



BAZAR **Jub
ile
ums**

Utvärdering bland utställare i rekryteringsavdelningen på Jubileumsbazaren 2012

Utvärderingen genomförd vårvintern 2012



Innehåll

1	Inledning	3
1.1	Bakgrund	3
1.2	Syfte	3
1.3	Målgrupp	3
1.4	Metod	3
1.5	Register	4
1.6	Frågeformulär	4
1.7	Genomförande	4
2	Resultatredovisning	5
2.1	Inledning	5
2.2	Anledning till medverkan på Bazaren	5
2.3	Bedömning av Bazaren	6
2.4	Utställarnas egen insats	8
2.5	Framtid	10
2.6	Bakgrundsdata	15
3	Analys och kommentar	16

1 Inledning

1.1 Bakgrund

Länsstyrelsen i Stockholms län har nu 2012, för tionde gången, genomfört Bazaren i centrala Stockholm. Bazaren är ett aktivt verktyg för att sammanföra arbetssökande med arbetsgivare och andra funktioner på arbetsmarknaden, för att underlätta för arbetssökande och om möjligt även finna anställningar/ personer till lediga arbetstillfällen.

ARS Research AB har under en lång följd av år givits förtroendet att utvärdera Bazaren. Sam Yildirim, Bazarens primus motor, har nu åter ombett oss att utvärdera 2012 års Bazar, bland utställarna.

1.2 Syfte

Utvärderingen syftar till att ge en bild av hur utställarna har upplevt 2012 års Bazar. Vilka förväntningar hade man? Uppfyllelse av förväntningarna? Uppfyllelse av mål och målsättningar inför Bazaren? Kontakter med arbetssökande? Uppnådda anställningar etc.?

1.3 Målgrupp

Målgrupp för utvärderingen är samtliga utställare i Bazarens rekryteringsavdelning (Galleri 5) 2012. Det är cirka 40 företag och organisationer.

1.4 Metod

Utvärderingen är genomförd som en totalundersökning, det vill säga samtliga personer i målgruppen ingår i utvärderingen. Utvärderingen är genomförd med hjälp av telefonintervjuer.



ARS Research AB, Michael Söderström, har genomfört utvärderingen.
ARS Research AB har även tagit fram denna rapport.

1.5 Register

Länsstyrelsen har tillhandahållit ett register över samtliga utställare i Bazarens rekryteringsavdelning 2012. Registret innehåller uppgifter om telefonnummer och kontaktperson.

1.6 Frågeformulär

Ett frågeformulär har utarbetats. Arbetet med frågeformuläret följde ARS:s sedvanliga arbetsfördelning. Denna innebär i korthet att:

Bazaren svarar för frågeområden. Det man vill veta och få svar på i undersökningen.

ARS ansvarar för frågeformulering och formulärutformning. Det vill säga att frågorna mäter det de avser att mäta och att formuläret är trevligt och smidigt för medlemmen att besvara.

Bazaren godkänner frågeformuläret före fältarbetsstart.

Frågeformuläret omfattar ett 15 frågor och delfrågor, utformade efter Bazarens informationsbehov.

1.7 Genomförande

Varje utvald individ kontaktas vid minst sju tillfällen innan han/hon registreras som bortfall.

Intervjuerna är genomförda av utbildade och erfarna telefonintervjuare. Inför detta uppdrag ges en speciell information och genomgång av de specifika förutsättningar som gäller för uppdraget.

Insamlade svar har dataregistrerats kontinuerligt.

Intervjuerna är genomförda under perioden 26 mars till 13 april.

Vi har uppnått följande resultat av fältarbetet

Brutto. Antal utställare i registret	38
Ej anträffade efter fler än sju kontaktförsök	7
Genomförda intervjuer	31
 Svarsfrekvens	 82 %

2 Resultatredovisning

2.1 Inledning

I denna del av rapporten redovisas resultaten av intervjuerna. Rapporttexten är disponerad efter frågeformuläret. Frågorna redovisas alltså i den ordning de har ställts i intervjun. Varje frågas fullständiga formulering är utskriven i kursiverad text. Svarens fördelning redovisas grafiskt i diagram och kommenteras i text. Diagrammen baseras på samtliga svarandes uppgifter om inte annat anges.

