

**Ba**  
**zar**  
**en**

# Besökarens profil och upplevelse

9-10 februari 2017

Utförd av Lorena Sankilampi och Carlos Salas på uppdrag av Länsstyrelsen Stockholm



LÄNSSTYRELSEN  
I STOCKHOLMS LÄN

# Bazaren. Besökarens profil och upplevelse

## Innehåll

- Inledning.....3
- Metod.....4
- Besökarens profil.....5
  - Demografi.....6
  - Utbildning.....9
  - Arbetslivserfarenhet och nuvarande situation.....12
- Besökarens upplevelse.....17
  - Avdelningar besökta.....18
  - Utbildningsavdelning.....20
  - Starta eget avdelning.....21
  - Rekryteringsavdelning.....22
- Villighet att rekommendera.....26
- Kanaler .....27
- Slutsatser.....28
  - Sammanfattning.....29
  - Slutsatser.....30
  - Förslag.....31



# Besökarens profil och upplevelse

## Inledning

I februari 2016 i uppdrag av Länsstyrelsen i Stockholms län, undersöktes profilen och upplevelsen av besökarna till Bazaren. En kvantitativ studie genomfördes och resultatet presenterades till organisatörerna. Studien innehöll indikatorer så som demografisk, akademisk och yrkes profil och status samt besöksbeteende och upplevelse.

Ansvariga konsulter var Carlos Salas och Lorena Sankilampi, vilka återigen utförde undersökningen för Bazaren 2017, som ägde rum den 9 och 10 februari 2017, i Kulturhuset i Stockholm.

Studiens syfte är åter igen att identifiera besökarnas profil samt utvärdera besökarnas upplevelse av Bazaren. I denna upplaga jämförs resultaten från de senaste två åren.

# Besökarens profil och upplevelse. Metod.

- Population

Som rapporterad på [www.bazar.nu](http://www.bazar.nu) var antal besökare:

	<u>2016</u>	<u>2017</u>
rekryteringsavdelningen	7 906	8 121
utbildningsavdelningen	4 640	5 013
Café Starta Eget	5 000	5 584

- Datainsamling och urval

- Urvalsstorlek: 300 besökare.

- Konfidensnivå: 95% med felmarginal på +-5%

- Undersökningen genomfördes på plats, personliga intervjuer med Bazarens besökare av flerspråkiga intervjuare.

- Innan intervjuerna genomfördes, ställdes frågan om den tilltänkte respondenten var besökare och om denne i så fall kunde tänka sig att medverka i en kort undersökning av deras karriär och om Bazaren.

- Totalt intervjuades 332 personer.

- Frågeformulär och databearbetning

- Frågeformuläret bestod av 19 frågor som kartlade besökarnas demografiska profil, utbildningsyrkes profil, arbetslivserfarenhet, arbetssituation, besöksmönster samt upplevelsen av de olika avdelningar.

- Vid en del frågor har ett partiellt bortfall erhållits, dvs. en del av respondenten har haft möjlighet att svara på bara en del av frågeformuläret. Vid redovisning av resultatet anges därför antal respondenter per fråga nedanför varje diagram (n).

- Primärdata och diagrammen har bearbetats och utformats i Excel.

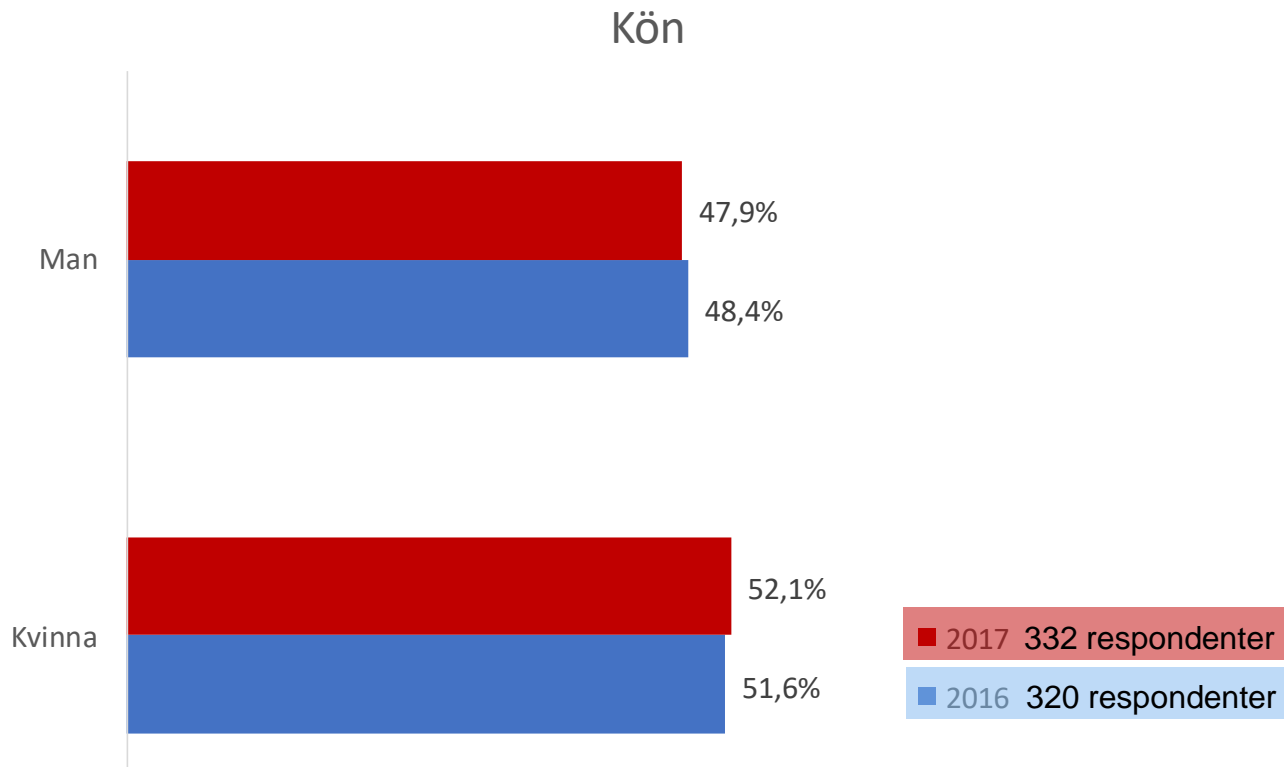


# Besökarens Profil



# Besökarens demografiska profil. Kön

Generellt och som förra året, ser man lika delade besökare efter kön.

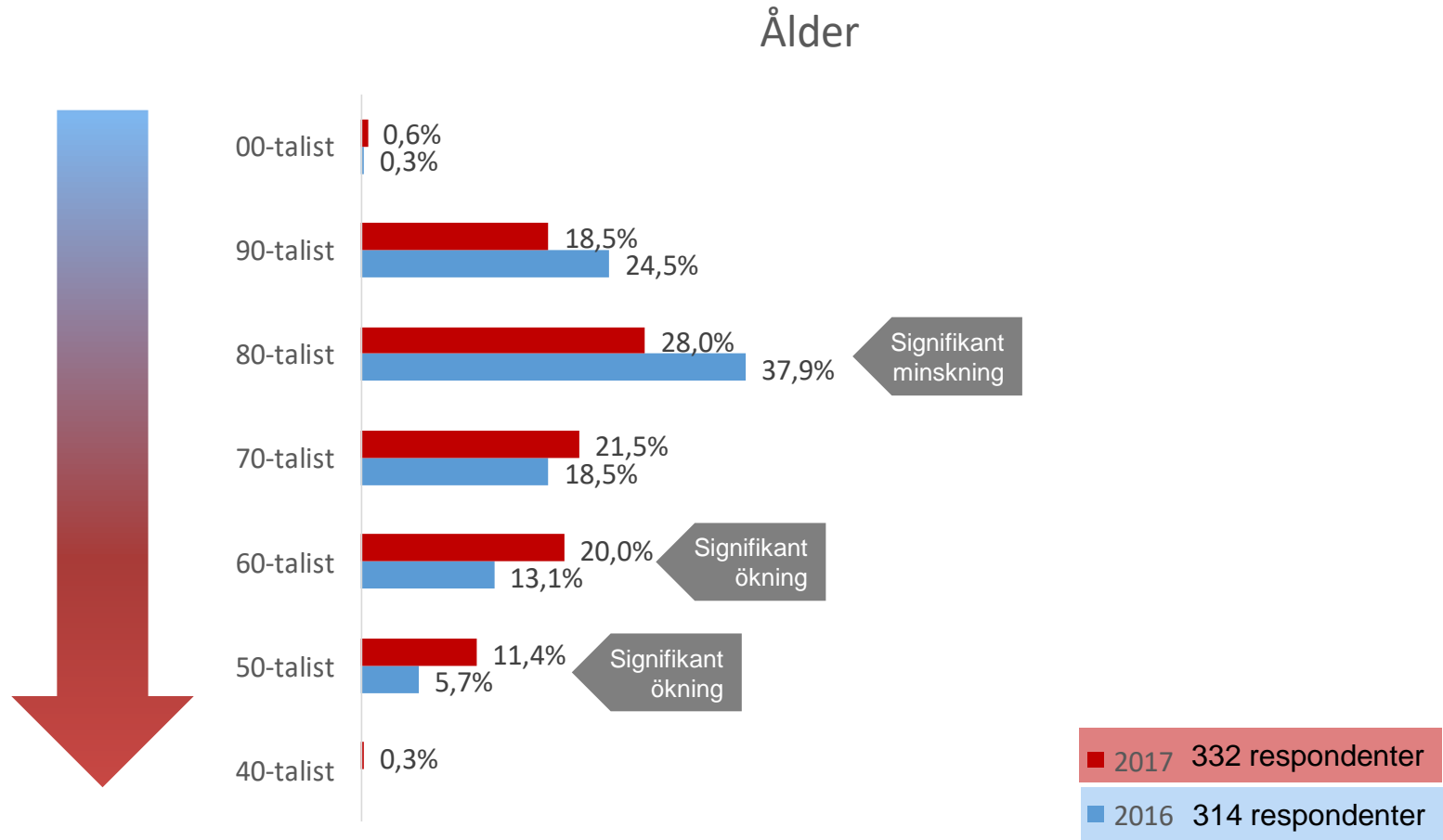


Inga statistiskt signifikanta skillnader observeras mellan kön eller mellan 2016-2017



