
Hvilke rekrutteringskanaler benytter virksomhetene?

© NAV august 2019

EIER
Arbeids- og velferdsdirektoratet
Postboks 5, St. Olavs plass
0130 Oslo

BESTILLING OG ABONNEMENT

Vår e-post adresse er: arbeid.og.velferd@nav.no

Våre analyser er tilgjengelig på www.nav.no/analyser
Notatet finnes under lenken *Arbeidsmarkedet* og lenken *NAV notatserie*

ISBN 978-82-551-2491-7

HVILKE REKRUTTERINGSKANALER BENYTTET VIRKSOMHETENE?

Av: Åshild Male Kalstø

Sammendrag

I NAVs bedriftsundersøkelse 2019 har vi sett nærmere på hvilke rekrutteringskanaler virksomhetene benyttet ved siste rekruttering. Vi undersøker blant annet hvor mange stillinger som lyses ut offentlig som sier noe om hvor transparent det norske arbeidsmarkedet er. 62 prosent av virksomhetene i årets undersøkelse svarte at de lyste ut stillingen sin i en offentlig kanal. Dette er noe høyere enn vi har sett tidligere år.

Bruken av trykte medier er blitt mindre vanlig som rekrutteringskanal de siste årene, mens internett og sosiale medier brukes i større grad. Blant de største virksomhetene, med 50 ansatte eller mer, svarer et stort flertall av virksomhetene at de har benyttet en offentlig kanal ved siste rekruttering, unntaket er bedrifter innen jordbruk, skogbruk og fiske. For små og mellomstore bedrifter ser vi derimot at rekrutteringspraksis varierer mellom de ulike næringene, hvor virksomhetene innen offentlig forvaltning og helse skiller seg ut ved en høy andel offentlig utlyste stillinger.

Virksomhetene i offentlig forvaltning, helse- og sosialtjenester samt innen undervisning bruker i størst grad offentlige rekrutteringskanaler, mens virksomhetene i blant annet jordbruk, skogbruk og fiske, deler av industrien og i bygg og anlegg i langt større grad bruker uformelle kanaler, som eget nettverk, i rekrutteringsprosessen.

Det er stort sett små forskjeller mellom fylkene når det gjelder virksomhetenes rekrutteringspraksis. Når vi kontrollerer for forskjell i nærings sammensetning og størrelse på virksomhetene finner vi at virksomhetene i Agder, Vestfold og Telemark samt Øst-Viken i mindre grad lyser ut ledige stillinger offentlig. For de andre fylkene finner vi ingen signifikante forskjeller.

Innledning

I forbindelse med NAVs bedriftsundersøkelse 2019 ønsket vi å undersøke hvilke kanaler virksomhetene¹ bruker når de rekrutterer arbeidskraft. Vi ønsket blant annet å se på hvor vanlig det er å lyse ut stillingene gjennom offentlig tilgjengelige kanaler. Dette er også blitt undersøkt tidligere år og vi vil her sammenlikne med 2017 og 2012. I alle disse undersøkelsene ba vi virksomhetene om å oppgi hvilken rekrutteringskanal som ble benyttet siste gang bedriften rekrutterte en ny ansatt.

Det er interessant å vite mer om hvor mange stillinger som lyses ut offentlig blant annet fordi det gir et bilde av hvor transparent arbeidsmarked 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 stillinger som blir meldt til NAV eller på nav.no, stillinger som er offentliggjort i media, stillinger meldt til NAV fra Eures (nettverk for ledige stillinger i Europa) samt stillinger hentet basert på avtaler mellom NAV og private stillingsdatabaser i Norge. 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

For at en stilling skal regnes som offentlig utlyst må den ha stått i trykte medier, være registrert i en stillingsdatabase på internett, være utlyst via bedriftens

.....
¹ I norsk dagligtale benyttes begrepene foretak, virksomhet og bedrift ofte om hverandre. Et foretak kan ha én eller flere underenheter som utfører aktivitet. Det er disse underenhetene som har svart på NAVs bedriftsundersøkelsen. Tidligere ble begrepet bedrift benyttet om disse enhetene, men ettersom NAVs bedriftsundersøkelse ikke bare omfatter næringslivet, men også det offentlige, er virksomhet ansett som mer dekkende. I dette notatet bruker vi derfor ordet virksomhet når vi omtaler enhetene. Se SSB for mer informasjon (<https://www.ssb.no/virksomheter-foretak-og-regnskap/artikler-og-publikasjoner/fra-bedrift-til-virksomhet>).

