
Hvilke rekrutteringskanaler benytter virksomhetene?

© NAV oktober 2021

EIER

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

Rapporten er tilgjengelig på www.nav.no/analyser

ISBN 978-82-551-2520-4
ISSN 2703-8823

HVILKE REKRUTTERINGSKANALER BENYTTET VIRKSOMHETENE?

Av: Audun Gjerde¹

Sammendrag

I NAVs bedriftsundersøkelse 2021 har vi sett nærmere på hvilke rekrutteringskanaler virksomhetene benyttet ved forrige rekruttering. Vi ser blant annet på hvor stor andel av stillingene som lyses ut offentlig. Dette sier noe om hvor transparent det norske arbeidsmarkedet er. 59 prosent av virksomhetene i årets undersøkelse svarer at de lyste ut stillingen sin i en offentlig kanal. Dette er en liten nedgang sammenlignet med de siste årene.

Virksomhetene innen offentlig forvaltning, helse- og sosialtjenester samt undervisning benytter seg i størst grad av offentlige rekrutteringskanaler. Virksomhetene innen jordbruk, skogbruk og fiske, bygg og anlegg og deler av industrien bruker i mye mindre grad offentlige rekrutteringskanaler, og i større grad uformelle kanaler, som eget nettverk, i rekrutteringsprosessen.

Det er en klar sammenheng mellom størrelsen på virksomhetene og bruken av offentlige rekrutteringskanaler. Et klart flertall av virksomhetene med 50 eller flere ansatte oppgir at de benyttet en offentlig kanal ved forrige rekruttering. Det er også næringsvise forskjeller blant de større virksomhetene, men i mye mindre grad enn blant de mindre. Blant virksomheter med mindre enn ti ansatte varierer rekrutteringspraksisen i mye større grad, og virksomheter innen offentlig forvaltning skiller seg ut ved en høy andel offentlig utlyste stillinger.

De mest populære enkeltkanalene er egen hjemmeside, eget nettverk og stillingsdatabaser på internett. Bruken av rekrutteringskanaler har endret seg noe de siste årene. Blant annet har populariteten til trykte medier falt betydelig de siste årene, og flere benytter stillingsdatabaser på internett. Når vi kontrollerer for forskjeller i nærings sammensetning og størrelse på virksomhetene finner vi at virksomhetene i Nordland i større grad lyser ut stillinger offentlig, og at virksomhetene i Øst-Viken og Rogaland i mindre grad lyser ut stillingene offentlig.

.....
¹ Takk til analyse- og statistikk-kontaktene ved alle NAVs fylkeskontor for bidraget til gjennomføring av datainnsamlingen for undersøkelsen.

Innledning

I forbindelse med NAVs bedriftsundersøkelse 2021 har vi undersøkt hvilke kanaler virksomhetene bruker når de rekrutterer arbeidskraft. Her ser vi blant annet på hvor vanlig det er å lyse ut stillingene gjennom offentlig tilgjengelige kanaler. Dette har også blitt undersøkt tidligere år, og vi vil her sammenligne resultatene med tilsvarende resultater fra 2019 og 2020. Datainnsamlingen fra undersøkelsen i 2020 ble avsluttet like før det norske samfunnet ble stengt ned grunnet koronapandemien. Resultatene fra årets undersøkelse kan dermed gi en indikasjon på om koronakrisen har påvirket virksomhetenes bruk av rekrutteringskanaler.

Hvor mange stillinger som lyses ut offentlig gir et bilde på hvor transparent arbeidsmarkedet i Norge er, og i hvor stor grad et godt nettverk er nødvendig for å komme i arbeid. Det er også viktig å vite hvor stor del av stillingsmarkedet som dekkes av NAVs statistikk. I NAVs stillingsstatistikk inngår stillinger som blir meldt til NAV eller på arbeidsplassen.no, stillinger som er offentliggjort i media, stillinger meldt til NAV

Datagrunnlag

Dataene i denne artikkelen er hentet fra NAVs bedriftsundersøkelse 2021 (Gjerde), 2020 (Gjerde) og 2019 (Kalstø). I 2021 svarte 11 143 virksomheter på undersøkelsen, som gir en svarprosent på 70. Undersøkelsen ble gjennomført i tidsrommet 2. februar til 26. mars 2021. 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.

