

HVILKE REKRUTTERINGSKANALER BENYTTER BEDRIFTENE?

Av Johannes Sørbø og Kari-Mette Ørbog

Sammendrag

Vi ser i denne artikkelen på hvilke rekrutteringskanaler bedriftene benyttet ved siste rekruttering. Vi finner at 58 prosent av bedriftene lyste ut stillingen sin i en offentlig kanal. Dette er en klar økning fra 2005, da man i en liknende undersøkelse fant at kun 40 prosent av stillingene ble lyst ut offentlig. Det er i all hovedsak økt bruk av internett som ligger bak økningen i andelen offentlig utlyste stillinger, ved at bruk av egne hjemmesider og stillingsdatabaser på internett nå er langt mer vanlig. At personen som ble ansatt selv tok kontakt med bedriften, uten at stillingen var lyst ut andre steder, er langt mindre vanlig nå enn i 2005.

Blant bedrifter med 50 ansatte eller mer, svarer så å si alle bedriftene at de har benyttet en offentlig kanal ved siste rekruttering. Dette gjelder i alle næringer. For små og mellomstore bedrifter ser vi derimot at det er stor forskjell i rekrutteringspraksis mellom de ulike næringene. Bedriftene i offentlig forvaltning, helse, pleie og omsorg og innen finansierings- og forsikringsvirksomhet bruker i størst grad offentlige rekrutteringskanaler, mens bedriftene i blant annet jordbruk, skogbruk og fiske, deler av industrien og i bygg og anlegg i langt større grad bruker interne kanaler, som eget nettverk, i rekrutteringsprosessen.

Selv om en høyere andel av stillingene nå lyses ut offentlig enn i 2005, ser det ut til at NAV fanger opp en mindre andel av stillingene i sin stillingsdatabase. Økt bruk av egen hjemmeside og andre stillingsdatabaser enn nav.no kan forklare dette.

Innledning

Aetat gjennomførte i 2005 en undersøkelse hvor det blant annet ble undersøkt hvilke kanaler bedriftene brukte når de rekrutterte arbeidskraft, og om det var ulikt fra næring til næring hvor vanlig det var å lyse ut stillingene offentlig. Etter 2005 har det ikke vært gjennomført tilsvarende undersøkelser. Når spørsmålet dukker opp, har det derfor blitt vist til resultatene fra 2005. Hvor stor andel av stillingene som lyses ut i offentlige kanaler som aviser, stillingsbaser på internett eller egen hjemmeside kan imidlertid variere med konjunktorene og over tid.

Tilgangen til og bruken av internett har økt betydelig siden 2005 for både husholdninger og bedrifter. I følge Statistisk Sentralbyrås IKT-undersøkelser hadde 64 prosent av husholdningene tilgang til internett i 2005, mens det gjaldt hele 93 prosent av husholdningene i 2012. Det er også vanligere å bruke internett til å søke etter jobber nå enn det var den gang. I 2005 svarte 18 prosent av befolkningen mellom 16 og 74 år at de hadde brukt internett til å søke på jobb i løpet av de siste tre månedene, mens det gjaldt 30 prosent i 2011. Bredbåndsutbyggingen i Norge har også gjort at langt flere bedrifter nå har en rask bredbåndsforbindelse enn det som var tilfelle i 2005. Det betyr at det både er billigere og enklere for bedriftene å legge ut stillingene på internett nå enn i 2005, og siden flere husholdninger bruker internett, vil det også være mer effektivt enn den gang. Det er derfor all grunn til å forvente at bruken av internett i stillingsutlysningene har økt.

I bedriftsundersøkelsen høsten 2012 la vi til spørsmålet fra 2005, og ba bedriftene om å oppgi hvilken rekrutteringskanal som ble benyttet siste gang bedriften rekrutterte en ny ansatt. Svaralternativene var de samme som i 2005.