Datagrunnlag

Dataene i denne artikkelen er hentet fra NAVs bedriftsundersøkelse 2019 (Kalstø), 2017 (Kalstø og Sørbo, 2017) og 2012 (Ørbog og Sørbo, 2012). I 2019 svarte 11 168 virksomheter på undersøkelsen, som gir en svarprosent på 68. I år hadde Finnmark en så lav svarprosent at vi har valgt å ikke gi ut resultater fra fylket, men svarene er med i landstallene. Undersøkelsen ble gjennomført i tidsrommet 29. januar til 13. mars 2019. Store bedrifter (mer enn 399 ansatte i privat sektor og mer enn 99 i offentlig sektor) er overrepresentert i utvalget, og resultatene er derfor vektet for dette. For resultater på tvers av næringer/fylker er det også vektet for den næringsvise/fylkesvise fordelingen i populasjonen, og eventuelle skjevheter i svarene i forhold til denne.

Undersøkelsen fra 2012 skiller seg fra de to siste ved at utvalget var mindre. Den gang bestod utvalget av 2 861 bedrifter og svarprosenten var 61. Spørsmålet som var stilt var imidlertid det samme, men fra 2016 har vi inkludert sosiale medier som et eget svaralternativ. Små endringer siden 2012 kan være tilfeldige, mens de store endringene trolig skyldes reelle endringer i virksomhetenes rekrutteringspraksis. I 2019 har vi også gjort noen endringer ved at det er blitt lagt ved noen flere rekrutteringskanaler som alternativ. Se vedlegg for hvilke alternativ som var med i 2017 og 2019.

Regionene og fylkene har i gjennomføringen av årets undersøkelse selv fått velge om de vil følge den nye regionstrukturen i NAV. Den følger stort sett de samme nye regionstrukturene som trer i kraft 01.01.2020. Unntaket er Viken som i NAV er delt i to områder; Vest- og Øst-Viken. Vest-Viken består av Buskerud samt Asker og Bærum, mens Øst-Viken består av Østfold og de resterende kommunene i Akershus. Alle regionene/fylkene, bortsett fra Finnmark og Troms har valgt å følge den nye inndelingen i årets undersøkelse.

egen hjemmeside, på sosiale medier eller være registrert hos NAV. Totalt benyttet 62 prosent av virksomhetene seg av offentlig utlysning ved sin siste rekruttering (tabell 1). Dette er noe høyere enn i 2017 og 2012 da andelen lå på 58 prosent.

I alt var det 38 prosent av virksomhetene som kun valgte å benytte seg av rekrutteringskanaler som ikke var offentlige i årets 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

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

Stilling	2019	2017	2012
Offentlig utlyst	37	38	37
Ikke lyst ut offentlig	38	42	42
Begge deler	25	19	21
Total	100	100	100

Kilde: NAVs bedriftsundersøkelse 2012, 2017 og 2019

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 virksomhetenes 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. Det å kombinere flere rekrutteringskanaler ser ut til å være relativt vanlig. 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. Blant de som har benyttet egen hjemmeside, har for eksempel rundt 80 prosent også benyttet NAV og/eller stillingsbase på nettet og/eller hatt annonse i avis i tillegg. Dette er omtrent samme nivå som i 2017.

Stillingsdatabaser på nett, virksomhetenes egne hjemmeside og nettverk er de vanligste rekrutteringskanalene

Den vanligste enkeltkanalen er virksomhetenes egen hjemmeside og deretter eget nettverk (Figur 1). Mange bruker også stillingsdatabaser på nett. Hvis vi ser på disse samlet, oppgir 39 prosent av virksomhetene at de har benyttet seg av dette. Hele 25 prosent oppgir nå å ha brukt sosiale medier som rekrutteringskanal.

