

EURES: Arbetsförmedlingens europeiska rekryteringshemsida – En effektivitetsstudie för rekrytering inom turistindustrin

Av: Annabelle Temml & Kerem Gürkan
Handledare: Saeid Abbasian



FÖRORD

Ungdomsarbetslöshet har blivit ett stort problem i Europa. Sverige är ett bland många länder där arbetslösheten har blivit ett strukturellt problem för politiken och ekonomin med 18,4 % arbetslöshet hos ungdomar i maj 2018 (Ekonomi Fakta, 2018). Turism kan minska arbetslöshet eftersom det skapar arbete (oftast bland unga människor) och bidrar till integration genom att skapa öppenhet samt kunskap gentemot andra kulturer.

Vi vill analysera hur jobb inom turism kan stödjas via den europeiska rekryteringshemsidan EURES och hur effektiv den är. Vår forskning förde oss fram till specialister inom EURES som både Annabelle och Kerem hade ett regelbundet utbyte med. Dessutom kontaktades potentiella arbetssökande från både pågående turismstudenter samt nyexaminerade turismstudenter. Kerem organiserade och sammanställde mejlintervjuerna (via Facebook) samt utformade enkätmallen för undersökningen som skickades via hemsidan "SurveyMonkey".

Dem arbetssökande som intervjuades hade ingen kännedom om EURES. Därför tog Annabelle forskningen vidare till tio arbetsgivare för att utföra en enkätundersökning. De arbetsgivare som valdes för att delta i denna undersökning står inskrivna i EURES databas som aktiva annonsörer.

Annabelle utförde även en egen observation av EURES i rollen som användare (arbetssökande) och sammanställde ytterligare empiriska data som gav en praktisk insyn i EURES funktioner. Både Annabelle och Kerem delade upp ansvaret för analysen av det empiriska materialet innan de diskuterade resultatet och slutsatser.

Vi vill rikta ett stort tack till Peter Holm och Tuva Holme som har gett oss väldigt värdefull och användbar information till vår undersökning. Peter Holm är EURES ansvarig på Arbetsförmedlingen i Huddinge, där även Tuva Holme är EURES-konsult med inriktning marknadsföring, för turismarbete. Vidare vill vi tacka respondenterna från turismprogrammet och alla nyexaminerade från turismprogrammet som deltog i vår forskning. Ett stort tack riktar vi dessutom till EURES annonsörerna, som inte bara svarade på våra intervjufrågor men även gav oss ytterligare råd i vår forskning. Våra familjer och vänner vill vi även tacka som gav oss stöd och råd under hela forskningsprocessen.

Genom vårt arbete hoppas vi att EURES databas kan förbättras och bidrar allmänt till minskad arbetslöshet, men speciellt för arbetssökande inom turism branschen.

Annabelle Temml & Kerem Gürkan
Södertörns Högskola
Huddinge, Feb 2019

Abstract:

Key words: Efficiency, recruiting, resources, tourism industry, network.

EURES= European Employment Services,
Arbetsförmedlingen = The Swedish public employment service

TUR 13= Tourism program of year 2013

TUR 12= Tourism program of year 2012

TUR 11= Tourism program of year 2011

This essay is about EURES functionality and efficiency with a particular focus on tourism. By using a number of research methods, the efficiency of EURES is studied and compared to the Swedish public employment service website. By using the research results, EURES strengths and weaknesses have been carefully analyzed and suggestions for improvements of the network are presented. In the introduction, the company and network EURES and the Swedish public employment service are presented. Their background information and functions in society are further explained in this section.

The purpose and the key questions are also included here. The key questions are the questions, which the researchers aim to answer to the best of their knowledge by the end of this study. The methods, which the researchers have used in this study, are described and examples of past studies are then introduced in the theory. The researchers have used information from past studies and applied it to EURES and the Swedish public employment services. After collecting and analyzing an array of empirical data the researchers finally yet most importantly, reveal the answers to the key questions in the conclusion of the essay.

Sammanfattning:

Nyckelord: Effektivitet, rekrytering, resurser, turismnäringen, nätverk.

EURES= European Employment Services

TUR 13= Turismprogrammet från år 2013

TUR 12= Turismprogrammet från år 2012

TUR 11= Turismprogrammet från år 2011

Uppsatsen handlar om EURES funktionalitet samt effektivitet med särskilt fokus på turism. Genom ett antal forskningsmetoder undersöks EURES effektivitet och jämförs med Arbetsförmedlingens databas som är *platsbanken*. Med hjälp av de forskningsresultaten analyseras svagheter inom EURES och därefter presenteras förslag på förbättringar.

I introduktionen presenteras nätverket EURES och myndigheten Arbetsförmedlingen. Bakgrundsinformation samt deras roll i samhället förklaras i denna sektionen.

Frågeställningarna är de frågor i detta arbete som ska besvaras vid slutet av undersökningen. Metoderna som har tillämpats i detta arbete förklaras och därefter introduceras relevanta teoribildningar. Materialet har baserats på olika teorier och tidigare forskning som tillämpas i analysen av EURES och Arbetsförmedlingen. Genom sammanställningen och analysen av empiriska data besvarar vi i slutsatsen dem centrala frågeställningarna om EURES effektivitet.

Innehållsförteckning

| | |
|---|----|
| 1. Inledning | 1 |
| 1.1 Bakgrund - Sysselsättning inom turism och EURES | 1 |
| 1.2 Problemformulering | 2 |
| 1.3 Syfte | 3 |
| 1.4 Frågeställningar | 3 |
| 1.5 Avgränsningar | 3 |
| 1.6 Definitioner | 4 |
| 1.7 Disposition | 4 |
| 2. Metod | 4 |
| 2.1 Val av respondenter | 4 |
| 2.2 Kvalitativ metod | 5 |
| 2.2.1 Trovärdighet | 6 |
| 2.2.2 Överförbarhet | 6 |
| 2.2.3 Pålitlighet | 7 |
| 2.3 Kvantitativ metod | 7 |
| 2.4 Enkät | 8 |
| 2.5 Kombination av olika metoder | 9 |
| 2.6 Semistrukturerad djupintervju | 9 |
| 2.7 Mejlintervjuer | 10 |
| 2.8 Observation och statistik | 11 |
| 2.9 Analyismetoder | 12 |
| 2.9.1 Innehållsanalys | 12 |
| 2.9.2 Kodning av kvalitativ innehållsanalys | 12 |
| 2.9.3 Kodning av kvantitativ innehållsanalys | 13 |
| 2.9.4 Typ av kodning | 13 |
| 2.10 Forskningsetiska principer | 13 |
| 3. Teori | 14 |
| 3.1 Tidigare forskning | 14 |

| | |
|--|----|
| 3.1.1 Effectiveness of Online Job Recruitment System | 14 |
| 3.1.2 Jobvite | 15 |
| 3.1.3 Internet Recruiting Power: Opportunities and effectiveness | 15 |
| 3.1.4 Nätverksanalys och turism - från teori till praktik | 17 |
| 3.1.5 Mätning av effektiviteten av samarbetsnätverk generellt | 18 |
| 3.1.6 Internet som informationskanal vid rekrytering | 18 |
| 3.1.6.1. Internet som ett verktyg för marknadsföring av regionala turismsammanslutningar (RTAS) i Australien | 18 |
| 3.1.6.2 Research on internet recruiting and testing | 19 |
| 3.1.7 Hemsidors inverkan på arbetskraftsrekrytering | 19 |
| 3.1.7.1 Effektivitet av webbsidor | 19 |
| 4. Resultat | 20 |
| 4.1 Semistrukturerad intervju med Peter Holm | 20 |
| 4.2 Mejlintervju med EURES annonsörer | 22 |
| 4.3 Observation | 23 |
| 4.3.1. Vår egna upplevelse av EURES: | 23 |
| 4.3.2. Jämförelse mellan Arbetsförmedlingen och EURES inom turismbranschen | 24 |
| 4.3.2.1 Statistisk analys av EURES | 26 |
| 4.4.1 Resultat från enkätundersökningen | 28 |
| 4.4.2 Mejlintervjuerna | 30 |
| 4.5. Statistisk jämförelse av EURES respektive Arbetsförmedlingens förmedlings effektivitet | 31 |
| 4.5.1 Statistik och analys | 32 |
| 5.1. Analys av semi-strukturerad intervju med Peter Holm, EURES | 33 |
| 5.2. Analys av mejlintervju med turismstudenter | 33 |
| 5.3. Analys av mejlintervju med arbetsgivare som annonserade på EURES | 34 |
| 5.4. Enkätundersökningen | 35 |
| 5.5. Vår egen allmänna observation av EURES | 35 |
| 5.6. Observation av EURES som jobbsökande för turism jobb | 36 |

| | |
|---|-------------------------------------|
| 5.7. Användning av statistiska data | 36 |
| 6. Slutsats | 37 |
| 6.1 Hur effektivt är EURES som rekryteringshemsida? | 38 |
| 6.2 Hur effektivt är EURES ute på arbetsmarknaden för turismrelaterade jobb? | 38 |
| 6.3 Vilka aspekter hos EURES kan förbättras för att uppnå högre effektivitet? | 38 |
| 7. Diskussion | 39 |
| Referenser | Error! Bookmark not defined. |

1. Inledning

1.1 Bakgrund - Sysselsättning inom turism och EURES

Turism är en sektor som har stora potentiella möjligheter att motverka arbetslöshet i Sverige och Europa, eftersom den gynnas av det växande välståndet i världen som skapar en stigande efterfrågan för resor utomlands, vilket i sin tur stimulerar turistindustrin samt arbetsmarknaden inom turism.

Turistindustrin är en arbetsmarknad som har stor betydelse och behöver därför statistisk och analytisk forskning för att utvecklas på ett strukturerat sätt. UNWTO:s generalsekreterare Taleb Rifai (UNWTO 2014), refererar allmänt till den nämnda situationen när han säger: ”Om man förbättrar kvaliteten och jämförbarheten av statistik inom turismanställning kan det avsevärt förbättra turistföretags förmåga att övervaka turism arbetsmarknaden och stödjer produktiva aktiviteter. Detta leder till att produktiva verksamheter främjas, samt en effektiv användning av kvalificerad arbetskraft, vilket är den viktigaste faktorn för att säkerställa en hållbar turismutveckling och dess fortsatta bidrag till den ekonomiska tillväxten och sysselsättningen i hela världen.”

Eurostat statistiken visar att turism inom Europa är en väldigt viktig del i näringslivet. År 2014 registrerades de största intäkterna från Spanien, Frankrike, Storbritannien, Italien och Tyskland som motsvarade cirka 125 miljarder Euro, en övertygande statistik, som visar varför turism inom Europa har en stor påverkan på ekonomin och sysselsättningens potential.

Statistiken från 2013 visar att 1 av 10 företag i Europa var aktiva inom turistindustrin, vilket motsvarar 2,2 miljoner företag. Dessa turism-relaterade företagen har anställt drygt 12 miljoner personer (EURES 2016), vilket ökar sysselsättningen (Tillväxtverket 2017, s.4).

Arbetslösheten i Sverige har varit i genomsnitt 7,5 procent fr.o.m. år 1991 fram till 2017 (Data worldbank 2017). Med syftet att minska arbetslösheten har staten skapat institutionen arbetsförmedlingen som finansieras av staten. Arbetsförmedlingen för samman arbetssökande och företag samt offentliga organisationer som har lediga tjänster. I och med att EU har skapat en gemensam arbetsmarknad bildades organisationen EURES, som är en plattform för lokala arbetsförmedlingar inom Europa med målet att samarbeta inom en större region (Arbetsförmedlingen 2016). EURES är förkortning för European Employment Services. Nätverket innehåller jobbmöjligheter för totalt 32 länder. Nätverket innefattar samtliga EU länder, men även Norge, Schweiz, Liechtenstein och Island. Det finns över 850 EURES rådgivare inom nätverket varav cirka 55 EURES rådgivare anställda i Sverige. EURES bidrar till att minska obalanserna på den europeiska arbetsmarknaden och hjälper särskilt ungdomar som vill få erfarenhet från andra länder (Arbetsförmedlingen 2016). Rekrytering av arbetskraft från andra länder är viktigt, särskilt för att lösa rekryteringsproblemen inom brist yrkesområden i medlemsländer. I synnerhet inom yrkesområden där efterfrågan på personal är hög, bör dessa arbeten prioriteras högst inom EURES planering.

EURES använder arbetsförmedlingen som en plattform, vilket hjälper både arbetssökande i Sverige som vill arbeta i andra EU länder samt arbetsgivare i Sverige som har behov av att rekrytera personal med utländsk bakgrund (EURES 2016).

1.2 Problemformulering

Människor som arbetar inom turismbranschen byter jobb regelbundet på grund av branschens säsongsbaserade natur. De är alltså involverade i ett uppreparande arbetssökande och har därmed ett behov av rekryteringsmetoder som arbetar så effektivt som möjligt med syftet att knyta ihop arbetsgivare och arbetssökande.

Idag sker mest rekrytering genom internetplattformar hos privata företag samt statliga organisationer som har skapat ett stort utbud av rekryteringshemsidor. Utmaningen för arbetsgivare och arbetsaspiranter inom turismbranschen är att bedöma vilka hemsidor som är mest effektiva. Medan det finns litteratur och forskning om hur man rekryterar på ett effektivt sätt har bristen på objektiva värderingar av rekryteringshemsidor motiverat forskare till att forska vidare inom detta område. Inget system för att mäta effektiviteten för rekryteringshemsidor finns idag. Medan konsumenter kan bedöma exempelvis ett hotell enligt det allmänt etablerade betygsättningssystemet med stjärnor, eller en restaurangs kvalitet med antalet Michelinstjärnor, saknas en sådan vägledning för rekryteringshemsidor. Ingen organisation existerar idag som sätter standarden för rekryteringshemsidor, bedömer deras effektivitet eller kartlägger resultaten till konsumenterna. Vi anser att deras forskningsbidrag ska skapa en diskussion gällande frågan om hur en webbsidas effektivitet skulle kunna mätas, vilka kriterier som skulle vara relevanta för att mätas samt hur konsumenterna (arbetssökande respektive arbetsgivare) skulle gynnas från ett objektiva effektivitets bedömningsystem.

Om man läser Alvesson & Sandberg artikeln om problematisering (s. 248–249) kan man anse att skribenternas forskning är till en viss grad “GAP spotting”, d.v.s. ett försök att undersöka ett forskningsområde som hittills inte har utforskats. Det visade sig att väldigt lite forskning existerar rörande hemsidor för rekrytering och deras effektivitetsnivå. Således fanns det lite forskningsmaterial tillgängligt för att kunna utmana existerande teorier om detta, och uppsatsen började inrikta sig på inhämtning av nytt empiriskt material för att undersöka om EURES kan anses vara effektiv. Vi ansåg att det är viktigt att kunna jämföra rekryteringsprocessen inom EURES med arbetsförmedlingens rekrytering. Här citerar Alvesson & Sandberg (2011, s.248–249) i sin debatt om problematisering författarna Slife and Williams (1995:1) som framför att all utvärdering måste baseras på en jämförelsebas ”to truly evaluate and understand the ideas behind other ideas, we must have a point of comparison”.

Utav all tidigare forskning i samband med effektivitet av rekryteringshemsidor var forskningspapper från Spanien (Pin et al, 2001), och Filippinerna (Ventura et al, 2013) mest relevanta. Dock var deras forskning inriktad på rekrytering hemsidans effektivitet enligt

arbetsgivarens synvinkel. Antagandet att en rekryteringshemsida är effektiv om arbetsgivaren tycker det, måste utmanas. Istället måste arbetssökandes åsikt också tas med i evaluering, för att få ett balanserat resultat. Skribenterna av kandidatuppsatsen lade därför mycket vikt på deras forskning på arbetssökandes upplevelse av EURES och hur effektiv EURES skulle uppfattas av dem.

I sin forskning om effektivitet av rekryteringshemsidor har forskarna valt EURES eftersom den är tillgänglig i Sverige och har en naturlig attraktion för jobb aspiranter inom turism på grund av sin gränsöverskridande karaktär.

1.3 Syfte

Genom att tillämpa olika analysmetoder i forskningen ska EURES effektivitet som rekryteringshemsida undersökas på ett varierande och kritiskt sätt. Forskningen ska vara till nytta för arbetssökande, speciellt inom turism, som vill veta vilka rekryteringskanaler de ska ägna sin tid åt för att vara framgångsrik i sina jobbansökningar. Genom vår uppsats om EURES effektivitet vill vi uppmärksamma att kvalitetsbedömningar av rekryteringshemsidor är väsentlig för att underlätta användarens val mellan olika hemsidor. Dessutom ska forskningen gynna arbetsgivaren, som får syn på EURES effektivitet från användarens perspektiv.

1.4 Frågeställningar

För att uppnå syftet med rapporten är det viktigt att först få en helhetsbild om hur EURES fungerar idag inom alla yrkesområden och hur effektivt den upplevs, därför formulerades den första frågeställningen på följande vis “Hur effektiv är EURES som rekryteringshemsida?”. Ur den första frågeställningen skapas en bild av den nuvarande effektiviteten inom alla yrkesområden, däremot är syftet att undersöka turismområdet. Därför formulerades nästa frågeställning till “Hur effektiv är EURES ute på arbetsmarknaden för turismrelaterade jobb?”. Baserad på resultaten i de två första frågeställningarna och olika vetenskapliga teorier kommer slutsatser dras kring förbättringsmöjligheter. Därför formulerades den tredje och sista frågeställningen till “Vilka aspekter hos EURES kan förbättras för att uppnå högre effektivitet?”