Spørsmålene som ble stilt i de tre undersøkelsene er de samme, men etter undersøkelsen i 2019 har alternativet «NAVs stillingsdatabase» endret navn til «Arbeidsplassen.no» som følge av lanseringen av NAVs nye CV- og stillingsdatabase.

Regionene følger den nye regionstrukturen i NAV, som stort sett følger de nye regionstrukturene som tredde 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. Lunner kommune inngår i NAV Hadeland som tilhører NAV Innlandet. Selv om Lunner kommune geografisk sett tilhører Viken, inngår Lunner derfor i de fylkesvise resultatene for Innlandet.

fra Eures (nettverk for ledige stillinger i Europa) samt stillinger hentet fra 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 betyr dette at NAVs stillingsstatistikk er lite representativ for etterspørselen etter arbeidskraft, og at det er en lite egnet konjunkturindikator. Er derimot andelen stillinger som lyses ut høy, vil NAVs stillingsstatistikk fungere som en god indikator på etterspørselen etter arbeidskraft.

Flest stillinger lyses ut offentlig

For at en stillingsutlysning skal regnes som offentlig må den ha stått i trykte medier, være registrert i en stillingsdatabase på internett, være utlyst via bedriftens egen hjemmeside, på sosiale medier eller være registrert hos NAV. Totalt benyttet 59 prosent av virksomhetene seg av offentlig utlysning ved sin siste rekruttering (tabell 1). Dette er noe lavere enn i 2020 og 2019 da andelen lå på henholdsvis 60 og 62 prosent.

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

	2021	2020	2019
Kun lyst ut offentlig	36	35	37
Uformelle kanaler	41	40	38
Både lyst ut offentlig og i uformelle kanaler	23	25	25
Totalt	100	100	100

Kilde: NAVs bedriftsundersøkelse 2019, 2020 og 2021

41 prosent av virksomhetene valgte å benytte kun rekrutteringskanaler som ikke var offentlige i årets undersøkelse. Dette er en liten økning fra de to foregående årene. 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. Om en virksomhet kontakter et bemanningsbyrå uten å lyse ut stillingen vil kun brukere av dette bemanningsbyrået ha mulighet til å få jobben, og stillingen har altså ikke være tilgjengelig for allmenheten. Det samme gjelder om man benytter en CV-database.

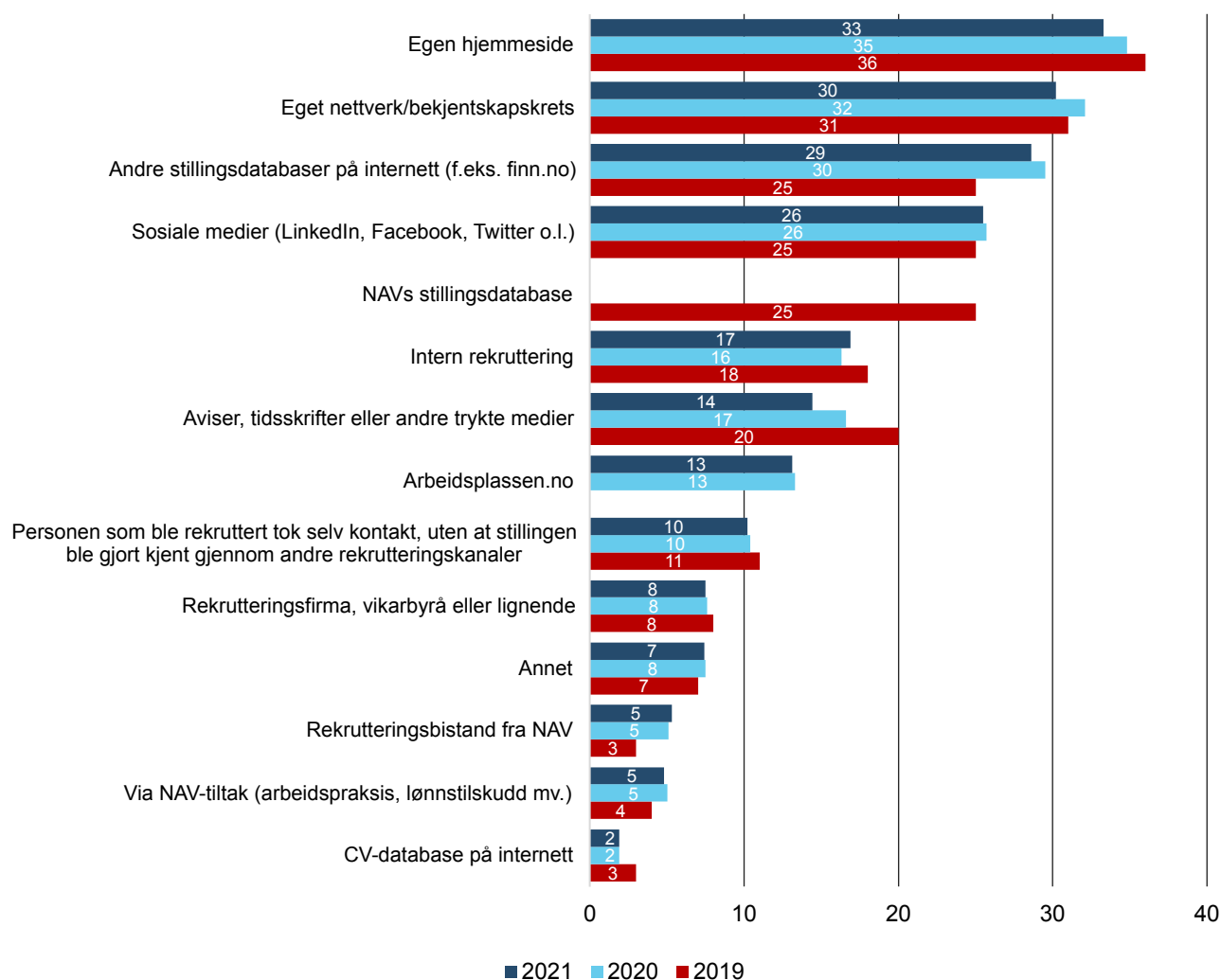
Selv om en stilling lyses ut offentlig etter kriteriene som vi har lagt til grunn, vil stillingens tilgjengelig-