2.2 Anledning till medverkan på Bazaren

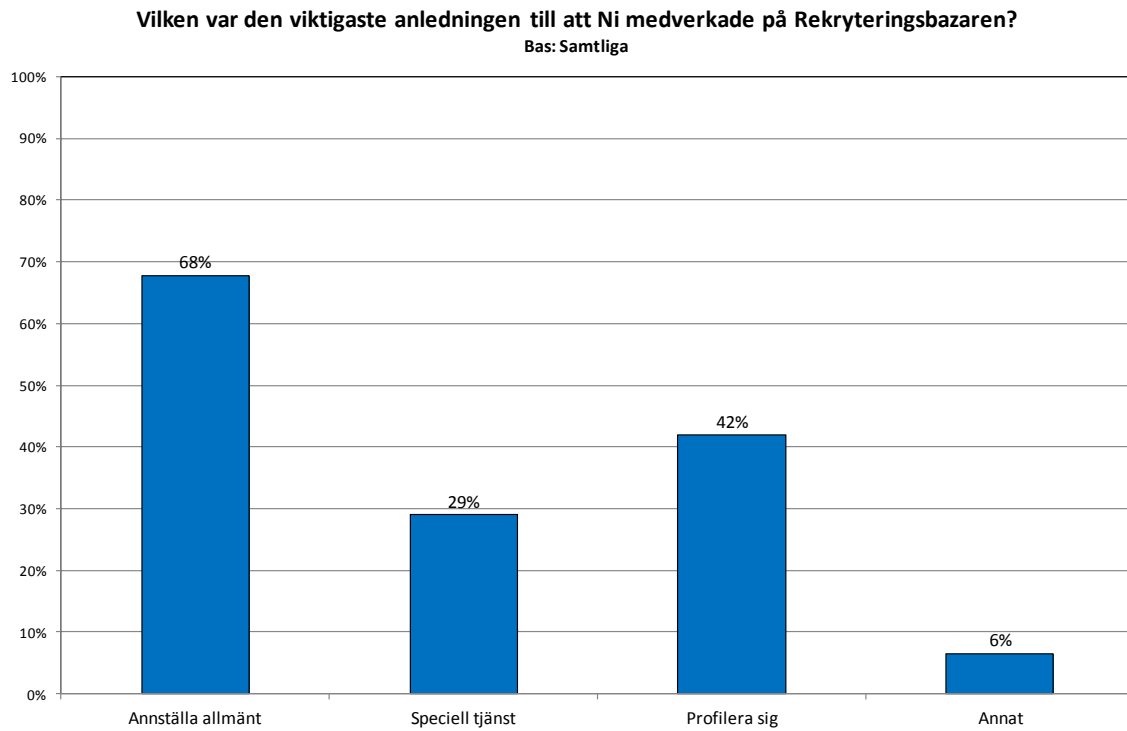
Den första fråga vi ställer gäller anledningen till att man medverkade på Bazaren. Frågan har följande formulering. Svaren avgavs spontant. Varje svarande kunde ge flera svar.

1. Vilken var den viktigaste anledningen till att Ni medverkade på Bazaren?

Merparten av utställarna hade flera skäl till att medverka på Bazaren. För de allra flesta var huvudskälet att finna personer att rekrytera till företaget eller organisationens verksamhet. Några utställare var endast med för att profilera och visa upp sig och sin verksamhet.

Många av utställarna är rekryterings- eller bemanningsföretag. De söker personal till såväl specifika tjänster och uppdrag som allmänt till sin personalpool.

Här kan vi kommentera resultaten med att några utställare ger uttryck för att det är för många rekryterings-, bemanningsföretag och att de i viss mån nära nog konkurrerar om samma personer. Vi kan dock konstatera att huvudsyftet för merparten av utställarna är att rekrytera personal.



