



המדריך למנהלת הבכירה.

# הפתרון למחסור בכוח אדם מסתתר בתקציב 2026



# מצב השוק ב 2025 בואכה 2026:

שוק העבודה השתנה. נקודה. ממגפה עולמית, מלחמות מקומיות ובינ"ל ומהפכת ה AI, כל אלו הפכו זרז לשינוי מגמה - איך עובדים מחפשים ומוצאים היום עבודה. על מה מחפשי עבודה ובעיקר צווארון כחול, פוסלים את המעסיק הבא לפעמים עוד במעמד החשיפה למודעה ולמה המידע הזה קריטי היום יותר מבעבר. **כי מחסור בעובדי ייצור, שירות, קמעונאות, הארחה ולוגיסטיקה מזעזע תעשיות שלמות והפתרונות לגיוס עובדים מתייקרים.**

למה הם מתייקרים? התפתחות של גיג אקונומי, עבודה היברידית וכמיהה לעבוד מכל מקום בעולם, מייצרת מציאות מורכבת של נטישת עובדים וקושי אובייקטיבי בגיוס עובדים ישראלים. למרות מה שנהוג לחשוב או מה שמתקשר בישיבות הנהלה **זו לא רק מגמה של דור ה-Z המפונק ו/או המהנדסים בהייטק אלא גם דור ה-X, עובדי הצווארון הכחול בגילאי +40** הוותיקים והמיומנים, שהפכו לבררניים ואינם מסתפקים יותר בשכר בסיס. עובדים דורשים היום גמישות, מעטפת רווחה וסביבת עבודה נעימה שלא כל המעסיקים יודעים להציע.

## הכנות לאישורי תקציב לשנת 2026 כבר החלו,

במרבית הארגונים הבינוניים והגדולים, בתעשייה, קמעונאות, הסעדה ואירוח, הייטק ובתעשייה הצבאית - האתגרים בחלוקת התקציב אינם מתרכזים במוצר או בשירות וגם לא בתחרות הגוואה בשוק. **במגדל בתל אביב ובמפעל בדימונה, במסעדה בקריות ובמלון באילת הדיון הסוער סביב התקציב יהיה מורכב גם השנה בגלל מחסור בידיים עובדות.**

**מדריך זה נותן זווית חדשה לפתרון של בעיה ישנה.**



"התפיסה הרווחת של חיסכון בתקציב לפיתוח תשתיות במחלקות הגיוס הוא אחד הגורמים העיקריים לקווי ייצור ריקים ושחיקת העובדים הקיימים."

**מי שמחפש לחסוך בלבד ולהעביר את התקציבים למחלקות אחרות - לא ימצא כאן דבר.**

# איך להמנע מבורות תקציביים בתקציב 2026

ולפתח חוסן גיוסי בארגון צומח

“אוניות לא טובעות בגלל כל המים שסביבן,  
הן טובעות בגלל המים שחודרים פנימה”

כך גם ארגונים, הם נכשלים בגיוס ושימור לא רק בגלל תנאי השוק  
המאתגרים אלא בעיקר בגלל מה שקורה (או לא קורה) בתוכם.



אין עוררין שצריך להתייעל בעלויות גיוס  
עובדים. אבל חשוב לא פחות להשקיע  
את התקציבים שיתפנו **לשדרוג מערך  
הגיוס והורדת התלות** בערוצי פרסום  
יקרים ולא אפקטיביים לצד צמצום  
עבודה ידנית.

מצריק צפ אינן מתיימרות לפתור  
את כל הבעיות של המעסיקים  
באיוס עזרבים.

אלא מציע זווית חדשה  
לפתרון בעיה ישנה

מחלקות הגיוס נותרו אנלוגיות, ידניות, יקרות  
ולא עומדות ביעדים שנה אחרי שנה

# כמה עולה לארגון מחלקת גיוס מסורתית, ידנית וכאוטית?

העלות האמיתית של עבודה ידנית בגיוס מתחילה בשכר העובדים ועלויות המעסיק. בנוסף לעלויות תפעוליות מוכרות, **מהפסד שנגרם ממשרות פתוחות שבועות וחודשים ארוכים**. המספר המדויק ניתן לחישוב מהיר על ידי מנהל הכספים בארגון. % ההפסדים הנגרמים ממחסור של עובדים מתחיל **מסכום שמרני של כמה מאות אלפי שקלים ומגיע למיליונים רבים**.

