

Susanna Okeke

Arbetsförmedlingens marknadsandelar

Arbetsförmedlingens medverkan i sökprocesserna kan beskrivas i termer av "marknadsandelar", ett begrepp som kan ges olika innebörd. I matchningsrollen är åtminstone tre marknadsandelar av intresse. Den första är marknadsandelen för platser. Denna mäter hur stor andel av de platser som uppstår under året som anmäls till Arbetsförmedlingen. Den andra är marknadsandelen för sökande, dvs andelen av de som söker jobb under året som kontaktar förmedlingen. Den tredje marknadsandelen mäter vilken betydelse Arbetsförmedlingen har som informationskanal vid nyanställningar, dvs hur stor andel av de nyanställda som fick information om det lediga jobbet genom Arbetsförmedlingen. Artikeln redovisar dessa marknadsandelar för åren under 1990-talet och diskuterar även kortfattat värdet av informationen.¹

Det senaste årtiondet har medfört dramatiska förändringar på den svenska arbetsmarknaden. Sysselsättningen sjönk drastiskt under decenniet, exempelvis sjönk sysselsättningen med över 400 000 personer mellan åren 1991 och 1993 (*tabell 1*). Trots det har ett omfattande antal nyanställningar skett varje år. Nyanställningarna tenderar att bli färre då sysselsättningen minskar och att bli fler då sysselsättningen ökar, men antalet nyanställningar understeg aldrig 791 000 något år under 1990-talet. Av tabellen framgår dessutom att antalet nyanmälda platser vid Arbetsförmedlingen har samvarierat med

sysselsättningen. Med en stor mängd nyanställningar och en inte oväsentlig del där arbetsgivaren har valt Arbetsförmedlingen som en rekryteringskanal har landets arbetsförmedlingar haft en stor uppgift.

För att närmare studera vilken betydelse Arbetsförmedlingen har i de rekryteringsprocesser som sker på arbetsmarknaden har Arbetsmarknadsstyrelsen (AMS) sedan början av 1990-talet årligen genomfört en undersökning om förmedlingens marknadsandelar. Jag ska i denna artikel närmare beskriva Arbetsförmedlingens marknadsandelar och redovisa utvecklingen under 1990-talet. Analysen är i första hand deskriptiv. Den innehåller inte någon bedömning av vilka andelar som är

Susanna Okeke är nationalekonom och utredare på Arbetsmarknadsstyrelsen.

1. Artikeln bygger på Okeke (1999).

Tabell 1. Antalet sysselsatta, nyanställningar och nyanmälda platser. (Källa: AKU, AKU egna beräkningar samt AMS.)

År	Sysselsättning	Förändring i sysselsättning från föregående år	Nyanställningar	Nyanmälda platser hos arbetsförmedlingarna
1990	4 485 400	43 400	1 193 000	649 752
1991	4 396 200	- 89 200	937 000	386 352
1992	4 209 200	- 187 000	827 000	285 126
1993	3 964 400	- 244 800	791 000	262 199
1994	3 928 000	- 36 400	951 000	341 032
1995	3 986 100	58 100	1 006 000	338 562
1996	3 963 100	- 23 000	917 000	267 262
1997	3 921 800	- 41 300	935 000	297 555
1998	3 979 400	57 600	1 055 000	372 929

möjliga att nå eller hur hög en marknadsandel bör vara för att underlätta arbetsmarknadens funktionssätt på bästa sätt. Tre marknadsandelar är av särskilt intresse i artikeln: andelen av de platser som uppstår som anmäls till Arbetsförmedlingen, andelen av de som söker jobb som kontaktar förmedlingen och andelen av alla nyanställningar där informationen om det lediga jobbet förmedlas genom Arbetsförmedlingen.