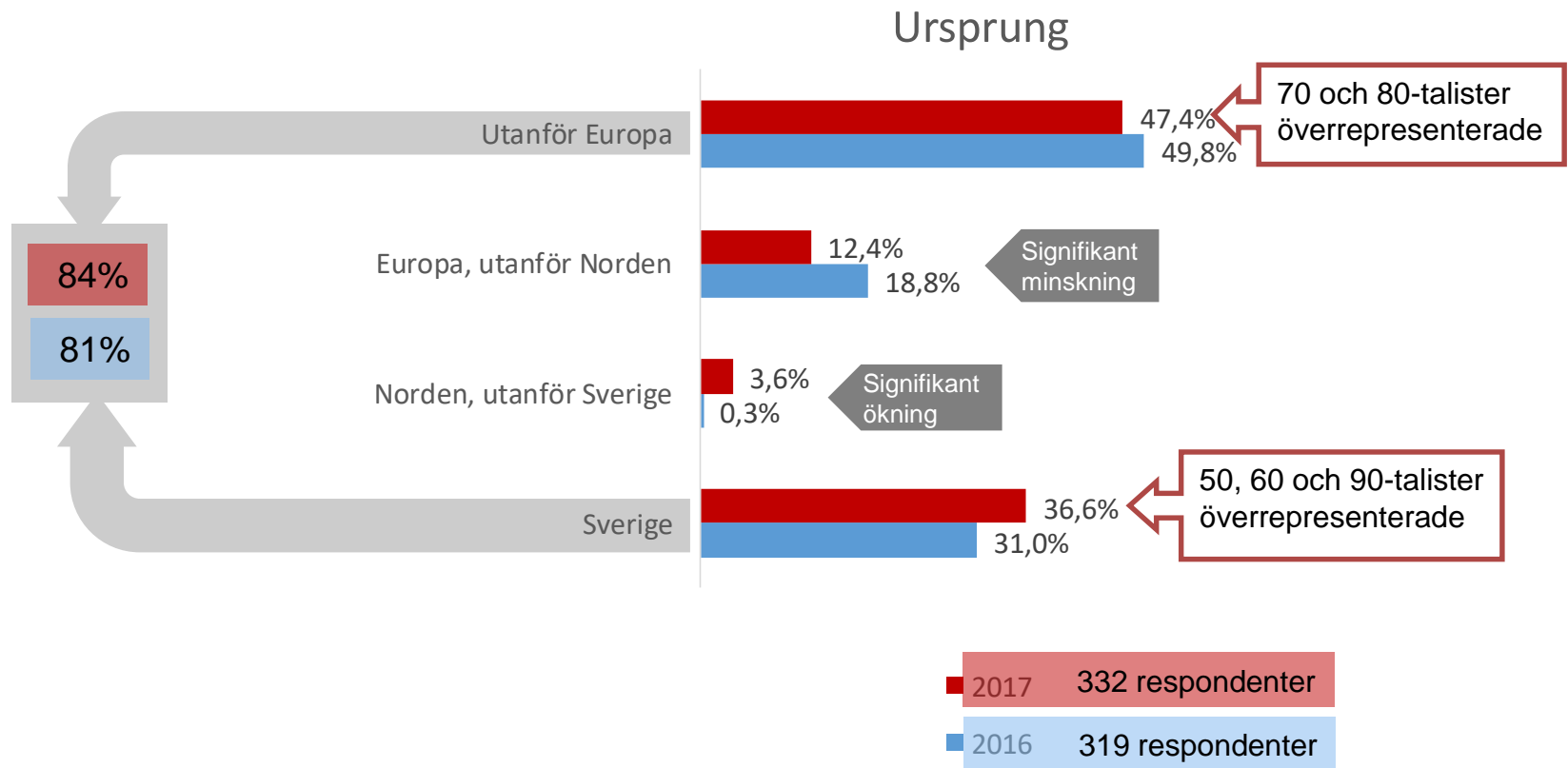
# Besökarens demografiska profil. Ålder

Åldersdistribution förändras i år mot äldre besökare. Från 33% (2016) till 52% 70-talister och äldre. Samt från 60% (2016) till 45% (2017) 80-90-talister.



# Besökarens demografiska profil. Ursprung

Det är utomeuropeiskfödda (47%) och svenskfödda (37%) som representerar över 80% av besökarna.

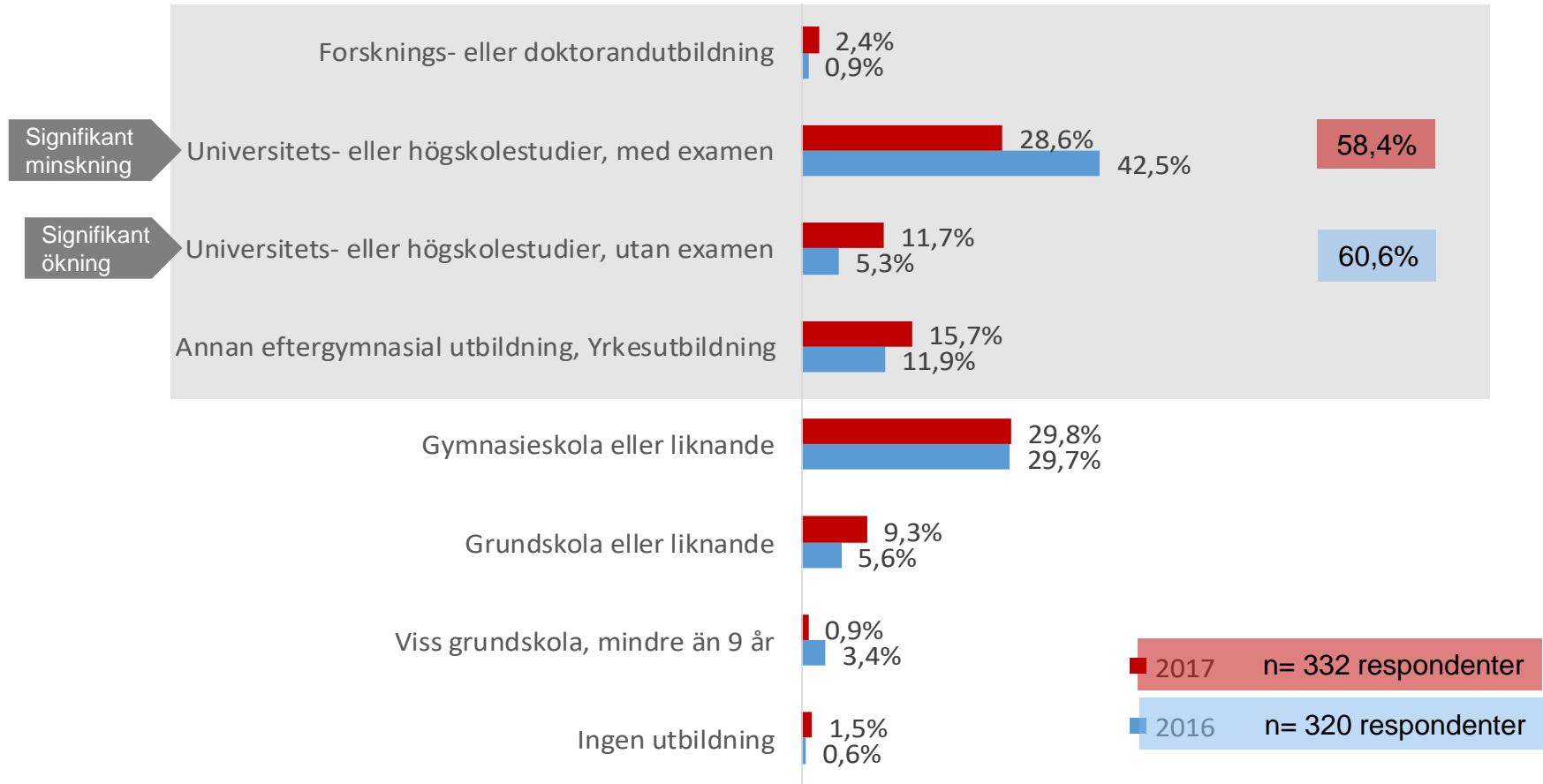




# Besökarens yrkes profil. Utbildning

Spridningen ökar i år mellan utbildningsnivåer bland besökarna, men eftergymnasial eller längre utbildning representerar fortfarande 6 av 10 besökare.