Det er interessant å vite mer om hvor mange stillinger som lyses ut offentlig, blant annet fordi det gir et bilde av hvor transparent arbeidsmarkedet vi har i Norge, og om det er viktig å ha et godt nettverk for å komme i arbeid. Det er også interessant fordi det sier noe om hvor stor del av stillingsmarkedet som dekkes av NAVs arbeidsmarkedsstatistikk. I NAVs stillingsstatistikk inngår både stillinger som blir meldt til NAV eller på nav.no og stillinger som lyses ut i trykte

Datagrunnlag

Dataene i denne artikkelen er hentet fra NAVs bedriftsundersøkelse høsten 2012 (Ørbog og Sørbo, 2012). I denne undersøkelsen kontaktet vi 2 861 bedrifter, og fikk svar fra 61 prosent. Undersøkelsen ble gjennomført i tidsrommet 24. september til 1. november 2012. Store bedrifter (mer enn 200 ansatte) er overrepresentert i utvalget, og resultatene er derfor vektet for dette. For resultatene som er på tvers av næringer er det også vektet for den næringsvise fordelingen i populasjonen, og eventuelle skjevheter i svarene i forhold til denne.

I undersøkelsen fra 2005 bestod utvalget av 7 000 bedrifter og svarprosenten var 64, altså mer enn dobbelt så mange svar som i den siste undersøkelsen. Den gang ble det også stilt flere og mer detaljerte spørsmål om stillingene bedriftene hadde lyst ut, og det var derfor nødvendig med et større utvalg. Vi har ikke tilgang til datasettet fra 2005, og får dermed ikke sett detaljert på svarene fra den gang. Det gir noe usikkerhet i sammenligning av resultatene. Små endringer siden 2005 kan være tilfeldige, mens de store endringene fra den gang trolig kommer av reelle endringer i bedriftenes rekrutteringspraksis.

media. Denne statistikken dekker dermed en høy andel av de offentlig utlyste stillingene. Dersom andelen stillinger som lyses ut offentlig er lav, vil dette bety at NAVs stillingsstatistikk kan være lite representativ for etterspørselen etter arbeidskraft, og dermed være en dårlig konjunkturindikator. Er andelen stillinger som lyses ut derimot høy, vil NAVs stillingsstatistikk kunne være en god indikator på utviklingen i etterspørselen etter arbeidskraft.

Flest stillinger lyses ut offentlig

Tabell 1 viser andelen stillinger som kun lyses ut offentlig, andelen som kun bekjentgjøres internt og andelen der begge kanaler ble benyttet.

Tabell 1. Bedrifter som har benyttet offentlig utlysning, intern rekruttering eller begge kanaler ved sist rekrutterte person. Prosentandeler

Stilling	2012
Offentlig utlyst	37
Ikke offentlig utlyst	42
Begge deler	21

Kilde: NAVs bedriftsundersøkelse høsten 2012.

For at en stilling skal regnes som offentlig utlyst må den ha stått i trykte medier, være registret i en stillingsdatabase på internett, være utlyst via bedriftens egen hjemmeside eller være registret hos NAV. Totalt benyttet 58 prosent av bedriftene seg av offentlig utlysning ved sin siste rekruttering. Det er dermed en langt større andel av stillingene som har vært lyst ut offentlig nå enn for syv år siden, da bare 40 prosent av stillingene var lyst ut offentlig (Hagtvet 2005). Vi har imidlertid ikke tall for hvor stor andel av de 40 prosentene som da brukte både offentlige og interne rekrutteringskanaler i 2005.

Det er naturlig å tenke seg at andelen stillinger som lyses ut offentlig kan variere med konjunktorene. I en lavkonjunktur med høy ledighet vil det være enklere å få tak i arbeidskraft for arbeidsgiverne. Flere vil gjerne ta kontakt med bedriften på egen hånd, og kanskje vil også flere i ens eget nettverk være på jakt etter jobb. I 2005 var norsk økonomi i bedring og arbeidsledigheten falt klart gjennom året. I 2012 var arbeidsledigheten derimot ganske stabil, og den økonomiske veksten avtok mot slutten av året. Det ser altså ikke ut til situasjonen på arbeidsmarkedet kan forklare den økte andelen offentlig utlysninger fra 2005 til 2012, selv om ledigheten var noe høyere den gang.