hetsgrad variere ut ifra hvilke rekrutteringskanaler som blir benyttet. Stillinger som legges ut på stillingsdatabaser på nett, som arbeidsplassen.no eller finn.no vil gjerne treffe et stort marked, mens en stilling som kun legges ut på egen hjemmeside vil treffe et mindre antall arbeidssøkere siden det krever at arbeidssøkerne selv går inn på virksomhetenes hjemmeside. En stillingsannonse i en lokal avis vil også ha vanskeligheter for å nå ut til arbeidssøkere fra andre deler av landet. Å kombinere flere rekrutteringskanaler er derfor relativt vanlig, slik at man øker tilgjengeligheten og at flere dermed får mulighet til å søke på stillingen. Halvparten av virksomhetene i årets undersøkelse oppgir at de har benyttet to eller flere rekrutteringskanaler, mens 28 prosent oppgir at de har benyttet tre eller flere rekrutteringskanaler samtidig.

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

Den vanligste rekrutteringskanalen er virksomhetenes egen hjemmeside (33 %), fulgt av eget nettverk (30 %) og stillingsdatabaser på nett (29 %). Totalt benytter 69 prosent av virksomhetene i årets undersøkelse én eller flere av disse tre kanalene forrige gang de ansatte noen. Om vi ser på andelen som benyttet arbeidsplassen.no og/eller andre stillingsdatabaser er andelen på 36 prosent i årets undersøkelse. Sett under ett er dermed stillingsdatabaser den mest brukte rekrutteringskanalen. Sosiale medier er også en populær kanal (figur 1). Vi finner også at små virksomheter i større grad benytter seg av eget nettverk når de rekrutterer. Nesten 60 prosent av virksomhetene som

Figur 1. Virksomhetenes bruk av rekrutteringskanaler ved siste ansettelse (flere svar mulig). Prosentandeler.



Kilde: NAVs bedriftsundersøkelse 2019, 2020 og 2021

oppgir at de benytter eget nettverk har mindre enn ti ansatte. I små virksomheter er det også mer vanlig at personen som blir ansatt selv tok kontakt..