2.3 Bedömning av Bazaren

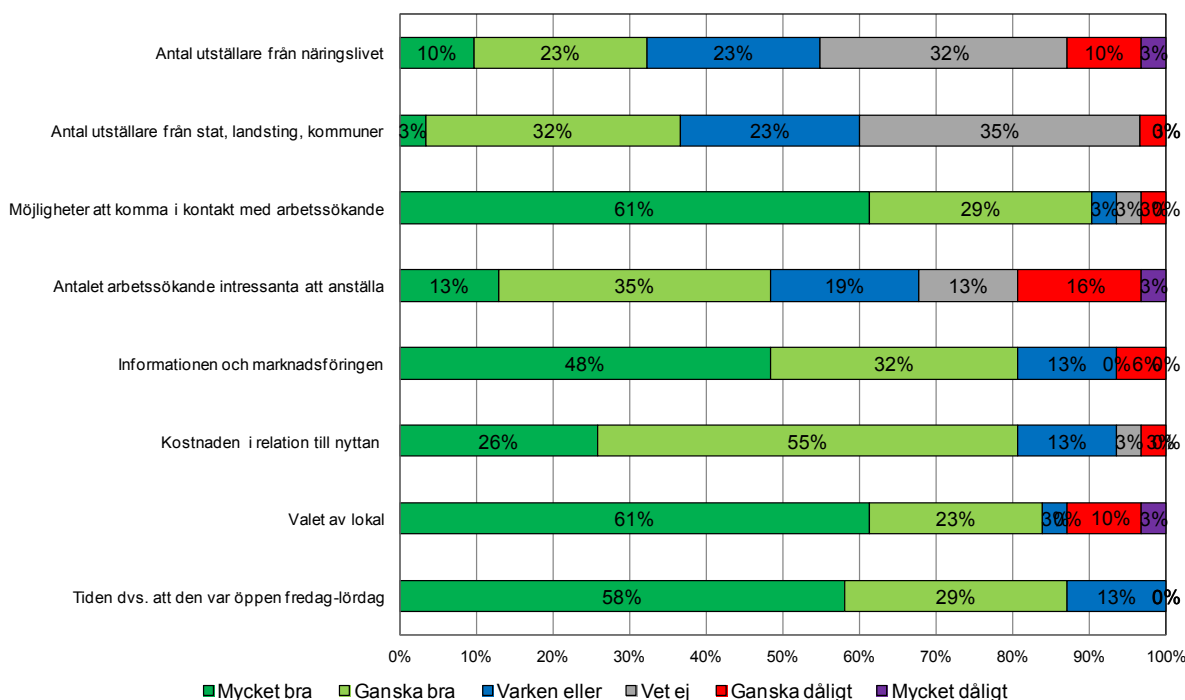
Vi ber utställarna ta ställning till 8 aspekter på Bazaren. De intervjuade får ge sina svar på en femgradig svarsskala, där fem är det högsta betyget, Mycket bra, och ett är det lägsta Mycket dåligt. Svaren redovisas i nedanstående diagram.

2. Vad tycker Du om Bazaren vad gäller

Tycker Du att det är Mycket bra, Ganska bra, Varken bra eller dåligt, Ganska dåligt eller Mycket dåligt?

Vad tycker Du om Rekryteringsbazaren vad gäller

Bas: Samtliga



Resultaten av utställarnas bedömning av Bazaren kan kommenteras med följande. Vad gäller antalet utställare, så har de flesta intervjuade en relativt vag bild. Man har i huvudsak varit engagerad i den egna verksamheten och inte tänkt så mycket på andra utställare. Några har kommenterat sina svar med att det var för många rekryterings-, bemanningsföretag, som egentligen konkurrerade med varandra och sökte samma typ av personer.

Möjligheterna att komma i kontakt med arbetssökanden var mycket goda, problemet för några som sökte mer kvalificerad arbetskraft var att dessa saknades. Det framfördes också synpunkter på att alltför många besökare, sökanden på Bazaren hade fel/ inte tillräcklig utbildning och saknade tillräckliga kunskaper i svenska.

