

Opinnäytetyö (AMK)

Liiketalouden koulutusohjelma

2020

Mia Laine

HENKILÖSTÖVUOKRAUS – VAIN PÄTKÄTÖITÄ?

Case: Eezy Henkilöstöpalvelut Turku

Mia Laine

HENKILÖSTÖVUOKRAUS – VAIN PÄTKÄTÖITÄ?

- Eezy Henkilöstöpalvelut Turku

Tämä opinnäytetyö on tehty toimeksiantona Eezy Oy:lle. Työn tavoitteena on tutkia 18-30-vuotiaiden nuorten mielikuvia henkilöstövuokrauksesta sekä selvittää mielikuvien, imagon ja maineen vaikutusta nuorten halukkuuteen hakeutua henkilöstövuokrausyritykseen töihin. Tehdyn tutkimuksen avulla on tarkoitus ottaa selvää, millaiset tekijät vaikuttavat nuorten mielikuviin henkilöstövuokrauksesta sekä millaisia asioita nuoret pitävät tärkeinä, jos työllistyisivät henkilöstövuokrauksen kautta töihin. Tutkimuksen kohderyhmä rajattiin 18-30 -vuotiaisiin nuoriin, koska nuoret ovat työelämän kynnyksellä ja he ovat potentiaalisia työnhakijoita.

Teoriaosuudessa tuodaan esille henkilöstövuokrauksen taustaa, nykytilaa ja kehittymistä. Teoriaosuudessa käsitellään myös keskeisiä termejä, kuten mielikuvaa, imagoa ja mainetta. Lisäksi käsitellään näiden vaikutusta henkilöstövuokraukseen. Empiriaosassa on tehty tutkimus kvalitatiivisella menetelmällä, jonka avulla saatiin laadukasta tietoa kohderyhmästä. Tutkimus toteutettiin käyttäen yksilö -ja ryhmähaastatteluita tutkimusmenetelmänä.

Saatujen tulosten perusteella 18-30-vuotiailla nuorilla on osittain negatiivinen imago henkilöstövuokrauksesta. Esille nousi monenlaisia mielikuvia henkilöstövuokrauksesta, kuten pätkätöiden tekeminen, satunnaiset työt ja lyhyet työsuhteet. Tulosten perusteella monet nuoret eivät tiedosta sitä, että henkilöstövuokrauksen kautta on mahdollisuus työllistyä myös pidempiaikaiseen työsuhteeseen tai vakituiseseen työsuhteeseen. Tuloksista kävi myös ilmi, millaisia asioita nuoret pitävät tärkeänä, jos työllistyisivät henkilöstövuokrauksen kautta.

Tutkimusten tulosten perusteella on tehty johtopäätökset sekä luotu kehitysideoita toimeksiantajalle. Johtopäätöksenä on, että nuoret pitävät tärkeänä pidempiaikaisia ja vakituisia työsuhteita. Lisäksi nuorille on tärkeää, että on mahdollista kehittyä ja edetä uralla. Kehitysideoissa on tuotu esiin, miten nämä johtopäätökset pitäisi ottaa huomioon markkinoinnissa ja viestinnässä.

ASIASANAT:

Henkilöstövuokraus, vuokratyöntekijä, asiakasyritys, mielikuva, imago, maine, viestintä, brändi

BACHELOR'S THESIS | ABSTRACT

TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Business

2020 | 35 pages, 1 page in appendices

Mia Laine

STAFF LEASING – ONLY PART TIME JOBS?

- Eezy Henkilöstöpalvelut Turku

This thesis was commissioned by Eezy Oyj. The goal is to study 18 to 30 years old young people's images about staff leasing. Another goal is to find out the effect of images and reputation to young people's willingness to apply for work in staff leasing company. The purpose is to show which aspects have effect on young people's images of staff leasing and what young people consider important if they worked in staff leasing company. The target group was delimited to 18 to 30 years old young people since they are potential jobseekers.

The theoretical part of this thesis discusses the history, current status and development of staff leasing. Theoretical part also defines the key concepts such as image and reputation. Also the impact of these terms to staff leasing is described. The research was implemented with qualitative methods. Such as individual and group interviews were used.

According to the results, 18 to 30 years old young people have a negative image of staff leasing. Such as it is only part time jobs and short-term employment. The results show that many young people are not aware of the possibilities of long-term jobs and full-time jobs in staff leasing companies. The results also show what young people see important if they were to work in staff leasing company.

Based on the results of the study the conclusions and development ideas was created to the client. The conclusion is that young people consider important long-term jobs and full-time jobs. Young people also consider important that it is possible to improve themselves and proceed in their careers. Development ideas include how these conclusions should take into consideration in marketing and communication.

KEYWORDS:

staff leasing, leased employer, client company, image, reputation, communication, brand

SISÄLTÖ

KÄYTETYT LYHENTEET TAI SANASTO	6
1 JOHDANTO	7
2 HENKILÖSTÖVUOKRAUKSEN TAUSTA JA NYKYTILA	10
2.1 Henkilöstövuokrauksen tausta	10
2.2 Henkilöstövuokrauksen kasvu	11
2.3 Henkilöstövuokrauksen haasteet	13
3 MIELIKUVIEN, IMAGON JA MAINEEN MERKITYS HENKILÖSTÖVUOKRAUKSESSA	15
3.1 Mielikuvien vaikutus päätöksiin	15
3.2 Imago ja siihen vaikuttavat tekijät	16
3.3 Imagon vaikutus henkilöstövuokrauksessa	17
3.4 Henkilöstöpalveluyrityksen maineen rakentaminen	17
4 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS	21
4.1 Tutkimusongelma ja tutkimuksen suunnittelu	21
4.2 Tutkimusmenetelmä ja tutkimuksen toteutus	21
4.3 Tutkimuksen tulokset ja johtopäätökset	23
5 KEHITYSIDEAT JA JATKOTUTKIMUSAIHEET	29
5.1 Kehitysideat toimeksiantajalle	29
5.2 Jatkotutkimusaiheet	31
5.3 Lopuksi	32
LÄHTEET	34

LIITTEET

Liite 1. Haastattelulomake

KUVAT

Kuva 1. Eezy Henkilöstöpalveluiden logo (Eezy intranet 2020).	9
Kuva 2. Imagon, maineen ja brändin suhde (Kortesuo 2011, 9).	19

KUVIOT

Kuvio 1. Vuokratyösuhteen osapuolet (Luoma & Viitala 2017, 51).	10
Kuvio 2. Imagoon vaikuttavat tekijät (Vuokko, P. 2003, 111).	16
Kuvio 3. Nuorten toivomat uudet palvelut.	26
Kuvio 4. Idea markkinointikampanjasta.	30
Kuvio 5. Jatkotutkimusaiheita.	32

TAULUKOT

Taulukko 1. Yhteenveto organisaation imagon ja maineen välisistä keskeisistä eroista (Tuominen 2011).	18
Taulukko 2. Yhteenveto nuorten mielikuvista henkilöstövuokrauksesta.	24
Taulukko 3. Nuorten halukkuus työllistyä erityyppisiin työsuhteisiin.	25
Taulukko 4. Nuorten tärkeinä pitämät asiat työsuhteessa.	26
Taulukko 5. Idea yhteistyöstä oppilaitosten kanssa.	31

KÄYTETYT LYHENTEET TAI SANASTO

Eezy	Eezy Oyj
Smile	Smile Henkilöstöpalvelut
HPL	Henkilöstöpalveluyritysten liitto
VMP	VMP Oyj, Varamiespalvelu

1 JOHDANTO

Opinnäytetyö on tehty toimeksiantona Eezy Oyj:lle. Haasteena Eezyssä on, että hyviä ja potentiaalisia työnhakijoita on vaikea löytää. Lisäksi henkilöstöpalvelualalla vallitsee osin negatiivinen imago, joka tiedostetaan Eezyssä. Tämän opinnäytetyön tavoitteena on tutkia 18-30-vuotiaiden nuorten mielikuvia henkilöstövuokrauksesta sekä selvittää henkilöstövuokrauksen negatiivisen imagon taustalla olevia syitä. Tavoitteena on myös selvittää, miten henkilöstövuokrauksen imago ja maine vaikuttavat nuorten halukkuuteen hakeutua henkilöstövuokrauksen kautta töihin. Opinnäytetyön tarkoitus on luoda kehitysideat Eezyille siitä, miten henkilöstövuokrauksen imagon rakentumista voidaan kehittää, jotta nuoret olisivat kiinnostuneempia hakeutumaan Eezyyn kautta töihin.

Opinnäytetyössä esitellään toimeksiantajayritys Eezy. Lisäksi käsitellään henkilöstövuokrausta sekä sen taustaa, kehittymistä ja nykytilaa. Opinnäytetyön teoriaosuudessa tuodaan myös esille keskeisiä käsitteitä. Keskeisiä käsitteitä ovat mielikuva, imago ja maine, jotka ovat keskenään lähikäsitteitä. Opinnäytetyössä tuodaan myös esille, millaiset tekijät vaikuttavat mielikuvaan, imagoon ja maineeseen. Lisäksi teoriaosuudessa käsitellään näiden vaikutusta henkilöstövuokraukseen.

Opinnäytetyössä toteutetaan kvalitatiivinen eli laadullinen tutkimus. Tutkimusmenetelmänä käytetään yksilö -ja ryhmähaastatteluita. Laadullisen tutkimuksen avulla pyritään saamaan syvällistä tietoa siitä, millaiset tekijät vaikuttavat nuorten ihmisten mielikuvaan henkilöstövuokrauksesta. Tutkimuksessa haastateltavat ovat iältään 18-30-vuotiaita nuoria, jotka eivät ole työskennelleet henkilöstövuokrauksen kautta. Kohderyhmäksi valittiin nimenomaan nuoret, koska monet heistä ovat työelämän kynnyksellä ja he ovat potentiaalisia työnhakijoita.