Virksomhetenes bruk av rekrutteringskanaler har vært ganske stabil de siste årene, men det er likevel noen tydelige endringer. Virksomhetenes bruk av aviser, tidsskrifter og andre trykte medier har lenge vært fallende (Kalstø, 2019), og trenden har fortsatt de to siste årene. 20 prosent av virksomhetene benyttet denne kanalen i 2019, mens 14 prosent benyttet denne kanalen i 2021. Samtidig ser færre virksomheter ut til å benytte seg av stillingsutlysninger på sin egen hjemmeside. Andelen som har benyttet seg av denne kanalen falt fra 36 prosent i 2019, til 35 prosent i 2020, og 33 prosent i 2021. Bruken av sosiale medier virker å ha stabilisert seg, etter å ha økt kraftig i tidligere undersøkelser (Kalstø, 2019).

I forbindelse med lanseringen av NAVs nye stillingsdatabase Arbeidsplassen.no i 2019 ble alternativet «NAVs stillingsdatabase» endret til «Arbeidsplassen.no». Vi ser en betydelig nedgang i andelen som svarte at de hadde benyttet NAVs stillingsdatabase i 2019 til andelen som oppgir at de benyttet arbeidsplassen.no i 2020 og 2021, fra 25 prosent i 2019 til 13 prosent i 2020 og 2021. Samtidig gjorde andelen som har benyttet andre stillingsdatabaser på internett et hopp fra 25 prosent i 2019 til 30 prosent i 2020 og 29 prosent i 2021. Dette kan tyde på at virksomhetene kan ha tolket «NAVs stillingsdatabase» i en videre forstand, eller at kjennskapet til arbeidsplassen.no er dårligere enn den tidligere stillingsdatabasen på nav.no. NAV oppdaget også i midten av februar i år brudd på personvernloven på arbeidsplassen.no, noe som kan ha påvirket både bruken og populariteten av plattformen i årets undersøkelse.

Andelen som benytter eget nettverk eller egen bekjentskapskrets har også falt noe fra 2020 til 2021. Til slutt ser vi også at andelen som oppgir at de har benyttet seg av rekrutteringsbistand fra NAV har økt fra 3 prosent i 2019 til 5 prosent i 2020 og 2021.

Store næringsvise forskjeller

Det er virksomheter innen offentlig forvaltning som i størst grad lyser ut stillinger offentlig. Hele 93 prosent

av disse virksomhetene oppgir at de benyttet en offentlig rekrutteringskanal ved sin siste ansettelse. Deretter følger virksomheter innen helse- og sosialtjeneste (85 %) og undervisning (77 %). På den andre siden finner vi jordbruk, skogbruk og fiske, samt bygge- og anleggsvirksomhet, der bare henholdsvis 25 og 30 prosent oppgir at de benyttet seg av en offentlig rekrutteringskanal.

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 næringssektoren jordbruk, skogbruk og fiske og bygg og anlegg er det vanligst å benytte eget nettverk når man rekrutterer arbeidskraft.