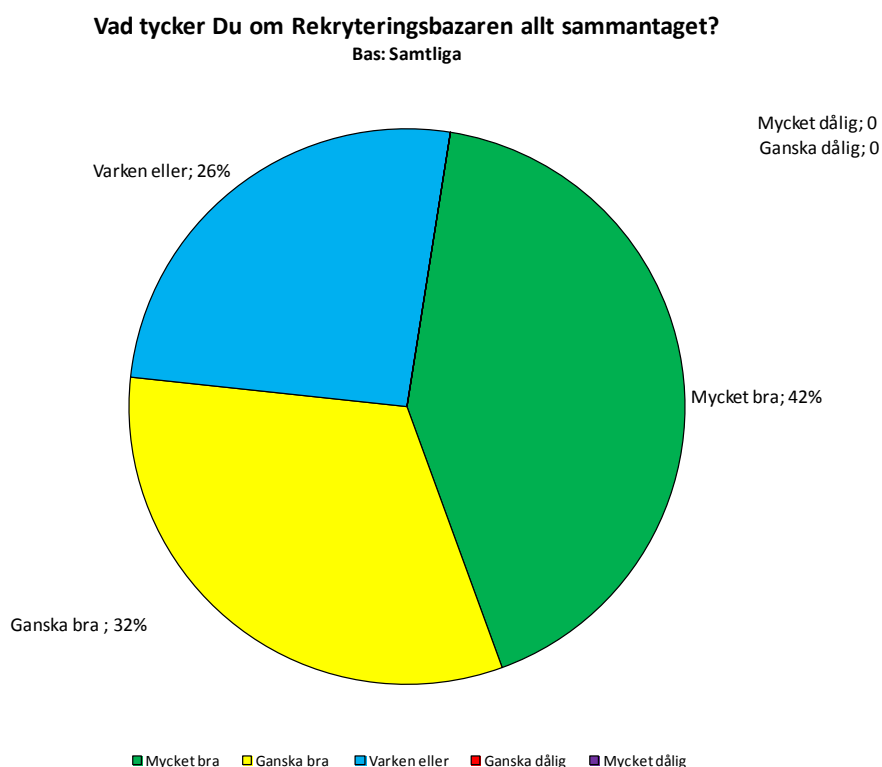
Valet av lokal var bra enligt de flesta. Lokalen ligger centralt och det är lätt att komma till den. Alla vet också var den ligger. Några negativa kommentarer får vi också, till exempel att det bara fanns en toalett, att några fick en dålig placering (i en gång, en passage) och liknande.

Totalt sett tycks den absoluta merparten vara mycket nöjda med Bazarens utformning.

Vi avslutar bedömningen om Bazaren med en sammanfattande fråga.

3. *Vad tycker Du om Bazaren allt sammantaget? Tycker Du att den var...*

Nära nog hälften, 42 % ger högsta betyg och ytterligare en tredjedel (32 %) ger betyget fyra av fem. Ingen intervjuad ger negativa omdömen. Vi får konstatera att Bazaren är uppskattad av utställarna.



Om någon hade avgivit negativa svar hade vi bett dem utveckla dem i fråga fyra. Nu var det ingen som avgav negativa svar på fråga 3.

4. *Vilket är det viktigaste skälet till att Du tycker att Bazaren var dålig?*

2.4 Utställarnas egen insats

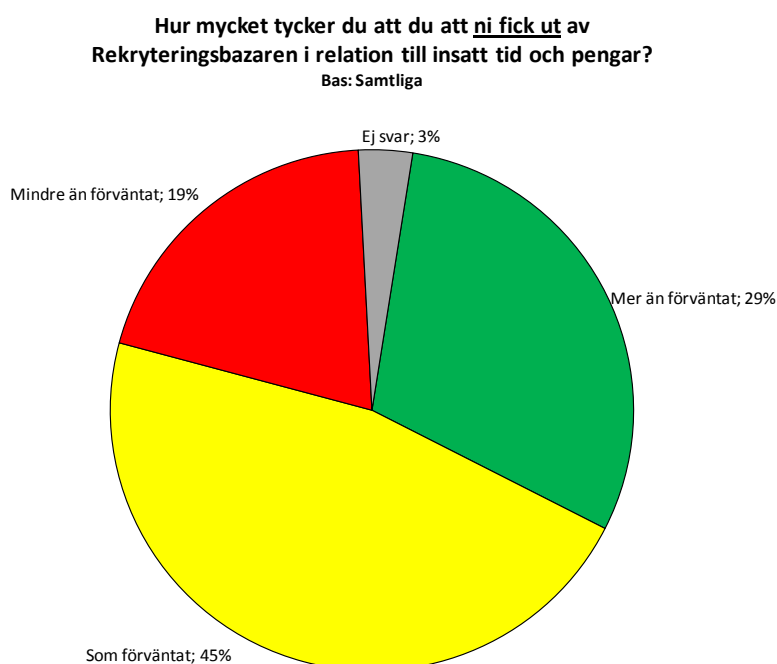
Vi ställer några frågor om de egna insatserna på Bazaren. Den första frågan gäller hur många timmar man lade ned på sin medverkan. Frågan har följande formulering:

5. Hur många timmar lade du/ditt företag (dvs för alla personer som var inblandade, inkl förberedelser etc) ner totalt på Bazaren (inkl den tid ni var på bazardagarna)?

