture se starejši bolj zanašajo na privatno pomoč, predvsem znotraj svoje družine, kar povišuje njihovo potrošnjo storitev neplačanega dela.

Na podlagi izračunane proizvodnje in potrošnje storitev neplačanega dela v posamezni starosti lahko izračunamo tudi velikost privatnih (nedenarnih) neto transferjev, ki potekajo med posameznimi starostnimi skupinami. 'Presežek življenjskega cikla' nastopi, ko posameznik opravi več neplačanega dela, kot pa ga potroši. V tem primeru presežno proizvodnjo v obliki transferjev storitev neplačanega dela prenese drugim osebam, t.j. osebam s 'primanjkljajem življenjskega cikla'. Le te trošijo več kot proizvedejo, kar pomeni, da se njihova potrošnja deloma financira s transferji storitev neplačanega dela s strani drugih (Zannella, 2015).

Primanjkljaj življenjskega cikla je značilen za mlade in (naj)starejše osebe, medtem ko je za prebivalstvo v delovni starosti značilen presežek življenjskega cikla (Zagheni & Zannella, 2013; Gál, Szabó, & Vargha, 2015). Ta konceptualni okvir nam omogoča temeljito analizo vzorcev neto transferjev storitev neplačanega dela ter s tem preučevanje transferjev med posameznimi generacijami ter med obema spoloma.

2 PODATKI IN METODOLOGIJA

V analizi smo uporabili MTUS podatkovno bazo, ki je največja harmonizirana zbirka podatkov za proučevanje porabe časa. Poleg podatkov o porabi časa ponuja tudi informacije o socialno-ekonomskih značilnostih posameznikov in gospodinjestev, kot so starost, spol, status zaposlitve, število otrok, velikost gospodinjstva, ipd. Trenutna zbirka obsega več kot 60 nacionalno reprezentativnih anket iz preko 20 industrializiranih, večinoma evropskih držav. Zaradi procesa harmonizacije, ki se je začel že v 1970-ih letih, so podatki primerljivi tako med posameznimi državami kot tudi v času (Fisher & Gershuny, 2015).

Metodološki pristop Računov nacionalnih transferjev časa temelji, kot je bilo že nakazano, na porazdelitvi proizvodnje in potrošnje storitev neplačanega dela po starosti. Posledično lahko za posamezno starost izračunamo tudi neto transferje storitev neplačanega dela (Donehower, 2014). V nadaljevanju bomo na kratko opisali vsako izmed teh treh kategorij.

2.1 Proizvodnja

Na podlagi razpoložljivih MTUS podatkov ocenimo starostne profile proizvodnje storitev neplačanega in skupnega dela za naslednja leta: za Italijo za leta 1980, 1988 in 2002 (s pripadajočo velikostjo vzorca 2.116, 38.069 in 50.968 posameznikov); za Nizozemsko za leta 1975, 1980, 1985, 1990, 1995, 2000 in 2005 (z velikostjo vzorca 9.063, 18.911, 22.714, 23.612, 22.477, 12.525 in 15.257 posameznikov); in za Veliko Britanijo za leta 1974, 1983, 1995, 2001 in 2005 (z velikostjo vzorca 20.076, 9.366, 1.883, 19.911 in 4.834 posameznikov). Za države in leta, kjer je vzorec majhen, je vpliv slučajnega dejavnika ter osamelcev toliko večji.

MTUS podatki so harmonizirani in vključujejo enake spremenljivke za vse države, zato smo v prvem koraku identificirali vse aktivnosti, ki zadovoljujejo 'kriterij tretje osebe'

in jih torej uvrščamo med neplačano delo. Ker MTUS vsebuje tudi informacije o spolu in starosti posameznikov, smo povprečno proizvodnjo storitev neplačanega dela po spolu in starosti lahko izračunali neposredno iz individualnih podatkov. Pri tem smo upoštevali standardno NTTA predpostavko, da je proizvodnja storitev neplačanega dela pod 10. letom starosti enaka 0, saj je v večini anket to spodnja starostna meja za vključitev posameznika v anketo. V vsakem primeru pa so vrednosti neplačanega dela v starosti pod 10 let zelo nizke tudi v državah, kjer so uporabili nižjo starostno mejo. Neposredno iz MTUS podatkov smo lahko ocenili tudi plačano in (kot njuno vsoto) skupno delo.

Potrebno je omeniti, da MTUS podatkovna baza podaja podatke v dveh oblikah: 'enostavni' (angl. *simple*) ter 'agregatni' (angl. *aggregate*). Slednji podatki vsebujejo dnevne aktivnosti, ki so podrobneje razčlenjene (69 spremenljivk). Nasprotno so spremenljivke v 'enostavni' bazi definirane širše (25 spremenljivk, vsaka vključuje več dnevni aktivnosti). Pri uporabi 'enostavne' baze se pojavi problem, da posamezne spremenljivke uvrstimo pod neplačano delo, čeprav posamezne dnevne aktivnosti znotraj te spremenljivke ne spadajo pod neplačano delo (npr. spremenljivka prevoz ne vključuje samo prevoza v povezavi z neplačanim delom, temveč tudi prevoz v prostem času). To razrešimo tako, da pri uporabi 'enostavne' baze delež spremenljivke (ki vsebuje tako aktivnosti neplačanega dela kot tudi druge aktivnosti) uvrstimo pod neplačano delo, preostali delež spremenljivke pa pod druge aktivnosti. Delež izračunamo kot povprečen delež drugih EU držav, za katere imamo na voljo podrobne 'agregatne' podatke.

2.2 Potrošnja

Medtem ko proizvodnjo storitev neplačanega dela po posameznikih ocenimo neposredno na podlagi podatkov o porabi časa, pa to ni mogoče za potrošnjo storitev neplačanega dela. Dejanske potrošnje ne moremo razbrati iz podatkov, saj posamezniki tega ne poročajo. Zato moramo proizvodnjo storitev neplačanega dela sami porazdeliti na posamezne gospodinjske člane z določenimi postopki in predpostavkami. Pri tem se dodatno pojavi problem, da MTUS podatki ne vsebujejo informacije o celotni strukturi gospodinjstev – t.j. katere druge osebe, razen anketiranca, še živijo v posameznem gospodinjstvu. Tako smo iz MTUS podatkov izračunali starostne profile proizvodnje (torej povprečno proizvodnjo v posamezni starosti) in jih imputirali v drugo bazo mikro podatkov, kjer informacija o strukturi gospodinjstev je na voljo. Za ta namen smo uporabili EU-SILC (European Union Statistics on Income and Living Conditions, sl. *Anketa o življenjskih pogojih*).

Natančneje, na podlagi MTUS podatkov izračunamo povprečno proizvodnjo storitev neplačanega dela ter ta povprečja imputiramo v EU-SILC s pomočjo treh spremenljivk: spola in starosti osebe ter pripadajočega tipa gospodinjstva. Tipe gospodinjstev opredelimo glede na velikost gospodinjstva, število otrok v gospodinjstvu ter starost najmlajšega otroka v gospodinjstvu.

Po imputiranju podatkov o proizvodnji storitev neplačanega dela v EU-SILC lahko ocenimo potrošnjo po starosti in spolu. Najprej izračunamo celotno količino opravljenega

neplačanega dela v posameznem gospodinjstvu. Celotno proizvodnjo gospodinjstva razdelimo med člane gospodinjstva upoštevaje dve predpostavki. Prvič, čas, ki ga člani gospodinjstva namenijo splošnim gospodinjским opravilom, enakomerno porazdelimo med vse člane gospodinjstva. Drugič, čas, namenjen skrbi za otroke, razdelimo samo med otroke (člane gospodinjstva, ki so stari manj kot 18 let). V primeru, da je otrok v gospodinjstvu več, vsak izmed njih prejme ustrezen delež celotne proizvodnje gospodinjstva (t.j. skrbi za otroke) glede na uporabljeno ekvivalenčno lestvico. Podatke o ekvivalenčni lestvici za posamezno državo najdemo v HETUS (angl. *Harmonised European Time Use Survey*) podatkovni bazi. V primeru, da HETUS ne vsebuje tega podatka, ekvivalenčno lestvico izračunamo sami. To storimo tako, da v gospodinjstvih z enim otrokom izračunamo celotno proizvodnjo gospodinjstva (v obliki skrbi za otroke) ter le to pripišemo otroku. Ta količina je potrošnja otroka v določeni starosti, izražena kot delež potrošnje otroka v starosti 0.

Ko proizvedene storitve neplačanega dela v posameznih gospodinjstvih razdelimo med gospodinjške člane, dobimo neizglajene starostne profile potrošnje storitev neplačanega dela. Profile nato izgladimo in ustrezno prilagodimo, da je agregatna proizvodnja (t.j. količina storitev neplačanega dela, ki jih proizvede celotna populacija) enaka agregatni potrošnji (t.j. količina storitev neplačanega dela, ki jih potroši celotna populacija). Pri tem uporabimo podatke o dejanskem številu prebivalcev v celotnem prebivalstvu, ne pa vzorcu.

2.3 Neto transferji

Neto transferje izračunamo kot razliko med potrošnjo in proizvodnjo za posamezno starost in spol. Pozitivni neto transferji izražajo primanjkljaj življenjskega cikla, kar pomeni, da posamezniki te starosti in spola trošijo več storitev neplačanega dela kot pa znaša proizvodnja njihovih storitev neplačanega dela. Na drugi strani negativni neto transferji pomenijo presežek življenjskega cikla (torej negativen primanjkljaj življenjskega cikla), ko posamezniki proizvajajo več storitev neplačanega dela kot pa jih trošijo (Hammer, Prskawetz, & Freund, 2013; Vargha et al., 2015). S primerjavo starostnih profilov neto transferjev ugotavljamo obseg in starostno razporeditev medsebojne pomoči v obliki neplačanega dela med posameznimi generacijami v analiziranih treh državah.

2.4 Metodološke omejitve

Starostne profile za potrošnjo (ter neto transferje) ocenimo samo za zadnje razpoložljivo leto in pri tem poskusno uporabimo metodo imputacije. Imputacija je eden izmed možnih načinov, kako premostiti problem manjkajoče strukture gospodinjstev v MTUS podatkih. S tem poskušamo naše rezultate čim bolj približati tistim, ki temeljijo na uporabi podrobnejših nacionalnih podatkovnih baz. Ker pa je metoda imputacije nova in zato še relativno nepreverjena, se odločimo rezultate prikazati samo za eno leto. Za Italijo je zadnje razpoložljivo leto 2002, za Nizozemsko in Veliko Britanijo pa leto 2005. Ker profili za Italijo niso ocenjeni za isto leto kot za Nizozemsko in Veliko Britanijo, torej predpostavljamo, da se vzorci proizvodnje in potrošnje v treh letih niso bistveno spremenili.

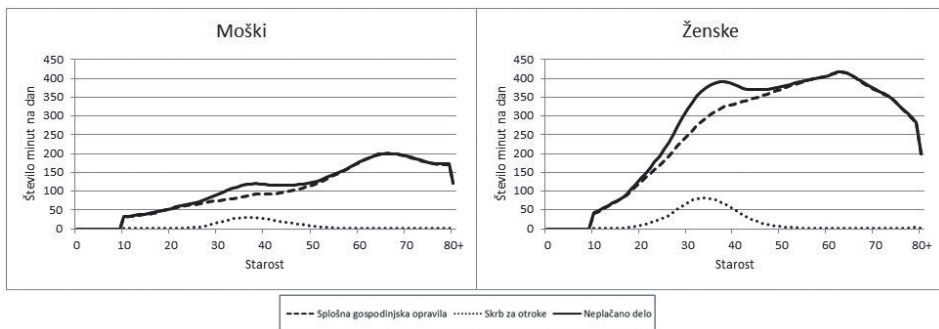
3 REZULTATI

3.1 Proizvodnja storitev neplačanega dela

Najprej prikazujemo osnovni starostni profil proizvodnje storitev neplačanega dela za Italijo za leto 2002 in njegove glavne značilnosti. Skala na navpični osi je na levem in desnem grafikonu enaka za boljšo primerljivost ravni neplačanega dela med spoloma.

Levo na Sliki 1 je predstavljen starostni profil za moške, kjer je celotno neplačano delo razdeljeno v dve podkategoriji: splošna gospodinjinska opravila ter skrb za otroke. Za moške je značilno, da njihova količina opravljenega neplačanega dela narašča s starostjo in doseže vrh okrog upokojitvene starosti. Pred tem se še en 'vrh' lahko pojavi v starosti, ko postanejo starši, vendar je bistveno manj izrazit kot pri ženskah.

Slika 1: Povprečna proizvodnja storitev neplačanega dela in njegovi dve podkategoriji (v minutah na dan) v Italiji, 2002



Vir: MTUS podatkovna baza, 2015; Eurostat, *Prebivalstvo dne 1. januarja, po starosti in spolu*, 2015c

Okrog upokojitvene starosti je proizvodnja storitev neplačanega dela moških v Italiji bistveno višja kot v starosti, ko skrbijo za (majhne) otroke. Proizvodnja storitev neplačanega dela je tako dosegla vrh okoli 65. leta starosti, ko so moški neplačanemu delu posvetili več kakor 3 ure na dan, medtem ko so v starševskih letih v povprečju le temu namenili za okoli 1,5 ure na dan manj. To kaže, da moški v starejših letih (p)ostanejo aktivni pri opravljanju neplačanega dela predvsem zaradi dodatnega časa, ki ga imajo na voljo po upokojitvi (Zannella, 2015). Nadalje rezultati kažejo, da v času starševstva večino skrbi za otroke prevzamejo ženske. V Italiji je namreč prisotna tradicionalna 'ideologija spolov' (angl. *gender ideology*), ki vpliva na izrazito specializacijo dela moških in žensk: moški preživlja družino, medtem ko je ženska primarno odgovorna za neplačano delo (Haas, 2005). Državna podpora je pri zagotavljanju otroškega varstva skromna, zato se v Italiji mlade matere po rojstvu otroka pogosto umaknejo s trga dela. To se kaže tudi v eni izmed najnižjih stopenj zaposlenosti žensk v EU (Francavilla, Giannelli, Grotkowska, & Socha, 2011). Stopnja zaposlenosti žensk v Italiji ne začne naraščati niti potem, ko otroci odrastejo (Anxo et al., 2007).

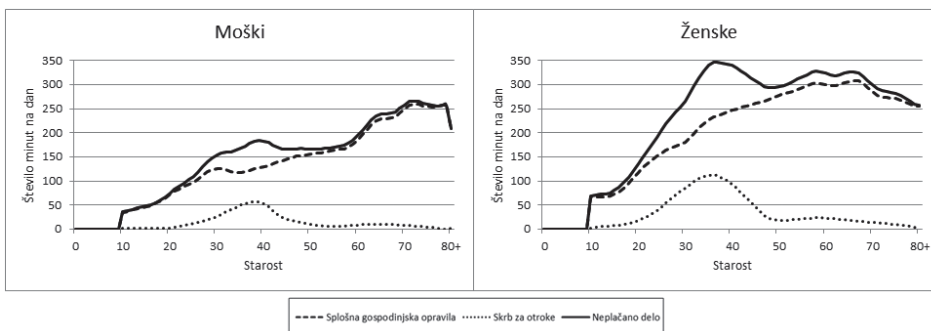
Na obliko starostnega profila za ženske močno vpliva tudi vloga kulturnega in institucionalnega okolja. Desni del Slike 1 razkriva, da je za ženske značilna bimodalna

oblika starostnega profila. Prvi vrh (oz. modus) je veliko bolj poudarjen kot pri moških, kar je posledica zgoraj omenjene delitve dela. Apps in Rees (2005) npr. ugotovita, da je oblika moškega in ženskega starostnega profila za Veliko Britanijo precej podobna, če iz neplačanega dela izključimo skrb za otroke.

Močno 'ideologijo spolov' v Italiji potrjuje še en vzorec: razlike med proizvodnjo storitev neplačanega dela moških in žensk se pojavijo že v najstniških letih. Tega ni mogoče pojasniti z drugačno razporeditvijo časa moških in žensk med posamezne aktivnosti, saj posamezniki do 15. leta starosti še ne vstopijo na trg dela, obenem pa približno enako časa namenijo obveznemu izobraževanju. Tradicionalna vloga žensk je torej vidna že v mladosti.

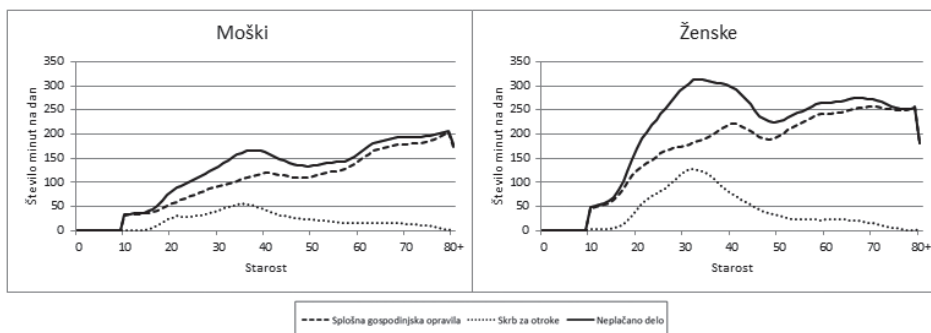
Ker je oblika starostnih profilov proizvodnje storitev neplačanega dela med državami zelo podobna, na Slikah 2 in 3 prikažemo rezultate za Nizozemsko in Veliko Britanijo, vendar jih dodatno ne razlagamo. Izstopa le dejstvo, da je v Italiji pri ženskah prvi vrh nižji kot drugi (v nasprotju z Nizozemsko in Veliko Britanijo), kar je verjetno posledica šibke podpore države pri zagotavljanju zdravstvene in dolgoročne oskrbe starejših v Italiji.

Slika 2: Povprečna proizvodnja storitev neplačanega dela in njegovi dve podkategoriji (v minutah na dan) na Nizozemskem, 2005



Vir: MTUS podatkovna baza, 2015; Eurostat, *Prebivalstvo dne 1. januarja, po starosti in spolu*, 2015c

Slika 3: Povprečna proizvodnja storitev neplačanega dela in njegovi dve podkategoriji (v minutah na dan) v Veliki Britaniji, 2005



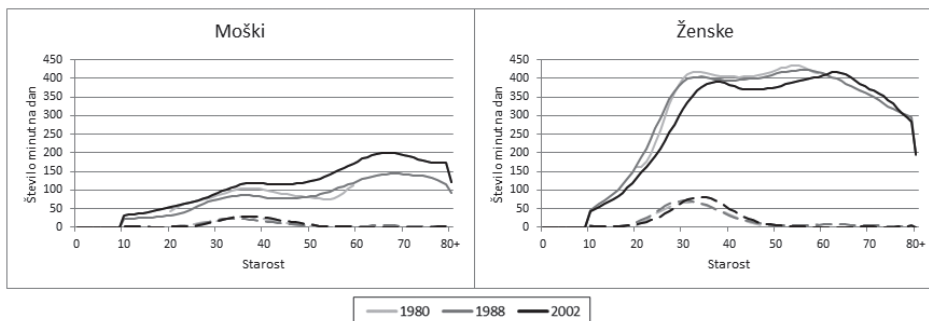
Vir: MTUS podatkovna baza, 2015; Eurostat, *Prebivalstvo dne 1. januarja, po starosti in spolu*, 2015c

3.2 Proizvodnja storitev neplačanega dela v času

3.2.1 Italija

Razvoj proizvodnje storitev neplačanega dela (ter podkategorije 'skrb za otroke') v času za Italijo je prikazan na Sliki 4. V letu 1980 je vzorec vključeval samo posameznike, stare od 20 do vključno 59 let, zato je tudi starostni profil ocenjen le za ta starostni razpon.

Slika 4: Povprečna proizvodnja storitev neplačanega dela ter njegove podkategorije 'skrb za otroke' v času (1980-2002) v Italiji (v minutah na dan)



Opomba: prekinjene linije označujejo 'skrb za otroke', polne linije pa 'neplačano delo' skupaj ('skrb za otroke' + 'splošna gospodinjstva opravila').

Vir: MTUS podatkovna baza, 2015; Eurostat, *Prebivalstvo dne 1. januarja, po starosti in spolu*, 2015c

Za moške je od leta 1980 do 2002 značilen porast neplačanega dela. Največji porast je opazen pri moških nad 40. letom starosti, in sicer za približno eno uro na dan. Nasprotno so ženske v opazovanem obdobju čas, ki ga namenijo neplačanemu delu, zmanjšale – še posebej v času starševstva. Izjema so ženske, starejše od 60 let, pri katerih se je obseg neplačanega dela povečal. Najverjetneje je to posledica premika drugega vrha v poznejša leta zaradi višje stopnje zaposlenosti starejših žensk (Stopnje zaposlenosti po spolu in narodnosti, 2015) ter posledično naraščajoče upokojitvene starosti (OECD, 2011).

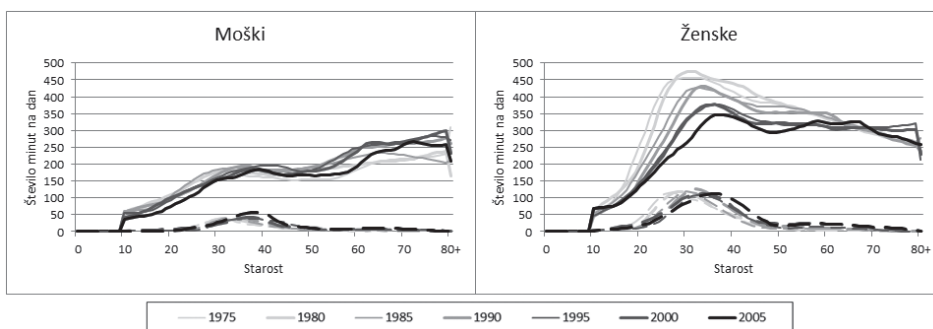
Drugi trend, opazen pri ženskah, je posledica odločitev o ključnih življenjskih dogodkih. Tekom let je želja žensk po višji izobrazbenosti in karieri postala veliko bolj izrazita in družbeno sprejemljiva, zato je odločitev o zapoznelem starševstvu vse bolj pogost fenomen v dandanašnji družbi (Sobotka, 2010). Ker se s starševstvom občutno poveča proizvodnja storitev neplačanega dela, je učinek poznejšega starševstva jasno viden v starostnem profilu in je izražen kot premik prvega vrha v poznejša leta. V opazovanem obdobju 1980–2002 se je v Italiji povprečna starost ženske ob rojstvu otroka povišala za okoli tri leta (Povprečna starost žensk ob rojstvu otrok po narodnosti, 2015).

Kljub določeni konvergenci v zadnjih desetletjih ostaja proizvodnja storitev neplačanega dela v Italiji močno spolno segregirana. Leta 2002 so bile največje razlike med spoloma v starosti med 30. in 55. letom starosti, kjer so ženske neplačanemu delu v povprečju še zmeraj namenile vsaj 4 ure na dan več kakor moški. To nakazuje na počasno spreminjanje tradicionalnega pogleda na vlogo moških in žensk v družbi.

3.2.2 Nizozemska

Povečevanje proizvodnje storitev neplačanega dela moških na Nizozemskem ni tako izrazito kot v Italiji. Levi del Slike 5 prikazuje, da se je proizvodnja moških povečevala predvsem od leta 1975 do 1995, nato se je trend naraščanja ustavil oz. v letu 2005 postal celo negativen. Proizvodnja storitev neplačanega dela je tako v tem obdobju (razen za moške nad 60 let) ostala dokaj nespremenjena, predvsem zaradi naraščajoče stopnje zaposlenosti (Stopnje zaposlenosti po spolu in narodnosti, 2015). Na Nizozemskem je za moške prvi vrh mnogo bolj izrazit kot v Italiji, opazen pa je tudi njegov premik v desno kot posledica poznejšega starševstva (iz sredine 30-ih let starosti v pozna 30-ta leta). Podoben premik je opazen tudi pri ženskah, katerih povprečna starost ob rojstvu otroka se je v opazovanem obdobju povečala za skoraj tri leta (Povprečna starost žensk ob rojstvu otrok po narodnosti, 2015).

Slika 5: Povprečna proizvodnja storitev neplačanega dela ter njegove podkategorije 'skrb za otroke' + 'splošna gospodinjska opravila' v času (1975-2005) na Nizozemskem (v minutah na dan)



Opomba: prekinjene linije označujejo 'skrb za otroke', polne linije pa 'neplačano delo' skupaj ('skrb za otroke' + 'splošna gospodinjska opravila').

Vir: MTUS podatkovna baza, 2015; Eurostat, *Prebivalstvo dne 1. januarja, po starosti in spolu*, 2015c

Za ženske je močan trend padanja proizvodnje storitev neplačanega dela značilen predvsem v obdobju starševstva, medtem ko se vzorci proizvodnje za starejše ženske niso bistveno spremenili. Starostni profili kažejo izrazito poudarjen prvi vrh, medtem ko je za razliko od Italije drugi vrh neizrazit oz. skorajda ne obstaja. Kaže, da ženske v Italiji po upokojitvi velik del dodatno razpoložljivega časa namenijo neplačanemu delu, ženske na Nizozemskem pa se raje odločijo za več prostega časa.

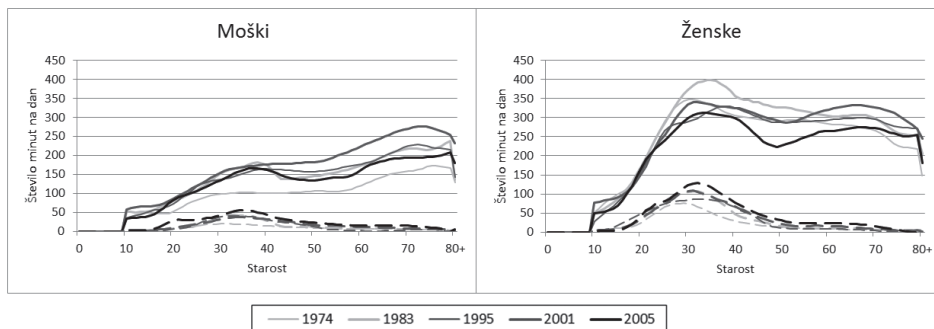
Ženske so proizvodnjo storitev neplačanega dela zmanjšale predvsem zaradi večje udeležbe na trgu dela (Stopnje zaposlenosti po spolu in narodnosti, 2015). Nizozemska je v 1990-ih sprejela sklop ukrepov na področju dela in družine s poudarkom na enakopravnosti spolov. Spodbujala se je aktivna udeležba tako moških kot žensk na trgu dela, čeprav so ženske veliko pogosteje zaposlene s krajšim delovnim časom (Stopnje zaposlenosti po spolu in narodnosti, 2015; Pascall & Lewis, 2004; Plantenga, Schippers, & Siegers, 1999).

Kljub bolj aktivni vlogi žensk na trgu dela le te še zmeraj opravljajo več neplačanega dela kot moški, vendar pa razlike med spoloma niso tako izrazite kot v Italiji. Od leta 1975, ko je povprečna razlika v proizvodnji med moškimi in ženskami v določenih starostih lahko znašala tudi do 6 ur na dan, te razlike v letu 2005 niso znašale več kot 3 ure na dan.

3.2.3 Velika Britanija

Podobne trende kot v Italiji in na Nizozemskem je mogoče opaziti tudi v Veliki Britaniji. V zadnjih desetletjih 20. stoletja so moški postopoma povečevali svojo udeležbo pri opravljanju neplačanega dela, medtem ko se je med letoma 2001 in 2005 obseg njihovega neplačanega dela bistveno zmanjšal (levi del Slike 6). Še vedno pa so moški leta 2005 v povprečju neplačanemu delu namenili tudi do eno uro na dan več kot v letu 1974.

Slika 6: Povprečna proizvodnja storitev neplačanega dela ter njegove podkategorije 'skrb za otroke' v času (1974-2005) v Veliki Britaniji (v minutah na dan)



Opomba: prekinjene linije označujejo 'skrb za otroke', polne linije pa 'neplačano delo' skupaj ('skrb za otroke' + 'splošna gospodinjska opravila').

Vir: MTUS podatkovna baza, 2015; Eurostat, *Prebivalstvo dne 1. januarja, po starosti in spolu*, 2015c

Državni paket reform je konec 1990-ih let spodbujal večjo udeležbo žensk na trgu dela z zagotavljanjem otroškega varstva ter prožnih oblik dela (Lewis, Knijn, Martin, & Ostner, 2008). Čeprav je dostopnost cenovno ugodnega javnega varstva še zmeraj premajhna, pa je zaposlenost žensk na trgu dela med najvišjimi v Evropi (Crompton & Lyonette, 2006). Ženske so na večjo udeležbo na trgu dela odgovorile z zmanjšanjem časa za opravljanje neplačanega dela, vendar pa je bila ta sprememba manjša kot na Nizozemskem. Tudi v Veliki Britaniji je v obdobju 1974-2005 opazen premik prvega vrha v višjo starost (povprečna starost žensk ob rojstvu otroka se je v tem obdobju povišala za skoraj 3 leta) (Povprečna starost žensk ob rojstvu otrok po narodnosti, 2015).

Naštete spremembe so vplivale na zmanjšanje razlik med obema spoloma v proizvodnji storitev neplačanega dela. Leta 2005 so povprečne razlike za osebe v delovni starosti (20–64 let) znašale do največ približno 2,5 uri na dan, za mlajše in starejše pa do 1,5 ure na dan.

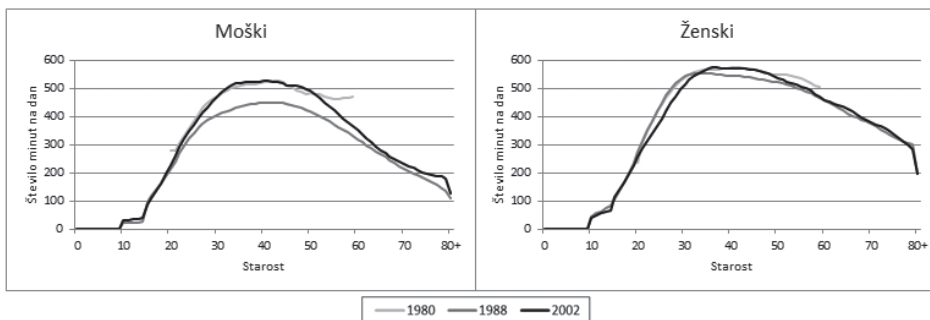
3.3 Obseg skupnega dela v času

Posamezniki lahko svoj čas namenijo dvema oblikama dela: neplačanemu in plačanemu delu. Seštevek obeh je skupno delo, ki ga posameznik opravi v dnevu. V nadaljevanju bomo prikazali, kako sta aktivnejša vloga moških v proizvodnji storitev neplačanega dela ter višja udeležba žensk na trgu dela vplivali na vzorce skupnega dela v zadnjih desetletjih. Pri interpretaciji rezultatov uporabljamo štiri 10-letne starostne razrede med 20. in 59. letom starosti. Posamezniki v tej starosti so običajno udeleženi v obeh oblikah dela, zato pričakujemo, da bodo spremembe v proizvodnji storitev neplačanega in plačanega dela najbolj vplivale prav na njih.

V Italiji (Slika 7) je bila v preučevanem časovnem obdobju sprememba skupnega dela za oba spola zanemarljiva. Leta 1988 so moški v primerjavi z letom 1980 manj časa namenili plačanemu delu in s tem tudi skupnemu delu. Temu je sledilo obdobje porasta skupnega dela, ki je izničilo vpliv padca v prejšnjem desetletju. Moški so tako leta 2002 skupnemu delu namenili približno toliko časa kot v letu 1980. Izjema so bili moški v starostni skupini 50-59 let, kjer je bila celotna sprememba negativna. Za njih velja, da se jim je udeležba na trgu dela znižala bolj, kot pa se jim je na drugi strani povečala proizvodnja storitev neplačanega dela (Stopnje zaposlenosti po spolu in narodnosti, 2015).

Pri ženskah se v opazovanem obdobju obseg skupnega dela ni bistveno spremenil, kar pomeni, da je bilo povečanje plačanega dela približno enako kot zmanjšanje proizvodnje storitev neplačanega dela. Izjema so ženske med 20. in 29. letom starosti, kjer je skupno delo celo padlo, predvsem kot posledica nižje proizvodnje storitev neplačanega dela.

Slika 7: Povprečen obseg opravljenega skupnega dela v času (1980-2002) v Italiji (v minutah na dan)

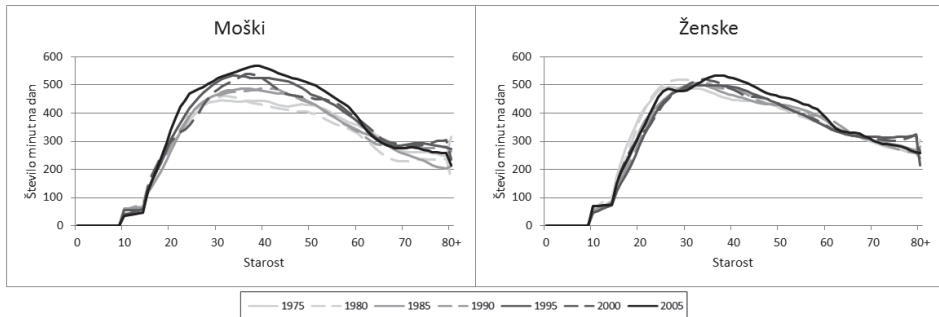


Vir: MTUS podatkovna baza, 2015; Eurostat, *Prebivalstvo dne 1. januarja, po starosti in spolu*, 2015c

Slika 8 pokaže, da so bile spremembe v obsegu skupnega dela na Nizozemskem veliko bolj izrazite kot v Italiji, saj so tako moški kot ženske med 20. in 59. letom starosti leta 2005 skupnemu delu namenili več časa kot leta 1975. Sprememba je bila bolj občutna za moške (od približno 1 do 2 uri na dan), medtem ko so ženske obseg skupnega dela povečale za največ okoli 1 uro na dan (zaradi močnega padca neplačanega dela so ženske med 20. in 29. letom starosti skupnemu delu namenile celo manj časa). Moški so namreč v tem

obdobju povečali količino plačanega dela⁴ in ohranili približno enako raven neplačanega dela (Slika 5, levo), medtem ko so ženske povečale količino plačanega (ne prikazujemo posebej), ampak obenem izrazito znižale količino neplačanega dela (Slika 5, desno).

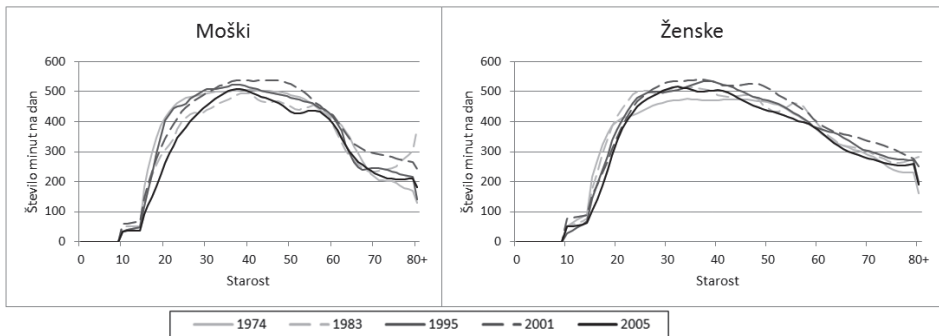
Slika 8: Povprečen obseg opravljenega skupnega dela v času (1975-2005) na Nizozemskem (v minutah na dan)



Vir: MTUS podatkovna baza, 2015; Eurostat, *Prebivalstvo dne 1. januarja, po starosti in spolu*, 2015c

Kot je razvidno iz Slike 9, je obseg skupnega dela za moške v Veliki Britaniji v času nihjal. Moški so v zadnjih desetletjih zmanjšali povprečen čas, ki ga namenijo plačanemu delu. To je mogoče, ker je za Veliko Britanijo značilen dolg delovnik (Crompton & Lyonette, 2006), ki pa se je (na podlagi MTUS podatkov) od leta 1974 skrajšal. To je prevladalo nad učinkom povečane proizvodnje storitev neplačanega dela, tako da se je obseg skupnega dela moških v opazovanem obdobju znižal. Tudi za obseg skupnega dela žensk je bilo značilno nihanje med posameznimi leti, vendar pa je bila končna sprememba pozitivna (razen za starostno skupino od 50 do 59 let). To nakazuje, da je bil porast opravljenega plačanega dela večji kot padec opravljenega neplačanega dela.