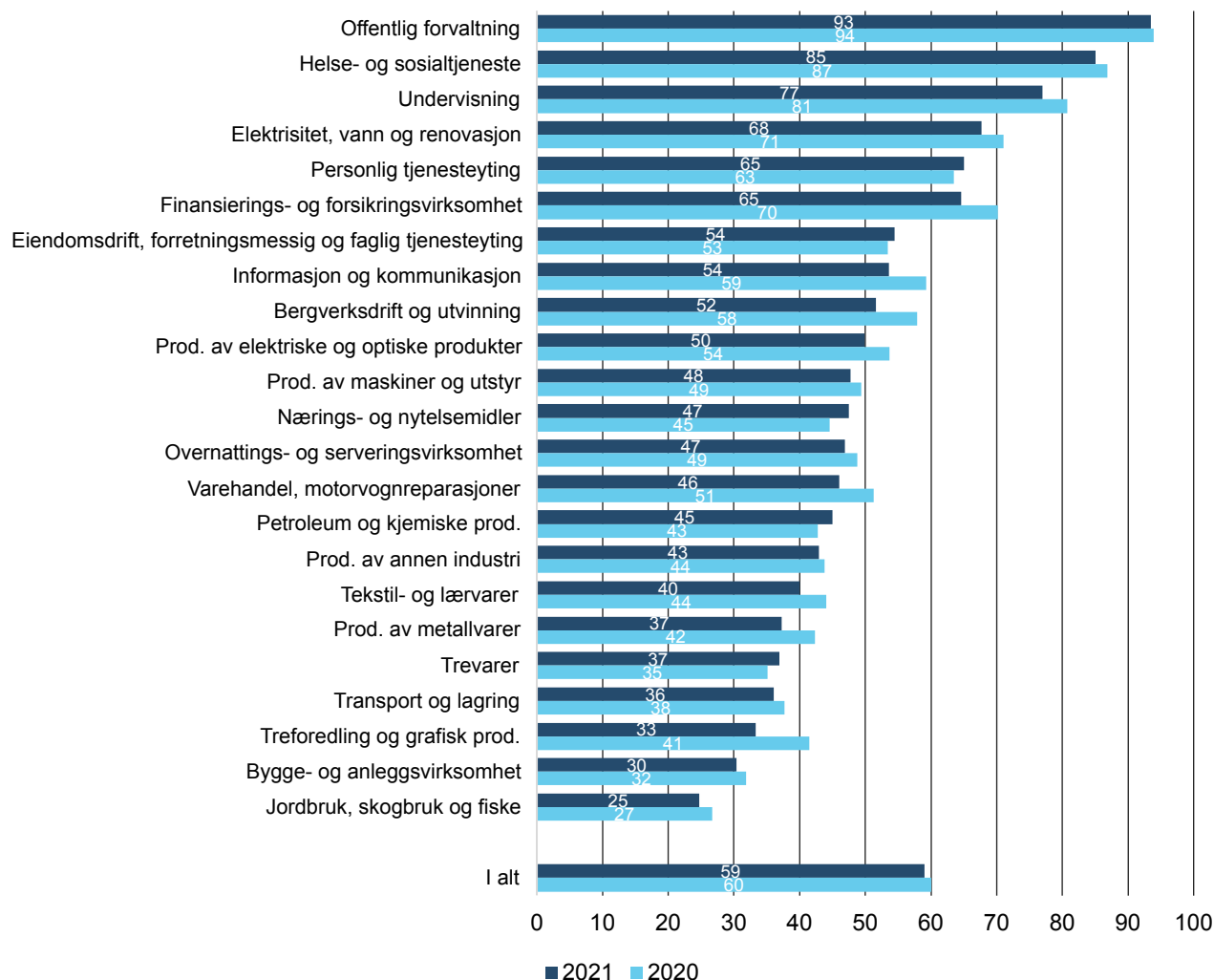
Det er i hovedsak små endringer fra i fjor til i år, men andelen som benytter seg av offentlige rekrutteringskanaler har gått ned i 17 av 23 næringer. Nedgangen er størst innen næringene treforedling og grafisk produksjon, samt bergverksdrift og utvinning.

Vanligst å lyse ut stillinger offentlig i større virksomheter

Det er en sterk sammenheng mellom størrelsen på virksomhetene og hvorvidt de velger å lyse ut stillinger offentlig. Blant virksomheter som har 50 eller flere ansatte svarer hele 88 prosent at de lyste ut stillingen via en offentlig rekrutteringskanal ved den siste ansettelsen, mot 49 prosent blant de med under 50 ansatte. Om vi ser på de med færre enn ti ansatte er den tilsvarende andelen på 38 prosent. Sannsynligheten for at bedriften velger å la være å lyse ut stillingen offentlig ser dermed ut til å være større jo mindre virksomheten er.

Selv om de største virksomhetene (50 eller flere ansatte) i større grad lyser ut stillingene offentlig, gjelder dette i mindre grad innen næringer som jordbruk, skogbruk og fiske, samt produksjon av annen industri, der om lag 60 prosent oppgir at de benyttet en offentlig rekrutteringskanal ved forrige ansettelse. Blant de små virksomhetene med mindre enn ti ansatte er det generelt mye større næringsvise forskjeller. Her skiller virksomheter innen offentlig forvaltning seg ut med klart høyest andel virksomheter som benyttet seg av offentlig utlysning.

Figur 2. Prosentandel av virksomheter som benyttet offentlig utlysning ved siste ansettelse. Fordelt på næring.