Å bruke eget nettverk er vanligst i små bedrifter. Rundt 60 prosent av virksomhetene som svarte at de har benyttet eget nettverk har færre enn 10 ansatte.

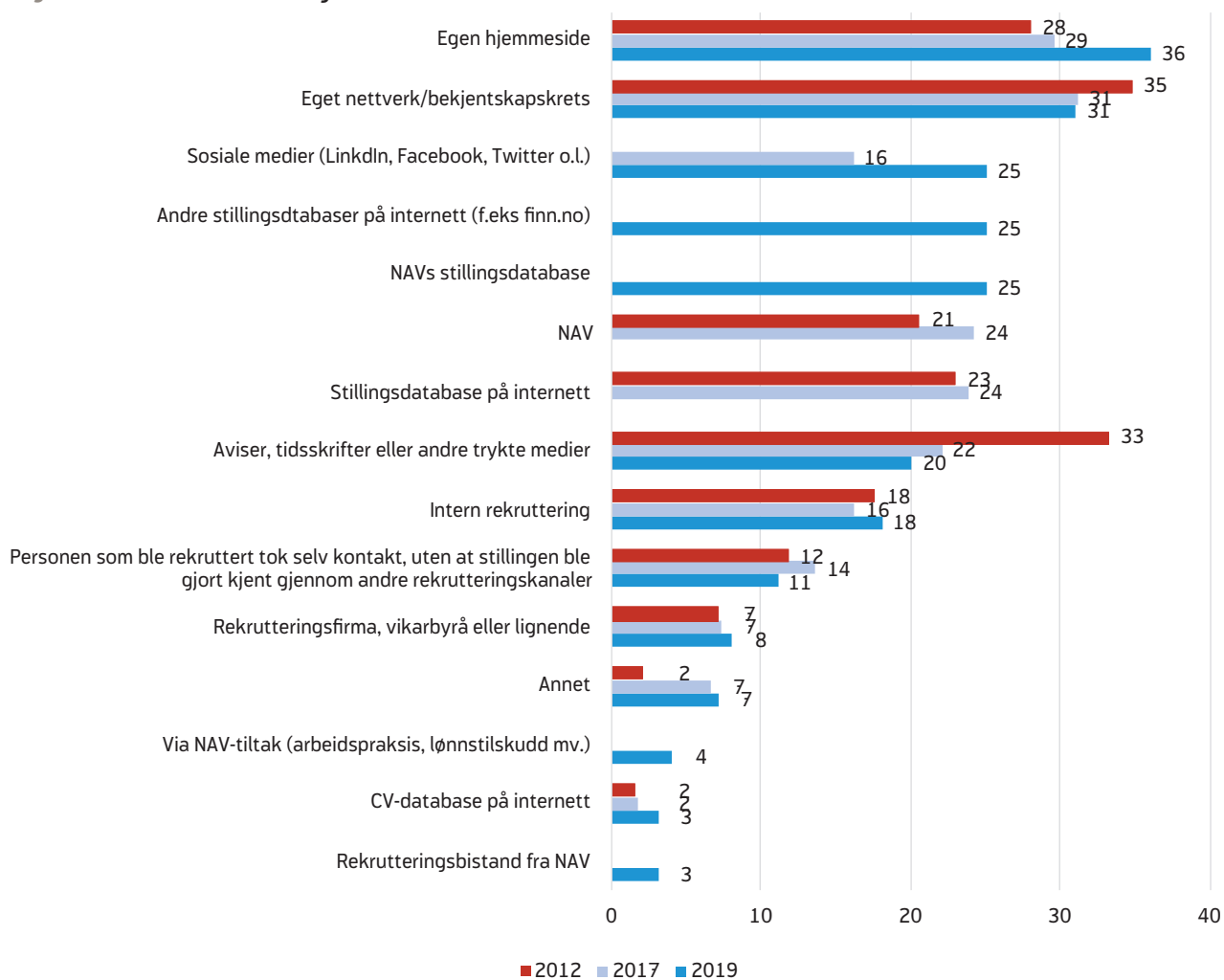
Det har vært en forskyvning av virksomhetenes bruk av rekrutteringskanaler de siste årene. Den største forskjellen fra 2012 er at det er blitt mindre vanlig å benytte seg av aviser, tidsskrifter og andre trykte medier som kanal. Mens 33 prosent av virksomhetene hadde benyttet denne kanalen i 2012, gjorde kun 20 prosent det i 2019. 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. Mange av de som annonserer i media bruker internett i tillegg. Over 80 prosent av virksomhetene som brukte annonser i trykte media ved siste ansettelse, brukte i tillegg egen hjemmeside og/eller stillingsdatabase på nett.