I genomsnitt har utställarna lagt ned 48 timmar vardera på sin medverkan på Bazaren. Den tid man anger varierar mycket mellan utställarna från bara någon enstaka timme (Man svarar att man i princip bara ställde upp sig vid sitt bord, men inte ens höll det bemannat under hela Bazaren) till de utställare som svarar att de har lagt ned kring 100 timmar på sin medverkan. Vi ser inga tydliga svarsmönster mellan de intervjuade. Insatsen tycks mest vara beroende på de enskilda utställarnas ambitioner och satsning på Bazaren.

Det egna utfallet varierar. Nära en tredjedel (29 %) svarar Mer än förväntat och nära hälften (45 %) svarar Som förväntat. Svaret ”Som förväntat” innehåller självfallet de utställare som i grunden är mycket positiva till Bazaren och som kanske också har flerårig positiv erfarenhet av medverkan. De vet att Bazaren är bra för deras syfte, en framgång och ett positivt resultat är detsamma som ett förväntat utfall!.

6. Så här 2–3 månader senare, hur mycket tycker du att du att ni fick ut av Bazaren i relation till insatt tid och pengar: Var det



2.5 Framtid

Vi ställer också frågor om man anser att Bazaren ska upprepas och om det egna intresset för att medverka igen. Den första frågan gäller om Bazaren ska upprepas nästa år.

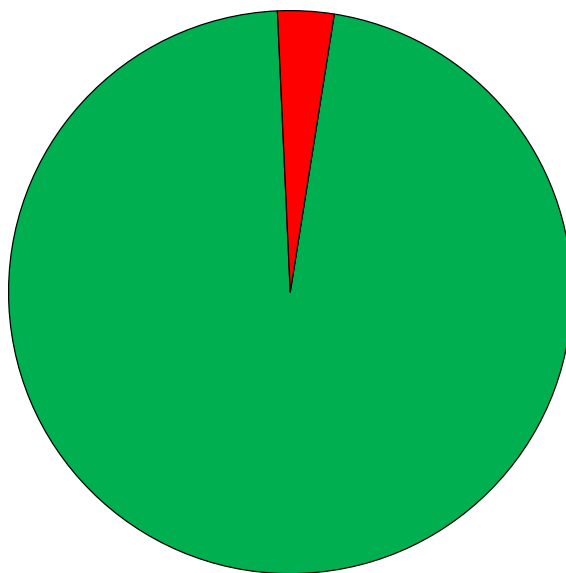
7. Tycker Du att det skulle vara bra eller inte bra om Bazaren upprepades även nästa år?

Nära nog samtliga, 97 %, anser att Bazaren ska upprepas även 2013.

Tycker Du att det skulle vara bra eller inte bra om Rekryteringsbazaren upprepades även nästa år?

Bas: Samtliga

Inte bra; 3%



Bra; 97%

8. Tror Du att ni i så fall skulle delta som utställare igen?

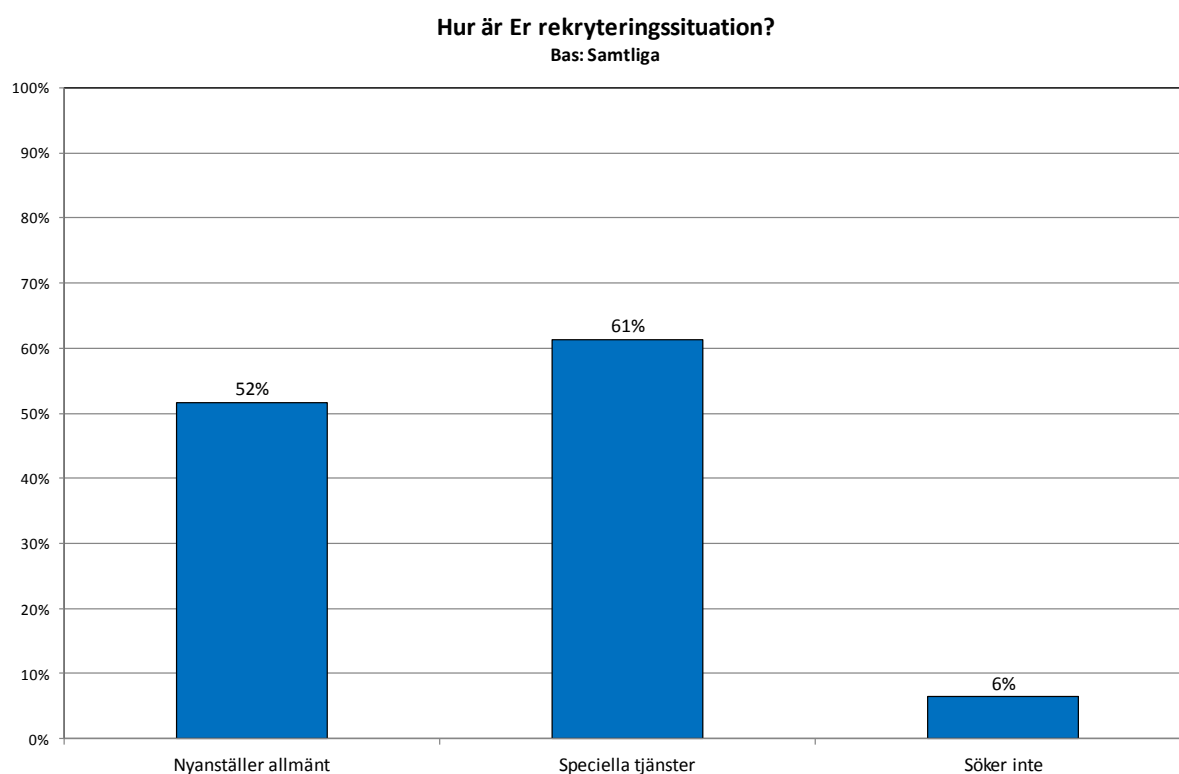
Över hälften (52 %) svarar att de Absolut kommer att medverka om Bazaren upprepas 2013. Ytterligare 39 % svarar Ja, kanske. Endast 6 % (två utställare) svarar att de inte kommer att medverka. ARS kan bara konstatera att Bazaren har en mycket bra grund för att genomföras även 2013.