I figur 1 ser vi at det er økt bruk av internett som har bidratt til at langt flere stillinger lyses ut offentlig. Det er betydelig vanligere å legge ut stillingene på egen hjemmeside og/eller på en stillingsdatabase på internett i 2012 enn det var i 2005. I alt var det 42 prosent av bedriftene som kun valgte å benytte seg av rekrutteringskanaler som ikke var offentlige i høstens undersøkelse. I tillegg til intern rekruttering, eget nettverk og at personen som ble rekruttert selv tok kontakt, inkluderer dette også bruk av bemanningsbyrå og bruk av CV-databaser på internett. Dersom en bedrift har valgt å kontakte et bemanningsbyrå uten å lyse ut stillingen, vil kun brukere av dette bemanningsbyrået ha mulighet til å få jobben og stillingen har altså ikke vært tilgjengelig for allmenheten. Det samme vil gjelde ved bruk av en CV-database.

Selv om en stilling er lyst ut offentlig etter kriteriene vi her har lagt til grunn, vil stillingens tilgjengelighetsgrad variere etter hvilken rekrutteringskanal som er benyttet. Blant arbeidssøkere er det vanlig å benytte

stillingsdatabaser på nett, som nav.no og finn.no. Stillinger som legges ut her vil dermed treffe et stort marked. En stilling som kun legges ut på egen hjemmeside vil derimot kreve noe mer av arbeidssøkerne. Stillingen vil da ikke komme med i automatiske søk på stillingsdatabasene, men kreve at arbeidssøkerne selv oppsøker bedriftens hjemmesider for å finne stillingen. På samme måte vil stillingsannonser i regionaviser kun nå ut til arbeidssøkere i regionen, mens arbeidssøkere i andre deler av landet vanskelig kan få med seg at stillingen er ledig. Vi ser imidlertid av figur 1 at det er vanligere å kombinere flere rekrutteringskanaler nå enn det var i 2005, og at internett er hovedgrunnen til dette. Blant de som har benyttet egen hjemmeside, har for eksempel en tredjedel også benyttet NAV, mens halvparten har benyttet en stillingsbase på nettet og 60 prosent har hatt annonse i avis i tillegg til egen hjemmeside. Ved å benytte flere rekrutteringskanaler øker tilgjengeligheten og flere får mulighet til å søke på stillingen, noe som er positivt både for arbeidssøkere og arbeidsgivere.

Bedriftenes eget nettverk og trykte medier er de vanligste rekrutteringskanalene

Selv om det vanligste nå er å lyse ut stillingene offentlig, er det å benytte eget nettverk til å rekruttere arbeidskraft den vanligste enkeltkanalen måten å rekruttere på, noe det også var i 2005. Den gang var det 37 prosent som benyttet eget nettverk, mot 35 prosent i 2012. Det er særlig i små bedrifter at eget nettverk er vanligere å bruke. Mer enn 60 prosent av bedriftene som har benyttet eget nettverk har færre enn 10 ansatte.

Den største forskjellen fra 2005 er at internett er blitt en langt vanligere kanal å benytte seg av. Det gjelder både ved at bedriftene benytter egen hjemmeside og stillingsdatabaser som nav.no og finn.no. En del av de som har benyttet nav.no vil trolig ligge i kategorien Aetat/NAV i figur 2, og økt bruk av internett kan dermed være en forklaring på at andelen som brukte Aetat/NAV har økt siden 2005. Selv om bruken av internett har økt markant, har det likevel ikke blitt mindre vanlig å annonse-re i trykte medier. Man kunne tenke seg at flere valgte å bruke egne hjemmesider og stillingsdatabaser på internett i stedet for å annonsere i for eksempel aviser. Mange arbeidssøkere legger nå inn stillingssøk på en