Tutkimuksen tulosten perusteella on tehty johtopäätökset siitä, millainen mielikuva nuorilla on henkilöstövuokrauksesta ja millaiset tekijät vaikuttavat mielikuviin, imagoon ja maineeseen. Lisäksi on tuotu esiin, miten henkilöstövuokrauksen imago ja maine vaikuttavat nuorten halukkuuteen hakeutua henkilöstövuokrauksen kautta töihin. Johtopäätösten avulla on luotu kehitysideat Eezyille siitä, millaisin keinoin nuorten mielikuviin henkilöstövuokrauksesta voidaan vaikuttaa sekä miten henkilöstövuokrauksen imagon rakentamista voidaan kehittää.

Eezy Oyj on suomalainen henkilöstöpalveluja tarjoava yritys. Eezy on nimenä uunituore alalla toimiva yritys, mutta sen juuret kantautuvat useamman kymmenen vuoden taa. Eezy on entiseltä nimeltään VMP Oyj, joka on perustettu vuonna 1988. Yrityksen perustajat Mauno ja Riitta Savolainen avasivat ensimmäisen toimipisteen Turkuun ja aluksi yhtiö tarjosi henkilöstövuokrauspalveluita lähinnä rakennus- ja teollisuusalalle. 1990 – luvun puolivälissä yritys loi franchise-konseptin vuokrahenkilöstön käytön lisääntyessä. Tämän myötä toiminta laajeni nopeasti myös Suomen muihin kaupunkeihin (Eezy 2020b).

Vuonna 2012 yhtiön strategia uudistettiin paremmin uusiin henkilöstöpalveluiden vaatimuksiin sopivaksi. Strategia uudistuksen keskiössä olivat kasvu, kannattavuus, riskien hallinta ja entistä kokonaisvaltaisemman palvelutarjonnan mahdollistaminen. Osana yhtiön strategiaa yhtiö alkoi kasvattaa palvelutarjoamaan yritysostoin vuonna 2010. Vuoden 2019 heinäkuussa VMP osti Smile Henkilöstöpalvelut ja kaksi henkilöstöpalvelualan suurta toimijaa yhdistyi. Yhdistymisen myötä yhtiön uutena toimitusjohtajana aloitti entisen Smile Henkilöstöpalveluiden Sami Asikainen. Vuoden 2019 lopulla VMP:n nimeksi vaihtui Eezy. Nimimuutoksen tarkoituksena oli yhdistää kaikki palvelut yhden Eezy-brändin alle sekä vahvistaa integraatiota (Eezy 2020a).

Viime vuosien muutosten myötä yhtiö on kasvanut voimakkaasti ja sen toiminta on laajentunut. Tänä päivänä Eezy on yksi Suomen johtavista henkilöstöpalvelualan yrityksistä. Vuosittain Eezy työllistää noin 30 000 ihmistä. Vuonna 2018 yhtiön yhteenlaskettu liikevaihto oli 300 miljoonaa euroa (Eezy 2020a). Eezy tarjoaa monipuolisia palveluita. Ydinosaamista ovat henkilöstövuokraukseen ja rekrytointiin liittyvät palvelut. Eezyn henkilöstövuokrauspalvelut toimivat monilla eri aloilla, kuten teollisuus, rakentaminen, logistiikka, hotelli -ja ravintola-ala sekä kaupanala. Henkilöstövuokrauksen lisäksi Eezyn palveluihin kuuluvat suorarekrytointipalvelut, organisaatioiden kehittämiseen liittyvät palvelut, uraohjauspalvelut, kevytyrittäjyys sekä lääkäripalvelut lääkäreiden managerina toimimalla. Lisäksi Eezyllä on franchise-konseptilla toimivia yrittäjiä eri puolella Suomea.

Muutosten ja integraation myötä vuonna 2020 Eezyn on tarkoitus rakentaa perusta tulevalle kasvulle ja kannattavuuden kehittämiseksi. Strategiseksi tavoitteeksi on asetettu markkinajohtajuus Suomessa vuoteen 2022 mennessä (Eezy 2020c). Tässä opinnäytetyössä tarkastellaan henkilöstövuokrausta, eli opinnäytetyö on tehty Eezy Henkilöstöpalvelut -yksikölle, joka tarjoaa henkilöstövuokrauspalveluita ympäri Suomen monella eri toimialalla.

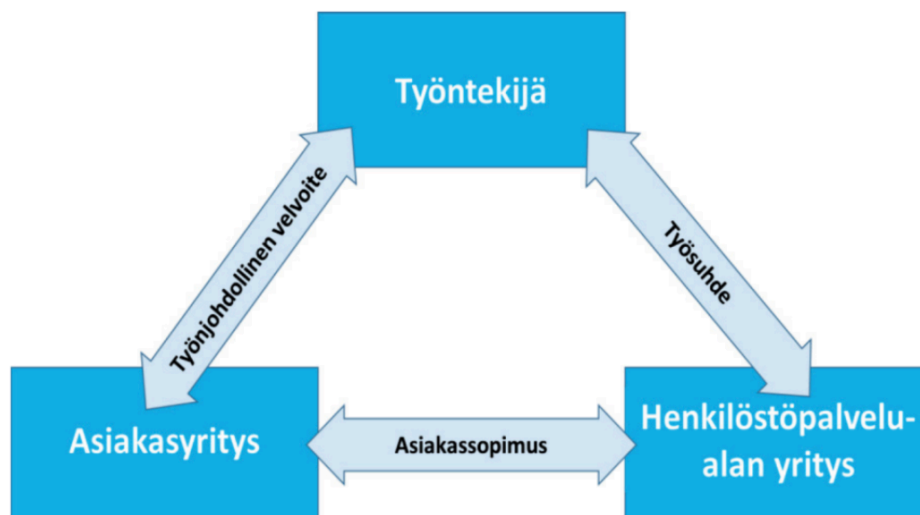


Kuva 1. Eezy Henkilöstöpalveluiden logo (Eezy intranet 2020).

2 HENKILÖSTÖVUOKRAUKSEN TAUSTA JA NYKYTILA

2.1 Henkilöstövuokrauksen tausta

Henkilöstövuokrauksessa henkilöstöpalveluyritys vuokraa työntekijän työpanoksen asiakasyritykseen. Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että työntekijä on henkilöstövuokrausyrityksen työntekijä ja tekee kyseisen yrityksen kanssa työsopimuksen. Luoma & Viitala (2017) ovat kuvanneet vuokratyösuhteen osapuolia (kuvio 1). Työntekijä on työsuhteessa henkilöstövuokrausyrityksen kanssa. Työntekijä työskentelee hänen kanssaan sovitussa työpaikassa eli asiakasyrityksessä. Asiakasyrityksellä on työnjohdollinen vastuu työntekijästä. Asiakasyrityksellä ja henkilöstövuokrausyrityksellä on keskenään asiakassopimus. Henkilöstövuokrausyritys on vastuussa hallinnollisista asioista, kuten työsopimuksen tekemisestä, palkanmaksusta ja työhyvinvointiin liittyvistä asioista. Henkilöstövuokrausyrityksen tehtävänä on lisäksi olla apuna muissa työsuhteeseen liittyvissä asioissa. Henkilöstövuokrausyritys on työntekijän palkanmaksaja ja asiakasyritykseltä veloitetaan korvaus henkilöstövuokrausyrityksen vuokraamasta työpanoksesta. Henkilöstövuokrauksen etuna käyttäjäyrityksen kannalta on se, että se saa käyttöönsä hyvän työntekijän, eikä yrityksen tarvitse itse huolehtia rekrytointiprosesseista, haastatteluista, sopimusten tekemisestä tai palkanmaksusta.



Kuvio 1. Vuokratyösuhteen osapuolet (Luoma & Viitala 2017, 51).

Työvoiman vuokraus alkoi Suomessa jo 1960-1970 luvulla. Näihin aikoihin henkilöstövuokrausta tehtiin lähinnä metallialalla ja telakkatoiminnassa. Tämän jälkeen henkilöstövuokraus alkoi levitä myös muille toimialoille ja henkilöstövuokrauspalveluita aloitettiin tarjoamaan myös toimihenkilötasolla (Tanskanen 2012). Henkilöstövuokrauksen tullessa yhä tunnetummaksi, vuokratyön maine alkoi myös kärsiä. Tämä johtui siitä, että henkilöstövuokrausyritykset saattoivat jättää sosiaaliturvamaksuja, veroja ja myös työntekijöiden palkkoja maksamatta.

Käännös tapahtui 1960-luvun lopulla, jolloin solmittiin yleissopimus ulkopuolisen työvoiman käytöstä. Yleissopimuksen solmivat Suomen ammattiliittojen keskusjärjestö ja Suomen Työnantajain keskusliitto. Yleissopimuksen tarkoituksena oli välttää vuokratyövoiman väärinkäyttöä. Sopimukseen liittyi myös se, että käyttäjäyrityksen tuli noudattaa alan työehtosopimusta sekä työ- ja sosiaalilainsäädäntöä (Tanskanen 2012). 1980-luvulla vuokratyön käyttöä säänneltiin paljon siinä ilmenneiden epäkohtien takia. Sitä ei kuitenkaan haluttu kieltää kokonaan ja se lähinnä sallittiin, jos ei ollut mahdollista työkennellä vakituisesti. Vuonna 1994 tapahtui vuokratyövoiman kannalta merkittävä käänne, kun uusi työvoimapalvelulaki astui voimaan ja työvoiman vuokrauksen luvanvaraisuus poistettiin. Henkilöstövuokrauksen harjoittamiseen tarvittiin ainoastaan ilmoitus työsuojeluviranomaisille (Tanskanen 2012). Vuokratyövoiman yleistymisen syynä nähdään sääntelyn purkaminen. Vuosien aikana henkilöstövuokraus on kasvanut runsaasti. Uusia henkilöstöpalvelualan yrityksiä on tullut markkinoille jatkuvasti, mutta Henkilöstöpalvelualojen liiton mukaan markkinoilla toimii noin 500-600 vakiintunutta henkilöstöpalvelualan yritystä.