Slika 9: Povprečen obseg opravljenega skupnega dela v času (1974-2005) v Veliki Britaniji (v minutah na dan)



Vir: MTUS podatkovna baza, 2015; Eurostat, *Prebivalstvo dne 1. januarja, po starosti in spolu*, 2015c

⁴ Plačanega dela ne prikazujemo ločeno; gre za razliko med skupnim delom (prikazanim na Sliki 8) in neplačanim delom (prikazanim na Sliki 5).

Poleg primerjave v času se osredotočimo tudi na primerjavo obsega skupnega dela med spoloma. Zanima nas, ali je obremenitev s skupnim delom med moškimi in ženskami enaka ali pa ženske nosijo 'dvojno breme'. V Tabeli 1, 2 in 3 prikazujemo povprečne dnevne razlike v skupnem delu med spoloma. Pozitivne vrednosti pomenijo, da ženske opravijo več skupnega dela kot moški, negativne vrednosti pa ravno nasprotno.

Tabela 1: *Razlike v povprečnem obsegu opravljenega skupnega dela (v minutah na dan) med spoloma po starostnih skupinah ter v času (1980-2002), Italija*

Leto/Starostna skupina	20-30	30-40	40-50	50-60
1980	36	69	77	41
1988	97	118	94	118
2002	23	55	39	80

Italija izstopa kot država, kjer so ženske skupnemu delu namenile več časa kakor moški, kar velja za vse starostne skupine ter za vsa preučevana leta. Razlike med spoloma so se od leta 1980 do 2002 zmanjšale z izjemo starostne skupine 50-59 let. Kljub temu, da ženske v Italiji opravijo več skupnega dela kot moški, pa le te ne nosijo 'dvojnega bremena'. Namreč, v Italiji zaradi tradicionalne delitve dela ženske sicer veliko časa namenijo neplačanemu delu, vendar pa na drugi strani namenijo plačanemu delu precej manj časa kot moški. Ženske v Italiji tako niso 'obremenjene' z obema vrstama dela, temveč predvsem z neplačanim delom.

Tabela 2: *Razlike v povprečnem obsegu opravljenega skupnega dela (v minutah na dan) med spoloma po starostnih skupinah ter v času (1975-2005), Nizozemska*

Leto/Starostna skupina	20-30	30-40	40-50	50-60
1975	96	61	-13	17
1980	89	59	51	10
1985	46	16	-22	15
1990	25	30	-14	6
1995	-13	-14	-50	-30
2000	39	-11	-8	-42
2005	-19	-39	-28	-26

Tabela 3: *Razlike v povprečnem obsegu opravljenega skupnega dela (v minutah na dan) med spoloma po starostnih skupinah ter v času (1974-2005), Velika Britanija*

Leto/Starostna skupina	20-30	30-40	40-50	50-60
1974	-33	-27	-33	-10
1983	92	66	22	-17
1995	-14	18	-2	-8
2001	38	9	-18	-10
2005	61	12	12	-3

Zaradi različnega kulturnega okolja ter pogleda na delitev vlog med spoloma je na Nizozemskem in v Veliki Britaniji obseg skupnega dela med moškimi in ženskami veliko bolj podoben kot v Italiji. Razlike so najmanjše v Veliki Britaniji, kjer so moški in ženske približno enako delovno obremenjeni (z izjemo starostne skupine 20–29 let). V Veliki Britaniji so na začetku opazovanega obdobja 1974–2005 skupnemu delu več časa namenjali moški, na koncu pa ženske. Ravno obratno velja za Nizozemsko, ki – predvsem v letu 2005 – izstopa kot država, kjer moški delajo več kot ženske. Koncepta 'dvojnega bremena' žensk tako za Nizozemsko in Veliko Britanijo ne moremo potrditi, saj so moški aktivno udeleženi v obeh oblikah dela, razlike v obsegu skupnega dela med spoloma pa so razmeroma majhne v vseh starostnih razredih.

3.4 Potrošnja in neto transferji storitev neplačanega dela

Ko vzorce proizvodnje storitev neplačanega dela dopolnimo z vzorci potrošnje, dobimo sliko medgeneracijskih transferjev. Potrošnja storitev neplačanega dela je običajno najvišja v otroštvu in starosti, ko je približno dvakrat višja kot v delovni starosti. Ker so vzorci potrošnje po starosti med državami podobni, se razlike v neto transferjih pojavijo predvsem zaradi razlik v proizvodnji.

Če proizvodnjo odštejemo od potrošnje storitev neplačanega dela v posamezni starosti in po spolu, dobimo starostni profil neto transferjev, ki kaže, ali je oseba določene starosti neto dajalec ali neto prejemnik nedenarnih transferjev v obliki storitev neplačanega dela. Če posameznik določene starosti potroši več kot proizvede, del svoje potrošnje dobi v obliki transferjev storitev neplačanega dela od drugih oseb. V tem primeru je vrednost neto transferjev pozitivna, saj prejme več transferjev od drugih, kot pa jih drugim da. Obratno velja za osebe z negativno vrednostjo neto transferjev (Hammer et al., 2013).

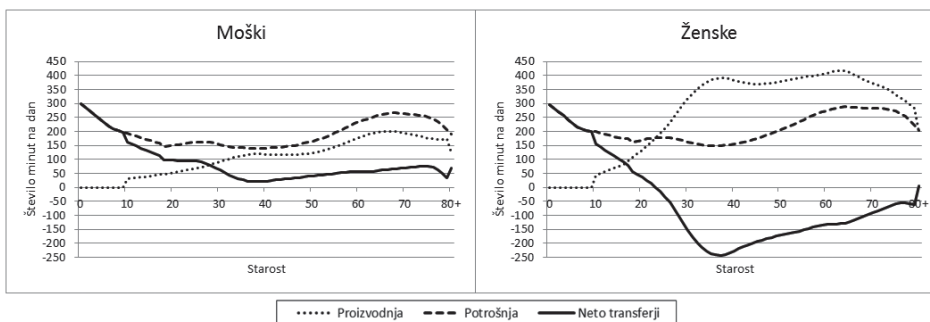
Za otroke so značilne visoke pozitivne vrednosti neto transferjev, saj ne opravljajo oz. opravljajo le malo neplačanega dela, medtem ko trošijo veliko. Ker ne morejo samostojno vzdrževati svoje potrošnje, so odvisni od transferjev storitev neplačanega dela, ki jih prejmejo od drugih, predvsem od svojih staršev. Neto transferji so najvišji za najmlajše otroke, nato pa se s starostjo zmanjšujejo. Čeprav otroci trošijo podobno količino storitev neplačanega dela kot starejši, pa prejmejo občutno več transferjev – starejši si namreč velik del svoje potrošnje pokrijejo z lastno proizvodnjo.

Potrošnja starejših prebivalcev je odvisna tudi od pomoči, ki jo le ti prejemajo pri administrativnih, zdravstvenih in drugih aktivnostih, povezanih z gospodinjstvom (kot npr. pomoč pri gospodinjskih opravilih, prevoz in spremstvo k zdravniku, ipd.). Če starejšim pri tem pomagajo drugi gospodinjski člani, to povečuje njihovo potrošnjo storitev neplačanega dela. Večjo potrošnjo bi torej pričakovali v državah, kjer je javni sistem za oskrbo starejših slabše organiziran ali cenovno težko dostopen, saj bodo v tem primeru starejši prejeli predvsem privatno, nedenarno pomoč v obliki neplačanega dela (Zagheni et al., 2015).

Po približno 20. letu starosti se vzorci med obema spoloma začnejo razlikovati. Ženske začnejo proizvajati več storitev neplačanega dela kot ga potrošijo, tako da del svoje proizvodnje namenijo drugim. Transferji so najvišji v obdobju starševstva. Na primer, ženske v Italiji v poznih tridesetih letih povprečno opravijo do okoli 6,5 ur neplačanega dela na dan, od tega so same deležne le okoli 40 % storitev proizvedenega neplačanega dela, ostalo pa prenesejo svojim otrokom, manjši delež pa tudi partnerjem. Preneseni transferji nato začnejo postopoma padati vse do približno 80. leta starosti, ko je njihova vrednost približno 0. To se zgodi, ker starejše ženske pogosto ne živijo z drugimi družinskimi člani, tako da lahko proizvedene storitve neplačanega dela v celoti potrošijo same.

Na Sliki 10 prikazujemo vzorce proizvodnje, potrošnje in neto transferjev storitev neplačanega dela v Italiji za leto 2002. Ker predpostavljamo, da je potrošnja storitev neplačanega dela znotraj gospodinjstva enaka za oba spola, se starostna profila potrošnje za moške in ženske razlikujeta le zaradi vpliva različne strukture gospodinjstev (Zannella, 2015). Najvišjo potrošnjo storitev neplačanega dela imajo najmlajši otroci (v povprečju do 5 ur dnevno⁵), potem pa se potrošnja začne s starostjo zmanjševati. Najnižjo vrednost doseže okoli 35. leta starosti za ženske in nekaj let kasneje za moške (ker je moški partner v povprečju nekaj let starejši od ženske), ko potrošnja storitev neplačanega dela znaša največ 2,5 uri na dan. V tej starosti se ljudje ponavadi odločijo za starševstvo, kar poveča velikost gospodinjstev. Tako je celotno neplačano delo, ki ga opravi gospodinjstvo (starša), razdeljeno med več oseb, kar posledično znižuje vrednost potrošnje posameznega člana gospodinjstva (Hammer et al., 2015).

Slika 10: Povprečna proizvodnja, potrošnja in neto transferji storitev neplačanega dela (v minutah na dan) za moške (levo) in ženske (desno), Italija, 2002



Vir: MTUS podatkovna baza, 2015; Eurostat, *Prebivalstvo dne 1. januarja, po starosti in spolu*, 2015c

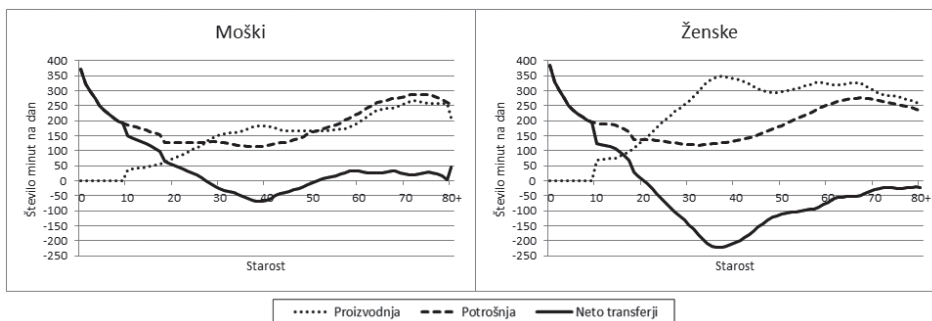
⁵ Ker je starostni profil za Italijo ocenjen na podlagi 'enostavnih' MTUS podatkov, ki dajejo slabšo oceno potrošnje do 18. leta, je potrošnja najmlajših otrok verjetno še večja (tudi do okoli 6,5 ur na dan za Italijo).

Potrošnja začne nato naraščati in doseže vrh približno okoli 65. leta starosti, ko znaša približno 5 ur na dan za oba spola, nato pa začne po 70. letu starosti ponovno upadati. Visoka potrošnja je mogoča, ker starejše prebivalstvo tudi opravi velike količine neplačanega dela zaradi dodatnega časa, ki jim ga omogoča upokožitev. Poleg tega pogosto živijo samo še s partnerjem ali sami, saj so se njihovi otroci že odselili od doma, tako se celotna proizvodnja gospodinjstva razporedi med manj oseb in je zato na osebo višja.

Medtem ko ženske svojo potrošnjo storitev neplačanega dela vzdržujejo same od svojega otroštva naprej, pa to ne velja za moške. Tradicionalna delitev vlog med spoloma je v Italiji jasno razvidna tudi v starostnih profilih neto transferjev storitev neplačanega dela. Moški v Italiji so glede transferjev tekom celotnega življenja neto prejemniki. Njihova potrošnja namreč presega njihovo proizvodnjo v vseh starostih, tudi v obdobju starševstva. Takrat transferji običajno dosežejo najnižjo (negativno) vrednost zaradi dveh razlogov: nizke potrošnje ter visoke proizvodnje. To pomeni, da posamezniki ne prejemajo neto transferjev, temveč del svoje presežne proizvodnje prenesejo drugim, večinoma svojim otrokom.

Tudi moški na Nizozemskem in v Veliki Britaniji (Slika 11 in 12) so velik del svojega življenja odvisni od transferjev storitev neplačanega dela, vendar pa od približno 30. do 50. leta starosti – v nasprotju z moškimi v Italiji – sami vzdržujejo svojo potrošnjo storitev neplačanega dela. V teh letih svojo presežno proizvodnjo prenesejo predvsem otrokom, kar kaže na večjo enakost pri delitvi opravil neplačanega dela med spoloma kot v Italiji. Od 50. leta naprej so moški v vseh treh državah delno odvisni od transferjev storitev neplačanega dela, čeprav so le ti veliko nižji kot transferji otrokom. Ta odvisnost je najmočnejša v Italiji in zelo majhna v Veliki Britaniji. V Italiji je oskrba starejših predvsem v domeni družine, kar povečuje potrošnjo in transferje storitev neplačanega dela, medtem ko imajo na Nizozemskem in v Veliki Britaniji pri zagotavljanju dolgoročne oskrbe starejših veliko bolj pomembno vlogo tudi javne ustanove (Bettio & Verashchagina, 2012).

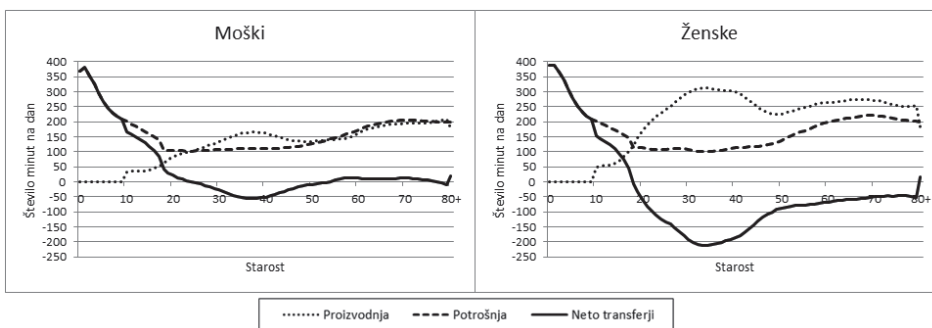
Slika 11: *Povprečna proizvodnja, potrošnja in neto transferji storitev neplačanega dela (v minutah na dan) za moške (levo) in ženske (desno), Nizozemska, 2005*



Vir: MTUS podatkovna baza, 2015; Eurostat, *Prebivalstvo dne 1. januarja, po starosti in spolu*, 2015c

Tudi pri ženskah se pojavljajo razlike v velikosti transferjev ter dolžini primanjkljaja oz. presežka življenjskega cikla. Ženske v Veliki Britaniji prej dosežejo obdobje, ko njihova proizvodnja presega potrošnjo, in sicer malo pred 20. letom starosti. Sledijo prebivalke Nizozemske in Italije, za katere se doba neodvisnosti začne približno 5 let kasneje kot v Veliki Britaniji. Razlog za to je predvsem visoka potrošnja žensk v Italiji do 30. leta starosti, ki je občutno višja kot v drugih dveh državah. Možen razlog je to, da se mladi v Italiji od staršev odseljujejo kasneje kot na Nizozemskem in v Veliki Britaniji, kar pomeni, da lahko prejmejo in potrošijo večje količine storitev neplačanega dela, ki ga opravijo drugi družinski člani (Delež mladih, ki živijo s starši, po spolu in narodnosti, 2015).

Slika 12: Povprečna proizvodnja, potrošnja in neto transferji storitev neplačanega dela (v minutah na dan) za moške (levo) in ženske (desno), Velika Britanija, 2005



Vir: MTUS podatkovna baza, 2015; Eurostat, *Prebivalstvo dne 1. januarja, po starosti in spolu*, 2015c

Tradicionalna delitev dela med ženske in moške v Italiji je razvidna tudi pri primerjavi starostnih profilov žensk med tremi državami. Ženske v Italiji od približno 40. leta starosti naprej drugim osebam namenijo občutno več transferjev storitev neplačanega dela kot Nizozemke in Britanke, kar velja vse do konca njihovega življenja. Ker je stopnja zaposlenosti žensk v Italiji najnižja, imajo za opravljanje neplačanega dela na voljo več časa kot ženske na Nizozemskem in v Veliki Britaniji.

Primerjava neto transferjev Italije, Nizozemske in Velike Britanije pokaže, da kulturno in institucionalno okolje vplivata na velikost medgeneracijskih transferjev ter starostna obdobja, v katerih so za moške in ženske neto transferji pozitivni in v katerih negativni. Kljub temu imajo vzorci neto transferjev v treh opazovanih državah dve bistveni skupni značilnosti: prvič, nedenarni transferji v obliki storitev neplačanega dela potekajo od žensk k moškim, kar je ravno nasprotno kot pri tržni proizvodnji, ki jo zajema bruto domači proizvod. Drugič, tako kot pri tržni proizvodnji tudi transferji storitev neplačanega dela med generacijami potekajo v smeri od prebivalcev v delovni starosti k otrokom in starejšim prebivalcem. V analizo transferjev je tako nujno poleg plačanega vključiti tudi neplačano delo, da dobimo celotno in nepristransko sliko o transferjih med obema spoloma ter med ljudmi različnih starosti.

4 ZAKLJUČEK

Vključitev neplačanega dela v ekonomsko analizo omogoča celovito merjenje medgeneracijske solidarnosti, saj le ta ne poteka izključno preko trga v obliki ekonomskih transferjev, temveč pomembno vlogo igrajo tudi nedenarni transferji v obliki neplačanega dela. Ker so ženske tradicionalno opravljale večji delež neplačanega dela kakor moški, vključitev neplačanega dela vodi do celostne in nezavajajoče slike transferjev med spoloma.

V članku analiziramo vzorce neplačanega dela po starosti (med generacijami), med spoloma in v času, kar je relativno novo in neraziskano področje. Ko neplačanemu dodamo plačano delo, dobimo obseg skupnega dela. Naša analiza tako zajema celovit pregled starostne porazdelitve neplačanega dela in njegovo dopolnjevanje v skupen obseg dela. Ugotovimo, da so se vzorci neplačanega dela v zadnjih desetletjih močno spremenili. Ženske so znatno povečale svojo udeležbo na trgu dela, kar je vodilo do padca proizvodnje storitev neplačanega dela. Padec je bil najbolj občuten na Nizozemskem, kjer se je tudi najbolj povišala udeležba žensk na trgu dela. Hkrati se je povečala proizvodnja storitev neplačanega dela moških, kar je še posebej opazno v Italiji in v Veliki Britaniji. Na Nizozemskem moški niso bistveno zmanjšali časa na trgu dela in je zato tudi njihov čas, namenjen opravljanju neplačanega dela, ostal skorajda nespremenjen. Pri proizvodnji storitev neplačanega dela je izrazit tudi trend premika prvega vrha v poznejša leta kot posledica odločitve o poznejšem starševstvu.

Seštevek neplačanega in plačanega dela je skupno delo, z analizo katerega smo preverjali koncept enake delovne obremenjenosti med spoloma ter obstoj 'dvojnega bremena' žensk (ena 'izmena' na trgu dela in potem še druga 'izmena' doma v obliki neplačanega dela). Na Nizozemskem in v Veliki Britaniji je skupni obseg dela podoben za oba spola, kar pomeni, da je obremenitev žensk in moških podobna. V Italiji ženske sicer opravijo več skupnega dela kot moški, vendar pa so obremenjene predvsem z neplačanim delom. V treh izbranih državah ženske torej ne nosijo 'dvojnega bremena', je pa v Italiji obseg bremena pri ženskah znatno večji kot pri moških.

Proizvodnjo storitev neplačanega dela po starosti dopolnimo s porazdelitvijo potrošnje in neto transferjev. Vzorci potrošnje so si v vseh treh državah zelo podobni. Starostni profil ima obliko črke U, kar pomeni, da je potrošnja storitev neplačanega dela najvišja v mladosti in starosti, posamezniki v delovni starosti pa trošijo najmanj storitev neplačanega dela v celotnem življenjskem ciklu. Razlika med potrošnjo in proizvodnjo so neto transferji storitev neplačanega dela. Le ti se razlikujejo tako med spoloma kot tudi med državami. Medtem ko je v otroštvu velik del potrošnje financiran skozi transferje storitev neplačanega dela, pa se po približno 20. letu starosti vzorci med spoloma začnejo spreminjati. Ženske začnejo proizvajati več kakor trošijo in tako začnejo dajati drugim, medtem ko moški večino svojega življenja prejemajo več kot dajejo. Kulturno in institucionalno okolje držav imata velik vpliv na vzorce neto transferjev. Najbolj izstopa Italija, kjer se tradicionalna delitev vlog med spoloma ter šibka podpora države kaže v močni odvisnosti moških od transferjev storitev neplačanega dela ter ogromnih količinah transferjev, ki jih drugim družinskim članom zagotavljajo ženske. Kljub razlikam med državami pa velja, da nedenarni transferji tečejo v smeri od žensk k moškim ter od prebivalcev v delovni starosti k mladim in (naj)starejšim.

Posamezniki obema oblikama produktivnega dela skupaj (na trgu in doma) namenjajo velik del svojega dneva. Odločitve o razdelitvi časa med plačanim in neplačanim delom se medsebojno prepletajo, zato mora oblikovanje ukrepov ekonomske politike temeljiti tako na analizi vzorcev plačanega kot tudi neplačanega dela. Na primer, reforme, ki spodbujajo večjo udeležbo žensk na trgu dela, morajo upoštevati zmanjševanje časa, ki ga ženske v obliki neplačanega dela namenijo skrbi za otroke, kar je posledično povezano s potrebo po zagotavljanju oskrbe otrok v formalni obliki. Pozornost naj bo namenjena ukrepom in praksam v povezavi s porodniškimi dopusti, varstvom otrok ter prožnimi ureditvami dela, ki ženskam v času starševstva pomagajo pri usklajevanju njihovega družinskega in poklicnega življenja. Vedno pomembnejše je npr. tudi področje dolgotrajne oskrbe, ki v veliki meri poteka v neformalnih oblikah pomoči s strani drugih družinskih članov. Ker je vpogled v preplet plačanega in neplačanega dela trenutno zelo omejen, a hkrati izredno pomemben pri oblikovanju ustreznih reform in ukrepov ekonomske politike, poudarjamo pomembnost nadaljnjega merjenja in preučevanja uporabe časa posameznikov tudi v prihodnje.

LITERATURA IN VIRI

Ahmad, N., & Koh, S. (2011). Incorporating Estimates of Household Production of Non-Market Services into International Comparisons of Material Well-Being. *OECD Statistics Working Paper No. 7*. Najdeno 20. decembra 2015 na spletnem naslovu <http://dx.doi.org/10.1787/5kg3h0jgk87g-en>

Anxo, D., Flood, L., Mencarini, L., Pailhé, A., Solaz, A., & Tanturri, M. L. (2007). Time allocation between work and family over the life-cycle: a comparative gender analysis of Italy, France, Sweden and the United States. *IZA Discussion Paper Series No. 3193*. Najdeno 20. decembra 2015 na spletnem naslovu <http://ftp.iza.org/dp3193.pdf>

Apps, P., & Rees, R. (2005). Gender, time use, and public policy over the life cycle. *Oxford Review of Economic Policy*, 21(3), 439–461.

Becker, G. S. (1965). A Theory of the Allocation of Time. *The Economic Journal*, 75(299), 493–517.

Bettio, F., & Verashchagina, A. (2012). *Long-Term Care for the elderly. Provisions and providers in 33 European countries; European Commission's Expert Group on Gender and Employment Issues (EGGE)*. Luxembourg: Publications Office of the European Union.

Bloom, D. E., & Canning, D. (2005). Global Demographic Change; Dimensions and Economic Significance. *Harvard Initiative for Global Health Working Paper No. 1*. Najdeno 19. decembra 2015 na spletnem naslovu http://www.rientrodolce.org/documenti_riservati/populationandeconomics.pdf

Bloom, D.E., Canning, D., & Fink, G. (2010). Implications of population ageing for economic growth. *Oxford Review of Economic Policy*, 26(4), 583-612.

Burda, M., Hamermesh, D. S., & Weil, P. (2013). Total work and gender: facts and possible explanations. *Journal of Population Economics*, 26(1), 239–261.

Crompton, R., & Lyonette, C. (2006). Work-life 'balance' in Europe. *Acta Sociologica*, 49(4), 379–393.

Dex, S. (2009). Review of future of paid and unpaid work, informal work, homeworking, the place of work in the family (women single parents, workless households), benefits, work attitudes motivation and obligation. *Beyond Current Horizons*. Najdeno 21. decembra 2015 na spletnem naslovu http://www.beyondcurrenthorizons.org.uk/wp-content/uploads/ch4_dexshirely_paidunpaidwork20090116.pdf

Donehower, G. (2014). NTA/CWW Time Use and Gender Workshop [PowerPoint]. Najdeno 21. decembra 2015 na spletnem naslovu http://www.cww-dpru.uct.ac.za/sites/default/files/image_tool/images/74/Workshop_Africa_1_Orientation.pdf

Donehower, G., & Mejía-Guevara, I. (2011). Everybody Works: Gender, Age and Economic Activity. *Predstavljeno junija na European Population Conference 2012, Stockholm, Švedska*. Najdeno 19. decembra 2015 na spletnem naslovu <http://epc2012.princeton.edu/abstracts/120225>

Ehrenberg, G. R., & Smith, S. R. (2011). *Modern Labor Economics Theory and Public Policy*. Boston: Pearson.

Eurostat. (2015a). *Delež mladih, ki živijo s starši, po spolu in narodnosti*. Najdeno 28. decembra 2015 na spletnem naslovu http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=yth_demo_050&lang=en

Eurostat. (2015b). *Povprečna starost žensk ob rojstvu otrok po narodnosti*. Najdeno 22. decembra 2015 na spletnem naslovu <http://ec.europa.eu/eurostat/tgm/table.do?tab=table&init=1&language=en&pcode=tsdde220&plugin=1>

Eurostat. (2015c). *Prebivalstvo dne 1. januarja, po starosti in spolu*. Najdeno 22. decembra 2015 na spletnem naslovu http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=demo_pjan&lang=en

Eurostat. (2015č). *EUROPOP2013 Projekcije prebivalstva*. Najdeno 28. decembra 2015 na spletnem naslovu http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=proj_13npms&lang=en

Eurostat. (2015d). *Stopnje zaposlenosti po spolu in narodnosti*. Najdeno 22. decembra 2015 na spletnem naslovu http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=lfsi_emp_a&lang=en

Fisher, K., & Gershuny, J. (2015). Multinational time use study – User's guide and documentation. *Centre for Time Use Research*. Najdeno 20. novembra 2014 na spletnem naslovu <http://www.timeuse.org/sites/ctur/files/9727/mtus-user-guide-r7-february-2015.pdf>

Francavilla, F., Giannelli, G. C., Grotkowska, G., & Socha, M. W. (2011). Use of time and value of unpaid family care work: a comparison between Italy and Poland. *IZA Discussion Paper Series No. 5771*. Najdeno 20. decembra 2015 na spletnem naslovu <http://ftp.iza.org/dp5771.pdf>

Gál, R. I., Szabó, E., & Vargha, L. (2015). The age-profile of invisible transfers: The true size of asymmetry in inter-age reallocations. *The Journal of the Economics of Ageing*, 5, 98-104.

Giannelli, G. C., Mangiavacchi, L., & Piccoli, L. (2012). GDP and the value of family caretaking: how much does Europe care? *Applied Economics*, 44(16), 2111-2131.

Gimenez-Nadal, J. I., & Sevilla, A. (2012). Trends in time allocation: A cross-country analysis. *European Economic Review*, 56(6), 1338-1359.

Haas, B. (2005). The Work-Care Balance: Is it Possible to Identify Typologies for Cross-National Comparisons? *Current Sociology*, 53(3), 487-508.

Hammer, B., Prskawetz, A., & Freund, I. (2013). Reallocation of Resources Across Age in a Comparative European Setting. *WWWforEurope Working Papers Series No. 13*. Najdeno 21. decembra 2015 na spletnem naslovu http://www.foreurope.eu/fileadmin/documents/pdf/Working_papers/WWWforEurope_WPS_no013_MS12.pdf

Hammer, B., Prskawetz, A., & Freund, I. (2015). Production activities and economic dependency by age and gender in Europe: A cross-country comparison. *The Journal of the Economics of Ageing*, 5, 86-97.

Hill, E. J., Mårtinson, V. K., Ferris, M., & Baker, R. Z. (2004). Beyond the mommy track: The influence of new-concept part-time work for professional women on work and family. *Journal of Family and Economic Issues*, 25(1), 121–136.

Hochschild, A. R. (1997). *The time bind: When work becomes home and home becomes work*. New York: Metropolitan Books.

Hook, J. L. (2006). Care in context: Men's unpaid work in 20 countries, 1965–2003. *American Sociological Review*, 71(4), 639–660.

Kan, M. Y., Sullivan, O., & Gershuny, J. (2011). Gender convergence in domestic work: Discerning the effects of interactional and institutional barriers from large-scale data. *Sociology*, 45(2), 234–251.

Kluge, F. A. (2014). The economic lifecycle by gender-results combining monetary and time use estimates. *Comparative Population Studies*, 39(4), 707–726.

Lewis, J., Knijn, T., Martin, C., & Ostner, I. (2008). Patterns of development in work/family reconciliation policies for parents in France, Germany, the Netherlands, and the UK in the 2000s. *Social Politics: International Studies in Gender, State & Society*, 15(3), 261–286.

Mason, A., & Lee, R. (2011). Population aging at the generational economy: key findings. V Mason, A. & Lee, R. (ur.), *Population Aging and the Generational Economy. A Global Perspective* (str. 3–31). Cheltenham: Edward Elgar Publishing Limited.

Mason, A., Lee, R., Tung, A.-C., Lai, M.-S., & Miller, T. (2006). *Population aging and intergenerational transfers: Introducing age into national accounts*. Cambridge: National Bureau of Economic Research.

Miranda, V. (2011). Cooking, Caring and Volunteering: Unpaid Work Around the World. *OECD Social, Employment and Migration Working Papers, No. 116*. Najdeno 19. decembra 2015 na spletnem naslovu <http://dx.doi.org/10.1787/5kghrjm8s142-en>

OECD. (2011). Pensionable Age and Life Expectancy, 1950-2050. V *Pensions at a Glance 2011: Retirement-income Systems in OECD and G20 Countries* (str. 19-37). Paris: OECD Publishing.

Pascall, G., & Lewis, J. (2004). Emerging Gender Regimes and Policies for Gender Equality in a Wider Europe. *Journal of Social Policy*, 33(3), 373–394.

Plantenga, J., Schippers, J., & Siegers, J. (1999). Towards an equal division of paid and unpaid work: the case of the Netherlands. *Journal of European Social Policy*, 9(2), 99–110.

Reid, M. G. (1934). *Economics of household production*. New York: J. Wiley & Sons.

Sambt, J., Hammer, B., Zannella, M., & Prskawetz, A. (2013). Production and Transfers through Unpaid Work by Age and Gender: A Comparative Analysis of Austria, Italy and Slovenia. *Predstavljeno na European Population Conference 2014, Budimpešta, Madžarska*. Najdeno 19. decembra 2015 na spletnem naslovu <http://epc2014.princeton.edu/papers/140821>

Saraceno, C., & Keck, W. (2008). The institutional framework of intergenerational family obligations in Europe: A conceptual and methodological overview. *Multilinks project Workpackage 1, WZB Berlin*. Najdeno 19. decembra 2015 na spletnem naslovu http://www.multilinks-project.eu/wp-content/uploads/2009/04/Report_Saraceno_Keck_Nov081.pdf

Sobotka, T. (2010). Shifting Parenthood to Advanced Reproductive Ages: Trends, Causes and Consequences. V Tremmel, J. (ur.), *A Young Generation Under Pressure? The financial Situation and the 'Rush Hour' of the Cohorts 1970-1985 in a Generational Comparison* (str. 129-154). Berlin: Springer Verlag.

Southerton, D., & Tomlinson, M. (2005). Pressed for time' – the differential impacts of a 'time squeeze'. *The Sociological Review*, 53(2), 215–239.

Swiebel, J. (1999). Unpaid Work and Policy-making: Towards a Broader Perspective of Work and Employment. *United Nations, Department of Economic and Social Affairs Discussion Paper No. 4*. Najdeno 24. decembra 2015 na spletnem naslovu <http://www.un.org/esa/desa/papers/1999/esa99dp4.pdf>

System of National Accounts. (2009). *System of National Accounts 2008*. New York: European Communities, International Monetary Fund, Organisation for Economic Co-operation and Development, United Nations and World Bank.

United Nations. (2013). *National Transfer Accounts Manual: Measuring and Analysing the Generational Economy*. New York: United Nations.

Vargha, L., Gál, R. I., & Crosby-Nagy, M. O. (2015, 19. december). National Time Transfer Accounts in 15 European countries [Video]. *AGENTA sestanek, Barcelona, Španija*. Najdeno na spletnem naslovu <http://www.ub.edu/ubtv/video/national-time-transfer-accounts-for-selected-eu-member-states>

Zannella, M. (2015). Reallocation of resources between generations and genders in the market and non-market economy. The case of Italy. *The Journal of the Economics of Ageing*, 5, 33-44.

Zagheni, E., & Zannella, M. (2013). The life cycle dimension of time transfers in Europe. *Demographic Research*, 29(35), 937–948.

Zagheni, E., Zannella, M., Movsesyan, G., & Wagner, B. (2015). *A Comparative Analysis of European Time Transfers Between Generations and Genders*. (s.l.): Springer Netherlands.

ZAHVALA

Avtorja sta bila v okviru AGENTA projekta podprta s strani Sedmega okvirnega programa Evropske skupnosti za raziskave, tehnološki razvoj in predstavitvene dejavnosti po pogodbi 613247. Hkrati je članek rezultat dela na raziskovalnem projektu COST Action IS1409, ki ga podpira COST (European Cooperation in Science and Technology, sl. *Evropsko sodelovanje na področju znanosti in tehnologije*).

POVEZAVA AVTENTIČNEGA IN TRANSFORMACIJSKEGA VODENJA Z INOVATIVNIM VEDENJEM SLEDILCEV: MODERACIJSKI VPLIV PSIHOLOŠKEGA OPOLNOMOČENJA

MATEJ GROŠELJ¹, SANDRA PENGER², MATEJ ČERNE³

POVZETEK: Članek preučuje moderacijski vpliv psihološkega opolnomočenja na povezavo avtentičnega in transformacijskega vodenja z inovativnim vedenjem sledilcev. Hipoteze razvijemo in empirično preizkusimo z uporabo multiple regresijske analize na vzorcu 126 zaposlenih v mednarodnem tehnološkem podjetju. Rezultati kažejo, da psihološko opolnomočenje nastopa kot moderator povezave vodenja z inovativnim vedenjem sledilcev tako pri avtentičnem, kot pri transformacijskem vodenju. Prispevek raziskave vidimo v širjenju nabora raziskav o povezovanju vodenja in inovativnosti, primerjavi povezave dveh teorij vodenja z inovativnostjo ter v boljšem razumevanju moderacijskih procesov, s katerimi vodje spodbujajo inovativno vedenje sledilcev. V diskusiji obravnavamo teoretične prispevke, priporočila za prakso, omejitve in priložnosti za prihodnje raziskovanje.