1.5 Avgränsningar

Uppsatsen är utförd från en arbetssökandes synvinkel i Sverige, där svenska är första hand språket och en god kunskap inom det engelska språket existerar. I forskningen prioriterades den arbetssökandes åsikter om EURES över arbetsgivarens perspektiv. Arbetsgivare som har intervjuats var bosatta i Sverige, vilket underlättade kommunikationen och tillgängligheten.

På grund av den relativt korta tidsramen då undersökningen utfördes ska analys perioden omfatta maximalt två veckor. Analysen sker under vanliga arbetsveckor för att reflektera genomsnittligt jobbsökningsbeteende bland jobbaspiranter. Som jämförelseobjekt till EURES används Arbetsförmedlingens hemsida. Vi tyckte att Arbetsförmedlingen och EURES är mest lämpliga att jämföra eftersom båda är offentligt drivna webbsidor och ingen jämförelse med privatägda, kommersiella hemsidor äger rum.

1.6 Definitioner

För att genomföra en effektivitetsstudie måste vi definiera vad effektivitet är och begreppet definieras på följande sätt:

- Effektiv (efficient): *“Performing or functioning in the best possible manner with the least waste of time and effort; having and using requisite knowledge, skill, and industry; competent; capable: (Nationalencyklopedin 2016)*

1.7 Disposition

Kapitel 1: Inledning. Uppsatsens tema introduceras, problematiseringen skapas och syfte, frågeställningar och avgränsningar förklaras.

Kapitel 2: Metod. Uppsatsens forskningsstrategi, metodik och tillvägagångssätt redogörs. Begreppen trovärdighet, överförbarhet samt pålitlighet beskrivs och etiskt förhållningssätt och källkritiska aspekter diskuteras.

Kapitel 3: Teori. Den tidigare forskningens framsteg och brister framförs. Dem bärande teorierna för uppsatsen redogörs grundligt.

Kapitel 4: Resultat. Det empiriska resultatet av arbetssökandes och arbetsgivarnas upplevelser sammanställs och redovisas.

Kapitel 5: Analys. Empiri och teori återkopplas tematiskt baserat på tema analysen.

Kapitel 6: Diskussion. Här diskuteras analysen utefter de uppsatta frågeställningar som uppsatsen har besvarat.

Kapitel 7: Slutsatser. Undersökningens slutsatser, bidrag och begränsningar presenteras samt rekommendationer för förbättringar inom EURES föreslås.

2. Metod

2.1 Val av respondenter

Urvalet av undersökningsspersoner är avgörande för att undvika tappa relationen till utgångspunkten man har till arbetet. Saknas relevanta respondenter till arbetet kan trovärdigheten

suddas ut och leda till att arbetet tappar meningen bakom sig. Därför har vi valt att urvalet ska göras systematiskt genom att använda vissa formulerade kriterier (Holme & Solvang 1997, sid. 101).

För att uppnå studiens syfte och besvara frågeställningarna behövde respondenterna vara verksamma, arbetssökande eller ha intressen i turistindustrin. Då det gjorde flera studier presenteras information kring respondenterna tillsammans med respektive metod nedan. • Enkätundersökning: 39 respondenter som utgjordes av turismstudenter som tar examen i Tur 13 valdes ut.

- Kvalitativ intervju: För att representera “övriga intressenter” valdes Peter Holm från arbetsförmedlingen, vilken är den myndighet som har fått ansvaret över Eures i Sverige. Peter Holm är kontaktperson för Eures. Hans kunskap och erfarenhet inom området ansågs kunna bidra till denna studie. Upplägget kring intervjun beskrivs i kapitlet “Kvalitativ intervju”.
- Mejlintervju 1: Respondenterna var 10 företag som i dagsläget använder Eures.
- Mailintervju 2: Respondenterna var 10 personer som examinerats från Turismprogrammet på Södertörns högskola.

2.2 Kvalitativ metod

Kvalitativa studier baseras på en forskningsstrategi där tonvikten ligger oftare på ord än på att kvantifiera insamlingen och analysen av data. Inom kvalitativa studier ligger fokuset inte på att pröva om informationen är generellt giltig utan centreras istället på att genom olika sätt samla in information och få djupare förståelse inom det man forskar. Huvudfokuset blir att beskriva helheten i det man studerar eller forskar (Holme et al, 1997, s.14). En kvalitativ forsknings tillvägagångssätt är induktiv, och tolkande i sin natur - men det är inte alla inom kvalitativ forskning som stödjer detta (Bryman 2008, s.340).

Kvalitativa intervjuer, som har använts i denna studie, genomfördes med EURES rådgivare Peter Holm, med syftet att få en djupare insikt i EURES arbetsprocesser och rutiner. Vidare genomfördes kvalitativa intervjuer med TUR 12 studenter. Vi valde den gruppen av intervjupersoner, och förväntade oss att de som nyexaminerade studenter, skulle ha haft kontakt med arbetsmarknaden, kanske ha sökt jobb online och ha haft kännedom av EURES. Detta är en intervjuform med en låg grad av standardisering, det vill säga att frågorna som ställs av intervjuaren ger stort utrymme för intervjuobjektet att svara med egna ord (Christoffersen & Johannessen 2015, s.125).

Det vanligaste arbetssättet vid en kvalitativ intervju är att intervjuaren inte ställer frågorna i samma följd till alla intervjupersoner, utan detta sker med en låg grad av strukturering. Vi kommer även att använda oss utav semistrukturerade intervjuer, där vi har en lista på vilka teman som intervjun ska beröra men intervjupersonen får själv utforma svaren (Bryman 2008, s.341). Syftet med en kvalitativ intervju är att upptäcka och identifiera egenskaper för att kunna bygga

teorier och generera nya beskrivningar av verkligheten. Relationen mellan strukturering och standardisering i kvalitativa/kvantitativa intervjuer visas i den nedanstående figuren.



(Patel & Davidson 2011, s.12)

Figur 1: strukturering och standardisering av intervjuer

Med användning av kvalitativa metoder eftersträvas tillförlitlighet. Tillförlitligheten består av nedanstående delkriterier som används i kvalitativ forskning (Bryman 2008, s.354).

2.2.1 Trovärdighet

Trovärdigheten som forskaren kommer fram till bestämmer hur godtagbar informationen är i andra personers perspektiv. Man måste säkerställa att forskningen har framställts i överensstämmelse med reglerna som ska följas samt att resultaten rapporteras till de individer som är en del av samspelet mellan människor i samhället som har undersökts. På detta vis skapar man trovärdighet i resultaten (Bryman 2008, s.354–355).

2.2.2 Överförbarhet

Kvalitativ forskning innebär oftast en intensiv studie av en liten grupp människor som har särskilda gemensamma egenskaper (här handlar det om djupet och inte bredden av information). Kvalitativa resultat inriktar sig på den unika informationen forskarna finner i kontexten och innebörden samt betydelserna som aspekterna har i sociala sammanhang. Det yttrar sig Lincoln och Guba (Bryman 2008, s.353–354) om på följande sätt: *“huruvida resultaten håller sträck även*

i någon annan kontext vid en senare tidpunkt, är en empirisk fråga.” Bryman (2008a, s.355) skriver:

Kvalitativa forskare uppmanas istället att producera det som Geertz (1973a) kallar “thick descriptions”, det vill säga fylliga eller *täta beskrivningar* av detaljer som ingår i en kultur. Guba och Lincoln en fyllig redogörelse eller en “tät” beskrivning förser andra personer med något som de kallar en databas med vars hjälp de kan bedöma hur pass överförbara resultaten är till en annan miljö.

Här menar Lincoln och Guba att en fyllig rapportering eller en “tät” förklaring skapar en databas för forskning. Överförbarhet innebär att man som användare kan utan komplikationer transferera information från en enhet till en annan. Detta ska helst ske på ett så simpelt sätt som möjligt.

Databasen hjälper forskarna att avgöra hur överförbara resultaten är i en annorlunda omgivning, om man skulle få liknande resultat om man gjorde om studien vid ett senare tillfälle (Bryman 2008, s.353–355).

2.2.3 Pålitlighet

Pålitlighet motsvarar “reliabiliteten” (tillförlitligheten) inom kvalitativ forskning. Ordet reliabilitet innebär tillförlitligheten hos en mätning. Inom forskning så är målet för forskarna att hitta en mätning som har så högt tillförlitlighet som möjligt. Ju högre tillförlitligheten är, desto mer trovärdig anses källan vara (Trochim 2006).

På engelska heter denna term “Auditing”, vilket betyder att man tillförsäkrar att en fullständig, tillgänglig redogörelse av varje stadium av forskningsprocessen skapas. Alla faser som ingår här är: Problemformulering, val av undersökningsspersoner, fältanteckningar, intervjuutskrifter, beslut gällande analysen av data o.s.v.

Arbetskamrater eller kollegor kan då hjälpa till att granska materialet både under tiden forskningen sker och sedan när undersökningen nästan är färdig. De ska bedöma kvaliteten av insatserna som har tillämpats i undersökningen. (Bryman 2008, s.355) Författarna har fått konsultation av deras arbete genom: handledaren i turismvetenskap, opponenter i turismvetenskap samt en handledare i studieverkstaden.

2.3 Kvantitativ metod

I boken “Samhällsvetenskapliga metoder” av Alan Bryman (2008) beskrivs kvantitativ forskning som en unik forskningsstrategi, vilket innebär en insamling av numeriska data. Relationen mellan teori och forskning är av ett deduktivt slag inom kvantitativ forskning. När begreppet “Deduktion” tillämpas inom kvantitativ forskning innebär det följande: forskarna utgår ifrån en eller flera premisser som konstateras vara sanna (trovärdiga) och utifrån den insamlade informationen dras slutsatsen. I figur ett (s.6) karaktäriseras kvantitativ intervju av en hög grad

av standardisering, med andra ord ger frågorna minimalt utrymme för intervjupersonen att besvara frågorna med egna ord. Frågorna som framförs är strukturerade och ställs ofta i samma följd till alla intervjupersoner. Syftet med en kvantitativ intervju är att samla konkreta siffror som sedan kan behandlas. Fokus läggs på siffror och variabler istället för processens innehåll där mycket av huvudfokus ligger i en kvalitativ undersökning (s.150–151).

I kvantitativ forskning mäter man olika begrepp som utgör teorins byggstenar och är ytterligare en utgångspunkt för utförandet av en samhällsinriktad undersökning. Några exempel på begrepp som finns i samband med olika undersökningar är exempelvis: samhällsklass, struktur, att följa rutiner, religiös renlärighet, emotionellt arbete, social mobilitet, bevarande av självbild, informell social kontroll och kultur (s.154–155).

Kvantitativ forskningsmetod har använts i studien i form av mejlintervjuer med 10 arbetsgivare som annonserade på EURES hemsida, där arbetsgivare ombads att värdera deras kvalitetsupplevelse med EURES. Vi antog att arbetsgivarna har haft tillräcklig upprepad kontakt med EURES under rekryteringsprocessen för att kunna bedöma olika kvalitetsaspekter av EURES på en skala mellan 1 – 5. Arbetsgivarens intryck av EURES kvalitet kompletterades med kvantitativa intervjuer av potentiella arbetssökande från TUR 13 som beskrivs i kapitlet nedan. Intervjuer genomfördes under vecka 8, 2018.

2.4 Enkät

Vi har valt att göra en enkätundersökning bland turism studenter som studerar på Södertörns Högskola. Fördelen med denna metod är att den ger en bred förståelse om hur potentiella turism jobsökande uppfattar och därefter dömer EURES och Arbetsförmedlingens effektivitet.

Första steget med att skapa en enkätundersökning är att inrikta sig till en särskild målgrupp av personer. Därifrån utformar man relevanta frågor som man ska ha i enkäten. Sedan delas enkäterna ut och samlas därefter in igen efter att alla respondenterna har besvarat dem. I vårt arbete analyseras resultaten av enkätundersökningen kvantitativt och presenteras i statistisk form.

Presentationen sker genom ett stapeldiagram som tydligt förklarar svarens olika innehåll och ger indikationer till påståenden som kan göras utifrån informationen (Hulten, Hultman & Eriksson 2013, s.74). Vi har lämnat ut och skickat 39 enkäter till turismstudenter som tar examen i år (TUR 13) via Surveymonkey den 05/20/2016 och 10 stycken mejlintervjuer till turismstudenter som redan har tagit examen (TUR 12) via Facebook den 05/23/2016. Här jämför vi responsen ifrån TUR 13 med responsen ifrån TUR 12. Enkäterna och mejlintervjuerna bestod av sex frågor i varje som tog respondenterna fem minuter för varje enkät/intervju att svara på.

Undersökningens resultat hämtades elektroniskt och utvärderades direkt till stapeldiagrammet.

Intervju eller enkät är två olika metoder som används till att samla information. Med besöksintervjuer menas att intervjuaren personligen träffar personen som ska intervjuas men det blir allt vanligare med telefonintervjuer. Vid start av en intervju måste ett syfte klargöras.

De personer som ska besvara frågorna i intervjun eller enkäten är förbestämda av en specifik anledning, varje individs bidrag är viktigt för att få bästa möjliga resultat. En individ kan bli utvald till att antingen delta i undersökningen som en del av ett stickprov eller som en del av en totalundersökning.

I andra fall innehar individen en viss kunskap och kompetens som är eftertraktad hos intervjuaren. (Bryman 2008, s.228)

2.5 Kombination av olika metoder

Vi har använt oss av både kvalitativa och kvantitativa metoder. I och med att det inte finns någon vetenskaplig litteratur om EURES och dess effektivitetsgrad har vi valt att samla in kvantitativa basdata via enkätundersökningen med arbetsgivare och arbetssökande turismstudenter.

För att validera och fördjupa allt kvantitativt data, valdes en djup kvalitativ intervju med EURES representant Peter Holm (EURES ansvarig) som vi ansåg ha goda kunskaper om EURES: historik, funktioner, effektivitet och utvecklingsmöjligheter. Intervjun tog plats den 20/04/2016 på Arbetsförmedlingens kontor i Huddinge och inspelades på en mobiltelefon.

Denna metod innehåller information baserad på ord gentemot siffror och statistik som används i kvantitativa metoder (Hjerm, Lindgren & Nilsson 2014, s.83).

Nyexaminerade turismstudenter var enligt vårt synsätt ett passande val för insamling av kvantitativa data om EURES användning. Vi förväntade oss ingen djup kunskap om EURES av intervjuobjekten och därför konstruerade enkätundersökningen på en väldigt enkelt och strukturerat sätt. Responsen som vi fick av turismstudenterna analyserades sedan manuellt.

Efter att vi har utfört både enkätundersökningarna och intervjuerna ska data kodas enligt Hjerm, Lindgren & Nilsson (2014), vilket innebär att man kan hitta mönster i materialet som man har funnit (s.91). Andra steget i denna process är tematisering och i detta steg börjar man relatera och sätta i ordning koderna till varandra, vilket resulterar i att man får en tydligare bild av den insamlade data (s.83).

Under hela processens gång så sker tematisering och kodning växelvis. Vi har använt oss utav ett enkelt kodningssystem när informationen har evaluerats ifrån enkätundersökningen t.ex. ja, nej svar. Vidare visades sammanfattning av enkätresultat i grafisk form (diagram).

2.6 Semistrukturerad djupintervju

Vi har valt att göra en semistrukturerad djupintervju med EURES ansvarig för att få en djupgående förståelse om organisationens processer, målsättning och strategi. Kvalitativa intervjuer innebär enligt Christoffersen och Johannessen (2015) på att forskaren har ett samtal

med informanten och att samtalet har ett syfte. Forskaren ställer frågor till informanten och tar emot informationen som delges för forskningsändamål (s.83).

Vi vill ta reda på informanternas tankar, åsikter och kunskaper om EURES och hur det fungerar i praktiken samt vad som kan göras för att förbättra EURES effektivitet. Christoffersen och Johannessen (2015) lyfter fram kvalitativa intervjuer som den enda lämpliga metoden för de situationer där andra människors erfarenheter och kunskaper är i fokus (s.83). Det är viktigt att ta hänsyn till den intervjuades position inom organisationen eftersom svaret kan vara färgat av ett beroendeförhållande (den intervjuade är anställd inom själva organisationen).

Risken finns att informanterna ger en snäv bild om sin egen organisation och delger endast positiva aspekter. Det viktiga är enligt David och Sutton (2016, s.118f) att intervjuaren tänker på att vara intresserad av frågan och vara medveten om sättet kring hur frågan ställs. Dessa aspekter har en påverkan på hur informanten svarar och kan minska risken för snedvridna svar. Även förberedelser har en påverkan på hur informanten svarar.

Om forskaren är väl förberedd och har väl utformade frågor minskar det risken för missförstånd och otydlighet, vilket i sin tur har en påverkan på validiteten och reliabiliteten. Av detta skäl är det viktigt att forskaren är väl kunnig om sitt ämne och medveten om riskerna (David & Sutton 2016, s. 117ff).