Kilde: NAVs bedriftsundersøkelse 2020 og 2021

Store fylkesvise forskjeller

Oslo og Trøndelag er fylkene hvor virksomhetene i størst grad lyser ut stillingene offentlig med en andel på henholdsvis 67 og 63 prosent. I den andre enden finner man Agder der 55 prosent av stillingene lyses ut offentlig. Her er næringssammensetningen i de ulike fylkene en viktig forklaringsfaktor. I Oslo er det for eksempel få virksomheter innen jordbruk, skogbruk og fiske, en næring som i liten grad lyste ut stillingene offentlig. Det er også mange store virksomheter i Oslo. Når vi kontrollerer for bedriftsstørrelse og næring finner vi at virksomhetene i Øst-Viken og Rogaland i mindre grad lyser ut ledige stillinger offentlig sammenlignet med Oslo som brukes som

referanse, samt at virksomhetene i Nordland i større grad lyser ut ledige stillinger offentlig. Ellers er det ingen signifikante forskjeller.

Det er store forskjeller på hvilke rekrutteringskanaler som er mest vanlig å bruke i de ulike fylkene. Om vi ser på andelen virksomheter som lyste ut stillingen via trykte medier er den høyest i Møre og Romsdal med 28 prosent, og lavest i Oslo med 7 prosent. Samtidig er bruken av stillingsdatabaser på internett vanligst i Oslo, med 44 prosent, og lavest i Møre og Romsdal med 21 prosent. Bruken av sosiale medier varierer også mye. Mens bare 18 prosent av virksomhetene i Øst-Viken benyttet seg av sosiale medier ved forrige stil-

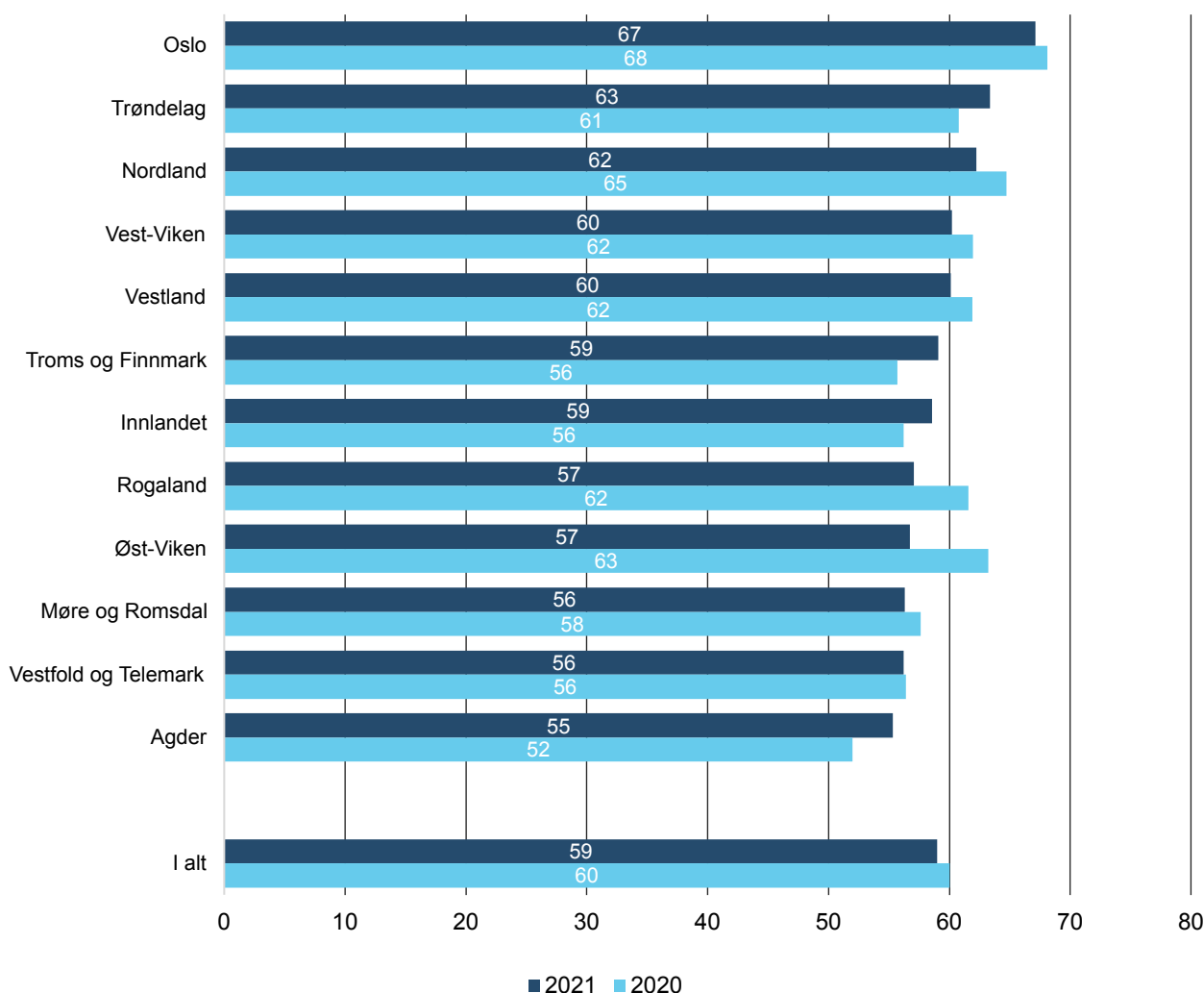
lingsutlysning, benyttet 33 prosent av virksomhetene i Nordland denne rekrutteringskanalen. Det er også forholdsvis store forskjeller i hvor mange virksomheter som mottok rekrutteringsbistand i fra NAV ved forrige ansettelse. Andelen er høyest i Agder med 10 prosent, og lavest i Oslo med 3 prosent. Agder er også fylket med høyest andel virksomheter som ansatte noen via NAV-tiltak, med 8 prosent. Bruken av rekrutteringskanaler knyttet til internett (stillingsdatabaser på nett, egen hjemmeside og/eller sosiale medier) varierer også noe mellom fylkene, selv når vi kontrollerer for bedriftsstørrelse og næring. Vi finner at virksomhetene i Vestfold og Telemark, Rogaland og Vestland i mindre grad benytter internett ved rekruttering sammenlignet med Oslo, ellers er det ingen signifikante forskjeller.

