

Rekrutteringsanalysen 2014



Indhold

■ BAGGRUND	Side 3
■ RESUMÉ	Side 4
■ KAPITEL 1 - VIRKSOMHEDERNES REKRUTTERINGSKANALER	Side 5
■ KAPITEL 2 - SÅDAN VIRKER UOPFORDRET JOBSØGNING	Side 12
■ KAPITEL 3 - VIRKSOMHEDERNES “TURN OFFS”	Side 15
■ KAPITEL 4 - DEN FORETRUKNE MEDARBEJDERADFÆRD	Side 18
■ KAPITEL 5 - SPOT PÅ DE NYUDDANNEDE AKADEMIKERE	Side 19
■ KAPITEL 6 - HR-SPECIALISTERNE VS. IKKE-HR-SPECIALISTER	Side 22

Baggrund

Konsulenthuset ballisager foretager hvert år en rekrutteringsanalyse, der har til formål at undersøge virksomheders rekrutteringsproces og præferencer. Analyserne foretages for at give jobsøgere et indblik i, hvad "den gode henvendelse" kræver.

Spørgeskemaet, der ligger til grund for rekrutteringsanalysen 2014, blev i maj udsendt til 2069 virksomheder. 724 virksomheder har svaret, hvilket giver en tilfredsstillende svarprocent på 37%.

De private virksomheder står for ca. 2/3 (66%) af svarene til analysen:

Virksomhedstype	Procent
Privat	66%
Offentlig	34%

Der er en ligelig fordeling af svar mellem hhv. små og store virksomheder (her skelner vi ved 50 medarbejdere):

Antal ansatte i virksomheden	Procent
Små virksomheder (1-50 ansatte)	50%
Store virksomheder (51+ ansatte)	50%

Alle sektorer (10 forskellige) er spurgt i dette års analyse, og der er kommet svar fra alle sektorer i en nogenlunde ligelig fordeling.

Hvilken sektor er jeres virksomhed en del af?	Abs.	Pct.
Bygge & anlæg	38	5%
Handel	102	13%
Industri	93	12%
Kontor og kommunikation	120	16%
Fødevarer og landbrug	24	3%
Offentlig service	80	10%
Privat Service	78	10%
Transport	27	4%
Social og sundhed	61	8%
Undervisning og forskning	98	13%
Ved ikke	42	5%

Resumé

I år indeholdt spørgeskemaet 19 spørgsmål, som vi her i analysen kan dele op i seks temaer.

De seks temaer er:

1. Virksomhedernes rekrutteringskanaler
2. Sådan virker uopfordret jobsøgning
3. Virksomhedernes "turn offs"
4. Den foretrukne medarbejderadfærd
5. Spot på de nyuddannede akademikere
6. HR-specialister vs. ikke-HR-specialister

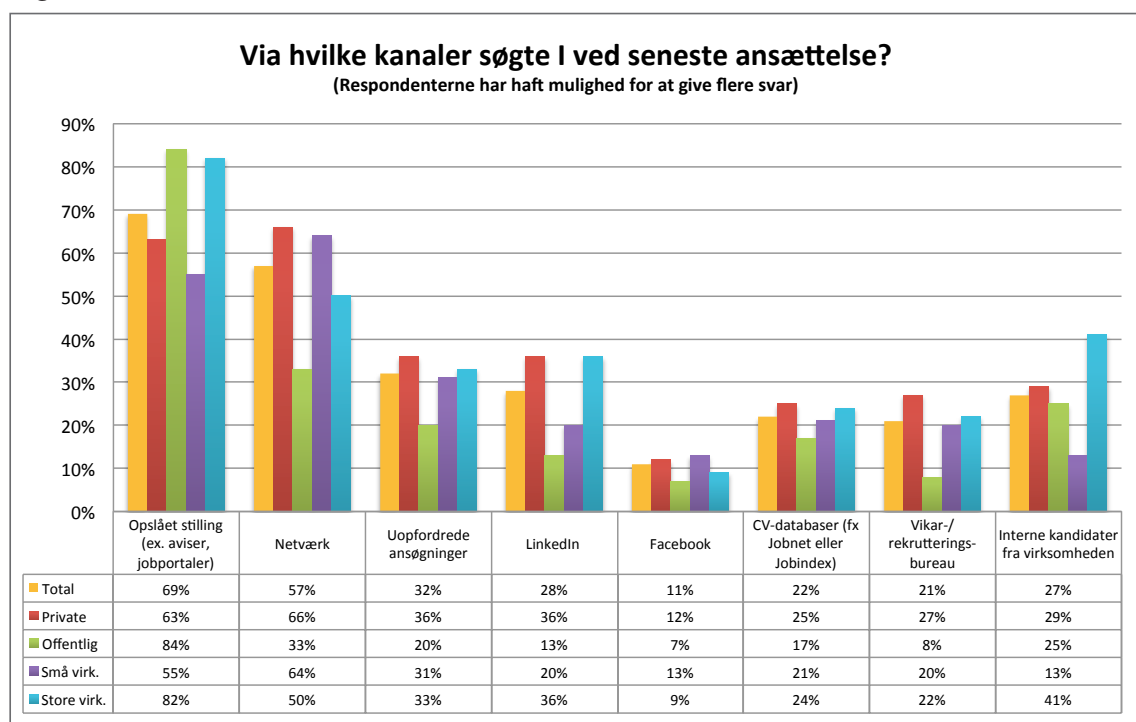
Kapitel 1

Virksomhedernes rekrutteringskanaler

For 4. år i træk har vi undersøgt virksomhedernes valg af rekrutteringskanaler, da vi løbende har set interessante ændringer.

Virksomhedernes svar i 2014 fordeler sig således:

Figur 1:

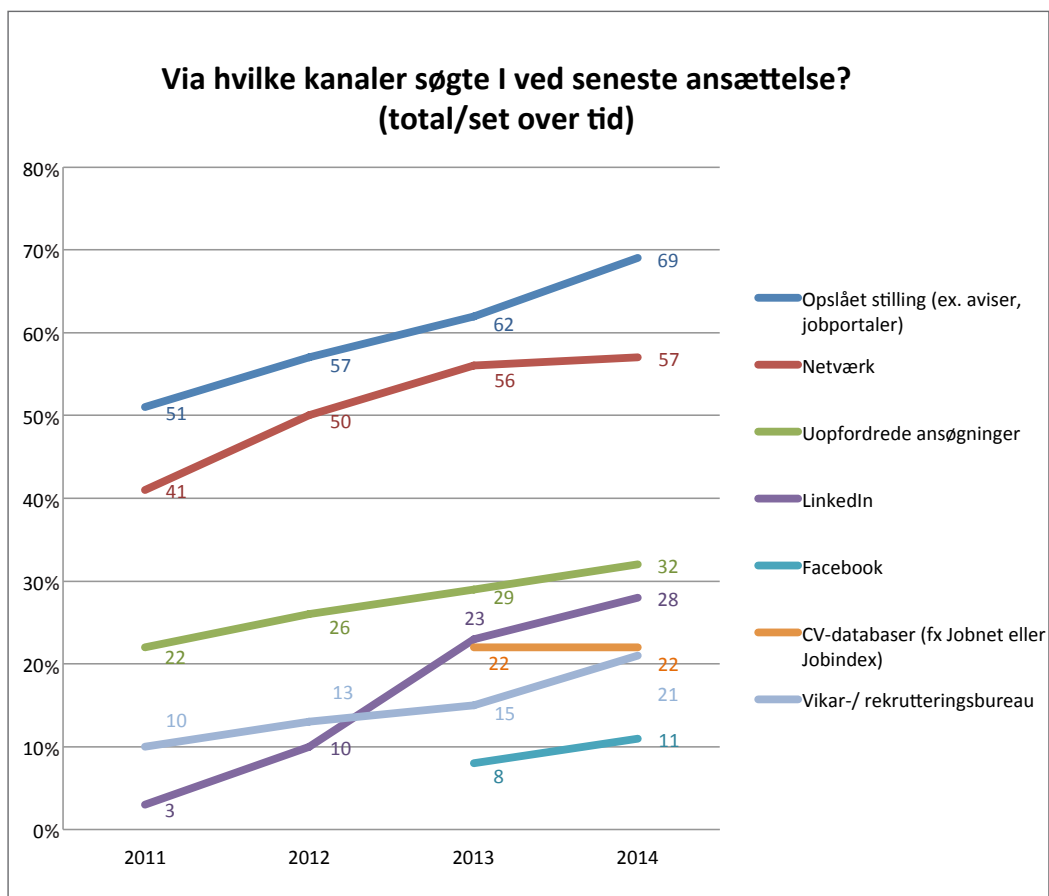


Værd at bemærke:

- Private virksomheder foretager hovedparten af deres rekruttering vha. netværket (66% netværk imod 63% opslåede stillinger).
- Private virksomheder bruger de sociale medier i markant højere grad end de offentlige virksomheder.
- Store virksomheder anvender i højere grad opslåede stillinger end små virksomheder.
- Små virksomheder bruger netværk i højere grad end store virksomheder.
- Små virksomheder har kun stillingsopslag på ca. halvdelen af deres nyansættelser.
- Store virksomheder bruger i højere grad interne kandidater end mindre virksomheder.

Når vi ser på udviklingen over tid, er det en klar tendens, at virksomhederne bruger stort set alle rekrutteringskanaler i et stigende omfang ift. tidligere.

Figur 2

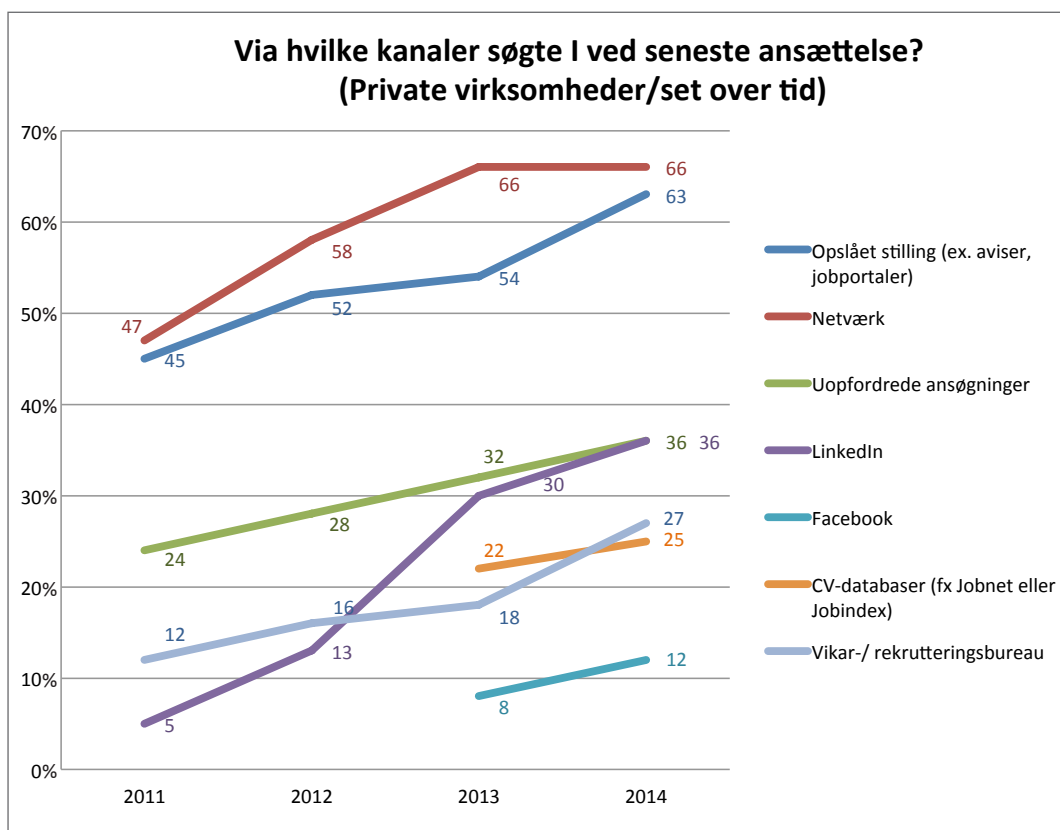


Værd at bemærke:

- Alle kanaler bruges i stigende grad.
- Brug af vikar-/rekrutteringsbureauer er mere end fordoblet i perioden.
- Brug af netværk stagnerer.
- LinkedIn stiger fortsat, men mere moderat end tidligere.