Citerat från (Hulten, Hultman & Eriksson 2013, s.76): "Med intervju menar vi en situation där en person (intervjuaren) muntligt ställer frågor till en annan person (den intervjuade). Frågorna och sättet att fråga är mer eller mindre bestämda i förväg, som i enkäter. Poängen med en intervju ligger i möjligheten att både anpassa och förtydliga de frågor man ställer och möjligheten att ta hänsyn till ett betydligt bredare spektrum av svar och reaktioner än i en enkät."

Vi har tillämpat en form av semistrukturerad djupintervju med EURES ansvarig. Frågorna som ingår i denna djupintervju börjar i en strukturerad form, men kan ta en ostrukturerad form beroende på respondentens svar. Därför klassificeras författarnas intervju som en "semi strukturerad intervju". Frågorna till djup intervjun är öppna, eftersom vi vill ha så mycket information som möjligt från intervjuobjektet.

2.7 Mejlintervjuer

Vi anser att mejlintervjuer är en passande metod för att snabbt nå fram till respondenterna och samla in information på ett dokumenterat och strukturerat sätt. Informationen som man får är lätt att analysera och komprimerar, eftersom respondenten inte får möjlighet att ge överflödigt information (Bryman 2008, s.206).

Som beskriven i 2.5. (Enkät) har vi använt intervjuer ansikte mot ansikte med ett fåtal turismstudenter men det var svårt att ta kontakt med alla på grund av långt geografiskt avstånd. Av denna orsak valde vi att ta kontakt med de resterande informanterna via e-mail och avslutade

intervjuerna via mejl. David och Sutton (2016, s.194f) rekommenderar att komplettera kvalitativa intervjuer med mejlintervjuer om det är svårt att intervju samtliga informanter ansikte mot ansikte, pga. av långt distans mellan forskarna och intervjuobjekten.

Vi använde även mejlintervju som metod till intervjuerna med arbetsgivare som annonserar via EURES webbsida.

2.8 Observation och statistik

Observation är ett tillvägagångssätt där man på ett systematiskt sätt iakttar människors beteenden. Tekniken som forskaren tillämpar har specifika formulerade regler för registrering av olika beteenden (Bryman 2008, s.263)

I denna empiriska studie kommer vi att tillägga en observation där de undersöker hemsidan från användarens synvinkel. För att få en bild av hur användarvänlig hemsidan är så kommer vi att söka jobb genom hemsidan. Följande effektivitetskriterier bedöms, bland annat:

1. Hur logiskt hemsidan är uppbyggt
2. Hur snabbt man hittar resultat och
3. Om man hittar rätt resultat dvs. det man letade efter.

Att vara närvarande i miljön där beteende sker ger forskaren giltig kunskap i en situation och forskaren analyserar omgivningen med sina sinnen, till exempel syn, hörsel och känsel (Christoffersen & Johannessen 2015, s.66). Genom att observera upptäcker forskaren ett flertal detaljer i omgivningen och kan med detaljerna utveckla förståelse för helheten. Om forskaren exempelvis lägger märke till att det finns ett flertal brister och otydligheter i EURES hemsida utvecklar forskaren förståelse till varför endast ett fåtal individer söker arbete inom turismen på EURES hemsida.

Forskaren upptäcker med andra ord ett samspel i hela processen. Väljer forskaren observation som insamlingsmetod måste denne börja observera i god tid och ha tillräckligt med resurser för att genomföra observationen eftersom metoden är både tids- och resurskrävande (Christoffersen & Johannessen 2015, s. 66–67). Vi var fullt medvetna om metodens tid och resurskrav och tillät tillräckligt med tid i sin observativa forskning.

Observationen genomfördes 2016/7/4 från en privat internetanslutning till EURES av Annabelle. Vi ska även undersöka hemsidans effektivitet på ett statistiskt sätt genom att leta efter nyckeltal som exempelvis: antalet besökare, antalet kandidater i databasen, antalet lediga tjänster. I den insamlade data undersöks det huruvida ovannämnda variabler påverkar varandra. I analysen där Annabelle och Kerem försöker att dra slutsatser om EURES effektivitet utifrån nyckeltalen. Ett flertal statistiska analyser genomfördes av Annabelle från sin privata dator under perioden 27/3/2016 – 7/4/2016.

Vidare genomförde vi en statistisk jämförelse av EURES och Arbetsförmedlingens förmedlings effektivitet genom att sätta antalet arbetsökande i relation till antalet arbetsförmedlare. Data samlades in från Arbetsförmedlingen och EURES via telefon i mars 2016 och utfärdades av oss under samma tidsperiod.

2.9 Analyismetoder

2.9.1 Innehållsanalys

Innehållsanalys är en analysmetod där forskaren använder sig av koder och kategorier för att identifiera informationen som forskaren har samlat in. Grunden till innehållsanalysen är enligt David och Sutton (2016) att forskaren upptäcker likheter och olikheter i texten samt skapar en helhetsbild av den analyserade texten. Det är genom koder som forskaren skapar mönster, vilket innebär att forskaren utvecklar förståelse för textens innebörd och kan utifrån detta skapa kategorier som belyser texten i helhet. I både kvalitativ och kvantitativ innehållsanalys finns det två nyckelbegrepp. Dessa två nyckelord är *validitet* och *reliabilitet*, som representerar aspekter av ytterst vikt i innehållsanalysen. Om de data som man har samlat ihop inte framvisar någon form av validitet eller reliabilitet överhuvudtaget så kan innehållsanalysen inte godkännas eller räknas som giltig i undersökningen. Däremot kräver den kvalitativa analysens beståndsdelar även *trovärdighet*, *beroende* och *överförbarhet av studien* som måste uppfyllas för att få godkännande (s.271f).

2.9.2 Kodning av kvalitativ innehållsanalys

Vi har i denna undersökning gjort en kodning av kvalitativa data i sin kvalitativa innehållsanalys. Detta har vi genomfört genom att använda oss av kvalitativa metoder som exempelvis djupintervjun med Peter Holm, turismstudenter och mejl-intervjuer med turismstudenter. Vi har även tillämpat en egen observation som insamlingsmetod i studien.

I en kvalitativ innehållsanalys är det viktigt enligt David & Sutton (2016) att forskaren undersöker all text som anses vara relevant för sin studie och använder kodningen som en form av vägledning för att identifiera det väsentliga i texten. De menar att forskarens perspektiv på informationen är centralt i den kvalitativa analysen och påpekar att grunden till kodning i den kvalitativa innehållsanalysen är att "*alla relevanta data kan göra sig gällande.*" (s.271 ff och 273).

Vi har reducerat mängden av information som samlades in i undersökningen med hjälp av kodning, därefter har forskarna riktat uppmärksamheten till de områden som är både relevanta samt intressanta till undersökningen.

2.9.3 Kodning av kvantitativ innehållsanalys

En viktig faktor som är värt att påpeka är att inom denna undersökning har vi använt både kvalitativ kodning samt kvantitativ kodning i och med att vi har använt både kvalitativa metoder (såsom intervjuer och observationer) och kvantitativa metoder (såsom enkäter).

Enkätundersökning som vi utförde anses även innehålla kvalitativa anstrykningar och med detta framställs en kvalitativ innehållsanalys. David & Sutton (2016) hävdar att koder kan skapas både i kvalitativ och kvantitativ analys och detta gör analysmetoden lämplig när forskaren ska analysera den insamlade informationen utifrån både ett kvalitativt och kvantitativt perspektiv (s.271 ff).

David och Sutton (2016) hävdar att grunden till en kvantitativ innehållsanalys är ett numeriskt förhållningssätt. De menar att forskaren undersöker hur ofta en händelse sker, antalet individer som har en gemensam synpunkt eller helt enkelt räknar antal ord som förekommer. Räkning är grunden i den kvantitativa innehållsanalysen (s.272 ff).

2.9.4 Typ av kodning

Vi har använt oss av mejlintervjuer, enkätundersökningar samt en semistrukturerad djupintervju som datainsamlingsmetoder kan man hävda att vi har använt sig av sammanfattningskoder och mönster koder. Dessa typer av kodning karakteriseras genom frågeställningar som innehöll begrepp som: vad, var, när, hur och vem.

När dessa begrepp inflikas i frågeställningar så stimuleras och fokuseras konversationen med intervjuobjektet. Eftersom denna kodning får även röra individuella intervjuer så kan den semistrukturerade intervjun med Peter Holm ingå i denna kategori av kodning (David & Sutton 2016, s.274).

Utifrån den kvalitativa och kvantitativa innehållsanalysen har vi kommit på olika nyckelord som allmänt beskriver informationen som samlades in. Nyckelorden är arbetsgivare, arbets sökande, jämförelse av hemsidor, Surveymonkey, studenters åsikter, turism, rekryteringseffektivitet. Utifrån alla koder som vi har lyft fram skapades kategorier som presenteras i resultatet.

2.10 Forskningsetiska principer

Det är av stor vikt att ta hänsyn till de forskningsetiska principerna för att inte riskera att kränka individens rättigheter. Alla informanter har sina rättigheter när de medverkar och Vetenskapsrådet (2002, s.5) lyfter fram fyra principer som forskaren måste utgå från för att forskningen inte ska gå emot etiken.

Den första principen är informationskravet. Kravet innebär att informanterna ska informeras om forskningens syfte och vad de förväntas att göra. Vi meddelade informanterna om vårt fokusområde och syftet till studien, för att de ska vara medvetna om vad som sker.

Den andra principen är samtyckeskrevet. Detta innebär att informanterna måste godkänna deras medverkan innan forskningen kan påbörjas. De har även rätt att avbryta deras medverkan när som helst om de har ändrat sig. När vi kontaktade sina informanter på nätet fick vi deras godkännande att delta i studien. Vi informerade informanterna att de kunde avgå undersökningen när de ville. På detta sätt var de medvetna att medverkandet var frivilligt.

Den tredje principen är konfidentialitetskravet, som handlar om deltagarnas rätt att vara anonyma i studien. De som inte är delaktiga i studien ska inte få veta vilka som är delaktiga eftersom informanterna inte ska riskera att känna sig utsatta. De har rätt att vara anonyma och detta innebär att undersökaren har tystnadsplikt, vilket betyder att undersökaren inte ska ge möjlighet till någon utanför studien att identifiera deltagarna. Vi har meddelat informanterna om deras anonymitet och om tystnadsplikt i studien. På detta sätt var informanterna medvetna att deras identitet inte kommer bli avslöjad.

Den fjärde principen är nyttjandekravet. Kravet innebär att den informationen som har samlats ihop om individuella personer får enbart brukas i forskningssyften.

3. Teori

3.1 Tidigare forskning

3.1.1 Effectiveness of Online Job Recruitment System

I den ovan nämnda studien från Filippinerna analyserade forskarna Mary Ventura och Rex Bringula universitets rekryteringssystem om huruvida effektiv den var. Följande fyra kriterier etablerade vi i den empiriska mätningen av effektiviteten genom intervjuer av rekryteringssystemets användare (Ventura & Bringula 2013, s. 152–159).

- Kostnad
- Prestation (hur snabbt systemet producerade ett urval av matchade jobb aspiranter).
- Systemsäkerhet
- Pålitlighet (hur pålitlig systemet visade sig i olika användnings moment).

De ovan nämnda aspekter av effektivitet mäts i en skala med värden som lyder som följande:

- ⇒ "Very effective"
- ⇒ "effective"
- ⇒ "Moderately effective"
- ⇒ "slightly effective"
- ⇒ "not effective"

Dessa värden appliceras i intervjuer med olika användare på universitetet som exempelvis individer inom personalavdelningen, professorer, m.m. Vi har använt oss utav en identisk mätning skala i vår empiriska forskning, där EURES arbetsgivare intervjuades om sina åsikter av EURES effektivitet.

Studien från "University of the East" uppvisar att effektivitet inom rekrytering ska inte endast mätas utifrån hur passande en nyanställd är i sitt nya jobb men även genom mätningen av hur snabb rekryteringsprocessen genomfördes.

3.1.2 Jobvite

Jobvite.com är en kommersiell websida som beskriver sin produkt som "mätning av olika effektivitets parametrar" inom rekrytering. De mest betydelsefulla är de följande:

Mätningar som görs inom rekryteringen:

- Antalet dagar som tjänsten står öppet
- Kostnad per anställning
- Kvalitén av kandidaterna
- Rekryteringschef tillfredsställelse (hur nöjd är den rekryterande chefen med rekryteringsprocessen i helhet?)

Man ser att *kostnad* är ett återkommande element i effektivitetsmätningar av rekryterings webbsidor, där såväl studien från "University of the East" och de ansvariga för "Jobvite" anser kostnad som ett viktigt kriterium.

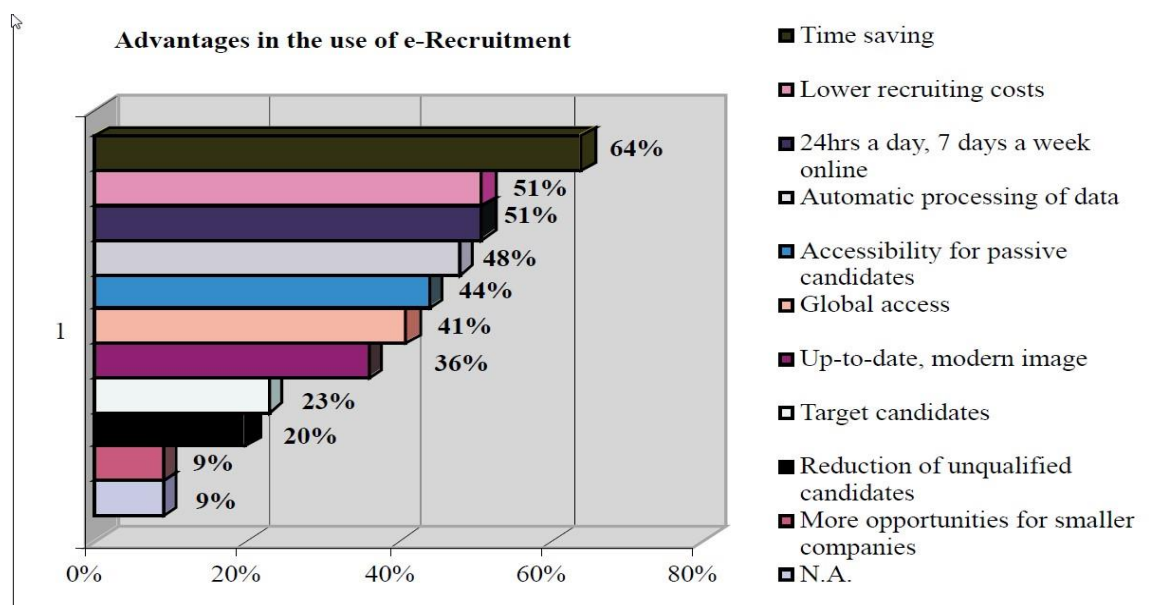
3.1.3 Internet Recruiting Power: Opportunities and effectiveness

Studien från Spanien analyserade europeiska rekryteringsmarknaden och beskriver hur företagets rekryteringsstrategier har påverkats av e-rekrytering. I studiens resultat visade det sig att rekrytering via internet var mest effektiv för enkla jobb men inte lika effektiv för jobb som krävde omfattande kvalifikationer och erfarenheter (Pin et al 2001, s.38–42).

Termen *effektivitet* sammankopplas med "pre-selection of candidates" d.v.s. att arbetsgivaren vill ha rekryteringsverktyg som kan välja ut passande kandidater utifrån individens CV och

ansökningsbrev med hjälp av semantiska sökord. Företagets HR avdelning vill helst inte ha hundratals CV och brev. De förväntar sig att effektiva rekryteringshemsidor presenterar dem med en lista av lämpliga kandidater d.v.s. där endast de lämpliga sökande är uppskrivna. Oftast är ett sådant krav knutet till högre rekryteringskostnader p.g.a. avancerade samt dyrare sökprogram eller att det är manuella analyser som krävs.

Studien förklarar på vilket sätt e-rekrytering är mer effektiv än traditionell rekrytering; som vi ser i grafen nedan är tidsvinsten och kostnadsbesparingar (som är redan framförd i 3.1.1 och 3.1.2) de största fördelarna, följt av permanent online tillgänglighet. Dessa tre kriterier kan användas för att mäta effektiviteten av rekryteringshemsidor och applicerades av oss i olika frågeställningar till EURES arbetsgivare (Pin et al 2001, s.38–42).



En fördel med e-rekrytering är att man även har möjligheten att använda:

- Online kompetens och psykometriska tester
- Elektroniskt bedömning av kandidaternas ansökan
- Man kan se kandidaternas audio och videoklipp som är bifogat i ansökan

Sist nämnda funktion inom e-rekrytering tyckte vi var väldigt viktiga och intresseväckande, eftersom en presentation via medier ger ett snabbt och värdefullt intryck av kandidaterna för arbetsgivare och kan därmed påskynda rekryteringsprocessen. Därför inkluderades en fråga i mejlintervjuerna med EURES arbetsgivare, om EURES förmåga att inkludera ljud och videoklipp i kandidaternas jobbansökningar (Pin et al 2001, s.38–42).