2.2 Henkilöstövuokrauksen kasvu

Henkilöstöpalveluyrityksiä tulee markkinoille jatkuvasti lisää, mutta alaa hallitsevat muutamimmat suurimmat toimijat. Henkilöstövuokrauksen kasvu on nähtävissä koko 2000-luvun aikana. Kokonaisuudessaan Suomessa vuokratyöyritysten määrä on kaksinkertaistunut ja vuokrahenkilöstön määrä on kolminkertaistunut 2000-luvulla (Luoma & Viitala 2017, 50). Tilastokeskuksen mukaan vuokratyötä tekevien määrä on kasvanut tasaistesti vuodesta 2014 alkaen. Voidaan sanoa, että nykypäivänä henkilöstöpalveluyritykset ovat merkittäviä työllistäjiä. Vuonna 2017 henkilöstövuokraus työllisti reilu 100 000 työntekijää (HPL). Vuoteen 2016 verrattuna, vuonna 2017 vuokratyö lisääntyi etenkin teollisuuden

toimialoilla (Tilastokeskus). Henkilöstövuokrauksen kasvu on nähtävissä myös liikevaihdon kasvuna. Vuodesta 2016 vuoteen 2018 henkilöstövuokrauksen yhteenlaskettu liikevaihto kasvoi 17 prosenttia. Vuonna 2018 henkilöstöpalveluiden liikevaihto oli 113 miljoonaa euroa (Talouselämä 2018). Vuonna 2019 henkilöstövuokrauspalveluiden koko vuoden liikevaihto kasvoi 5,4 prosenttia vuoteen 2018 verrattuna (HPL 2020).

Henkilöstövuokrauksen kasvun taustalla nähdään olevan monia tekijöitä. Yksi syy vuokratyön käytön lisääntymiselle on sen joustavuus (Tanskanen 2012). Monet yritykset ja organisaatiot pyrkivät muodostamaan henkilöstövoimavaroistaan niin joustavia, kuin mahdollisia. Henkilöstövuokrauksen kautta tämä on mahdollista yrityksille, sillä vuokratyön käyttö voi tarjota yrityksille nopeasti lisää työvoimaa. Toisaalta yritykset eivät kuitenkaan ole vastuussa työntekijän sitouttamisesta, koska vuokratyöntekijällä on työsuhde henkilöstövuokrausyrityksen kanssa. Henkilöstövuokrauksen kasvua on myös auttanut yleinen taloudellinen kehitys sekä globalisoituminen. Vuokratyöntekijöiden määrä on kasvanut kehityksen myötä. Lisäksi henkilöstövuokrauksen palveluiden laajeneminen ja niiden aktiivinen tarjonta ovat kasvun taustalla (Luoma & Viitala 2017, 50).

Tänä päivänä henkilöstöpalvelualan yrityksiä on useita ja monet niistä tarjoavat samojen alojen töitä. Yleisimpiä aloja ovat mm. rakentaminen, teollisuus, logistiikka, hotelli -ja ravintola-ala sekä kaupanala. Henkilöstövuokraus tarjoaa yrityksille monia etuja ja hyötyjä. Vuokratyövoiman käyttö on toimiva vaihtoehto yrityksille, jotka tarvitsevat tietyn ajaksi tai tietyn projektin ajaksi työvoimaa (Staffmill). Vuokratyövoimaa käytetään, koska sen käyttäminen säästää kustannuksia ja tehostaa toimintaa. Rekrytointiprosesseihin ei kulu yrityksen omia resursseja, vaan henkilöstövuokrausyritys hoitaa työpaikkailmoitusten tekemisen, hakemusten läpikäynnit, haastattelut sekä rekrytointiprosessit kokonaisuudessaan. Henkilöstövuokrausyrityksellä on usein myös valmiina listoilla sopiva työntekijä, eikä rekrytointiprosessia tarvitse käydä läpi kokonaisuudessaan. Vuokratyövoimaa käyttämällä myös riski palkata epäpätevä työntekijä pienenee (Tanskanen 2012). Yritykset saattavat käyttää vuokratyövoimaa joskus myös tilanteissa, jolloin työntekijältä vaaditaan joitain tiettyjä erityistaitoja.

Lisäksi vuokratyövoiman käyttäminen vähentää yritysten omaa hallintoa ja siihen liittyviä kustannuksia. Käyttäjäyrityksen ei tarvitse itse hoitaa pitkiä rekrytointiprosesseja, työsuojimusten tekemistä, palkanmaksua ja muita velvoitteita. Yritykselle itselle jää työnjohdollinen velvoite. Ulkoistamalla rekrytointiprosessit ja henkilöstöhallinnolliset asiat, voi yritys keskittyä paremmin ydinliiketoimintaansa ja sen kasvattamiseen (Staffmill). Lisäksi henkilöstövuokraus voi olla monelle yritykselle hyvä ja laadukas rekrytointikanava, jonka

kautta se saa itselleen hyviä työntekijöitä. Käyttäjäyritys voi ottaa vuokratyöntekijän töihin henkilöstövuokrausyrityksen kautta tietyksi ajaksi. Jos työntekijä on hyvä ja yrityksellä on hänelle pidempiaikaista tarvetta, voi yritys palkata hyvän työntekijän yrityksen omille kirjoille tietyn ajanjakson jälkeen. Työntekijän palkkaus yrityksen omille kirjoille riippuu myös asiakassopimuksesta henkilöstövuokrausyrityksen kanssa. Monet yritykset käyttävät tällaista järjestelyä, jolloin henkilöstövuokrausyritys on asiakasyrityksen rekrytointikanava.

Myös työntekijä hyötyy vuokratyösuhteesta. Vuokratyösuhde sopii hyvin opiskelijoille. Henkilöstövuokrausyritykset tarjoavat hyvin joustavia työsuhteita, jolloin on mahdollista työskennellä opintojen ohella sovittaen työvuorot omiin aikatauluihin. Vuokratyösuhde avaa myös monia mahdollisuuksia työntekijälle. Henkilöstövuokrausyritys tarjoaa monenlaisia työpaikkoja ja työntekijän on helpompi työllistyä yhä uudelleen, koska henkilöstövuokrausyrityksellä on laaja asiakaskanta. Jos työt loppuvat jossakin paikassa, on mahdollista työllistyä nopeasti toiseen paikkaan henkilöstövuokrausyrityksen kautta. Lisäksi vuokratyösuhde voi toimia linkkinä vakituiseen työsuhteeseen. Työntekijän työskennellessä jossakin yrityksessä osa-aikaisena, voi hän työllistyä yritykseen vakituiseen työsuhteeseen riippuen käyttäjäyrityksen tarpeesta. Henkilöstövuokrausyrityksen asiantuntemus työntekijän työsuhteeseen liittyvissä asioissa, kuten palkanmaksussa ja muissa henkilöstöhallinnollisissa asioissa on työntekijän etu. Työsuhteeseen liittyvissä asioissa työntekijä saa henkilöstövuokrausyrityksestä asiantuntevaa palvelua ja neuvontaa omalta yhteyshenkilöltään.

2.3 Henkilöstövuokrauksen haasteet

Henkilöstövuokrauksessa on myös omat haasteensa. Haasteita henkilöstövuokrauksessa on henkilöstövuokrausyrityksen kannalta se, miten löytää oikeat ihmiset oikeanlaisiin tehtäviin sekä miten saada potentiaaliset työnhakijat kiinnostumaan yrityksestä ja sen tarjoamista työpaikoista. Eezyssä on huomattu henkilöstöpalvelualalla vallitseva yleinen negatiivinen imago. Potentiaaliset työnhakijat eivät välttämättä halua hakea töihin henkilöstövuokrauksen kautta. Eezy henkilöstöpalveluiden yhteyspäällikön kanssa käydyn keskustelun perusteella myös Eezyssä on törmätty tähän haasteeseen. Eräs työnhakija ei halunnut työllistyä henkilöstövuokrausyritykseen, vaikka hän olisi täyttänyt kyseisen työtehtävän vaatimukset sekä saanut kyseisen työpaikan Eezy:n kautta. Haasteena on se, miten löytää ammattitaitoisia työnhakijoita ja työntekijöitä avoimna oleviin

työtehtäviin. Henkilöstövuokrauksesta yleinen käsitys on se, että työ on vain pätkätyötä ja työtä tehdään satunnaisesti. Tämä pitää paikkaansa, että iso osa henkilöstövuokrauspalveluiden tarjoamista töistä on pätkätöitä, lyhyitä työsuhteita ja keikkatöitä. Monet eivät kuitenkaan tiedosta, että henkilöstövuokrauksen kautta on mahdollista löytää myös pidempiaikainen tai vakituinen työsuhde.