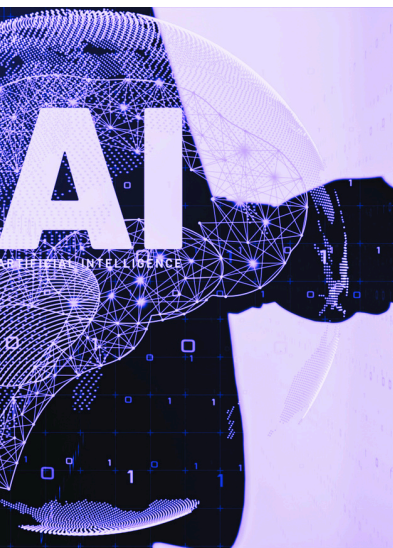
צוותי הגיוס מוצפים במשימות ידניות - במקום להתרכז במשימות הליבה כגון פיתוח ארגוני, איתור ושימור עובדים בארגון.

**המציאות העסקית בשוק העבודה מחייבת שינוי מייד**. טכנולוגיה מתקדמת שכבר קיימת בשוק, יעדים עסקיים אגרסיביים וצורך ממשי בצמצום צוותים אנושיים, אינם מאפשרים לארגונים להמשיך **להסתמך על תהליכים ידניים בלבד**.

## הגידור הנדרש בתקציב הקרוב - השקעה בתשתיות טכנולוגיות ושדרוג מערך הגיוס

**כולו** שיכלול שילוב מערכות אוטומציה, פתרונות בינה מלאכותית, ושימוש חכם ב־**Co-Bots** לצמצום העבודה הידנית והעלאת הפרודוקטיביות התפעולית. **עבודה ידנית ורפיטטיבית (אקסלים, תיאומים, תיעודים- הכל ידני) מגדילה את מספר המשרות שלא מאוישות בזמן, מורידה את האפקטיביות וגוררת את הארגון למטה**.

גידור התקציב חייב להעשות בתיאום של הכנסת החדשנות ללא פגיעה באיכות הגיוס. **ויתור על השקעה זו יגרום לארגון לדשדש מאחור בתחרות על איתור העובדים בשוק המשתנה**.



כבר ב **2026 צוותי הגיוס** בארגון יידרשו לגייס כ-30% יותר עובדים ללא הגדלה של הצוות. כל מגייסת תדרש לעשות יותר משימות באותו זמן עבודה. לכן יש דחיפות להשקיע **בשדרוג מערך הגיוס ולצמצם עבודה ידנית ע"י אוטומציה ו-AI**.

תקציב לערוצי פרסום בתעשייה מסורתית נע בין 350K ל- 1M ₪

## נוסחה לדוגמה עלות לשנת גיוס ממוצעת:

• עלות מגייסת =  $12 \times 0.7 \times 1.35 \times 14,000 = 158,760$  ₪  
שכר חודשי | עלות מעביד | זמן גיוס בפועל | חודשים

• עלות ניהול גיוס =  $12 \times 0.3 \times 1.35 \times 17,000 = 82,620$  ₪  
פונקציה בכירה שתחתיה יושב גיוס משקיע כ 30% מהמשרה לניהול