Det finns vissa aspekter vilka kan betraktas som nackdelar av e-rekrytering, nämligen:

- Otydlig segmentering av arbetsmarknaden
- Brist på ”mänsklig kontakt”

- Bristande sekretess

Dock skulle nackdelarna kunna appliceras i effektivitetsmätningen om man mäter hur en rekryteringsorganisation försöker att kompensera för nackdelarna.

I sista delen av studien påpekas hur viktig ett företags rekryteringsprocess är för marknadsföringen. Det anses att en effektiv rekryteringsannons bör innehålla en del information om företaget själv som exempelvis dess: mål, självbild och värderingar.

3.1.4 Nätverksanalys och turism - från teori till praktik

Noel Scott m.fl. skriver i sin bok om hur turismnäringen samt turistföretag använder sig utav nätverk och hur relationen mellan nätverk och turistföretag fungerar. Konceptet av ett nätverk av vänner, företag och även datorer är styrande i vårt moderna samhälle. Den ökande betydelsen av innovation och anpassning till turbulenta miljöer förändrar karaktären av samverkan med andra organisationer. Konsekvensen är att vi möter fler nätverk mellan organisationer såsom allianser, partnerskap och kluster. Dessa organisationsformer måste hantera komplexa informationsflöden och koordinera sina resurser. Som ett resultat bildas dominerande organisationer (Scott et al 2008, s.3).

Att utveckla nätverk kan inom många branscher kännas nytt och främmande. I jämförelse har turism alltid varit en nätverksindustri där geografiska övergripande relationer mellan nationella turistbyråer, hotell, guider, transportföretag, resebyråer samt restauranger har styrt den gemensamma verksamheten över många decennier.

Vi kan påstå att turism i sig är en nätverksprodukt som sällan produceras på ett ställe, snarare bildas olika turistupplevelser på olika geografiska områden som bindas ihop genom ett nätverk. Därför kan man hävda att turistnäringen formar en ideal miljö för studier av nätverk (Scott et al 2008, s.3).

Nätverksanalys har ökat i popularitet och under 1990-talet uppmuntrades teorier om ett samhälle som betonar relationer och integration. Detta beror delvis på globaliseringens effekter, som uppmuntrar allianser mellan organisationer och nationer samt enklare kommunikation på grund av förbättrad informationsteknik (Scott et al 2008, s.3).

Hur kan den nämnda forskningen kopplas till frågan om EURES effektivitet?

Scotts forskning från 2008 visar att en institutionstillhörighet till ett nätverk ökar institutionens effektivitet. Då EURES är en del av ett turismnätverk kan man anse att det finns effektivitet synergier.

3.1.5 Mätning av effektiviteten av samarbetsnätverk generellt

Ole Peters och Alexander Adamou skriver i sin studie om vilka positiva utfall samarbete skapar samt förklarar varför vi människor i denna tid ska samarbeta med varandra i alla sorters situationer och att vi vinner extremt mycket genom att samarbeta. I sin undersökning bevisade O. Peters och A. Adamou med hjälp av en matematisk formel och ett resulterande linjediagram att enheterna som samarbetade var mycket mer effektiva än de som jobbade ensamma (Ole P 2015, s. 1–6).

Ole Peters och Alexander Adamou styrker sin teori med följande ord från deras artikel: *”Livet är fullt av struktur - vi levande varelser är inte minimala självreproducerande kemiska enheter, utan vi är celler, organismer, familjer, hjordar, företag, institutioner, nationalstater osv., med struktur.”*

Egentligen skulle det finnas många exempel av samarbete inom ekonomi, men märkligt nog är det grundläggande budskapet från huvudströmning i ekonomiskt lärande att ett optimalt, rationellt, förnuftigt beteende skulle undvika samarbete. Dock ser man samarbetet i världen trots denna ekonomiska teori (Peters och Adamou 2015, s. 2).

Effektivitetsforskningen om EURES blir en forskning om samarbete inom turism, där samspel mellan arbetsgivare, arbetssökande och arbetsförmedlare testas och förhållandet mellan deras samarbete och resulterande effektivitet av EURES utforskas.

3.1.6 Internet som informationskanal vid rekrytering

3.1.6.1. Internet som ett verktyg för marknadsföring av regionala turismsammanslutningar (RTAS) i Australien

Forskarna Lois Burgess, Joan Cooper och Carole Alcock (2001, s.2) skriver om hur man på ett effektivt sätt kan stärka Australiens deltagande på den globala marknaden genom turism företagens förstärkta närvaro på internet.

Ett program som heter det australienska business nätverket (AEBN, 1999) har upprättats i samarbete med regeringen i Australien för att öka medvetenheten om e-handel och de fördelar det innebär för små och medelstora företag (SME).

Detta program, tillsammans med andra statliga initiativ, såsom de som beskrivs ovan, kommer att ge fortsatt stöd till regionala turistsammanslutningar och skapa bättre förståelse för vad webben har att erbjuda, samt att hjälpa turistföretaget att utveckla en online-närvaro.

Tillsammans med utvecklingen av nya hemsidor för regioner, finns det potential för förbättring av befintliga anläggningars ekonomi (Burgess, Cooper Alcock 2001, s. 2).

3.1.6.2 Research on internet recruiting and testing

Under tidigare år var jobbsökande en mer tidskrävande aktivitet. En kandidat som vill ansöka till ett jobb skulle behöva först hitta ett lämpligt arbetstillfälle, genom en tidning eller att kontakta bekanta. När man hade hittat lämpliga öppningar skulle den sökande behöva förbereda ett personligt brev, sitt CV och skicka paketet med lämpligt porto. Jämfört med detta tillåter internet en kandidat att omedelbart söka igenom tusentals lediga jobb. Ansökan kan helt enkelt innebära att skicka ett CV via e-post. På så sätt kan man enkelt och snabbt söka många fler jobb under mycket kortare tid än vad som var möjligt innan internetrekrytering blev populär. Cober et al (2000) nämner att den effektiva internetrekrytering kommer att uppmuntra sökanden att ansöka och återgå till hemsidan varje gång de söker ett nytt jobb. Den sparar även cookies som automatisk sparar den sökandes preferenser. En annan fördel av internetrekrytering är kostnaden, det är mycket billigare än traditionella metoder, trots att kostnaden antagligen varierar från situation till situation. En rimlig uppskattning av kostnaden för internetrekrytering är en tiondel av vad den traditionella tillvägagångssättet skulle ha kostat. Tiden från och med ansökningsprocessen till att bli vald kan förkortas med 25% (Lievens & Michael 2003, s.4-5).

Studier i sektion 3.1.6. refererar allmänt till Internets digitala fördelar vilka EURES i det här fallet drar nytta av. I vår forskning om EURES effektivitet betraktas internet som en bas för effektivitet och forskningen inriktar sig på hur basen används för att nå en bestämd effektivitetsgrad eller inte.

3.1.7 Hemsidors inverkan på arbetskraftsrekrytering

3.1.7.1 Effektivitet av webbsidor

I en artikel visar tre forskare från Twente Universitetet i Holland sin forskning under titeln "Service quality criteria of web recruiters: A content analysis". Deras forskning visar förvånande nog att rekryterare bedömer kvalitén på e-rekryteringstjänster i första hand på mängden och inte nödvändigtvis på kvalitén i ansökningarna. Dessutom visar deras forskning att effektiviteten av en rekryteringshemsida mäts genom antalet besökare på webbplatsen, klickar på publicerade platsannonser, webbsidans layout, framgångsrika placeringar, storleken på den sökande gruppen och kvalitén på samarbetet med andra mediekanaler. För att bedöma hur framgångsrik en elektronisk plattform är måste man framförallt mäta plattformens servicekvalitet (Ettinger et al 2009, s.3-4).

Baserad på den allmänna trenden använder företagsrekryterare sig alltmer av internet för att göra reklam för platsannonser, till exempel använder 90 % av alla USA:s stora företag internet för rekrytering redan i 2001 (Cappelli 2001). I en refererad forskning (Ettinger, et al, 2009) analyserades innehållet av alla e-postmeddelanden som skickas från rekryterare till en erekryteringsportal under ett år. Resultaten visade att det finns elva olika dimensioner som demonstrerar kvalitet: "Reliability, responsiveness, access, flexibility, ease of navigation, efficiency, assurance/trust, security/privacy, price knowledge, site aesthetics and customization/personalization."

I forskningen analyserades de förväntningar som arbetsgivare har på en rekryteringshemsida. Främst var det viktigt att informationen på webbsidan uppdateras dagligen, att man kunde navigera enkelt och allt sker snabbt. Användarna blev också tillfrågade om hur man skulle kunna förbättra rekryteringshemsidor. I dessa sammanhang påpekade företagsrekryterare att matchningen mellan kandidaternas profiler och jobbannonserna är viktigt i en effektiv rekrytering. Ett annat önskemål från företagsrekryterare är att kandidaternas profiler är aktuella istället för att belasta systemet med gammal och irrelevant information (Ettinger et al 2009).

Forskningen i 3.1.7 gav vägledande kriterier för sin egen observation av EURES. Dessutom bekräftar artikeln effektivitetskriterier såsom kostnad, tillgänglighet och säkerhet, vilka nämndes i olika tidigare forskning i sektion 3.1. av uppsatsen.

4. Resultat

4.1 Semistrukturerad intervju med Peter Holm

Intervju med Peter Holm från Arbetsförmedlingen i Huddinge den 4/20/2016 som är kontaktperson med EURES. Vi hade sammanlagt 6 djupa frågor till den intervjuade. Fråga 1: ”Vad har ni för uppgifter när ni jobbar med EURES?”. Den intervjuade framförde att EURES syfte är framförallt att främja arbetskraftsförsörjningen i Europa. Han är specialiserad i säsongsbaserad arbetskraft.

Fråga 2: “Tror ni att problem skapas eftersom vissa jobbannonser är skrivna på det inhemska språket?”. Peter Holm tyckte inte att det var någon som helst problem, utan raka motsatsen.

Den största fördelen som Peter Holm framförde var hur effektivt EURES var eftersom den som datasystem överkommer språkbarriären. Företaget som är intresserad av att rekrytera arbetskraft utomlands har möjlighet att annonsera på en särskild del av hemsidan, där språkkunniga arbetssökande hittar jobb i ett särskilt land av deras intresse. Dessutom har

jobbsökande möjligheten att lägga upp sitt CV och meriter på engelska för att nå fram till arbetsgivare av internationell nivå. Genom användningen av olika språk på EURES hemsida attraheras automatiskt jobbsökande med relevant språkkunnighet till jobbannonsen.

Fråga 3: ”Vilken arbetskategori kan man hitta mest jobb inom och hur ser just turismrelaterade jobb ut?”

Den intervjuade förklarade att de flesta turismrelaterade jobb förmedlas mest effektivt inom följande områden: Säsongsjobb, Entertainer, Personal för “All-inklusive” researrangemang, barnpassning personal, personal på kryssningsfartyg, värdinnor. Dessa jobb är typiska säsongsbaserade jobb, vilket är karaktäristiskt för de flesta turismrelaterade jobb.

Fråga 4: “Vilket är det mest effektiva sättet för arbetssökande att hitta jobb? Online eller på plats?”. Från intervjun framgick det att online sökning är mest effektiv. Vid detta tillfälle påpekade den intervjuade att EURES genomför en viss kvalitetskontroll på arbetsgivaren. Därigenom ökar EURES effektiviteten av arbets sökningsprocessen eftersom den arbetssökande inte behöver ifrågasätta om arbetsgivaren är seriös. EURES förmedlar den största delen av jobben via sin hemsida. Detta kan ses som en stor fördel eftersom de arbetssökande undviker att fysiskt presentera sig på arbetsförmedlingen i andra länder.

Fråga 5: “Vilket land åker svenskar mest till för att jobba med turism?”

EURES Skandinavien är mest effektiv i självaste förmedlingen av turismjobb till länder som är populära för skandinaviska turister, till exempel Spanien. I dessa länder erbjuder många arbetssökande jobb med skandinaviska språk. Dessutom får de svenska och de skandinaviska sökande för turismjobb i södra Europa den stora fördelen att arbetssäsongen är längre p.g.a. klimatet.

Fråga 6: Brukar ni hålla någon mässa eller ha möten varje år där ni annonserar er själva för arbetssökande? Hur marknadsför ni er allmänt annars? Peter Holm hänvisade till stödprogrammet “Your first EURES job” som visade sig vara populär bland arbetssökande.

Programmet ger de sökande via EURES ett engångsbelopp för att täcka resekostnader samt logikostnader utomlands när man söker jobb. Eftersom turismjobb är i genomsnitt lågt betalda är det en väldigt viktig åtgärd för att öka effektiviteten i jobbsökningen i turismbranschen. Dessutom kan A-kassa ersättningen utbetalas för jobbsökande inom EURES gränser. Detta motiverar individer med finansiella begränsningar att söka jobb utanför de nationella gränserna och främja mobiliteten på den europeiska arbetsmarknaden, vilket är EURES officiella helhets mål. Angående marknadsföringen så har EURES inte utvecklats så mycket ännu.

4.2 Mejlintervju med EURES annonsörer

I en mejlintervju med arbetsgivare som annonserade på EURES ombeds de att betygsätta EURES effektivitet i 9 frågor enligt deras upplevelse. Svaren bedömdes med en skala från 1-5, där 1 representerade den mest positiva upplevelsen och 5 den minst positiva. Sedan beräknades medelvärdet av alla svar från de 10 tillfrågade arbetsgivare.

EURES fick sin bästa bedömning (1.8) för ”den tiden som togs från första annonsering tills positionen är fylld”. Näst bäst bedömdes EURES för sin ”förmåga att täcka geografiskt avstånd” (1.9) och sin ”datasäkerhet” (1.9). ”Kostnad” (2.1), ”support” (2.1) och ”användarvänlighet” (2.1) följde i bedömningen, fortfarande på en hög effektivitetsnivå.

”Kandidatpresentationer via media (videoklipp, etc.)” bedömdes också vara effektiv (2.3), medan svaret för ”kandidaternas matchning till jobbet i praktiken” (2.5) och ”EURES förmåga att producera lämpliga kandidaterna för första urval” (2.8) tenderade mot en mer lagom effektivitet rankning. Inga EURES-aspekter dömdes ha låg effektivitet eller ingen effektivitet alls. I den sista frågan där arbetsgivaren betygsatte EURES allmänna effektivitet fick den fortfarande ett högt betyg (1.8). Nedan visar vi en översikt av EURES annonsörers bedömning av olika EURES effektivitet aspekter.

| Intervjun tog plats i kalender vecka 8, 2018, via telefon | I | | | | | | | | | | | |
|--|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|-----------------------|----------------------|------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|-------------------------|
| | Intervjuade företag | Intervjuade företag | Intervjuade företag | Intervjuade företag | Intervjuade företag | Intervjuade företag | Intervjuade företag | Intervjuade företag | Intervjuade företag | Intervjuade företag | Intervjuade företag | Genomsnittlig bedömning |
| | TM Markmiljö AB | Bjuv kommun | Eslöv kommun | Sundvåls kommun | Tolkresurs Sverige AB | Landstinget Sörmland | Alnässet Medicinska AB | Töreboda kommun | Inovia AB | Top Fibre AB | | |
| Frågorna om EURES effektivitet | | | | | | | | | | | | |
| 1. Tid? (tiden det tar fr.o.m. att annonsen läggs upp tills positionen fylls) | 2 | 1 | 1 | 3 | 2 | 1 | 1 | 1 | 3 | 2 | 1,7 | |
| 2. Kostnad? (Måste lägga ut någon utgift som företaget måste betala för att lägga ut annonsen) | 5 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 3 | 3 | 3 | 2,1 | |
| 3. Geografiskt avstånd? (Hur effektiv är EURES via Arbetsförmedlingen på att täcka hela europeiska arbetsmarknaden) | 2 | 1 | 1 | 3 | 1 | 1 | 1 | 3 | 4 | 2 | 1,9 | |
| 4. Att hitta lämpliga kandidater (teoretiskt sätt/på pappret)? | 2 | 4 | 2 | 4 | 3 | 3 | 1 | 4 | 2 | 3 | 2,8 | |
| 5. Data säkerhet? (Har er företag ett lösenord så bara ni kan gå in och ändra på annonserna, d.v.s. att annonserna inte blir manipulerade/ändrade med av hackers). | 3 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 4 | 3 | 1,9 | |
| 6. Efter intervjun har tagit plats, vilka av dessa kandidater var i praktiken | 3 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 3 | 4 | 5 | 2 | 2,5 | |
| 7. Hur "userfriendly" (snabbt) var det att lägga upp annonsen? | 4 | 1 | 1 | 1 | 1 | 3 | 4 | 2 | 3 | 1 | 2,1 | |
| 8. Support för arbetsgivare 24/7. Dygnet runt? | 3 | 1 | 1 | 1 | 1 | 3 | 4 | 1 | 5 | 1 | 2,1 | |
| 9. Får ni olika presentations material från kandidater, t.ex. bilder, videoklipp & videoklipp? Eller finns det endast möjligheten att ta emot CV:n? | 4 | 1 | 1 | 1 | 3 | 4 | 3 | 1 | 2 | 3 | 2,3 | |
| 10. Hur skulle du allmänt betygsätta EURES/AMS effektivitet? | 4 | 1 | 1 | 1 | 2 | 5 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1,8 | |
| Bedömningskala | | | | | | | | | | | | |
| 1=Väldigt effektiv | | | | | | | | | | | | |
| 2=Effektiv | | | | | | | | | | | | |
| 3=Lagom/någorlunda effektiv | | | | | | | | | | | | |
| 4=Lite effektiv | | | | | | | | | | | | |
| 5=Inte effektiv alls | | | | | | | | | | | | |

4.3 Observation

4.3.1. Vår egna upplevelse av EURES:

27.01.2018 har vi undersökt "användarupplevelsen" inom EURES från en privat internetanslutning. Här undersöktes privatpersoners personliga upplevelse av funktionerna på EURES databas. Vid forsknings tillfället tog Annabelle på sig rollen av en arbetssökande

användare som letar jobb inom området bar & restaurang i Spanien. I analysen används kriterierna från förutnämnda tidskriftsartikel ”Effectiveness of online job recruitment system: Evidence from the University of the East” (Ventura & Bringula 2013).