Ser vi isoleret på private virksomheder, er der lidt andre nuancer:

Figur 3

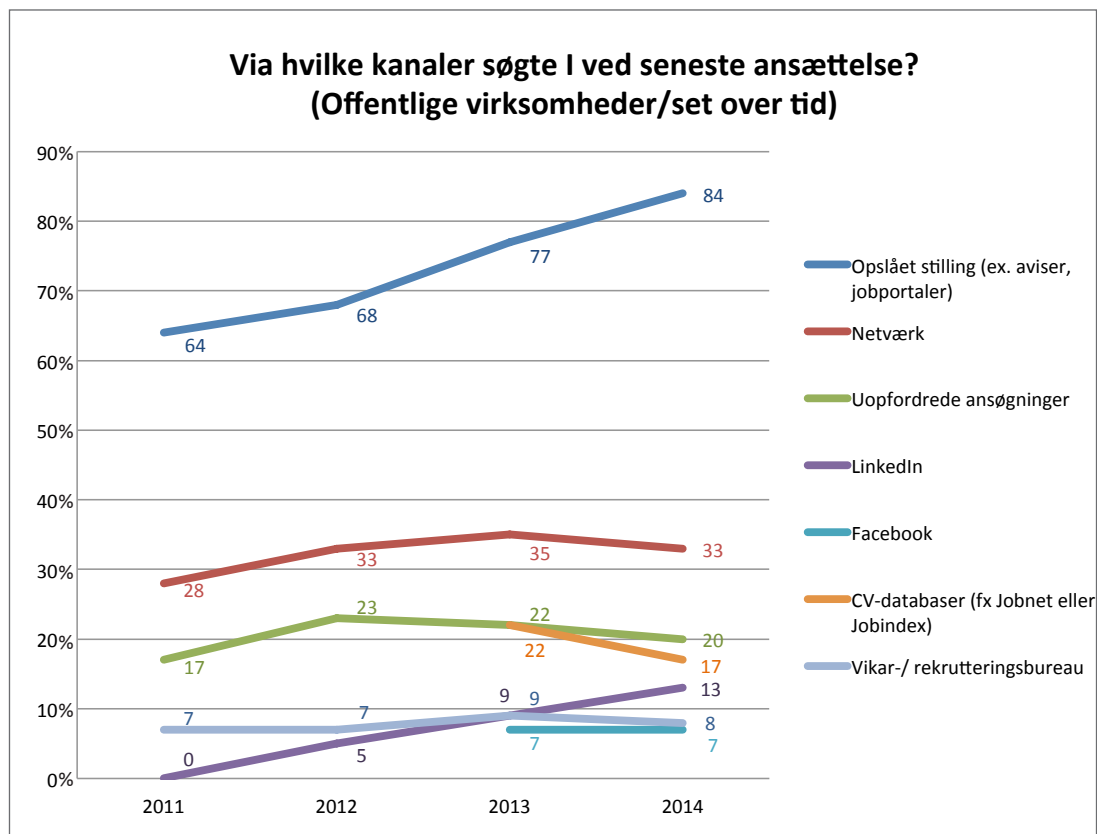


Værd at bemærke:

- LinkedIn og uopfordrede ansøgninger når samme niveau.
- Mest markante vækst er brugen af vikar- og rekrutteringsbureauer (18% -> 27%).
- Opslåede stillinger har næsten indhentet netværk.

Ser vi på de offentlige virksomheder, er der ikke samme tydelige vækst i anvendelse af forskellige redskaber:

Figur 4



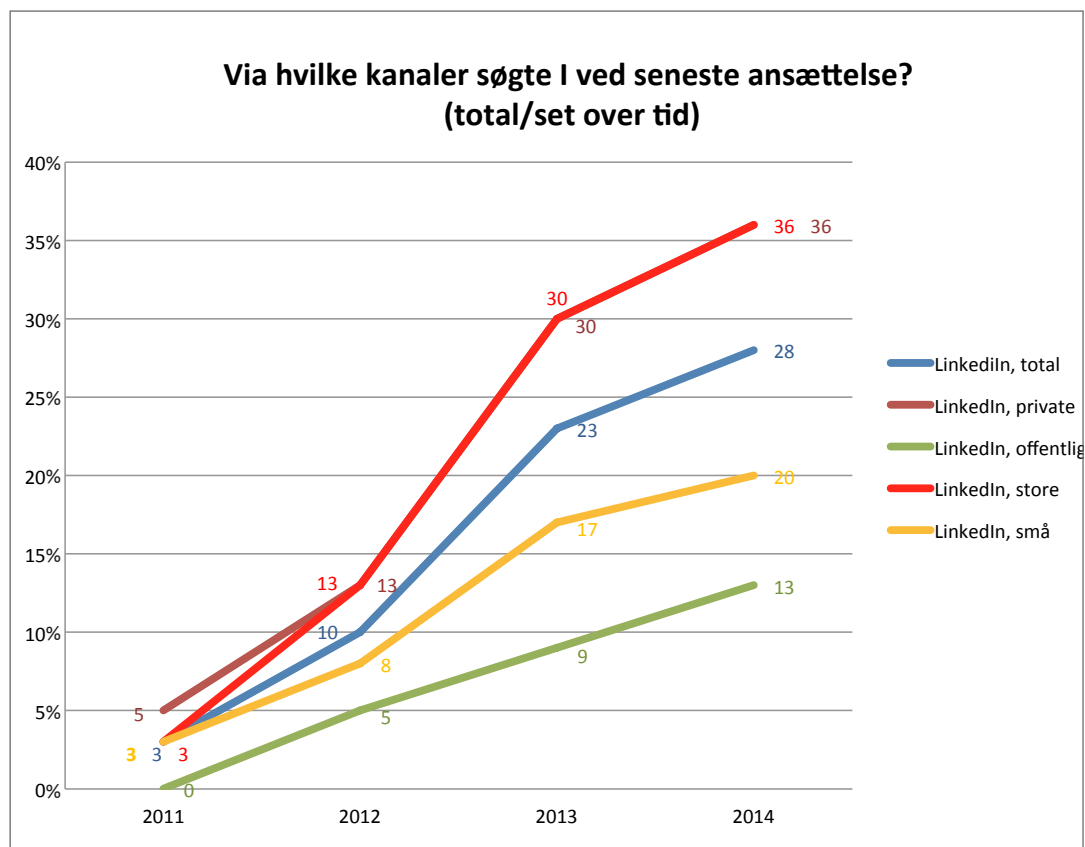
Værd at bemærke:

- Opslåede stillinger er (ikke overraskende) totalt dominerende.
- Der er IKKE samme brede vækst i anvendelse af værktøjerne i den offentlige sektor som i den private.
- Brugen af LinkedIn stiger – Facebook bruges næsten ikke.