Data och metod

Gemensamt för de tre marknadsandelar som artikeln redovisar är att de beräknas genom att sätta antalet sökande som varit i kontakt med Arbetsförmedlingen eller platser som varit anmälda vid förmedlingen i förhållande till hela marknaden, dvs alla som skulle ha kunnat vara i kontakt med förmedlingen. Det betyder att vi använder följande definition:

$$\text{Marknadsandel} = \frac{\text{Antal vid förmedlingen}}{\text{Antal på hela marknaden}} * 100$$

Vi behöver således information om hela marknaden och därefter måste den grupp som har kontaktat förmedlingen avgränsas.

Två källor används, dels AMS register, dels de tillägsfrågor som ställs till arbetskraftsundersökningen (AKU) i januari månad. Arbetskraftsundersökningen genomförs av Statistiska centralbyrån varje månad och vänder sig till ungefär 15 000 personer i åldern 16–64 år. Tillägsfrågorna gäller situationen på arbetsmarknaden föregående år, exempelvis om de tillfrågade sökte jobb, om de tog kontakt med förmedlingen, om de fick en ny anställning, om varifrån personer som fick jobb erhöll informationen m m. Urvalsgrupperna i de tabeller som redovisas är tillräckligt stora för att resultatet ska vara tillförlitliga. Den minsta urvalsgruppen består av cirka 500 personer. Urvalet viktades för att motsvara befolkningens storlek (16–64 år).

Förmedlingens andel av de lediga platserna

Det första måttet på marknadsandelar gäller andelen av de lediga platser som uppstår under året som anmäls till Arbetsförmedlingen. Syftet är att uppskatta i vilken omfattning Arbetsförmedlingen utnyttjas av arbetsgivare. Platsandelen beräknas

genom att dividera antalet platser som har tillsatts och som har funnits anmälda hos förmedlingen med antalet nyanställningar. Antalet nyanställningar hämtas från AKU och avser samtliga personer som under året har bytt arbetsgivare eller anställts utan att ha haft något jobb alldeles före anställningen, dvs externa rekryteringar. Rekryteringar som avser byten inom det företag där man är anställd räknas inte på grund av att uppgifterna är alltför osäkra. Dessutom finns ingen anmälningsplikt för tjänster som annonseras internt.

I AMS platsregister finns uppgifter om antalet platser som har avrapporterats från förmedlingen. En plats avrapporteras antingen när platsen tillsätts eller automatiskt efter en viss tid om den inte har tillsatts. Vi är endast intresserade av de platser som har tillsatts och som gällde externa rekryteringar. Uppgifter om detta finns emellertid inte i platsregistret. Istället utnyttjas en uppföljning av avrapporterade platser som AMS genomförde 1995, som visade att omkring nio procent av platserna inte tillsattes och att fem procent av platserna avsåg interna tillsättningar.² Med tanke på att förhållandena kan ha ändrats sedan dess är uppgifterna något osäkra. Ej tillsatta och internt tillsatta platser dras bort från det totala antalet avrapporterade platser.

Vi adderar sedan vissa placeringar i arbetsmarknadspolitiska program till antalet avrapporterade platser. Vissa program som innebär arbete registreras nämligen inte som ledig plats i Arbetsförmedlingens register men räknas som nyanställning i AKU. Programmen är individuellt anställningsstöd, offentligt skyddat arbete och anställning inom Samhall.

Enligt beräkningarna, som framgår av *tabell 2*, skulle 32 procent av alla (externa) nyanställningar avse platser som var anmälda till förmedlingen.³

I *figur 1* redovisas marknadsandelen för åren 1990–98 som beräknas på motsvarande sätt. Det verkar finnas en konjunkturell variation i andelen platser som anmäls till förmedlingen. Marknadsandelen sjunker i lågkonjunktur och stiger i högkonjunktur. Detta hänger sannolikt samman med till-

2. En ej publicerad enkätundersökning ställd till företag som hade anmält platser till Arbetsförmedlingen.

3. Vissa individuella anställningsstöd registreras dock som plats. Att dessa räknas in i platsandelen innebär att andelen överskattas. Om individuellt anställningsstöd inte alls räknas in i platsandelen sjunker andelen till 29 procent, vilket innebär en underskattning.