Ključne besede: avtentično vodenje, transformacijsko vodenje, inovativno vedenje sledilcev, psihološko opolnomočenje

JEL klasifikacija: M1; M12

DOI: 10.15458/85451.31

UVOD

V gospodarstvu 21. stoletja, ki ga opredeljujejo konkurenčne in vseskozi spreminjajoče se razmere, sta uspešnost in preživetje organizacij odvisna od sposobnosti za trajno inoviranje (Mumford, Scott, Gaddis, & Strange, 2002). Inovativnost predstavlja glavni dejavnik za uspeh in konkurenčnost organizacij (Palangkaraya, Stierwald, Webster & Jensen, 2010). Carmeli, Meitar in Weisberg (2006) ugotavljajo, da je inovativno vedenje sledilcev (angl. *innovative work behavior*⁴) prepoznano kot eden osnovnih

1 Univerza v Ljubljani, Ekonomska fakulteta, Ljubljana, Slovenija, e-pošta: matej.groselj@ef.uni-lj.si

2 Univerza v Ljubljani, Ekonomska fakulteta, Ljubljana, Slovenija, e-pošta: sandra.penger@ef.uni-lj.si

3 Univerza v Ljubljani, Ekonomska fakulteta, Ljubljana, Slovenija, e-pošta: matej.cerne@ef.uni-lj.si

4 Glede na to, da v slovenskem jeziku ni enovitega prevoda za izraz *innovative work behavior*, predlagamo, ko je govora o povezavi z vodenjem, uporabo izraza "inovativno vedenje sledilcev".

stebrov uspešnih organizacij, zato odkrivanje motivacijskih dejavnikov in aktivatorjev inovativnega vedenja sledilcev pomeni znaten prispevek k razumevanju inovativnosti na ravni posameznika (de Jong & Den Hartog, 2007; Wu, Parker & De Jong, 2014). Raziskovalci prepoznavajo vodenje kot enega izmed najpomembnejših dejavnikov, ki vplivajo na ustvarjalnost in inovativnost (Gumusluoglu & Ilsev, 2009a; Jung, Chow & Wu, 2003; Zacher & Rosing, 2015). Oke, Munshi in Walumbwa (2009) menijo, da vodenje inovativnosti ostaja eden največjih izzivov za sodobne vodje. Gumusluoglu in Ilsev (2009b) ugotavljata, da raste zanimanje o vplivu transformacijskega vodenja na ustvarjalnost in inovativnost. Naraščajoče zanimanje javnosti izkazuje tudi avtentično vodenje, ki je nastalo kot odgovor na politične, družbene in gospodarske pretrse zadnjih dveh desetletij (Dimovski, Penger & Peterlin, 2009; Northouse, 2013).

Narejenih je veliko raziskav o vodenju in tudi vrsta raziskav o inovativnosti, a je bilo doslej narejenega malo v zvezi s preučevanjem povezave med vodenjem in inovativnostjo (Basu & Green, 1997; de Jong & den Hartog, 2007; Mumford et al., 2002; Nederveen Pieterse, van Knippenberg, Schippers & Stam, 2010; Oke, Munshi & Walumbwa, 2009). Kljub izsledkom raziskav, ki govorijo v prid pozitivni vlogi vodje pri spodbujanju inovativnega vedenja sledilcev, smo pri tem priča nekonsistentnosti empiričnih izidov povezave med vodenjem in inovativnostjo (Crossan & Apaydin, 2010; Rosing, Frese & Bausch, 2011). Izsledki raziskav o pozitivnih in negativnih učinkih vodenja na inovativno vedenje sledilcev kažejo, da raziskave, ki gredo dlje od neposrednih povezav, pripomorejo k razumevanju povezave med vodenjem in inovativnostjo (Li, Zhao & Begley, 2015). Mehanizmi ter mejni pogoji, preko katerih vodenje vpliva na inovativno vedenje sledilcev, so manj raziskani (Boerner, Eisenbeiss & van Knippenberg, 2008; Gumusluoglu & Ilsev, 2009a), in predstavljajo pomembno vprašanje v teoriji in praksi managementa (Anderson, Potočnik & Zhou, 2014). Aryee, Walumbwa, Zhou in Hartnell (2012) menijo, da je treba z namenom boljšega razumevanja temeljnih konstruktov in povezav identificirati več mediatorjev in moderatorjev, ki povezujejo vodenje in inovativnost. Raziskovalno praznino identificiramo tudi pri konstrukt vodenja, v okviru katerega se v povezavi z inovativnim vedenjem sledilcev večinoma preučuje transformacijsko vodenje, za ostale teorije je empiričnih izsledkov o povezavi z inovativnim vedenjem sledilcev manj (Hu, Gu & Chen, 2013).

Na osnovi navedenega opredeljujemo cilje pričujočega članka: (1) preučiti vpliv avtentičnega in transformacijskega vodenja na inovativno vedenje sledilcev, upoštevajoč moderacijsko vlogo psihološkega opolnomočenja; (2) raziskati, ali se preučevane posredne povezave vodenja z inovativnim vedenjem sledilcev razlikujejo v primeru različnih teorij vodenja, avtentičnega in transformacijskega; (3) ugotoviti, ali se vloga psihološkega opolnomočenja razlikuje glede na povezavo različnih teorij vodenja, avtentičnega in transformacijskega, z inovativnim vedenjem sledilcev; in (4) osvetliti aktualno akademsko diskusijo o prekrivanju avtentičnega in transformacijskega vodenja. Namen prispevka je zapolnitev v prejšnjem odstavku navedenih akademskih vrzeli. Za doseg zastavljenih ciljev izvedemo kvantitativno analizo podatkov 126-ih zaposlenih v mednarodnem tehnološkem podjetju, ki jih pridobimo s pomočjo spletnih vprašalnikov. Veljavnost raziskovalnega modela najprej ocenimo z uporabo potrditvene

faktorske analize (angl. *confirmatory factor analysis*; CFA) v programu Amos 20. Nato za dodatno preverbo diskriminantne veljavnosti za konstrukta avtentičnega in transformacijskega vodenja izračunamo vrednosti povprečja izločenih varianc (angl. *average variance extracted*; AVE) in ju primerjamo s skupno varianco obeh konstruktov. Postavljeni hipotezi analiziramo s hierarhično regresijsko analizo (angl. *hierarchical regression analysis*). Pri tem uporabimo programski paket IBM SPSS Statistics 20.0. Pri ugotavljanju moderacijskih vplivov sledimo raziskovalcu Dawsonu (2014).

Z raziskovalnimi ugotovitvami pričujočega članka prispevamo k obstoječemu znanju na področju vodenja in inovativnosti na naslednje načine. Prvič, širimo nabor raziskav o povezovanju vodenja in inovativnosti, s čimer naslavljamo klic raziskovalcev po več raziskavah, ki povezujejo omenjeni področji, in sicer konceptualizacijo ter empirično preverbo več specifičnih konstruktov področij vodenja in inovativnosti (de Jong & den Hartog, 2007; Mumford et al., 2002; Nederveen Pieterse et al., 2010). Drugič, članek z vključitvijo psihološkega opolnomočenja prispeva k boljšemu razumevanju mejnih pogojev, v okviru katerih vodje spodbujajo inovativno vedenje sledilcev, kar kot raziskovalno usmeritev predlagajo Aryee et al. (2012), Avolio, Walumbwa in Weber (2009), Gumusluoglu in Ilsev (2009a), Li, Zhao in Begley (2015) ter Nederveen Pieterse et al. (2010). Tretjič, z vključitvijo večih teorij vodenja (avtentičnega in transformacijskega) v povezavo z inovativnim vedenjem sledilcev se odzovemo na ugotovitev raziskovalcev Hu, Gu in Chen (2013), da se v povezavi z inovativnostjo večinoma preučuje transformacijsko vodenje. Četrto, z vključitvijo avtentičnega in transformacijskega vodenja prispevamo k osvetlitvi aktualne tematike o njunem prekrivanju. Petič, po našem vedenju gre za prvo raziskavo v slovenskem akademskem prostoru, ki obravnava moderacijski povezavi dveh teorij vodenja z inovativnim vedenjem sledilcev.

1 TEORETIČNO OZADJE

Organizacije so odvisne od svojih sodelavcev z ustvarjalnimi idejami in naperi (Sousa & Coelho, 2011), saj inovacije izhajajo iz idej, ki prihajajo od posameznikov na delovnem mestu (Patterson, Kerrin & Gatto-Roisard, 2009). Inovativno vedenje sledilcev (angl. *innovative work behavior*) je večdimenzionalen konstrukt, ki zajema vsa vedenja, preko katerih sodelavci prispevajo k procesu inovativnosti (de Jong & Den Hartog, 2007). Definiramo ga kot namerno generiranje, predstavitev in realizacijo novih idej znotraj delovnega mesta, timov ali organizacije (Janssen & Van Yperen, 2004).

Kljub temu, da je malo raziskav o povezavi transformacijskega vodenja z inovativnim vedenjem, obstaja vrsta razlogov, ki govorijo v prid pozitivni povezavi (Afsar, Badir & Bin Saeed, 2014). Raziskovalci (Bass, 1999; Dionne, Chun, Hao, Serban, Yammarino in Spangler, 2012; Luo, Wang, Marnburg in Ogaard, 2016; Northouse, 2013) ga uvrščajo med teorije izjemnega vodenja, ki jih opredeljujejo kot teorije, v okviru katerih sledilci velikokrat dosegajo rezultate nad pričakovanji. Transformacijski vodje tvegajo z novimi načini dela, spreminjajo obstoječe procese in sisteme za dolgoročne koristi in pomagajo sledilcem, da uspešno izkoristijo priložnosti (Pearce & Ensley, 2004). Razvijejo privlačno

vizijo, delujejo kot vzor, poudarjajo inovativnost in individualno obravnavajo svoje sledilce (Bass & Avolio, 1994). Le-te spodbujajo, da preučijo *status quo*, trenutno stanje, in izzovejo lastne vrednote in prepričanja v zameno za razvoj inovacij in/ali novih rešitev za stare probleme (Aryee, et al., 2012; Bass, Avolio, Jung & Berson, 2003; Dionne et al., 2012; Nederveen Pieterse et al., 2010; Northouse, 2013).

Transformacijski vodje spodbujajo inovativno vedenje sledilcev na način, da stremijo h kolektivnim ciljem (Majumdar & Ray, 2011), se učijo in socializirajo za podporo pri implementaciji njihovih idej (Gong, Huang & Farh, 2009). S poudarjanjem smisla in vrednosti delovnih vlog sledilcem izkazujejo svobodo. Spodbujajo njihove intelektualne sposobnosti in jih navdihujejo za ustvarjanje priložnosti, s katerimi sledilci znatno vplivajo na svoje delovne vloge, kar vodi do višjih ravni inovativnega vedenja (Afsar, Badir & Bin Saeed, 2014).

Glede na svoje značilnosti je za spodbujanje ustvarjalnosti in inovativnosti primerno tudi avtentično vodenje (Černe, Jaklič & Škerlavaj, 2013). Gre za konstrukt, ki je v zadnjem desetletju pritegnil zanimanje raziskovalcev (Nyberg & Sveningsson, 2014) in pomeni vodenje v skladu s svojo lastno osebnostjo, vrednotami, prepričanji in obenem širjenje teh vrednot z delovanjem kot vzorom za zaposlene v organizaciji ter spodbujanje njihove osebne in strokovne rasti (Dimovski, Penger & Peterlin, 2009). Avtentični vodje imajo razvito dimenzijo samozavedanja, s čimer se učijo od samega sebe in to uporabijo za razvoj sledilcev (Neider & Schriesheim, 2011). Vodje z višjo ravnijo samozavedanja cenijo in oblikujejo ustvarjalna in inovativna vedenja (Černe, Jaklič & Škerlavaj, 2013). S tem vplivajo na mišljenje sledilcev, njihovo motivacijo in izbor vedenj (Walumbwa, Avolio, Gardner, Wernsing & Peterson, 2008). Ko sledilci ponotranjijo vrednote in prepričanja, ki jih posreduje avtentični vodja, tudi ob pomoči intrinzične motivacije in ob spoznanju, da lahko dosežejo več, kot so prej mislili, prevzamejo iniciativo za lasten pozitiven razvoj in sami delujejo v smeri optimističnega razmišljanja, grajenja samozavesti in ustvarjanja upanja (Avolio & Gardner, 2005). Takšni sledilci so pripravljene tvegati in iščejo različne načine reševanja problemov, ker verjamejo, da njihovi vodje želijo, da se izkažejo (Avolio, Gardner, Walumbwa, Luthans & May, 2004).

Visoko avtentični vodje tako spodbujajo bolj inovativno vedenje sledilcev kot manj avtentični vodje. Ko sledilci vodjo zaznajo kot avtentičnega, izkusijo pozitivna čustva, kot sta pogum in navdušenje. Ti sledilci verjetneje predlagajo inovativne rešitve, imajo večjo samozavest glede njihove implementacije in se lažje soočajo s problemi in priložnostmi (Zhou, Ma, Cheng & Xia 2014). Avtentični vodje izboljšajo tudi pozitivni psihološki kapital sledilcev - njihovo upanje, samozavest, optimizem in prožnost. S tem so sledilci bolj usmerjeni k preizkušanju novih stvari in se ne bojijo neuspeha ali zavrnitve (Černe, Jaklič & Škerlavaj, 2013). Četudi inovacija ne uspe, bodo sledilci, ki delovno okolje zaznavajo kot naklonjeno preizkušanju novih stvari, bolj verjetno ohranili pozitiven odnos do inovativnih vedenj (Vinarski-Peretz, Binyamin & Carmeli, 2011).

Na osnovi pregleda literature delimo raziskave o vodenju in inovativnosti glede na: (1) raven preučevanja: posameznik, tim, organizacija; (2) izide: kljub variaciji empiričnih

izidov glede povezave med vodenjem in inovativnostjo (Crossan & Apaydin, 2010; Rosing, Frese & Bausch, 2011) zasledimo vrsto pozitivnih povezav, na primer: Afsar, Badir in Bin Saeed, 2014; Aryee et al., 2012; Gumusluoglu in Ilsev, 2009b; Jung, Wu & Chow, 2008; Kang, Solomon & Choi, 2015; Li, Zhao in Begley, 2015; Nederveen Pieterse et al., 2010; in Paulsen, Callan, Ayoko in Saunders, 2013; (3) stil vodenja: v povezavi z inovativnim vedenjem sledilcev se večinoma preučuje transformacijsko vodenje, ostali stili manj (Hu, Gu & Chen, 2013); in (4) (ne)posrednost povezave: vodenje in inovativno vodenje sledilcev nastopata v neposredni ali posredni povezavi.

Po oceni raziskovalcev (Rosing, Frese & Bausch, 2011) je neposredna povezava med vodenjem in inovativnostjo malo verjetna, oziroma ne zadošča, saj potrebujemo pojasnjene mediacijske in moderacijske procese, da lahko identificiramo kontekstualne dejavnike, od katerih je odvisen vpliv vodenja na inovativno vodenje sledilcev. Podobno ocenjuje tudi Nederveen Pietersejeva z raziskovalci (2010), ki ne ugotovi neposredne povezave med transformacijskim vodenjem in inovativnim vedenjem posameznika. Meni, da pri preučevanju transformacijskega vodenja in inovativnega vodenja sledilcev obstaja malo raziskav, ki merijo neposredno povezavo, pri čemer so rezultati le-teh mešani: Basu in Green (1997) ugotavljata negativno povezavo, Boerner, Eisenbeiss in Griesser (2007) pozitivno, Moss in Ritossa (2007) ne ugotovita nobenih učinkov.

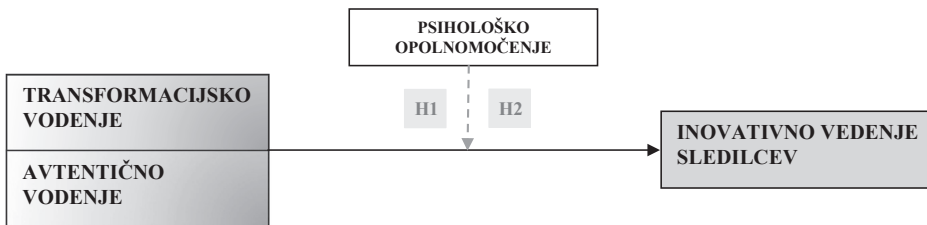
Pojasnilo za nekonsistentne rezultate je lahko v prisotnosti moderacijskih spremenljivk (Nederveen Pieterse et al., 2010), o katerih je v zvezi s transformacijskim vodenjem, podobno kot o mediacijskih mehanizmih, malo znanega (Yukl, 1999). Pomembni so psihološki procesi sledilcev, ki pomagajo prenesti vodjina vedenja v dejanja sledilcev (van Knippenberg, D., van Knippenberg, B., De Cremer & Hogg, 2004). Temu se pridružuje Boernerjeva z raziskovalci (2008), ki ugotavlja, da potrebujemo boljše razumevanje mediacijskih in moderacijskih procesov, s katerimi vodje spodbujajo inovativnost. Navedene vrzeli naslovimo z vključitvijo moderacijskega mehanizma psihološkega opolnomočenja, ki ga v kontekstu povezave avtentičnega in transformacijskega vodenja z inovativnim vedenjem sledilcev preučujemo v nadaljevanju.

Raziskovalci preučujejo tudi prekrivanje avtentičnega in transformacijskega vodenja. Diskutirajo o konceptualni nejasnosti in o potrebi prihodnjega raziskovanja z namenom razjasnitve ločevanja avtentičnega in transformacijskega vodenja (Anderson & Sun, 2015b). Gardner, Cogliser, Davis in Dickens (2011) menijo, da zgodnji opisi in definicije avtentičnega vodenja ne ločijo ustrezno od transformacijskega vodenja. Tako razmišljata tudi Jensen in Luthans (2006), ko za operacionalizacijo avtentičnega vodenja uporabita trditve transformacijskega vodenja iz merskega instrumenta MLQ. Anderson in Sun (2015b) kljub prekrivanju avtentičnega in transformacijskega vodenja ugotavljata, da začetne empirične raziskave kažejo na različnost konstruktov, zato kot priložnost prihodnjega raziskovanja z namenom razjasnitve dileme pozivata k usmerjenemu raziskovanju obeh teorij vodenja. V članku naslovimo klic raziskovalcev in skozi raziskovalni model osvetlimo tudi prekrivanje avtentičnega in transformacijskega vodenja.

2 OBLIKOVANJE KONCEPTUALNEGA MODELA IN RAZVOJ HIPOTEZ

Slika 1 na osnovi doslej navedenega prikazuje konceptualni model posredne povezave vodenja z inovativnim vedenjem sledilcev, ki ga pojasnjujemo v nadaljevanju.

Slika 1: *Konceptualni model posredne povezave vodenja z inovativnim vedenjem sledilcev*



Široko zanimanje za psihološko opolnomočenje prihaja v času, ko globalna konkurenca in spremembe zahtevajo pobudo in inovativnost zaposlenih (Spreitzer, 1995). Raziskovalca Thomas in Velthouse (1990) ter Spreitzerjeva (1995) psihološko opolnomočenje opišejo kot motivacijski konstrukt, ki ga opredeljujejo štiri dimenzije: (1) pomen: vrednost, ki jo posameznik pripisuje delovnim ciljem in vlogam na osnovi njegovih idealov ali standardov; (2) kompetentnost: prepričanje posameznika o njegovih sposobnostih, da aktivnosti izvede s svojimi veščinami; (3) učinek: stopnja, do katere lahko posameznik vpliva na strateške, administrativne ali operativne delovne izide; in (4) samoodločanje: občutek svobode in možnosti izbire pri odločanju na delovnem mestu. Naštete dimenzije odražajo aktivno usmeritev delovnega mesta, v okviru katere posameznik želi in se čuti zmožnega oblikovati delovno vlogo in kontekst (Spreitzer, 1995).

Pozitivne oblike vodenja povečajo percepcije zaposlenih o psihološkem opolnomočenju zaradi pomembne vloge, ki jo imajo vodje pri oblikovanju izkušenj sledilcev (Liden, Sparrowe & Wayne, 1997 in Yukl, 2010, v Seibert, Wang & Courtright, 2011). Transformacijski vodje ustvarijo okolje brez neposrednega nadzora ali posredovanja, s čimer prispevajo k spodbujanju inovativnega vedenja sledilcev (Houghton & Yoho, 2005). Seibert, Wang in Courtright (2011) v meta-analizi psihološkega opolnomočenja in opolnomočenja timov v okviru pozitivnih oblik vodenja navajajo tudi transformacijsko in avtentično vodenje. Povezavo med avtentičnim vodenjem in psihološkim opolnomočenjem potrjujejo raziskave (na primer Walumbwa et al., 2008; Wong & Cummings, 2009). Jung, Chow in Wu (2003) ugotavljajo, da transformacijsko vodenje izkazuje značilno in pozitivno povezavo s psihološkim opolnomočenjem in inovativnostjo. Transformacijski vodje poudarjajo sodelovanje, kolektivno izpolnjevanje nalog, učenje z deljenjem izkušenj in nadzor ter svobodo pri odločanju, kar spodbuja sodelovanje sledilcev pri generiranju in implementaciji idej. Z osebno obravnavo sledilcev in usmerjenostjo k razvoju ter udejanjanju ciljev jih psihološko opolnomočijo. Slednje z omogočanjem celovitega motivacijskega mehanizma pojasnjuje povezave med transformacijskim vodenjem in z delovnim mestom povezanimi vedenji sledilcev.

Sledilci se morajo čutiti psihološko opolnomočene, da verjamejo v svoje sposobnosti delovanja po inspiraciji transformacijskih vodij (Nederveen Pieterse et al., 2010). Transformacijski vodje jih sicer lahko naredijo željne inovativnosti, a se morajo sledilci hkrati tudi čutiti sposobne inoviranja, da se lahko začnejo vesti inovativno. Takšni sledilci se čutijo psihološko opolnomočene, ker razumejo pričakovanja organizacije in so bolj pripravljeni, da svoje veščine in vedenja uskladijo z zahtevami organizacije in pričakovano uspešnostjo (Afsar, Badir & Bin Saeed, 2014). Ker imajo sledilci večjo svobodo in možnost odločanja, izkazujejo tudi večje ravni zavzetosti v ustvarjalnem procesu (Volmer, Spurk & Niessen, 2012). Intrinzična motivacija sledilcev je kot posledica psihološkega opolnomočenja ključnega pomena za ustvarjalne naloge in inovativno vedenje zaposlenih (Hennessey & Amabile, 2010). To pomeni, da transformacijsko vodenje sledilcev z visoko ravnijo psihološkega opolnomočenja vodi do bolj inovativnega vedenja. Na drugi strani je transformacijsko vodenje sledilcev z nizko ravnijo psihološkega opolnomočenja manj učinkovito, saj sledilci ne verjamejo v svoje sposobnosti prevzemanja pobude. Transformacijsko vodenje je bolj učinkovito v spodbujanju inovativnega vedenja sledilcev ob visokih, kot pa ob nizkih ravneh psihološkega opolnomočenja (Nederveen Pieterse et al., 2010).

Na osnovi zapsanega oblikujemo hipotezo H1:

H1: *Psihološko opolnomočenje je moderator povezave med transformacijskim vodenjem in inovativnim vodenjem sledilcev, in sicer na način, da je vpliv transformacijskega vodenja na inovativno vodenje sledilcev močnejši, ko so ravni psihološkega opolnomočenja višje.*

Psihološko opolnomočenje je prepoznano kot mehanizem, preko katerega avtentični vodje vplivajo na sledilce. Avtentični vodje stremijo k opolnomočenju sledilcev, s čimer ustvarjajo visokokakovostne odnose, ki temeljijo na načelih družbene in ne ekonomske izmenjave (Illies, Morgeson & Nahrgang, 2005). Spreitzerjeva (1996) ugotavlja, da sledilci vodij, ki spodbujajo vključujočo klimo in so pripravljeni deliti informacije, kar so lastnosti avtentičnih vodij, izkazujejo višje ravni psihološkega opolnomočenja. Bolj avtentični vodje skozi svoje ponotranjene moralne perspektive in uravnoteženo procesiranje sledilcem posredujejo bolj konstruktivne odzive, ključen dejavnik opolnomočenja.

Tudi Zhu, May in Avolio (2004) povezujejo avtentičnost vodjes psihološkim opolnomočenjem. Avtentični vodje spoštujejo sledilce, zaradi česar le-ti občutijo močnejši pomen svojega dela, ene izmed štirih ključnih dimenzij psihološkega opolnomočenja. Sledilci avtentičnih vodij se zaznavajo kot avtonomne pri odločitvah, kar je pomembna dimenzija psihološkega opolnomočenja (Shapira-Lishchinsky & Tsemach, 2014). Opolnomočeni sledilci svojemu delu pripisujejo pomen in so intrinzično motivirani, kar spodbuja njihovo inovativno vedenje (Krishnan, 2012; Laschinger, Finegan, Shamian & Wilk, 2004). Psihološko opolnomočenje prispeva k inovativnemu vodenju z dvigovanjem zavedanja, pripadnosti in vključenosti sledilcev (Damanpour, 1991). Spodbuja spremembe in inovativno vedenje zaposlenih je po definiciji usmerjeno k spremembam (Conger & Kanungo, 1988). Zaradi tega pričakujemo, da bo avtentično vodenje bolj učinkovito v spodbujanju inovativnega vedenja sledilcev ob visokih, kot pa ob nizkih ravneh psihološkega opolnomočenja.

Na osnovi zapisanega oblikujemo hipotezo H2:

H2: *Psihološko opolnomočenje je moderator povezave med avtentičnim vodenjem in inovativnim vedenjem sledilcev, in sicer na način, da je vpliv avtentičnega vodenja na inovativno vedenje sledilcev močnejši, ko so ravni psihološkega opolnomočenja višje.*

3 METODOLOGIJA

3.1 Vzorec in zajem podatkov

Podatke za kvantitativno raziskavo zberemo novembra in decembra 2015. Uporabimo spletne vprašalnike, ki jih izpolnijo zaposleni preučevanega mednarodnega tehnološkega podjetja z več kot 1.000 zaposlenimi. Podjetje obstaja več kot 25 let, prisotno je v 11 državah in deluje na trgu celovitih rešitev informacijske tehnologije. Več kot polovico prihodkov ustvarijo na trgih zahodne Evrope in v ZDA. Vzorčni okvir predstavljajo e-poštni kontakti redno zaposlenih oseb. K sodelovanju povabimo celotno populacijo znotraj okvira, ki ima e-poštni naslov. Podatke o odvisnih in neodvisnih spremenljivkah zberemo od zaposlenih, ki ocenjujejo raven posameznika.

Vprašalniki so v izogib napake uporabe zgolj ene metode, kot to priporočajo Podsakoff MacKenzie, Lee & Podsakoff (2003), izpolnjevani ločeno in v razmaku 21 dni. Znotraj posameznega kroga izpolnjevanja kadrovskega oddelka podjetja večkrat opomni in povabi zaposlene k izpolnjevanju. Za ujemanje obeh vprašalnikov uporabimo instrument samogenerirane identifikacijske kode, ki raziskovalcu omogoči, da skozi čas zbere odgovore različnih vprašalnikov istega respondenta in pri tem še vedno ohrani njegovo anonimnost. Vsak respondent na osnovi napotil določi identifikacijsko kodo, ki jo nato uporabi v obeh vprašalnikih. Prvi vprašalnik zajema izbrane merske instrumente avtentičnega vodenja, transformacijskega vodenja in psihološkega opolnomočenja. V celoti ga izpolni 191 zaposlenih. Drugi vprašalnik vključuje merski instrument inovativnega vedenja sledilcev. V celoti ga izpolni 170 zaposlenih. V programu SPSS 20.0 nato podatke razvrstimo glede na ujemanje identifikacijskih kod respondentov, na osnovi česar pridobimo končni vzorec. Ta vključuje 126 zaposlenih, kar predstavlja 21 % stopnjo odziva.

3.2 Merski instrumenti

Za posamezne konstrukte izberemo merske instrumente, ki so v znanstvenem okolju: (1) uveljavljeni: razvijejo in / ali uporabljajo jih ključni avtorji posameznih preučevanih področij ter imajo ustrezne psihometrične lastnosti; (2) pogosto uporabljani: znanstveni prispevki, ki obravnavajo razvoj merskih instrumentov, so gosto citirani; in (3) aktualni: predmetne merske instrumente uporabljajo tudi najnovejše raziskave.

3.2.1 Avtentično vodenje

V pričujočem prispevku glede opredelitve avtentičnega vodenja sledimo Avoliju z raziskovalci (2009), ki povzema štiri ključne dejavnike avtentičnega vodenja. Pri merskem instrumentu zato izberemo ALI (angl. *Authentic Leadership Inventory*) raziskovalcev Neider & Schriesheim (2011), ki vključuje 16 trditev.

Primeri trditev so: (1) *samozavedanje*: "Moj neposredni vodja se jasno zaveda vpliva, ki ga ima na druge"; (2) *transparentnost odnosov*: "Moj neposredni vodja prizna napake, ko se te zgodijo"; (3) *uravnoteženo procesiranje*: "Moj neposredni vodja objektivno analizira relevantne podatke, preden sprejme odločitev; in (4) *ponotranjena moralna perspektiva*: "Mojega neposrednega vodjo pri dejanjih vodijo notranji moralni standardi." Trditve so ocenjene na 5-stopenjski lestvici, pri čemer 1 pomeni močno nestrinjanje, 5 pa močno strinjanje. Cronbachova α , ki meri zanesljivost omenjenega merskega instrumenta, pa znaša 0,94.

3.2.2 Transformacijsko vodenje

Za merjenje transformacijskega vodenja izberemo MLQ (angl. *Multifactor Leadership Questionnaire*) raziskovalcev Bass & Avolio (1995), ki v različnih oblikah velja za največkrat uporabljan merski instrument tega konstrukta (Anderson & Sun, 2015a; Northouse, 2013). Ker instrument meri tudi transakcijsko in laissez-faire vodenje, uporabimo 20 trditev, ki se nanašajo na transformacijsko vodenje.

Navajamo primere trditev izbrane različice MLQ 5X-Short po posameznih komponentah: (1) *idealizirani vpliv (lastnosti)*: "Moj neposredni vodja gre preko osebnih interesov za dobro skupine"; (2) *idealizirani vpliv (vedenja)*: "Moj neposredni vodja upošteva moralne in etične posledice odločitev"; (3) *inspiracijska motivacija*: "Moj neposredni vodja govori optimistično o prihodnosti"; (4) *intelektualna stimulacija*: "Moj neposredni vodja pri reševanju problemov išče različne perspektive"; in (5) *individualizirana obravnava*: "Moj neposredni vodja pomaga drugim, da razvijejo svoje vrline". Trditve so ocenjene na 5-stopenjski lestvici, pri čemer 1 pomeni močno nestrinjanje, 5 pa močno strinjanje. Cronbachova α omenjenega merskega instrumenta znaša 0,96.

3.2.3 Inovativno vedenje sledilcev

Za merjenje inovativnega vedenja sledilcev uporabimo instrument de Jonga in den Hartogove (2010) z desetimi vprašanji. Pri tem prilagodimo vprašanja, da se nanašajo na samoocenjevanje sledilcev. Primeri vprašanj so: (1) "Kako pogosto iščete priložnosti, da bi izboljšali stvari?"; in (2) "Kako pogosto iščete nove pristope k izvajanju aktivnosti?" Trditve so ocenjene na 5-stopenjski lestvici, pri čemer 1 pomeni nikoli, 5 pa vedno. Cronbachova α za merski instrument inovativnega vedenja sledilcev znaša 0,89.

3.2.4 Psihološko opolnomočenje

Za merjenje psihološkega opolnomočenja izberemo instrument Spreitzerjeve (1995) z 12 trditvami, ki meri zaznavanje opolnomočenja s strani sledilcev in temelji na dimenzijah pomena, učinka, kompetentnosti in samoodločanja. Primeri trditve instrumenta Spreitzerjeve (1995) so: (1) *pomen*: "Delo, ki ga opravljam, mi veliko pomeni."; (2) *učinek*: "Imam velik nadzor nad tem, kar se dogaja v mojem oddelku."; (3) *kompetentnost*: "Obvladam večšine, potrebne za moje delo."; in (4) *samoodločanje*: "Imam znatno svobodo pri tem, kako opravljam svoje delo." Trditve so ocenjene na 7-stopenjski lestvici, pri čemer 1 pomeni zelo močno nestrinjanje, 7 pa zelo močno strinjanje. Cronbachova α omenjenega merskega instrumenta znaša 0,88.

3.2.5 Kontrolne spremenljivke

Med kontrolne spremenljivke pri merjenju na ravni posameznika vključimo spol, starost, izobrazbeno raven, število let sodelovanja s trenutnim vodjo, število let na trenutnem delovnem mestu, zaupanje in naziv trenutnega delovnega mesta. Raziskovalci navedene spremenljivke vidijo kot napovedovalce inovativnega vedenja: (1) spol: Ang, Van Dyne in Begley (2003); (2) starost: Ng in Feldman (2008); Rizzuto (2011); (3) izobrazbena raven: Amabile in Conti (1999); (4) število let sodelovanja s trenutnim vodjo: Wang in Cheng (2010); (5) število let na trenutnem delovnem mestu: Nederveen Pieterse et al. (2010); in (6) zaupanje: Dirks & Ferrin (2001); Scott & Bruce (1994).

Zaupanje vpliva na učinkovitost in kakovost sodelovanja med člani organizacije, kar je ključnega pomena v hitro spreminjajočem se okolju, kjer sta prisotna večja kompleksnost in negotovost (Hsieh & Wang, 2015). Rousseau, Sitkin, Burt in Camerer (1998) ga definirajo kot psihološko stanje, ki sprejema ranljivost posameznika na osnovi pozitivnih pričakovanj o namenih drugih. Zaupanje merimo s prilagojenim instrumentom raziskovalca Dirksa (2000) z 9 trditvami zaupanja v vodjo. Instrument upošteva tako čustvene, kot tudi kognitivne vidike zaupanja. Primera trditve sta: "Če bi delil svoje probleme z neposrednim vodjo, vem, da bi se slednji odzval konstruktivno in s skrbnostjo." In "Če bi neposredni vodja zamenjal službo, bi (jaz) občutil izgubo." Trditve so ocenjene na 7-stopenjski lestvici, pri čemer 1 pomeni zelo močno nestrinjanje, 7 pa zelo močno strinjanje. Cronbachova α merskega instrumenta zaupanja znaša 0,93.

4 REZULTATI

4.1 Opisne statistike

Med 126 respondenti je 70,6 % moških in 29,4 % žensk. Prevladujejo respondenti, stari od 35 do 44 let, ki predstavljajo več kot 40 % delež v celotni starostni strukturi. Ugotovljamo, da je več kot tri četrtine respondentov (76,2 %) starih od 25 do 44 let. Pridružujemo se Jungu z raziskovalci (2008), ki v svoji raziskavi beleži 86 % respondentov, starih od 30 do 50 let, in ugotovljenemu demografskemu profilu pripisuje ustrezno kvalificiranost za

odgovarjanje na vprašanja o vodenju in inovativnosti, postavljena v anketnem vprašalniku. Več kot polovica respondentov (50,8 %) ima fakultetno diplomu. Več kot četrtnina (25,4 %) ima končano visoko šolo, 19 % magisterij. 70,6 % respondentov je diplomiralo ali doseglo višjo izobrazbo. Nadalje ugotavljamo, da skoraj dve tretjini respondentov (62,7 %) s svojim neposrednim vodjo sodeluje največ 3 leta. Več kot polovica (55,6 %) so na trenutnem delovnem mestu 4 leta ali manj, za 81 % velja 8 let ali manj, za 90,5 % pa 12 let ali manj.

Tabela 1 prikazuje opisne statistike za vse spremenljivke, analizirane v pričujoči raziskavi. Respondenti v povprečju najbolj (absolutno in relativno) ocenijo zaupanje (5,83), ki obenem izkazuje največjo razpršenost ocen, nato z majhno medsebojno razliko v ocenah sledijo avtentično vodenje, psihološko opolnomočenje in transformacijsko vodenje (povprečne ocene od 3,82 do 3,93). Najslabšo povprečno oceno dosega inovativno vodenje sledilcev (3,41). Korelacijski koeficienti med merjenimi spremenljivkami so večinoma šibko ali zmerno pozitivni, saj se gibljejo med 0,2 in 0,4. Izpostavljamo močno pozitivno korelacijo med avtentičnim in transformacijskim vodenjem (0,85, pri stopnji značilnosti $p < 0,01$), s čimer se pridružujemo razpravam v akademskem svetu o prekrivanju avtentičnega in transformacijskega vodenja (Anderson & Sun, 2015b; Neider & Schriesheim, 2011).

Nadalje ugotavljamo, da je psihološko opolnomočenje pozitivno in statistično značilno povezano z ostalimi konstrukti (pri stopnji značilnosti $p < 0,01$). Avtentično in transformacijsko vodenje sta šibko pozitivno povezana z inovativnim vodenjem posameznika (pri stopnji značilnosti $p < 0,05$). Med kontrolnimi spremenljivkami je število let delovanja na trenutnem položaju zmerno do močno pozitivno povezano s številom let sodelovanja s trenutnim vodjo (pri stopnji značilnosti $p < 0,01$) in nekoliko šibkeje s starostjo (pri stopnji značilnosti $p < 0,05$), pri čemer je oboje pričakovano. Število let sodelovanja s trenutnim vodjo je pozitivno in statistično značilno povezano s psihološkim opolnomočenjem (pri stopnji značilnosti $p < 0,01$). Sklepamo lahko, da daljše, ko je sodelovanje z vodjo, bolj psihološko opolnomočen je sledilec. Zaupanje močno pozitivno korelira z avtentičnim (0,79, pri stopnji značilnosti $p < 0,01$) in transformacijskim vodenjem (0,74, pri stopnji značilnosti $p < 0,01$).