stillingsdatabase på internett, og får epost-varsel når en relevant stilling blir lagt ut. Samtidig har papiravisene opplevd fallende opplag. Likevel er det en større andel av bedriftene som nå svarer at de benytter annonser i trykte medier enn det som var tilfelle i 2005. De fleste som annonserer i media bruker likevel internett i tillegg. Om lag 60 prosent av bedriftene som brukte annonser i trykte media ved siste ansettelse, brukte i tillegg egen hjemmeside og/eller stillingsdatabase på internett. En forklaring på dette kan være at mange velger å ha en henvisningsannonse i avis, hvor det vises til annonse på internett. Dette er gjerne betydelig billigere enn å ha en full annonse i aviser, og kan dermed ha bidratt til at det fortsatt er vanlig med annonser i avisene.

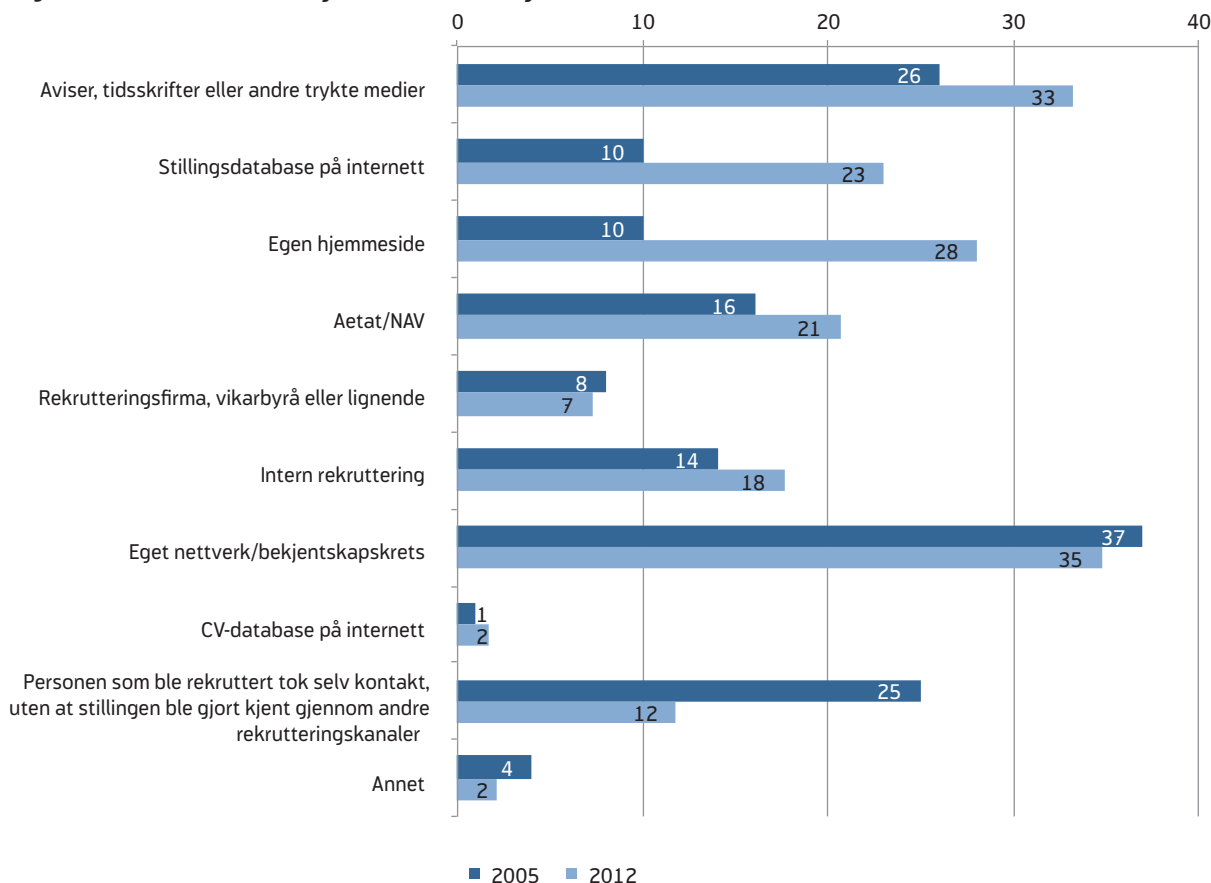
Andelen som blir rekruttert etter selv å ha kontaktet bedriften, uten at stillingen ble gjort kjent gjennom andre rekrutteringskanaler, er halvert siden 2005. Det at langt flere av stillingene nå lyses ut offentlig enn det man fant i 2005 ser altså ut til å komme av økt bruk av internett, på bekostning av at arbeidssøkerne selv tar