Bruk av sosiale medier har økt betydelig de siste årene. Sosiale medier ble ikke lagt til som egen kategori i våre undersøkelser før i 2016, men vi finner at bruken av slike kanaler har økt noe fra henholdsvis 12 og 16 prosent i 2016 og 2017 til 25 prosent i 2019. Samtlige næringer benytter denne rekrutteringskanalen stadig mer. Innen finansierings- og forskningsvirksomhet, helse- og sosialtjeneste, offentlig forvaltning, informasjon og kommunikasjon samt elektrisitet, vann og renovasjon var det over 30 prosent av virksomhetene som oppga å ha brukt sosiale medier ved forrige rekruttering.

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 88 prosent at de brukte en offentlig rekrutteringskanal ved siste ansettelse, mens det samme gjelder 51 prosent av virksomhetene med under 50 ansatte og 41 prosent av virksomhetene med færre enn 10 ansatte. Desto mindre virksomhetene er, desto større er altså sannsynligheten for at bedriften velger å la være å lyse ut stillingen, men heller bruke eget nettverk eller lignende. Vi ser likevel en tendens til at både flere store og mindre bedrifter velger å lyse ut offentlig i 2019 sammenliknet med 2017.

Figur 1. Bruk av rekrutteringskanaler. Prosentandeler.