Under användningen av de särskilda utvärderingskriterierna från ovan nämnda forskning kom vi fram till följande resultat.

- 1) **Kostnad** - Ingen kostnad uppstod under EURES jobbsökning.
- 2) **Prestation** – Allmänt kändes systemet snabbt och alla sökfunktionerna utfördes inom en rimlig tid. En möjlighet fanns att byta språk under tiden då undersökningen utfördes, vilket bidrar till en positiv användarupplevelse. Dessutom erbjöd EURES en hjälpsam ”chat advisor”-funktion som dock bara fanns tillgänglig under särskilda tider. Som arbetssökande hade man möjligheten att se en statistik över hur ofta arbetsgivaren undersökte arbetssökandes profil. Den enda negativa upplevelsen uppstod när CV-detaljer skulle ändras. Utifrån vad användaren kunde se fanns det ingen så kallad ”edit”-funktion.
- 3) **Pålitlighet** – En positiv aspekt av användarens upplevelse med EURES databas gällande pålitlighet var att forskarna inte upplevde något alls systemavbrott. Dessutom uppstod inga oklara felmeddelanden under användningens tid. Den enda negativa aspekten som upplevdes var att sökprofiler saknade möjligheten att specificera önskat yrke t.ex. turistguide.
- 4) **Systemsäkerhet** – Under användningen av EURES uppstod det inga uppenbara brister på systemsäkerhet. Som användare av EURES får man sitt personliga användarnamn och lösenord. Användarens privata data är därmed skyddad från allmän tillgång. Ytterligare en positiv säkerhetsaspekt i processen var att det fanns en robotfilterfunktion.

4.3.2. Jämförelse mellan Arbetsförmedlingen och EURES inom turismbranschen.

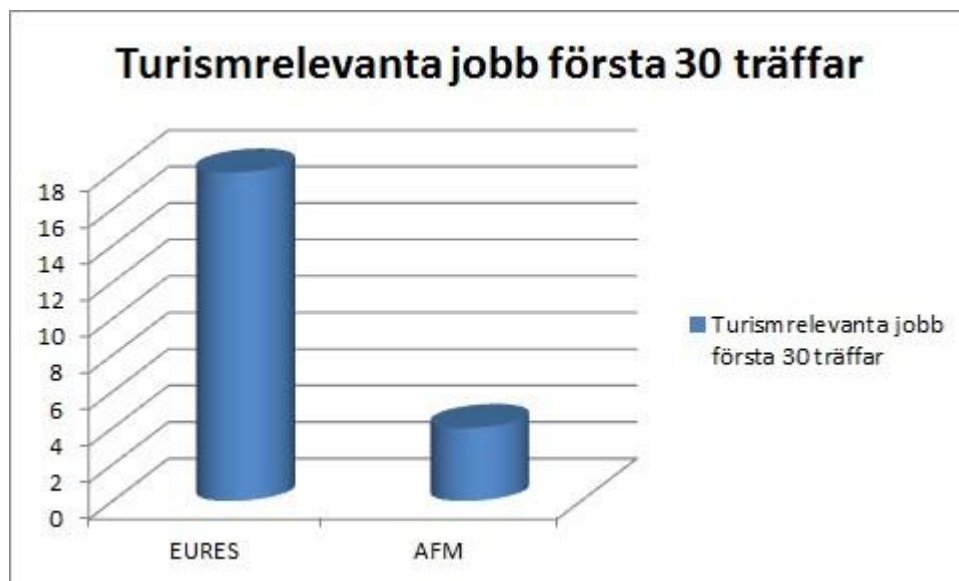
Vi har observerat EURES hemsida och Arbetsförmedlingens (AFM) hemsida (som riktmärke) och jämfört de båda med varandra gällande följande aspekter: antalet Cv:n på nätet, antalet jobbsökande och antalet lediga jobb (antalet jobb som finns på hemsidan att söka till).

I forskningen jämfördes ”design”, ”utseende”, ”logiskt uppbyggnadssätt” och ”användarvänlighet” av EURES webbsida med Arbetsförmedlingens webbsida. Båda webbsidorna visar en tydlig avgränsning mellan arbetsgivare och arbetssökande. Genom att skapa ett konto blir man sökbar för arbetsgivare och där har EURES fördelen att sökande är synlig på en mycket större arbetsmarknad. Båda sidor har ett matchningsprogram som matchar platsbanken med efterfrågan från arbetsgivaren.

Medan man på EURES saknar möjlighet att fokusera jobbsökning enligt yrke, så finns det alternativet hos Arbetsförmedlingen. Det verkar vara en fördel för sökning via Arbetsförmedlingen, dock finns det inget yrkesval ”turism” och man behöver närma sig via relaterade yrkesområde som t.ex. hotell och restaurang.

I observations syfte valde vi att göra en jobsökning 2016/7/4 på EURES (engelsk version med ursprung Sverige) och svenska Arbetsförmedlingen med sökorden ”turism”(sv) och “tourism” (en), och fick följande resultat:

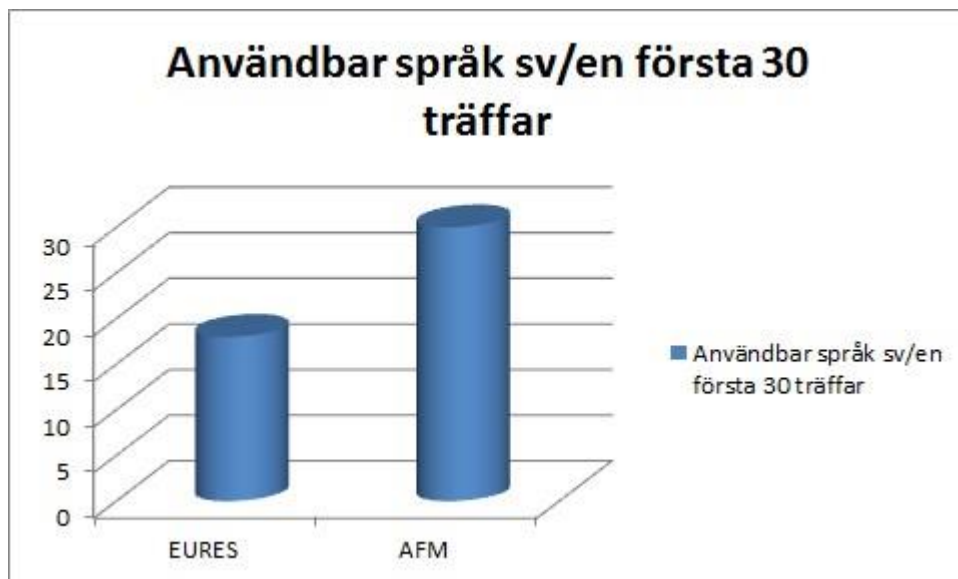
Tabell 1: Visar antalet turism relevanta jobb från EURES och AFM:



EURES producerade 18 relevanta jobb i jämförelse med 4 från AFM.

Faktum att EURES databas är större än Arbetsförmedlingens databas med faktor 6,75 är irrelevant i dessa iakttagelser eftersom bara de första 30 jobben analyserades.

Tabell 2: Visar jobb resultat antingen på engelska eller svenska



Sökordet “tourism” (en) och “turism” (sv) användes i sökfältet när man letade efter turism relevanta jobb på de sökta hemsidorna. Utav totalt 30 jobb var bara 18 på engelska eller svenska på EURES hemsida. Resten (12 jobb) kunde inte klassificeras som turism relevanta eftersom annonserna var på ett annat språk. Sökningen på Arbetsförmedlingens webbsida visade som förväntat, att de första 30 jobben var på svenska. Försökte man att analysera de jobben på EURES som visades på främmande språk närmare, så fanns det beskrivningar som ingick i annonsen t.ex. kontraktstyp, kontraktslängd, förmåner på engelska, dock stod självaste jobb beskrivningen kvar i främmande språk, exempelvis franska, spanska.

4.3.2.1 Statistisk analys av EURES

Vi har under en tvåveckorsperiod följt utvecklingen av tre väsentliga områden på EURES webbsida i syfte att göra en effektivitetsanalys:

Diagram 1: Antal CV på nätet (registrerade på hemsidan)

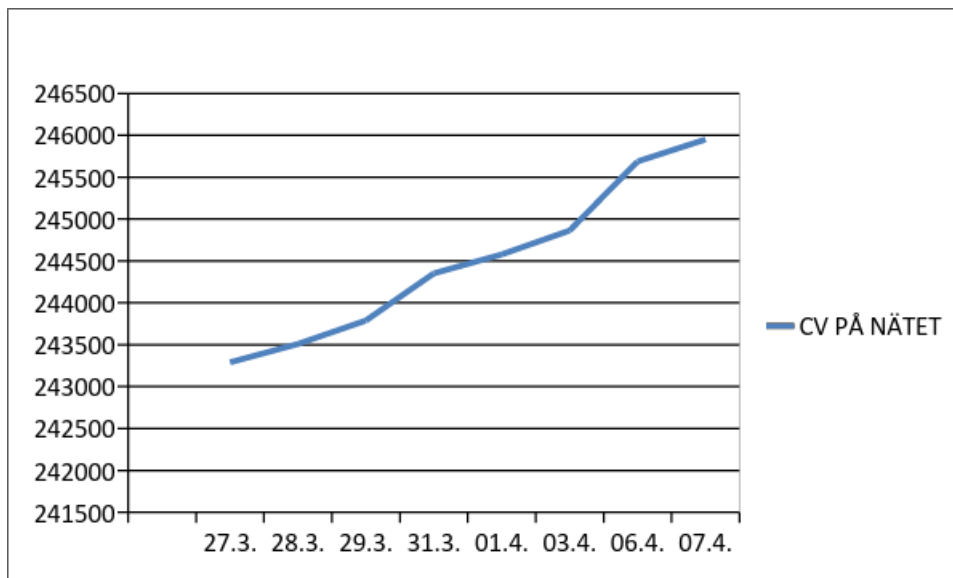
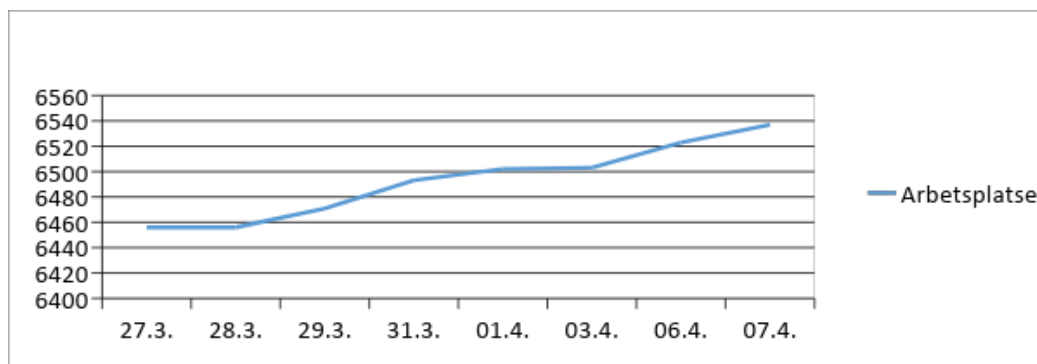


Diagram 2:
Antal lediga

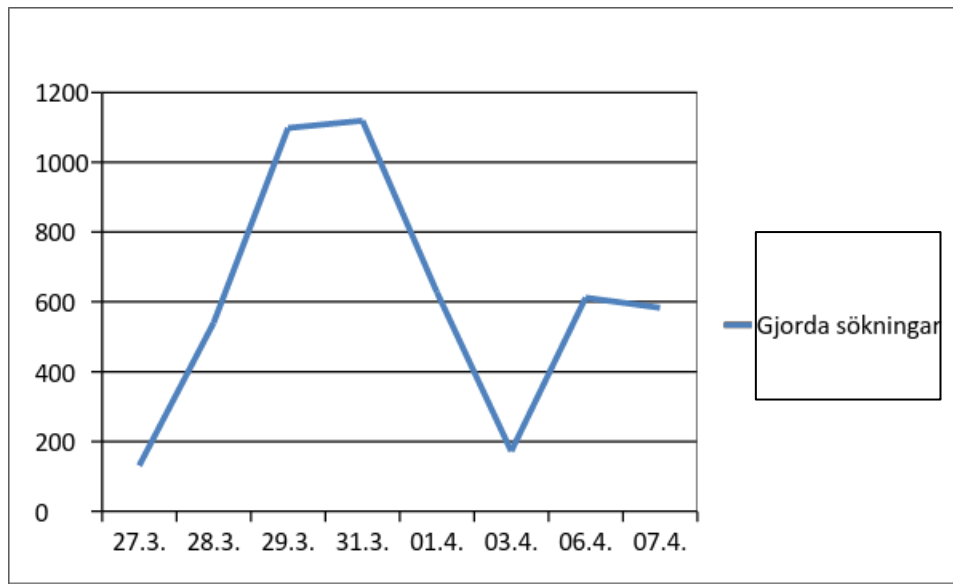
tjänster registrerade på hemsidan (arbetsplatser)



På diagramformen ser man tydligt att ”antal CV på nätet” och ”Lediga tjänster” utvecklas i samma takt. Statistiken tyder på en stabil utveckling av tillgång och efterfrågan.

Diagram 3: Antal jobsökningar på sökordet turism (de aktivt sökande på EURES webbsida den dagen)

Diagram 3 visar en väldigt fluktuerande utveckling av gjorda jobsökningar under de dagarna forskningen ägde rum. Resultatet kommer att diskuteras i analysavsnittet.



4.4.1 Resultat från enkätundersökningen

Vi har delat ut enkäter till 39 respondenter. Frågorna på enkäterna var slutna frågor. I denna undersökning har det använts ett systematiskt urval vid valet av respondenter. I enkätundersökningen deltog 39 pågående turism studenter från Södertörns högskola. Undersökningen genomfördes under en veckas tid på skolans bibliotek samt via en enkätundersökningshemsida (www.surveymonkey.com) med följande resultat:

Fråga 1: Har ni hört talas om samarbets nätverket EURES?

Enkätundersökningen visade att ingen av dem som deltog i undersökningen visste vad EURES var. Av denna anledning blev nästkommande fråga (Fråga 2) om EURES effektivitet lämnad överhuvudtaget obesvarad.

Fråga 2: Hur effektivt anser ni att det är?

Denna fråga blev obesvarad. Se avsnittet analys.

Fråga 3: Tycker du det är viktigt att EURES är ett internationellt nätverk för dig som söker turismrelaterade jobb? Varför?

32 utav respondenterna svarade att det borde finnas ett internationellt samarbetsnätverk på jakt efter turismrelaterade jobb.

Fråga 4: Har ni hört talas om Arbetsförmedlingen?

Det visade sig att det var självklart för alla respondenter att ha kännedom om Arbetsförmedlingen.