kontakt med bedriften. En mulig forklaring kan kanskje være at det at langt flere bedrifter nå legger ut ledige stillinger på egne hjemmesider gjør at arbeidssøkerne i større grad benytter disse, fremfor å oppsøke bedrifter og spørre om de har en ledig stilling.

Vanligst å lyse ut stillinger i store bedrifter

Det er en klar sammenheng mellom bedriftens størrelse og om de lyser ut stillingen sin offentlig. Blant bedrifter med 50 ansatte eller mer, svarer 92 prosent at de brukte en offentlig rekrutteringskanal ved siste ansettelse, mens det samme gjelder 53 prosent av bedriftene med under 50 ansatte. Denne forskjellen står seg også om vi setter en annen grense enn 50 ansatte. Ser vi for eksempel på bedrifter med over og under 10 ansatte finner vi at 68 prosent av de med mer enn 10 ansatte lyser ut offentlig, mens det kun gjelder 41 prosent av de med færre enn 10 ansatte. Desto mindre bedriftene er, desto større er altså sannsynligheten for at bedriften velger å la være å lyse ut stillingen, men heller bruke eget nettverk eller lignende.

Figur 1. Bruk av rekrutteringskanaler. 2005 og 2012. Prosent



Kilde: NAVs bedriftsundersøkelse høsten 2012 og Aetat rapport 1/2005

Store næringsvise forskjeller

Næringen som oftest lyser ut stillinger offentlig er offentlig forvaltning. Hele 93 prosent av bedriftene oppgir her at de benyttet en offentlig rekrutteringskanal ved sin siste ansettelse. Deretter følger helse- og sosialtjenester og finansierings- og forsikringsvirksomhet. I undersøkelsen som ble gjennomført i 2005 var det de samme tendensene som vises i figur 2. Flest stillinger ble lyst ut i offentlig forvaltning, undervisning og i

helse- og sosialtjenester, mens de som i minst grad lyste ut ledige stillinger offentlig var bedrifter innen jordbruk, skogbruk og fiske og innen bygge- og anleggsnæringen. Dette stemmer også godt overens med resultatene fra 2012, der de samme næringene i minst grad benyttet seg av offentlig utlysning.

I offentlig sektor er det lovpålagt å lyse ut stillinger offentlig, med mindre spesielle forhold tilsier noe annet.

Figur 2. Bedrifter som benyttet offentlig utlysning av siste stilling det ble ansatt noen, etter næring. 2012. Prosent



Kilde: NAVs bedriftsundersøkelse høsten 2012.

Det er ikke tilfelle i privat sektor. Dette forklarer den høye andelen utlysninger i offentlig forvaltning og helse- og sosialtjenester. Innen næringen jordbruk, skogbruk og fiske er det trolig mye bruk av faste sommervikarer, hvor rekrutteringen ofte kan gå gjennom bekjentskap. Også i bygge- og anleggsnæringen er eget nettverk den vanligste rekrutteringskanalen.