Oppsummering

I årets bedriftsundersøkelse svarer 59 prosent av virksomhetene at de benyttet seg av offentlig utlysning ved sin siste rekruttering. Dette er en liten nedgang fra 2019 og 2020 da andelen lå på henholdsvis 62 og 60 prosent. Andelen som lyser ut stillingen sin offentlig er klart høyere blant virksomheter med 50 eller flere ansatte. Her svarer hele 88 prosent at de lyste ut stillingen via en offentlig rekrutteringskanal, mot 49 prosent blant de med færre enn 50 ansatte.

Virksomheter innen offentlig forvaltning lyser i størst grad ut stillingene offentlig (93 %), fulgt av helse- og sosialtjeneste (85 %) og undervisning (77 %). Virksomhetene innen jordbruk, skogbruk og fiske (25 %) samt bygg og anlegg (30 %) lyser i minst grad ut

Figur 3. Prosentandel av virksomheter som benyttet offentlig utlysning ved siste ansettelse. Fordelt på fylke.



Kilde: NAVs bedriftsundersøkelse 2020 og 2021

ledige stillinger via offentlige rekrutteringskanaler. Dette er i tråd med resultatene fra tidligere år.

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, og at virksomhetene i Nordland i større grad lyser ut ledige stillinger offentlig, sammenliknet med Oslo. Ellers er det ingen signifikante forskjeller.

De vanligste rekrutteringskanalene er virksomhetenes egen hjemmeside, fulgt av eget nettverk og stillingsdatabaser på nett. Hele 69 prosent av virksomhetene svarer at de har brukt en eller flere av disse tre kanalene. Det har vært forholdsvis små endringer i bruken av ulike rekrutteringskanaler de siste årene. De mest betydelige endringene er en nedgang i andelen som benytter seg av aviser, tidsskrifter og andre trykte medier, samt en nedgang i andelen som benytter egen hjemmeside. Det er også en tydelig økning i andelen som benytter stillingsdatabaser på nett de siste årene. Samtidig har økningen i andelen som benytter sosiale medier, som vi har sett i tidligere undersøkelser, bremsset opp de siste årene. Det er derimot lite som tyder på at koronasituasjonen har påvirket bruken av offentlige og uformelle kanaler i særlig grad.

Vedlegg

Virksomhetene ble stilt følgende spørsmål i 2020 og 2021:

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
- Arbeidsplassen.no
- 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 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

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

TRYKK: 07 Media AS
ISBN 978-82-551-2520-4
ISSN 2703-8823