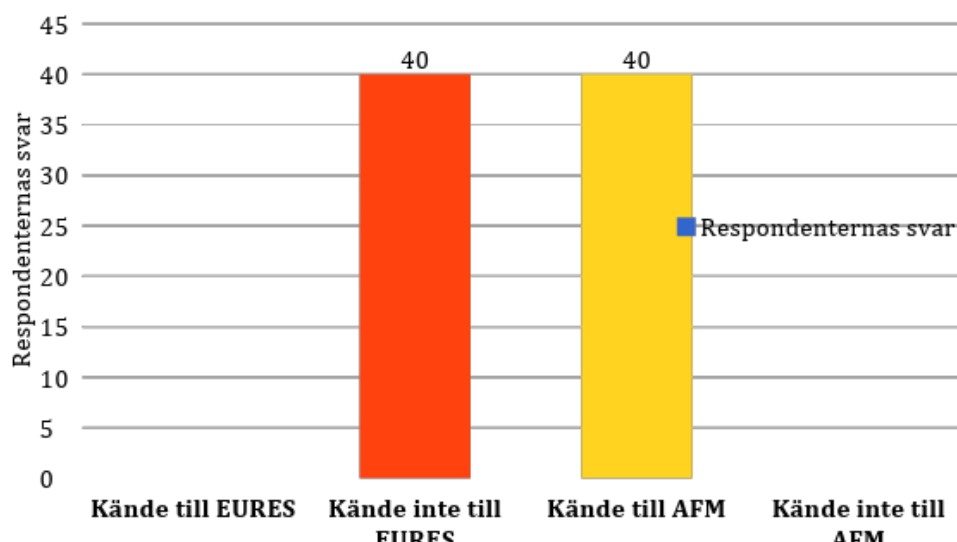
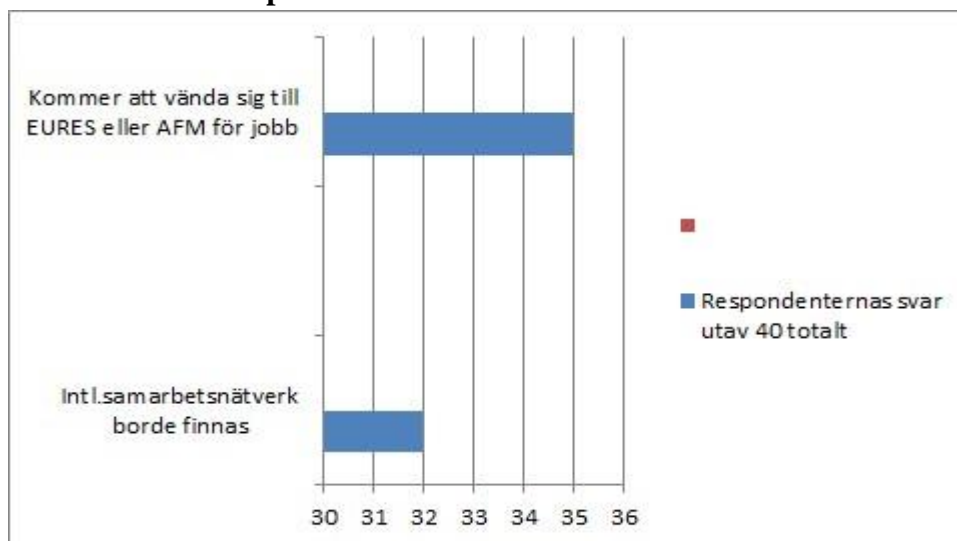
Fråga 5: Tycker du att Arbetsförmedlingen är effektiv när det gäller turismrelaterade jobb? Om nej: vad är det som du upplever som icke-effektiv?

Respondenterna var överens om att Arbetsförmedlingen inte kan anses som effektiv när det gäller turismrelaterade jobb. I synnerhet upplever respondenterna att de turismjobb som kräver högre utbildning inte annonseras på Arbetsförmedlingens hemsida.

Fråga 6: Kommer du att använda dig utav Arbetsförmedlingen eller EURES för att söka jobb?

Svaret på sista frågan visade sig att endast 5 av 40 elever skulle välja att använda andra arbetssökande verktyg istället för EURES eller Arbetsförmedlingen. Det betyder att majoriteten av turismstudenterna hade vänt sig till Arbetsförmedlingen och EURES.

Tabell 3 och 4: Respondenternas svar



4.4.2 Mejlintervjuerna

Vi har skickat mejlintervjuer till 10 examinerade turismstudenter där eleverna intervjuades om deras kännedom av EURES och Arbetsförmedlingen. Resultaten av mejlintervjuerna avspeglar att 10 av 10 deltagare inte visste vad EURES är (Fråga 1). Av denna anledning kunde vi inte få svar på våra frågor som handlade om EURES effektivitet (Fråga 2). Angående Arbetsförmedlingen insåg vi att institutionen saknade popularitet, eftersom ingen av respondenterna skulle vända sig till Arbetsförmedlingen för att hitta de önskade jobben (Fråga 6), dock kände alla till Arbetsförmedlingen (Fråga 4). Intrycket hos respondenterna var att man måste vända sig till Arbetsförmedlingen för att kunna följa de statliga procedurerna. Det resultatet kan förtydligas med ett utav respondenternas svar:

“I huvudsak tycker jag arbetsförmedlingen i sin nuvarande form är väldigt dålig på att förmedla jobb, dock kanske mest används för att kunna ta del av "systemets" olika funktioner för arbetsökande. När det gäller att söka jobb inom turism kan det vara lite svårt att "filtrera" fram de arbetsinriktningar som kan vara intressanta. Ett exempel skulle kunna vara t.ex. destinationsutvecklare som var vad jag ville bli efter studenten men hade svårt att hitta den sortens av tillgängliga jobb”. Av etiska skäl förblir respondentens namn anonymt.

En utav respondenterna var medveten om att de befintliga turismrelaterade jobben som annonseras på Arbetsförmedlingen är endast inom restaurang- och hotellbranschen som bara täcker en liten del av hela turistnäringen. På en effektivitetsfråga om turismrelaterade jobb inom Arbetsförmedlingen fick vi ett gemensamt svar från alla 10 respondenterna om att Arbetsförmedlingen i sig inte är effektivt (Fråga 5) och att det behövs stora ändringar inom nätverket. Databasen är funktionell men sökfunktioner visade sig inte vara effektiva eftersom inga av respondenterna kunde hitta deras önskade jobb via hemsidan.

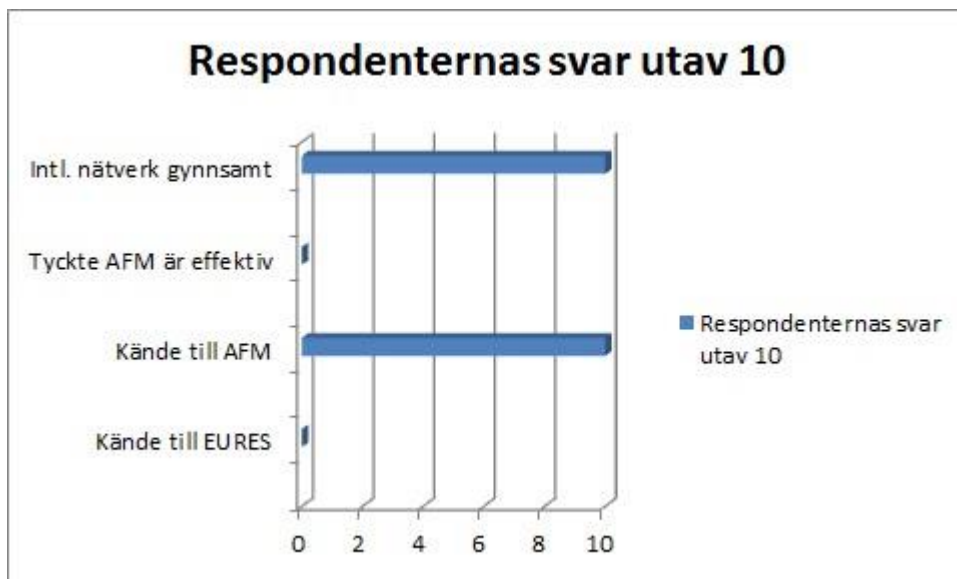
“Det beror på vilken del av turismen man är intresserad av, just hotell och restaurangjobb är väldigt lätta att hitta på Arbetsförmedlingen, men jobb som är relaterade till andra delar av turism måste man då söka på andra sätt än via Arbetsförmedlingen” (av etiska skäl förblir respondentens namn anonymt).

Det visade sig att alla de 10 intervjuade tyckte att det skulle vara väldigt gynnsamt om en institution som EURES kunde matcha turismrelaterade jobberbjudanden med turismrelaterade jobbkandidater (Fråga 3).

De flesta utav respondenterna hade hittat sitt nya yrke via sina kontakter eller genom att ansöka på tjänsten direkt via den valda organisationen. Ytterligare information som vi fick fram av respondenterna som inte tillhörde intervjufrågorna var följande; 2 utav dem skulle vända sig till Arbetsförmedlingen i första hand.

2 utav dem skulle vända sig till företagets privata sidor.

6 utav dem skulle vända sig till sina närvarande kontakter för att hitta jobb.



4.5. Statistisk jämförelse av EURES respektive Arbetsförmedlingens förmedlings effektivitet

Vi tillfrågade EURES och Arbetsförmedlingen om antalet förmedlade tjänster under åren 2013 – 2016 samt antalet aktiva förmedlare och fick följande statistik som svar:

- Antalet rekryterade jobb på EURES:

| År | Rekryterade till Sverige | Rekryterade till EU/EES och Schweiz |
|--------------|--------------------------|-------------------------------------|
| 2013 | 454 | 2934 |
| 2014 | 443 | 2847 |
| 2015 | 524 | 1371 |
| 2016 tom feb | 155 | 440 |

Siffrorna måste tolkas i samband med följande kommentar från Arbetsförmedlingen/EURES statistiska avdelning. “Under hösten 2015 var det stora tekniska problem att rapportera resultat till den portal som Eures-rådgivarna har som ett av sina verktyg.” Med hänsyn till ovanstående uttalande kan siffrorna för 2015 inte anses vara pålitliga och vi beslutade att inte använda dem i analysen.

- Antal arbetsförmedlare som utför EURES-tjänster i Sverige (2013 – 2016): 55 st.

- Antal arbetsförmedlare som utför alla uppdrag inom Arbetsförmedlingen idag 2016: ca 7500 st. som jobbar med matchning.

- Antalet rekryterade jobb på arbetsförmedlingen:

| År | Personer som fått arbete |
|------------------------|--------------------------|
| 2013 | 452745 |
| 2014 | 428388 |
| 2016 (räknat från feb) | 394921 |

4.5.1 Statistik och analys

För att jämföra rekryteringseffektivitet av EURES och Arbetsförmedlingen valde vi följande metod: Antalet förmedlade jobb delat på antalet förmedlare. Vi var tvungna att göra en beräkning på värdet för antalet rekryterade tjänster för 2016, eftersom vid tiden för forskningen hade antalet inte förändrats fr.o.m. februari 2016.

Statistiken ifrån 2015 från EURES kunde inte användas i denna uträkning på grund av de felen som nämns ovan i EURES statistik. Resultatet blev:

2013 Arbetsförmedlingen: 452 745 jobb förmedlades av 7500 förmedlare. Det är lika med 60,3 jobb per förmedlare.

2013 EURES: 3388 jobb förmedlades av 55 förmedlare. Det är lika med 61,6 jobb per förmedlare.

2014 Arbetsförmedlingen: 428 388 jobb förmedlades av 7500 förmedlare. Det är lika med 57,1 jobb per förmedlare.

2014 EURES: 3290 jobb förmedlades av 55 förmedlare. Det är lika med 59,8 jobb per förmedlare.

2016 Arbetsförmedlingen: 394 921 jobb förmedlades av 7500 förmedlare. Det är lika med 52,6 jobb per förmedlare.

2016 EURES: 3570 jobb förmedlades av 55 förmedlare. Det är lika med 64,9 jobb per förmedlare. Statistiken visar att ”förmedlingsvärdet” d.v.s. antalet förmedlade jobb delat med antalet förmedlare är år efter år lite högre hos EURES än hos Arbetsförmedlingen. Resultatet kommer att diskuteras vidare i analysen.

5. Analys

I analysen granskade vi först det empiriska materialet från de externa källorna, d.v.s. intervjuer och gick vidare med fas två där vi undersökte det interna empiriska materialet, d.v.s. egen observation och statistik. Avsikten med denna metod var att se vilka samband det fanns mellan analysresultatet från externa källor och resultatet från interna källor.

5.1. Analys av semi-strukturerad intervju med Peter Holm, EURES

I den semi-strukturerade intervjun med Peter Holm, EURES ansvarig hos Arbetsförmedlingen, fick vi en effektivitets uppskattning där Peter Holm ansåg att vissa funktioner av EURES beskrevs som effektiva. Språkhantering inom EURES till exempel eller programmet ”Your first EURES job” främjar enligt Peter Holms åsikt möjligheten att hitta turismjobb genom EURES. I forskningen ”Service quality criteria of web recruiters: A content analysis” (Ettinger, et al, 2009) i kapitel 3.1.7 av denna uppsats, mäts effektiviteten av rekryteringshemsidor i mängden av ansökningar de producerar. Med hänsyn till dessa effektivitetskriterier kan EURES, stödprogrammet (som ger finansiellt stöd till arbetssökande) och flexibel språkhantering inom EURES anses vara effektivitets drivande, eftersom båda funktionerna ökar antalet jobsökande.

Intervjun med Peter Holm förmedlade ett klart intryck att EURES är en del av turismnätverket. Den intervjuade hade en tydlig idé om vilka turismjobb som förmedlades mest genom EURES och i vilka länder EURES är mest framgångsrik i sitt förmedlande.

Vi bedömer att EURES anses vara en integrerad del av turismnätverket, där EURES hjälper till att uppfylla turism efterfrågan av arbetskraft. Samtidigt skapar turism en stor del av efterfrågan inom EURES databas för tjänster utomlands och är en viktig faktor för att ge EURES den internationella karaktär som gör EURES attraktiv för särskilt unga jobsökande med geografisk flexibilitet. Vi kan påstå att EURES och turism behöver varandra växelvis och är ett typiskt exempel av ett modernt nätverk (se 3.1.4. Nätverksanalys och turism). EURES effektivitet som rekryteringshemsida gynnas väldigt mycket av att vara en del av turismnätverk.

Att vara en del av ett turismnätverk utökar EURES jobsökande chanser att få ett sekundärt jobberbjudande, d.v.s. även om de jobsökande inte får jobbet de sökte till blir de möjligtvis erbjudna ett alternativt jobb som passar in på deras kompetenser.

5.2. Analys av mejlintervju med turismstudenter

Mejlintervjuerna med turismstudenter framställde tyvärr en begränsad mängd empiriskt material på grund av studenternas brist på kunskap om EURES. Faktumet att EURES knappast var känd bland turismstudenter demonstrerar ett visst uttalande om EURES effektivitet. Enligt artikeln ”Research on internet recruiting and testing: current status and future directions” (Lievens & Harris 2003) ska en effektiv webbsida locka arbetssökande, annars anses den vara ineffektiv. Vi

anser dock att den bristande kännedomen innebär inte nödvändigtvis att EURES är ineffektiv. Snarare tyder det på att EURES saknar de rätta verktygen för en lyckad marknadsföring och för strukturerade ”public relations” aktiviteter.

Vi fick ett flertal uttalanden från studenter i mejlintervjuerna som lämnade ytterligare kommentarer efter att ha svarat på enkätfrågorna. I ett av dessa uttalanden anmärktes att arbetsförmedlingen ansågs som en del av systemet för ansökningar om arbetslöshetskassa och annat socialt stöd, däremot inte som en modern rekryteringskanal. Om det är en vanligt förekommande åsikt bland studenter och unga arbetssökande, skulle det påverka EURES också, som är associerad med arbetsförmedlingen. Detta skulle innebära att EURES måste utveckla sitt ansikte utåt som en effektiv arbetsförmedlare och lägga mindre vikt på ”det sociala stödsystemet”. Utfallet av detta blir att efterfrågan ökar.

En bra marknadsföring skulle attrahera flera arbetssökande, vilket i sin tur förbättrar effektiviteten. Vi nämnde tidigare i detta kapitel att det är en webbsidas förmåga att locka användare som gör den effektiv.

Anmärkningsvärt bekräftar alla deltagarna i en mejlintervju att EURES anses som en viktig del i turistindustrin.

5.3. Analys av mejlintervju med arbetsgivare som annonserade på EURES

EURES annonsörer svarade på frågorna om deras effektivitet intryck av EURES med väldigt lite variation. På bedömningsskalan mellan 1 (väldigt effektiv) och 5 (inte effektiv alls) varierade svaren för frågorna som ställdes mellan 1.7 (bäst) och 2.8. (värst). Ett sådant resultat kan anses vara en väldigt konstant och konsistent bedömning av EURES som visar att enligt arbetsgivarna EURES är faktiskt en effektiv rekryteringshemsida.

En mer detaljerad syn på resultatet av mejlintervjuerna tyder på att EURES annonsörer bedömer effektiviteten angående rekryteringstiden, d.v.s. ”den tiden det tar fr.o.m. att annonsen läggs upp tills positionen fylls” väldigt högt (1.7 på skalan). Tid är en av huvud fördelarna av e-rekrytering i studien om internet recruiting power (ref. kapitel 3.1.3- Pin et al 2001) och faktumet att EURES fick en bra bedömning i denna kategori understryker att EURES når effektivitet i ett område som betraktas som viktigt i rekryterings industrin. Samma studie poängterar kostnad som den näst största fördelen av e-rekrytering över traditionell rekrytering. Kostnad är ett kriterium som också mäts i mejlintervjuerna med EURES annonsörer med frågan: Om företaget måste betala för att lägga ut annonsen? Resultatet blev en positiv bedömning (2.1 på skalan).

Effektivitetskriterier som inte bara nämns i forskning från Navarras universitet, men också i andra sammanhang, är kandidaternas kvalitet (t.ex. i kapitel 3.1.2 om jobvite). Idag pågår det ”en strid för mänskligt kapital” d.v.s. att ledande företag slåss för att attrahera och hitta de bäst utbildade och mest lämpliga anställda för sin verksamhet. Förväntningarna som ställs mot ett rekryteringsverktyg som EURES är att den hjälper att ”för-välja” kandidaterna, vilket leder till att företagets rekryteringsansvariga kan fokusera på de mest lovande ansökningar. Kvalitativa kandidater i det här fallet innebär att kandidaterna visar sig vara passande samt kommer att bli

framgångsrika i sin position om de skulle anställas. Hur bedöms EURES i frågan om kandidaternas lämplighet i praktiken?