Vi ställer också en fråga om hur utställarna ser på den egna rekryteringssituationen. Frågan kan delvis sägas vara jämförbar med den inledande frågan om varför man medverkande på bazaren. Denna fråga har dock ett vidare perspektiv.

9. Hur är Er rekryteringssituation? Välj mellan svaren. Behöver Ni nyanställa allmänt, är det speciella tjänster Ni behöver tillsätta eller söker Ni inte arbetskraft?

Eftersom många utställare är rekryterings-, bemanningsföretag har man ett kontinuerligt behov av att bygga upp och fylla på sin personalpool. Man söker också både specialister och generalister. Det vi kan se är att det är få utställare som säger sig ha ett konkret arbete, en specifik, konkret tjänst som de söker personal till. I svaren i gruppen "Speciella tjänster" återfinns svar som "Datapersonal", "Tjänster inom bank, försäkring och finans". Det är alltså mer specifika områden än en specifik tjänst.



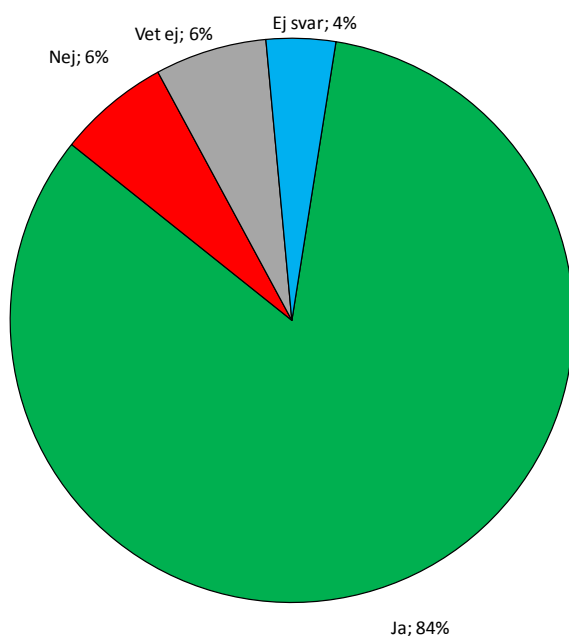
Vi frågar också om Bazaren har givit kontakter som leder till en anställning.

10. Har Du fått några kontakter på Bazaren som Du tror kan leda till en anställning eller som på annat sätt är värdefulla för er?

84 % svarar att de har fått kontakter som de bedömer kommer att leda till anställningar. Vi måste åter kommentera att det är få som talar om en konkret tjänst, ett konkret arbete. Det är mer fråga om att knyta personer till företagets personalpool för olika personaluthyrningsuppdrag. Detta behöver i och för sig inte vara något fel och kan säkert leda till fasta anställningar framöver.

Har Du fått några kontakter på bazaren som Du tror kan leda till en anställning eller som på annat sätt är värdefulla för er?