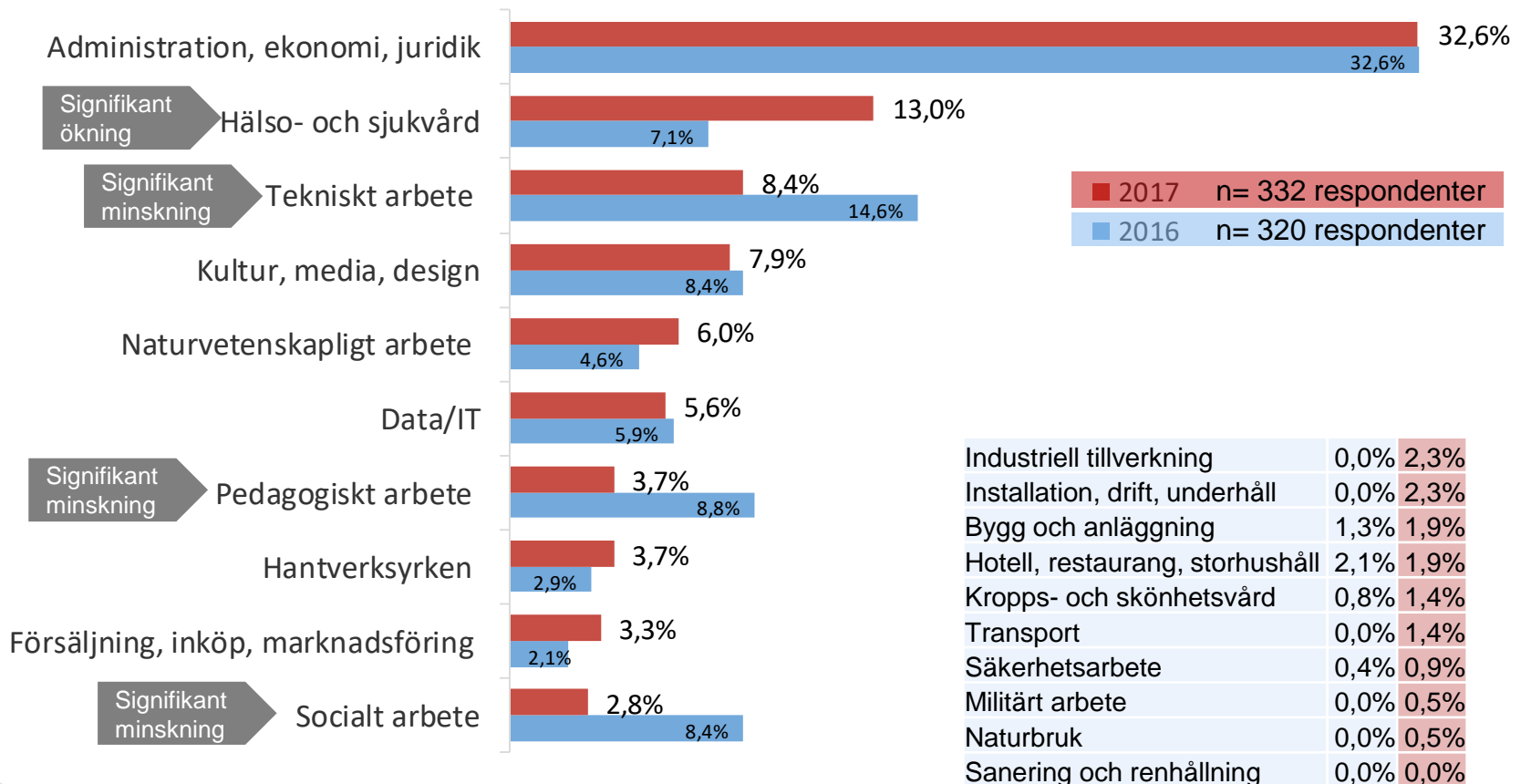
## Utbildningsnivå



# Besökarens yrkesprofil. Utbildningsområde

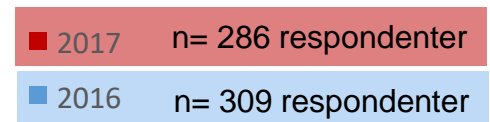
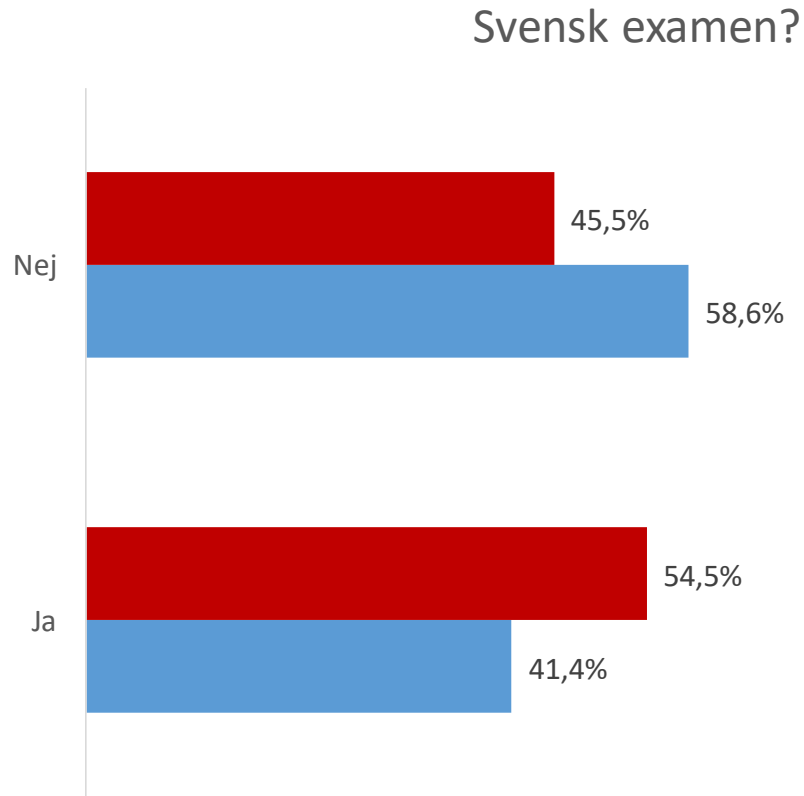
En tredjedel av besökarna är utbildade inom administration, ekonomi eller juridik. I år ökar från 7% till 13% andel besökare utbildade inom Hälso- och sjukvård.

## Högsta utbildningsområde (f.o.m. gymnasiet)



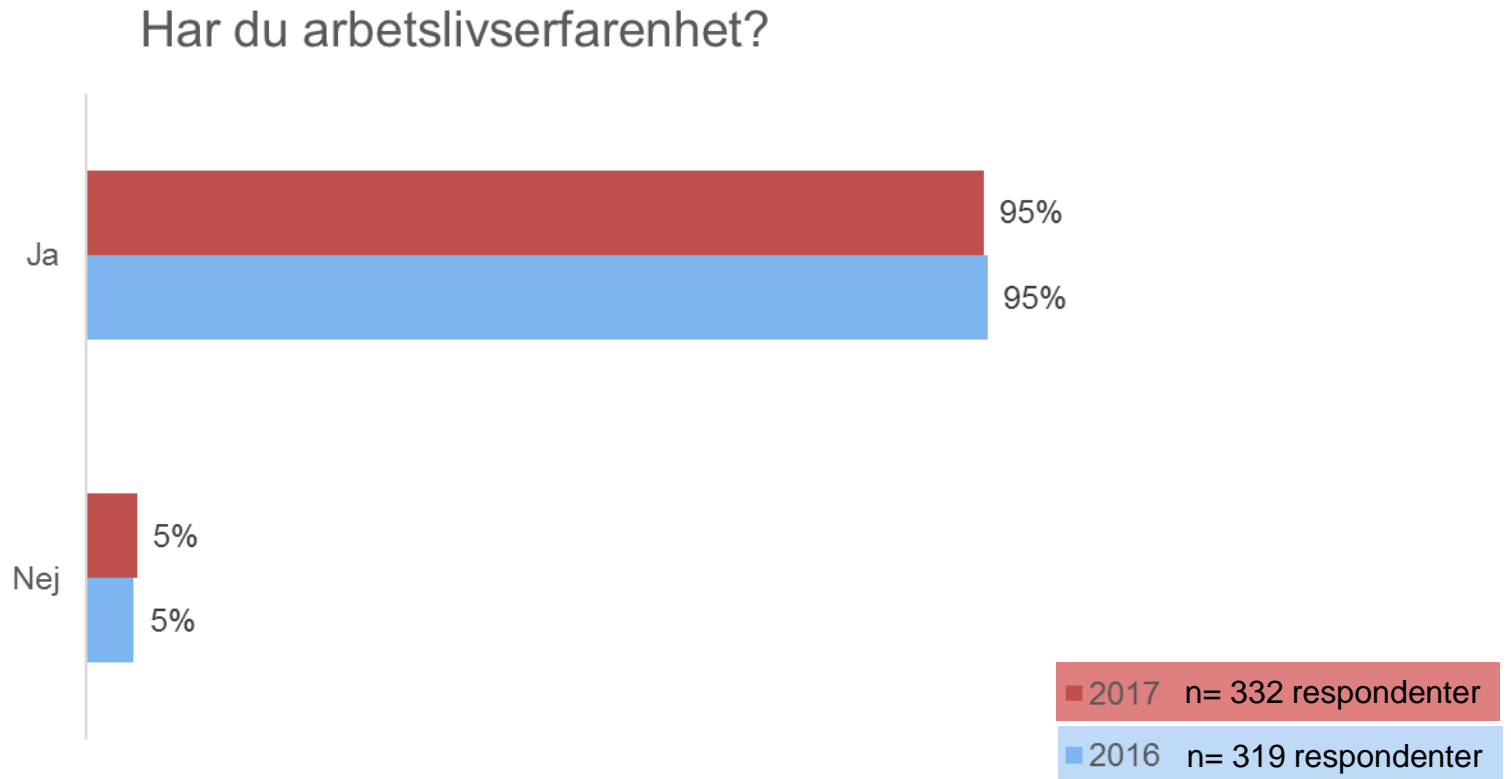
# Besökarens yrkesprofil. Utbildning forts.