Brug af LinkedIn

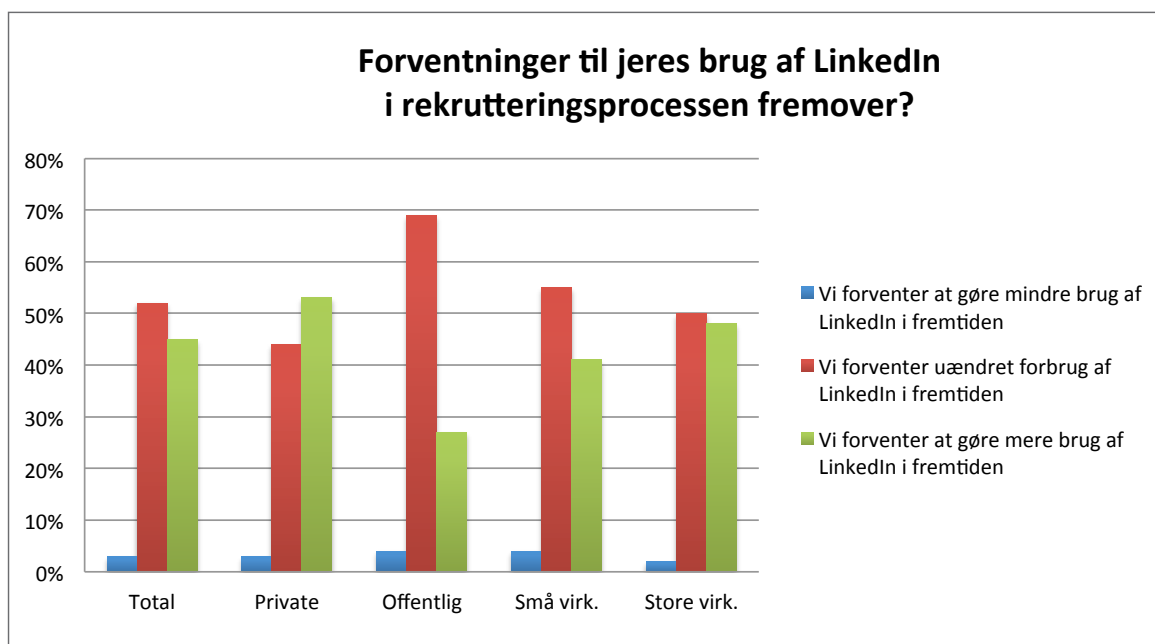
Det er entydigt, at virksomhedernes brug af LinkedIn fortsat vokser.

Figur 5



Og når vi spørger ind til fremtidige forventninger, svarer næsten halvdelen, at de agter at gøre øget brug af LinkedIn. En nuance er, at offentlige virksomheder i beskeden grad vil øge brugen af LinkedIn.

Figur 6:



Som jobsøger kommer man altså hverken i dag eller fremover uden om LinkedIn, hvis man vil være, hvor jobbene dukker op. I år har vi ydermere interesseret os for, hvordan virksomheder bruger værktøjet, LinkedIn.

Figur 7:

Hvordan bruger I LinkedIn til rekruttering? (Respondenterne har haft mulighed for at give flere svar)	Total	Private	Offentlige	Store	Små
Vi har ikke brugt LinkedIn til rekruttering	58%	49%	75%	49%	68%
Vi "poster" nye jobs på vores firmaprofil (gratis)	31%	38%	17%	38%	24%
Vi køber LinkedIn's jobannoncer	7%	10%	2%	10%	5%
Den rekrutteringsansvarlige "poster" jobs på sin profil	18%	23%	9%	24%	12%
Vi beder vores medarbejdere om at "like" jobs på vores firmaprofil	17%	23%	6%	22%	12%
Vi har købt muligheden for at søge og kontakte profiler	6%	8%	2%	8%	4%
Vi laver søgninger efter profiler i konkrete virksomheder	5%	7%	0%	5%	5%
Vi laver søgninger efter profiler med bestemte titler	8%	11%	3%	9%	8%
Vi laver søgninger efter profiler med bestemte kompetencer	11%	14%	4%	9%	13%
Vi laver søgninger efter profiler, der er med i bestemte LinkedIn-grupper	4%	6%	1%	5%	3%

De fleste virksomheder har fortsat aldrig brugt LinkedIn til rekruttering. Til gengæld er der en klar "favorit-disciplin" hos de, som bruger LinkedIn: 1/3 (31%) af alle virksomheder poster nye jobs på deres firmaprofil. Iøjnefaldende er det, at færre end 1/5 af virksomhederne, der bruger LinkedIn til andet end at poste jobs på deres profil. Det kan tyde på, at brugen af LinkedIn er overfladisk og hovedsagelig passiv fra virksomhedernes side. Virksomhederne har tydeligvis fokus på de gratis services, hvorimod de rekrutteringshandlinger, der koster penge eller kræver tid, anvendes i beskedent omfang.

Kapitel 2

Sådan virker uopfordret jobsøgning

Til et indledende spørgsmål om hvorvidt virksomheden har prøvet at ansætte en jobsøger, der søgte uopfordret, svarer 74% af de adspurgte hertil 'ja'. Dvs. en overvældende andel af virksomhederne har rekrutteret via en uopfordrede jobsøger-kontakt.

Andelen af offentlige virksomheder, der har gjort brug af uopfordrede ansøgninger, er 66%, hvilket er lidt under gennemsnittet på 74%. Andelen hos de private virksomheder ligger til gengæld lidt over (77%). Vi konkluderer, at selv om interessen for de uopfordrede ansøgninger er lidt mindre hos de offentlige virksomheder, så er det stadig en betragtelig del af både offentlige og private virksomheder, der rekrutterer via uopfordrede ansøgninger.

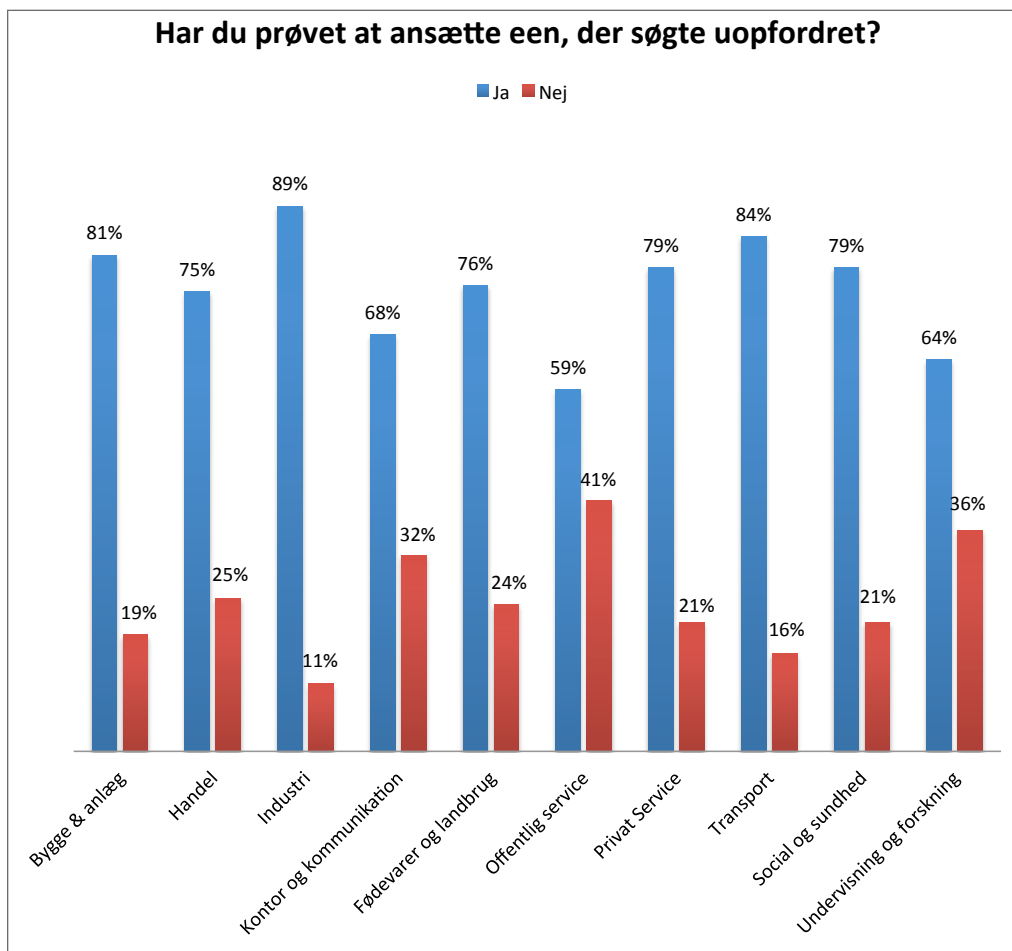
Figur 8:

Har du prøvet at ansætte én, der søgte uopfordret?	Total	Private virk.	Off. virk.	Små virk.	Store virk.
Ja	74%	77%	66%	71%	76%
Nej	26%	23%	34%	29%	24%

Bemærk, at der *samlet* set, ser ud til at være sluppet flere uopfordrede jobsøgere igennem hos store frem for små virksomheder.

Og hvordan ser det så ud inden for de enkelte sektorer, når det kommer til rekruttering via de uopfordrede ansøgninger?

Figur 9:

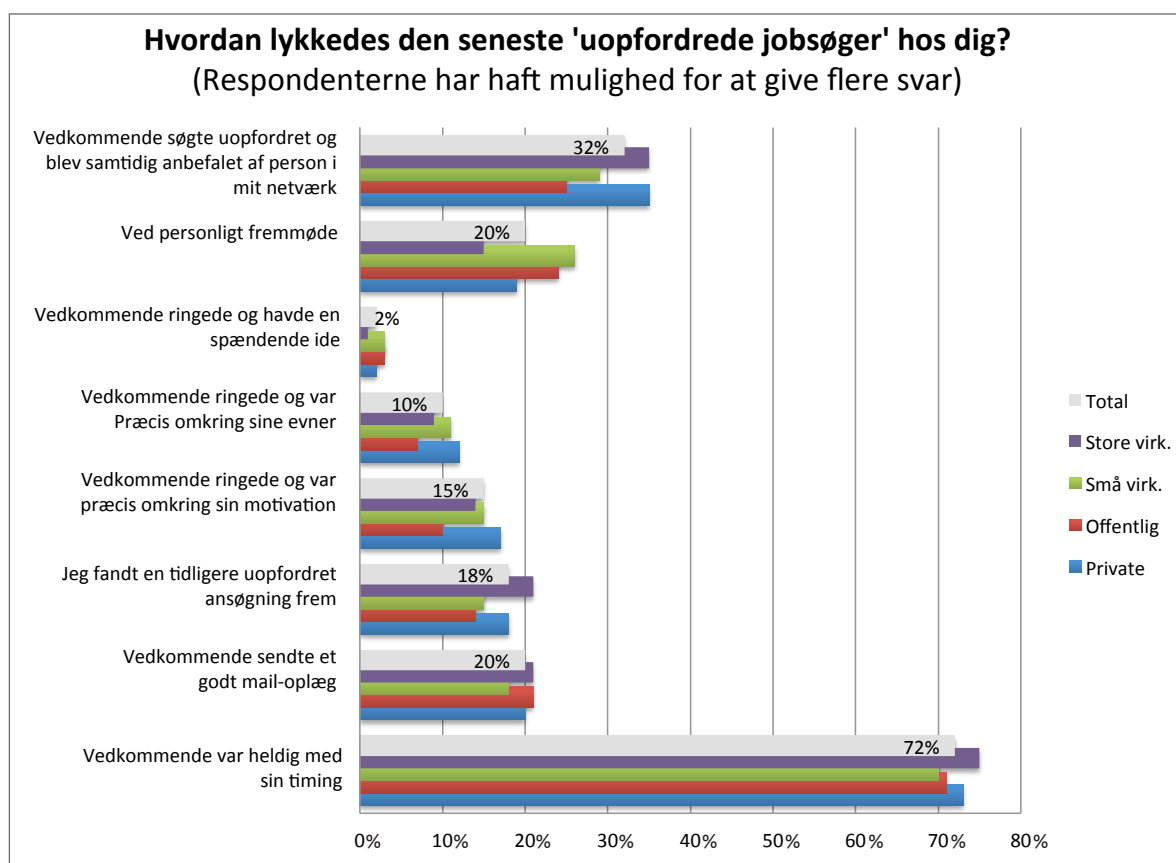


Billedet er uforandret, at hovedparten af virksomhederne har gjort brug af de uopfordrede ansøgninger. Industri-, Bygge & anlæg- samt Transportsektorerne har størst tradition for at anvende uopfordrede henvendelser, hvorimod sektorerne Offentlig service, Undervisning & forskning samt Kontor og kommunikation ligger i bund ift. anvendelsen af uopfordrede henvendelser.

Hvordan lykkes en uopfordret ansøgning?

Når vi spørger til det udslagsgivende for, at en ansøger er lykkedes med sin uopfordrede henvendelse, er svaret forholdsvis entydigt: Det handler primært om timing! Hele 72% af respondenterne, der har gjort brug af uopfordrede henvendelser, angiver heldig timing som årsag. Selvom flere andre faktorer ligeledes medvirker som årsag, så er den altafgørende faktor i sidste ende, om ansøgningen lander på virksomhedens bord på det helt rigtige tidspunkt.

Figur 10:



Generelt må man også sige, at inputtet fra virksomhederne omkring 'vellykket uopfordret henvendelse' fortæller, at typen af aktivitet ikke reelt spiller den afgørende rolle; det helt essentielle er at være aktiv og således stille sig til rådighed for heldet.

Netværk er den næstmest betydningsfulde faktor ved succesfulde uopfordrede henvendelser, da 1/3 af virksomhederne (32%) tilkendegiver, at netværk har været udslagsgivende for en vellykket uopfordret henvendelse.

Kapitel 3

Virksomhedernes ”turn offs”

Vi har i år valgt at spørge ind til, hvad virksomheder vægter negativt i en ansættelsesproces (som supplement til tidligere års fokus på, hvad der vægtes positivt), da vi har ønsket at give jobsøgerne indsigt i, hvad der tænder virksomhedernes advarselslamper.