Bas: Samtliga



De utställare som har svarat att de fått kontakter som kan leda till anställningar har också fått frågan om de kontakter de har fått har varit med personer med svensk eller utländsk bakgrund. Det är 26 utställare som har fått frågan.

11. Hur många av dessa kontakter avser personer med...

Sammantaget är det 573 personer med utländsk bakgrund och 371 personer med svensk bakgrund, som utställarna har fått kontakt med och som de bedömer, tror kan leda till en anställning. I genomsnitt är det 18 respektive 12 personer per utställare.

Vi ställer också en fråga om vilken/ vilka branscher utställarna söker personal. Svaren avgavs spontant.

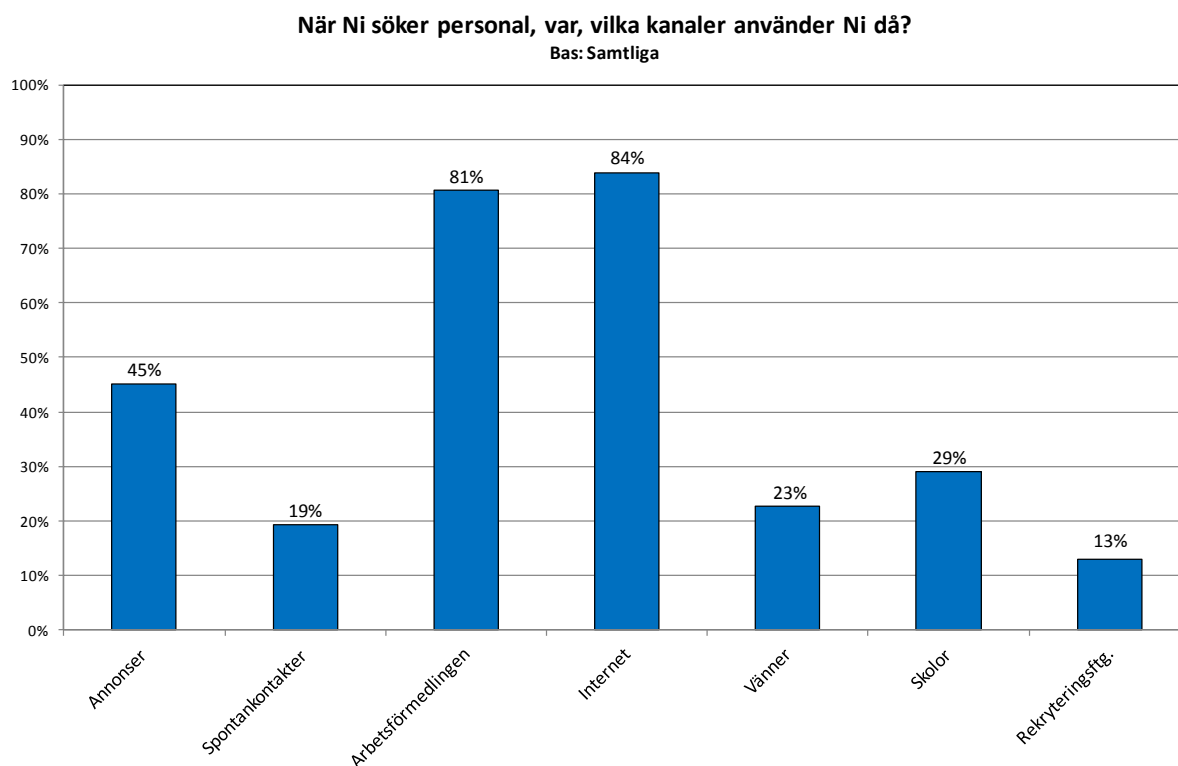
12. Inom vilket område, vilken bransch söker Ni personal?

Eftersom merparten av utställarna är rekryterings-, bemanningsföretag söker man personal för många olika yrken och med många olika kompetenser. Vi kan säga att hela det svenska näringslivet är representerat, dock är det kanske i första hand lite mindre kvalificerad personal man söker. De områden som nämns är sjukvård (undersköterskor, sköterskor, administrativ personal), fastighetsförvaltning (städning, hantverkare), chaufförer, personal till bank, försäkring, finans, försäljningspersonal (främst butiksförsäljning), datapersonal, telefonförsäljning/ intervjuare, restaurang och hotell. I stort sett alla typer av branscher och tjänster.

Vi frågar var och genom vilka kanaler man söker personal.