I år ändrar andelen med svensk examen till en 54,5%, vilket skiljer sig från förra årets proportioner.



# Besökarens yrkesprofil. Arbetslivserfarenhet

95% av besökarna har arbetslivserfarenhet.

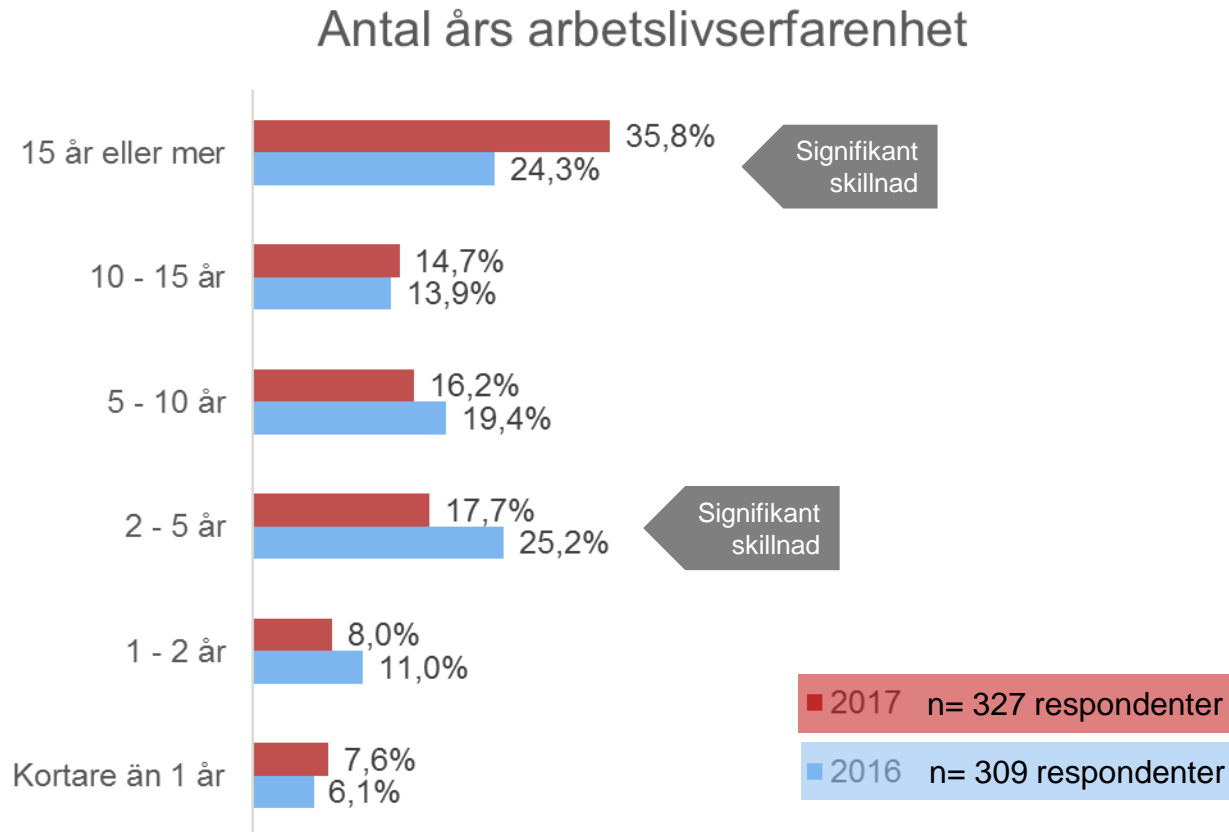


Inga statistiskt signifikanta skillnader observeras mellan 2016-2017



# Besökarens yrkesprofil. Arbetslivserfarenhet

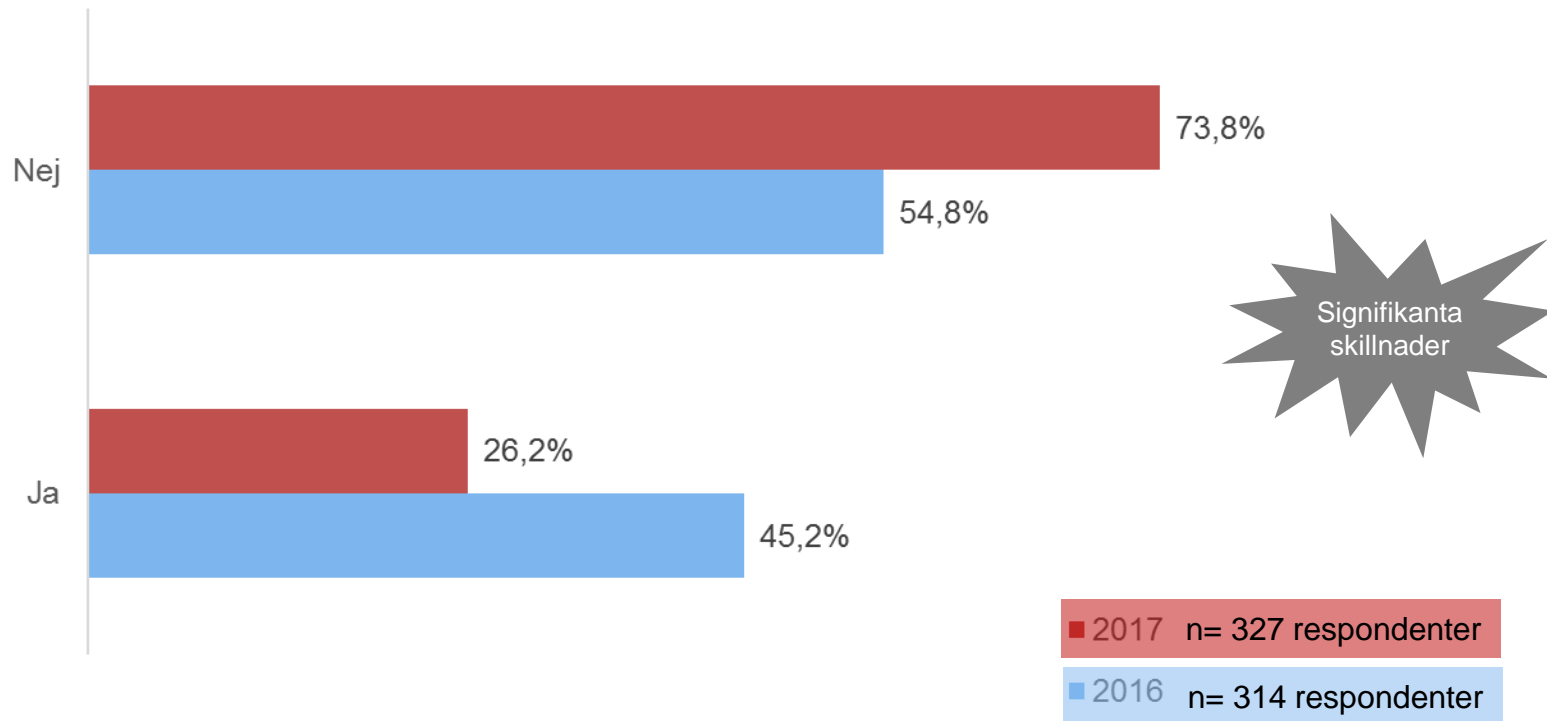
Andel med 15 eller mer års arbetslivserfarenhet ökar och blir en tredjedel av total besökare. Vilket stärks av åldersförändring tidigare presenterad.



# Besökarens yrkesprofil. Arbetsituation.

I årets Bazaren ökar andel arbetslösa hela 19 procentenheter till 74% av respondenter.