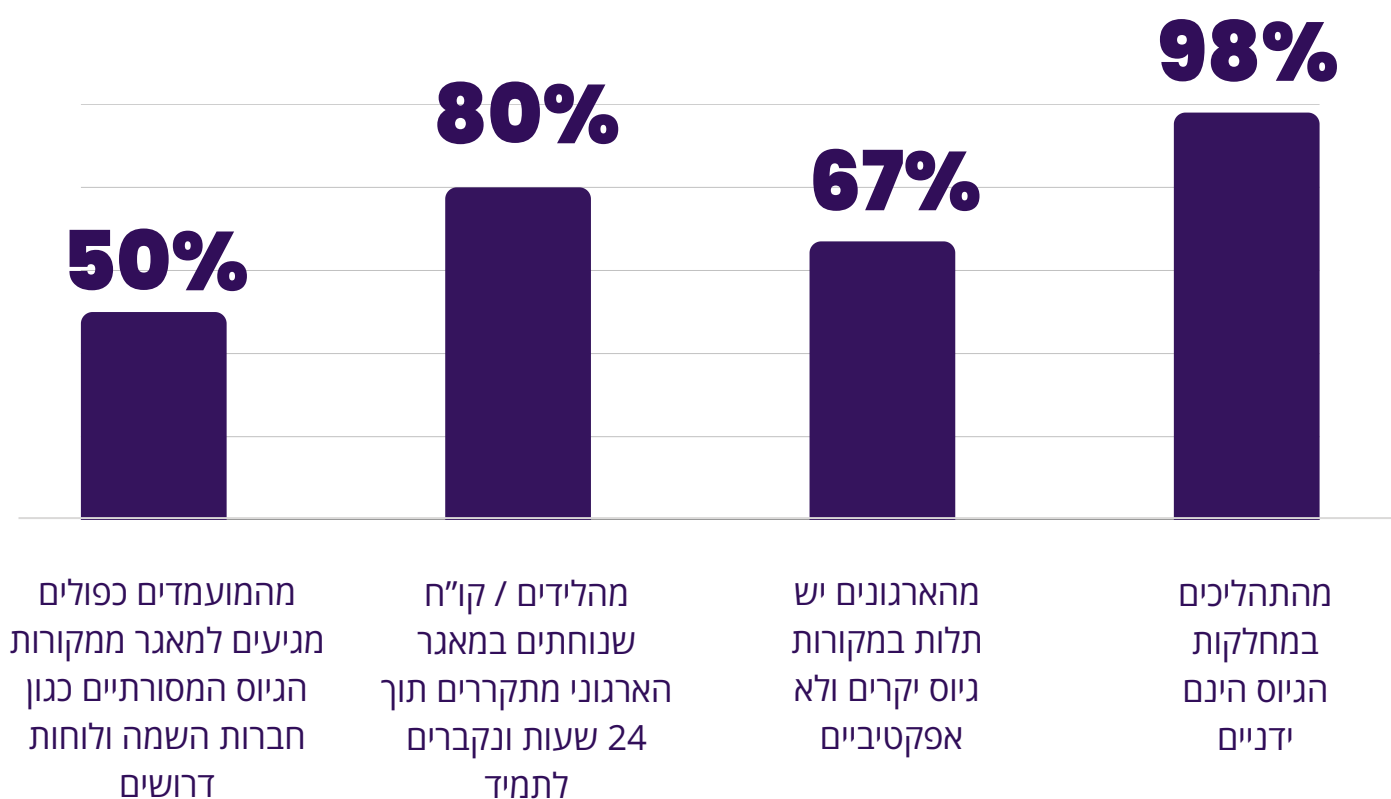
• עלות מנהל מגייס =  $12 \times 0.15 \times 1.35 \times 33,670 = 81,818$  ₪  
שכר חודשי | עלות מעביד | זמן מושקע בגיוס | חודשים

• עלות משרה לא מאוישת  $\approx$  שכר חודשי  $\times$  זמן גיוס  $\times$  מקדם פגיעה תפעולית  
(כאן ראוי להשתמש בנתונים רלוונטיים לתעשייה ולשורת הרווח בארגון ספציפי)

# לפני אישור תקציב HR 2026 מומלץ לבדוק האם נתונים אלו מדווחים להנהלה ?



## בנצ'מרק בין עשרות ארגונים שבדקנו חושף:



# כמה עולה לארגון תלות בערוצי גיוס יקרים ולא אפקטיביים?

(חברות השמה, לוחות דרושים, פרסום חנימי ברשת)

תלות בערוצי גיוס יקרים כגון חברות השמה ולוחות דרושים "שותים" בין 60-80% מהתקציב של מחלקת הגיוס. מקורות אלו אחראים לכ- 50% מהמועמדים הכפולים שנכנסים ו"מבזבים" זמן, סינון ומיון של צוות הגיוס. **הגידור הנדרש בתקציב הקרוב - פיתוח ערוצי גיוס עצמאיים ואפקטיביים שיקנו לארגון יכולת גיוס עצמאית בכ 70% מהמשרות הפתוחות.** צמצום תקציב של לוחות דרושים חופפים או זהים, צמצום אחוזי גיוס דרך חברות השמה והכנסת מקור גיוס עצמאי\*, בנוסף להכנסה של תהליכי אוטומציה תחסוך החל מחצי מיליון ש"ח כבר בשנה הבאה.

**לוחות דרושים** הם סעיף תקציבי מוכר וקל להעברה בישיבות תקציב בהנהלה. הפרדוקס הוא **שעובדי צווארון כחול אינם מחפשים עבודה בלוחות הדרושים המסורתיים**, זהו בור תקציבי כאשר הארגון מממן בפועל את הבונוסים של מנהלי המכירות והשיווק בלוחות הדרושים **ומפספס את הקהל המרכזי שהוא זקוק לו לגיוס.**

חברות השמה הן **בור תקציבי נוסף שניתן לצמצם ולנייד לטובת מקורות אפקטיביים ועצמאיים.** הארגונים צמאים לתוצאות ומצפים לגיוס מהיר גם במחיר יקר והתוצאה, תחלופה גבוהה גם ממקור גיוס יקר שמשאיר את המעסיק עם **בזבוז תקציבי משמעותי** וגוזל זמן יקר של מנהלים מגייסים ללא פתרון אמיתי למחסור בעובדים חדשים.