13. När Ni söker personal, var, vilka kanaler använder Ni då?

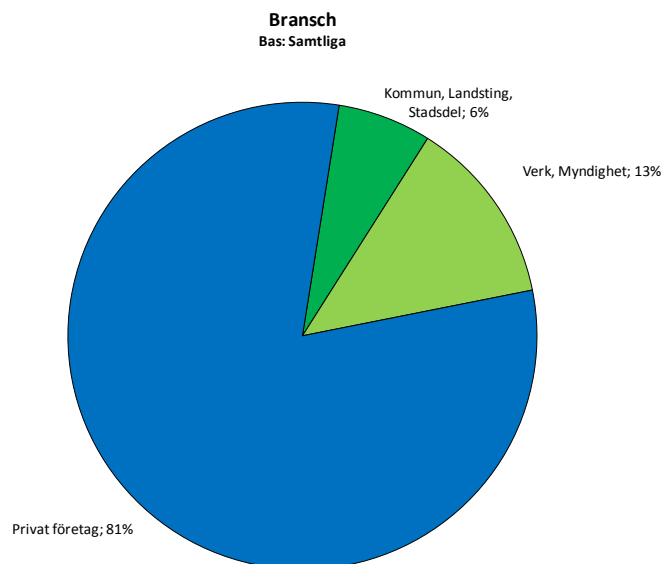
Vi kan konstatera att internet och arbetsförmedlingen är de vanligaste sökkanalerna. Under internet ryms den egna hemsidan, jobbsökarsiter (som Monster, Stepstone m.fl.), annonser på internet (t.ex. på Aftonbladets webb-plats).



2.6 Bakgrundsdata

Vi frågar om de intervjuades verksamhetsområde, bransch.

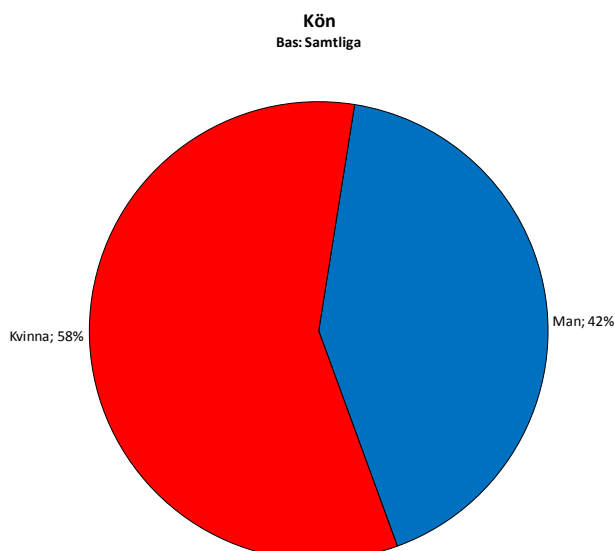
14. Bransch



De intervjuades fördelning över branscher bör kommenteras med att representanter för den offentliga sektorn (kommuner, landsting, stadsdelar, statliga verk och myndigheter) har varit svåra att nå för intervju.

15. Markera kön

Det är marginellt fler kvinnor (58 %) än män (42 %), som vi har intervjuat.



3 Analys och kommentarer

ARS Research AB har genomfört denna intervjuundersökning bland utställarna i rekryteringsavdelningen på 2012 års Bazar.

Vi kan konstatera att närmare 1 000 kontakter, som arbetsgivarna bedömer bör kunna leda till anställningar eller på annat sätt är viktiga för utställaren har tagits på årets Rekryteringsbazar. Vi vet inte vilka målen var för Bazarens organisation eller för utställarna, men kan från vår position endast bedöma att resultatet måste vara mycket bra.

Utställarna ger också uttryck för att Bazaren var lyckad och utfallet var positivt för deras medverkan.

Det finns ett massivt intresse för att Bazaren ska upprepas nästa år och att man då också vill medverka som utställare.

Lokaler, tid och plats tycks också vara väl fungerande.

De kommentarer och de synpunkter vi har fått och som även ARS har, gäller sammansättningen av utställarna. Man bedömer att det är för många rekryterings- och bemanningsföretag som är utställare. Det leder till konkurrens mellan utställarna. Det är också så att rekryterings- och bemanningsföretag egentligen inte erbjuder anställningar i traditionell mening, utan mer rekryterar personer till sina personalpooler, för kommande eventuella uppdrag.

ARS Research AB
Stockholm 2012-04-18

Michael Söderström