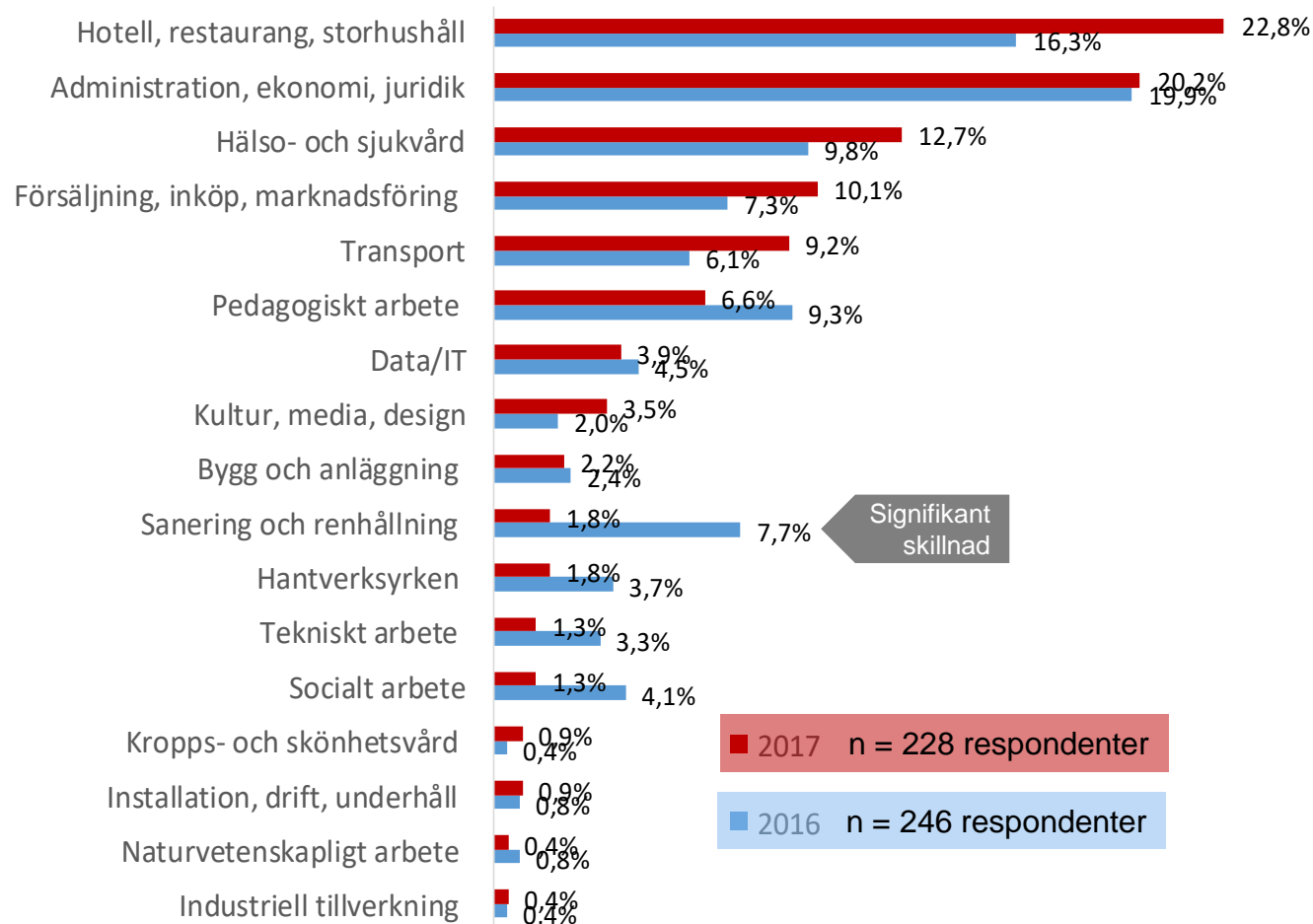
## Har du arbete idag?



# Besökarens yrkesprofil. Arbetsituation.

Störst andel arbetade senast inom hotell, restaurang & storkökshushållsbranschen (23%), följd av administration, ekonomi och juridik (20%).

## Vad arbetar du med? Vad arbetade du senast med?

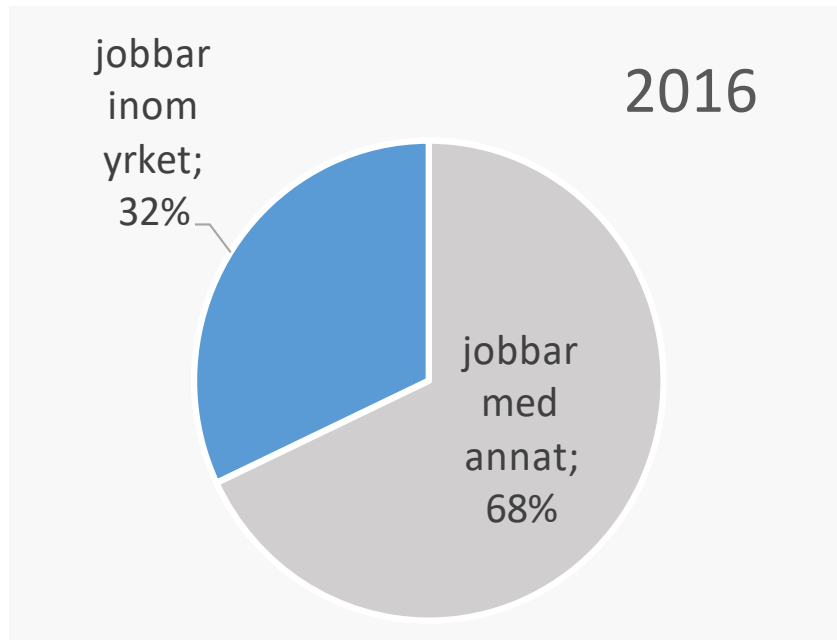


# Besökarens yrkesprofil. Utbildning vs Arbete.

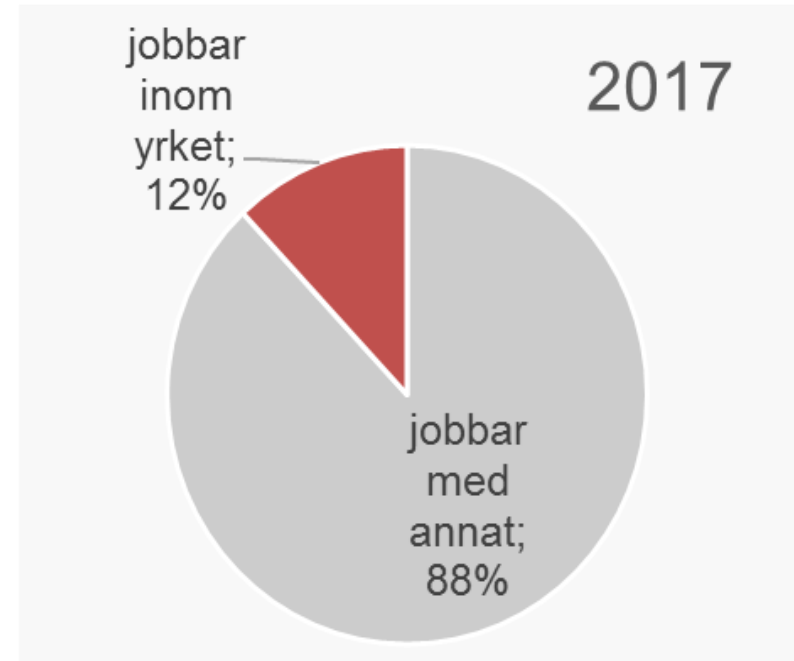
När utbildnings- och arbetsområdet jämförs, noteras att en signifikant minoritet har senast jobbat inom sin utbildning, vilket dessutom visar en markant minskning jämfört med 2016.

Inom vilket område är din högsta utbildningsnivå?  
Vad jobbar Alternativ Vad jobbade du senast med?

Signifikanta skillnader



n = 190 respondenter



n = 175 respondenter



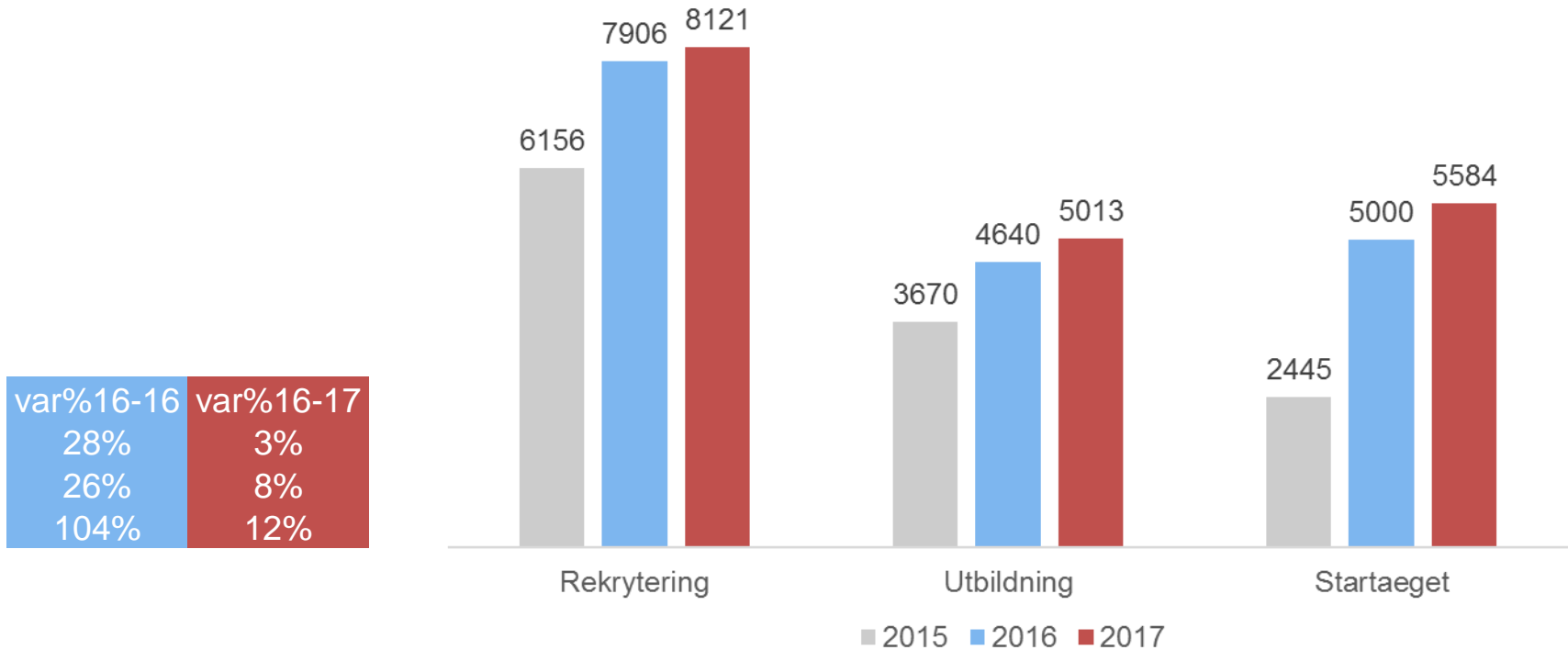
# Besökarens Upplevelse



# Avdelningar besökta

Till Bazaren 2016 estimerades 11 200 besökare enligt bazarens räkningar i kombination med enkäten. I år observeras en signifikant ökning i antal besök i alla avdelningar.