Negatiivinen imago on yksi merkittävä haaste henkilöstövuokrauksessa. Mistä negatiivinen imago voi sitten johtua? Osittain huono imago kantaa juurensa 1980-luvulta, jolloin toiminta ei ollut kovin säänneltyä (Tanskanen 2012). HPL:n mukaan vuokratyön haasteet johtuvat yleisestä asenteesta. Henkilöstöpalvelualan liiton hallituksen varapuheenjohtajan mukaan vuokratyöntekijät itse arvostavat työtään, mutta haasteena on se, millaisena yritykset ja työmarkkinaosapuolet näkevät vuokratyön osana työmarkkinoita. Joillakin aloilla vuokratyö nähdään eriarvoisena muihin työsuhteisiin nähden (Jantunen 2018). Henkilöstövuokrauksen haasteena voidaan katsoa olevan myös se, että henkilöstövuokrausyritys on välikätenä työntekijän ja yrityksen kanssa. Työntekijä tekee henkilöstöpalveluyrityksen kanssa työsopimuksen ja on virallisesti heidän kirjoilla, mutta varsinainen työ ja työnjohto on kohdeyrityksessä. Osittain ennakkoluuloihin ovat vaikuttaneet esimerkiksi yritysten ulkoistamistoimet ja uutisoinnit vuokratyön väärinkäytöksistä. Yleinen käsitys on myös se, että vuokratyövoiman palkkataso on muita alhaisempi tai työsuhteetuja ei lainkaan ole (Tyhtilä 2016).

Henkilöstövuokrausyrityksiä toimii alalla hyvin monia. Negatiivinen imago on yleinen, eikä se aina kohdistu tiettyyn yritykseen, vaan yleisesti henkilövuokraukseen. Näin kaikkien toiminta vaikuttaa kaikkiin alalla toimiviin yrityksiin. Jos vuokratyöntekijällä on huono kokemus jostakin työsuhteesta henkilöstövuokrausyrityksessä, voi hän levittää kokemusta netissä tai kertomalla kokemuksesta muille. Tällaiset huhupuheet ja kirjoitukset netissä voivat vaikuttaa henkilöstövuokrauksen imagoon negatiivisesti. Lisäksi haasteena on ihmisten tietämättömyys henkilöstövuokrauksesta ja sen tarjoamista palveluista. Monilla voi olla ennakkoluuloja henkilöstövuokrauksesta perustuen muiden puheisiin ja nettikirjoituksiin, mutta todellisuudessa ei tiedetä, millaisia palveluita henkilöstövuokraus tarjoaa tai millaisia työmahdollisuuksia se voi avata.

3 MIELIKUVIEN, IMAGON JA MAINEEN MERKITYS HENKILÖSTÖVUOKRAUKSESSA

3.1 Mielikuvien vaikutus päätöksiin

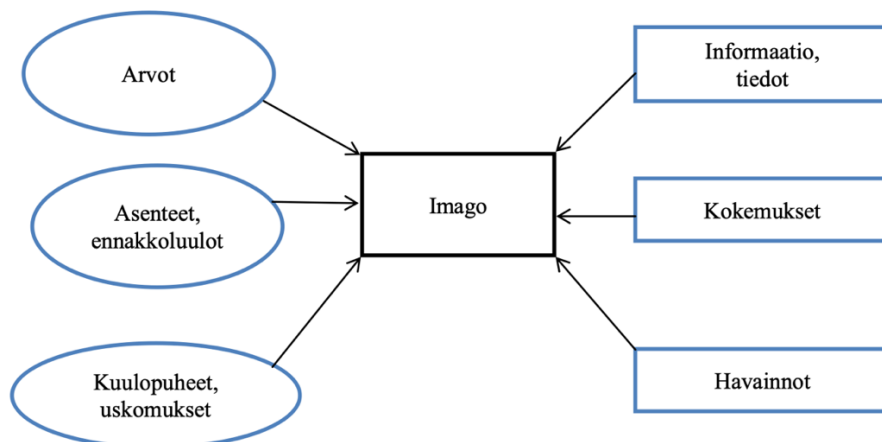
Mielikuvat ovat tärkeässä roolissa ihmisten päätöstenteossa ja asiakasuskollisuuden kannalta. Mielikuva on sitä, miten ihmiset muodostavat käsityksensä organisaatiosta ja miten tämä käsitys vaikuttaa heidän valintoihin ja päätöksiin. Viestinnällisestä näkökulmasta mielikuva on sitä, miten organisaatio muotoilee viestinsä ja kuinka vastaanottajat ne tulkitsevat (Puusa ym. 2014, 214). Mielikuvan vaikutus henkilöstövuokrauksessa on nähtävissä ihmisten halukkuutena hakea henkilöstövuokrauksen kautta töihin. Jos työtä hakeva on henkilöstövuokrausyrityksen viestinnän kautta saanut positiivisen mielikuvan, on todennäköistä, että työnhakija on kiinnostunut hakemaan töitä henkilöstövuokrausyrityksestä. Organisaation sisäisestä näkökulmasta mielikuva tarkoittaa sitä, miten henkilöstö kokee organisaatiota määrittävät keskeiset tekijät sekä miten niiden tulkinta vaikuttaa organisaatiokäyttäytymiseen yksittäisen henkilön toimintana ja myös puheena organisaatiossa (Puusa ym. 2014, 214). Sisäinen mielikuva eli organisaation henkilöstön käsitys organisaatiosta on tärkeä henkilöstövuokrausyrityksessä. Se, miten henkilöstö kokee oman organisaationsa, vaikuttaa henkilön toimintaan omassa tehtävässään henkilöstövuokrausyrityksessä. Yksittäisen henkilön tavat ja toiminta vaikuttavat siihen, millainen mielikuva työnhakijoilla, työntekijöillä, asiakasyrityksillä ja muilla sidosryhmillä on henkilöstövuokrauksesta.

Pitkänen (2019) puhuu artikkelissaan työnantajamielikuvasta. Työnantajamielikuva on hyvin keskeinen henkilöstövuokrausyritykselle. Työnantajamielikuva on muiden muodostama mielipide yrityksestä. Pitkäsen mukaan työnantajamielikuva voi muodostua sosiaalisen median, muiden mielipiteiden tai yritykseen liitetyn uutisoinnin perusteella. Artikkelissaan Pitkänen tuo lisäksi esiin, että totuudenmukaisen työnantajamielikuvan luominen on tärkeää. Tämä on hyvin tärkeää henkilöstövuokrausyrityksen kannalta. Totuudenmukaisen työnantajamielikuvan luominen on tärkeää, jotta henkilöstövuokrausyritykseen työllistyvän odotukset muodostuvat oikeanlaisiksi. Mielikuvan vaikutus henkilöstövuokrausyritykseen on nähtävissä työnhakijoiden kiinnostuksena hakea henkilöstövuokrausyritykseen töihin. Mielikuvan lisäksi henkilöstövuokrausyrityksen kannalta imago ja maine vaikuttavat siihen, millainen kuva ihmisillä on henkilöstövuokrausyrityksestä.

3.2 Imago ja siihen vaikuttavat tekijät

Yrityksen imago on ihmisten mielissä syntynyt yleinen kuva tai profiili yrityksestä. Imago on tulosta prosessista, jossa yrityksen ominaisuuksien yhteneväisyyksiä ja eroavuuksia verrataan toisen yrityksen vastaaviin ominaisuuksiin. Myönteinen ja kestävä imago rakentuu ensisijaisesti toiminnan kautta ja toissijaisesti markkinointiviestinnällisen toiminnan kautta (Puusa ym. 2014, 217). Eezyn myönteisen imagon rakentamisessa tulee ottaa huomioon, miten toimitaan erilaisissa tilanteissa, jotta toiminnan kautta luodaan myönteinen imago ulkoisille sidosryhmille. Tärkeää on myös, että on yhteiset toimintatavat, joita sisäinen henkilöstö noudattaa. Myös viestinnällinen näkökulma on tärkeä, sillä Eezyn viestintä vaikuttaa sen imagon rakentumiseen. Imagolla on kaksi osa-aluetta. Toiminnallinen osa-alue muodostuu konkreettisten ominaisuuksien, kuten tuotteiden, niiden hinnan tai yrityksen toimipaikan ulkoasun perusteella. Emotionaalinen osa-alue taas muodostuu tunteista ja asenteista, joita ihmisillä on yritystä kohtaan (Puusa ym. 2014, 225). Yrityksellä ei ole vain yhtä imagoa, vaan kohderyhmillä on erilaisia näkemyksiä yrityksestä ja sen imagosta.

Yrityksen imagoon vaikuttavat toiminnan ja viestinnän lisäksi monet muut tekijät. Vuokko (2003) on kuvaillut imagoon vaikuttavia tekijöitä (kuvio 2). Kuviossa vasemmalla olevat tekijät ovat sellaisia, joihin yritys ei itse pysty suoraan vaikuttamaan, kuten kuulopuheet, uskomukset, asenteet ja ennakkoluulot sekä arvot. Kuvion oikealla puolella ovat tekijöitä, joihin yritys itse pystyy suoraan vaikuttamaan. Nämä ovat informaatio ja tiedot, kokemukset sekä havainnot.



Kuvio 2. Imagoon vaikuttavat tekijät (Vuokko, P. 2003, 111).

3.3 Imagon vaikutus henkilöstövuokrauksessa

Nämä Vuokon (2003) kuvaamat imagoon vaikuttavat tekijät pätevät myös henkilöstövuokrausyrityksen imagoon. Henkilöstövuokrausyrityksen on vaikea itse suoraan vaikuttaa ihmisten arvoihin, asenteisiin ja ennakkoluuloihin sekä kuulopuheisiin ja uskomuksiin henkilöstövuokrausta kohtaan. Negatiiviset asenteet ja ennakkoluulot voivat vaikuttaa siihen, että henkilö ei halua työllistyä henkilöstövuokrauksen kautta, koska hänellä on tiettyjä ennakkoluuloja henkilöstövuokrauksesta. Kuulopuheiden perusteella syntyneet uskomukset voivat vaikuttaa henkilöstövuokrausyritykseen siten, että potentiaalisia ja hyviä työnhakijoita johonkin tiettyyn tehtävään on vaikea saada. Henkilöstövuokrausyritys pystyy itse vaikuttamaan informaatioon ja tietoon kiinnittämällä huomiota hyvään ja laadukkaaseen viestintään sekä ajantasaiseen tietoon. Kokemuksiin sekä havaintoihin henkilöstövuokrausyritys pystyy vaikuttamaan luomalla positiivisia kokemuksia työnhakijoille, työntekijöille, asiakasyrityksille ja muille ulkoisille sidosryhmille päivittäisessä toiminnassa.