Resultatet blev ett värde av 2.8., som anses vara ”effektivt” i bedömningskalan. Vår gemensamma åsikt är att en bra bedömning i denna kategori är ett effektivitets tecken, eftersom kandidaternas kvalitet var ett återkommande ämne i den tidigare forskningen. Bedömningen understryker att EURES har kommit långt i sin effektivitet.

5.4. Enkätundersökningen

När vi utförde enkätundersökningen fanns det endast slutna frågor för att få någon form av statistik kring studenternas åsikter inom ämnet och för att lägga fokus på jämförelser mellan studenternas svar. Vi skapade en enkät på hemsidan “surveymonkey.com” vars syfte är att den som använder hemsidan ska kunna skapa sin egen enkätundersökning och delge den till samtliga deltagare. Det var av stor betydelse för oss att använda hemsidan för att kunna skicka enkätundersökningen till de som medverkade för att få snabbt och digitalt svar.

Deltagarna svarade på samtliga frågor förutom fråga 2. Detta berodde på att de endast skulle svara på frågan om svaret var ja på den första frågan. I undersökningen svarade alla deltagare nej på första frågan och de kunde därmed inte ge svar på den andra frågan.

5.5. Vår egen allmänna observation av EURES

I följande del av analysen jämför forskarna resultaten från kapitel 5.1. – 5.4. om EURES effektivitet med sina egna upplevelser och observationer om EURES. Som användare av EURES fick vi bekräftelse att effektivitets bedömning av EURES i kapitel 5.1.- 5.4. stämmer.

Den empiriska analysen från kapitel 4.3.1. visar att arbetssökning inom EURES var kostnadseffektiv, eftersom inga kostnader uppstod för arbetssökande. Vi hänvisar till artikeln ”Effectiveness of online job recruitment system: Evidence from the University of the East” (Ventura et al 2013).

Angående effektivitetsvärden “prestation” och “användarvänlighet” överensstämde vårt intryck av EURES med den tidigare bedömningen av EURES annonsörer (se 4.2.).

Forskningen “Service quality criteria of web recruiters: A content analysis” (Ettinger et al 2009) har identifierat förväntningar av arbetsgivare som använder rekryteringshemsidor. Främsta förväntningarna för en effektiv hemsida var, daglig uppdatering, enkel navigering och snabb transaktionshantering. Under forskarnas egen användning av hemsidan som observation visade det sig att ovanstående effektivitetskriterier uppfylls, d.v.s., uppdateringen av EURES skedde dagligen, navigationen var enkelt och transaktionens hastighet uppfattades som snabbt.

5.6. Observation av EURES som jobsökande för turism jobb

I följande kapitel analyserade vi vår empirisk data, som sökande av turismjobb, där sökningen i EURES databas jämfördes med sökningen i arbetsförmedlingens databas. Som användare hanterades båda databaser likvärdigt utan att någon stor effektivitet skillnad fastställdes. I den praktiska jobsökningen efter turismjobb visade sig EURES klart mer effektiv än arbetsförmedlingen. Analysen baserades på de första 30 jobb som EURES och arbetsförmedlingen visade i sökningen.

EURES hittade många fler relevanta jobb (18) än vad Arbetsförmedlingen gjorde (4), och visade sin bra ”matchnings förmåga”, vilket är en av de viktigaste förväntningar som ställs mot en effektiv hemsida. Strukturen av EURES databas, kan ligga bakom dess matchnings förmåga. EURES vänder sig till jobb aspiranter som är beredda att arbeta utomlands och därför har turism relevanta arbeten i sin databas. Arbetsförmedlingen har fokus på jobb som finns inom Sverige och har därför mindre antal turismjobb i sin databas.

Resultatet från jobsökningen i EURES och Arbetsförmedlingens databaser, analyserades också angående språkkunskap, där arbetsförmedlingens resultat var mer effektiv för en svensktalande arbetssökande (alla 30 jobben presenterades på svenska). EURES presenterade 18 jobb på svenska.

Som den tidigare forskningen förevisar, bedömer arbetsgivare effektiviteten av rekryteringshemsidor enligt ”hur passande jobb aspiranter” är till den annonserade tjänsten. Bara om annonserade tjänster är annonserade i det nationella språket, kan jobsökande säkerställa att de uppfyller annonsörens krav och har en realistisk chans i urvalsprocessen. Vi bedömer att den nuvarande språk hanteringen minskar EURES effektivitet.

5.7. Användning av statistiska data

Vi har insamlad statistiskt data från EURES under 2 veckors tid om:

- Antal Cv:n på EURES databas
- Antal tillgängliga arbetsplatser på EURES
- Gjorda sökningar på sökordet ”turism” inom EURES

Resultatet visar att antalet Cv:n på EURES databas utvecklas i samma takt som antalet tillgängliga arbetsplatser. Man kan anta att en parallell utveckling av arbetsplatser och sökande skulle undvika frustration hos både:

- Sökande som har tillräckliga jobb att hitta.
- Arbetsgivare som regelbundet får efterfrågan från EURES hemsida för deras inlagda jobb.

Samtidigt tyder balansen mellan utbudet och efterfrågan på effektivitet. Det statistiska materialet visade att antalet CV på nätet är hög jämförd med tillgängliga arbetsplatser. Det tyder på att ett antal CV som ligger i platsbanken inte är aktuella, men ligger kvar eftersom det inte finns någon funktion som kontrollerar deras aktualitet. Gammalt data kan försämra sök hastigheten och

därmed begränsa effektiviteten, dock kunde inte vi fastställa anmärkningsvärd fördröjning i producerande av sökresultat. En intressant utveckling visar nyckeltal ”gjorda sökningar på sökordet turism”.

Den är överraskande ostabil, där sökningar på följande datum: 29.3. och 31.3. är mer än dubbelt så mycket än på andra dagar, se diagram 3 (se s.26). Vi tycker att de aktivt sökande saknar ett regelbundet mönster för jobbsökning, kanske är jobbsökning mer spontan och inte planerat. För att förbättra effektiviteten kan EURES planera åtgärder för att stabilisera sökningsbeteende, vi kommer återkomma med detta i diskussionen.

Forskarna till artikeln “Service quality criteria of web recruiters: A content analysis” (Ettinger et al 2009, s.1) har kommit fram till att rekryterare i första hand bedömer effektivitet nivån av rekryteringstjänster genom mängden av jobbkandidater som finns tillgängliga, vilket utmärker EURES som effektiv, eftersom nätverket har över 280 000 jobb kandidater. Diagram 1 (se s.25 i denna uppsats) visar tydligt att trenden av antalet CV på databasen stiger.

Arbetsgivare förväntar sig dock inte bara att det finns många CV i databasen, men kräver också att kandidaternas profiler hålls aktuella. Vi ställde en fråga via mejl till EURES ansvarig Peter Holm, där frågan lydde ”Hur säkerställer EURES att Cv:n på databasen är aktuella?” Han svarade att det är kandidaternas individuella ansvar att hålla sina Cv:n aktuella och uppdaterade.

6. Slutsats

Forskningen om EURES effektivitet syftar till att besvara tre frågeställningar. Dessa frågeställningar var:

6.1 Hur effektivt är EURES som rekryteringshemsida?

Kortfattat är svaret att EURES kan anses som en effektiv rekryteringshemsida. Vi har använt effektivitetskriterier från tidigare forskning i våra olika forskningsmetoder och kom fram till slutsatsen att såväl intervjumetoder, såsom observationsmetoder gav samma resultat av en effektiv EURES hemsida. Det positiva uttalandet av EURES ansvarig Peter Holm som intervjuades om EURES effektivitet, kunde bekräftas i resultat av intervjuerna med arbetsgivarna och senare också i vår egna observation av EURES. Som exempel nämnde Peter Holm att EURES i synnerhet är bra på att hantera språkbarriären, vilket vi kunde bekräfta i vår egna observation till stor del. Även den statistiska utvärderingen av EURES visade effektivitet, till exempel genom den stabila utvecklingen av tillgång (annonserade jobb) och efterfrågan (antal CV på hemsidan) på EURES. En sådant kongruent forskningsresultat via olika metoder och olika källor ger oss säkerhet i att EURES är en effektiv rekryteringshemsida i sin nuvarande form.

6.2 Hur effektivt är EURES ute på arbetsmarknaden för turismrelaterade jobb?

Frågan var något svårare att besvara än den första frågan, eftersom mindre empiriskt material stod till förfogande. Intervju med Peter Holm gav ett visst positivt uttalande om EURES effektivitet för turismrelaterade jobb. Med hjälp av sin observation, som i slutändan är personlig, kunde vi bekräfta att EURES effektivitet också gäller turismrelaterade jobb, där de inriktade sökningen enbart på turismrelaterade jobb på EURES hemsida. Vår uttalande om EURES effektivitet för turismrelaterade jobb är att effektivitet av EURES (enligt fråga ett) också gäller för turism jobbmarknaden. Forskningen fick inte fram några motsatta resultat.

6.3 Vilka aspekter hos EURES kan förbättras för att uppnå högre effektivitet?

Under olika tidpunkter under forskningens gång kom vi på en variation av idéer som kan förbättra EURES effektivitet i framtiden. Först tror vi att EURES effektivitet skulle gynnas av en mer intensiv samt planerad marknadsföring. Det var talande att inga turismstudenter som intervjuades kände till EURES. Genom annonsering i passande medier skulle EURES få mer uppmärksamhet och därefter skulle igenkännas av arbetssökande och arbetsgivare. Dessutom skulle EURES kunna synliggöras och få ett starkt framträdande i arbetsförmedlingens kontor genom t.ex. affischer eller andra reklammetoder. Detta i sin tur skulle leda till fler kandidater som registrerar sig på EURES och fler arbetsgivare som annonserar på EURES. Som följd ökar aktivitetsnivån på EURES hemsida och högre matchnings kvoter uppnås. Med en högre matchnings kvot stiger EURES effektivitet, eftersom flera arbetsgivare fyller sina öppna tjänster och flera arbetssökande tilldelas jobb.

Vi rekommenderar att EURES systemansvariga skapar en funktion på EURES databas som automatiskt kontrollerar datum på alla Cv:n och påminner användare att uppdatera sina Cv:n om de är mer än 2 år gamla.

Eftersom vi konstaterade under observationen av EURES hemsida, att en del jobbannonser endast fanns på främmande språk föreslår vi att EURES kräver från annonserande arbetsgivare att åtminstone en version av annonsen måste läggas upp på engelska. Detta kan kontrolleras antingen

manuellt genom EURES rådgivaren som dagligen granskar annonserna, eller på ett digitalt sätt genom användningen av ett program som hanterar och upptäcker språkfel. Effektivitet effekterna av nämnda förbättringsförslag blir ett högre antal jobbsökande som kan förstå annonsen och en högre jobbmatchning kvot kan uppnås.

En helt ny tanke för att exponera EURES mer i framtiden är att skapa ett samarbete med ett studentutbytesprogram som exempelvis Erasmus. Man skulle kunna förvänta sig att ett sådant samarbete skulle leda till bättre kännedom av EURES inom akademiska jobbsökande. Detta är relevant för speciellt turism sökande eftersom EURES fokuserar sig främst på jobb utomlands och många rekryterare vill inrikta sig på den yngre generationen arbetssökande, som är geografisk flexibla.

Vi tycker också att det är viktigt att stabilisera sökbeteendet av jobbsökande genom att förbättra hemsidans attraktivitet. Speciella nyheter på hemsidan om ett särskilt land eller framhävnings av de nyaste och mest spännande jobbannonser, skulle attrahera arbetssökande till EURES regelbundet.

7. Diskussion

Forskningen om EURES effektivitet blev en spännande resa för båda forskarna, där det blev uppenbart att det inte finns något objektivt mätningssystem för rekryteringshemsidor. Som konsumenter av varor och servicetjänster är vi vana vid olika mätningssystem som vi använder när vi väljer varor och tjänster. Till exempel läser vi bedömningar om bilen eller mobiltelefonen innan vi köper en specifik produkt som vi överväger att köpa. Även innan man utför en konsumtion av servicetjänster hämtar man in bedömningar och upplevelser av andra konsumenter, till exempel innan man bokar ett hotell eller en resa. Dock har man som arbetssökande ingen möjlighet att bedöma hur effektiv en rekryteringshemsida är, innan man lägger ner tid på att söka jobb eller ladda upp sina meriter på en specifik rekryteringshemsida.

Bristen av någon ”benchmarking” av rekryterings webbsidor försvårade forskningen i denna uppsats men samtidigt kände vi oss ännu mer motiverade att ge framtida arbetssökande i turismbranschen en empirisk effektivitet uppskattning av EURES. Forskningens syfte var att belysa EURES effektivitet från en arbetssökandes perspektiv, dock blev det uppenbart för oss att arbetsgivarna hade mer empirisk information tillgänglig än arbetssökande. Därmed var resultatet av denna forskning även drivet av empiriskt data av arbetsgivarna. Tidigare forskning som använts i kandidatuppsatsen hade också fokus på arbetsgivarens syn på effektivitet av hemsidor. Effektivitet attributen såsom: låg kostnad, snabb matchning förmåga och kandidatkvalité är typiska för arbetsgivarens syn på effektivitet.

Faktumet att forskningen var till en stor del präglad av källor relaterat till arbetsgivarens syn på effektivitet påverkade dock inte slutresultatet. Effektivitet attributen som vi kom fram till gynnar såväl arbetsgivarna som arbetssökande. Det gäller till exempel effektivitetskriterier som: kostnad, användarsupport, tid” m.m. Särskilt tid har blivit en bristvara, inte bara inom företag men också för alla individer som måste kunna hantera dagens digitala överbelastning. Endast hemsidor som bedöms vara effektiva och sparar tid för alla användare, lockar potentiella användare och har därför bättre framtidsutsikter.

Ett antal intressanta frågor kom upp under forskningen, exempelvis varför antalet sökningar via EURES hemsida saknar ett regelbundet mönster. Det visade sig att jobsökningen som arbetssökanden gör är mer spontana och inte planerade. Hur kan EURES influera jobsökandes beteende för att jobsökande ska besöka EURES hemsidan på ett mer regelbundet sätt? Till exempel kunde EURES lägga upp ett slags ”newsfeed” på hemsidan, där de nyaste och mest attraktiva jobben utomlands publiceras. Ett annat förslag som vi har kommit fram till, är att EURES använder sig av ”push notiser” d.v.s. att det skickas ut meddelande till jobsökande via EURES appen. Därmed dras användaren till EURES hemsidan på ett mer regelbundet sätt.

När den statistiska analysen av EURES utfördes kände vi att affärssegment ”e-rekrytering”, skulle gynna av prestationsindikatorer t.ex. ”antal nya jobb per månad” eller ”förmedlade jobb per månad.” Med allmänt kända och respekterade prestationsindikatorer skulle konkurrensen mellan hemsidor öka. En ökad konkurrens leder generellt till hög kvalitet och effektivitet i ett affärssegment. Genom att ge förslag på att prestationsindikatorer inom ”e-rekrytering” ska skapas hoppas vi lyckas övertyga aktörer inom e-rekryteringsbranschen att komma överens om en prestation indikator standard.

Varje enskild metod som vi har valt att tillämpa i denna forskning har både sina styrkor och brister. Genom att använda olika forskningsmetoder vill vi skapa ett balanserat forskningsresultat. Vi lärde oss under uppsatsen hur viktig det är att använda olika forskningsmetoder för att få ett balanserat resultat. Överhuvudtaget skapade olika forskningsmetoder i kandidatuppsatsen likadant resultat om EURES effektivitet och vi känner oss nöjda att ha kommit fram till ett homogent forskningsresultat. Men användningen av olika forskningsmetoder var inte bara viktig för att skapa ett brett resultat, det visade sig också att en planerad metod kan ibland inte ge ett önskat resultat, till exempel kunde bara lite information utvinnas från intervjuer med

turismstudenterna. I en sådan situation är det viktigt att man har alternativa metoder att använda för att komma fram till ett resultat, till exempel egen observation som används mycket i denna studie. Egen observation beror inte på någon annans Kooperation och visade sig vara en värdefull forskningsmetod.

För att utvärdera EURES effektivitet av i synnerhet turism jobbansökningar har vi använt som mest de empiriska resultaten från vår egna observation samt statistiska utvärderingar. Resultatet från båda källorna gav en positiv värdering av EURES effektivitet för sökning av turismjobb, som visas i slutsatsen där forskningsfrågor besvaras.

Vi jämförde begreppet effektivitet (se avsnitt 1.6 av denna uppsats.) som Nationalencyklopedin (2016) definierar som: "Performing or functioning in the best possible manner with the least waste of time and effort; having and using requisite knowledge, skill, and industry;" med resultaten som de upptäckte från den tidigare forskningen och sin empiriska forskning. Särskilt tid "time" och kunskap "skill" ansågs vara viktiga effektivitetskriterier i tidigare forskning och bekräftades som ledande effektivitetskriterier också under forskarnas egna empiriska studier. Till exempel insåg vi under vår egna observation av EURES hur mycket de uppskattade snabbheten av EURES datasystem (effektivitetskriterier "tid") och systemdesign, ett resultat av bra programmeringsarbete inom EURES (effektivitetskriterier "kunskap").