Tabell 2. Beräkning av andelen nyanställningar som gäller lediga platser anmälda till Arbetsförmedlingen 1998. (Källa: AKU egna beräkningar och AMS.)

A) Antalet totalt påbörjade anställningar, externa (1000-tal)	1 055
Förmedlingens platser (1000-tal)	
Totalt antal avrapporterade platser (>10 dagar)	353
minus ej tillsatta (nio procent)	-32
minus internt tillsatta (fem procent)	-18
plus arbetsmarknadspolitiska program	+39
B) Externt tillsatta platser anmälda hos förmedlingen (1000-tal)	342
C) Marknadsandel (B/A*100)	32 %

gången på sökande. Med många arbetslösa kan företaget få tillräckligt många sökande utan att anmäla platsen till förmedlingen. Om personer har sagts upp finns också en större möjlighet att återanställa tidigare anställda genom direktkontakter. Att återanställningar har stor betydelse på den svenska arbetsmarknaden visades i Harkman och Jansson (1995) och Jansson (1999). Under 1998 var andelen återanställningar för de arbetslösa 39 procent enligt våra beräkningar.

Det förefaller emellertid finnas en fallande trend i andelen som är oberoende av konjunkturen. Orsaken till denna trend kan vi bara spekulera i. Faktorer som skulle kunna påverka marknadsandelen är andelen tillfälliga jobb, andelen platser inom offentlig sektor och naturligtvis arbetsgivarnas förtroende för Arbetsförmedlingen.

Platser som gäller fasta jobb anmäls i större utsträckning till Arbetsförmedlingen än platser som gäller tillfälliga jobb (Jansson 1994). En ökad andel tillfälliga jobb skulle därför kunna påverka marknadsandelen i negativ riktning. Platser som gäller offentlig sektor anmäls troligtvis oftare till förmed-

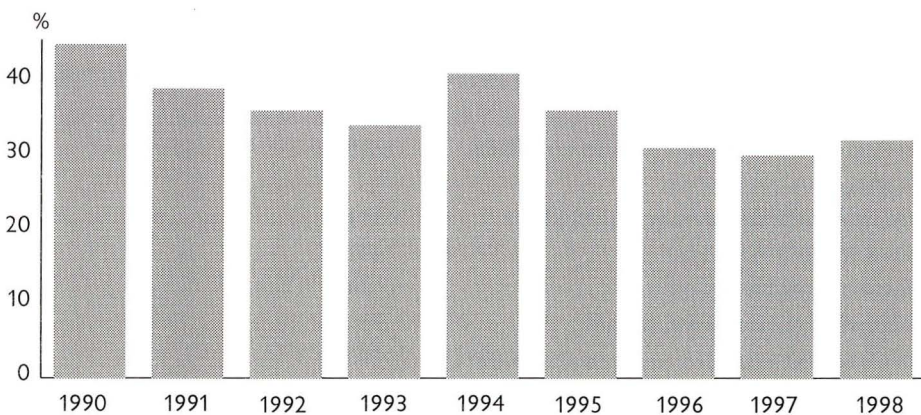
lingen än platser som gäller privat sektor. Med en relativ ökning av nya jobb inom den privata sektorn skulle marknadsandelen påverkas negativt.

Att arbetsgivarnas förtroende för Arbetsförmedlingen skulle ha minskat under 1990-talet finns det inget stöd för i de så kallade servicemätningar som AMS årligen genomför, där arbetsgivarna tillfrågas om hur de ser på förmedlingens arbete (Asklund 1999).