Kilde: NAVs bedriftsundersøkelse 2012, 2017 og 2019

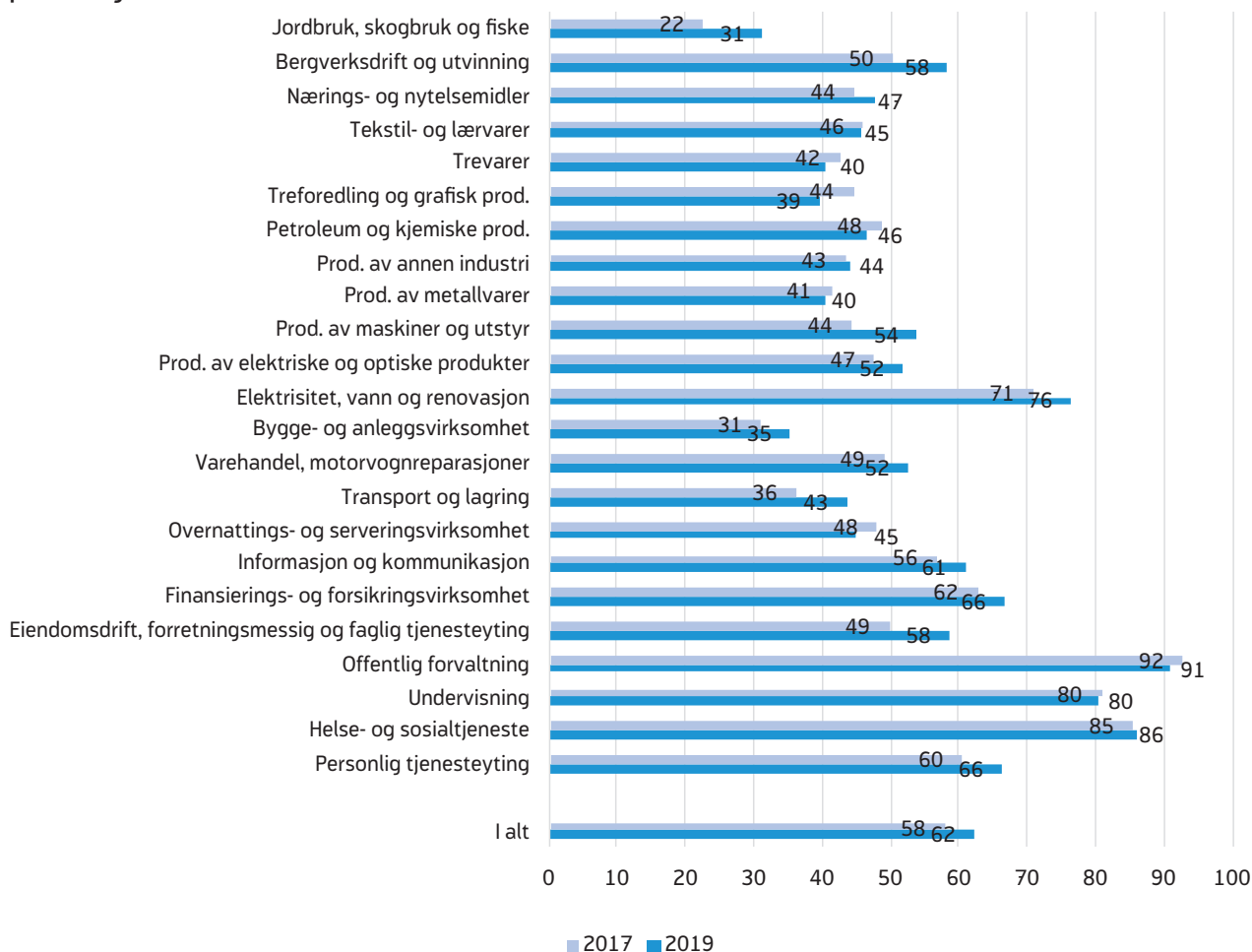
Store næringsvise forskjeller

Bedrifter innenfor offentlig forvaltning lyser oftest ut stillinger offentlig. Hele 91 prosent av disse virksomhetene oppgir at de benyttet en offentlig rekrutteringskanal ved sin siste ansettelse. Deretter følger bedrifter innen helse- og sosialtjenester og undervisning. Vi ser at det er små endringer fra 2017, og også i undersøkelsen som ble gjennomført i 2012 fant vi de samme tendensene som vises i figur 2. Utviklingen innen de fleste næringer går imidlertid i retning av at flere stillinger lyses ut offentlig. Virksomhetene som i minst grad lyser ut ledige stillinger offentlig finner vi innen jordbruk, skogbruk og fiske og innen bygge- og anleggsnæringen. Dette stemmer også godt overens med resultatene fra 2017, 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. Det samme er ikke tilfelle i privat sektor. Dette forklarer den høye andelen utlysninger innen offentlig forvaltning og helse- og sosialtjenester. Innen næringene jordbruk, skogbruk og fiske og bygg og anlegg er det vanligst å benytte eget nettverk når man rekrutterer arbeidskraft.

De største virksomhetene (50 ansatte eller mer) svarer i stor grad at de lyser ut stillingene offentlig. Dette gjelder innenfor alle næringer med unntak av jordbruk, skogbruk og fiske. I de små virksomhetene er det større forskjell mellom næringene. Ser vi for eksempel på bedrifter med færre enn 10 ansatte, skiller offentlig forvaltning og helse- og sosialtjenester seg

Figur 2. Prosentandel av bedrifter som benyttet offentlig utlysning av siste stilling det ble ansatt noen i. Fordelt på næring.