Tabela 1: *Povprečja, standardni odkloni in korelacije*^a

Spremenljivka	M	SD	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1 Starost ^b	2.69	.83	-								
2 Izobrazba ^b	2.87	.79	-.16	-							
3 Število let sodelovanja s trenutnim vodjo ^c	3.58	3.40	.23*	-.15	-						
4 Število let delovanja na trenutnem položaju ^d	5.23	4.61	.47**	-.19*	.57**	-					
5 Avtentično vodenje (AL)	3.87	.55	-.16	-.05	-.08	-.14	(.94)				
6 Transformacijsko vodenje (TL)	3.82	.62	-.15	-.02	-.06	-.12	.85**	(.96)			
7 Inovativno vedenje sledilcev	3.41	.56	.11	.06	-.02	-.07	.20*	.20*	(.89)		
8 Psihološko opolnomočenje	3.83	.51	.14	-.08	.25**	.07	.32**	.31**	.33**	(.88)	
9 Zaupanje	5.83	.96	-.14	-.02	-.04	-.22*	.79**	.74**	.13	.27**	(.93)

^a n = 126; Cronbachove α so v oklepajih na diagonali; M = povprečje; SD = standardni odklon; ** $p < .01$, * $p < .05$

^b Povprečji za starost in izobrazbo sta izračunani kot tehtani povprečji razredov.

^c n = 108.

^d n = 112.

4.2 Potrditvena faktorska analiza

Veljavnost raziskovalnega modela najprej ocenimo z uporabo potrditvene faktorske analize v programu Amos 20. CFA razlaga, kako dobro spremenljivke merijo ustrezne pripadajoče konstrukte. Rezultati kažejo, da štiri-faktorski model drugega reda za avtentično vodenje, transformacijsko vodenje, psihološko opolnomočenje ter inovativno vedenje dobro ustreza podatkom glede indikatorjev ujemanja modela ($\chi^2/df = 2,81$; NNFI = 0,93; CFI = 0,96; RMSEA = 0,09). Vse spremenljivke in konstrukti presegajo mejo 0,50 za konvergentno veljavnost, saj se njihove popolnoma standardizirane uteži faktorjev razprostirajo od 0,56 do 0,97. Omenjen model ima značilno boljše ujemanje s podatki kot bolj jedrnat tri-faktorski model, kjer trditve za merjenje avtentičnega in transformacijskega vodenja združimo na en skupen konstrukt drugega reda ($\chi^2/df = 3,34$; NNFI = 0,88; CFI = 0,91; RMSEA = 0,14).

Da še dodatno preverimo diskriminantno veljavnost, za konstrukta avtentičnega vodenja in transformacijskega vodenja izračunamo vrednost povprečja izločenih varianc (AVE) ter vrednosti primerjamo s skupno varianco obeh konstruktov (merjeno s kvadratnim korenem korelacijskega koeficienta med konstruktoma). Vrednost AVE za avtentično vodenje je 0,73, za transformacijsko vodenje pa 0,75, kar je le malo več od skupne variance med konstruktoma (0,72). To sicer nakazuje na diskriminantno veljavnost med transformacijskim in avtentičnim vodenjem, a je potrebno biti pozoren na potencialno prekrivanje med konstruktoma.

4.3 Preverjanje hipotez

V pričujoči članek kot moderacijski mehanizem v okviru hipotez H1 in H2 vključimo konstrukt psihološkega opolnomočenja. Za preizkušanje hipotez izvedemo hierarhično regresijsko analizo z uporabo centriranih spremenljivk. V prvi model vključimo kontrolne spremenljivke in transformacijsko vodenje kot neodvisno spremenljivko. Drugi regresijski model poleg kontrolnih spremenljivk vključuje avtentično vodenje kot neodvisno spremenljivko. Tretji regresijski model prvemu dodaja interakcijsko spremenljivko za moderacijo povezave transformacijskega vodenja in inovativnega vedenja sledilcev, v četrtega pa na osnovi drugega modela vnesemo interakcijsko spremenljivko za moderacijo povezave avtentičnega vodenja in inovativnega vedenja sledilcev.

Tabela 2: Rezultati hierarhične regresijske analize za inovativno vodenje sledilcev kot odvisno spremenljivko ^a

	Model 1	Model 2	Model 3	Model 4
Starost	.24* (.08)	.25* (.08)	.23* (.08)	.24* (.08)
Spol	-.02 (.12)	-.04 (.12)	.02 (.12)	-.02 (.12)
Izobrazba	.13 (.07)	.14 (.07)	.15 (.07)	.16 [†] (.07)
Število let sodelovanja s trenutnim vodjo	.01 (.02)	.02 (.02)	.01 (.02)	.01 (.02)
Število let delovanja na trenutnem položaju	-.23 [†] (.02)	-.24 [†] (.02)	-.21 [†] (.02)	-.22 [†] (.02)
Povprečje zaupanje	-.18 (.09)	-.25 (.09)	-.26 [†] (.08)	-.36* (.09)
Povprečje_psihološko_opolnomočenje	.32** (.12)	.31** (.12)	.26* (.12)	.27** (.12)
Povprečje_transformacijsko_vodenje	.17 (.13)		.27 [†] (.13)	
Povprečje_avtentično_vodenje		.26 (.17)		.33* (.16)
<i>Interakcijski učinki</i>				
TL_c x Opolnomočenje_c			-.29** (.16)	
AL_c x Opolnomočenje_c				-.30** (.14)
R ²	.19	.20	.26	.28
F (df)	2.709 (95)	2.905 (95)	3.692 (94)	4.095 (94)

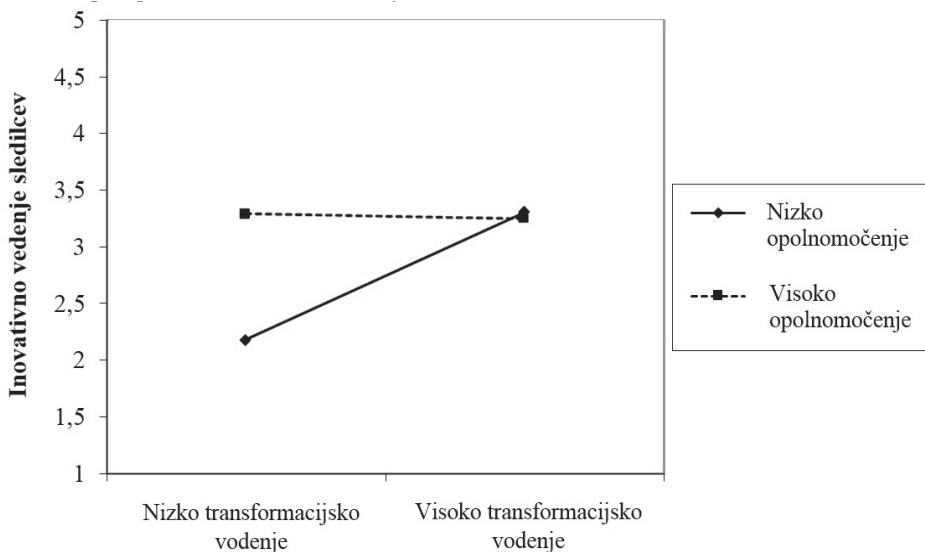
^an=126; standardne napake so v oklepajih, poleg standardiziranih koeficientov (β); [†] $p < .01$, * $p < .05$, [†] $p < .10$

Rezultati regresijske analize v prvem in drugem modelu (pred upoštevanjem interakcijskih učinkov) kažejo pozitivno in statistično značilno povezavo starosti in psihološkega opolnomočenja z inovativnim vedenjem sledilcev. Avtentično in transformacijsko vodenje nista povezana z inovativnim vedenjem sledilcev, kar podpira argument raziskovalcev (Nederveen Pieterse et al., 2010), naj na povezavo med vodenjem in inovativnim vedenjem ne gledamo kot na neposredni glavni učinek. Modela 3 in 4, ki

vključujeta psihološko opolnomočenje kot moderator transformacijskega vodenja (Model 3) in avtentičnega vodenja (Model 4), izkazujeta znatno dodano vrednost v primerjavi z modeloma neposrednih učinkov.

Rezultati opravljene moderacijske regresijske analize v tretjem modelu kažejo pozitivno in statistično značilno povezavo psihološkega opolnomočenja ($\beta = 0,263$ pri stopnji značilnosti $p = 0,011$) in starosti ($\beta = 0,226$ pri stopnji značilnosti $p = 0,030$) z inovativnim vedenjem sledilcev. Rezultati opravljene moderacijske regresijske analize Modela 3 kažejo prisotnost moderacijskega učinka psihološkega opolnomočenja na povezavo transformacijskega vodenja z inovativnim vedenjem sledilcev ($b = -0,501$; $\beta = -0,291$ pri stopnji značilnosti $p = 0,003$). Daljica enostavnih naklonov (angl. *simple slope line*), ki upodablja visoke ravni psihološkega opolnomočenja, je značilna pri stopnji značilnosti $p = 0,001$. Interakcijo med transformacijskim vodenjem in psihološkim opolnomočenjem sledilcev pri vplivu na inovativno vedenje sledilcev prikazujemo v Sliki 2.

Slika 2: Interakcija med transformacijskim vodenjem in psihološkim opolnomočenjem sledilcev pri vplivu na inovativno vedenje sledilcev



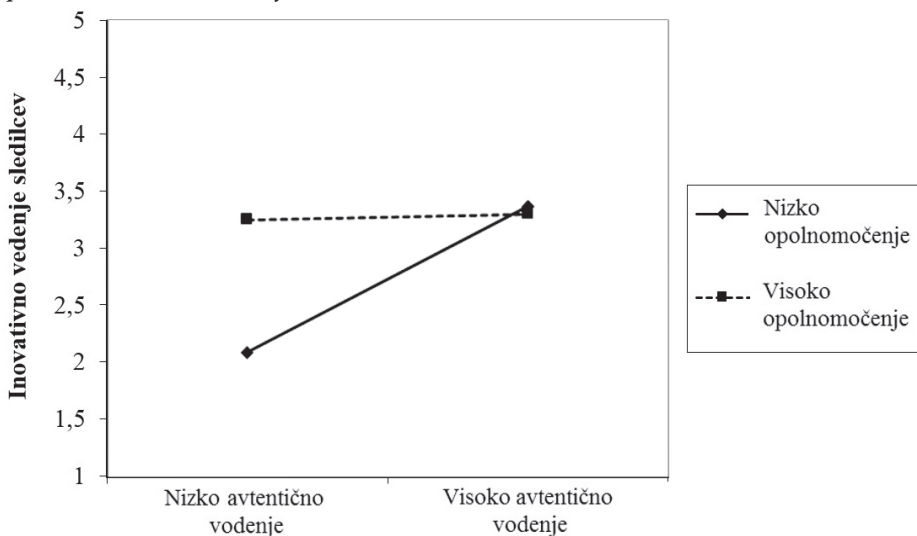
Vir: Lastna raziskava

Na osnovi Slike 2 ugotavljamo najvišje ravni inovativnega vedenja sledilcev, ko so ravni psihološkega opolnomočenja visoke. Opolnomočeni sledilci se takrat vedejo inovativno ne glede na raven transformacijskega vodenja, kar prikazuje neznatno nagnjena daljica enostavnih naklonov. Pomen transformacijskega vodenja za inovativno vedenje sledilcev je medtem izražen pri nizkih ravneh psihološkega opolnomočenja. V tem primeru višje ravni transformacijskega vodenja vodijo k bolj inovativnemu vedenju sledilcev. Hipotezo H1, ki pravi, da je psihološko opolnomočenje moderator povezave med transformacijskim vodenjem in inovativnim vedenjem sledilcev, in sicer na način,

da je vpliv transformacijskega vodenja na inovativno vedenje sledilcev močnejši, ko so ravni psihološkega opolnomočenja višje, potrdimo, ko gre za nizke in srednje ravni transformacijskega vodenja. Višje, ko so ravni transformacijskega vodenja, manj pripomore psihološko opolnomočenje k višji ravni inovativnega vodenja sledilcev.

V okviru četrtega modela rezultati opravljene moderacijske regresijske analize kažejo pozitivno in statistično značilno povezavo psihološkega opolnomočenja ($\beta = 0,272$ pri stopnji značilnosti $p = 0,007$), avtentičnega vodenja ($\beta = 0,334$ pri stopnji značilnosti $p = 0,031$) in starosti ($\beta = 0,241$ pri stopnji značilnosti $p = 0,019$) z inovativnim vedenjem sledilcev. Zaupanje je z inovativnim vedenjem povezano negativno ($\beta = -0,355$ pri stopnji značilnosti $p = 0,021$). Rezultati opravljene moderacijske regresijske analize Modela 4 kažejo prisotnost moderacijskega učinka psihološkega opolnomočenja na povezavo avtentičnega vodenja z inovativnim vedenjem sledilcev ($b = -0,460$; $\beta = -0,305$ pri stopnji značilnosti $p = 0,001$). Daljica enostavnih naklonov, ki upodablja visoke ravni psihološkega opolnomočenja, je značilna pri stopnji značilnosti $p = 0,001$. Interakcijo med avtentičnim vodenjem in psihološkim opolnomočenjem sledilcev pri vplivu na inovativno vedenje sledilcev prikazujemo v Sliki 3.

Slika 3: Interakcija med avtentičnim vodenjem in psihološkim opolnomočenjem sledilcev pri vplivu na inovativno vedenje sledilcev



Vir: Lastna raziskava

Tudi v primeru interakcije med avtentičnim vodenjem in psihološkim opolnomočenjem sledilcev pri vplivu na inovativno vedenje sledilcev ugotavljamo podobno kot v primeru transformacijskega vodenja. Opolnomočeni sledilci se vedejo najbolj inovativno, ko so ravni psihološkega opolnomočenja visoke, pri čemer raven avtentičnega vodenja ni pomembna, kar prikazuje neznatno nagnjena daljica enostavnih naklonov. Pomen avtentičnega vodenja za inovativno vedenje sledilcev je izražen pri nizkih ravneh

psihološkega opolnomočenja. V tem primeru višje ravni avtentičnega vodenja vodijo k bolj inovativnemu vedenju sledilcev. Hipotezo H2, ki pravi, da je psihološko opolnomočenje moderator povezave med avtentičnim vodenjem in inovativnim vedenjem sledilcev, in sicer na način, da je vpliv avtentičnega vodenja na inovativno vedenje sledilcev močnejši, ko so ravni psihološkega opolnomočenja višje, potrdimo, ko gre za nizke in srednje ravni avtentičnega vodenja. Vpliv psihološkega opolnomočenja na inovativno vedenje sledilcev se manjša z višanjem ravni avtentičnega vodenja.

5 DISKUSIJA

Empirični dokazi o povezavi transformacijskega vodenja z inovativnim vedenjem so redki in nekonsistentni (Nederveen Pieterse et al., 2010). S pričujočo raziskavo osvetlimo to povezavo (in povezavo avtentičnega vodenja) s preučevanjem psihološkega opolnomočenja sledilcev kot moderatorja. Ugotavljamo, da psihološko opolnomočenje nastopa kot moderator povezave vodenja z inovativnim vedenjem sledilcev tako pri avtentičnem, kot tudi pri transformacijskem vodenju.

5.1 Teoretični prispevki

Moderacijske regresije kažejo, da je psihološko opolnomočenje kot moderator prisotno tako v primeru avtentičnega, kot transformacijskega vodenja. Najvišje ravni inovativnega vodenja so v obeh primerih dosežene, ko je psihološko opolnomočenje visoko. Inovativno vedenje sledilcev se v primeru visokih ravni psihološkega opolnomočenja izkaže kot neobčutljivo na spremembe v ravneh tako avtentičnega, kot transformacijskega vodenja. Vloga obeh teorij vodenja se kaže v primeru nizkih ravni psihološkega opolnomočenja, ko višje ravni avtentičnega in transformacijskega vodenja vodijo k bolj inovativnemu vedenju sledilcev.

Izsledke raziskave interpretiramo na način, da se zaposleni čutijo bolj opolnomočene, ko so avtentični in transformacijski vodje manj vključeni v odnos s sledilci. Ne vključenost vodij dovoli sodelavcem, da se čutijo spoštovane in avtonomno motivirane (Yang, 2015) in je pozitivno povezana z nagnjenostjo sodelavcev k inoviranju, saj prispeva k okolju, ki spodbuja inovativnost (Ryan & Tipu, 2013) in dopušča sodelavcem, da imajo kontrolo ter da povečajo vero v uspešno obvladovanje izzivov (Chen, Sharma, Edinger, Shapiro & Farh, 2011). Yang (2015) ugotavlja, da lahko ne vključenost vodij stimulira psihološko opolnomočenje, pri čemer visoko usposobljeni delavci znanja cenijo avtonomijo zaradi ne vključenosti vodij in se ob prisotnosti samo-nadzora vedejo inovativno (Crawford, Gould, & Scott, 2003). Kadar so sledilci nizko psihološko opolnomočeni, se čutijo manj avtonomno motivirane in je zaradi tega njihovo inovativno vedenje bolj odzivno na različne ravni avtentičnega in transformacijskega vodenja. V primeru obeh teorij vodenja se sledilci takrat vedejo bolj inovativno, kadar so vodje bolj avtentični ali transformacijski.

Predmetne rezultate interpretiramo še z vidika narave in strukture preučevanega tehnološkega podjetja, ki na dnevni osnovi izvaja preko 300 projektov in pri tem uporablja multiprostorski, multikulturalni in multitehnološki pristop. Strukturirani so v obliki projektčnih timov, pri čemer sodelavci navadno sodelujejo v več timih. Zaradi navedenega ocenjujemo, da je takšno okolje manj občutljivo na vodenje, saj se sodelavci, ki delajo v več timih, v različnih državah in z različnimi vodji, tudi virtualnimi, manj verjetno identificirajo s takšnimi vodji in so zato manj odzivni na elemente avtentičnega in transformacijskega vodenja.

Rezultati naše raziskave so zanimivi tudi za presojanje prekrivanja in razlikovanja konstruktov avtentičnega in transformacijskega vodenja, kar kot aktualno tematiko izpostavljata Anderson in Sun (2015b). Beležimo visoko korelacijo med avtentičnim in transformacijskim vodenjem (0,85), le nakazano diskriminantno veljavnost med njima (vrednost povprečja izločenih varianc AVE za avtentično vodenje je 0,73, za transformacijsko vodenje 0,75, skupna varianca med konstruktoma pa je 0,72) in komaj različno interakcijo avtentičnega in transformacijskega vodenja s psihološkim opolnomočenjem pri vplivu na inovativno vedenje sledilcev. Slednje je razvidno tudi iz daljic enostavnih naklonov, ki v primeru obeh teorij vodenja izkazujejo skoraj identično lego. Rezultati naše raziskave tako kažejo na znatno prekrivanje avtentičnega in transformacijskega vodenja. O prekrivanju pričajo tudi stanja pozitivnega organizacijskega vedenja (optimizem, prožnost in upanje), ki predstavljajo pomemben dejavnik nastanka avtentičnega vodenja (Anderson & Sun, 2015b) in so povezana tako z avtentičnim (Gardner et al., 2011), kot s transformacijskim vodenjem (Peterson, Walumbwa, Byron & Myrowitz, 2009).

Na osnovi doslej zapisanega pritrjujemo ugotovitvam Andersona in Suna (2015b), da je vprašanje o tem, ali avtentično vodenje prispeva več od transformacijskega vodenja, daleč od odgovorjenega. Predlagamo, da raziskovalci presojajo prekrivanje avtentičnega in transformacijskega vodenja tudi z vidika kontekstualnih pogojev, ki jih merijo v enakih okoliščinah. Vsled navedenega skladno z ugotovitvami raziskovalcev (Anderson & Sun, 2015b; Gardner et al., 2011; Neider & Schriesheim, 2011) spodbujamo in opozarjamo na nadaljnje raziskovanje tega področja.

Rezultati o vlogi psihološkega opolnomočenja so v skladu s preteklimi raziskavami, ki kažejo pomen psihološkega opolnomočenja za inovativno vedenje sledilcev, na primer: Jung, Chow in Wu (2003), Nederveen Pieterse et al. (2010), Spreitzer (1995) ter Thomas in Velthouse (1990). Glede na pomen psihološkega opolnomočenja pri povezavi avtentičnega in transformacijskega vodenja z inovativnim vedenjem sledilcev, pričakujemo njegovo vlogo tudi pri povezavi preučevanih stilov vodenja z drugimi vedenji. Nederveen Pietersejeva z raziskovalci (2010) v tem oziru izpostavlja učinke psihološkega opolnomočenja za delo, ki zahteva visoko intenzivnost znanja. Rezultati glede zaupanja pa odpirajo priložnost raziskovanja pogojev, v okviru katerih je nizko zaupanje povezano s pozitivnimi izidi.

5.2 Priporočila za prakso

Vodstvu podjetja skladno z raziskavo svetujemo negovanje psihološkega opolnomočenja, ki je tudi neposredno pozitivno povezano z inovativnim vedenjem sledilcev (Afsar, Badir & Bin Saeed, 2014; Janssen & Van Yperen, 2004; Nederveen Pieterse et al., 2010). Vrhnje vodstvo s tem pridobi več časa za strateške odločitve, saj ne izgublja časa z mikro-managementom, vodje srednje ravni pa notranjo motivacijo sledilcev, ki imajo v okviru projekta svobodo pri odločanju o načinu izvedbe aktivnosti, verjamejo v svoje sposobnosti za izvedbo projekta in vedo, da je njihovo delo pomembno.

Podjetju nadalje svetujemo spodbujanje avtentičnega in transformacijskega vodenja, predvsem tam, kjer zaradi narave dela ali sodelavcev ni prisotne visoke ravni psihološkega opolnomočenja, saj v takih primerih vodje z višjo ravni avtentičnega ali transformacijskega vodenja vplivajo na bolj inovativno vedenje sledilcev. Tu vidimo priložnost za utrditev kompetenčnega centra, ki ima v preučevanem podjetju že idejno in vsebinsko podporo. Na osnovi raziskave predlagamo vključitev programa transformacijskega vodenja, ki sledilce motivira, da verjamejo v vizijo preobrazbe organizacije, opredelijo novo vizijo in pomagajo implementirati nov organizacijski proces. Transformacijski vodje lahko organizacijo uspešno preobrazijo v luči sprememb le, če sledijo načelom jasne definicije vizije, mobilizacije zavezanosti, opolnomočenja zaposlenih in institucionaliziranja kulture sprememb (Dimovski, Penger, Peterlin, Grah, Turk, Šalamon & Grošelj, 2014). Podjetju svetujemo tudi implementacijo programa avtentičnega vodenja, saj avtentični vodje spoštujejo sledilce, zaradi česar le-ti občutijo močnejši pomen svojega dela in so intrinzično motivirani, kar spodbuja njihovo inovativno vedenje (Krishnan, 2012; Laschinger et al., 2004).

5.3 Omejitve in priložnosti za prihodnje raziskovanje

Omejitev pričujoče raziskave je preučevani vzorec. Hipoteze preizkusimo na enem podjetju in na 126 zaposlenih. Poglobljena empirična podpora prispeva k zanesljivosti in veljavnosti merjenja ter posledični interpretaciji moči povezav. Druga omejitev je posplošljivost. Raziskovalca Gumusluoglu in Ilsev (2009a) menita, da izsledke v njunem primeru ne gre nujno posploševati na druga storitvena podjetja ali druge vrste organizacij v različnih panogah in/ali državah. Černe, Jaklič in Škerlavaj (2013) zato predlagajo, naj prihodnje raziskave za večjo posplošljivost razširijo obseg preučevanja z vključitvijo timov različnih in raznovrstnih podjetij ter podjetij iz drugih držav in panog. Priložnost v testiranju večjega števila podjetij iz različnih panog vidi tudi Jung z raziskovalci (2003), s čimer predvideva močnejše testiranje hipotez. Naslednje omejitve prepoznamo v kompleksnosti okolja. Kljub upoštevanju moderacijskih mehanizmov, se vedenja članov organizacije odvijajo v kompleksnejšem okolju (Jung, Chow & Wu, 2003).

Med priložnostmi za prihodnje raziskovanje vodenja in inovativnosti predlagamo še: (1) vključitev dodatnih mediacijskih / moderacijskih mehanizmov (Aryee et al., 2012; Avolio et al., 2009; Dimovski, Černe, Penger, Škerlavaj & Marič, 2011), na primer ujemanje v

pričakovanih glede opolnomočenja med vodji in sledilci (Wong & Kuvaas, 2013) kot mediator povezave izbrane teorije vodenja z inovativnim vedenjem sledilcev; (2) vključitev drugih teorij vodenja: na primer etičnega, uslužnega in transakcijskega vodenja (Anderson, Potočnik & Zhou, 2014); (3) nadaljnje preučevanje primerjave in prekrivanja avtentičnega in transformacijskega vodenja (Anderson & Sun, 2015b); (4) večji poudarek kvalitativnemu raziskovanju (Paulsen et al., 2013); (5) raziskovanje večih ravneh in preko posamezne ravni (Anderson, Potočnik & Zhou, 2014; Dimovski et al., 2011; Černe, Jaklič & Škerlavaj, 2013); in (6) vključitev večjega števila podjetij iz ene panoge, ali iz različnih panog, kultur ter držav (Černe, Jaklič & Škerlavaj, 2013; Dimovski et al., 2011; Jung, Chow & Wu, 2003).

6 SKLEP

Ker sta uspešnost in preživetje organizacij odvisna od sposobnosti za trajno inoviranje, je čedalje pomembnejše analiziranje dejavnikov, ki vplivajo na inovativno vedenje sledilcev. Vodenje je prepoznano kot eden najpomembnejših dejavnikov inovativnega vodenja sledilcev. Na področju empiričnih raziskav s področja vodenja in inovativnega vodenja sledilcev beležimo nekonsistentnost izidov, zato je treba identificirati in raziskati več mediatorjev in moderatorjev, ki pomagajo pojasniti povezavo vodenja z inovativnim vedenjem sledilcev. Pričujoča raziskava zato preučuje moderacijski vpliv psihološkega opolnomočenja na povezavo avtentičnega in transformacijskega vodenja z inovativnim vedenjem sledilcev. Rezultati kažejo pomembno vlogo psihološkega opolnomočenja kot moderatorja povezave vodenja z inovativnim vedenjem sledilcev tako pri avtentičnem, kot tudi pri transformacijskem vodenju. V raziskavi je izpostavljeno in iz različnih zornih kotov osvetljeno tudi vprašanje prekrivanja avtentičnega in transformacijskega vodenja. Ugotavljamo njuno znatno prekrivanje in spodbujamo k nadaljnjemu raziskovanju tega področja.

LITERATURA IN VIRI

Afsar, B., Badir, Y. F., & Bin Saeed, B. (2014). Transformational leadership and innovative work behavior. *Industrial Management & Data Systems*, 114(8), 1270–1300.

Amabile, T. M., & Conti, R. (1999). Changes in the work environment for creativity during downsizing. *Academy of Management Journal*, 42(6), 630–640.

Anderson, N., Potočnik, K., & Zhou, J. (2014). Innovation and Creativity in Organizations: A State-of-the-Science Review, Prospective Commentary, and Guiding Framework. *Journal of Management*, 40(5), 1297–1333.

Anderson, M. H., & Sun, P. Y. T. (2015a). The downside of transformational leadership when encouraging followers to network. *The Leadership Quarterly*, 26(5), 790–801.

Anderson, M. H., & Sun, P. Y. T. (2015b). Reviewing Leadership Styles: Overlaps and the Need for a New 'Full-Range' Theory. *International Journal of Management Reviews*, 00, 1–21.

Ang, S., Van Dyne, L., & Begley, T. M. (2003). The employment relationships of foreign workers versus local employees: a field study of organizational justice, job satisfaction, performance, and OCB. *Journal of Organizational Behavior*, 24(5), 561–583.

- Aryee, S., Walumbwa, F. O., Zhou, Q., & Hartnell, C. A. (2012). Transformational Leadership, Innovative Behavior, and Task Performance: Test of Mediation and Moderation Processes. *Human Performance*, 25(1), 1–25.
- Avolio, B. J., & Gardner, W. L. (2005). Authentic leadership development: Getting to the roots of positive forms of leadership. *The Leadership Quarterly*, 16(3), 315–338.
- Avolio, B. J., Gardner, W. L., Walumbwa, F. O., Luthans, F., & May, D. R. (2004). Unlocking the mask: A look at the process by which authentic leaders impact follower attitudes and behaviors. *The Leadership Quarterly*, 15(6), 801–823.
- Avolio, B. J., Walumbwa, F. O., & Weber, T. J. (2009). Leadership: Current Theories, Research, and Future Directions. *Annual Review of Psychology*, 60(1), 421–449.
- Bass, B. M. (1999). Two Decades of Research and Development in Transformational Leadership. *European Journal of work and organizational psychology*, 8(1), 9–32.
- Bass, B. M., & Avolio, B. J. (1994). *Improving organizational effectiveness through transformational leadership*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Bass, B. M., & Avolio, B. J. (1995). *Multifactor Leadership Questionnaire for research*. Menlo Park, CA: Mind Garden.
- Bass, B. M., Avolio, B. J., Jung, D. I., & Berson, Y. (2003). Predicting unit performance by assessing transformational and transactional leadership. *Journal of Applied Psychology*, 88(2), 207–218.
- Basu, R., & Green, S. G. (1997). Leader-Member Exchange and Transformational Leadership: An Empirical Examination of Innovative Behaviors in Leader-Member Dyads. *Journal of Applied Social Psychology*, 27(6), 477–499.
- Boerner, S., Eisenbeiss, S. A., & Griesser, D. (2007). Follower Behavior and Organizational Performance: The Impact of Transformational Leaders. *Journal of Leadership and Organizational Studies*, 13(3), 15–26.
- Boerner, S., Eisenbeiss, S. A., & van Knippenberg, D. (2008). Transformational Leadership and Team Innovation: Integrating Team Climate Principles. *Journal of Applied Psychology*, 93(6), 1438–1446.
- Braun, S., Silke, C. P., Weisweiler S., & Frey, D. (2013). Transformational leadership, job satisfaction, and team performance: A multilevel mediation model of trust. *The Leadership Quarterly*, 24(1), 270–283.
- Carmeli, A., Meitar, R., & Weisberg, J. (2006). Self-leadership skills and innovative behavior at work. *International Journal of Manpower*, 27(1), 75–90.
- Chen, G., Sharma, P., Edinger, S., Shapiro, D., & Farh, J. (2011). Motivating and demotivating forces in teams: cross-level influences of empowering leadership and relationship conflict. *Journal of Applied Psychology*, 96(2), 541–557.
- Crawford, C. B., Gould, L., & Scott, R. (2003). Transformational leader as champion and techie: implications for leadership educators. *Journal of Leadership Education*, 2(2), 57–73.
- Crossan, M. M., & Apaydin, M. (2010). A Multi-Dimensional Framework of Organizational Innovation: A Systematic Review of the Literature. *Journal of Management Studies*, 47(6), 1154–1191.
- Conger, J. A., & Kanungo, R. N. (1988). The empowerment process: integrating theory and practice. *Academy of Management Review*, 13(3), 471–482.
- Černe, M., Jaklič, M., & Škerlavaj, M. (2013). Authentic leadership, creativity, and innovation: A multilevel perspective. *Leadership*, 9(1), 63–85.
- Damanpour, F. (1991). Organizational Innovation: A Meta Analysis of Effects of Determinants and Moderators. *Academy of Management Journal*, 34(3), 555–590.
- Dawson, J. F. (2014). Moderation in Management Research: What, Why, When, and How. *Journal of Business and Psychology*, 29(1), 1–19.

- de Jong, J. P. J., & Den Hartog, D. N. (2007). How leaders influence employees' innovative behaviour. *European Journal of Innovation Management*, 10(1), 41–64.
- de Jong, J., & den Hartog, D. (2010). Measuring Innovative Work Behaviour. *Creativity and Innovation Management*, 19(1), 23–36.
- Dimovski, V., Černe, M., Penger, S., Škerlavaj, M., & Marič, M. (2011). Razvoj modela avtentičnega vodenja in empirična preverba. *Organizacija*, 44(1), A 11–A 22.
- Dimovski, V., Penger, S., & Peterlin, J. (2009). *Avtentično vodenje v učeči se organizaciji*. Ljubljana: Planet GV.
- Dimovski, V., Penger, S., Peterlin, J., Grah, B., Turk, D., Šalamon, K., & Grošelj, M. (2014). *Temelji managementa in organizacije*. Ljubljana: Univerza v Ljubljani, Ekonomska fakulteta, Založništvo.
- Dinh, J. E., Lord, R. G., Gardner, W. L., Meuser, J. D., Liden, R. C., & Hu, J. (2014). Leadership theory and research in the new millennium: Current theoretical trends and changing perspectives. *The Leadership Quarterly*, 25(1), 36–62.
- Dionne, S. D., Chun, J. U., Hao, C., Serban, A., Yammarino, F. J., & Spangler, W. D. (2012). Article quality and publication impact via levels of analysis incorporation: An illustration with transformational/charismatic leadership. *Leadership Quarterly*, 23(6), 1012–1042.
- Dirks, K. T. (2000). Trust in Leadership and Team Performance: Evidence From NCAA Basketball. *Journal of Applied Psychology*, 85(6), 1004–1012.
- Dirks, K. T., & Ferrin, D. L. (2001). The role of trust in organizational settings. *Organization science*, 12(4), 450–467.
- Gardner, W. L., Cogliser, C. C., Davis, K. M., & Dickens, M. P. (2011). Authentic Leadership: A review of the literature and research agenda. *The Leadership Quarterly*, 22(6), 1120–1145.
- Gong, Y., Huang, J. C., & Farh, J. L. (2009). Employee learning orientation, transformational leadership, and employee creativity: the mediating role of employee creative self-efficacy. *Academy of Management Journal*, 52(4), 765–778.
- Gumusluoglu, L., & Ilsev, A. (2009a). Transformational Leadership and Organizational Innovation: The Roles of Internal and External Support for Innovation. *Journal of Product Innovation Management*, 26(1), 264–277.
- Gumusluoglu, L., & Ilsev, A. (2009b). Transformational Leadership, creativity, and organizational innovation. *Journal of Business Research*, 62(4), 461–473.
- Hennessey, B. A., & Amabile, T. M. (2010). Creativity. *Annual Review of Psychology*, 61(1), 569–598.
- Houghton, J. D., & Yoho, S. K. (2005). Toward a contingency model of leadership and psychological empowerment: when should self-leadership be encouraged? *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 11(4), 65–83.
- Hsieh, C. C., & Wang, D. S. (2015). Does supervisor-perceived authentic leadership influence employee work engagement through employee-perceived authentic leadership and employee trust? *International Journal of Human Resource Management*, 26(18), 2329–2348.
- Hu, H., Gu, Q., & Chen, J. (2013). How and when does transformational leadership affect organizational creativity and innovation? Critical review and future directions. *Nankai Business Review International*, 4(2), 147–165.
- Ilies, R., Morgeson, F. P., & Nahrgang, J. D. (2005). Authentic leadership and eudaemonic well-being: Understanding leader-follower outcomes. *The Leadership Quarterly*, 16(3), 373–394.
- Janssen, O., & Van Yperen, N. W. (2004). Employees' goal orientations, the quality of leader–member exchange, and the outcomes of job performance and job satisfaction. *Academy of Management Journal*, 47(3), 368–384.
- Jensen, S. M., & Luthans, F. (2006). Relationship between Entrepreneurs' Psychological Capital and Their Authentic Leadership. *Journal of Managerial Issues*, 18(2), 254–273.