Andelen sökande som vänt sig till Arbetsförmedlingen

Det andra måttet på marknadsandelar avser hur många av de sökande som vänder sig till Arbetsförmedlingen för att söka jobb. Det finns inget tvång för de arbetslösa att anmäla sig till förmedlingen, men en stark drivkraft är kravet på registrering för att erhålla arbetslöshetsersättning. Ombyttessökande, dvs personer som söker jobb samtidigt som de är anställda, har däremot ingen anledning att anlita förmedlingen om de inte har tilltro till förmedlingens förmåga att hjälpa dem. De har redan en bättre position på

Figur 1. Marknadsandelen för platser 1990–98 (källa: AKU och AMS).



arbetsmarknaden och sannolikt fler kontakter med arbetsgivare än de som står utanför arbetsmarknaden. Förutom arbetslösa och ombytessökande utnyttjas förmedlingen också av personer som har stått utanför arbetsmarknaden samt personer som är tillfälligt på arbetsmarknaden. Fyra sökandegrupper kan således definieras:

- *arbetslösa*, personer som har varit arbetslösa någon gång under året;
- *ombytessökande*, personer som har varit sysselsatta och aktivt sökte ett nytt jobb under året;
- *nyttillträdande*, personer som har anställts under året utan att dessförinnan ha varit arbetslösa eller sysselsatta;
- *tillfälliga på arbetsmarknaden*, vanligtvis feriearbetande som annars studerar.

Enligt undersökningen tog 1 270 000 personer kontakt med Arbetsförmedlingen någon gång under 1998. Det motsvarade 24 procent av antalet personer i arbetsför ålder (16–64 år). Den största gruppen som kontaktade förmedlingen utgjordes av arbetslösa. Omkring 674 000 (53 procent) var arbetslösa. De ombytessökande utgjorde 15 procent av de som kontaktade förmedlingen. Därutöver var tre procent nyttillträdande och tre procent tillfälliga på arbetsmarknaden. En fjärdedel av de personer som kontaktade förmedlingen klassificerades inte som arbetssökande, av dem

hade de flesta en anställning. Det kunde till exempel röra sig om personer som ville ha ett annat arbete men inte aktivt sökte arbete i ett annat företag.

I *tabell 3* redovisas hur stor andel av de olika sökandegrupperna som kontaktade Arbetsförmedlingen. Av de arbetslösa hade 93 procent varit i kontakt med förmedlingen. Av samtliga arbetssökande hade cirka 56 procent varit i kontakt med förmedlingen.

Den vanligaste orsaken till att ta kontakt med Arbetsförmedlingen var att få hjälp av personalen att söka arbete (*tabell 4*). En tredjedel av de sökande angav detta som främsta anledning. Om man inkluderar de som besökte förmedlingen för att hämta platslista, söka jobb genom förmedlingens platsautomat eller för att de ville få yrkesvägledning uppgår andelen till 50 procent. Det näst vanligaste svaret var att man kontaktade förmedlingen för att få arbetslöshetsersättning.

Marknadsandelen för nyanställningar

Den tredje och sista marknadsandelen belyser Arbetsförmedlingens roll som informationsförmedlare vid nyanställningar. Personer som har rekryterats under året får frågan hur de fick information om sitt senaste jobb. Olika informationskanaler som direktkontakt med

Tabell 3. Andel i olika grupper som varit i kontakt med Arbetsförmedlingen, 1990–98. (Källa: AKU egna beräkningar.)

	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998
Arbetslösa	89,0	89,7	93,3	94,6	95,8	95,2	95,0	95,3	93,0
Ombytessökande	31,5	35,0	41,4	37,2	35,6	32,9	32,5	32,6	30,2
Nyttillträdande	24,1	28,2	39,6	32,1	36,8	37,3	35,0	37,4	37,0
Tillfälliga på arbetsmarknaden	19,5	18,4	19,4	17,6	17,4	18,4	17,4	14,2	16,9
Samtliga sökande	40,6	50,4	62,9	67,8	65,4	62,2	63,4	60,4	55,6

Tabell 4. Anledningen till kontakt med Arbetsförmedlingen för olika sökandegrupper. (Källa: AKU egna beräkningar.)