De største bedriftene (50 ansatte eller mer) svarer i stor grad at de lyser ut stillingene offentlig innenfor alle næringer. I de små bedriftene er det derimot stor forskjell mellom næringene. Ser vi for eksempel på bedrifter med færre enn 10 ansatte, er det fortsatt de samme tre næringene som lyser ut klart flest stillinger offentlig, mens det i liten grad lyses ut offentlig i jordbruk, skogbruk og fiske og deler av industrien. Det ser likevel ikke ut til at forskjellen mellom næringer kan forklares med at noen næringer har en stor andel små bedrifter, som i større grad benytter eget nettverk. Til det er forskjellen i rekrutteringspraksis mellom de små bedriftene på tvers av næring for stor.

Fanger NAV opp færre av de ledige stillingene?

Til tross for at vi her finner at en betydelig høyere andel av stillingene lyses ut i offentlige kanaler enn i 2005, ser det ut til at stillingsstatistikken til NAV fanger opp færre av stillingene enn tidligere. Frem til 2010 var tilgangen på ledige stillinger i NAVs statistikk en god indikator for hvordan sysselsetting og ledighet ville utvikle seg de neste månedene. Ved vendepunkt på arbeidsmarkedet snudde gjerne tilgangen på stillinger noen måneder før sysselsettingen og arbeidsledigheten. De siste tre årene har imidlertid tilgangen på ledige stillinger i vår statistikk holdt seg stabil, selv om sysselsettingsveksten tok seg klart opp og ledigheten falt. NAVs brukerundersøkelse blant arbeidsgivere viser også at bedriftene i mindre grad benytter NAV og nav.no til å lyse ut stillinger og til å få rekrutteringsbistand enn de gjorde tidligere (NAV 2012). Arbeidsgiverne svarer også at de er noe mindre fornøyd med NAVs selvbetjeningsløsninger enn tidligere. Dersom arbeidsgiverne i større grad velger å benytte egne hjemmesider eller andre stillingsdatabaser i stedet for nav.no, vil det kunne forklare hvorfor vår stillingsstatistikk ser ut til å treffe dårligere enn før. Jevnt over ser det også ut til at det nå ligger flere ledige stillinger ute på

finn.no enn på nav.no. Den 9. april var det for eksempel 18 200 ledige stillinger på finn.no, mot 12 500 på nav.no. Dersom en fallende andel av de ledige stillingene fanges opp på nav.no er dette uheldig, siden NAV benytter denne kilden til å koble arbeidssøkere som er meldt ledige hos NAV mot ledige stillinger. Færre ledige stillinger på nav.no vil kunne gjøre det vanskeligere å matche arbeidsledige mot en ledig stilling. En fallende markedsandel for NAV sin stillingsdatabase vil også bidra til at statistikken over tilgangen på ledige stillinger blir en dårligere konjunkturindikator.

Referanser

Håkon Hagtvet (2005): *Undersøkelse om rekruttering av arbeidskraft*. Rapport nr.1/2005. Oslo: Aetat Arbeidsdirektoratet.

Ørbog, Kari-Mette og Johannes Sørbø (2012): «NAVs Bedriftsundersøkelse høsten 2012». *Arbeid og velferd*, 3/2012, 22–40.

NAV (2012): *Brukerundersøkelse blant arbeidsgivere 2012*. Oslo: Arbeids- og velferdsdirektoratet

Vedlegg

Bedriftene ble stilt følgende spørsmål:

For den siste personen dere rekrutterte, hvilke rekrutteringskanaler ble benyttet for denne stillingen?

(Flere kryss mulig)

- Aviser, tidsskrifter eller andre trykte medier
- Stillingsdatabase på internett
- Egen hjemmeside
- NAV
- Rekrutteringsfirma, vikarbyrå eller lignende
- Intern rekruttering
- Eget nettverk/bekjentskapskrets
- CV-database på internett
- Personen som ble rekruttert tok selv kontakt, uten at stillingen ble gjort kjent gjennom andre rekrutteringskanaler
- Annet: _____