Mielikuvan ja imagon lisäksi maine on keskeinen tekijä henkilöstövuokrausyritykselle. Sasu Tuominen (2011) on tutkinut imagon ja maineen vaikutusta potentiaalisten opiskelijoiden yliopistoon hakeutumisaikomukseen. Tuomisen tutkimuksesta käy ilmi, että imago- ja mainetekijöistä muodostuva asenne vaikutti potentiaalisten hakijoiden yliopistoon hakeutumisaikomuksiin. Tuomisen tutkimus on heijastettavissa potentiaalisten nuorten työnhakijoiden työnhakemiseen henkilöstövuokrausyritykseen. Imago ja maine vaikuttavat hakijoiden asenteisiin ja asenteen vaikuttavat halukkuuteen hakeutua töihin henkilöstövuokrausyrityksen kautta. Imagon rakentamisessa myös organisaation sisäinen toiminta on tärkeää. Myös Tuominen korostaa sisäisen toiminnan tärkeyttä. Siihen, millainen imago organisaatiosta muodostuu ulkoisille sidosryhmille vaikuttaa se, miten hyvin henkilöstö organisaation sisällä on omaksunut imagon (Tuominen 2011).

3.4 Henkilöstöpalveluyrityksen maineen rakentaminen

Imago ja maine ovat keskenään lähikäsitteitä, mutta niissä on kuitenkin eroja. Tuominen (2011) on kuvaillut imagon ja maineen välisiä keskeisiä eroja (taulukko 1). Maine on tietyn kohderyhmän kokonaisarvio yrityksestä, johon ensisijaisesti vaikuttavat teot ja toiminta. Imago on kokonaisvaikutelma, joka ihmisille muodostuu yrityksestä. Imagon verrattuna, maine myös syntyy hitaammin ja se on pysyvämpi, kuin imago. Imago voi syntyä

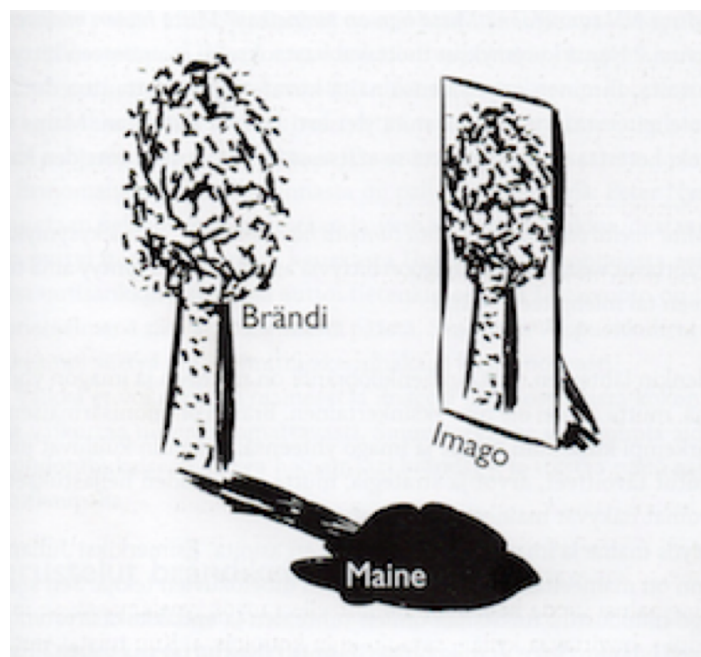
nopeastikin ja se on muuttuvampi. Imago on siis kokonaisvaikutelma yrityksestä, kun taas maine on kokonaisarvio (Tuominen 2011).

	Organisaation imago	Organisaation maine
Määritelmä	kokonaisvaikutelma	kokonaisarvio
Ensisijainen muokkaaja	viestintä	teot ja toiminta
Sisällölliset osa-alueet	kognitiivinen ja affektiivinen osa-alue	suorituskyky toiminnan eri osa-alueilla
Sidosryhmät	ulkoiset	sisäiset ja ulkoiset
Syntyy	nopeasti	hitaammin
Pysyvyys	muuttuva	pysyvämpi

Taulukko 1. Yhteenveto organisaation imagon ja maineen välisistä keskeisistä eroista (Tuominen 2011).

Henkilöstöpalveluyrityksen maineen rakentamisessa tärkeässä asemassa ovat teot ja toiminta. Teoissa ja toiminnoissa on hyvä ottaa huomioon sisäiset ja ulkoiset sidosryhmät. Yrityksen oma henkilöstö on se, joka toimii maineen muokkaajana jokapäiväisessä toiminnassa. Jos heidän käsitys oman organisaation maineesta on positiivinen, henkilöstön toiminta on positiivista ja luo näin myös ulkoisille sidosryhmille positiivisen kuvan. Maine ei kuitenkaan synny nopeasti. Henkilöstöpalveluyrityksen henkilöstön päivittäiset teot ja toiminnot muokkaavat ulkoisten sidosryhmien kuvaa organisaation maineesta. Henkilöstövuokrausyrityksen maineen rakentamisessa tärkeää on, millainen kokemus työnhakijoille jää työhaastattelusta, miten vuokratyöntekijöitä neuvotaan työsuhteeseen liittyvissä asioissa sekä se, että vuokratyöntekijöille jää positiivinen kuva työsuhteesta. Positiivisten tekojen ja kokemusten kautta työnhakijat ja työntekijät ovat tyytyväisiä. Tällöin on todennäköistä, että he kertovat positiivisista kokemuksista muille. Hyvän maineen rakentumisessa yrityksen tulee lisäksi pitää huolta siitä, että sisäiset voimavarat tukevat hyvän maineen saavuttamista tekojen ja toiminnan avulla. Tällöin keskeisessä roolissa ovat johdon mahdollistama tehtävä sekä henkilöstön käsitysten ja asenteiden kautta rakentuva tahtotila toteuttaa yrityksen strategiaa, palvella asiakkaita hyvin ja tiedostaa oma roolinsa maineen rakentamisen kannalta (Puusa ym. 2014, 213). Myös Eezyssä on tärkeää ottaa huomioon, että jokainen henkilöstön jäsen tiedostaa oman roolinsa organisaation maineen rakentamisessa.

Myös yrityksen brändillä, maineella ja imagolla on suhde toisiinsa. Brändillä on monta määritelmää. Yrityksen brändi koostuu ulkoisesti näkyvistä asioista, kuten yrityksen logosta, toimipaikasta ja yrityksen käyttämistä väreistä. Lisäksi brändi muodostuu tuotteista ja palveluista sekä siitä, miten ne eroavat kilpailijoiden tuotteista ja palveluista. Lisäksi yrityksen tausta ja historia vaikuttaa brändiin. (Sounio 2010, 24). Myös yrityksen imago ja maine vaikuttaa brändin rakentumiseen. Kortesus (2011) on kuvannut imagon, maineen ja brändin suhdetta (kuva 2.) Kortesuson mukaan maine ja imago ovat heijastuksia tai kuvia brändistä. Ne kuitenkin syntyvät eri tavoin. Maine muodostuu varjon tapaan välillisesti toisten kokemien ominaisuuksien myötä. Se siis muodostetaan tietoisemmin kuin imago. Imago taas muodostuu välillisesti ja suoraan koettujen ominaisuuksien perusteella sekä tulkitsejan omien asenteiden ja ennakkoluulojen (vääristävän peilin) myötä. Maine on siis ulkopuolisten välillisesti muodostama kuva brändistä, joka muodostuu brändin suorien kokijoiden välityksellä. Mukana voi olla omia suorina kokemuksia. Imago taas on ulkopuolisten brändistä muodostama kuva, johon vaikuttavat brändin suoraan koettavissa olevat ominaisuudet sekä imagon muodostajan omat reaktiot, toiminta ja tunteet (Kortesus 2011, 9).



Kuva 2. Imagon, maineen ja brändin suhde (Kortesus 2011, 9).

Maineeseen vaikuttavat monet tekijät ja ne tulee ottaa huomioon henkilöstövuokrauksen mainetta rakennettaessa. Mielikuva ja imago vaikuttavat maineen rakentumiseen ja nämä vaikuttavat yrityksen brändin muodostumiseen. Myös päivittäisillä teoilla ja toiminoilla on suuri vaikutus. On tärkeää, että luodaan positiivinen imago viestinnän ja toiminnan kautta. Positiivisen imagon, positiivisten tekojen ja toimien kautta henkilöstöpalveluyritys voi vaikuttaa hyvän maineen syntymiseen.

Imago voi syntyä hyvin nopeasti (Tuominen 2011). Imago, maine ja brändi ovat suhteessa toisiinsa. Jos imagosta on syntynyt negatiivinen, voi se vaikuttaa negatiivisen brändin muodostumiseen sekä huonon maineen rakentumiseen (Kortesuo 2011). Henkilöstövuokrauksen imago on yleisesti ottaen enemmän negatiivinen, kuin positiivinen. Negatiivinen imago voi vaikuttaa suuresti siihen, millaisen kokonaiskäsityksen työnhakijat ja muut sidosryhmät muodostavat henkilöstöpalveluyrityksestä. Mistä henkilöstövuokrauksen negatiivinen imago sitten johtuu? Tutkimuksessa on tarkoitus ottaa selvää nuorten mielikuvista henkilöstövuokrausta kohtaan.