Antal besök per avdelning



var%16-16	var%16-17
28%	3%
26%	8%
104%	12%

källa: [www.bazar.nu](http://www.bazar.nu)

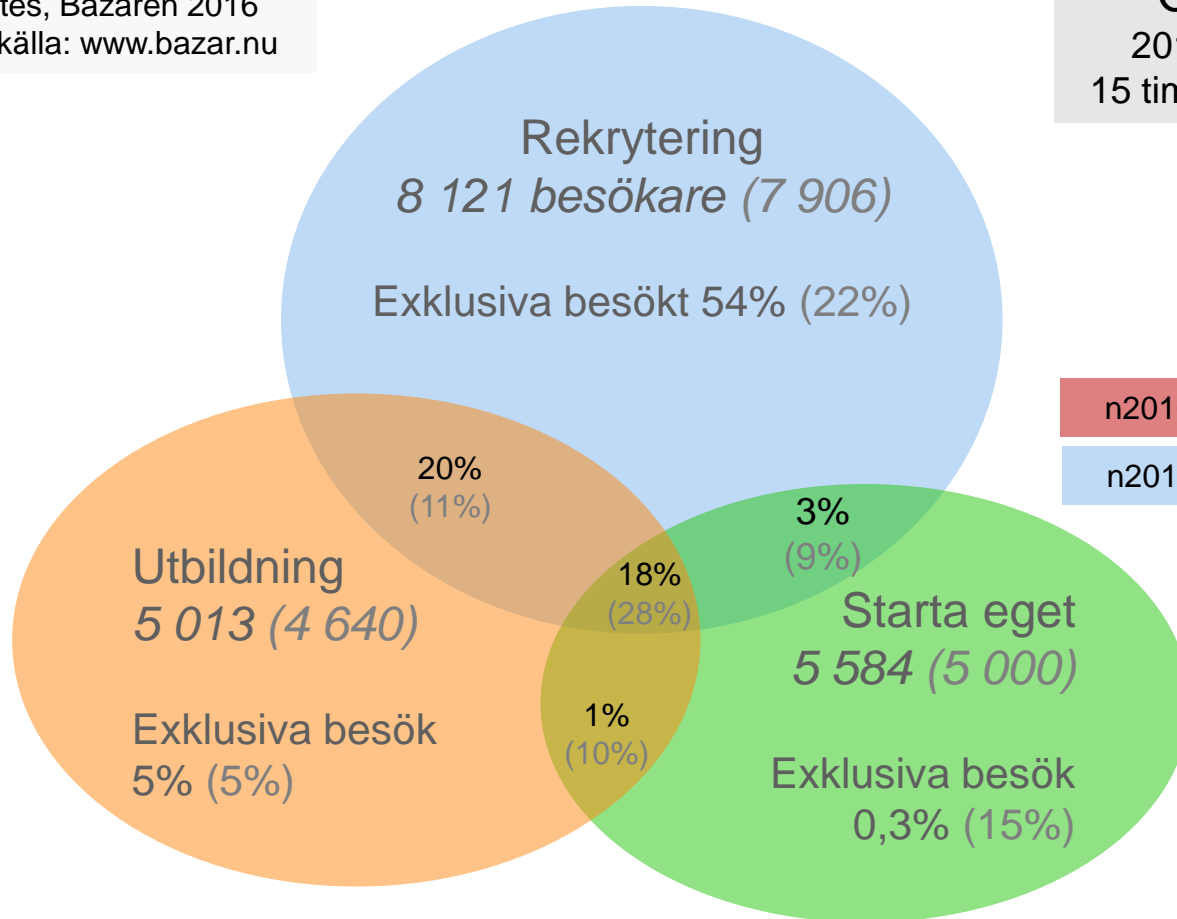


# Besökarens upplevelse. Avdelningar besökta

Bland respondenter märks en ökning från 70% (2016) till 94% (2017) som indikerar att de var på väg till/från rekryteringsavdelningen.

Text i parentes, Bazaren 2016  
Text i kursiv, källa: www.bazar.nu

Öppettider	
2016	2017
15 timmar	12 timmar



n2016 = 332 respondenter

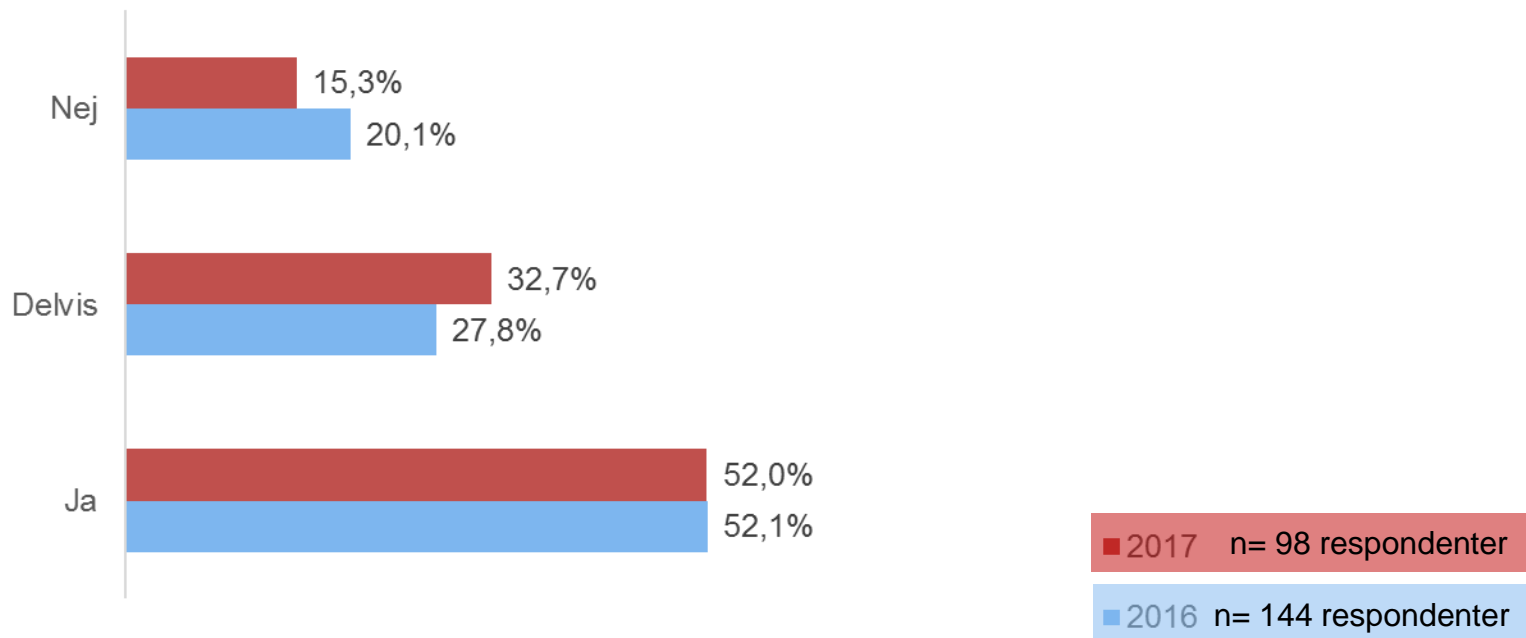
n2017 = 317 respondenter



# Besökarens upplevelse. Utbildning

Mer än hälften av besökarna som hade varit på utbildningsavdelningen visar sig nöjda med den informationen de fick.

Fick du den informationen du önskat dig i utbildningsavdelningen?