	Arbetslösa	Ombytessökande	Nyttillträdande	Tillfälliga	Samtliga
Hämta platslista/ söka i platsautomat	13,7	25,0	21,5	19,4	14,9
Få hjälp av personalen att söka arbete	39,6	33,0	32,9	34,7	32,4
Få arbetslöshetsersättning	22,0	10,6	22,1	10,8	17,7
Få yrkesvägledning	2,0	2,1	2,7	3,4	2,3
Få annan information	11,4	14,5	8,0	20,1	14,8
Få del av program	4,9	2,9	3,8	1,0	4,0
Anmäla ledig plats	0,3	2,5	0,0	0,0	4,9
Annat	6,1	9,3	8,9	10,6	9,0

arbetsgivare, arbetsgivaren tog kontakt, rekryteringskonsult/privat förmedling, annons och arbetsförmedling fångas in. Informationen från förmedlingen kan vara av två slag: antingen genom personalen eller genom platsjournal, datorsökning och liknande.

Av de informationskanaler som har utnyttjats är tips från vänner och bekanta samt direktkontakt med arbetsgivare de vanligaste, se *tabell 5*. Att informella kontakter är viktiga har visats av bland annat Klingvall (1998) och Granovetter (1995). Av samtliga som nyanställdes uppgav tolv procent (109 500 personer) att de hade fått information om sitt jobb genom Arbetsförmedlingen. Det är en ökning jämfört med före-

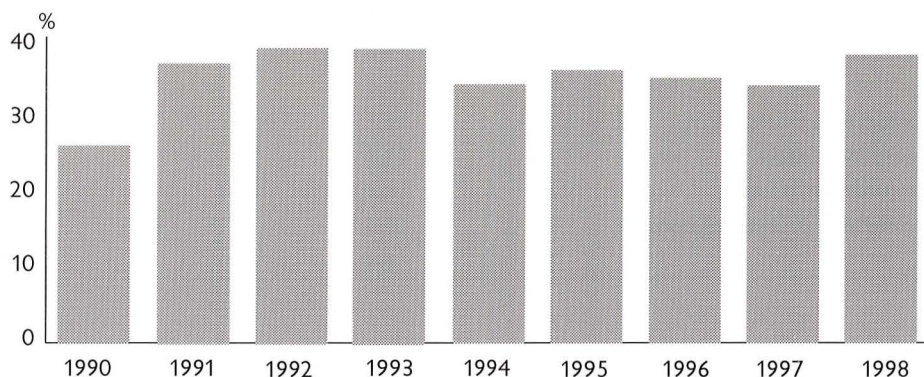
gående år. De som uppgav att de tog direkt arbetsgivarkontakt men att de fick tipset på förmedlingen är inräknade i denna siffra.

Andelen som har fått information om sitt jobb genom Arbetsförmedlingen har varierat mellan 10–15 procent sedan 1990. Hur ska denna andel bedömas? Andelen platser som anmäls till förmedlingen har avgörande betydelse för förmedlingens möjligheter att fungera som informationskanal. Platsandelen sätter en gräns för i vilken utsträckning Arbetsförmedlingen överhuvudtaget kan ge information om lediga jobb. Följaktligen kunde marknadsandelen för nyanställningar vara högst 32 procent under 1998. Marknadsandelen för nyanställningar

Tabell 5. Hur man fått information om sitt senaste jobb, samtliga nyanställda. (Källa: AKU egna beräkningar.)

	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998
Arbetsförmedlingen	11,7	14,6	14,1	13,4	13,9	12,8	10,8	10,1	12,0
Annons	16,4	11,3	7,6	5,5	8,3	8,3	8,5	9,0	10,3
Direktkontakt med arbetsgivare	28,6	25,8	28,8	26,3	23,2	25,1	24,9	25,5	20,8
Arbetsgivare tog kontakt	13,3	14,1	16,9	20,2	19,7	15,7	17,4	16,0	18,5
Tips från vänner och bekanta	23,7	24,3	22,4	24,1	25,1	29,6	29,1	31,4	27,7
Privat förmedling/ Rekryteringskonsult	0,0	0,3	0,2	0,9	0,5	0,4	0,4	0,6	0,9
Annat	6,4	9,9	10,3	9,2	9,2	8,1	9,1	7,5	9,9