- Jung, D. I., Chow, C., & Wu, A. (2003). The role of transformational leadership in enhancing organizational innovation: Hypotheses and some preliminary findings. *The Leadership Quarterly*, 14(4/5), 525–544.
- Jung, D., Wu, A., & Chow, C. W. (2008). Towards understanding the direct and indirect effects of CEOs' transformational leadership on firm innovation. *The Leadership Quarterly*, 19(5), 582–594.
- Kang, J. H., Solomon, G. T., & Choi, D. Y. (2015). CEOs' Leadership Styles and Managers' Innovative Behaviour: Investigation of Intervening Effects in an Entrepreneurial Context. *Journal of Management Studies*, 52(4), 531–554.
- Krishnan, V. R. (2012). Transformational leadership and personal outcomes: empowerment as mediator. *Leadership & Organization Development Journal*, 33(6), 550–563.
- Laschinger, H. K. S., Finegan, J. E., Shamian, J., & Wilk, P. (2004). A longitudinal analysis of the impact of workplace empowerment on work satisfaction. *Journal of Organizational Behavior*, 25(4), 527–545.
- Li, C., Zhao, H., & Begley, T. M. (2015). Transformational leadership dimensions and employee creativity in China: A cross-level analysis. *Journal of Business research*, 68(6), 1149–1156.
- Liden, R. C., Sparrowe, R. T., & Wayne, S. J. (1997). Leader-member exchange theory: The past and potential for the future. *Research in Personnel and Human Resources Management*, 15, 47–119.
- Luo, Z., Wang, Y., Marnburg, E., & Ogaard, T. (2016). How is leadership related to employee self-concept? *International Journal of Hospitality Management*, 52(1), 24–32.
- Majumdar, B., & Ray, A. (2011). Transformational leadership and innovative work behavior. *Journal of the Indian Academy of Applied Psychology*, 37(1), 140–148.
- Moss, S. A., & Ritossa, D. A. (2007). The Impact of Goal Orientation on the Association between Leadership Style and Follower Performance, Creativity and Work Attitudes. *Leadership*, 3(4), 433–456.
- Mumford, M. D., Scott, G. M., Gaddis, B., & Strange, J. M. (2002). Leading creative people: Orchestrating expertise and relationships. *The Leadership Quarterly*, 13(6), 705–750.
- Nederveen Pieterse, A., van Knippenberg, D., Schippers, M., & Stam, D. (2010). Transformational and transactional leadership and innovative behavior: The moderating role of psychological empowerment. *Journal of Organizational Behavior*, 31(4), 609–623.
- Neider, L. L., & Schriesheim, C. A. (2011). The Authentic Leadership Inventory (ALI): Development and empirical tests. *The Leadership Quarterly*, 22(6), 1146–1164.
- Ng, T. W., & Feldman, D. C. (2008). The relationship of age to ten dimensions of job performance. *Journal of Applied Psychology*, 93(2), 392–423.
- Northouse, P. G. (2013). *Leadership: Theory and practice*. Los Angeles; London; New Delhi: Sage.
- Nyberg, D., & Sveningsson, S. (2014). Paradoxes of authentic leadership: leader identity struggles. *Leadership*, 10(4), 437–455.
- Oke, A., Munshi, N., & Walumbwa, F. O. (2009). The Influence of Leadership on Innovative Processes and Activities. *Organizational Dynamics*, 38(1), 64–72.
- Palangkaraya, A., Stierwald, A., Webster, E., & Jensen, P. (2010). Examining the Characteristics of Innovative Firms in Australia. *A Report for the Australian Government Department of Innovation, Industry, Science and Research*, Intellectual Property Research Institute of Australia report, The University of Melbourne.
- Patterson, F., Kerrin, M., & Gatto-Roissard, G. (2009). Characteristics and Behaviours of Innovative People in Organisations. *Literature Review prepared for the NESTA Policy & Research Unit*, London: NESTA, 1–63.
- Paulsen, N., Callan, V. J., Ayoko, O., & Saunders, D. (2013). Transformational leadership and innovation in an R&D organization experiencing major change. *Journal of Organizational Change*, 26(3), 595–610.

- Pearce, C. L., & Ensley, M. D. (2004). A reciprocal and longitudinal investigation of the innovation process: the central role of shared vision in product and process innovation teams (PPITs). *Journal of Organizational Behavior, 25*(2), 259–278.
- Peterson, S. J., Walumbwa, F. O., Byron, K., & Myrowitz, J. (2009). CEO Positive Psychological Traits, Transformational Leadership, and Firm Performance in High-Technology Start-up and Established Firms. *Journal of Management, 35*(2), 348–368.
- Podsakoff, P. M., MacKenzie, S. B., Lee, J., & Podsakoff, N. (2003). Common method biases in behavioral research: A critical review of the literature and recommended remedies. *Journal of Applied Psychology, 88*(5), 879–903.
- Rizzuto, T. E. (2011). Age and technology innovation in the workplace: Does work context matter? *Computers in Human Behavior, 27*(5), 1612–1620.
- Rosing, K., Frese, M., & Bausch, A. (2011). Explaining the heterogeneity of the leadership-innovation relationship: Ambidextrous leadership. *The Leadership Quarterly, 22*(5), 956–974.
- Rousseau, D., Sitkin, S., Burt, R., & Camerer, C. (1998). Not so different after all: A cross-discipline review of trust. *Academy of Management Review, 23*(3), 393–404.
- Ryan, J. C., & Tipu, S. A. A. (2013). Leadership effects on innovation propensity: A two-factor full range leadership model. *Journal of Business Research, 66*(10), 2116–2129.
- Scott, S. G., & Bruce, R. A. (1994). Determinants of Innovative Behavior: A Path Model of Individual Innovation in the Workplace. *The Academy of Management Journal, 37*(3), 580–607.
- Seibert, S. E., Wang, G., & Courtright, S. H. (2011). Antecedents and Consequences of Psychological and Team Empowerment in Organizations: A Meta-Analytic Review. *Journal of Applied Psychology, 96*(5), 981–1003.
- Shapira-Lishchinsky, O., & Tsemach, S. (2014). Psychological Empowerment as a Mediator Between Teacher's Perceptions of Authentic Leadership and Their Withdrawal and Citizenship Behaviors. *Educational Administration Quarterly, 50*(1), 675–712.
- Sousa, C. M. P., & Coelho, F. (2011). From Personal Values to Creativity: Evidence from Frontline Service Employees. *European Journal of Marketing, 45*(7/8), 1029–1050.
- Spreitzer, G. M. (1995). Psychological empowerment in the workplace: dimensions, measurement, and validation. *Academy of Management Journal, 38*(5), 1442–1465.
- Spreitzer, G. M. (1996). Social structural characteristics of psychological empowerment. *Academy of Management Journal, 39*(2), 483–504.
- Thomas, K. W., & Velthouse, B. A. (1990). Cognitive Elements of Empowerment: An 'Interpretive' Model of Intrinsic Task Motivation. *Academy of Management Review, 15*(4), 666–681.
- van Knippenberg, D., van Knippenberg, B., De Cremer, D., & Hogg, M. A. (2004). Leadership, self, and identity: a review and research agenda. *The Leadership Quarterly, 15*(6), 825–856.
- Vinarski-Peretz, H., Binyamin, G., & Carmeli, A. (2011). Subjective relational experiences and employees' innovative behaviors in the workplace. *Journal of Vocational Behavior, 78*(2), 290–304.
- Volmer, J., Spurk, D., & Niessen, C. (2012). Leader-member exchange (LMX), job autonomy, and creative work involvement. *The Leadership Quarterly, 23*(3), 456–465.
- Walumbwa, F. O., Avolio, B. J., Gardner, W. L., Wernsing, T. S., & Peterson, S. J. (2008). Authentic Leadership: Development and Validation of a Theory-Based Measure. *Journal of Management, 34*(1), 89–126.
- Wang, A. C., & Cheng, B. S. (2010). When does benevolent leadership lead to creativity? The moderating role of creative role identity and job autonomy. *Journal of Organizational Behavior, 31*(1), 106–121.
- Wong, C. A., & Cummings, G. G. (2009). The influence of authentic leadership behaviors on trust and work outcomes of health care staff. *Journal of Leadership Studies, 3*(2), 6–23.

Wong, S. I., & Kuvaas, B. (2013). Mutuality in leader-subordinate empowerment expectation : its impact on role ambiguity and intrinsic motivation. *The Leadership Quarterly*, 24(2), 363–377.

Wu, C. H., Parker, S. K., & De Jong, J. P. J., (2014). Need for Cognition as an Antecedent of Individual Innovation Behavior. *Journal of Management*, 40(6), 1511–1534.

Yang, I. (2015). Positive effects of laissez-faire leadership: conceptual exploration. *Journal of Management Development*, 34(10), 1246–1261.

Yukl, G. (1999). An evaluation of conceptual weaknesses in transformational and charismatic leadership theories. *The Leadership Quarterly*, 10(2), 285–305.

Zacher, H., & Rosing, K. (2015). Ambidextrous leadership and team innovation. *Leadership & Organization Development Journal*, 36(1), 54–68.

Zhou, J., Ma, Y., Cheng, W., & Xia, B. (2014). Mediating role of employee emotions in the relationship between authentic leadership and employee innovation. *Social Behavior and Personality*, 42(8), 1267–1278.

Zhu, W., May, D. R., & Avolio, B. J. (2004). The impact of ethical leadership behavior on employee outcomes: The roles of psychological empowerment and authenticity. *Journal of Leadership and Organizational Studies*, 11(1), 16–26.

UPORABNOST MODELA DOLOČANJA DONOSNOSTI LASTNIŠKEGA KAPITALA ZA SLOVENSKI KAPITALSKI TRG

TAMARA PUSTOSLEMŠEK¹, SERGEJA SLAPNIČAR², ALJOŠA VALENTINČIČ³

POVZETEK: V članku proučujemo uporabnost CAPM modela na slovenskem trgu kapitala. Poudarek je na izbiri možnih (smiselnih) vrednosti vhodnih parametrov, ki bi jih investitor uporabil na slovenskem trgu kapitala. Ugotavljamo da: i) je variabilnost ocenjenih bet za slovenske delnice izrazito visoka; ii) je variabilnost ocen zahtevane donosnosti izrazito visoka ne glede na vrsto vhodnih podatkov, ki jih je smiselno izbrati; iii) med pričakovanimi donosnostmi, izračunanimi s CAPM modelom, in dejanskimi donosnostmi ni statistično zanesljive povezave. Ugotovitve vodijo do sklepa, da CAPM modela na slovenskem trgu kapitala ni mogoče zanesljivo uporabiti ne s podatki, ki izvirajo iz slovenskega trga kapitala, ne s podatki iz tujih trgov kapitala.

Ključne besede: *trg kapitala, CAPM, diskrecija vhodnih podatkov*

JEL klasifikacija: G11, G15, C21

DOI: 10.15458/85451.32

UVOD

Model določanja zahtevane donosnosti lastniškega kapitala (angl. *capital asset pricing model*, v nadaljevanju CAPM) opisuje, kakšno premijo za tveganje zahtevajo vlagatelji za določeno tvegano dolgoročno naložbo, če predpostavljamo, da imajo dobro razpršeno premoženje. Predpostavka modela je, da so ravnovesne donosnosti tveganih sredstev linearna funkcija njihove kovariance z donosnostmi tržnega portfelja. Model CAPM je prvi predstavil Sharpe (1964), pozneje sta ga nadgradila še Lintner (1965) in Mossin (1966). Čeprav je CAPM eden najbolj uveljavljenih modelov v financah (leta 1990 je Sharpe zanj dobil Nobelovo nagrado), številne študije kažejo na šibko uporabnost modela za pojasnjevanje dejanskih (realiziranih) donosnosti (Basu, 1977; Litzenberger in Ramaswamay, 1979; Banz, 1981; Reinganum, 1981; Gibbons, 1982; Keim, 1983; Shanken, 1985; Fama in French, 1992, 1993, 2006; Bai et al., 2015).

Eno največjih kritik je CAPM sta objavila Fama in French (1992). V članku sta pokazala na zelo majhno povezanost med realiziranimi donosnostmi delnic in betami in zaključila, da rezultati ne podpirajo osnovnega Sharpe-Lintner-Blackovega CAPM modela. Predlagala sta razširitev

1 Poslovni sistem Mercator d.d., Ljubljana, Slovenija

2 Univerza v Ljubljani, Ekonomska fakulteta, Ljubljana, Slovenija, e-pošta: sergeja.slapnicar@ef.uni-lj.si

3 Univerza v Ljubljani, Ekonomska fakulteta, Ljubljana, Slovenija, e-pošta: aljosa.valenticic@ef.uni-lj.si

ravnovesnega modela na t.i. trifaktorski model, kjer donosnost ni določena le z beto in premijo za tržno tveganje, ampak tudi z velikostjo podjetja, izraženo s tržno kapitalizacijo, in razmerjem med tržno ceno delnice in knjigovodsko vrednostjo delnice (Fama in French, 1993).

Še precej bolj pereča je uporabnost CAPM modela na plitkih kapitalskih trgih. Zubairi in Farooq (2011) na pakistanskem, Yalcun in Ersahin (2011) na istanbulskem, Yoshino in Santos (2009) ter Godeiro (2013) na brazilskem in Saji (2014) na indijskem kapitalnem trgu, pokažejo, da donosnosti, izračunane na podlagi CAPM modela, ne napovedujejo dejanskih donosnosti delnic. V nasprotju s tem pa Gunnlaugsson (2006) na islandskem in Stancic, Radivojevic, Stancic in Cupic (2012) na srbskem delniškem trgu pokažejo na uspešnost napovedovanja dejanskih donosnosti s CAPM modelom.

Le ena predhodna raziskava je analizirala uporabnost modela na slovenskem trgu. Raziskava Dajčmana, Festičeve in Kavklerjeve (2013) je na vzorcu devetih delnic prve borzne kotacije od leta 2002 do leta 2010 pokazala, da predpostavke o pozitivni povezanosti med tveganjem in presežno donosnostjo ni mogoče potrditi: delnice z večjim tveganjem in višjimi betami naj bi imele višjo presežno donosnost, a temu ni tako. Prav tako ni mogoče potrditi linearne povezanosti med beto in presežnim donosnostjo. Poleg tega pa so pokazali še na značilne sistematične vplive drugih dejavnikov, kar je tudi v nasprotju s CAPM modelom.

Foye, Mramor in Pahor (2013) so analizirali podatke vseh držav vzhodne Evrope, ki so se priključile Evropski uniji v letu 2004. Med drugim so v analiziran portfelj vključili od tri do dvanajst delnic s slovenskega trga, odvisno od leta analize. Na bazi podatkov od 2005-2012 so testirali prilagojen trifaktorski model, kot sta ga predlagala Fama in French (1993). Potrdili so, da ima beta statistično značilno največjo moč napovedovanja od vseh treh uporabljenih faktorjev, vendar pa je tudi ta nizka in pojasnjuje le 10% variabilnosti dejanskih donosnosti. Pokazali so, da razmerje med čistim dobičkom ter denarnim tokom iz poslovanja kot približna mera obsega uravnavanja dobička (angl. earnings management) veliko bolje napoveduje donosnosti delnic kot tržna kapitalizacija, uporabljena v osnovnem modelu.

Namen tega članka je analizirati praktično uporabnost modela donosnosti lastniškega kapitala na slovenskem kapitalnem trgu. Naš članek naslavlja predvsem uporabnike v praksi. Preverjamo moč pojasnjevanja dejanskih donosnosti delnic slovenskih javnih delniških družb z modelom CAPM ter diskrecijsko uporabo različnih parametrov modela v praksi. Brainard, Nelson in Shapiro (1991) so pokazali, da se uporabnost modela povečuje z daljšanjem obdobja proučevanja. Na finančnih trgih, kakršen je slovenski, pa imajo analitiki na voljo le kratke časovne vrste podatkov in iz tega razloga je izračun zahtevane donosnosti lastniškega kapitala podjetja še posebno problematičen (npr. Stubelj, 2009). Uporabniki v praksi to omejitev podatkov za slovenski trg rešujejo z uporabo podatkov z razvitejših trgov. To povečuje subjektivnost izbire vrednosti parametrov, njihovo uporabnost pa preverjamo v članku. Cilji raziskave so: (1) pokazati na široko variabilnost razumnih in utemeljenih izbranih vrednosti parametrov za izračun CAPM modela; (2) ugotoviti, kako taka variabilnost vpliva na višino zahtevane donosnosti lastniškega kapitala; ter (3) ugotoviti, ali obstaja povezava med donosnostjo, ocenjeno s CAPM modelom, in dejanskimi donosnostmi delnic na slovenskem trgu.

Struktura članka je naslednja: po uvodnem poglavju, v drugem poglavju predstavimo diskrecijske možnosti pri oceni zahtevane donosnosti lastniškega kapitala. Prvi cilj članka, to je pokazati na variabilnost razumnih izbir metod in parametrov pri izračunu CAPM modela, prikažemo v okviru opisa spremenljivk. V poglavju opisne statistike prikazujemo, kako taka variabilnost vpliva na vrednost zahtevane donosnosti lastniškega kapitala. V četrtem poglavju predstavimo, kako variabilne so ocene zahtevane donosnosti, ki jih dajejo različni dopustni načini izračuna bete in tržne premije po CAPM modelu. V petem poglavju sledi analiza, ali obstaja povezava med zahtevano donosnostjo, ocenjeno s CAPM modelom, in dejanskimi donosnostmi delnic na slovenskem trgu, da bi odgovorili še na tretji cilj članka. Sledi razprava o rezultatih in zaključek.

1 DISKRECIJSKE MOŽNOSTI PRI OCENI ZAHTEVANE DONOSNOSTI LASTNIŠKEGA KAPITALA

CAPM model je v teoriji opredeljen kot model pričakovane donosnosti premoženja na podlagi treh spremenljivk (Sharpe, 1964) (enačba 1): netvegane stopnje donosnosti, tržne premije za tveganje in beta koeficienta, ki izraža stopnjo tveganosti vrednostnega papirja glede na tveganost tržnega premoženja, t. j. premoženja, sestavljenega iz vseh vrednostnih papirjev na trgu kapitala, kjer so uteži posameznega tveganega vrednostnega papirja enake deležu tržne kapitalizacije podjetja v tržni kapitalizaciji celotnega trga. Tržna premija za tveganje se izračuna kot razlika med pričakovano (zahtevano) stopnjo donosnosti tržnega premoženja in netvegano stopnjo donosnosti.

$$E(R_i) = R_f + (R_M - R_f) * \beta_i \quad (1)$$

$E(R_i)$ - pričakovana (zahtevana) donosnost premoženja

R_f - netvegana stopnja donosnosti

R_M - pričakovana stopnja donosnosti tržnega premoženja

$(R_M - R_f)$ - tržna premija za tveganje

β_i - stopnja sistematičnega tveganja, ki jo ima naložba

Možnosti, kako v praksi izbrati mero netvegane donosnosti, donosnost tržnega premoženja ter narediti izračun bete, je veliko. V nadaljevanju predstavljamo nekatere od najbolj pogostih možnosti, ki jih v praksi uporabljajo vlagatelji pri izračunu zahtevanih donosnosti na podlagi CAPM modela.

Netvegana stopnja donosa (R_f) je donosnost vrednostnega papirja, ki nima kreditnega tveganja in ne tveganja reinvestiranja. Praviloma se v znanstveni literaturi za netvegano stopnjo donosnosti upoštevajo kratkoročni instrumenti. Literatura, namenjena praktični uporabi, pa ima dokaj poenoten pogled: kot netvegana stopnja donosnosti je priporočena uporaba donosnosti desetletnih državnih obveznic. Tako obdobje trajanja obveznic se smatra za ustrezno skladnega s časom, v katerem se ocenjuje denarni tok podjetja, in časom, ki približno ustreza investicijskemu horizontu investitorjev. Desetletna obrestna mera je manj občutljiva na nepričakovane spremembe v inflaciji, pa tudi likvidnostna

premija je pri desetletni obveznici lahko malenkost manjša kot pri tridesetletni (Copeland et al., 1995). Zaradi dejstva, da je tveganje neplačila lahko pri določenih državah precej visoko, je netvegana stopnja donosa povezana tudi z deželnim tveganjem.

Tržna premija za tveganje ($R_M - R_f$) je razlika med donosnostjo dobro razpršenega premoženja in netvegano stopnjo donosnosti. V realnosti ne poznamo sestave celotnega tržnega portfelja (npr. Viebig et al., 2008), zato je že določitev primerne portfelja ena izmed diskrecijskih odločitev finančnega analitika oziroma ocenjevalca vrednosti. V praksi se uporablja indeks, ki ponazarja gibanje delniškega trga, na katerega je uvrščena izbrana naložba (Damodaran, 2005). Kadar pa to ni ustrezno zaradi določenih lastnosti delniškega trga pa lahko izbiramo med različnimi tujimi tržnimi portfelji, kar je povezano z vprašanjem pribitka deželnega tveganja. Druga diskrecijska izbira je interval podatkov, v katerem primerjamo obe stopnji donosnosti. V teoriji ni poenotenja, kateri interval (tedenski, mesečni, letni) podatkov je boljši, v empirični literaturi pa prevladujejo izračuni, narejeni na podlagi mesečnih donosnosti za zadnjih pet let. Tretja diskrecijska možnost pri oceni tržne premije za tveganje je, ali se izračuna tržna donosnost kot dolgoročno geometrijsko ali aritmetično povprečje donosnosti indeksa delniškega trga v primerjavi z donosnostjo dolgoročne državne obveznice v določenem obdobju (Copeland, Koller & Maurin, 1995). Največkrat je uporabljen Ibbotsonov model, v katerem tržno premijo za tveganje izračunamo kot aritmetično sredino vseh donosnosti delnic v določenem obdobju, zmanjšano za aritmetično sredino donosnosti dolgoročnih državnih obveznic. Četrta diskrecijska možnost je izbira obdobja: je dovolj ocenjevati tržno premijo, denimo, v zadnjih desetih letih, ali so potrebne zelo dolge časovne vrste – denimo več deset let?

Včasih na plitkih trgih kapitala ne dobimo razumnih tržnih premij za tveganje (ker so, denimo, v določenem obdobju negativne). Zahtevano tržno premijo za tveganje lahko dobimo tudi s pristopom relativnega standardnega odklona donosnosti tržnega portfelja določene države glede na donosnost razvitega trga (enačbi 2 in 3), s katerim ocenimo prilagojeno tržno premijo za tveganje. Višji standardni odkloni so običajno povezani z večjim tveganjem (Damodaran, 2010).

$$\text{relativni standardni odklon donosnosti}_{\text{država } X} = \frac{\text{standarni odklon donosnosti}_{\text{država } X}}{\text{standardni odklon donosnosti}_{\text{razviti trg}}} \quad (2)$$

Premijo za tveganje tržnega portfelja izbrane države izračunamo kot produkt premije za tveganje razvitega trga in relativnega standardnega odklona donosnosti portfelja izbrane države (Damodaran, 2010, str. 50).

$$\text{premija za tveganje}_{\text{država } X} = \text{premija za tveganje}_{\text{razviti trg}} * \text{relativni standardni odklon donosnosti}_{\text{država } X} \quad (3)$$

Beta je mera sistematičnega tveganja, ki meri tendenco delnice, da se premika skupaj s trgom. Če se donosnost vrednostnega papirja spremeni bolj (manj) kot donosnost tržnega portfelja, potem je vrednostni papir bolj (manj) tvegan od povprečnega vrednostnega

papirja na trgu (Brigham in Houston, 2013; Raei, Ahmadinia in Hasbaei, 2011). Sharp (1964) je predlagal, da se beto izračuna kot naklon regresijske funkcije, v kateri je donosnost izbranega vrednostnega papirja odvisna spremenljivka, donosnost tržnega portfelja pa neodvisna. Naklon regresijske funkcije je razmerje kovariance donosnosti določenega vrednostnega papirja in donosnosti trga in variance donosnosti vrednostnega papirja (Anghel & Paschia, 2013). Tudi tu se pojavi problem diskrecijske izbire, ker v teoriji ni opredeljeno, ali naj se pri izračunu uporabijo mesečni, dnevni ali tedenski podatki donosnosti in kakšno naj bo obdobje opazovanja. Dolžina ocenjevanega obdobja in intervali donosnosti lahko ključno vplivajo na končni rezultat. Daljše kot je časovno obdobje, bolje je z vidika celovitosti upoštevanih informacij. Če pa pride do velikih sprememb v poslovanju podjetja, je lahko prihodnja stopnja tveganja precej drugačna od tiste v preteklosti, tako da daljši časovni interval ni primeren (Brigham in Houston, 2013; Glen, 2010).

Kako dolžina obdobja, v katerem se računa regresijski koeficient, vpliva na izračun bete, je pokazal Damodaran (2001). Izračunal je različne bete podjetij glede na indeks S&P 500. Na primer zaradi spremembe iz dnevnih podatkov na četrtletne za podjetje Cisco se je beta iz 1,72 povečala na 2,7. Podoben izračun je Damodaran (1994) naredil še za podjetje Disney. Z uporabo dnevnih podatkov donosnosti je dobil beto 1,33, z uporabo tedenskih 1,38, z uporabo mesečnih 1,13, z uporabo četrtletnih 0,44, z uporabo letnih podatkov 0,77. Na velikost bete vpliva tudi odločitev, kateri indeks je uporabljen kot tržni indeks. Z uporabo Dow Jones 30 je bila beta 0,99, z uporabo S&P 500 1,13 in z uporabo Wilshire 5000 pa 1,05. Podobno analizo je prikazal Fernandez (2014b). Ugotovil je, da se izračun bete zelo razlikuje glede na to, kateri tržni portfelj uporabimo za izračun tržnih donosnosti. Primerjal je izračune bet iz baz Yahoo, Multex, Quicken, Reuters, Bloomberg, Datastream in Buy&hold za podjetja AT&T, Boeing in Coca Cola. Bete so variirale med 0,61 do 1,1 za prvo, med 0,46 in 1,1 za drugo in 0,29 in 0,64 za tretje podjetje.

Drugi v praksi pogost način je izračun bete na podlagi povprečne bete v panogi. Pri tem predpostavljamo, da imajo podjetja v isti panogi podobno tveganje. Beto izračunamo za vzorec podjetij iste panoge, vendar moramo odstraniti učinke finančnega vzvoda. S tem dobimo tako imenovano beto za nezadolženo podjetje, ki jo popravimo za tveganje, povezano z zadolževanjem konkretnega podjetja. Prednost tega pristopa je v tem, da so podatki na voljo brezplačno na spletu (Damodaran, 2005; Copeland et al., 1995). Omenjen izračun pa za seboj potegne tudi pribitek za velikost (majhnost), ki pa je lahko zelo arbitraren.

Beto se računa na preteklih podatkih, aplicira pa v modelih prihodnjih denarnih tokov. To odpira vprašanje, ali lahko smatramo, da so bete konstantne v času. Pri preverjanju tega vprašanja študije ne dajejo enotnega odgovora. Določene študije konstantnost bet potrjujejo (Ghysels, 1998; Jonathan in Haifeng, 2013), druge pa zavračajo (Andersen, Bollerslev, Diebold in Wu, 2006; Hooper, Ng in Reeves, 2008).

2 VZOREC IN PODATKI

Vzorec. Raziskovalna vprašanja proučujemo na vzorcu javnih delniških družb, ki so na spletni strani Ljubljanske borze zabeležena v seznamu vrednostnih papirjev. Takšnih je bilo konec decembra 2014 (pričetek raziskave) 52. Obdobje preučevanja je 10 let, kar pomeni, da so v vzorec vključena podjetja, katerih vrednostni papirji so kotirali na Ljubljanski borzi celotno obdobje od 1.1.2004 do 31.12.2013. Da je vzorec celotno obdobje opazovanja enak, smo izločili podjetja, ki so se na seznam uvrstila v letu 2004 ali po njem. Nadaljnje smo izključili še podjetja, ki so v likvidaciji ali če njihova dejavnost spada pod standardno klasifikacijo dejavnosti K - dejavnost holdingov. Skupno je tako ostalo 26 podjetij. Dodatno podjetje smo izključili še podjetje Plama Pur, za katerega nismo imeli na voljo vseh potrebnih podatkov. V končni vzorec je tako vključenih 25 podjetij.

Spremenljivke.

Netvegana stopnja donosnosti. Ker je cilj raziskave analizirati uporabnost slovenskih podatkov v modelih CAPM, smo kot netvegano stopnjo donosnosti uporabili stopnjo donosnosti desetletne slovenske državne obveznice od leta 2009 do 2013 (omejitev obdobja je razložena v nadaljevanju).

Tržno premijo za tveganje smo izračunali na štiri različne načine, pri čemer smo pri posameznih načinih uporabili podatke iz različnih časovnih intervalov. Na prvi način smo izračunali tržno premijo za tveganje po formuli $R_M - R_F$. Stopnjo donosnosti tržnega premoženja predstavlja sprememba vrednosti indeksa SBI TOP na letni in mesečni ravni. Pri tem smo uporabili aritmetične sredine letnih in mesečnih donosnosti delnic (SBI TOP), zmanjšane za aritmetične sredine mesečnih donosnosti slovenske 10-letne državne obveznice. Pri drugem načinu smo izračunali standardni odklon donosnosti SBI TOP indeksa glede na indeks S&P 500 (razviti trg) na podlagi tedenskih podatkov in pri tretjem načinu standardni odklon donosnosti na podlagi mesečnih podatkov. Dodatno pa smo sledili še v praksi pogosto uporabljenemu načinu pridobitve podatkov za tržno premijo s spletne strani Damodaran.

Beta. Beto smo izračunali z linearno regresijo (OLS), v kateri smo uporabili podatke donosnosti posamezne delnice ter sprememb vrednosti indeksa SBI TOP, in sicer mesečne podatke. Zaradi čim bolj točnih in smiselnih rezultatov je za izračun bete različnih let uporabljeno različno dolgo obdobje. Po letu 2008 namreč pride do velikih odstopanj od podatkov pred tem letom. Vsako nadaljnje leto je v regresijo vključenih 12 mesečnih podatkov več. Npr. regresijska analiza za leto 2006 vključuje podatke iz leta 2004 in 2005, za leto 2007 od 2004-2006, za leto 2013 od 2004-2012. Tako smo prišli do ocen bet za vsako podjetje za vsako leto.

Drug vir podatkov za beto je bila baza Datastream. V tej bazi so bete ocenjene z OLS regresijo med ceno delnice, prilagojeno za izplačila dividend, in ustreznim tržnim indeksom baze Datastream (Datastream beta calculation, 2015). Zaradi normalizacije podatkov so uporabljeni logaritmi tržnih donosnosti in logaritmi donosnosti delnice. Podatki so zbrani na letni ravni. Beta v bazi Datastream je tako ocenjena le za zadnje

obravnava obdobje (2013) in predstavlja beto, prilagojeno za zadolženost podjetja. Beto za zadolženo podjetje za druga analizirana leta smo izračunali s prilagoditvijo bete za nezadolženo podjetje in razmerja med dolgom in kapitalom posameznega leta.

Tretji vir podatkov za beto je bila baza Bloomberg. Tu so za izračun uporabljeni dvoletni podatki, ki temeljijo na tedenskih cenah delnic in indeksa. Beta je izračunana kot koeficient linearne regresije med donosnostjo delnice in tržnim portfeljem, ki ga predstavlja indeks S&P 500 (Bloomberg Guide, 2015).

Različice CAPM modelov. Na podlagi tako opredeljenih možnih kombinacij netvegane stopnje donosnosti, tržne premije za tveganje in uporabe različnih bet smo opredelili 12 različnih modelov izračuna zahtevane donosnosti lastniškega kapitala, ki predstavljajo v modelih pojasnjevanja dejanskih donosnosti neodvisno spremenljivko. V vseh modelih in pri vseh vzorcih je kot netvegana donosnost uporabljena 10-letna slovenska obveznica, ki upošteva deželno tveganje. Razlikujeta se uporabljena metoda in vir podatkov za izračun tržne premije za tveganje in bete. Kombinacije predstavlja tabela 1.

Tabela 1: Podatki, uporabljeni v analizi CAPM

Model – način izračuna	Beta	Tržna premija za tveganje
1	Datastream	Damodaran
2	Datastream	Relativni standardni odklon donosnosti – mesečni podatki
3	Datastream	$R_M - R_f$ (razlika aritmetičnih sredin donosnosti)
4	Datastream	Relativni standardni odklon donosnosti - tedenski podatki
5	Bloomberg	Damodaran
6	Bloomberg	Relativni standardni odklon donosnosti – mesečni podatki
7	Bloomberg	$R_M - R_f$ (razlika aritmetičnih sredin donosnosti)
8	Bloomberg	Relativni standardni odklon donosnosti - tedenski podatki
9	Linearna regresija	Damodaran
10	Linearna regresija	Relativni standardni odklon donosnosti – mesečni podatki
11	Linearna regresija	$R_M - R_f$ (razlika aritmetičnih sredin donosnosti)
12	Linearna regresija	Relativni standardni odklon donosnosti - tedenski podatki

Dejanska donosnost delnic so ugotovljene kot letne spremembe cen delnic v določenem obdobju, ki so jim prištete izplačane dividende na delnico v enakem obdobju. Dividenda je upoštevana v obdobju, ko je bila dejansko izplačana, in ne v poslovnem letu, ki je podlaga za njeno izplačilo. Podatki o spremembi cen delnic so zbrani s spletne strani Ljubljanske borze. Podatke o podatke o izplačanih dividendah smo dobili iz letnih poročil analiziranih podjetij.

Bete so torej izračunane z regresijami na podlagi mesečnih podatkov, tržne premije za tveganje pa na podlagi tedenskih in mesečnih aritmetičnih sredin oz. standardnih odklonov. Obe spremenljivki sta za analizo uporabnosti CAPM modela preračunani na letno raven. Analiza CAPM modela temelji na letnih podatkih zaradi vključenosti izplačanih dividend v dejanskih donosih.

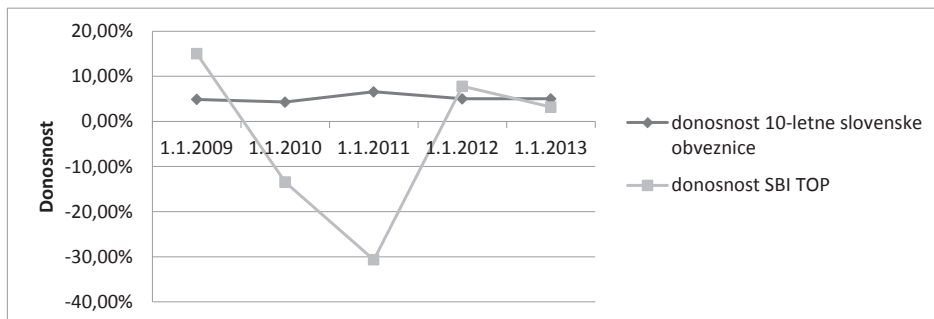
3 OPISNA STATISTIKA

Netvegana stopnja donosnosti se je skozi leta spreminjala v razponu od 4,28 % do 6,57 %, njena povprečna vrednost je znašala 5,15 %.

Tržna premija za tveganje.

Pretekla tržna premija za tveganje. Letni podatki za slovenski trg. Zaradi v nadaljevanju razloženih omejitev pri izračunu bete, smo tudi tržno premijo za tveganje izračunali le za obdobje od 2009-2013. Če tržno premijo za tveganje izračunamo kot razliko med letnimi podatki donosnosti 10-letne slovenske obveznice in donosnosti indeksa SBI TOP, dobimo zaradi velikih razlik med njima nesmiselne rezultate, ki so prikazani v sliki 1. Pri izračunu tržne premije za tveganje so po tem izračunu tri od petih vrednosti negativne. V letu 2011 dobimo izrazito negativno tržno premijo za tveganje, in sicer kar -37,24%. Ti podatki ne dajejo ekonomsko smiselnih rezultatov, prikazujejo pa razmere na kriznem plitkem kapitalskem trgu. V nadaljevanju smo jih izključili iz analize.

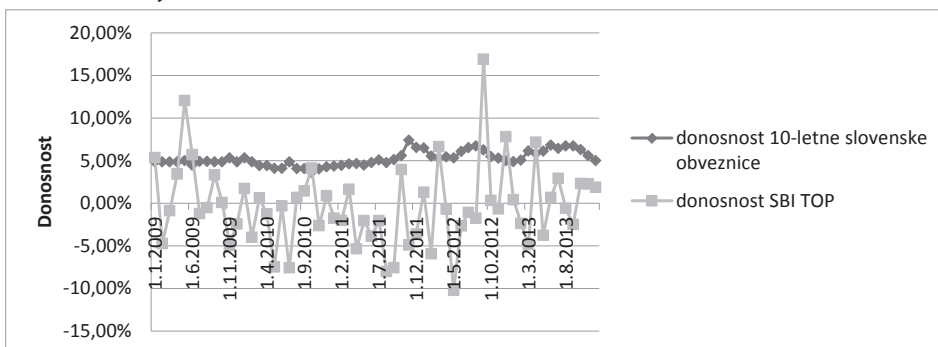
Slika 1: Primerjava letnih donosnosti 10-letne slovenske obveznice in indeksa SBI TOP



Vir: Arhiv vrednosti VP in indeksov, 2014; Slovenia 10 year bond yield, 2015.

Mesečni podatki za slovenski trg. Tržne premije za tveganje so negativne tudi, če primerjamo mesečne donosnosti 10-letne slovenske obveznice in indeksa SBI TOP (slika 2 in tabela 2). Podatki so analizirani po pristopu geometrijske in aritmetične sredine mesečnih donosnosti. Pri izračunu geometrijske sredine, kljub temu da se je v teoriji izkazala za boljše, dobimo izrazito negativno premijo za tveganje v letih 2009 in 2012. Iz tega razloga njeni rezultati niso vključeni v nadaljnjo raziskavo. Dodajmo, da so negativno tržno premijo izračunali tudi Dajčman, Festičeva in Kavklerjeva (2013).