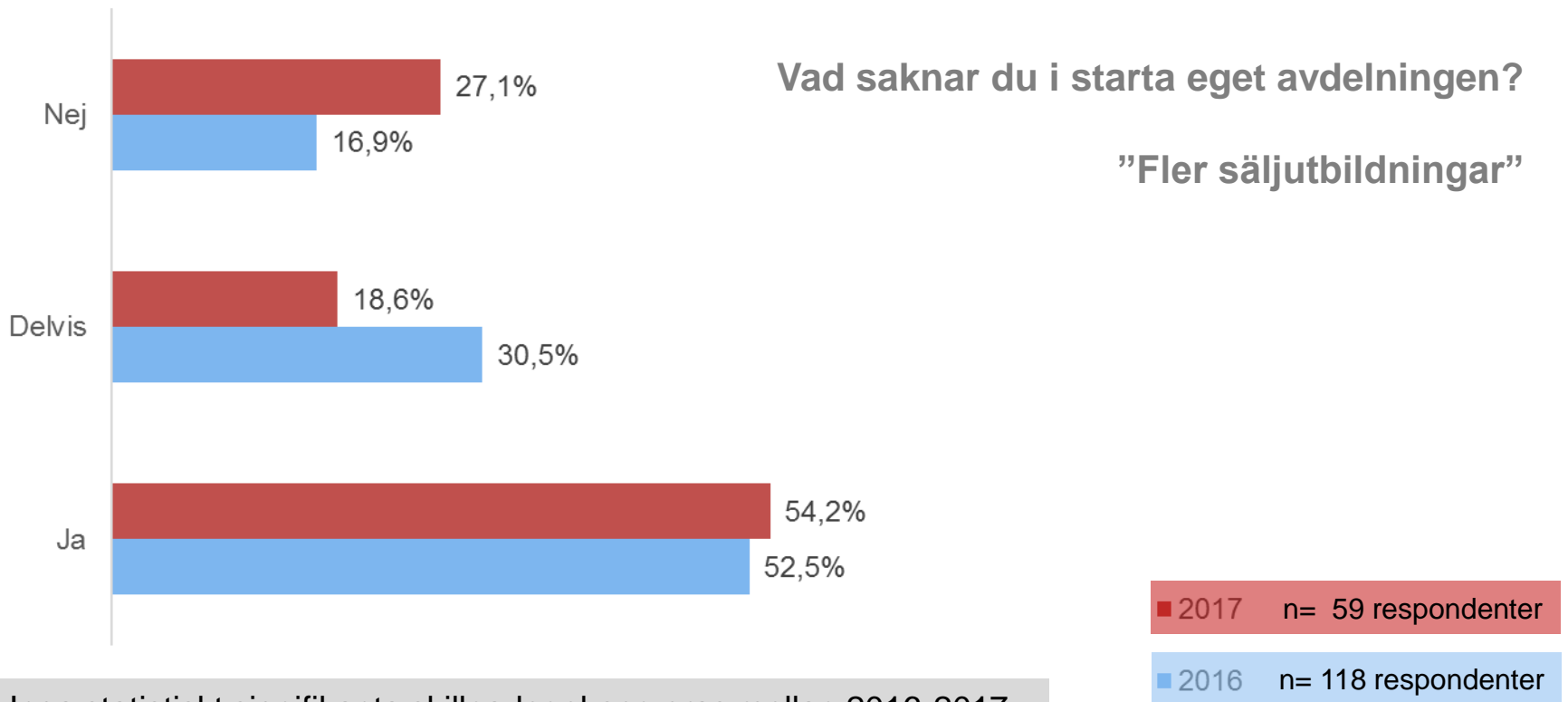
Inga statistiskt signifikanta skillnader observeras mellan 2016-2017



# Besökarens upplevelse. Starta eget avdelning

Mer än hälften av besökarna bekräftar att de fick den informationen de önskat sig bland utställarna på starta eget avdelningen.

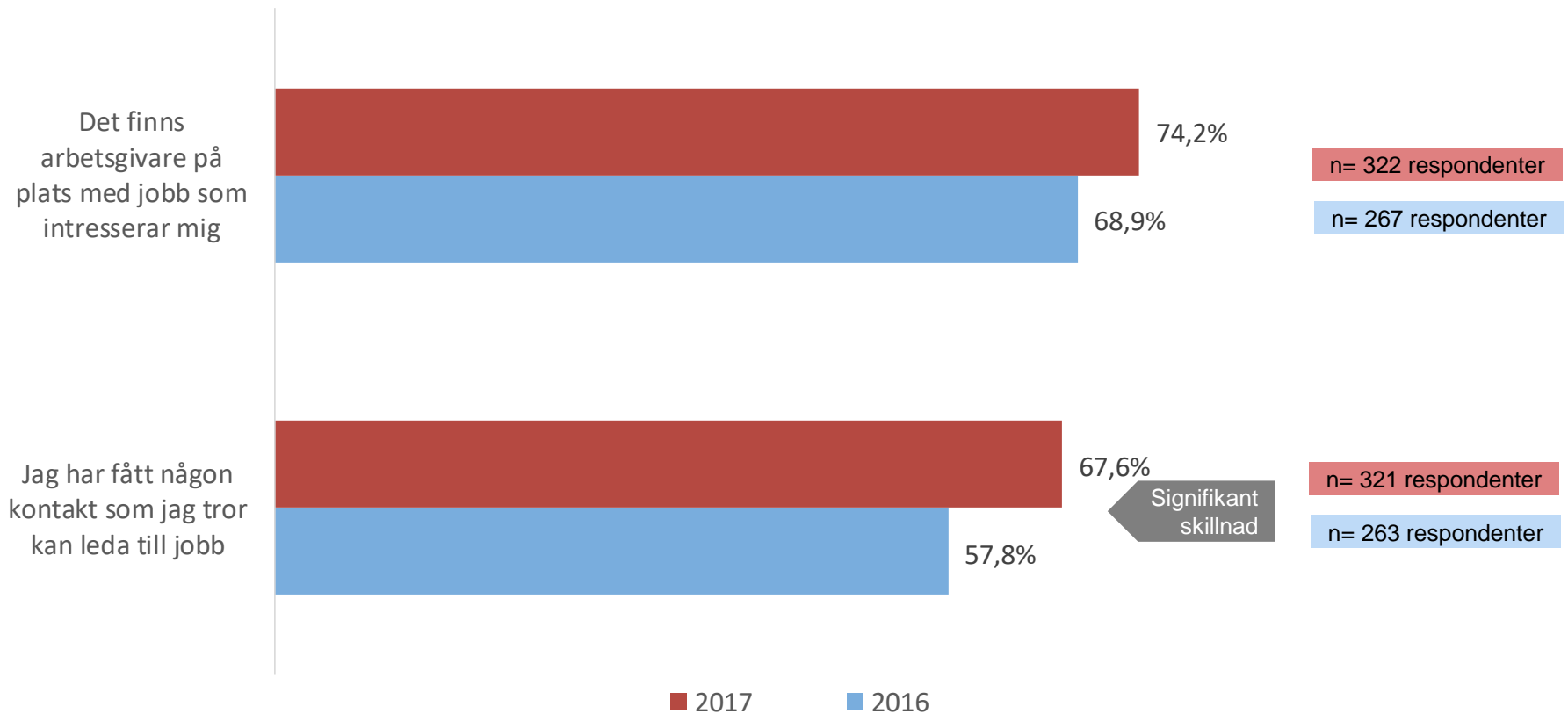
Fick du den informationen du önskat dig i starta eget avdelningen?



# Besökarens upplevelse. Rekryteringsavdelning

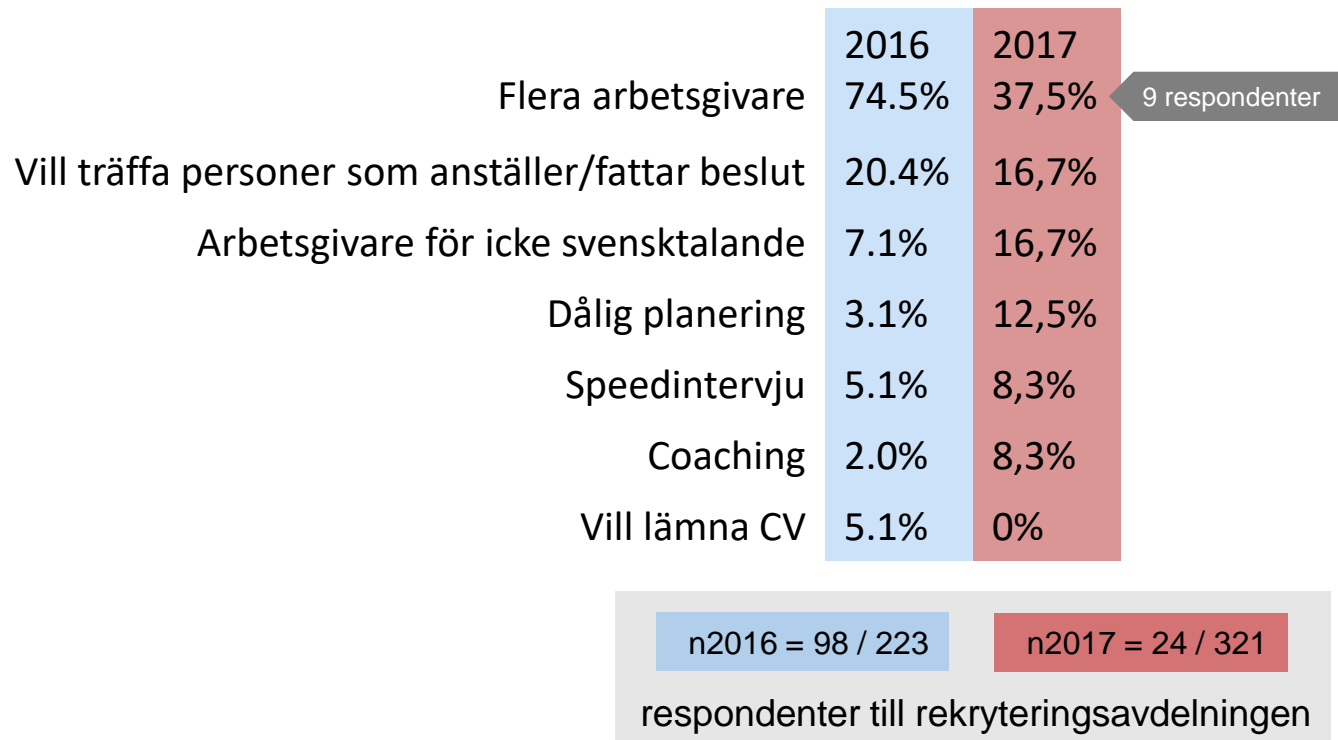
Sju av tio besökare till avdelningen hittar intressanta arbetsgivare, vilket stämmer med förra årets observation. Samt de positiva förväntningarna efter kontakt med utställarna stiger i år; 68% (58% 2016) tror att det kan leda till jobb.