Figur 2. Andelen nyanställda som uppgav att de fått information om sitt nya jobb av Arbetsförmedlingen, av maximalt möjliga.⁴ (Källa: AKU egna beräkningar och AMS.)



kan variera, oberoende av förmedlingens sätt att ta tillvara platser, på grund av att antalet platser som anmäls till förmedlingen varierar. Som ett alternativ kan vi således betinga marknadsandelen för nyanställningar med avseende på andelen platser. I relation till andelen platser som har anmälts till Arbetsförmedlingen är andelen nyanställda som har fått information om sitt nya jobb från förmedlingen högre under 1998 än tidigare år, se *figur 2*.

Det kan också vara intressant att studera genom vilka informationskanaler *de arbetslösa* har fått arbete. Andelen av de tidigare arbetslösa som fick information om sitt nya jobb genom Arbetsförmedlingen under 1998

var cirka 22 procent, se *tabell 6*. Det innebär att förmedlingen är den näst viktigaste enskilda informationskanalen för arbetslösa att finna en anställning. Det har blivit något mindre vanligt att information om det lediga jobbet erhålls via direktkontakt med arbetsgivaren och genom tips från vänner och bekanta. Tips från vänner och bekanta är emellertid fortfarande den vanligaste informationskanalen för arbetslösa.

En stor del av nyanställningarna utgörs emellertid, som tidigare nämnts, av återan-

4. Det vill säga marknadsandelen för nyanställningar dividerat med marknadsandelen för platser.

Tabell 6. Hur arbetslösa fått information om sitt senaste jobb. (Källa: AKU egna beräkningar.)

	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998
Arbetsförmedlingen	20,5	27,4	25,9	22,4	22,5	22,1	18,2	16,8	22,0
Annons	20,0	13,7	5,4	4,4	8,0	6,1	5,2	5,7	8,3
Direktkontakt med arbetsgivare	23,7	21,2	26,7	27,4	21,6	24,6	24,2	25,0	20,5
Arbetsgivare tog kontakt	12,4	12,1	15,6	20,3	20,1	17,7	18,3	16,6	17,0
Tips från vänner och bekanta	19,3	22,0	22,6	21,7	22,3	24,7	28,3	30,0	25,3
Privat förmedling/ Rekryteringskonsult	0,0	0,0	0,0	0,3	0,5	0,5	0,0	0,7	0,7
Annat	4,1	3,6	3,8	3,6	5,1	4,2	5,8	5,2	6,2

Tabell 7. Hur arbetslösa fått information om sitt senaste jobb, fördelat på återanställda och ej återanställda. (Källa: AKU egna beräkningar.)

	Återanställda	Ej återanställda
Arbetsförmedlingen	11,7	23,7
Annons	8,6	13,3
Direktkontakt med arbetsgivare	30,9	18,1
Arbetsgivare tog kontakt	23,9	11,8
Tips från vänner och bekanta	22,6	26,9
Privat förmedling/ Rekryteringskonsult	0,0	1,3
Annat	2,3	4,8

ställningar. Ofta kan det vara lönsamt och tidsbesparande för arbetsgivaren att vända sig till tidigare anställda vars kvalifikationer man känner till. Hur arbetsgivaren går ut med information om de lediga jobben påverkas därför av om det finns tillgång till tidigare anställda. Att en arbetssökande förväntar sig en återanställning kan också påverka sökbeteendet och vilka sökkanaler man använder sig av. Man kan anta att de som vet att de ska återanställas inte lägger ned lika mycket tid och energi på att söka andra jobb (Harkman & Jansson 1995).