Figur 11

Hvilke af disse elementer vægter du mest negativt i en ansættelsesproces? (Respondenten kan give maks. 3 svar)	Total	Private virk.	Off. virk.	Små virk.	Store virk.
Kandidaten har tidligere været sygemeldt med stress	28%	30%	21%	39%	17%
Kandidaten er overkvalificeret	33%	34%	33%	26%	40%
Kandidaten har mere end 1 times kørsel til arbejde	33%	38%	23%	33%	34%
Kandidaten falder ved siden af dresscode til jobsamtale	10%	9%	14%	9%	10%
Kandidaten har mange korte ansættelser	73%	76%	68%	66%	80%
Kandidaten er tydeligt nervøs til en jobsamtale	11%	9%	12%	13%	9%
Kandidaten er alene-forælder	3%	4%	1%	4%	2%
Kandidaten har været uden job i mere end 10% af sin karriere	31%	31%	30%	29%	33%
Kandidaten er +55 år	9%	9%	7%	12%	6%

Indledningsvist er det iøjnefaldende, at 73% vægter det markant mest negativt, hvis en kandidat har mange korte ansættelser bag sig. Forholdet gør sig gældende uanset, om der er tale om det private (76%) eller offentlige regi (68%); uanset om der er tale om store (80%) eller små virksomheder (66%).

Bemærk, at vi ikke har defineret, hvad vi forstår ved mange og korte – så der er svaret ud fra en subjektiv forståelse af de begreber.

”Kandidaten har mange korte ansættelser” vægtes over dobbelt så tungt som eks. hvorvidt kandidaten er overkvalificeret (33%), bor mere end en times kørsel væk (33%), har været uden arbejde i mere end 10% af sit arbejdsliv (31%) og har tidligere har været sygemeldt med stress (28%).

Mere end én "1 times pendling"?

Afstanden til jobbet for jobsøger er et element som tillægges nogen betydning for virksomhederne. 33% vægter mere end 1 times pendling som negativt i en vurdering af en kandidat. Her er det værd at bemærke forskellen i holdning til emnet hos henholdsvis private og offentlige virksomheder. Private virksomheder (38%) ser mere negativt på lang afstand mellem bopæl og arbejde end offentlige virksomheder (23%).

Er du overkvalificeret til et job?

33% af virksomhederne svarer, at en overkvalificeret kandidat er et minus i en vurdering. Til gengæld vurderer flere store virksomheder, at overkvalifikation er et problem (40%). For små virksomheder er det ikke vigtigt – her anser kun 26% overkvalifikation som et minus.

Tidligere sygemeldt med stress?

28% reagerer negativt på en tidligere stress-sygemelding. Tallet er i sig selv ikke iøjnefaldende; langt mere interessant er det, når man kigger på svarene fra hhv. de små og store virksomheder. Mens kun 17% af de store virksomheder vurderer det negativt, så er svaret 39% hos de små virksomheder.

Er du 'det grå guld'?

Er du 'det grå guld', så fortvivl ikke, hvis du er jobsøger. Kun 9% af virksomhederne finder aldersfaktoren (+55) et element, der vægtes negativt i en vurdering. Forholdene gør sig gældende, uanset om der er tale om en vurdering inden for det offentlige (7%) eller i det private (9%); hos små (12%) eller store virksomheder (6%).

Hvornår bliver ledighed et problem?

Vi mødes ofte med spørgsmålet om, hvorvidt dét at have været ledig er et problem for en jobsøger. Og hvornår bliver ledighed et problem? Vi har videregivet spørgsmålet til virksomhederne og har fået følgende svar på spørgsmålet:

Figur 12

Hvornår bliver ledighed et minus i vurderingen af en kandidat?	Total	Private virk.	Off. virk.	Små virk.	Store virk.
Ved 0-3 mdr. ledighed	1%	1%	0%	1%	0%
Ved 4-6 mdr. ledighed	8%	8%	10%	11%	6%
Ved 7-12 mdr. ledighed	23%	26%	20%	19%	27%
Mere end 1 års ledighed	39%	39%	40%	37%	41%
Det er ikke et problem	29%	26%	31%	32%	26%

Er du nyligt blevet ledig, så tæller dette minimalt for virksomhederne (1%) i vurderingen af en kandidat. Ved 4-6 måneders ledighed vægtes ledighed negativt hos yderligere 8% af virksomhederne, og man kan konkludere, at kun 9% af virksomhederne vurderer, at op til 6 måneders ledighed er et problem. Efter 6 måneders ledighed stiger bekymringen hos virksomhederne med en faktor 3 (fra 8% til 23%).

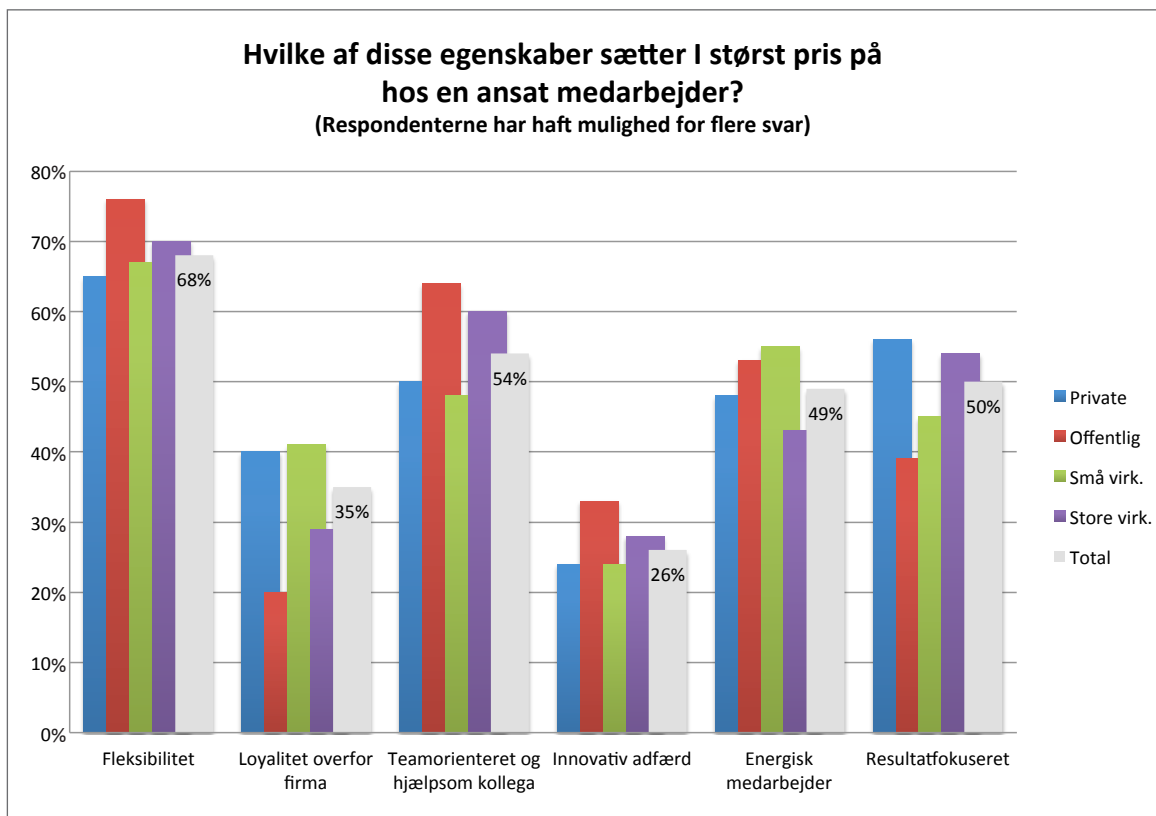
71% vurderer mere end 1 års ledighed som problematisk. 29% af virksomhederne vurderer ikke ledighed som et minus i en vurdering af en kandidat overhovedet.