Finns det intressanta jobb? Kommer kontakt att leda till jobb?



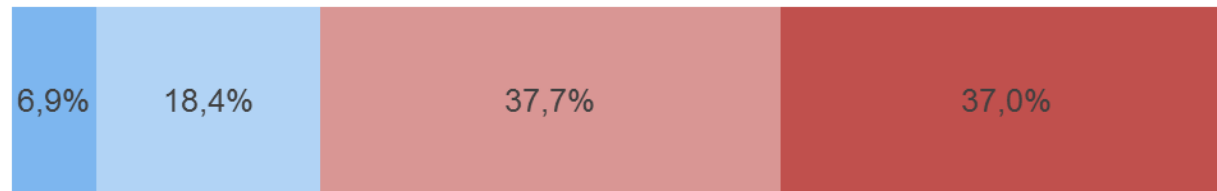
**Besökarens upplevelse. Rekryteringsavdelning forts.**  
 Det observeras en klar och stark förbättring jämfört med 2016, angående besökarnas åsikt om rekryteringsavdelningen.

Vad saknar du i rekryterings-avdelningen?



**Besökarens upplevelse. Villighet att rekommendera**  
75% av besökarna anger att det är extremt troligt eller ganska troligt att de kommer att rekommendera Bazaren till andra.

Hur troligt är det att du kommer att rekommendera andra personer att besöka Bazaren?



■ 1 Inte alls troligt

■ 2

■ 3

■ 4 Extremt troligt

n= 332 respondenter

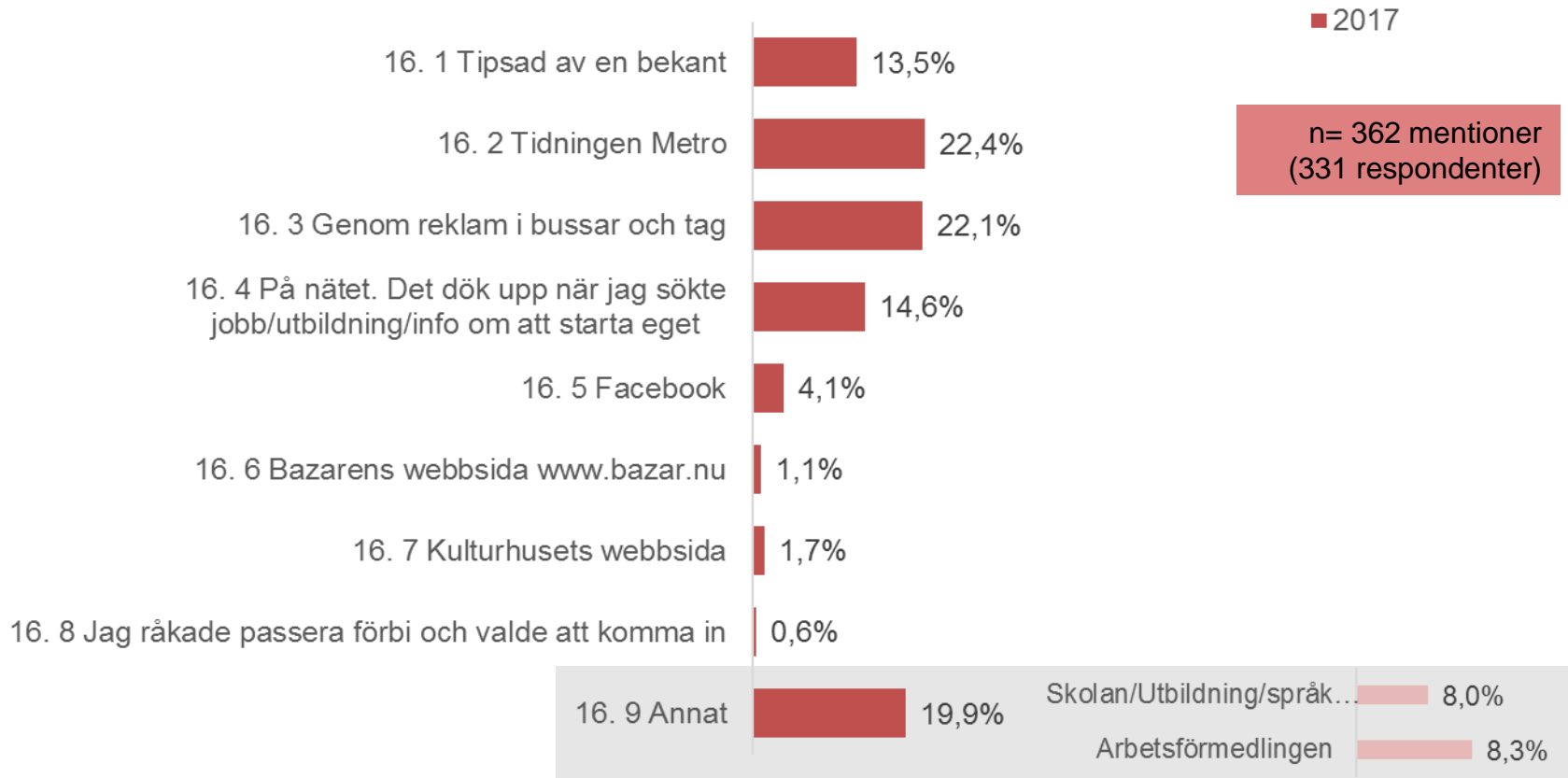




# Besökarens upplevelse. Kanaler

Besökarna fick reda på årets Bazaren genom Metro (22,4%) och reklam på bussar och tåg (22,1%), följt av sökning på nätet och tips av bekanta. Information från Arbetsförmedlingen och skolan bidrog med 8% respektive.

## Vår fick du reda om årets Bazaren?



Besökarens profil och upplevelse

# Slutsatser och förslag



# Besökarens profil och upplevelse

## Slutsatser. Sammanfattning

- Besökarens profil
  - I år är 52% 70-talister eller äldre, en signifikant ökning jämfört med 33% i Bazaren 2016.
  - 95% av besökarna har arbetslivserfarenhet.
  - Samt ökar till mer än en tredjedel de som har 15 eller mer års arbetslivserfarenhet.
  - Senast jobbade de inom hotell, restaurang och storhushållsbranschen (23%), följd av administration, ekonomi och juridik (20%).
  - Det blir färre som jobbar inom sina ursprungliga yrken, 12% (32%, Bazaren 2016)
  - 54,5% har en svensk examen
  - I år ökar andel arbetslösa till 74% av respondenterna (55%, Bazaren 2016).
  - De flesta besökarna är födda utanför Europa (47%) och i Sverige (37%)
  - Större spridning mellan utbildningsnivåer, 6 av 10 med eftergymnasial eller längre utbildning.
- Besök
  - Mer än hälften är nöjda med informationen de fick i Utbildning samt på Starta Eget avdelningarna.
  - 74% finner intressanta jobb på rekryteringsavdelningen, samt 68% (10 procentenheter mer än 2016) har positiva förväntningar efter kontakt på plats.
  - 75% av besökarna är villiga att rekommendera Bazaren till andra.



# Besökarens profil och upplevelse

## Slutsatser



Bazarens popularitet fortsätter att öka, det visas i antal besökare, nöjdhet samt besökarnas villighet att rekommendera för andra.



Större behov. I år observeras flera arbetslösa som söker jobb, äldre med längre arbetslivserfarenhet, hälften utbildade i Sverige och få som jobbat inom sina ursprungliga yrken.



Optimistiska arbetssökande finner intressanta jobb samt bär positiva förväntningar efter möte med arbetsgivare.

# Besökarens profil och upplevelse

## Förslag för framtida Bazaren

Framför ett ökande popularitet av Bazaren, i år blir lokalens begränsningar tydliga

Det finns utrymme för en ökad nöjdhet bland besökarna

Information på utbildning  
Information på Starta Eget  
Flera arbetsgivare

En växande besökstryck till Bazaren samt profilen av besökare visar ett ökat behov samt krav på skarpare erbjudande.

### Tankar och möjliga lösningar

Bokningbar besök, flera dagar

Större lokal. Stockholmsmässan?

Flera nischade Bazar, efter t.ex. bransch, yrke

Ba  
zar  
en  
*Sjukvård!*

Ba  
zar  
en  
*Ingenjörer  
och tekniker!*

Har vi möjlighet att ändra på förutsättningar till en ökad nöjdhet bland besökarna?

Vad är Bazarens mål angående besökarnas åsikt?

Vilka riktlinjer och syfte i kontexten följer Bazaren?