Av de arbetslösa som fick en anställning var andelen återanställda cirka 39 procent.⁵ I *tabell 7* visas sökkanalerna för de återanställda respektive de som fick anställning hos en helt ny arbetsgivare. Som väntat erhöll de som fick jobb hos en ny arbetsgivare oftare informationen genom Arbetsförmedlingen. De återanställda däremot fick oftare informationen direkt från arbetsgivaren eller blev kontaktade av en arbetsgivare. Mer än hälften av de återanställda fick informationen på detta sätt.

Diskussion

Artikeln har empiriskt redovisat omfattningen av Arbetsförmedlingens marknadsandelar i tre olika dimensioner. Marknads-

andelarna sammanfattar i vilken omfattning Arbetsförmedlingen utnyttjas av arbetsgivare respektive arbetssökande och i vilken utsträckning det resulterar i en anställning. Ibland har marknadsandelarna kommit att betraktas som ett mått på hur framgångsrik verksamheten har varit. Det är sant att en viss storlek på förmedlingens marknadsandelar är en förutsättning för en effektiv platsförmedling. Höga marknadsandelar är emellertid inget självändamål. Det är exempelvis inte självklart att alla platser effektivt matchas med arbetssökande genom att de anmäls till förmedlingen. Arbetsförmedlingen eftersträvar att de arbetssökande ska utnyttja de kanaler och den information som ökar deras chanser mest. Man anordnar exempelvis jobbsökar kurser som lär arbetssökande hur de mest effektivt söker jobb. Detta motverkar direkt andelen jobb där informationen kommer via förmedlingen. Det finns också andra faktorer som kan påverka marknadsandelarna. Arbetsförmedlingens företagskontakter kan leda till att

5. Definitionen på återanställning är att personen har varit arbetssökande någon gång under 1998, uppger en lön vid intervjutillfället samt har arbetat hos samma arbetsgivare tidigare.

en arbetslös får jobb utan att någon plats har registrerats. De arbetsmarknadspolitiska programmen kan också leda till en fortsatt anställning hos anordnaren. På dessa sätt medverkar Arbetsförmedlingen indirekt till jobb. Mycket av Arbetsförmedlingens insatser som leder till arbete för de arbetsökande syns således inte i de mått på marknadsandelar som har redovisats i denna artikel. Likafullt är en redovisning av detta slag viktig. Med längre serier kan vi finna mönster i utvecklingen och stimulera diskussioner kring arbetsätt och inriktning. En minskande andel måste tas under övervägande och kan i somliga fall motivera en närmare granskning av hur verksamheten bedrivs. Ett viktigt komplement är då de servicemätningar som AMS årligen genomför (Asklund 1999), där arbetssökande och arbetsgivare tillfrågas om hur de ser på Arbetsförmedlingens arbete.⁶

Referenser

- Asklund S (1999) "AMS Servicemätning 1999" Uin 1999:2, Arbetsmarknadsstyrelsen, Stockholm.
- Granovetter M (1995) *Getting a Job – A Study of Contacts and Careers*, 2:a upplagan. University of Chicago Press, Chicago och London.
- Harkman A & Jansson F (1995) "Sökaktivitet, återanställning och chansen att få jobb" Ura 1995:4, Arbetsmarknadsstyrelsen, Stockholm.
- Jansson F (1994) "Marknadsandelar för fasta och tillfälliga platser" PM, Arbetsmarknadsstyrelsen, Stockholm.
- Jansson F (1999) "Rehires and Unemployment Duration – New Evidence of Temporary Lay-offs on the Swedish Labour Market" Ura 1999:10, Arbetsmarknadsstyrelsen, Stockholm.
- Klingvall M (1998) "Arbetsgivarnas rekryteringsmetoder" Ura 1998:2, Arbetsmarknadsstyrelsen, Stockholm.
- Okeke S (1999) "Arbetsförmedlingens marknadsandelar 1998" Ura 1999:8, Arbetsmarknadsstyrelsen, Stockholm.

6. Till viss del redovisas även denna typ av frågeställningar i Okeke (1999).