Slika 2: Primerjava mesečnih donosnosti 10-letne slovenske obveznice in indeksa SBI TOP



Vir: Arhiv vrednosti VP in indeksov, 2014; Slovenia 10 year bond yield, 2015

Tabela 2: Tržna premija za tveganje, aritmetična sredina mesečnih donosnosti

	2009	2010	2011	2012	2013
Tržna premija za tveganje	-3,94%	-5,49%	-8,11%	-4,95%	-5,67%

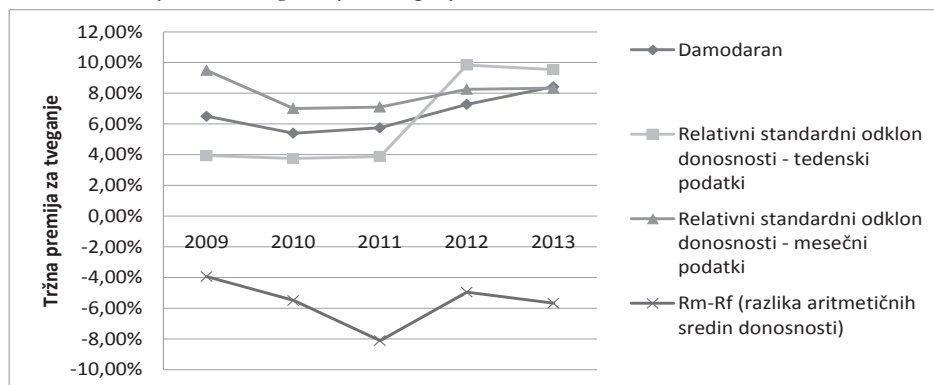
Vir: Arhiv vrednosti VP in indeksov, 2014; Slovenia 10 year bond yield, 2015.

Prilagojena tržna premija za tveganje.

Pri tem pristopu smo najprej izračunali relativni standardni odklon donosnosti kot količnik standardnega odklona donosnosti indeksa SBI TOP in indeksa S&P 500. Izračun temelji na enačbah (2) in (3). Dobljen relativni standardni odklon donosnosti je nato pomnožen s premijo za tveganje za razviti trg (S&P 500). Takšen zmnožek predstavlja prilagojeno premijo za tveganje za slovenski kapitalni trg. Uporabili smo tedenske in mesečne podatke donosnosti SBI TOP in S&P 500 za izračun relativnega standardnega odklona ter tako izračunali premije za posamično leto in za celotno obdobje.

Vsi dobljeni rezultati so prikazani v sliki 3. Za primerjavo je dodana tudi tržna premija za tveganje, dobljena s spletne strani Damodaran.

Slika 3: Primerjava tržnih premij za tveganje



Beta. Pri izračunu bet z linearno regresijo je dobljen koeficient statistično značilen le za devet delnic za obdobje od 2006 do 2013 in za dvanajst delnic za obdobje od 2009 do 2013. Le za 12 od 25 preučevanih podjetij lahko trdimo, da imajo beta koeficiente pozitivne in statistično značilno različne od nič. Z večino delnic, katerih rezultati niso statistično značilni, se ne trguje pogosto (kar pojasnjujejo tudi Dajčman, Festičeva in Kavklerjeva, 2013). Zaradi tega upoštevamo v analizi uporabnosti CAPM modela le obdobje od 2009 do 2013 (iz tega razloga smo se na to obdobje omejili tudi pri izračunih tržne premije za tveganje in netvegane donosnosti). V tabeli 3 so prikazane bete za podjetja, pri katerih so rezultati statistično značilni. Dodajamo jim rezultate na podlagi izračunov iz baze Datastream in Bloomberg za leto 2013.

Tabela 3: *Bete, izračunane na podlagi linearne regresije med donosnostjo delnice in tržnim portfeljem (SBI TOP, tržni portfelj baze Datastream, S&P 500)*

N	Linearna regresija donosnosti delnice na SBI TOP indeks					Datastream 2013	Bloomberg 2013
	60	72	84	96	108		
Podjetje	2009	2010	2011	2012	2013		
Aerodrom Ljubljana	1,212	1,179	1,179	1,168	1,218	0,986	0,501
Cinkarna Celje	0,498	0,505	0,473	0,404	0,403	0,490	0,977
Gorenje	0,968	1,019	1,005	1,060	1,029	1,051	0,810
Intereuropa	1,049	1,054	1,009	1,168	1,081	1,204	0,973
Krka	0,955	1,006	0,978	0,969	0,940	0,881	0,904
Luka Koper	1,105	1,157	1,15	1,182	1,207	1,536	1,287
Mercator	0,802	0,78	0,815	0,799	0,750	0,413	1,059
Petrol	1,062	1,061	1,071	1,095	1,127	1,206	0,919
Pivovarna Laško	0,778	0,682	0,700	0,765	0,916	1,517	0,672
Salus	0,529	0,555	0,548	0,513	0,405	0,325	0,610
Terme Čatež	0,483	0,432	0,417	0,393	0,340	0,319	0,630
Žito	0,990	1,000	0,949	0,923	0,845	0,605	0,555

V tabeli 4 na primeru podjetja Žito prikazujemo, kako visoko variabilne ocene dajejo različni dopustni in v praksi pogosto uporabljeni načini izračuna bete in tržne premije za tveganje, predstavljeni v tabeli 1.

Tabela 4: Prikaz variiranja ocen zahtevane donosnosti po 12 različnih modela CAPM ter dejanskega donosa (v %)

Žito	2009	2010	2011	2012	2013
Dejanski donos	-11,2	17,2	-8,2	-31,5	13,2
Model 1	8,9	7,5	10,1	9,5	10,1
Model 2	10,8	8,5	10,9	10,1	10,1
Model 3	2,4	1,0	1,6	2,0	1,6
Model 4	7,3	6,5	9,0	11,1	10,8
Model 5	8,6	7,3	9,8	9,1	9,7
Model 6	10,3	8,2	10,6	9,7	9,6
Model 7	2,6	1,2	2,0	2,2	1,9
Model 8	7,1	6,4	8,8	10,6	10,3
Model 9	11,3	9,7	12,0	11,7	12,1
Model 10	14,3	11,3	13,3	12,6	12,0
Model 11	1,0	-1,2	-1,1	0,5	0,2
Model 12	8,8	8,0	10,3	14,1	13,1

Dejanske donosnosti delnic. Dejanske donosnosti analiziranih delnic so zelo variirale v proučevanem obdobju. V povprečju so bile najnižje v letu 2011 (-29,5%), najvišje pa v letu 2013 (2,7%). Leto 2013 je edino leto, v katerem so bile dejanske donosnosti v povprečju pozitivne. Najnižja vrednost pri posamični delnici je bila -88,97% v letu 2011, največja pa 123,3% v letu 2013.

4 OCENA UPORABNOSTI CAPM MODELA ZA NAPOVEDOVANJE DEJANSKE DONOSNOSTI

V tem razdelku prikazujemo, kako različno specificirani CAPM modeli na podlagi različnih možnih ocen parametrov napovedujejo dejanske donosnosti. Analiza vsebuje podatke petih let (2009-2013) za 12 delnic, kar je skupno 60 opazovanih enot. Moč napovedovanja smo merili z determinacijskim koeficientom, ocenjenim z OLS regresijsko analizo vpliva pričakovanih donosnosti delnic na podlagi CAPM modela na dejanske donosnosti za eno leto vnaprej. Analiza smo naredili s statističnim paketom SPSS.

Pri analizi vseh podjetij v vzorcu pri nobenem modelu ne moremo trditi, da obstaja statistično značilna povezava med donosnostjo CAPM modela in dejansko donosnostjo (tabela 5). Pri vseh modelih je namreč stopnja značilnosti modela večja od 0,05 (najnižja je 0,059). Prav tako je opaziti zelo šibko pojasnjevalno moč. Izmed vseh dvanajstih modelov ima največjo pojasnjevalno moč tretji model, vendar tudi tu rezultat ni statistično značilen. Na njegovi podlagi lahko 6% celotne variabilnosti dejanske donosnosti pojasnimo z vplivom donosnosti, izračunane na podlagi CAPM modela. Če pogledamo korelacijski koeficient, ki kaže stopnjo soodvisnosti med odvisno in neodvisno spremenljivko, lahko ugotovimo, da je povezava v najboljšem primeru (v tretjem modelu) le 0,24, torej šibka.

Šibka je tudi pri dvanajstem modelu, medtem ko je pri ostalih skoraj neznatna. Pri nobenem modelu regresijski koeficient ni statistično značilen. Za nobenega od empirično ocenjenih CAPM modelov torej ne moremo trditi, da pojasnjuje donosnosti delnic na slovenskem kapitalskem trgu.

Tabela 5: *Analiza CAPM modela za vsa podjetja v vzorcu*

Model	b	t	F	R	R ²	N
1	-0,858	0,560	0,344	0,077	0,006	60
2	-1,082	0,395	0,734	0,112	0,013	60
3	3,273	0,059	3,722	0,246	0,060	60
4	0,629	0,594	0,288	0,070	0,005	60
5	-0,612	0,795	0,068	0,034	0,001	60
6	-0,719	0,733	0,117	0,045	0,002	60
7	3,095	0,286	1,160	0,140	0,020	60
8	0,884	0,576	0,316	0,074	0,005	60
9	2,170	0,294	1,123	0,138	0,019	60
10	1,590	0,417	0,667	0,107	0,011	60
11	1,312	0,617	0,252	0,066	0,004	60
12	2,355	0,095	2,884	0,218	0,047	60

5 RAZPRAVA

V članku smo empirično analizirali uporabnost 12 različnih CAPM modelov, dobljenih na podlagi različnih kombinacij tržne premije za tveganje in bete, ki smo jih ocenili z različnimi metodami. Seveda nismo izčrpali vseh možnih diskrecijskih izbir modelov, ki so neštete. Izkazalo se je, da obstajajo problemi že pri izračunu tržne premije za tveganje, zato je bilo za smiselno pozitivno premijo za tveganje uporabiti standardni odklon donosnosti slovenskega trga glede na razviti trg. Pri izračunih bete je prišlo do velike variabilnosti glede na uporabljen tržni portfelj. Kakorkoli pa smo ocenili potrebne parametre, moči napovedovanja dejanskih donosnosti z osnovnim CAPM modelom nismo mogli pokazati. Rezultati pa v resnici niso presenetljivi, saj je že hiter pogled na podatke ravno to nakazoval (kot je prikazano na primeru podjetja Žito). Tudi drugi avtorji opozarjajo na številne praktične težave: poročajo, da izračunana velikost bete velikokrat ne daje logičnih rezultatov – ali so regresijski koeficienti zelo majhni ali pa neznačilni. Podjetja z visokim tveganjem imajo pogosto nižje bete kot tista z nizkim tveganjem (Fernandez, 2014a). Po zgledu Fame in Frencha (1993) kot alternativo klasičnemu CAPM modelu zato raziskovalci razvijajo modele, ki vključuje več pojasnjevalnih spremenljivk, ne samo beto, ki odraža zgolj izpostavljenost tržnemu, sistematičnemu tveganju. V takšnem več-faktorskem modelu se predvideva, da tveganje povzroča več različnih faktorjev (Brigham in Houston, 2013).

Hoteli smo pokazati tudi na to, da diskrecijska izbira pri oceni zahtevane donosnosti po CAPM modelu močno vpliva na višino stroškov kapitala. Z uporabo rezultatov tako ocenjenih stroškov njegovi uporabniki naredijo veliko napak pri vrednotenju podjetja, sprejetju/zavrnitvi investicijskih projektov, vrednotenju uspešnosti skladov, cen blaga in storitev (Fernandez, 2014a). Ocenjevalcem vrednosti podjetij priporočamo konsistentnost uporabe parametrov in metod skozi čas, ne pa nujno fiksiranja vrednosti vhodnih elementov v CAPM modelu v času (v smislu, da se jih ne prilagaja zaradi krize). Poleg spremljanja vhodnih podatkov bi bilo dobro, če bi kdaj za nazaj preverili moč napovedovanja svojih modelov za dejanske donosnosti. Odločevalcem v podjetjih priporočamo konsistentno uporabo iste zahtevane stopnje donosnosti pri različnih odločitvah (denimo za odločitve o bodočih investicijah ter za odločitve o potencialnih slabitvah ali krepitvah naložb).

Glede na probleme izračuna stroškov kapitala podjetja po CAPM modelu za slovenske »blue chipe«, je pomembno tudi vprašanje, kakšna priporočila lahko oblikujemo za ocenjevanje zahtevanih stroškov kapitala za druga borzna ter za neborzna podjetja, ki tržnih podatkov sploh nimajo. Prvič, pomanjkljivosti izračuna zahtevanih stroškov kapitala ter diskrecijske možnosti v zvezi z njim je potrebno poznati in se jih zavedati. Šele tako lahko ovrednotimo dobljene vrednosti naložb. Drugič, potrebno se je zavedati, da je namen CAPM modela določiti pričakovane prihodnje (zahtevane) donosnosti, da pa se za njegov izračun uporabljajo pretekli podatki in ne pričakovane ali zahtevane vrednosti. Kadar so zahtevani stroški kapitala podlaga za odločanje o investicijah v podjetju, so pričakovanja in zahteve lastnikov lahko že poglobitno merilo odločanja.

Na rezultate je potrebno pogledati tudi v luči omejitev raziskave. Glavno omejitev raziskave vidimo v majhnosti trga. Nabor podjetij, ki jih je bilo mogoče vključiti v raziskavo se je zelo zmanjšal, ko smo postavili zahtevo, da morajo podjetja kotirati celotno obdobje od 2004 do 2014. Dodatno omejitev predstavlja tudi obdobje krize, ki je zajeto v raziskavo. V kolikor ne bi bila zajeta gospodarska kriza obstaja možnost, da bi bili rezultati drugačni. Zaradi obdobja, ki zajema učinke finančne krize, je potrebno omeniti tudi vprašanje, ali je bil slovenski trg kapitala v tem obdobju aktiven (glej npr. Primožič, 2013). Prav tako omejitev raziskave predstavljajo različni dopustni načini izračunov spremenljivk. Obstaja možnost, da v raziskavi niso bili uporabljeni najbolj optimalni izračuni za slovenski kapitalski trg, čeprav smo se trudili, da bi uporabili najbolj običajne. Nismo tudi analizirali vseh pribitkov, ki so arbitrarni in ne variirajo med podobno velikimi podjetji, ker menimo, da ne bi prispevali k večji pojasnjevalni moči modela – v proučevanem obdobju bi ustvarili le še večjo vrzel med dejanskimi in zahtevanimi donosnostmi. Omejitev študije z metodološkega vidika je v tem, da nismo uporabili t.i. "rolling regression" metode pri oceni bete, zaradi česar je število opazovanj v letu 2013, na podlagi katerega smo ocenili regresijske koeficiente, večje kot v letu 2009. S tega stališča beta koeficienti v času niso primerljivi, saj je velikost vzorcev različna. Razlog za uporabo navadne OLS regresije je v tem, da smo želeli povečati pojasnjevalno moč modela in smo zato vključevali v vseh letih vse podatke, ki so bili na voljo. Kljub temu pristopu modeli niso značilno pojasnjevali dejanskih donosnosti. Kljub temu pa naši rezultati niso pristranski, saj je še manjša verjetnost, da bi dobili značilne rezultate z uporabo "rolling regression". Prav tako nismo v analizi uporabili sicer bolj običajnega modela presežne donosnosti (t.i. excess returns),

v katerem se izloči vpliv netvegane obrestne mere iz dejanske donosnosti na levi in desni strani modela. Rezultati testiranja takega modela na podjetju Krka so namreč pokazali na še slabšo pojasnjenost modela.

Vsebinsko navedene omejitve naše raziskave vodijo do sklepa, da CAPM modela na slovenskem trgu kapitala ni mogoče zanesljivo uporabiti s podatki, ki izvirajo iz slovenskega trga kapitala. Ravno tako k večji uporabnosti modela ne pripomore uporaba vhodnih podatkov iz tujih trgov kapitala. Temeljna ugotovitev prispevka, da med dejanskimi donosnostmi ter prihodnjo donosnostjo ni povezave, je namreč lahko posledica: i) premajhnega števila podatkov in šibke moči empiričnega preverjanja modela; ii) stanja, kjer CAPM model dejansko ne deluje.

LITERATURA IN VIRI

Anghel, M., & Paschia, L. (2013). Using the Capm Model to estimate the Profitability of a Financial Instrument Portfolio. *Annales Universitatis Apulensis Series Oeconomica*, 15(2), 541–551.

Arhiv vrednosti VP in indeksov. Najdeno 19. december 2014 na spletnem naslovu <http://www.ljse.si/cgi-bin/jve.cgi?doc=1289>

Bai, H., Hou, K., Kung, H., & Zhang, L. (2015). *The CAPM Strikes Back? An investment model with disasters*. Najdeno 16. junij 2015 na spletnem naslovu <http://www.nber.org/papers/w21016.pdf>

Brainard, W. C., Nelson W. R., & Shapiro, M. D. (1991). *The Consumption Beta Expected returns at Long Horizons*. Mimeo: Yale University.

Brealey, A. R., Myers, C.S., & Allen, F. (2006). *Corporate finance* (8th ed.). New York: McGraw-Hill Higher Ed.

Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2013). *Fundamentals of financial management* (13th ed.). Fort Worth: The Dryden Press.

Copeland, T., Koller, T., & Maurin, J. (1995). *Valuation: Measuring and Managing the Value of companies* (2nd ed.). New York: John Wiley&Sons.

Dajčman, S., Festić, M., & Kavkler, A. (2013). Multiscale test of CAPM for three central eastern European stock markets. *Journal of Business Economics and Management*, 14(1), 54–76.

Damodaran, A. (1994). *Damodaran in Valuation*. New York: John Wiley and Sons.

Damodaran, A. (2001). *The Dark Side of Valuation*. New York: Prentice-Hall.

Damodaran, A. (2005). *Applied Corporate Finance: A users manual* (2nd ed.). New York: John Wiley & Sons.

Damodaran, A. (2010). *Equity Risk Premiums (ERP): Determinants, Estomatoptn and Implications*. Najdeno 23. marec 2015 na spletnem naslovu <http://people.stern.nyu.edu/adamodar/pdfiles/papers/ERP2010.pdf>

Fabozzi, F. J., & Peterson, F. F. (2003). *Financial Management and Analysis*. New York: John Wiley&Sons.

Fama, F. E., & French, K. R. (1992). *The cross-section of expected stock returns*. *Journal of Finance*, 47(2), 427–465.

Fama, E. & K. French (1993). Common Risk Factors in the Returns on Stocks and Bonds. *Journal of Financial Economics*, 33(1), 3–56.

Fernandez, P. (2009). *Betas Used by Professors: A Survey with 2500 Answers*. Najdeno 18. februar 2015 na spletnem naslovu <http://ssrn.com/abstract=1407464>

Fernandez, P. (2014a). *CAPM: an absurd model*. Najdeno 10. december 2014 na spletnem naslovu http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2505597

Fernandez, P. (2014b). *Are calculated betas good for anything*. Najdeno 22. februar 2015 na spletnem naslovu http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=504565

Fernandez, P. (2014c). *Betas Used by Professors A Survey with 2,500 Answers*. Najdeno 22. februar 2015 na spletnem naslovu http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1407464

Gomez-Bezares, F., Ferruz, L., & Vargas M. (2012). Can we beat the market with beta? An intuitive test of CAPM. *Spanish Journal of Finance and Accounting*, 41(155), 333–352.

Gunnlaugsson, S. B. (2006). A test of CAPM on a small stock market. *The business review*, 6(1), 292–296.

Kalyvitis, S., & Panopoulou, E. (2013). Estimating C-CAPM and the equity premium over the frequency domain. *Studies in Nonlinear Dynamics and Econometrics*, 17(5), 551–571.

Mayfield, E. S. (1999). *Estimating the Market Risk Premium*. Boston: Harvard Business School Press.

Merton, R. C. (1980). On Estimating the Expected Return on the Market: An Exploratory Investigation. *Journal of Financial Economics*, 8(4), 323–361.

Peterle, P., & Šketa, A. (2013). *Navodila za indeks, kriterije likvidnosti, tečajnico in druge statistike*. Ljubljana: Ljubljanska borza.

Primožič, Ana (2013). *Koncept aktivnih trgov kapitala : magistrsko delo*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.

Rovan, J., Korenjak Černe, S., & Pfajfar, L. (2009). *Statistični obrazci in tabele*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.

Saji, T.G. (2014). Is CAPM Dead in Emerging Market? Indian Evidence. *The IUP Journal of Financial Risk Management*, 11(3), 7–19.

Santosa, P. W., & Laksana, H. Y. (2011). Value at Risk, Market Risk and Trading Activity: CAPM Alternative Model. *Journal of Applied Finance & Banking*, 1(4), 239–268.

Sharpe, W. F. (1964). Capital Asset Prices: A Theory of Market Equilibrium under Conditions of Risk. *The Journal of Finance*, 19(3), 425–442.

Slovenia 10 year bond yield. Najdeno 26. februar 2015 na spletnem naslovu <http://www.investing.com/rates-bonds/slovenia-10-year-bond-yield-historical-data>

Stancic, P., Radivojevic, N., Stancic, V., & Cupic, M. (2012). Testing the Applicability of the CAPM in the Serbian Stock Market. *International Journal on GSTF Business Review*, 1(3), 24–30.

Stubelj, I. (2009). Strošek lastniškega kapitala podjetja: primer ocene za izbrane slovenske delniške družbe. *Management*, 4(1), 21–38.

Viebig, J., Varmaz, A., & Poddig, T. (2008). *Equity valuation: models from leading investment banks*. New York: John Wiley&Sons.

Yalcun, A., & Ersahin, N. (2011). Does the Conditional CAPM Work? Evidence from the Istanbul Stock Exchange. *Emerging Markets Finance & Trade*, 47(4), 25–48.

Yoshino, J. A., & Santos, E. B. (2009). Is the CAPM dead or alive in the Brazilian market?. *Review of applied economics*, 5(1-2), 127–142.

Zubairi, H. J., & Farooq, S. (2011). Testing the validity of CAPM and APT in the oil, gas and fertilizer companies listed on the Karatchi stock exchange. *Financial Markets & Corporate Governance Conference*, 13(3), 439–459.

ANALIZA VZROKOV ZA NEZADOVOLJSTVO SLOVENSКИH PACIENTOV Z NEMEDICINSKIMI SESTAVINAMI ZDRAVSTVENIH STORITEV

MAJA NEMEC, TOMAŽ KOLAR¹ BORUT RUSJAN²

POVZETEK: Raziskovanje vzrokov za nezadovoljstvo pacientov lahko izvajalcem zdravstvenih storitev omogoča vpogled v pomanjkljivosti njihovih storitev in hkrati predstavlja smiselno iztočnico za izboljšanje kakovosti. V članku s pomočjo kvalitativne metode netnografije ugotavljamo bistvene vzroke za nezadovoljstvo slovenskih pacientov z nemedicinskim vidikom zdravstvenih storitev in na podlagi rezultatov opozorimo na tista nemedicinska področja zdravstvenih storitev, na katerih je v prihodnje mogoče izboljšati kakovost zdravstvenih storitev z vidika zadovoljstva pacientov. Na podlagi vsebinske analize spletnih forumov ugotavljamo, da so najpogostejši razlogi za nezadovoljstvo s slovenskim zdravstvom naslednji: neprijazna komunikacija zdravstvenega osebja, pomanjkanje empatije v odnosu zdravstvenega osebja, predolgo čakanje pacienta na zdravstveno obravnavo v čakalnici, predolga čakalna doba za obisk zdravnika, neučinkovita organizacija zdravstvene obravnave, pomanjkljiva doslednost in način informiranja pacienta. Raziskava tudi opozori na pomembno vlogo spletnih skupnosti pri raziskovanju nezadovoljstva pacientov in prikaže prednosti in omejitve uporabe metode netnografije.

Ključne besede: storitve, zdravstvo, kakovost v zdravstvu, nezadovoljstvo pacientov, netnografija

JEL klasifikacija: I11

DOI: 10.15458/85451.33

UVOD

Osnovni namen zdravstvenih storitev je izboljšano zdravstveno stanje pacientov, ki je želeni končni rezultat strokovne medicinske dejavnosti. Kljub temu pa celotno zdravstveno storitev poleg strokovnega jedra tvorijo še t.i. podporne oz. »nemedicinske« sestavine storitev, ki se prav tako osredotočajo na pacienta. Izboljšanje kakovosti v zdravstvu vse bolj vključuje prav prilagajanje tovrstnih, nemedicinskih storitev porabniku oziroma pacientu in zadovoljevanje njegovih potreb ter pričakovanj. Poudarjanje zadovoljevanja potreb, pričakovanj pacienta pa postavi v ospredje pomen ugotavljanja zadovoljstva/nezadovoljstva pacienta s tistimi sestavinami zdravstvene storitve, ki jih na podlagi svoje izkušnje lahko sam ocenjuje.

¹ Univerza v Ljubljani, Ekonomska fakulteta, Ljubljana, Slovenija, e-pošta: tomaz.kolar@ef.uni-lj.si

² Univerza v Ljubljani, Ekonomska fakulteta, Ljubljana, Slovenija, e-pošta: borut.rusjan@ef.uni-lj.si

Kljub pogostosti merjenja zadovoljstva pacientov, je le-to običajno omejeno na metode anketiranja ali analize knjige pritožb. Obstaja mnogo raziskav o zadovoljstvu pacientov, relativno malo študij pa se osredotoča na nezadovoljstvo. Nekatere dosedanje raziskave v slovenskem prostoru o zadovoljstvu pacientov (Kersnik, 1998; Kersnik, 2001; IVZ, 2003/2004; Macur, 2000; Goričan, 2009; Pečnik, 2013; Kmetič 2014) se osredotočajo ravno na merjenje zadovoljstva pacientov s klasičnimi metodami raziskovanja (na primer anketni vprašalnik, fokusne skupine, poglobljeni intervjuji). Raziskovalci so se praviloma osredotočali na merjenje zadovoljstva pacientov ali ugotavljanje pomembnosti dejavnikov zadovoljstva pri pacientih. Raziskave ugotavljajo podobne dejavnike, ki vplivajo na zadovoljstvo pacientov, pacientom so tako pomembni komunikacija in odnos zdravstvenega osebja, njihova strokovnost, čakalni čas, informiranost, fizično udobje in organizacija dela.

Številne raziskave o zadovoljstvu pacientov pogosto nakazujejo na visoko stopnjo splošnega zadovoljstva pacientov z zdravstvenimi storitvami (Ford et al., 1997, str. 87–89; Coyle & Williams, 1999, str. 1–8; Marcinowicz et al., 2008). Prav raziskovanje vzrokov za nezadovoljstvo lahko izvajalcem zdravstvenih storitev omogoča boljši vpogled v pomanjkljivosti njihovih storitev in hkrati predstavlja smiselno iztočnico za izboljšanje kakovosti (Bankauskaite & Saarelma, 2003). V primeru, da pričnejo izvajalci zdravstvenih storitev na storitve gledati s pacientove perspektive, potem mora nezadovoljstvo pacientov z namenom izboljšanja kakovosti zdravstvenih storitev prejeti več pozornosti.

V današnji informacijski družbi se mnogo pacientov raje kot za običajno knjigo pritožb odloči za informacijsko naprednejše oblike izražanja nezadovoljstva (na primer interesne spletne skupnosti v obliki forumov, blogov, kolumn, socialnih omrežij, e-mailov itd.). Da bi zajeli čim širši vzorec izkušenj nezadovoljnih pacientov, bi bilo običajne metode pridobivanja povratnih informacij pacientov smiselno razširiti na npr. poglobljene intervjuje, skrite »nakupe«, analize pritožb varuhu pacientovih pravic in netnografijo. Še posebej slednja metoda raziskovalcu omogoča nevsiljiv vpogled v razmišljanje, navade in ravnanja interesnih spletnih skupnosti, ki v sodobnem času predstavljajo bogat in obsežen vir informacij (Konečnik Ruzzier & Ruzzier, 2015; Knehtl et al., 2013).

Namen članka je s pomočjo kvalitativne metode netnografije ugotoviti bistvene vzroke za nezadovoljstvo slovenskih pacientov z nemedicinskim vidikom zdravstvenih storitev in nato na podlagi rezultatov opozoriti na tista nemedicinska področja zdravstvenih storitev, na katerih je v prihodnje še mogoče izboljšati kakovost zdravstvenih storitev z vidika zadovoljstva pacientov.

Cilj kvalitativne raziskave je sistematično in natančno pregledati izbrane interesne spletne skupnosti (forume) in na podlagi analiziranih sekundarnih podatkov ugotoviti splošne razloge za nezadovoljstvo pacientov s slovenskim zdravstvom. Cilj raziskave je tudi ustrezno predstaviti prednosti in slabosti novejših metode raziskovanja – netnografije, ki ustreza zahtevam kvalitativnega znanstvenega raziskovanja.

Ugotovitve raziskave bodo izvajalcem zdravstvenih storitev in strokovnjakom za področje kakovosti v zdravstvu služile za globlje razumevanje vedenja pacientov in za oblikovanje smernic pri izboljševanju nemedicinskih sestavin zdravstvenih storitev za paciente.

V nadaljevanju želimo odgovoriti na naslednja raziskovalna vprašanja:

- Kateri vzroki za nezadovoljstvo s slovenskim zdravstvom so najpogosteje izraženi na slovenskih spletnih forumih?
- Ali so vzroki za nezadovoljstvo s slovenskim zdravstvom, izraženi na slovenskih spletnih forumih, enaki tistim, ki so jih odkrile nekatere do sedaj opravljene slovenske raziskave?
- Katerim nemedicinskim vidikom storitev bi morale zdravstvene ustanove v Sloveniji posvečati največ pozornosti, če želijo zmanjšati nezadovoljstvo pacientov?

V empiričnem delu naloge bomo sledili smernicam kvalitativnega raziskovanja netnografije, ki jih je začrtal Kozinets (2006, 2010) in jim sledijo ostali avtorji (Wu & Pearce, 2014; Bengry-Howell et al., 2011; Mkono, 2012; Rokka, 2010). Na izbranih spletnih forumih bomo tako s pomočjo iskalnikov in s ključnimi besedami (na primer slab zdravnik, slaba izkušnja pri zdravniku, težave v zdravstvu itd.) iskali relevantne objave oziroma komentarje, v katerih uporabniki spleta izkazujejo svoje nezadovoljstvo z zdravstvenimi storitvami v Sloveniji. Komentarje bomo s pomočjo programa Atlas.ti in vsebinske presoje kodirali v smiselne kategorije in podkategorije, ki bodo predstavljale vzroke za nezadovoljstvo.

1 TEORETIČNO OZADJE

1.1 Kakovost zdravstvenih storitev

Posebna značilnost zdravstvenih storitev je, da zahtevajo visoko raven interakcije na obeh straneh – izvajalca in porabnika. Osebnost pacienta (stopnja kontaktnosti) je izjemno visoka, zato je njegova interakcija z zdravnikom (poleg končnega izida storitev) ključna za zaznavanje kakovosti storitve.

Tovrstne značilnosti zdravstvenih storitev so skladne s temeljnim pojmovanjem kakovosti storitev, pri katerem je ključno izhodišče, da je »kakovost to kar zaznava porabnik« (Gronroos, 2007, p.73). Nekoliko bolj oprijemljivo je pojmovanje kakovosti storitev s pomočjo temeljnih dimenzij kakovosti, ki ga poudarjajo Wilson et al. (2012). Pri tem različni avtorji navajajo različne ravni in razvrstitve dimenzij kakovosti, ki na osnovi ravni zajemajo tehnično (rezultat) in funkcionalno (proces) kakovost (Gronroos, 2007). Podrobnejše klasifikacije pa obsegajo še natančnejše in bolj številne dimenzije kakovosti, ki zajemajo tudi kakovost interakcije, kakovost fizičnega okolja, najpogostejša pa je delitev na pet temeljnih dimenzij kakovosti (zanesljivost, odzivnost, zaupnost, empatija in fizični elementi), ki izhajajo iz merskega instrumenta SERVQUAL (Wilson et al., 2012). Dagger et al. (2007) so npr. v skladu s predhodnimi konceptualnimi okviri za ocenjevanje kakovosti zdravstvenih storitev, ki razlikujejo med tehnično in funkcionalno dimenzijo, opredelili kakovost zdravstvenih storitev kot več dimenzionalni konstrukt višjega reda, s štirimi splošnimi dimenzijami (kakovost medsebojnega odnosa, tehnična kakovost, kakovost fizičnega okolja, administrativna kakovost) in devetimi elementi znotraj teh dimenzij.

Kljub temu, da je tehnični vidik zdravstvene storitve ključni dejavnik za izid zdravljenja in je zato glavni cilj zagotavljanja kakovosti zdravstvenih storitev, se naša raziskava osredotoča na nemedicinske (funkcionalne, procesne) vidike zdravstvenih storitev. Pretekle raziskave so namreč pokazale, da pacienti nimajo zmožnosti za presojo tehničnega vidika zdravstvene storitve (O'Connor & Shewchuk, 2003; Boyer et al., 2006).

Tudi Robida (2009, str. 26) poudarja, da različne interesne skupine, vključene v zdravstveni sistem, kakovost različno pojmujejo. Zdravstveno osebje definira kakovost predvsem s stališča tehničnega vidika kakovosti in z vidika izida zdravljenja ter strokovnega znanja. Tudi za paciente je tehnična kakovost izjemno pomembna, a jo težko ocenjujejo zaradi nepoznavanja tega vidika kakovosti. Mnenja pacientov o zdravstveni oskrbi zato temeljijo na tistih vidikih, ki jih pacienti zlahka zaznajo in ki vplivajo na njihovo zadovoljstvo s celotno storitvijo. Tako pacienti ocenjujejo predvsem udobje, fizično in časovno dostopnost, prijaznost osebja, obveščenost o bolezni in zdravljenju, skrb za dostojanstvo in zasebnost ter možnost sodelovanja pri zdravljenju. Tudi Toth (2006, str. 43) opozarja, da se pričakovanja porabnikov najpogosteje navezujejo na odnos, ki so ga deležni s strani zdravstvenega osebja, prav tako pa je za njih pomembna uspešna in čim boljša zdravstvena obravnava. Podobno Mosadeghrad (2013, str. 518) pravi, da je dobra kakovost v zdravstvu zagotavljanje pacientom primernih storitev na tehnično dovršen način, z dobro komunikacijo, možnostjo sodelovanja in skupnih odločitev ter kulturno občutljivostjo. Najbolj zaželene vedenjske lastnosti, ki ji porabniki iščejo pri zdravstvenem osebju, so zato razumevanje in sposobnost komuniciranja, skrbnost in odkritost. Vse tri lastnosti lahko poimenujemo z dejavnikom prijaznost, ki ga porabniki velikokrat uvrščajo višje kot samo strokovnost (Winsted, 2000, str. 401). Tudi Pečnikova (2013, str. 82–83) navaja priporočila, ki se jih mora izvajalec v primeru kakovostne storitve držati, in sicer naj bo ta predvsem primerno usposobljen, imeti mora ustrezno znanje in veščine, potrebne za kakovostno opravljanje storitve, do porabnikov se mora vesti vljudno in spoštljivo, poskušati se mora vživeti v njihovo stanje, jih razumeti, prav tako pa se naj potruži da odprti odnos s porabnikom v smislu zadostne informiranosti in dostopnosti.

V Sloveniji je Ministrstvo za zdravstvo v sklopu Nacionalne usmeritve za razvoj kakovosti v zdravstvu (2006) izpostavilo pomen osredotočanja zdravstvene storitve na pacienta, v katerem je bilo navedenih osem smernic: spoštovanje pacientovih vrednot, potreb in možnost izbire; koordinacija in integracija zdravstvene obravnave; obveščenost in vzgoja; dobro fizično počutje; emocionalna podpora in zmanjševanje strahu; sodelovanje svojcev in prijateljev; nepretrgana zdravstvena obravnava; dostopnost do zdravstvene oskrbe (MZ Slovenije, 2006).