Hur passar EURES position i rekryteringsmarknaden till Peters och Adamous teori om samarbete? (se 3.1.5.)

Det visade sig att teorin styrks enligt vilket samarbete frodas även om alla institutioner följer deras individuella intresse. Som exempel används rekryteringsportalen som EURES i stor utsträckning även om jobbbannonser också finns på det annonserande företags hemsida. Att använda en jobbportal som EURES är mycket effektivare för jobbsökande, jämfört med jobbsökande på individuella företags hemsidor, eftersom EURES samlar ihop alla jobberbjudanden inom en viss kategori och sparar mycket söktid. Dessutom ökar effektiviteten nivån för EURES tack vare samarbetet den har med arbetsförmedlingen.

En intressant observation vi gjorde var att utbildning inom turism är en viktig komponent av det sammanlagda turism utbudet. Ett högt antal av tillgängliga turismjobb fanns i utbildningssektorn. Dessutom noterade vi att EURES annonserar för mest säsongsbaserade jobb. Att EURES visade många säsongsbaserade jobb och jobb inom utbildning i sitt utbud anser forskarna som en effektivitets bidragande faktor, även om kanske bara av sekundär natur. Även EURES kvalitetskontroll på arbetsgivaren anses som en sekundär faktor för effektivitet inom EURES, eftersom jobb aspiranter sparar den tid som skulle behövas för att gå igenom arbetsgivarens bakgrund.

Referenser

Elektroniska källor:

Adamou, Alexander & Peters Ole (2015), "An evolutionary advantage of cooperation", (Senast uppdaterad: 24/05/2018), *Cornell University Library Archive*, Format: PDF-fil, Tillgänglig: <<https://arxiv.org/abs/1506.03414>> (hämtad: 09-10-2018)

Alvesson, Mats & Sandberg, Jörgen (2011). "Generating research questions through problematization", *Academy of management review*. Vol 36, No 2. 247-271. doi:10.5465/amr.2009.0188 Tillgänglig: <<https://wiki.aalto.fi/download/attachments/59573826/Alvesson-Sandberg2011-generating+research+questons.pdf>> (hämtad: 17-05-2019).

Arbetsförmedlingen (2016), *Jobba i ett annat land*, Tillgänglig: <<https://www.arbetsformedlingen.se/For-arbetssockande/Hitta-jobb/Jobba-utomlands.html>> (hämtad: 09-07-2018).

Bard, Andreas (2008) "10 marknadsföringstips för ett nystartat företag", Tillgänglig: <<https://www.bard.nu/10-marknadsforingstips-for-ett-nystartat-foretag/comment-page-1/>> (hämtad: 09-07-2018)

Burgess, Lois, Cooper, Joan & Alcock, Carole (2001) "The Adoption of the Web as a Marketing Tool by regional Tourism Associations (RTAs) in Australia". *Proceedings of the Twelfth Australasian Conference on Information Systems*. University of Wollongong, Wollongong, Australia. S.1-3. AIS Electronic Library (AISeL). Tillgänglig: <<https://aisel.aisnet.org/cgi/viewcontent.cgi?article=1007&context=acis200>> (hämtad:23-05-2019)

Cappelli, Peter (2001) "Making the most of on-line recruiting, Human resource management", *Harvard business review*. Vol. 1 (1), ISSN: 0017-8012. Tillgänglig: <https://www.researchgate.net/profile/Peter_Cappelli/publication/12085275_Making_the_Most_of_On-Line_Recruiting/links/5b0e8fb14585157f8722b906/Making-the-Most-of-On-Line-Recruiting.pdf> (hämtad: 23-05-2019)

Chan, Sow Hup & Kouk, Oi Mei (2011) "A Study of Human Resources Recruitment, selection and Retention Issues in the Hospitality and Tourism Industry in Macau", *Journal of Human resources in Hospitality & Tourism*, Vol, 10, (4). s. 421-444. DOI: 10.1080/15332845.2011.588579 <doi.org/10.1080/15332845.2011.588579> (hämtad: 17-05-2019)

- Choy, Dexter J.L. (1995). "The quality of tourism employment", *Elsevier Ltd*, Tourism management, Vol, 16 (2). s 129-137. DOI: 10.1016/0261-5177(94)00023-4 Tillgänglig: <[https://doi.org/10.1016/0261-5177\(94\)00023-4](https://doi.org/10.1016/0261-5177(94)00023-4) > (hämtad: 23-05-2019)
- Data worldbank (2017), *Unemployment, total (% of total labor force)*, Tillgänglig: <<https://data.worldbank.org/indicator/SL.UEM.TOTL.ZS?locations=SE> > (hämtad: 09-10-2018).
- Ekonomifakta (2018), *Statistik på ungdomsarbetslöshet*, Tillgänglig: <<https://www.ekonomifakta.se/Fakta/Arbetsmarknad/Arbetsloshet/Ungdomsarbetsloshet-per-manad/> > (hämtad: 07-23-2018)
- Ettinger, Elfi, Wilderom, Celeste PM & Ruël H.J.M. (2009) "Service quality criteria of web recruiters: A content analysis." In *2009 42nd Hawaii International Conference on System Sciences*, DOI:10.1109/HICSS.2009.389 Tillgänglig: <https://www.researchgate.net/publication/224373237_Service-Quality_Criteria_of_Web_Recruiters_A_Content_Analysis > (hämtad: 17-05-2019)
- EURES (2016), *Den Europeiska Portalen För Rörlighet i Arbetslivet* (2018), Tillgänglig: <<https://www.ec.europa.eu/eures/public/sv/eures-network> > (hämtad: 09-07-2018)
- EURES (2018) *Tourism industries-economic analysis*, Tillgänglig: <https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Tourism_industries_-_economic_analysis > (hämtad: 09-10-2018)
- Fransson, Helena & Kjellqvist, Linda (2008), Vad är en turist? – En studie om människors uppfattning (Elektroniskt PDF), Kandidatuppsats, *Handelshögskolan - Baltic Business School*, (Senast uppdaterad: 28/05/2008), Tillgänglig: <<https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1279/FULLTEXT01.pdf> > (hämtad: 02-15-2016)
- Helms, Marilyn.M. och Nixon, Judy (2010), "Exploring SWOT analysis – Where are we now?: A review of academic research from the last decade." *Journal of Strategy and Management*, Vol 3, (3), pp. 215–251. DOI: 10.1108/17554251011064837waaqz. Tillgänglig: <<https://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/17554251011064837>> (hämtad: 17-05-2019)
- IBL (2016) *Kvantitativ forskning – Reliabilitet, validitet och generalisering inom kvantitativa studier*, Format: PDF, Tillgänglig: <<http://www.ibl.liu.se/student/lararprogrammet/auo-pa/filarkiv-pa3/1.214383/EnktFrelsningOH.pdf> > (hämtad: 12-02-2016)
- Jobvite (2018) *Reporting and analytics*, (Senast uppdaterad: 2018), Tillgänglig: <<https://www.jobvite.com/products/reporting-and-analytics/> > (hämtad: 09-02-2018)
- Lievens, Filip & Harris M. Michael (2003) "Research on Internet Recruiting and Testing: Current Status and Future Directions." *International Review of Industrial and Organizational Psychology*, vol. 16. (pp. 131-165). DOI: 10.1002/0470013346.ch4 Chicester: John Wiley & Sons, Ltd. Tillgänglig: <<https://pdfs.semanticscholar.org/0bdb/1e58dc206d58122506aee592fad47919d17.pdf> > (hämtad: 17-05-2019)

- Merriam Webster dictionary (2018) *Definition: A network*, (Senast uppdaterad: 28/08/2008), Tillgänglig: <<https://www.merriam-webster.com/dictionary/network>> (hämtad: 09-07-2018)
- Nationalencyklopedin, (2016) *Definition: Effektivitet*. Elektroniskt Uppslagsverk, Tillgänglig: <<https://www.ne.se/uppslagsverk/encyklopedi/lang/effektivitet>> (hämtad: 01-06-2016)
- Peters, Ole & Adamou, Alexander (2015). “An evolutionary advantage of cooperation”, *arXiv preprint arXiv:1506.03414*, Tillgänglig: <<https://arxiv.org/pdf/1506.03414.pdf>>, s. 1–6. (hämtad: 17-05-2019)
- Pin, Jose R, Laorden, Miriam, Sáenz-Diez, Inés (2001), “Internet Recruiting Power: Opportunities and effectiveness”, *IESE Business School*, Nr. 439, s. 38-42, Tillgänglig: <<https://media.iese.edu/research/pdfs/DI-0439-E.pdf>> (hämtad: 17-05-2019)
- Santos, Luis Delfim & Varejão, José (2007) “Employment, Pay and Discrimination in the tourism industry”: *Tourism Economics*, *SAGE publications*, Vol. 13 (2), ss.225-240. DOI: 10.5367/000000007780823186 Tillgänglig: <<http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.5367/000000007780823186>> (hämtad: 2018-05-20)
- Scott, Noel, Baggio, Rodolfo & Cooper Chris (2008) “Network analysis and tourism: From theory to practice”, *Aspects of tourism* 35, *ResearchGate*, s. 3, DOI: IJTP.2009.028718. Tillgänglig: <https://www.researchgate.net/publication/43496670_Network_Analysis_and_Tourism_From_Theory_to_Practice2009.02871e> (hämtad: 2016-05-17)
- Simpson, David, (2013) “Growing jobs: tourism employment predictions for Australia”, (Senast uppdaterad: 14/10/2018), *Cabi*, Tillgänglig: <<http://www.cabi.org/leisuretourism/news/23396>> (hämtad: 10-09-2018)
- Simpson, David (2016) “A Study of Human Resources Recruitment, selection, and Retention Issues in the Hospitality and Tourism Industry in Macau”, *Cabi*, Tillgänglig: <<http://www.cabi.org/leisuretourism/news/24756>> (hämtad: 2016-05-16)
- Tillväxtverket (2017) *Fakta om Svensk turism Format: PDF*, (Senast uppdaterad: Juli 2017), ISBN 978-91-88601-73-5. Tillgänglig: <<https://tillvaxtverket.se/download/18.7e283a4316443177d3d6644b/1530862475122/Fakta%20om%20svensk%20turism%202017.pdf>> (hämtad: 09/10/2018)
- Trochim, William M.K (2006), *Reliability*, Tillgänglig: <<http://www.socialresearchmethods.net/kb/reliable.php>> (hämtad: 2018-09-30)
- UNWTO (2014) *Measuring tourism employment*, (Senast uppdaterad: 09/12/2014), *Cabi*, Tillgänglig: <<https://www.cabi.org/leisuretourism/news/24189>> (hämtad: 09-05-2016)
- Ventura, Mary Grace P. and Bringula, Rex P (2013) “Effectiveness of Online Job Recruitment System: Evidence from the University of the East.” *IJCSI International Journal of computer science Issue*. VOL 10 (4), s. 152–159. ISSN: 1694-078. Tillgänglig: <<https://ijcsi.org/papers/IJCSI-10-4-1-152-159.pdf>> (hämtad 23-05-2019)

Vetenskapsrådet, GU (2002) *Forskningsetiska principer inom humanistisk-samhällsvetenskaplig forskning*. ISBN:91-7307-008-4. Tillgänglig:
<https://www.gu.se/digitalAssets/1268/1268494_forskningsetiska_principer_2002.pdf> (hämtad:
2018-09-10)

Tryckta källor:

- Bryman, Alan (2008b). *Samhällsvetenskapliga metoder*. 2:a upplagan. Stockholm: Liber AB
- Christoffersen, Line. & Johannessen, Asbjörn (2015) *Forskningsmetoder för lärarstudenter*. Stockholm: Studentlitteratur AB.
- Jacobsen, Dag Ingvar, Thorsvik Jan och Sandin Gunnar (2014). *Hur moderna organisationer fungerar*, 4 uppl, Lund: Studentlitteratur AB.
- Hjerm, Mikael, Lindgren, Simon & Nilsson, Marco (2014). *Introduktion till samhällsvetenskaplig analys*. 2 uppl, Malmö: Gleerups utbildning AB.
- Holme, Idar Magne., Solvang, Bernt Krohn & Björn Nilsson (1997). *Forskningsmetodik: om kvalitativa och kvantitativa metoder*, 2 uppl, Lund: Studentlitteratur AB.
- Hulten, Pernilla, Hultman, Jens & Eriksson Torsten Lars (2013). *"Kritiskt tänkande"*. Malmö: Liber.
- Patel, Runa, & Davidson, Bo (2011) *"Forskningsmetodikens grunder: att planera, genomföra och rapportera en undersökning."* uppl. 4 Lund: Studentlitteratur AB.

Bilaga 1

Intervjumallar:

Intervjumall till EURES arbetsgivare:

Stockholm 27/01/2018

Dear

As a tourism graduate student of Södertörn university I am conducting a research on the effectiveness of EURES as a recruiting website. Having seen your job advertisement on EURES I would appreciate if you could spare 10 minutes of your time to answer the below 10 questions on your experience with EURES.

Please rate your experiences with EURES with the following efficiency ratings:

1= (Very efficient)

2= (Efficient)

3= (Moderately efficient)

4= (Slightly efficient)

5= (Not efficient) Example:

Question: How efficient was EURES in respect of the time it took to fill the advertised position?

If your experience was that EURES was very efficient then answer by putting nr 1 (Very efficient) next to the question.

Question 1: How efficient was EURES in respect of the time it took to fill the advertised position?

Question 2: How efficient was EURES in terms of cost to fill the advertised position?

Question 3: How efficient was EURES in terms of geographic reach?

Question 4: How efficient was EURES in terms of producing suitable candidates for the advertised position?

Question 5: How efficient did you perceive EUERS in terms of data security?

Question 6: How efficient was EURES in producing candidates with the right qualities that you expected from your advertisement?

Question 7: How efficient would you rate EURES in terms of system speed?

Question 8: How efficient do you rate EURES in terms of constant online availability?

Question 9: How efficient do you rate EURES in terms of online candidate presentation (CV, pictures, video clips)?

Question 10: How would you rate the overall efficiency of EURES?

Please insert your rating numbers directly in the reply e-mail to me.

Finally, a general question:

What service improvement suggestions do you have towards EURES?

Thank you very much for helping my research

Yours sincerely Annabelle Temml **Bilaga**

2

Intervjufrågor - Eures ansvarig

Vad har ni för uppgifter när ni jobbar med EURES?

Tror ni att problem skapas eftersom vissa jobbannonser är skrivna på det landets språk?

Vilken arbetskategori kan man hitta mest jobb inom och hur ser just turismrelaterade jobb ut?

Vilken är det mest effektiva sättet för arbetssökande att hitta jobb? Online eller på plats?

Vilket land åker svenskar mest till för att jobba med turism?

Brukar ni hålla någon mäsas eller ha möten varje år där ni annonserar er själva för arbetssökande? Hur marknadsför ni er allmänt annars?

Mailintervju med utvalda elever från TUR 12 via Facebook, messenger - Undersökning om effektiviteten av EURES och Arbetsförmedlingen.

1) Har ni hört talas om samarbetsnätverket EURES?

Om ja: Hur kom ni att höras om EURES

2) Från en skala 1–10, hur effektiv anser ni att den är? Ifrån en skala 1–10 vad kan förbättras med Eures?

- 3) Tycker du det är viktigt att Eures är ett internationellt nätverk för dig som söker turismrelaterade jobb? Varför?
- 4) Har ni hört talas om Arbetsförmedlingen?
- 5) Tycker du att Arbetsförmedlingen är effektiv när det gäller turismrelaterade jobb? Om nej: Vad är det som du upplever som icke effektivt.
- 6) Kommer du använda dig utav Arbetsförmedlingen eller EURES för att söka jobb? Skriv om ni använder er av båda företagen eller bara den ena, och i så fall vilket exakt ni använder er utav?

Bilaga 3

Enkätundersökning (SurveyMonkey via en Facebook länk):

Enkätundersökning – Undersökning om effektiviteten av EURES och Arbetsförmedlingen

1) Har ni hört talas om samarbetsnätverket EURES?

Ja

Nej (Om svaret är nej hoppa över till fråga 3) Om

ja: - Hur fick ni höra om detta nätverk?

2) Hur effektivt anser ni att det är? (1 = inte effektiv, 10 = mycket effektiv)

1–3

4–6

7–10

3) Tycker du det är viktigt att Eures är ett internationellt nätverk för dig som söker turismrelaterade jobb?

Ja

Nej

4) Har ni hört talas om Arbetsförmedlingen?

Ja

Nej

5) Tycker du att Arbetsförmedlingen är effektiv när det gäller turismrelaterade jobb?

Ja

Nej

Jag vet inte

6) Kommer du använda dig utav Arbetsförmedlingen eller Eures för att söka jobb?

Nej

Ja, både av dem

Ja, bara AF

Ja, bara Eures

Ja, samt andra hemsidor

Länk: <https://sv.surveymonkey.com/r/DWR5C2G>