Kapitel 4

Den foretrukne medarbejderadfærd

Annoncer, ansøgninger og CV'er er ofte fulde af buzzwords, der beskriver personlige egenskaber. Vi har undersøgt hvilke egenskaber (ud fra seks valgmuligheder), der er mest eftertragtede hos virksomhederne.

Figur 13:



Værd at bemærke:

- **Flexibilitet** er i alle kategorier den mest efterspurgte egenskab.
- Hos private virksomheder er **resultatfokus** den næstmest efterspurgte egenskab.
- Hos offentlige virksomheder er det at være **teamorienteret** den næstmest efterspurgte egenskab.
- Hos små virksomheder er det at være **energisk** den næstmest efterspurgte egenskab.
- Hos offentlige virksomheder er **loyalitet** den mindst vigtige egenskab af de seks valgmuligheder. Hos små og private virksomheder er loyalitet til sammenligning dobbelt så vigtigt.

Det er naturligvis meget stillingsafhængigt hvilke egenskaber, der efterspørges. Dog kan ovenstående præferencer give jobsøgere et hint om, hvad der generelt er attraktiv adfærd hos virksomhederne.

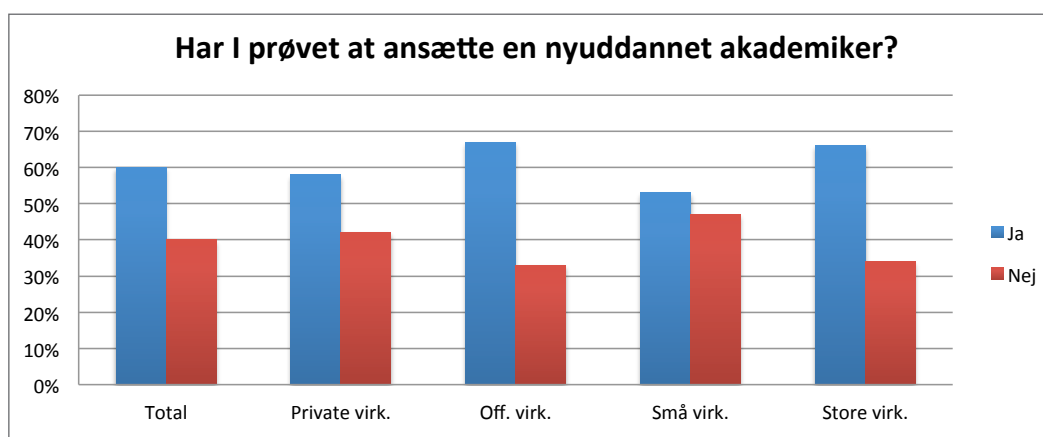
Kapitel 5

Spot på de nyuddannede akademikere

Vi har i årets rekrutteringsanalyse valgt at sætte særligt fokus på en udvalgt gruppe af jobsøgere – nemlig de nyuddannede akademikere. Vi ønsker at indhente mere viden om virksomheders erfaringer med de nyuddannede kandidater og derigennem bidrage med ny viden, som kan hjælpe akademikernes skifte fra uddannelse til job.

Først baggrundsinformationer om hvem der ansætter de nyuddannede akademikere:

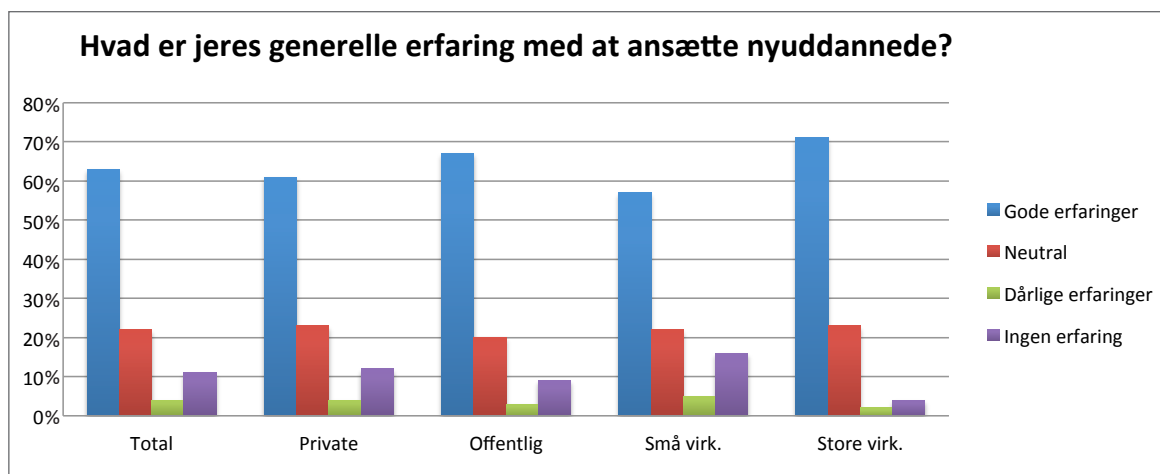
Figur 14:



Der er ikke voldsom stor forskel, når det handler om at åbne døren for de nyuddannede. Men de små virksomheder halter lidt bagefter, idet næsten hver anden af de små virksomheder ingen erfaring har med at ansætte de nyuddannede akademikere.