Čeprav je za zagotavljanje kakovosti zdravstvenih storitev pomembno merjenje z uporabo objektivnih meril tehnične kakovosti (Dagger et al., 2007, str. 124), pa sprejetje koncepta kakovosti zdravstvenih storitev kot več dimenzijskega koncepta pomeni, da postane tudi mnenje pacientov pomembno za ocenjevanje kakovosti v zdravstvu (Marcinowicz et al., 2008; Bankauskaite & Saarelma, 2003; Castle et al., 2005). Sklenemo lahko, da vrednotenje kakovosti zgolj z medicinskega, strokovnega vidika ne zadostuje več, zato je potrebno upoštevati opredelitev kakovosti, ki upošteva oboje – tehnično, medicinsko in

funkcionalno (procesno), nemedicinsko dimenzijo kakovosti in s tem sprejeti ocenjevanje zadovoljstva pacientov kot ključni element presojanja kakovosti zdravstvenih storitev (Marcinowicz et al., 2008).

1.2 Raziskovanje zadovoljstva pacientov

Koncept zadovoljstva pacientov se v strokovni literaturi največkrat pojavlja v povezavi s kakovostjo zdravstvene oskrbe oziroma storitve, ko je slednja opredeljena z vidika zadovoljevanja potreb in pričakovanj pacientov. Pojem zadovoljstvo pacientov pojasnimo s teorijo (ne)potrditve. Visoka raven zadovoljstva je dosežena takrat, ko dejansko izvedena oskrba presega pacientova pričakovanja (Thompson & Yarnold v Kersnik, 2001; Vanhamme, 2000, str. 569).

Zadovoljstvo pacientov je tako pomemben kazalnik kakovosti zdravstvene storitve iz perspektive pacienta (Bankauskaite & Saarelma, 2003; Boyer et al., 2006). Williams (1994, str. 3) pojasnjuje, da je merjenje zadovoljstva pacientov pridobilo na pomenu, ko so rezultati raziskav zadovoljstvo pacientov povezali s tremi vrstami skladnosti: upoštevanje naročenih zdravstvenih obravnav; namere pacientov, da bo njihovo obnašanje v skladu priporočenim zdravljenjem; uporaba zdravil. Te povezave so bile uporabljene kot argument, da mora postati zadovoljstvo pacientov pomemben cilj kakovosti zdravstvenih storitev, ker naj bi na podlagi teh povezav izboljšanje zadovoljstva pacientov zagotavljajo večjo skladnost ravnanja pacientov in posledično izboljšalo tudi izide zdravljenja.

Ocenjevanje zadovoljstva praviloma temelji na anketah o zadovoljstvu in pritožbah pacientov (Howard et al., 2013). Pretekle raziskave so pokazale, da so analize zadovoljstva pacientov z njihovimi ponudniki zdravstvenih storitev pokazale presenetljivo pozitivne ocene, čeprav dejansko mnenje pacientov ni bilo v skladu s tem (Marcinowicz et al., 2008). Rezultati večine anketnih vprašalnikov nakazujejo, da je zadovoljstvo pacientov v splošnem ocenjeno z višjimi stopnjami, kot dejansko velja (Ford et al., 1997, str. 87–89). Razlogov za to je več. V kvantitativnih metodah na podlagi anketiranja, ki se tradicionalno uporabljajo za merjenje zadovoljstva pacientov, morajo anketiranci odgovarjati na vprašanja z izbiro vnaprej določenih odgovorov, kar pa predstavlja oviro pri ugotavljanju pravega stanja. Castle et al. (2005, str. 7) trdijo, da anketni vprašalniki delujejo kot oblika cenzure nad pacienti, saj omejujejo njihovo možnost, da izpostavijo svoje probleme z različnimi vidiki zdravstvene oskrbe in zato rezultati anketiranja dajejo zavajajoče sklepe, da je zadovoljstvo bolnikov večje, kot je v resnici. Tudi Ford et al. (1997, str. 87–89) opozarjajo, da nezadovoljni pacienti posredno pogosto izražajo svoje nezadovoljstvo ravno na način, da ne sodelujejo pri direktnem posredovanju podatkov ter da so odprta vprašanja in tista vprašanja, ki se osredotočajo na podrobnosti z zadovoljstvom z zdravstvenimi storitvami, običajno ocenjena nižje kot vprašanja zaprtega tipa. Študije so tudi pokazale, da bolj kot pacienti dojemajo svoje zdravljenje kot tehnično in strokovno, manj legitimne se počutijo za ocenjevanje storitve (Fitzpatrick & Hopkins v Coyle & Williams, 1990, str. 6). Pacienti tako večkrat izražajo svoje zadovoljstvo predvsem zaradi tega, ker se jim zdi neprimerno, da bi sami kot laiki ocenjevali ustreznost strokovne zdravstvene oskrbe.

Zato se avtorji zavzemajo za alternative pristope v proučevanju zadovoljstva pacientov, ki ne bi temeljili na vprašalnikih, pri čemer predvsem priporočajo preusmeritev pozornosti na kvalitativne metodologije, s pomočjo katerih bi lahko ustrezneje raziskovali pojav zadovoljstva - nezadovoljstva na celovit in v pacienta usmerjen način (Bankauskaite & Saarelma, 2003). Bankauskaite & Saarelma (2003) tudi trdijo, da je prav proučevanje nezadovoljstva pacientov, v primerjavi s proučevanjem zadovoljstva, lahko pomembnejše pri ugotavljanju napak v delovanju zdravstvenih sistemov. Razumevanje nezadovoljstva pacientov je bistvenega pomena, saj zagotavlja informacije o tem, kako bi lahko izboljšali kakovost zdravstvene storitve iz vidika pacienta (Bankauskaite & Saarelma, 2003).

Raziskovanje nezadovoljstva pacientov z namenom izboljšanja kakovosti zdravstvenih storitev postane ključno v primeru, ko pričnejo ponudniki zdravstvenih storitev na storitve gledati s pacientove perspektive (bodisi skozi pomen zadovoljevanja njegovih potreb in želja ali prek zaznane potrebe, da bi se izognili težavam v neskladju razumevanja zadovoljstva pacientov). Uporaba kvalitativnih tehnik za preučevanje nezadovoljstva pacientov, vključno z analizo pritožb, lahko razkrije bolj celovito sliko o dejanskem stanju (Marcinowicz et al., 2008). Vendar pa ugotovitve raziskav kažejo, da se večina nezadovoljnih pacientov ne pritožuje (Howard et al., 2013). V današnjem času informacijske družbe alternativo tradicionalnemu pritožnemu sistemu kot najdostopnejši medij predstavlja internet.

2 METODOLOGIJA

2.1 Izbira metode raziskovanja in potek izvedbe raziskave

Konečnik Ruzzier & Ruzzier (2015, str. 152) opozarjata, da so se okoliščine in načini, kjer porabniki izražajo in izmenjujejo svoja mnenja, stališča in občutja glede storitev in izdelkov v zadnjih nekaj letih drastično spremenili. Virtualna etnografija ali netnografija spada med pomembne novejšje kvalitativno-interpretativne metode (Wu & Pearce, 2014; Mkono, 2012; Bengry-Howell et al., 2011; Rokka, 2010), ki prilagajajo tradicionalne etnografske tehnike kulturologije in antropologije spletnim skupnostim in kulturam (Perčič, 2011, str. 2). Bardorfer in Carotta (2007, str. 117) poudarjata, da je prednost netnografije poglobljeno, osebno in neposredno spoznavanje porabnikov v njihovem naravnem okolju in tudi prepoznavanje njihovih potreb. Raziskovalcem omogoča, da vstopijo v intimno okolje porabnika in med tem opazujejo ter razbirajo njegova čustva, jezik in obnašanje, ki jih porabniki v okolju, ko so anketirani ali intervjuvani, morda ne bi izrazili (Rokka, 2010).

Uporabniki svoja mnenja v obliki pohval oziroma graj podajo v obliki komentarjev na različnih socialnih omrežjih, pa tudi forumih ali blogih. Kozinets (2006, 2010) pojasnjuje, da je netnografija priročnejša, hitrejša in cenejša različica tradicionalne etnografske metode. Gre za naravnejšo in manj vsiljivo metodo raziskovanja kot so npr. intervjuji, fokusne skupine ali vprašalniki. Kljub temu pa je netnografija lahko zelo zahtevna metoda, pri kateri obstajajo določene omejitve (Kozintes, 2010; Mkono, 2012):

- rezultati zaradi majhnosti vzorca in manj strukturiranega zbiranja podatkov niso reprezentativni in jih zato ne moremo posploševati;
- raziskovalno gradivo je običajno tekstovno, neverbalnost je težje dostopna;
- relativna anonimnost uporabnikov interneta onemogoča oblikovanje celostnega demografskega profila posameznika, vključenega v raziskavo;
- za raziskovalca je pomembna natančna poglobljenost v proučevano kulturo, saj le tako lahko ustrezno prevaja analizirano gradivo v znanstveni jezik (v nasprotnem primeru obstaja možnost kontekstualno neustreznih prevodov oziroma tolmačenj).

V slovenskem prostoru še ni bilo opravljene raziskave, ki bi ugotavljala razloge za nezadovoljstvo pacientov na podlagi analize mnenj slovenskih internetnih uporabnikov v sklopu spletnih skupnosti na forumih. V empiričnem delu članka zato uporabljamo kvalitativni metodi netnografije in vsebinske analize, s katerima na petih slovenskih spletnih forumih preverjamo vzroke za nezadovoljstvo pacientov z nemedicinskim vidikom zdravstvenih storitev.

Raziskava je potekala v petih korakih, pri katerih smo se zgledovali po smernicah za izvedbo raziskave s pomočjo metode netnografije po Kozinetsu (2006, 2010):

- 1. Priprava na raziskovanje:** izbor in študij relevantne literature v obliki teoretičnih spoznanj in nekaterih do sedaj opravljenih raziskav s področja zadovoljstva pacientov v Sloveniji in kakovosti zdravstvenih storitev.
- 2. Opredelitev raziskovalnega načrta:** definiranje raziskovalne problematike in raziskovalnih vprašanj, namena raziskave in njenih ciljev, določitev preučevane spletne skupnosti (forumov) in utemeljitev izbora raziskovalne metode.
- 3. Zbiranje podatkov:**
 - določitev ključnih besed v forumskih iskalkih (slab zdravnik/zdravnica, slaba izkušnja z zdravnikom/zdravnico, nezadovoljni z zdravnikom/zdravnico, slab odnos zdravnika/zdravnice, razočaran pri zdravniku/zdravnici, čakalne vrste pri zdravniku/zdravnici, čakanje pri zdravniku/zdravnici, slaba medicinska sestra, jezen/-a zdravnik/zdravnica, moj/-a zobozdravnik/zobozdravnica);
 - prebiranje komentarjev forumskih skupnosti in izbor komentarjev v skladu z opredeljenimi smernicami;
 - neposredno kopiranje komentarjev iz izbranih forumov v Excel dokumente in
 - opremljanje komentarjev z informacijami o času in spletnem mestu nastanka.
- 4. Analiza in sinteza rezultatov:**
 - urejanje gradiva: kronološka ureditev komentarjev po letu nastanka od najnovejših do najstarejših, zakrivanje identitete uporabnikov forumov z uvedbo kodiranja izbranih komentarjev po sistemu U_ŠtevilkaKomentarja_LetoSpletneObjave_SpletniForum in zagotavljanje anonimnosti konkretnih oseb/organizacij, omenjenih v komentarjih;
 - določitev enot kodiranja: stavki, povedi ali odstavki v komentarjih – celostno

in smiselno zajemanje razmišljanj posameznikov znotraj komentarjev, v katerih jasno opredeljujejo situacijo oz. vzrok za nezadovoljstvo;

- prosto kodiranje: konvertiranje Word datoteke v obogateno besedilo (.rtf), uvoz Word .rtf datoteke v software program za odprto kodiranje in kvalitativno analizo vsebine ATLAS.ti, smiselno kodiranje izbranih komentarjev;
- definiranje in prikaz ustreznih kategorij in podkategorij: revizija kod in uvedba smiselnih modifikacij (združevanje sopomenskih kod), odnosno kodiranje (povezovanje kod v pet glavnih kategorij in njihovih podkategorij);
- izvoz rezultatov: določitev za sintezo primernih kategorij in podkategorij in izvoz rezultatov iz programa ATLAS.ti v tabelarne prikaze Excel dokumenta.

5. **Interpretacija rezultatov:** razlaga, pojasnjevanje in primerjanje pridobljenih rezultatov z opredeljenimi teoretičnimi in nekaterimi do sedaj opravljenimi empiričnimi izsledki drugih raziskovalcev.

2.2 Opis vzorca raziskave

Zbiranje gradiva je potekalo v januarju 2016, za analizo smo izbrali komentarje iz petih popularnih slovenskih forumov (med.over.net, slo-tech.com, diva.si, mavricni-forum.net, kupid.com), ki predstavljajo interesno različne forumske skupnosti. Pregledali smo 42 forumskih tem, pri izbiranju komentarjev pa smo sledili naslednjim smernicam:

- komentarji so bili objavljeni v časovnem obdobju med januarjem 2012 in decembrom 2015,
- komentarji se nanašajo zgolj na nemedicinski oz. nestrokovni del izkušnje z zdravstveno storitvijo,
- komentarji niso neposredno žaljivi in/ali ne predstavljajo grožnje do določene interesne skupine oziroma osebe,
- komentarji posredno in/ali neposredno izražajo nezadovoljstvo z izkušnjo zdravstvene storitve v Sloveniji.

O svojih neprijetnih izkušnjah z zdravstvenimi storitvami v zdravstvu je v obliki samostojnih komentarjev skupno poročalo 139 posameznikov oziroma uporabnikov izbranih forumov, od tega smo zaznali 151 vsebinskih komentarjev (n=151), ki izražajo nezadovoljstvo s slovenskim zdravstvom (Tabela 1). Največji delež komentarjev prihaja s foruma Med.over.Net (95 komentarjev ali 63 % vseh komentarjev), s 37 komentarji (24 %) sledi forum Slo-Tech.com, še nekoliko manj, in sicer 10 % komentarjev je s foruma Diva.si, po 2 komentarja (1 %) prihajata z mavricni-forum.net in Kupid.com.

Tabela 1: Število komentarjev po posameznih forumih in letih objave

Leto	Forum					Σ
	Med.Over.Net	Slo-Tech.com	Diva.si	mavricni-forum.net	Kupid.com	
2012	30	8	3	/	2	43
2013	31	16	4	/	/	51
2014	25	12	2	/	/	39
2015	9	1	6	2	/	18
Σ	95	37	15	2	2	Σ 151

3 REZULTATI RAZISKAVE

3.1. Predstavitev osnovnih rezultatov

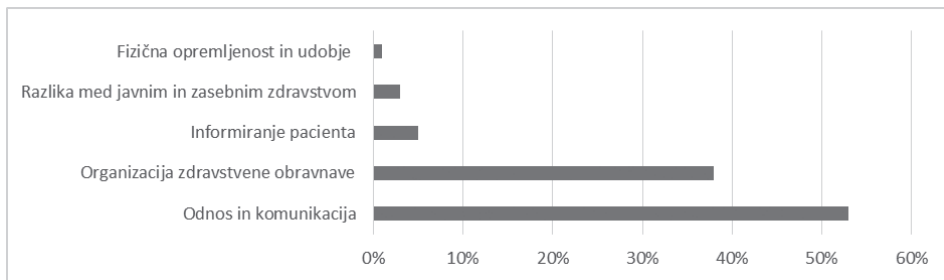
Analizirane komentarje smo po kodiranju smiselno razvrstili v pet osrednjih kategorij, kot je razvidno v Tabeli 2, in sicer odnos in komunikacija, organizacija zdravstvene obravnave, način in doslednost informiranja pacienta, fizična opremljenost in udobje ter razlike med zasebnim in javnim zdravstvom. Znotraj določenih kategorij smo komentarje nadalje uredili še v vsebinsko natančnejše podkategorije, ki predstavljajo najpogostejše vzroke za nezadovoljstvo slovenskih pacientov z zdravstvenimi storitvami, ugotovljene na podlagi spletnih forumov.

Tabela 2: Vzroki za nezadovoljstvo med slovenskimi pacienti na podlagi forumov po kategorijah in podkategorijah

Kategorija	Podkategorije
Odnos in komunikacija	<ul style="list-style-type: none"> · neprijazna komunikacija zdravstvenega osebja · pomanjkanje empatije pri zdravstvenem osebju · nespoštovanje pacientove zasebnosti · zdravnik posveča premalo pozornosti pacientu · zdravnik ne upošteva želja pacienta · neprimeren odnos do dela s strani zdravstvenega osebja v navzočnosti pacienta
Organizacija zdravstvene obravnave	<ul style="list-style-type: none"> · predolgo čakanje v čakalnici · predolge čakalne dobe za obisk zdravnika · težave pri naročanju · nepovezanost zdravstvenih ustanov · neučinkovita organizacija dela v ambulantni
Način in doslednost informiranja	<ul style="list-style-type: none"> · slaba obveščnost pacienta glede procesa zdravljenja · slaba obveščnost pacienta o spremembah v zdravstveni obravnavi · slaba obveščnost svojcev pacienta
Razlike med javnim in zasebnim zdravstvom	
Fizična opremljenost in udobje	

Če rezultate analiziramo z vidika petih opredeljenih kategorij, lahko s Slike 1 razberemo, da posamezniki največkrat izražajo nezadovoljstvo z odnosom in komunikacijo (53 %), sledi pa nezadovoljstvo z organizacijo zdravstvene obravnave (38 %). Ti dve kategoriji skupno predstavljata 91 % vseh analiziranih komentarjev. Preostale tri kategorije so v primerjavi z ostalima dvema kategorijama manjše. Zgolj 5 % pacientov je nezadovoljnih z načinom in doslednostjo informiranja pacienta, 3 % jih je izrazilo nezadovoljstvo z dejstvom, da so pri storitvah javnega zdravstva obravnavani slabše kot pri zasebnih zdravstvenih storitvah, 1 % komentarjev pa se je nanašal na nezadovoljstvo s fizično opremljenostjo prostorov in udobjem tekom koriščenja zdravstvenih storitvah.

Slika 1: *Deleži komentarjev glede na kategorije*



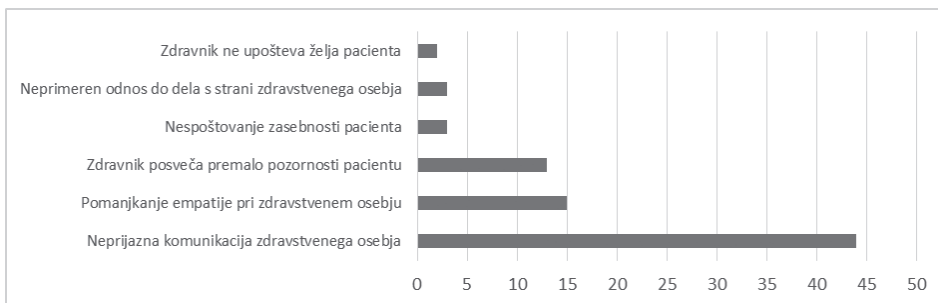
V nadaljevanju bomo podrobneje vsebinsko analizirali prve tri kategorije, za katere je nezadovoljstvo izraženo v vsaj 5 % komentarjev in znotraj njih zaznane podkategorije oziroma vzroke za nezadovoljstvo.

3.2 Analiza kategorije odnos in komunikacija do pacienta

Gre za odnos in komunikacijo, ki so ju pacienti deležni bodisi med zdravstveno oskrbo s strani zdravnika bodisi med izkušnjo zdravstvene storitve na splošno. Skupno 80 komentarjev iz te kategorije smo podrobneje razvrstili v 6 vzrokov za nezadovoljstvo oziroma podkategorij.

Kot lahko razberemo s Slike 2, najpogosteje negativne izkušnje pacienti opisujejo kot neprijazno komunikacijo zdravstvenega osebja (44 komentarjev znotraj kategorije). Pomanjkanje empatije zdravstvenega osebja je kot vzrok za nezadovoljstvo izraženo v 15 komentarjih. Naslednji najpogostejši vzrok za nezadovoljstvo, in sicer da zdravnik med zdravstveno obravnavo posveča premalo pozornosti pacientu, predstavlja 13 komentarjev znotraj kategorije. Kot negativne izkušnje podajajo tudi primere nespoštovanja pacientove zasebnosti s strani zdravnika ali ostalega zdravstvenega osebja (3 komentarji). Enako število komentarjev izraža nezadovoljstvo z neprimernim odnosom do dela med zdravstveno obravnavo s strani zdravstvenega osebja. V manjšem deležu je bilo nakazano tudi nezadovoljstvo z neupoštevanjem pacientovih želja med zdravstveno oskrbo s strani zdravnika (2 komentarja).

Slika 2: Število komentarjev po podkategorijah znotraj kategorije odnos in komunikacija



Neprijazna komunikacija zdravstvenega osebja

Pri komentarjih smo opazili, da se vzroki za nezadovoljstvo z neprijazno komunikacijo navezujejo tako na komunikacijo zdravnika kot tudi ostalega zdravstvenega osebja. Posamezniki v komentarjih neprijazno komunikacijo zdravnika utemeljujejo z neprijetnimi izkušnjami, pri katerih se je zdravnik po njihovem mnenju v svoji komunikaciji izražal neprimerno ali izjavil cinične pripombe, ki jih od zdravnika niso pričakovali. Kot prikazujemo v spodnjih izbranih primerih, posamezniki v komunikaciji zaznavajo vse od tona in načina govorjenja pa do izbire besed zdravnika. Mnogi čutijo nezadovoljstvo v tistih primerih, ko zdravnik v komunikaciji s pacientom uporabi sarkazem ali ironijo. Predvidevamo lahko, da kot pacienti v občutljivem (zdravstvenem) stanju od zdravnika pričakujejo položaju primerno in profesionalno komunikacijo.

Ko je izpolnjevala tisti obrazec, se je začela obnašat prav nesramno. Od tona postavljenega vprašanja pa do posmehovanja, a zdaj pa fantu ne zaupate več hehe ... Pač halo. Greš se testirat za hiv, strah te je, ona se pa tam še norca dela. (U_3 2015_Mavricni forum).

[...] Ni več upala k njemu. Ko res ni šlo več in je bila zatečena bolj kot jaz po rinoplastiki, je šla nazaj k njemu in jo je vprašal, če je padla ali jo je mož udaril po obrazu, da je takšna. Nato je povedala po resnici, pa se je še drl nanjo. (U_22 2014_Med.over.net)

[...] In jaz vsa prestrašena vprašam zdravnika »a pa bo vse vredu z njim?« in on men smrtno resno »ja kako naj pa jaz to vem? Lahko da umre zdajle, lahko ga čez teden zunaj avtobus povozi ali pa kaj podobnega«, jaz sem skoraj zjokala. (U_122 2012_Diva.si)

Pogosto v komentarjih kot negativno izkušnjo z zdravnikom navajajo aroganten in nesramen odnos, ki so ga deležni ob obisku zdravnika, pri čemer v nekaterih primerih izpostavljajo, da je zdravnik v komunikaciji z njimi celo povzdignil glas. Ker so pacienti med zdravstveno obravnavo pogosto v podrejenem položaju, saj so zaradi svoje zdravstvene šibkosti odvisni od pomoči zdravnika, lahko povzdigovanje glasu privede do neprijetne izkušnje z zdravnikom.

Danes sem doživela totalno aroganco zdravnika [...] Vprašala sem ga, zakaj se to dogaja, zakaj se toliko časa gnoji. Arogantno s prezirom mi je odgovoril, da mi nima kaj odgovoriti. Sem mu rekla, da sem ga lepo vprašala in da lahko lepo pove pa je povzdignil glas in rekel, da ne misli komentirati tisto, kar so drugi operirali ... se obrnil in odšel. (U_120 2012_Med.over.net)

Podobno nezadovoljstvo z neprijazno komunikacijo zaznavajo tudi pri komunikaciji ostalega zdravstvenega osebja. Kot pacienti so zaznali neprijazno komunikacijo pri medicinskih sestrah. Neprijetne izkušnje so občutili, ko je zdravstveno osebje povzdignilo glas nad pacienti ali v obliki neprijaznih izjav v trenutkih, ko jih pacienti od medicinskih sester niso pričakovali. Izpostavljena primera opisujeta negativno izkušnjo, ki so jo kot pacienti posredno oziroma neposredno doživeli v komunikaciji z medicinskimi sestrami.

Doživela dobesečno sem bila šokirana ... Pride starejša gospa do vrat ordinacije, potrka in ven prihrumi medicinska sestra, ki jo dobesečno grobo odrine od vrat in se začne dreti nanjo, kaj si misli da trka, da ni edina, ki kaj potrebuje in naj počaka, da pride na vrsto ... gospa ni mogla niti do besede, ko je sestra zaloputnila vrata in se gospa vidno pretresena usede na stol, mi vsi gledamo začudeno brez besed, ko nam gospa pove, da je prejšnji dan klicala zdravnico, če lahko dobi recept za zdravila, ki jih nujno potrebuje in zdravnica ji je rekla naj pride drugi dan ob 10-ih, potrka na vrata in recept jo bo že čakal tam ... res se ene obnašajo, kot da so glavne v zd. (U76 2013_Med.over.net)

Drugače pa moji stari mami so v [...] rekli, en teden pred smrtjo, ko je hotela dobiti čaj za pit, da kaj bi rada, da ji še svojo plačo da. To je rekla sestra moji babici, ki je celo življenje skromno živela, se niti enkrat ni pritoževala. [...] (U_35 2014_Med.over.net)

Mnogi pacienti poudarjajo, da razumejo stresno delo, ki ga opravljajo medicinske sestre, toda ravno zaradi dela z ljudmi v občutljivem (zdravstvenem) stanju, pričakujejo še toliko več prijaznosti, olike in topline v komunikaciji.

Bolj mam probleme s sestrami, ker so fajn tečne. Nazadnje me ena napade, zakaj se nism prej naročil... halo, sej če ni nobenga me zdravnik lahko sprejme in še to mi je šlo na živce, k majo tist grd odnos. Sori, ampak na takem delovnem mestu more bit človek, ki ima več živcev, predvsem pa olike. (U_3 2015_Mavrični forum)

Pomanjkanje empatije pri zdravstvenem osebju

Komentarji, povezani s pomanjkanjem empatije pri zdravstvenem osebju, pojasnjujejo, da so bili pacienti priča situacijam, ko so bili zdravniki premalo sočutni in se niso poskušali vživeti v situacijo pacienta, pacienti so bili deležni hladnega odnosa s strani zdravnika in imeli občutek, da jih zdravnik ne razume.

Če me zdravnik pošlje na neprijetne preiskave, ne želim, da me že vnaprej straši. To mi res ne pomaga. Ko je človek v težavah, pa vendarle poskuša ohraniti pozitivno naravnost, ni koristno, če mu zdravnik razlaga, kako grozno (dobesečno to besedo sem slišala) je njegovo stanje. Se da povedati tudi drugače. [...] (U_96 2013_Med.over.net)

Neprijetne izkušnje opisujejo tudi v primerih, ko so bili pacienti ali njihovi sorodniki/znanci deležni pomanjkanja empatije pri ostalem zdravstvenem osebju. Izpostavljajo nesočuten odnos medicinskih sester, pomanjkanje njihove pozornosti in nerazumevanje do pacientov. V spodnjem primeru je opisana posredna izkušnja uporabnika foruma, pri kateri medicinske sestre niso prepoznale, da pacientka potrebuje dodatno pomoč in so svoje delo opravljale zgolj rutinsko.

Bil sem na obisku pri bolni materi. Poleg je ležala nepokretna starejša gospa, skratka uboga. Sestra ji je prinesla kosilo, kljub temu, da sama ni bila zmožna jesti. Jaz sem svojo mater hranil. Hrana za gospo je bila na mizici. Kmalu je prišla sestra in rekla: »A niste nič pojedli« in odnesla kosilo. Ko sem to videl sem sestri rekel, da to ni način. Omenjena starejša gospa ni imela svojcev, da bi jo hranili. Tako se je verjetno dogajalo iz dneva v dan, organizem oslabi, človek nima možnosti ... Da pa ne bi zdravstveni delavci mislili, da edini trpijo v službah. Zamenjamo službe pa vidimo kdo bo prvi odnehal. So še težje oblike dela in ne tako zaščiteni z vsemi bonitetami ... |...| (U_29 2014_Med.over.net)

Zdravnik posveča premalo pozornosti pacientu

Kot razlog za nezadovoljstvo v tej podkategoriji pacienti najpogosteje navajajo čas, ki ga zdravniki namenjajo njihovi zdravstveni oskrbi. V nekaterih primerih naj bi pregled trajal zgolj nekaj minut, kar se zdi pacientom prekratko, da bi lahko bili deležni celostne in kakovostne obravnave. Dodatno še pojasnjujejo, da imajo kot pacienti občutek, da jih zdravniki med zdravstveno obravnavo ne poslušajo in se jim ne posvetijo dovolj, kar zaznavajo kot neprijetno izkušnjo, ki po njihovem mnenju vpliva tudi na nestrokovno delovanje zdravnika.

Sedaj pa imam zelo naveličano samega dela osebno zdravnico. Ko si pri njej tiste 3 minute, te sploh ne posluša, gleda skozi okno, si z rokami podpre glavo in nato reče, kaj bi rad? Nato si sam postaviš svojo domnevno diagnozo, katerega specialista bi obiskal, ti napiše napotnico, da goro zdravit, da doma več ne veš, kaj bi z njimi in to je to, ko ima pa vsega dovolj, lepo vstane in gre na kavo. Si že iščem drugo. (U_10 2015_Med.over.net)

Primer moje mame je šel takole: imela je raka v 4 stadiju. Ko je bila nazadnje na kontroli, je zdravniku potožila, da nima apetita, da jo bolijo noge... on pa jo je samo zavrnil, da nima časa za njeno jamranje... ker nima časa za take zadeve, da naj pač pije čaj in da je njeno stanje v fazi stagnacije... no čez 2 tedna je mama na žalost umrla – odpovedale so ji ledvice. Ps. Tisti dan je tako na hitro »pregledal« vse onkološke bolnice. (U78 2013_Med.over.net)

Nespoštovanje zasebnosti pacienta

Manjši delež komentarjev je izražal nezadovoljstvo, ki so ga uporabniki forumov kot pacienti doživeli v situacijah, ko so imeli občutek, da je med zdravstveno obravnavo bila kršena njihova pravica do zasebnosti. Opisujejo tako situacije, v katerih so zaznali neprimeren poseg v njihov intimni prostor, kot tudi situacije, za katere menijo, da je bila kršena pravica do varovanja osebnih podatkov pacientov.

|...| Med samim pregledom je v ordinacijo nepovabljena vstopila sestra, z namenom pobrati zdravniške pripomočke namenjene za razkuževanje. Ni potrkala in se ni menila za zdravnikovo prigovarjanje: »Sestra, ne zdaj«. Šla je mimo njega in mimo mojih na stežaj razširjenih nog na ginekološki mizi. Zdravnik se je s hrbtom obrnil v smeri proti meni in me nekako poskušal zaščititi in zakriti, ma sestra se ni dala motiti. |...| (U_68 2013_Med.over.net)

Varovanje zasebnih podatkov je tudi zelo spolzko področje. Vem da se je človeško pogovarjati z drugimi zdravniki o prigodah v ordinaciji, ampak to ne pomeni, da s tem ni nič narobe. Če pride pacient k nadomestnemu zdravniku in ta izjavi »Ah, vi ste tista!«, je najbrž nekaj zelo narobe. |...| (U_97 2013_Med.over.net)

Zdravnik ne upošteva pacientovih želja

V dveh primerih sta komentarja podala kritiko na neupoštevanje pacientovih želja, možnost za njegovo večjo vključitev v samo zdravstveno obravnavo in soodločanje pri zdravljenju. Iz obeh primerov je razvidno, da sta bili pacientki ženskega spola in sta želeli zavrniti jemanje hormonske kontracepcije, toda pri tem sta doživela neodobranje zdravnice. Ob tem navajata, da sta se počutili nemočno in neslišano s strani zdravnice, kar je vodilo v neprijetno izkušnjo.

Neustrezen odnos do dela s strani zdravstvenega osebja

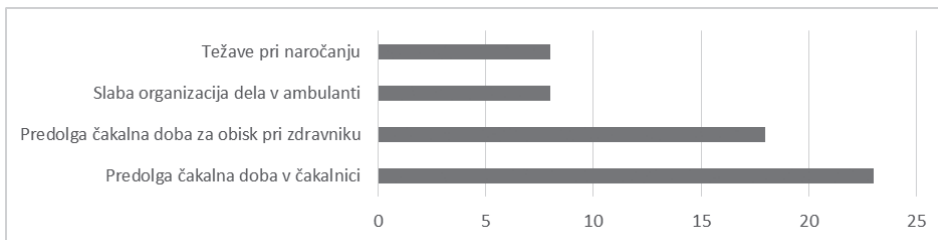
V tej podkategoriji so bili zgolj trije komentarji. V dveh primerih se pojavi kritika na neustrezen in neprofesionalen odnos do dela medicinskih sester, zgolj v enem primeru je zaznati pritožbo nad malomarnim odnosom do dela s strani zdravnika. Pri delu medicinskih sester je paciente zmotil neprofesionalen odnos v času delovnega časa v smislu klepetanja z ostalim zdravstvenim osebjem o privatnih zadevah, pitje kave v pričlo pacientov ali klepetanje po telefonu in brskanje po spletu v času delovnega časa. V spodnjem primeru je izražen neprofesionalni odnos do dela s strani zdravnika, pri katerem je v času zdravstvene obravnave pacientka imela občutek, da je zdravnik pod vplivom alkohola.

Sem pa imela drugega zdravnika za prvi ultrazvok. Zdravnik je zamudil, ko se sedel na stol je izgubil ravnotežje tako, da brcnil v UZ napravo in se komaj ujel. Prišel je namreč pijan. To se mi zdi nesprejemljivo. Glede diagnoze pa mi je vedel samo povedat, da če nimamo doma grunta, ni pomembno kaj pričakujem. (U_69 2013_Med.over.net)

3.3 Analiza kategorije organizacija zdravstvene obravnave

Komentarje (59 komentarjev) v tej kategoriji smo glede na vsebino opisa negativne izkušnje oziroma nezadovoljstva razvrstili v pet podkategorij, kot prikazuje Slika 3, in sicer predolgo čakanje v čakalnici (23 komentarjev), predolga čakalna doba za obisk zdravnika (18 komentarjev), neučinkovita organizacija dela v posamezni zdravstveni ambulanti (8 komentarjev), težave pri naročanju ali dostopnost (8 komentarjev), nepovezanost zdravstvenih ustanov (2 komentarja).

Slika 4: Število komentarjev po podkategorijah znotraj kategorije organizacija zdravstvene obravnave



Predolgo čakanje v čakalnici

Iz komentarjev je razvidno, da se uporabniki forumov pritožujejo glede predolgega čakanja na zdravstveno obravnavo predvsem v naslednjih dveh primerih: v sedmih komentarjih izpostavljajo predolgo čakanje na obravnavo v primeru nujnega obiska na urgentnem oddelku zdravstvene ustanove, prav tako v sedmih komentarjih pa kot negativno izkušnjo opišejo predolgo čakanje v čakalnici pri določenem zdravniku specialistu.

Vsi komentarji, ki se nanašajo na predolgo čakanje na obravnavo v primeru nujnega obiska na urgentnem oddelku, poudarjajo, da so bili razočarani nad večurnim ali celodnevним posedanjem in čakanjem v čakalnicah, preden so prišli na vrsto za obravnavo ali zaključili s celotnim procesom zdravstvene obravnave.

Čakala 13 ur, od tega 6 ur na krvne izvide!!!!!!!!!!!!!! Nekateri pacienti ŽAL še več!!!! (U_47 2014_Med.over.net)

Podobno navaja tudi spodnji primer, v katerem uporabnik foruma opisuje negativno izkušnjo, ko je na urgentnem oddelku proces zdravstvene obravnave in čakanje v čakalnici trajalo ves dan.

V sredini decembra smo tasta pripeljali na urgenco, ker ga je v križu nekaj bolelo ... Pripeljali smo ga ob 6h zjutraj in smo bili na urgenci do 21.00!!!! Od vrat do vrat so naj pošiljali, vse živo se je dogajalo ... vsakič, ko smo zaprli ena vrata, smo po par ur čakali na naslednjih, da se ti bruha. (U_46 2014_Med.over.net)

V primerih, ko uporabniki forumov opisujejo predolgo čakanje v čakalnici za obisk zdravnika specialista, je podana podobna problematika. Kot pacienti so predvsem nezadovoljni z večurnim čakanjem v čakalnici. Poudarjajo sicer, da v teh primerih čakanje ne traja tako dolgo kot čakanje in proces obravnave na urgentnih oddelkih (navajajo tri- ali štiriurno čakanje v čakalnici), toda čakanje se jim zdi kljub temu predolgo in jim predstavlja zelo neprijetno izkušnjo. Nezadovoljstvo kot pacienti občutijo predvsem zaradi neizpoljenih predhodnih pričakovanj. Mnogi opisujejo, da so kot naročeni pacienti prejeli točen termin v obliki datuma in ure, s tem pa so tudi pričakovali, da bodo ob določeni uri sprejeti pri zdravniku specialistu. Ker njihova pričakovanja zaradi nekajurnega čakanja niso bila izpolnjena, pacienti izražajo jezo in občutijo nezadovoljstvo.