4 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS

4.1 Tutkimusongelma ja tutkimuksen suunnittelu

Henkilöstövuokraus on yleistynyt vuosien aikana ja nykyään alan yrityksiä on paljon. Henkilöstövuokrauksen imago on kuitenkin nykypäivänä enemmän negatiivinen kuin positiivinen. Negatiivinen imago vaikuttaa kaikkiin alalla toimiviin yrityksiin. Eezyllä negatiivinen imago on näkynyt esimerkiksi siten, että hyviä ja ammattitaitoisia työnhakijoita tarvittaviin tehtäviin ei ole tarpeeksi. On myös tullut vastaan tilanteita, joissa henkilö on suoraan todennut, ettei halua työllistyä henkilöstövuokrauksen kautta. Tutkimuksen avulla on tarkoitus ottaa selvää näistä nykytilan epäkohdista henkilöstövuokrauksessa.

Tutkimussuunnitelmassa määriteltiin tutkimusongelma ja tutkimuskysymykset, tutkimuksen tavoite, tutkimusmenetelmä ja tutkittavien kohderyhmä. Tutkimusongelmana on se, ettei tiedetä, millainen mielikuva nuorilla on henkilöstövuokrauksesta. Lisäksi ongelmana on, että henkilöstövuokrauksen negatiivisen imagon taustalla olevat syyt ei ole tiedossa. Tutkimuksen avulla on tarkoitus vastata tutkimuskysymyksiin; Millainen mielikuva nuorilla on henkilöstövuokrauksesta? Mitkä ovat henkilöstövuokrauksen negatiivisen imagon taustalle olevat syyt? Mitä nuoret pitävät tärkeänä, jos työllistyisivät henkilöstövuokrausyritykseen? Kohderyhmäksi tutkimukseen on valittu 18-30-vuotiaat nuoret Turun alueella, jotka eivät ole työskennelleet henkilöstövuokrauksen kautta. Haastateltavat ovat taustaltaan lukiosta ja ammattikoulusta äskettäin valmistuneita, ammattikorkeakouluopiskelijoita sekä työnhaussa olevia nuoria. Tutkimuksessa valittiin kohderyhmäksi nimenomaan nuoret, koska monet heistä ovat työelämän kynnyksellä. He ovat potentiaalisia työnhakijoita nyt sekä tulevaisuudessa. Tutkimuksen tavoitteena on ratkaista tutkimusongelma, eli selvittää nuorten mielikuvia henkilöstövuokrauksesta, ottaa selvää henkilöstövuokrauksen negatiivisen imagon taustalla olevista syistä ja tutkia, mitä nuoret pitävät tärkeänä, jos työllistyisivät henkilöstövuokrauksen kautta.

4.2 Tutkimusmenetelmä ja tutkimuksen toteutus

Tutkimusmenetelmäksi on valittu kvalitatiivinen eli laadullinen tutkimus. Kvalitatiivinen tutkimus on luonteeltaan kokonaisvaltaista tiedon hankintaa. Aineisto kootaan luonnolli-

sessä ja todellisessa tilanteessa. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa suositaan ihmistä tiedon keruun instrumenttina, käytetään laadullisia metodeja aineiston hankinnassa sekä valitaan kohderyhmä tarkoituksenmukaisesti (Hirsjärvi ym. 2012, 164). Tutkimuksessa valittiin tarkoituksenmukaisesti kohderyhmäksi nuoret, koska haluttiin saada tietoa nimenomaan nuorten mielikuvista henkilöstövuokrauksesta. Tutkimusmenetelmäksi valittiin kvalitatiivinen tutkimus, koska tarkoituksena oli saada laadullista ja syvällistä tietoa kohderyhmästä. Laadullinen tutkimus toteutettiin yksilö- ja ryhmähaastatteluilla käyttäen puolistrukturoitua haastattelua. Puolistrukturoidussa haastattelussa haastateltaville esitetään samat tai lähes samat kysymykset samassa järjestyksessä. Puolistrukturoidussa haastattelussa voidaan kuitenkin myös vaihdella kysymysten järjestystä. (Saaranen-Kauppinen, 2009) Puolistrukturoidusta haastattelusta voidaan käyttää myös nimeä teemahaastattelu, jos haastattelussa on jokin tietty teema ja aihepiiri, jota käsitellään (Hirsjärvi ym. 2012, 208). Tutkimuksessa tehdyssä haastattelussa teema oli henkilöstövuokraus ja sen imago. Tutkimuksessa toteutetussa puolistrukturoidussa haastattelussa oli valmis sähköinen haastattelulomake, jonka avulla haastateltaville esitettiin kysymyksiä ja kirjattiin vastaukset ylös. Haastattelut toteutettiin erillisessä hiljaisessa tilassa, jolla varmistettiin se, ettei haastattelun aikana tule häiriötekijöitä ja haastateltavat saivat rauhassa vastata kysymyksiin.

Haastattelut toteutettiin yksilö- ja ryhmähaastatteluilla. Ryhmähaastattelut olivat kooltaan 3-5 hengen ryhmiä. Kaikilta haastateltavilta kysyttiin samat kysymykset, mutta kysymysten järjestys saattoi vaihdella haastatteluiden aikana. Esimerkiksi ryhmähaastatteluissa nousi aiheesta hyvää keskustelua esille, jolloin kysymysten järjestyksestä saatettiin poiketa. Ryhmähaastatteluissa kaikkien haastateltavien äänet saatiin esiin niin, että pyydettiin jokaista ryhmän jäsentä vastaamaan tiettyyn kysymykseen. Yhteensä tutkimuksessa haastateltiin 38 ihmistä.

Tutkimuksessa haastateltavilta kysyttiin, tietävätkö he mitä henkilöstövuokraus tarkoittaa sekä millainen yleinen mielikuva heillä on henkilöstövuokrauksesta. Lisäksi nuorilta kysyttiin, voisivatko he itse työllistyä henkilöstövuokrauksen kautta. Haastatteluissa selvitettiin, millaisia asioita nuoret pitävät tärkeänä, jos työllistyisivät henkilöstövuokrauksen kautta. Nuorilta kysyttiin myös, olisiko heille tärkeää työllistyä osa-aikaiseen vai vakituisen työsuhteeseen. Näiden lisäksi haastattelussa kysyttiin, millaisia uusia palveluita nuoret toivoisivat henkilöstöpalveluyrityksiltä. Näiden kysymysten avulla pyrittiin saamaan tietoa siitä, millainen on nuorten mielikuva henkilöstövuokrauksesta ja millaiset

tekijät ovat tiettyjen mielikuvien sekä henkilöstövuokrauksen negatiivisen imagon taustalla.

4.3 Tutkimuksen tulokset ja johtopäätökset

Tutkimuksessa saatiin selville monipuolisesti, millainen mielikuva nuorilla on henkilöstövuokrauksesta. Haastattelut sujuivat hyvin ja haastateltavilta saatiin hyviä vastauksia kysyttyihin kysymyksiin. Haastatteluissa nousi esille erilaisia yksittäisiä asioita mielikuvista. Lisäksi myös monet esille nousseet asiat olivat hyvin samankaltaisia haastateltavien keskuudessa. Nuorilla on siis melko samanlaisia mielikuvia henkilöstövuokrauksesta, koska esimerkiksi eri haastatteluissa nousi samoja asioita esille.

Yleisesti ottaen haastateltavat tiesivät, mitä henkilöstövuokraus ylipäätään tarkoittaa. Osa haastateltavista ei osannut tarkemmin kertoa, mitä henkilöstövuokraus käytännössä tarkoittaa, mutta tiesivät perusidean. Vastauksista nousi myös esille, ettei tiedetä tarkemmin henkilöstövuokrauksen toiminnasta ja niiden tarjoamista palveluista. Tutkimusten tulosten perusteella nuorten mielikuvat henkilöstövuokrauksesta ovat melko samankaltaisia. Haastattelussa mukana olleet eivät olleet itse työskennelleet henkilöstövuokrauksen kautta. Esille nousi esimerkiksi se, että monet ovat kuulleet tuttujen ja kavereiden kautta negatiivisia asioita henkilöstövuokrauksesta. Taulukossa 2 on koottu yhteenveto nuorten mielikuvista henkilöstövuokrauksesta. Kuultuja negatiivisia asioita oli esimerkiksi pienempi palkka, satunnaiset työvuorot, epävarmuus töiden jatkumisesta sekä se, että henkilöstövuokraus tarkoittaa ainoastaan pätkätöitä.

Haastatteluissa nousi esille myös sellainen mielikuva, että henkilöstövuokrausyrityksessä työskennellessä saattaa joutua tekemään töitä eri paikoissa, eikä ole tiettyä yhtä paikkaa, jossa tekee töitä. Muita esille nousseita mielikuvia oli myöskin se, että perehdytys saattaa olla huonoa tai liian vähäistä, sekä se, ettei välttämättä saa palautetta omasta työstä. Nuoret toivat esille myös sen, ettei työpaikkaan ja työyhteisöön synny tunnesidosta. Lisäksi pohdittiin sitä, että vuokratyöntekijänä voi tuntea itsensä ulkopuoliseksi muihin työntekijöihin nähden työpaikalla, eikä välttämättä kohdella samantarvoisesti. Joitain melko suoria ja negatiivisia mielikuvia nousi esille, kuten sellainen, että henkilöstövuokrausyritys on ”välistävetäjä” ja ”epävarma työpaikka”.

Lisäksi haastatteluissa nousi esille, että nuoret ovat lukeneet netin keskustelupalstoilta sekä sosiaalisen median kautta erilaisia mielipiteitä henkilöstövuokrauksesta. Sieltä monet ovat saaneet henkilöstövuokrauksesta mielikuvia, kuten sellaisia, että on vain satunnaisia vuoroja, palkka on pieni ja työt saattavat yhtäkkiä loppua. Mielikuvat, joita nuorilla on tutkimuksen perusteella henkilöstövuokrauksesta, pitävät myös paikkaansa. On totta, että henkilöstövuokrausyritykset tarjoavat paljon keikkatöitä ja osa-aikaisia töitä. Selkeänä johtopäätöksenä voidaan kuitenkin sanoa, että monet nuoret eivät tiedosta myös pidempiaikaisten ja vakituisten työsuhteiden mahdollisuutta henkilöstövuokrauksessa.