Kilde: NAVs bedriftsundersøkelse 2017 og 2019

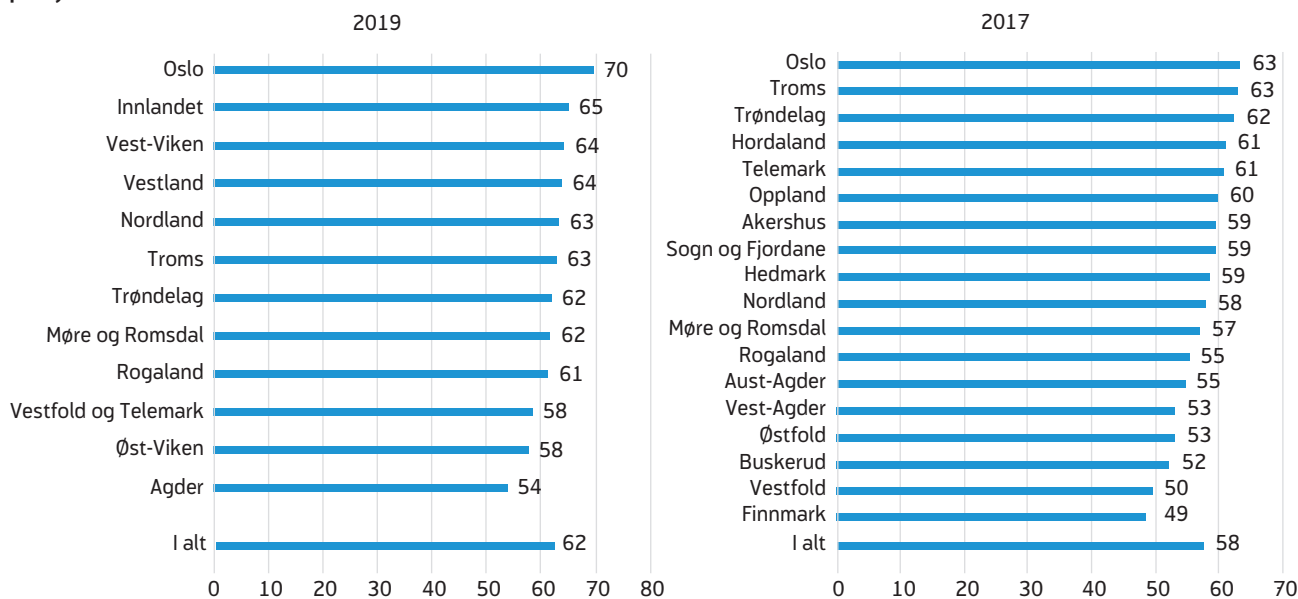
ut ved at også de små virksomhetene i stor grad lyser ut stillinger offentlig, mens det i mindre grad skjer innen de andre næringene.

Fylkesvise forskjeller

Oslo og Innlandet er fylkene hvor virksomhetene i størst grad lyser ut stillingene offentlig med en andel på henholdsvis 70 og 65 prosent. Agder er det fylket hvor stillingene i minst grad lyses ut offentlig, med 54 prosent. Det henger blant annet sammen med forskjeller i næringssammensetningen i fylkene. I Oslo er det for eksempel svært få bedrifter innen jordbruk, skogbruk og fiske, som var en næring som i liten grad lyste ut offentlig. Oslo skiller seg også ut med færre bedrifter innen bygg og anlegg enn andre fylker, og ved at de har mange store bedrifter. Når vi tar hensyn til

bedriftsstørrelse og næring finner vi at virksomhetene i Øst-Viken, Agder samt Vestfold og Telemark i mindre grad lyser ut ledige stillinger offentlig sammenliknet med de andre fylkene. Ellers er det ingen signifikante forskjeller mellom fylkene.

Hvis vi ser nærmere på hvilke rekrutteringskanaler som er mest vanlig å bruke i de ulike fylkene finner vi noen forskjeller. I Oslo er det kun 8 prosent av stillingene som lyses ut i trykte medier, mens dette gjelder for 31 prosent av stillingene i Møre og Romsdal som er det fylket som i størst grad bruker denne kanalen. Når det gjelder bruk av internett (stillingsdatabase på nett, egen hjemmeside og/eller sosiale medier) brukes dette mest av virksomhetene i Oslo, Innlandet, Vest-Viken og Vestland. Mens virksomhetene i Agder i

Figur 3. Prosentandel av bedrifter som benyttet offentlig utlysning av siste stilling det ble ansatt noen i. Fordelt på fylke.