לוחות הדרושים הגדולים מנוהלים על ידי ענקי מדיה, שיש ביכולתם להשפיע **על התודעה של מקבלי ההחלטות דרך פרסומים, כתבות ממומנות, הרצאות וכנסים.** מנהלות הגיוס שמכירות את אתגרי השוק נוטות לבחור במקור גיוס זה - מחשש לפספס מועמדים. **מה שהוכח כאינו נכון ומגובה בנתונים שיש במחלקת הגיוס שלך בשליפה מהירה.**

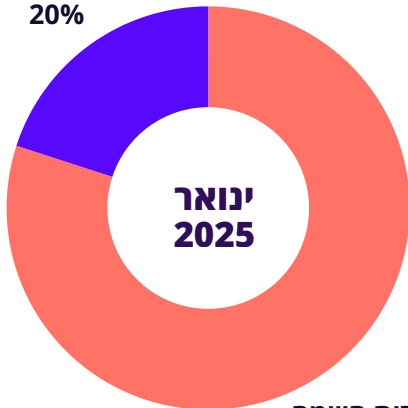
הפתרון לתלות בערוצי פרסום יקרים לא מסתתר **ברכישת מערכת נוספת**, יקרה ככל שתהיה, אלא שדרוג של התהליך כולו והתאמה של הגיוס לדרך בה המועמדים רוצים למצוא עבודה.

\* **מקור גיוס עצמאי** - חמ"ח, עמוד קריירה, ניוזים, קמפינים במדיה



## דוגמה לפריסת מקורות גיוס מקיים סטאדי של לקוח:

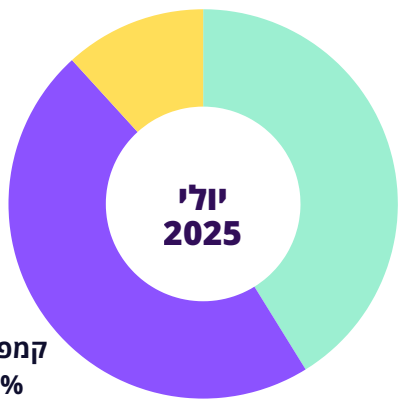
עצמאי  
20%



ינואר  
2025

חברות השמה  
80%

אתר חברה  
11.8%



יולי  
2025

קמפיין גיוס  
47.1%

חמ"ח  
41.2%

בחודש יולי נשבר שיא בגיוסים מתחילת השנה ועמד על 400% לעומת ינואר 2025

## והבור התקציבי החמור מכל:

בין 70%-80% מהלידים שנוחתים במאגר הארגוני מתקררים תוך 24 שעות ונקברים לעולם. והסיבה? היעדר תהליכי אוטומציה וסחיטה של הלידים בדומה למשפכי השיווק העדכניים.

## חישוב מהיר:

ארגון עם תקציב של 1M מקבל בין 50K-100K לידים מכלל ערוצי הפרסום בשנה. מתוכם כ-50% כפולים (מוכרים, כבר נמצאים במאגר). בין 30% ל-60% מכלל הלידים נותרים ללא טיפול עקב עומס ועבודה ידנית של צוות הגיוס.

למרות מה שדווח להנהלה, עלות גיוס עובד אינו מסתכם ב-6K-10K במוצע, אלא חושף תמונה עגומה של בזבוז תקציבי החל מ-200 אלף ש"ח ובראייה מחמירה קרוב ל-600 אלף ש"ח שניתן לנתב לשדרוג תשתיות הגיוס.

פיתוח מקור גיוס עצמאי, הכנסה של אוטומציה ו-AI והכשרה של צוותי הגיוס לעבודה עם כלי שיווק מתקדמים - תהיה השקעה חכמה על חשבון צמצום בורות תקציביים כבר ב-2026.

# היעדר מדידה בגיוס עובדים

כאן תהיה שחיטה של פרה קדושה- שגיוס דורש יחס אישי מקצה לקצה. ראוי לבחון את הגיוס כהקבלה לתהליך מכירות (B2B) ולהחליט אילו משימות ותהליכים ניתן להעביר לאוטומציה ו-AI. לכן נתייחס לצוות הגיוס כאל מוקד טלפוני לטיפול בלידים קרים או פושרים בדיוק כמו בתהליך מכירה B2B- כל מועמד מתועד, מסווג ומטופל בצורה עקבית ושקופה. יצירת תהליך אחיד ושקוף שניתן למדידה, מאפשר העברת חלק מהמשימות הרפיטיביות שגוזלות משאבי זמן לאוטומציה ו-AI.