Vaikka monet mielikuvista olivat myös kyseenalaistavia ja ei kovin positiivisia, niin tutkimuksen kautta nousi esille myös hyviäkin mielikuvia nuorten näkökulmasta. Positiivisena nähtiin se, että vuokratyö on hyvä mahdollisuus lisätienestiiin. Lisäksi nuorten näkökulmasta positiivista oli se, että henkilöstövuokrauksen kautta on mahdollista tehdä töitä joustavasti ja omaan aikatauluun sovittaen. Yhtenä positiivisena vastauksena oli, että haastateltava oli kuullut kaverilta, joka työskenteli henkilöstövuokrauksen kautta, että hänellä oli hyvin positiivinen ja hyvä kokemus kyseisestä työsuhteesta. Yhtenä merkittävänä esille nousseeksi asiaksi tuli se, että osa nuorista ei tiennyt tarkemmin, mitä kaikkea henkilöstövuokraus on. He eivät osanneet antaa oikeain minkäänlaista mielikuvaa, koska he eivät olleet kauheasti kuulleet henkilöstövuokrauksesta.

Nuorten mielikuvia henkilöstövuokrauksesta		
Pätkätyöt	Satunnaiset työt	Epävarmuus
Ei kunnan perehdytystä	Pienempi palkka	Palautteen puute
Töiden yhtäkkäinen loppuminen	Työyhteisön puute	Eriarvoisuus
Töiden tekeminen eri paikoissa	Mahdollisuus joustavaan työntekoon	Mahdollisuus lisätienestiiin

Taulukko 2. Yhteenveto nuorten mielikuvista henkilöstövuokrauksesta.

Tutkimuksessa selvitettiin myös, olisivatko nuoret valmiita itse työllistymään henkilöstövuokrauksen kautta ja millaisia asioita he pitäisivät tärkeänä, jos he työllistyisivät henkilöstövuokrausyrityksen kautta. Taulukossa 3 on kuvattu nuorten halukkuutta työllistyä erityyppisiin työsuhteisiin. Tulosten perusteella noin 80 % eli suurin osa nuorista olisi valmis työllistymään henkilöstövuokrauksen kautta, jos työpaikka olisi pitkäaikainen ja

mieluummin vakituinen, kuin määräaikainen työsuhde. Osa haastateltavista vastasi suoraan, että ei mielellään työllistyisi henkilöstövuokrauksen kautta, koska kokee tilanteen epävarmaksi. Lisäksi tulosten perusteella 40 % oli kiinnostunut työskentelemään opintojen ohella ja tekemään satunnaisia vuoroja henkilöstövuokrauksen kautta. Noin 25 % nuorista oli kiinnostunut osa-aikaisesta työstä tai kesätöistä.

TYÖSUHDE	%
Satunnaiset työt, opintojen ohella työskentely	40 %
Osa-aikainen työ, kesätyö	25 %
Pidempiaikainen tai vakituinen työ	80 %

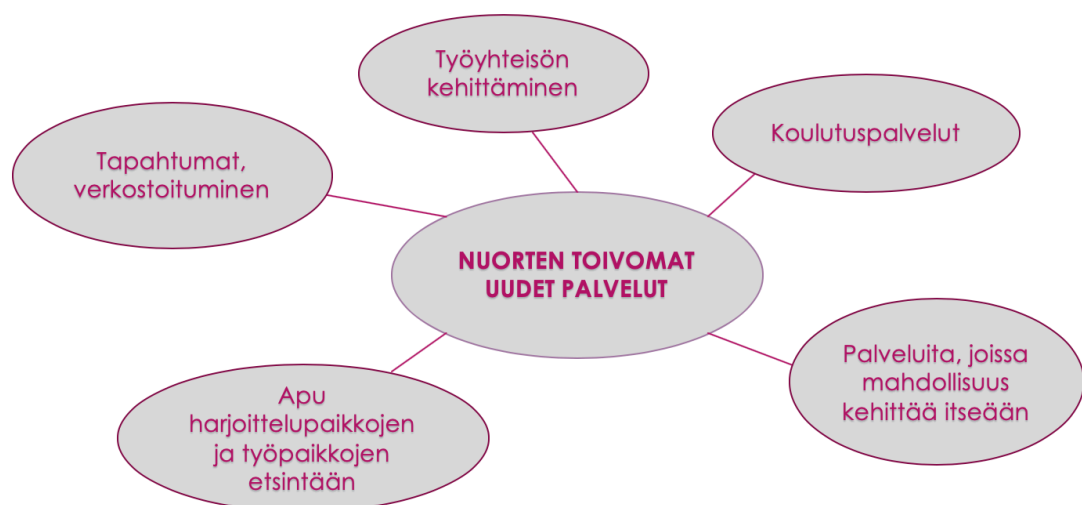
Taulukko 3. Nuorten halukkuus työllistyä erityyppisiin työsuhteisiin.

Taulukossa 4 on kuvattu tekijöitä, joita nuoret pitävät tärkeänä työsuhteessa, jos työllistyisivät henkilöstövuokrausyritykseen. Mikäli haastateltavat työllistyisivät henkilöstövuokrauksen kautta, niin tulosten perusteella nuoret pitävät tärkeänä työpaikan pysyvyyttä ja vakiintuvuutta. Nuorille on tärkeää työllistyä pitkäaikaisiin tai vakituisiin työsuhteisiin. Lisäksi tärkeänä pidetään hyvää palkkaa ja työehtosopimuksen noudattamista. Tärkeänä pidettiin myös työn sopivuutta omaan osaamiseen sekä työn haastavuutta. Useasti nousi esille, että nuoret pitävät tärkeänä myös mahdollisuutta kehittyä työssä ja saada hyvää kokemusta. Tähän liittyen, erittäin tärkeänä pidettiin myös sitä, että on mahdollisuus kehittymisen kautta päästä etenemään uralla. Lisäksi nuoret pitävät tärkeänä sitä, ettei ole työpaikalla vain ”vuokraheppu”, vaan kohdeltaisiin samanarvoisesti, kuin muita samalla työpaikalla työskenteleviä. Lisäksi esille nousi se, että jos työskentelisi opintojen ohella, niin työn tekemisen tulisi olla joustavaa ja omiin aikatauluihin helposti yhdistettävissä.

Nuorten tärkeinä pitämiä asioita työsuhteessa
Pidempiaikainen työ, vakituinen työ
Mielekäs työ
Oppiminen, kehittyminen
Uralla etenemisen mahdollisuus
Työn haastavuus
Hyvä palkka
Työehtosopimusten noudattaminen
Hyvä työyhteisö

Taulukko 4. Nuorten tärkeinä pitämät asiat työsuhteessa.

Tutkimuksessa otettiin lisäksi selvää, millaisia mahdollisia uusia palveluita henkilöstövuokrausyritykset voisivat tarjota. Kuviossa 3 on kuvattu nuorten toivomia palveluita. Tulosten perusteella nuoret toivovat koulutusmahdollisuuksia ja sellaisia palveluita, joissa on mahdollista kehittää itseään. Yhtenä esimerkkinä tuotiin esille, että olisi hyödyllistä tuottaa sellaisia palveluita, joissa esimerkiksi korkeakouluopiskelijoita autettaisiin löytämään harjoittelupaikkoja ja ensimmäisiä työpaikkoja valmistumisen kynnyksellä. Ideoita tuli myös yhteisöllisyyden kehittämiseen. Nuoret pitävät tärkeänä yhteisöllisyyttä myös työpaikalla, ja tulosten perusteella ehdotettiin, että henkilöstövuokrausyritykset voisivat järjestää työntekijöille yhteisiä tapahtumia, joissa pääsee tutustumaan muihin työntekijöihin ja verkostoitumaan.



Kuvio 3. Nuorten toivomat uudet palvelut.

Johtopäätöksenä voidaan sanoa, että kaikilla nuorilla ei ole tarkkaa käsitystä siitä, mitä kaikkea henkilöstövuokraus tarkoittaa ja millaisia palveluita henkilöstöpalveluyritykset tarjoavat. Tutkimus osoitti, että nuorten mielikuva henkilöstövuokrauksesta on osin negatiivinen. Negatiivinen mielikuvan taustalla olivat muilta kuullut kokemukset, netistä ja somesta luetut mielipiteet sekä mielikuva henkilöstövuokrauksen epävarmuudesta työnantajana. Nuorten negatiiviseen mielikuvan taustalla on myös tiedon puute henkilöstövuokrauksesta. Nuorilla on vahva mielikuva siitä, että vuokratyön tekeminen on pätkätöitä, keikkaluontoisia töitä ja satunnaisia vuoroja. Negatiiviset mielikuvat henkilöstövuokrauksesta vaikuttavat henkilöstövuokrausyrityksen imagoon ja maineeseen siten, että nuoret eivät halua hakea töihin henkilöstövuokrausyrityksen kautta.