Kilde: NAVs bedriftsundersøkelse 2019

Kilde: NAVs bedriftsundersøkelse 2017

minst grad benytter seg av internett ved rekruttering. Når vi kontrollerer for bedriftsstørrelse og næring finner de at virksomhetene i Øst-Viken, Vestfold og Telemark, Agder og Rogaland i mindre grad bruker internett ved rekruttering sammenliknet med de andre fylkene, eller er det ingen signifikante forskjeller.

Oppsummering

I året bedriftsundersøkelse svarte 62 prosent av virksomhetene at de benyttet seg av offentlig utlysning ved sin siste rekruttering. Dette er noe høyere enn i 2017 og 2012 da andelen lå på 58 prosent. Det er en klar sammenheng mellom bedriftens størrelse og om de lyser ut stillingen sin offentlig. Blant bedrifter med 50 ansatte eller mer svarer 88 prosent at de brukte en offentlig rekrutteringskanal ved siste ansettelse, mens det samme gjelder 51 prosent av virksomhetene med under 50 ansatte.

Bedrifter innenfor offentlig forvaltning lyser oftest ut stillinger offentlig. Hele 91 prosent av disse virksomhetene oppgir at de benyttet en offentlig rekrutteringskanal ved sin siste ansettelse. Deretter følger bedrifter innen helse- og sosialtjenester og undervisning. Virksomhetene som i minst grad lyste ut ledige stillinger offentlig finner vi innen jordbruk, skogbruk og fiske og innen

bygge- og anleggsnæringen. Dette stemmer også godt overens med resultatene fra 2017, der de samme næringene i minst grad benyttet seg av offentlig utlysning.

Når vi tar hensyn til bedriftsstørrelse og næring finner vi at virksomhetene i Øst-Viken, Agder samt Vestfold og Telemark i mindre grad lyser ut ledige stillinger offentlig sammenliknet med de andre fylkene. Ellers er det ingen signifikante forskjeller mellom fylkene.

Den vanligste enkeltkanalen er virksomhetenes egen hjemmeside og deretter eget nettverk. Mange bruker også stillingsdatabaser på nett. Hvis vi ser på disse samlet oppgir 39 prosent av virksomhetene at de har benyttet seg av dette. Det har vært en forskyvning av virksomhetenes bruk av rekrutteringskanaler de siste årene. Den største forskjellen fra 2012 er at det er blitt mindre vanlig å benytte seg av aviser, tidsskrifter og andre trykte medier som kanal. Mens 33 prosent av virksomhetene hadde benyttet denne kanalen i 2012, gjorde kun 20 prosent det i 2019. Bruk av sosiale medier har økt betydelig de siste årene. Sosiale medier ble ikke lagt til som egen kategori i våre undersøkelser før i 2016, men vi finner at bruken av slike kanaler har økt noe fra henholdsvis 12 og 16 prosent i 2016 og 2017 til 25 prosent i 2019. Samtlige næringer benytter denne rekrutteringskanalen stadig mer.

Vedlegg

Virksomhetene ble stilt følgende spørsmål i 2019:

For den siste personen dere rekrutterte, hvilke rekrutteringskanaler ble benyttet for denne stillingen? Oppgi her samtlige kanaler som ble brukt i rekrutteringsprosessen. Huk av på siste alternativ hvis dere ikke har rekruttert personer de tre siste årene.

(Flere kryss mulig)

- Aviser, tidsskrifter eller andre trykte medier
- NAVs stillingsdatabase
- Andre stillingsdatabaser på internett (f.eks finn.no)
- Egen hjemmeside
- Rekrutteringsbistand fra NAV
- Via NAV-tiltak (arbeidspraksis, lønnstilskudd mv.)
- Sosiale medier (LinkedIn, Facebook, Twitter o.l.)
- 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: _____
- Har ikke rekruttert noen personer de tre siste årene

Virksomhetene ble stilt følgende spørsmål i 2017:

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
- Sosiale medier (LinkedIn, Facebook, Twitter o.l.)
- 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: _____

UTGIVER
Arbeids- og velferdsdirektoratet
Postboks 5
St. Olavs plass
0130 Oslo

ISBN 978-82-551-2491-7