**הגידור הנדרש בתקציב הקרוב - לאפיין, למסמך, לתעד את תהליכי העבודה שלא "ישבו" רק בראשה של המגייסת. אלא יהפכו לנוהל עבודה מסודר, כולל צ'קליסטים ודשבורדים מובנים לבקרה של ההנהלה.** הסבת תשומת הלב הארגונית לניסוח תהליכי עבודה לתיעוד תיקני (בדומה לשאר המחלקות בארגון, נניח רכש) יקדמו בניית תשתית לחדשנות וטכנולוגיה מתקדמת.

סיבה נוספת היא- מערכות **AI Co-Bots** לא ידעו לעבוד ללא מסמכי אפיון, צ'קליסטים, דשבורדים ואקסלים תומכים. משמע - **ברגע שמחלקת הגיוס מתחלפת או מצטמצמת, כל הידע שארגון צבר מזרק לפח או עובר לארגון אחר.** ניהול ושימור ידע ארגוני אינו מושג חדש, אולם בהכנסה של תהליכי אוטומציה ו-AI, אי הקפדה על שימור ידע - הופך לכשל וסיכון כלכלי מערכתי.



## לסיכום

לקראת אישורי תקציב 2026 ראוי לבחון ולתכלל את כלל הנתונים שהובאו במדריך זה ולהמנע מקבלת החלטות על סמך תמונה חלקית בלבד המעכבת צמיחה. התקציב הבא אמור לתת מענה להיעדר השקעה במחלקות גיוס שנותרו אנלוגיות, מסורתיות, ידניות ויקרות. איתור וטיפול ערוצי פרסום עצמאיים ואפקטיביים ליצירת חוסן גיוסי, דרישה למדידה מובנת ולבקרה של ההנהלה. צמצום מחסור בגיוס עובדים מסתתר גם בארגון שלך באחוז כפולים גבוה ששורף תקציב, בזבוז זמן מגייסות בעבודה ידנית שמוריד אפקטיביות, ערוצי פרסום יקרים ואחוז הפסדים שהמחסור בעובדים מייצר.

ב-2024 פיתחה מודל לשדרוג מערך הגיוס מבוסס אוטומציה ו AI. ושנה אחרי VitaminP AI כבר עוזר לעשרות ארגונים להגיע ליעדי גיוס אגרסיביים, לזנוח שיטות גיוס מסורתיות ולפתח חוסן גיוסי כדי לצמוח.



## את המדריך כתבה

### נילי חייקין

מומחית בינ"ל לשיווק גיוס, מיתוג מעסיק, סורסינג דיגיטלי וכיום ניהול גיוס באמצעות כלי שיווק אוטומציה ו AI.

נילי חייקין היתה בין הראשונות בישראל שגייסה ברשתות חברתיות כבר ב-2010. בעלת ניסיון בהקמה וניהול מחלקות גיוס, וקמפיינים עתירי תקציבים לגיוס עובדים. ב-2018 הקימה את סוכנות הדיגיטל למיתוג מעסיק הראשונה בישראל VitaminP Agency במטרה לעזור לארגונים לספר את הסיפור שלהם בתוך הארגון וברשת דרך פעילות סושיאל, עמודי קריירה, תוכניות שגרירים וסרטוני רילס וטיקטוק.

נילי חייקין מרצה מבוקשת בכנסי HR בישראל, מזרח אירופה ומדינות חבר העמים על מיתוג מעסיק ושיווק גיוס.



# מה השלב הבא? שדרוג מערך הגיוס ב 2026 ע"י מודל AI

הפניה של משאבי הארגון למשימות אסטרטגיות כגון שימור עובדים, פיתוח מנהלים והכנה לכניסה של טכנולוגיה מתקדמת למחלקת הגיוס.

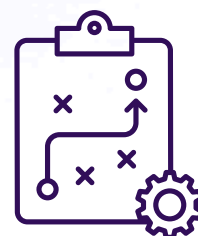
הפחתת תלות בכ-70% בערוצי גיוס יקרים ולא אפקטיביים ופיתוח חוסן גיוסי.



הכנת תשתית לאוטומציה ו-AI שמאפשרת תמונת מצב מובנת לבקרה של הנהלת החברה.



צמצום עבודה ידנית בכ-30% וכתוצאה עמידה ביעדי הגיוס.



70% עבודה ידנית + 30% אוטומציה

והרווח? מיליונים בשנה

לא כדאי לחכות לשנה הבאה

[לשיחת התאמה למודל AI <<](#)

**בנוסף: בהרשמה ישלח קייס סטאדי של לקוח ללא עלות**