Erfaringerne med at ansætte de nyuddannede akademikere er gennemgående gode (nedenfor tal fra sidste års analyse):

Figur 15:



I år har vi spurgt mere detaljeret ind til nogle ”performance-områder” og bedt virksomhederne evaluere akademikerne (bemærk at det kun er dem der har ansat akademikere, der er spurgt):

Figur 16:

I hvor høj grad er du enig i følgende udsagn om nyuddannede akademikere, I har ansat?	Høj grad	Nogen grad	Mindre grad	Slet ikke
De er gode til at omsætte teori til praksis	14%	55%	22%	3%
De udviser god forretningsforståelse	8%	38%	41%	6%
De kommunikerer godt og tydeligt	23%	57%	13%	1%
De er gode til teamwork	34%	51%	8%	0%
De er effektive	26%	46%	20%	2%
De er innovative	25%	50%	17%	2%
De er gode til projektledelse	12%	39%	33%	4%
De er gode til at skabe overblik	13%	48%	27%	3%

De tre områder, hvor de nyuddannede akademikere scorer bedst, er:

- Teamwork (85% i nogen eller høj grad)
- Kommunikation (80% i nogen eller høj grad)
- Innovation (75% i høj grad eller nogen grad)

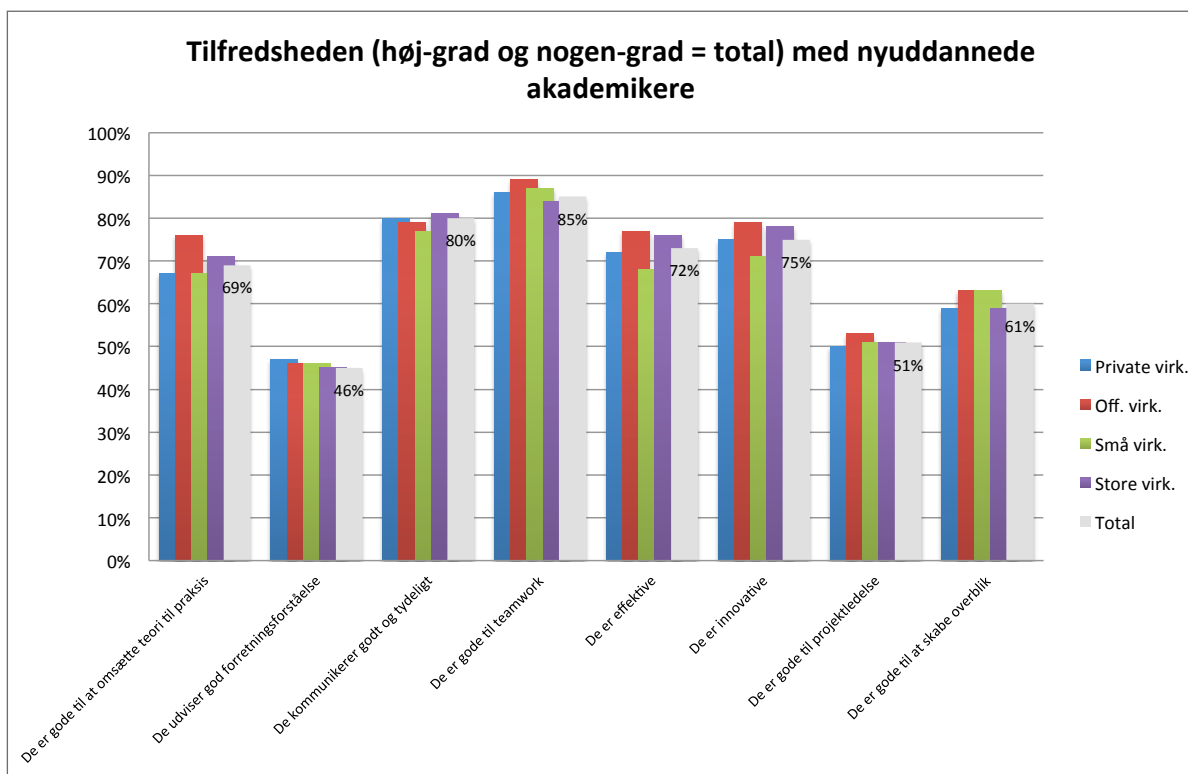
De tre lavest scorende områder er:

- Skabe overblik (61% i nogen eller høj grad)
- Projektledelse (51% i nogen eller høj grad)
- Forretningsforståelse (46% i nogen eller høj grad)

Forretningsforståelse er bundskraberen, når vi spørger til erfaringer med at ansætte nyuddannede akademikere.

Hvis vi ser på de enkelte virksomhedsgrupper, er der imidlertid flere interessante betragtninger at tilføje:

Figur 17:



Værd at bemærke:

- Den største tilfredshed med at omsætte teori til praksis eksisterer hos de offentlige virksomheder (76% tilfredshed mod 69% generel tilfredshed)
- De små virksomheder er mindst tilfredse med akademikernes effektivitet (68% tilfredshed mod 72% generel tilfredshed). Til gengæld er de små virksomheder temmelig tilfredse med akademikernes evne til at skabe overblik (63% tilfredshed mod 61% tilfredshed generelt).

Kapitel 6

HR-specialister vs. ikke-HR-specialister

I år har vi spurgt ind til respondentens baggrund – om HR er deres fag (specialisterne), eller de ansætter uden at være HR-medarbejdere (ikke-HR-specialisterne). Det kan eksempelvis være en afdelings- eller linjechef. Forskellene er trukket op i nedenstående liste:

- 1 I forbindelse med rekrutteringskanaler bruger HR-specialisterne stort set alle rekrutteringskanaler mere end ikke-specialisterne. Ikke-HR-specialisterne er en smule mere tilbøjelige til at bruge netværk og uopfordrede henvendelser.
- 2 På LinkedIn er HR-specialisterne langt foran ikke-HR-specialisterne (41% vs. 21% som bruger denne rekrutteringskanal).
- 3 Ikke-HR-specialisterne er mere negative over for personer med tidligere stress-sygemelding end HR-specialisterne (30% vs. 21% som vægter det negativt).
- 4 Til gengæld har den overkvalificerede langt bedre chancer hos ikke-HR-specialisten, som kun reagerer negativt hos 28%. Det tal er helt oppe på 44% hos HR-specialisterne.
- 5 De nyuddannede akademikere har markant bedre chancer for ansættelse hos HR-specialisterne (69% har ansat en nyuddannet akademiker). Det tal er helt nede på 53% hos ikke-HR-specialisterne.
- 6 Innovativ adfærd er mest værdsat hos ikke-HR-specialisterne (30% sætter pris på denne egenskab mod 23% hos HR-specialisterne.)
- 7 På samme måde er det med den energiske adfærd – 53% af ikke-HR-specialisterne peger på denne adfærd som prisværdig. Det tal er helt nede på 42% hos HR-specialisterne.
- 8 Den egenskab, som skiller sig mest positivt ud hos HR-specialisterne, er Resultatfokus – 57% af HR-specialisterne har fremhævet denne egenskab positivt, mens det samme tal kun er 46% hos ikke-HR-specialisterne.



Søren Frichs Vej 40A, 1. sal, 8230 Aabyhøj Tlf. 70 29 40 50 info@ballisager.com