Ali je normalno, da na redni pregled, napovedan pred tremi meseci, pri zdravniku specialistu čakaš 3,5 ure? Včeraj je nekdo to doživel! In on je bil samo eden od čakajočih v vrsti!!!! (U_64 2013_Med.over.net)

Standardno za SLO zdravstvo. Jaz sem še vsakič pri specialistu čakal od 2-4 ure. Naročen ob 8 zjutraj in čakal do 12. Naše zdravstvo je organization wise, pa še marsikje drugje totalno na psu. Known fact že vrsto let. (U_53 2013_Slo-tech.com)

Predolga čakalna doba za obisk zdravnika

Za mnogo uporabnikov forumov razlog za nezadovoljstvo predstavlja predolga čakalna doba za obisk zdravnika oziroma predolgo trajajoče obdobje med trenutkom, ko so prvič vstopili v kontakt z zdravstveno ustanovo in dejanskim datumom, ki ga prejmejo za zdravstveno obravnavo.

Uporabniki forumov v komentarjih navajajo, da za obisk zdravnika specialista čakajo po več mesecev, v nekaterih primerih tudi po več kot eno leto, kar jim predstavlja zelo neprijetno izkušnjo z zdravstvom. Ugotavljajo še, da so čakalne dobe za zdravnika specialista različne glede na kraj oziroma regijo. Nekateri so tako pripravljeni poiskati zdravnika specialista tudi izven svoje regije, spet drugi v tem ne vidijo rešitve in tako zaradi čakalne dobe občutijo še večje nezadovoljstvo. Največkrat navajajo primere za predolgo čakalno dobo pri zobozdravnikih in ortodontih, različnih zdravnikih specialistih, kot so dermatologi in očesni zdravniki, omenjajo tudi osebne zdravnike. Mnogi izražajo nezadovoljstvo tudi s predolgo trajajočim procesom zdravstvenih obravnav, izpostavljajo, da med eno in drugo zdravstveno obravnavo in/ali prejetjem izvidov preteče tudi po več mesecev, včasih tudi več kot eno leto, pri čemer izražajo strah pred negativnim vplivom predolge čakalne dobe na njihovo zdravstveno stanje.

Drugače pa – naše zdravstvo je za zjokat. Meni ljuba oseba ima raka in ko vidiš, kako te pošiljajo od Poncija do Pilat, kot da si cifra in ne človek in kot da ne gre za raka ... Eno leto od prvega pregleda do operacije. Podajajo si te kot pin pong žogico, rak se pa razrašča. Naše zdravstvo je od takrat, ko so uvedli koncesije, v hudi hudi krizi. Vsi gledajo samo še, kje bodo postrani čim več potegnili iz bolnikov. (U_130 2012_Med.over.net)

Podobno negativno izkušnjo navaja tudi spodnji primer komentarja, v katerem uporabnik foruma opisuje, kakšen je bil postopek pridobitve termina za prvo zdravstveno obravnavo pri zdravniku ortodontu. Od prve vzpostavitve stika z ortodontsko ambulanto do dejanskega prejetja termina za zdravstveno obravnavo in nato prvega obiska pri zdravniku ortodontu je poteklo več mesecev, pri tem pa je razviden tudi neučinkovit sistem naročanja in otežena dostopnost do zdravnika. Uporabnik posredno izpostavlja razliko v dostopnosti in čakalnih dobah v primeru samoplačniške zdravstvene storitve in koriščenja storitev preko osebne zdravstvene zavarovanja.

Ali ste tudi vi že pri iskanju ortodonta ali zobozdravnika preko sociale imeli občutek, da vas nekdo zajeba#a. Poteka nekako takole: - zobozdravnik izda napotnico k ortodontu, - ko ga želiš obiskati te po telefonu zavrne in izjavi, da ga ponovno pokliči junija, ko se boš dogovoril za datum, - ko ga pokličeš junija, ti da datum za prvi obisk decembra, - na

prvem obisku decembra ti zobe bežno pregleda in ti da nov datum za bolj resen pregled. Tako da če imaš srečo, prideš do bolj resne obravnave čez leto in pol in do aparata za zobe čez nekaj let. Ali se vam zdi takšna organizacija normalna ali je to posledica tako opevane korupcije v zdravstvu? (U_52 2014_Slo-Tech.com)

Težave pri naročanju

V komentarjih uporabniki forumov navajajo različne težave, s katerimi se srečujejo pri naročanju oziroma dostopnosti do zdravnika. Osrednji problem vidijo v zastarelem načinu naročanja, saj se v mnogih primerih lahko naročijo pri zdravniku zgolj preko telefonskega klica ali osebno v ambulanti. Nezadovoljstvo občutijo, ko preko telefona ne morejo vzpostaviti stika z medicinsko sestro, saj je le-ta nedostopna. Poudarjajo, da bi bilo veliko enostavneje in hitreje, če bi zdravstvene storitve omogočale naročanje preko e-mailov ali spletnih strani.

Pokličem v ordinacijo med delovnim časom, da bi se naročil in se nihče ne oglasi!!! Pokličem drug dan ... se nihče ne oglasi ... pokličem tretji dan in zopet isto ... vendar sem dal telefon na ponovitev klica in je 4x zvonilo v prazno DO KONCA preden je asistentka dvignila HALOOOO!!!! (U_83 2013_Med.over.net)

Naročanje je |...| predpotopno, še vedno le osebno ali po telefonu – sestro pa težko dobiš, ker je vedno zasedena ali sta z zdravnico na terenu. Z naročanjem sem že imela težave, ko sem imela vneta ušesa – zaradi otečenih in zamašenih sluhovodov nisem slišala ničesar. Kako naj se torej pacient naroči v takšni situaciji? Kako naj se naročijo gluhonemi? Naročanje po e-pošti je za njih znanstvena fantastika, obtičalo so v 50. letih prejšnjega stoletja. (U_67 2013_Med.over.net)

Več komentarjev opisuje nezadovoljstvo z naročanjem v situacijah, ko je za zdravstveno obravnavo ob isti uri naročeno več pacientov, kar posledično vodi v neprijetno čakanje v čakalnici. Takšen sistem naročanja uporabniki forumov zaznavajo predvsem pri zdravnikih zasebnikih.

Zadnjič smo se pogovarjali, nas je bilo pol čakalnice naročenih ob 9.30, ostala polovica pa verjetno ob 10.00. Organizacijsko je slovensko zdravstvo totalna katastrofa. To povejo predvsem sestre same, ki se včasih pridejo celo opravičit in namignejo, da žal ne morejo nič narediti (predvsem zaradi |...| odnosa doktorjev do timinga in držanja nekih ur naročenih.) (U_60 2013_Med.over.net)

Komentarji se nanašajo še na težave pri naročanju oziroma pridobitve termina za zdravstveno obravnavo, saj so po informacijah medicinske sestre zavrtni zaradi neupravičenosti do zdravstvene obravnave glede na prekratko pretečeno obdobje od zadnje obravnave.

Tudi sama imam eno slabšo izkušnjo osebne ginekologinje |...|. Pokličem v ordinacijo in sestri razložim, da imam težave, in da bi se rada naročila na pregled pri ginekologinji. Mirno mi odvrne, da še ni minilo 3 leta od zadnjega pregleda, in da naj pokličem aprila |...| naslednje leto in mi bodo dali datum za pregled. |...| (U93 2013_Med.over.net)

Neučinkovita organizacija dela v ambulanti

Uporabniki forumov v več komentarjih izražajo nezadovoljstvo z delom medicinskih sester v zdravstvenih domovih, saj kot pacienti menijo, da njihovo delo v določenih primerih opravlja kar zdravnik sam, zaradi česar pa imajo občutek, da se zdravnik ne more dovolj posvetiti pacientu.

Pri nas v ZD vse recepte printa kar osebna zdravnica. Ne vem, zakaj se ona s tem ukvarja, zdi se mi, da bi bilo prav, da bi to naredila sestra, saj ti zdravnica ne privoščiti niti ene besede, tako je zatopljena »v delo«. Prav tako imamo enega zdravnika, ki sam tipka z dvema prstoma in se ukvarja s tipkanjem namesto, da bi na hitro zdikiral eni tajnici. (U_11 2015_Med.over.net)

Med razlogi za nezadovoljstvo je pogosto tudi slaba organizacija dela v zdravstveni ambulanti v smislu vodenja zdravstvene dokumentacije (na primer nedosledno arhiviranje in izdelava duplikatov izvidov, izguba zdravstvene dokumentacije in ravnanje ob izgubi), sistema naročanja ter doslednost in način informiranja pacienta. Spodnji primer opisuje nedosledno delo zdravstvenega osebja pri skrbi za dokumentacijo pacientov.

Zadnje čase imam zaradi moževe bolezni priliko videti, kako to naše ljubo, zelo drago zdravstvo deluje. Izvide je nesel svojemu zdravniku, tam pa so jih brihtne sestre poslale na komisijo za bolniško. Da bi si naredile kopijo za v kartoteko, seveda nobeni ne pade na pamet, pa čeprav jih potrebujejo najmanj zaradi predpisanih zdravil. Na srečo je moj mož vse izvide kopiral že doma, da jih je lahko potem naslednjič nesel sestri, da jih je vložila v kartoteko, da ima tudi zdravnik to pri roki. (U_131 2012_Med.over.net)

V nekaj komentarjih uporabniki forumov ne navedejo konkretne neprijetne izkušnje z neučinkovito organizacijo dela v ambulanti, temveč kot vzrok za neprijetno izkušnjo navedejo zgolj 'slabo organizacijo dela' ali 'slabo delovanje osebja'.

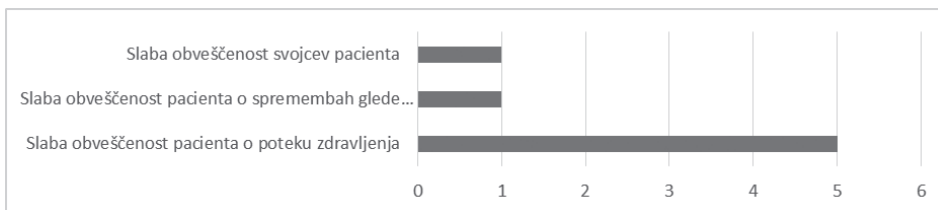
Nepovezanost zdravstvenih ustanov

V dveh komentarjih je izražena kritika glede neučinkovitosti zdravstvenega sistema zaradi nepovezanosti zdravstvenih ustanov med seboj. Komentarja navajata, da bi bila potrebna informacijska posodobitev zdravstvenega sistema, pri čemer bi si lahko različne zdravstvene ustanove pacientove podatke, izvide in dokumente med seboj posredovale elektronsko.

3.4 Analiza kategorije način in doslednost informiranja

V tej kategoriji (7 komentarjev) smo prepoznali slabo obveščeno pacienta o poteku zdravljenja, slabo obveščeno pacienta glede morebitnih sprememb njegovega termina zdravstvene obravnave in slabo obveščeno svojcev pacienta o poteku zdravljenja njihovega družinskega člana (Slika 4).

Slika 4: Število komentarjev po podkategorijah znotraj kategorije način in doslednost informiranja



Največ (5 komentarjev v sklopu kategorije način in doslednost informiranja pacienta) se je nanašalo na prvo izpostavljeno problematiko glede informiranosti o poteku zdravljenja pacienta. Uporabniki komentarjev izpostavljajo predvsem pomanjkljive obrazložitve glede uporabe predpisanih zdravil in nedosledno obveščanje pacienta o tem, kako bo potekalo njegovo zdravljenje. Navajajo še, da pogrešajo jasnejše razlage diagnoz in terapij. Poleg obveščanja o poteku zdravljenja pa v spodnjem komentarju lahko razberemo tudi pomanjkanje informiranja pacienta, opozarjanje in napoved korakov v procesu zdravljenju, ki jih opravlja zdravnik konkretno v času pacientove zdravstvene obravnave. Pomanjkanje informiranja pacienta o korakih, ki jih v procesu zdravljenja namerava zdravnik storiti, lahko vodi tudi do občutka kršenja pacientove zasebnosti.

Premalo dobimo tudi razlag. [...] Pa ne mislim samo na razlage rezultatov, diagnoz in terapij. Že pri kliničnem pregledu se lahko močno zatakne. Ko sem prišla k zdravniku s tako bolečim vratom, da sem komaj pokonci, ob vsakem premiku je bolečina še pridobila na ostrini, se mi je zdravnik brez opozorila približal za hrbtom in me na hitro zgrabil za glavo ter jo obrnil povsem v stran. Prepričala sem se, da 'slabo od bolečin' oz. 'videti zvezde' nista samo metafori. Lahko bi mi povedal, kaj želi preveriti [...] (U_101 203_Med.over.net)

V primeru enega komentarja se neprijetna izkušnja z zdravstveno storitvijo nanaša na slabo obveščnost oziroma pomanjkanje le-te v primeru, ko se spremeni termin zdravstvena obravnave. V primeru, ki ga navajamo, pacient ni bil obveščen o spremembi termina, saj je zdravnik obvestilo fizično izobesil zgolj na vrata ambulante.

Naročen pri zobarju 3 mesece prej, pridem tja, čakam ... Na vratih piše za prejšnji dan, da ga ne bo. Jaz tam čakam, pride čistilka mimo pa pove, da je odsoten. Pa ni poslal nikakršnega obvestila ne nič. Še na vratih za ta dan ni bilo obvestila, ampak za prejšnji dan. (U_30 2013_Med.over.net)

Prav tako je samo v enem komentarju nezadovoljstvo izraženo zaradi neobveščanja pacientovih svojcev o zdravstvenem stanju pacienta. Svojci so čutili, da niso seznanjeni s procesom zdravljenja svojega družinskega časa in da so premalo vključeni v njegovo zdravstveno obravnavo, kar so občutili kot dodatno skrb in predvsem nezadovoljstvo z zdravstveno storitvijo.

4 DISKUSIJA REZULTATOV

Raziskava potrjuje, da v Sloveniji obstaja delež pacientov, ki svoja mnenja in predvsem izkušnje z zdravstvenimi storitvami delijo na spletnih forumih oziroma med interesnimi spletnimi skupnostmi. Rezultati kažejo, da imajo pacienti največ neprijetnih izkušenj z neprijazno komunikacijo zdravstvenega osebja. Kot neprijazno komunikacijo navajajo neprimerne izjave zdravstvenega osebja, ki se nanašajo na njihovo osebno življenje, občutenje neprijaznosti in arogantnosti v komunikaciji zdravstvenega osebja in povzdigovanje glasu zdravstvenega osebja v komunikaciji s pacientom. Pomanjkanje empatije v odnosu zdravstvenega osebja do pacienta je prav tako eden izmed pogostejših razlogov za nezadovoljstvo pacientov. Ti rezultati so v skladu s predhodnimi raziskavami zadovoljstva pacientov, ki so pokazale, da je najpomembnejši dejavnik zdravstvene storitve, ki vpliva na zadovoljstvo pacientov prav odnos med zdravnikom in pacientom, ki vključuje tudi podajanje informacij in način komuniciranja (Coyle & Williams, 1999; Crow et al., 2002). Rezultati so tudi v skladu z raziskavo vzrokov nezadovoljstva z zdravstvenimi storitvami, ki jo je izvedla Coyle (1999). Coyle je na podlagi svoje raziskave uvedla koncept »grožnja osebni identiteti«, s katero opisuje negativne izkušnje pacientov, vključujoč izkušnje izgube moči odločanja/kontrole, razčlovečenja, razvrednotenja.

Poleg ugotavljanja najpogostejših vzrokov za nezadovoljstvo s slovenskim zdravstvom na podlagi spletnih skupnosti smo v članku ugotavljali tudi, ali so vzroki za nezadovoljstvo, ugotovljeni z raziskavo, podobni tistim, ki so jih odkrile nekatere do sedaj opravljene slovenske raziskave s področja zadovoljstva pacientov. Potrdili smo ugotovitve nekaterih predhodnih slovenskih raziskav (Kersnik, 1998; Macur, 2000; Goričan, 2009), ki zatrjujejo, da imata na zadovoljstvo pacientov najmočnejši vpliv ravno odnos in način komunikacije zdravstvenega osebja. V pričujoči raziskavi smo ugotovili, da sta slab odnos in komunikacija zdravstvenega osebja (na primer neprijazna komunikacija in pomanjkanje empatije) najpogostejša razloga, da pacienti občutijo nezadovoljstvo z zdravstvenimi storitvami. Podobno ugotavlja tudi javnomnenjska raziskava iz leta 2001 (Pečnik, 2013, str. 101), v kateri so slovenski pacienti med vsemi nemedicinskimi sestavinami zdravstvenih storitev najslabše ocenili neprijaznost zdravstvenega osebja. Pomanjkanje empatičnega odnosa zdravnika in ostalega zdravstvenega osebja se je v naši raziskavi prav tako potrdil kot pogost vzrok za nezadovoljstvo pacientov. Podobno v svoji raziskavi ugotavlja tudi Kersnik (1998), in sicer da sta jasno izražanje skrbi za pacientovo stanje in prijazen odnos osebja ključni pri pacientovem zaznavanju kakovosti storitve, zato lahko pacientova morebitna negativna izkušnja z odnosom zdravstvenega osebja pomembno vpliva na njegovo nezadovoljstvo.

Na podlagi rezultatov raziskave smo kot pogost vzrok za nezadovoljstvo pacientov opredelili čakalni čas oziroma čakanje v čakalnici. Mnoge raziskave (IVZ, 2003/2004; Macur, 2000; Goričan, 2009) pritrjujejo dejstvu, da ima čakalni čas pomemben vpliv na zadovoljstvo pacienta, toda hkrati kot vpliv na zadovoljstvo pacientov navajajo zgolj čakalni čas kot čakanje v čakalnici, pri tem pa je opazna odsotnost opredelitve do čakalnih dob za obisk zdravnika. Ugotovitev naše raziskave, da je predolgo čakanje v čakalnici

pogost razlog za pacientovo nezadovoljstvo, potrjuje raziskava IVZ (2003/2004), v kateri so pacienti med dejavniki zdravstvenih storitev najslabše vrednotili ravno čakalni čas. Čakalna doba kot vzrok za nezadovoljstvo se v izbranih primerljivih raziskavah ni izkazala kot pogosto problematična sestavina zdravstvenih storitev. Razloge za to lahko med drugim pripišemo ohlapnejši opredelitvi pojma čakalni čas, pod katerim sta razumljena tako čakalni čas v čakalnici kot tudi čakalna doba, pa tudi ožji usmerjenosti raziskav na specifične zdravstvene ustanove, kjer se s takšnimi težavami morda ne srečujejo.

Da je pacientom pomembna učinkovita organiziranost dela v sklopu zdravstvene obravnave (vodenje zdravstvene dokumentacije in sistem naročanja) v zdravstveni ustanovi oziroma zdravstveni ambulanti, ugotavlja več avtorjev (Goričan, 2009; Kmetič 2014; Pečnik, 2013). Omenjene raziskave potrjujejo, da imajo sistem naročanja (Goričan, 2009), način sprejema pacienta v administraciji (Kmetič, 2014) ter administracija in organiziranost dela v ambulanti (slovenska javnomnenjska raziskava 2001 v Pečnik, 2013) pomemben vpliv na zadovoljstvo pacientov. V primeru slednje sta, kot smo ugotovili tudi v naši empirični raziskavi, obsežnost administracije in neučinkovita organiziranost dela med tistimi vidiki zdravstvenih storitev, ki jih pacienti ocenjujejo najnižje. Kot vzrok za nezadovoljstvo smo opredelili tudi nedoslednost in način informiranja pacienta, kar na podlagi svojih raziskav ugotavlja tudi Kersnik (1998). V svojih izsledkih Kersnik doslednost pri informiranju pacienta postavi med pet osrednjih dejavnikov, na podlagi katerih pacienti izbirajo svojega osebnega zdravnika.

Ugotovitve izbranih raziskav (Macur, 2000; Kmetič, 2014) še kažejo, da ima velik vpliv na pacientovo zadovoljstvo in zaznavanje kakovosti zdravstvenih storitev tudi opremljenost prostorov in fizična dostopnost stavbe, v kateri se izvaja zdravstvena storitev. Ta vidik zdravstvenih storitev se v naši raziskavi ni potrdil kot pogost vzrok za nezadovoljstvo pacientov. Eden od razlogov, da pri spletnih skupnostih ni zaznati pogostega nezadovoljstva z opremljenostjo in fizično dostopnostjo, je, da v Sloveniji v splošnem opremljenost prostorov in fizična dostopnost pogosto zadostujeta osnovnim standardom, zato v pacientovih očeh pogosto predstavljata dodano vrednost zdravstvene storitve, ki pa pri zagotavljanju zadovoljstva vsekakor ni zanemarljiva.

Na podlagi rezultatov empirične raziskave lahko trdimo, da obstajajo nemedicinski vidiki zdravstvenih storitev, s katerimi so slovenski pacienti vidno manj zadovoljni, in ki so skupni več do sedaj že opravljenim primerljivim raziskavam s področja zadovoljstva pacientov. To so odnos in komunikacija zdravstvenega osebja, organiziranost zdravstvene obravnave in način ter doslednost informiranja. Obenem pa ravno ti nemedicinski vidiki predstavljajo področja, ki jih morajo zdravstvene ustanove v Sloveniji v prihodnosti še izboljševati.

V raziskavi opredeljeni vzroki za nezadovoljstvo z zdravstvenimi storitvami se razmeroma skladajo s tistimi smernicami in kriteriji za zagotavljanje kakovosti v zdravstvu, ki so jih v teoriji že opredelili drugi avtorji (Gronroos, 2007, str. 84; Kersnik, 1998, str. 12;

Robida, 2009, str. 26; MZ, 2006). Skupne (nemedicinske) kriterije za zagotavljanje kakovosti v zdravstvu in zadovoljstva pacientov na podlagi stroke lahko opredelimo kot osredotočenost na pacienta (komunikacija, odnos, empatija, informiranost, zaupnost), pravočasnost (čakalni čas in čakalne dobe), fizična opremljenost in udobje (oprema, videz prostora, dostopnost, videz zaposlenih, komunikacijsko gradivo) in zanesljivost. Prisotnost omenjenih kriterijev med vzroki za nezadovoljstvo slovenskih pacientov z zdravstvenimi storitvami smo na podlagi analize komentarjev spletnih skupnosti potrdili tudi v empirični raziskavi.

Zadovoljstvo pacientov je pomemben dejavnik zagotavljanja kakovosti zdravstvenih storitev, zato morajo zdravstvene ustanove skrbno opazovati svoje paciente, graditi zadovoljstvo svojih porabnikov in se med drugim osredotočati tudi na odpravljanje nezadovoljstva. Na podlagi pričujoče raziskave tako podajamo tiste nemedicinske vidike storitev, ki bi jim morale zdravstvene ustanove v Sloveniji v prihodnosti posvečati več pozornosti, v kolikor želijo povečati zadovoljstvo pacientov, pa tudi zmanjšati delež nezadovoljnih pacientov.

Ugotovljamo, da se ti vidiki največkrat navezujejo na zdravstveno obravnavo, ki je osredotočena na pacienta, kar konkretno pomeni prijazen odnos (tudi empatijo) in komunikacijo zdravstvenega osebja. Naša raziskava opozarja tudi na potrebo po vzpostavljanju ustrezne, sodobne (na primer uvajanje elektronske komunikacije) in dosledne informiranost pacienta tako med samo zdravstveno oskrbo kot tudi celotno zdravstveno obravnavo na daljše časovno obdobje.

Za zdravstvene ustanove je pomembno vedeti, da je med slovenskimi pacienti med drugim močno zaznano nezadovoljstvo z organizacijo zdravstvene obravnave. Zdravstvene ustanove morajo oblikovati dostopnejše in učinkovitejše sisteme naročanja pacientov, kar lahko nadalje vpliva tudi na krajši čakalni čas pacientov v čakalnici, ki prav tako predstavlja eno od pomembnih področij za izboljšavo.

Zanimiva je še ugotovitev, da ima na zadovoljstvo pacientov poleg slabega vodenja administracije in zdravstvene dokumentacije, velik vpliv tudi način, kako se zdravstveno osebje v primeru izrednega ali negativnega dogodka v zvezi zdravstveno dokumentacijo odzove. S slednjim se poleg kriterijev učinkovitega sistema naročanja, sprejema in vodenja zdravstvene dokumentacije navezujemo tudi na predhodno opredeljen nemedicinski vidik zdravstvenih storitev, in sicer komunikacijo. Izvajalci tako morajo imeti znanje o tem, kako se na primeren način odzvati na pacientovo vedenje.

Zadnji vidik, ki izvajalcem zdravstvenih storitev (predvsem v javnih zdravstvenih storitvah) predstavlja izziv za zmanjšanje nezadovoljstva pacientov, je zmanjševanje čakalnih dob za prvi obisk pri zdravniku in tudi krajše obdobje med posameznima zdravstvenima obravnavama oziroma vsako naslednjo obravnavo. Slednji vidik zahteva zapletenejšo strategijo za izboljšavo (med drugim povezovanja zdravstvenih ustanov na sistemski in regionalni ravni, zaposlitev dodatnega zdravstvenega osebja itd.), kar pa je že področje, ki bi ga bilo v prihodnosti smiselno še podrobneje raziskati.

5 OMEJITVE IN PRISPEVEK RAZISKAVE

V empirični raziskavi smo se soočali z nekaterimi omejitvami, ki hkrati predstavljajo izziv za nadaljnje raziskovanje. Raziskava temelji na uporabi kvalitativne metode oziroma netnografije. Kot za večino kvalitativnih raziskav tudi v primeru netnografije moramo upoštevati, da naši rezultati niso reprezentativni in jih zato ne moremo posploševati. Prav tako se moramo zavedati, da so socio-demografski podatki uporabnikov forumov pri tej metodi pomanjkljivi, zato jih pri rezultatih nismo upoštevali. Omejitev predstavlja tudi dejstvo, da smo se pri raziskavi omejili zgolj na pet spletnih skupnosti oziroma pridobili vzorec 151 vsebinskih komentarjev v času med januarjem 2012 in decembrom 2015, čeprav vemo, da na spletu obstaja še več spletnih skupnosti (na primer drugi forumi, socialna omrežja, razdelki za komentarje na informativnih spletnih portalih itd.), na katerih uporabniki delijo svoja mnenja in izkušnje z zdravstvenimi storitvami, prav tako bi do drugačnih rezultatov vodil tudi širši ali ožji časovni okvir.

Omejitve smo zaznali tudi v subjektivnosti komentarjev, saj uporabniki forumov v mnogih komentarjih izražajo izrazito subjektivna mnenja, pogosto napisana v čustveno občutljivem stanju, pri katerem je možno pomanjkanje presoje o realnosti oziroma objektivnosti opisane težave. S tem povezana je tudi subjektivnost pri kodiranju in razvrščanju komentarjev s strani izvajalcev vsebinske analize. Pomembno omejitev predstavlja tudi pomanjkljivo ločevanje komentarjev, ki se nanašajo na zasebne ali javne zdravstvene storitve, kar bi morda privedlo do drugačnih rezultatov. Opazili smo, da so nekateri komentarji bili bolj nazorni, drugi pa so podali splošnejše in ohlapnejše razloge za nezadovoljstvo, zato sta bila kodiranje in vsebinska analiza komentarjev v nekaterih primerih otežena. Pri mnogo komentarjih je bilo težje razbrati, s čim konkretno so uporabniki forumov kot pacienti nezadovoljni, saj določeni razlogi za nezadovoljstvo sovpadajo z različnimi konstrukti oziroma nemedicinskimi vidiki zdravstvenih storitev in bi jih tako lahko hkrati uvrstili med več kategorij.

Kljub temu pa navedene omejitve ne pomenijo, da raziskava ni izpostavila nekaterih pomembnih vidikov nezadovoljstva pacientov z zdravstvenimi storitvami v Sloveniji in podala prispevek k izboljšanju kakovosti v zdravstvu. Pričujoča raziskava je najprej opozorila na pomembno vlogo spletnih skupnosti pri raziskovanju zadovoljstva pacientov. Članek tako lahko predstavlja izhodišče prihodnjim kvalitativnim raziskavam, saj nudi vpogled v sistematično kvalitativno raziskovanje spletnih skupnosti. Na podlagi mnenj in izkušenj, izraženih na spletnih skupnostih, smo uspeli identificirati najpogostejše vzroke za nezadovoljstvo slovenskih pacientov z zdravstvenimi storitvami. Potrdili smo, da tudi na podlagi mnenj interesnih spletnih skupnosti v Sloveniji obstajajo nekateri značilni vzroki za nezadovoljstvo slovenskih pacientov, ki so podobni tistim, ki so jih z drugimi raziskovalnimi metodami odkrile nekatere do sedaj že opravljene slovenske raziskave s področja zadovoljstva pacientov. Vsebinske analize izbranih komentarjev so s pomočjo kvalitativne metode omogočile poglobljeno razumevanje nezadovoljstva slovenskih pacientov oziroma temeljit vpogled v razumevanje pacientovih neprijetnih izkušenj s slovenskim zdravstvom. Slednje pa nadalje predstavlja smiselno iztočnico za pripravo predlogov za izboljšanje kakovosti zdravstvenih storitev z vidika zadovoljstva pacientov.

LITERATURA

Bankauskaite, V. & Saarelma, O. (2003). Why are people dissatisfied with medical care services in Lithuania? A qualitative study using responses to open-ended questions. *International Journal for Quality in Health Care*, 15(1), 23–29.

Bardorfer, A. & Carotta, A. (2007). Uporaba etnografskega pristopa v tržnem raziskovanju. Najdeno 15. januar 2016 na spletnem naslovu <http://www.dmslo.si/media/12.smk.bardorfer.carotta.aragon.pdf>

Bengry-Howell, A., Wiles, R., Nind, M. & Crow, G. (2001). Najdeno 18. avgust 2016 na spletnem naslovu http://eprints.ncrm.ac.uk/1844/1/Review_of_methodological_innovations.pdf

Boyer, L., Francois, P., Doutre, E. Weil, G. & Labarere, J. (2006). Perception and use of the results of patient satisfaction surveys by care providers in a French teaching hospital. *International Journal for Quality in Health Care*, 18(5), 359–364.

Castle, N.G., Brown, J., Hepner, K.A. & Hays, R.D. (2005). Review of the Literature on Survey Instruments Used to Collect data on Hospital Patients' Perceptions of Care, *Health Services Research*, 40(6), 1996–2017.

Coyle, J. (1999). Exploring the meaning of 'dissatisfaction' with health care: the importance of 'personal identity threat'. *Sociology of Health&Illness*, 21(1), 95–124.

Coyle, J. & Williams, B. (1999). Seeing the world for the trees: defining the forgotten concept of patient dissatisfaction in the light of patient satisfaction research. *Leadership in Health Services*, 12(4), 1–9.

Crow, R., Gage, H., Hampson, S., Hart, J., Kimber, A., Storey L. & Thomas, H. (2002). The measurement of satisfaction with healthcare: implications for practice from a systematic review of the literature. *Health Technology Assessment*, 6(32), 1–244.

Dagger, T.S., Sweeney, J.C. & Johnson, L.W. (2007). A Hierarchical Model of Health Service Quality: Scale Development and Investigation of an Integral Model. *Journal of Service Research*, 10(2), 123–142.

Ford, C. R., Bach, A. S. & Fotler, D. M. (1997). Methods of measuring patient satisfaction in health care organizations. *Health Care Management Review*, 22, 74–89.

Goričan, A. (2009). *Zadovoljstvo uporabnikov zdravstvenih storitev z delom zdravstvenega osebja* (magistrska naloga). Koper: Fakulteta za management.

Gronroos, C. (2007). *Service management and marketing*. Chichester: John Wiley & Sons, Ltd.

Howard, M., Fleming, M.L. & Parker, E. (2013). Patients Do Not Always Complain When They Are Dissatisfied: Implications for Service Quality and Patient Safety. *Journal of Patient Safety*, 9(4), 224–231.

Inštitut za varovanje zdravja RS. (2003/2004). *Svetovna zdravstvena raziskava*. Ljubljana: Inštitut za varovanje zdravja RS.

Kersnik, J. (1998). *Kakovost v splošni medicini*. Ljubljana: Sekcija za splošno medicine SZD.

Kersnik, J. (2001). *Zadovoljstvo bolnikov z zdravnikom družinske medicine* (doktorska disertacija). Ljubljana: Medicinska fakulteta.

Kersnik, J. (2010). *Kakovost v zdravstvu*. Ljubljana: Združenje zdravnikov družinske medicine SZD.

Kmetič, K. (2014). *Analiza zadovoljstva pacientov s fizioterapevtskimi storitvami v UKC Maribor* (magistrsko delo). Ljubljana: Ekonomska fakulteta.

Konečnik Ruzzier, M. & Ruzzier, M. (2015). *Startup branding funnel : find your perfect brand-market fit to hack your growth*. Ljubljana: Meritum.

Kozinets, R. V. (2006). Netnography 2.0. v *Handbook of Qualitative Research Marketing*, 129–142. Northhampton: Edward Elgar Publishing.

- Kozinets, R.V. (2010). *Netnography: Doing ethnographic research online*, Sage: Thousand Oaks.
- Knehtl, M., Ograjenšek, I. & Pfajfar, G. (2011). O netnografskem raziskovanju vpliva sporočanja od ust do ust v družbenih medijih. *Akademija MM*, 10(17), 57–68.
- Macur, M. (2000). *Vpliv privatizacije na kakovost zdravstvenih storitev - evalvacija z vidika uporabnika* (doktorska disertacija). Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Marcinowitz, L., Chlabicz, S. & Grebowski, R. (2008). Exploring negative evaluations of health care by Polish patients: an attempt at cross-cultural comparison. *Health & Social Care in the Community*, 17(2), 187–193.
- Ministrstvo za zdravje. (2006). *MZ. Nacionalne usmeritve za razvoj kakovosti v zdravstvu*. Ljubljana: Ministrstvo za zdravje Republike Slovenije.
- Mkono, M. (2012). Netnographic tourist research: the internet as a virtual fieldwork site, *Tourism Analysis*, 17(4), 553–555.
- Mosadeghrad, A. M. (2013). Healthcare service quality: towards a broad definition. *International Journal of Health Care Quality Assurance*, 26(3), 203–219.
- O'Connor, S.J. & Shewchuk, R. (2003). Commentary – patient satisfaction: what is the point?. *Health Care Management Review*, 28(1), 21–24.
- Pečnik, L. S. (2013). *Zadovoljstvo pacientov v zobozdravstvu kot sociomedicinski fenomen* (doktorska disertacija). Nova Gorica: Fakulteta za uporabne družbene študije.
- Perčič, E. (2011). Netografija: spletno oko v resnični svet potrošnika. *Tržne raziskave se spreminjajo - jim v vašem podjetju sledite? Nove rešitve in pristopi na področju tržnih raziskav, Marketinški fokus* (48). Ljubljana: Finance.
- Robida, A. (2009). *Pot do odlične zdravstvene prakse: vodnik za izboljšanje kakovosti in presoje lastne zdravstvene prakse*. Ljubljana: Planet GV.
- Rokka, J. (2010). Netnographic inquiry and new translocal sites of the social. *International Journal of Consumer Studies*, 34(4), 381–387.
- Toth, M. (2006). Kakovost v sistemu zdravstvenega varstva. *Ekonomika, organizacija in informatika v zdravstvu*, 22(2), 40–47.
- Vanhamme, J. (2000). The link between surprise and satisfaction: an exploratory research on how best to measure surprise. *Journal of Marketing Management*, 16(6), 565–582.
- Wilson, A., Zeithaml, V.A., Bitner, M.J. & Gremler, D.D. (2012). *Services marketing: Integrating customer focus across the firm*. London: McGraw Hill.
- Williams, B. (1994). Patient satisfaction – a valid concept?. *Social Science and Medicine*, 38(4), 509–516.
- Winsted, F. K. (2000). Patient satisfaction with medical encounters – a cross-cultural perspective. *International Journal of Service Industry Management*, 11(5), 399–421.
- Wu, M.-Y. & Pearce, P.L. (2014). Appraising netnography: towards insights about new markets in the digital tourist era. *Current Issues in Tourism*, 17(5), 463–474.