Tulosten perusteella nuoret eivät tiedosta sitä, että henkilöstövuokrauksen kautta on mahdollista työllistyä myös pidempiaikaisiin ja vakituisiin työsuhteisiin. Työsuhteiden tyytit voivat riippua myös toimialasta. Eezyssä hotelli -ja ravintola-alalla sekä kaupanalalla on paljon keikkaluontoisia töitä sekä osa-aikaisia töitä. Nuoret pitävät tärkeänä sitä, että on mahdollisuus myös joustavaan työntekoon, joten keikkaluontoiset työt ja osa-aikaiset työt ovat myös tärkeitä Eezyssä. Eezyyn TRL-kanavassa eli teollisuuden, rakentamisen ja logistiikan toimialalla on myös keikkaluontoisia töitä ja lyhyempiä työsuhteita, mutta lisäksi on paljon pidempiaikaisia ja vakituisiakin työsuhteita tarjolla. Eezyssä on myös uutena toimistotoimialayksikkö, joka varmasti tarjoaa tulevaisuudessa pidempiä työsuhteita. Vuokratyöntekijän on myös mahdollista työllistyä suoraan asiakasyritykseen vakituisen työsuhteeseen oltuaan ensin vuokratyöntekijänä. Pidempiaikaisten ja vakituisten työsuhteiden mahdollisuutta olisi tärkeää tuoda esille, jotta nuorten käsitys henkilöstövuokrauksesta olisi pätkätöiden lisäksi se, että on myös mahdollisuus työllistyä pidempiaikaisiin ja vakituisiin työsuhteisiin. Pidempiaikaiset ja vakituiset työsuhteet ovat tärkeitä myös Eezyyn liiketoiminnan kannalta, koska mitä pidempiaikainen työsuhde vuokratyöntekijällä on, sitä enemmän se tuo liikevaihtoa.

Opinnäytetyössä tutkimuksen kohteena olivat 18-30-vuotiaat nuoret. Tutkimuksen luotettavuutta arvioitaessa kohderyhmän voitiin katsoa olevan sopiva. Kohderyhmä valittiin rajatusti ja tarkoituksenmukaisesti. Valitun tutkimusmenetelmän avulla saatiin laadukasta tietoa haastatteluissa ja nähtiin tutkimukseen osallistuneet konkreettisesti. Ongelmana haastatteluissa voi olla se, uskaltavatko vastaajat sanoa kaiken haastattelutilanteessa, kun vastauksia ei anneta anonyymisti. Haastatteluiden perusteella saatiin kuitenkin kattavia vastauksia, sillä haastateltavat toivat omia näkemyksiään monipuolisesti

esiin. Lisäksi ryhmähaastatteluissa pyydettiin jokaista vastaamaan tiettyyn kysymykseen, jotta saatiin kaikkien ääni esiin. Tutkimuksessa käytettiin kvalitatiivista tutkimusmenetelmää ja tutkimus toteutettiin yksilö -ja ryhmähaastatteluilla valmiin kyselylomakkeen avulla. Näin varmistettiin se, että haastateltavat ymmärtävät kysymykset ja vastaavat juuri tutkittuun ongelmaan. Lisäksi haastattelutilanteissa oli tarvittaessa mahdollisuus tarkentaa kysymyksiä. Tutkimuksen pätevyyden voidaan sanoa oleva hyvä, koska saatiin vastauksia juuri siihen, mitä tutkittiin.

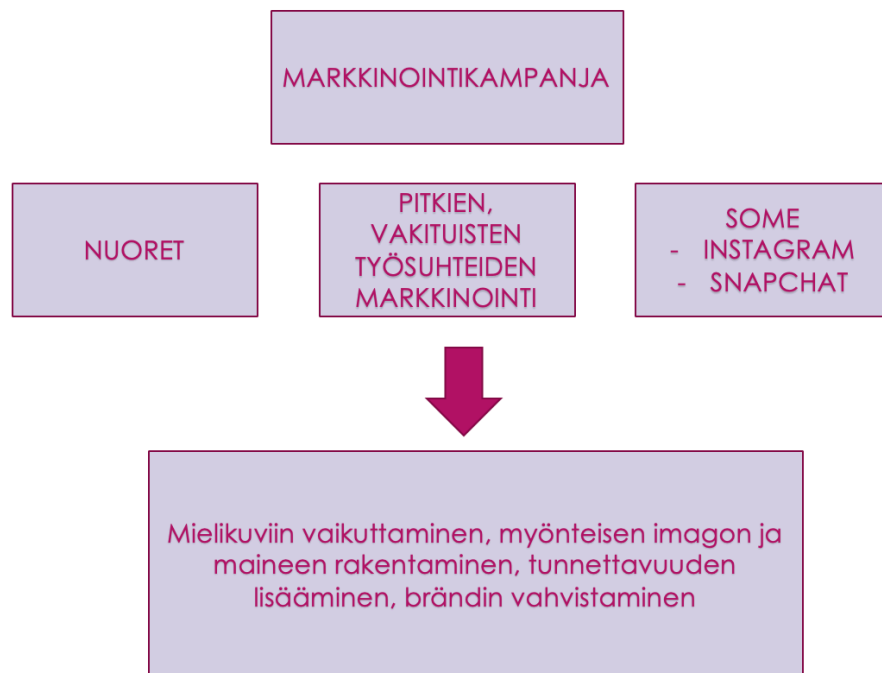
5 KEHITYSIDEAT JA JATKOTUTKIMUSAIHEET

5.1 Kehitysideat toimeksiantajalle

Tutkimuksen tulosten ja johtopäätösten avulla voidaan luoda kehitysideat toimeksiantajalle. 18-30-vuotiailla nuorilla on vahva käsitys siitä, että vuokratyön tekeminen on pätäkätöitä, satunnaisia työvuoroja tai lyhyitä työsuhteita. Nämä mielikuvat pitävät paikkaansa, koska henkilöstövuokrausyritykset tarjoavat paljon keikkaluontoisia töitä ja lyhyitä työsuhteita. Myös mahdollisuus joustavaan työntekoon on nuorille tärkeää. Nuoret eivät kuitenkaan tiedosta täysin sitä, että henkilöstövuokrauksen kautta on mahdollisuus työllistyä pidempiaikaisiin ja vakituisiin työsuhteisiin.

Kehitysideana on, että viestinnän ja markkinoinnin kautta tuodaan enemmän esille sitä, että henkilöstövuokraus ei ole vain pätäkätöitä ja epävarmuutta. On tärkeää tuoda esille, että Eezyssä on tarjolla myös pitkäaikaisia ja vakituisia työsuhteita. Tutkimuksen tulosten perusteella nuoret pitävät tärkeänä pitkien ja vakituisten työsuhteiden mahdollisuutta. Näiden mahdollisuuksien esiin tuominen viestinnän ja markkinoinnin kautta voi muuttaa nuorten mielikuvia ja käsitystä siitä, että vuokratyön tekeminen on pelkästään pätäkätöitä ja lyhyitä työsuhteita. Näin voidaan myös edesauttaa Eezyn myönteisen imagon ja maineen syntymistä.

Konkreettisesti tämä voitaisiin toteuttaa nuoriin kohdistetulla markkinointikampanjalla. Oikeanlainen viestintä kirkastaa mielikuvia ja kasvattaa myös brändin arvoa (Sounio 2010, 84). Markkinointikampanjan avulla voidaan vaikuttaa nuorten mielikuviiin, vaikuttaa myönteisen imagon ja maineen syntymiseen sekä vahvistaa Eezyn brändiä. Kuviossa 4 on kuvattu markkinointikampanjan ideaa. Markkinointikampanjassa tärkeää on ottaa huomioon, millainen sisältö kiinnostaa nuoria ja mitkä markkinointikanavat ovat oikeat. Nuoret ovat monissa sosiaalisen median kanavissa, kuten Instagram ja Snapchat. On tärkeää myös saada nuoret seuraamaan Eezyn kanavia, jotta nuoret voidaan saavuttaa viestinnän ja markkinoinnin kautta. Huomioon tulee kuitenkin ottaa, ettei luoda vääränlaista kuvaa, vaan tuodaan esiin sellaisia mahdollisuuksia, jotka ovat tosia. Markkinointikampanja auttaa myös Eezyn tunnettavuuden lisäämisessä sekä brändin vahvistamisessa. Brändin tavoite on nostaa esille se, mikä yrityksessä ja sen osaamisessa on parasta (Sounio 2010, 25). Eezy on brändinä uusi ja tällä hetkellä brändäys ja Eezyn palveluiden sekä osaamisen esiin tuominen on hyvin tärkeää tunnettavuuden lisäämiseksi.



Kuvio 4. Idea markkinointikampanjasta.

Toisena kehitysideana toimeksiantajalle on tehdä enemmän yhteistyötä oppilaitosten kanssa. Lukioissa, ammattikouluissa ja korkeakouluissa on paljon nuoria, jotka ovat nyt ja tulevaisuudessa potentiaalisia työnhakijoita. Tutkimuksen tulosten perusteella nuoret eivät tarkalleen tiedä, mitä henkilöstövuokraus on ja millaisia mahdollisuuksia se tarjoaa. Yhteistyö eri oppilaitosten kanssa olisi hyödyllistä, koska sitä kautta luotaisiin nuorille tietoisuutta henkilöstövuokrauksesta ja Eezytä yrityksenä. Yhteistyö oppilaitosten kanssa olisi myös mahdollisuus verkostoitumiseen. Yhteistyö oppilaitosten kanssa voisi olla sitä, että jalkaudutaan kouluihin, jolloin Eezy voi kertoa oppilaitoksissa työelämästä, henkilöstövuokrauksesta sekä työmahdollisuuksista Eezyssä. Lisäksi Eezy voi pitää oppilaitoksissa tilaisuuksia, joissa annetaan neuvoja hyvän CV:n tekemiseen ja vinkkejä työhaastattelutilanteisiin. Tutkimusten tulosten perusteella nuoret toivoivat uusina palveluina apua harjoittelupaikkojen ja työpaikkojen etsinnässä. Yhteistyö oppilaitosten kanssa mahdollistaisi tämän. Lisäksi näin olisi mahdollisuus saada nuoret kiinnostumaan Eezytä työnantajana. Tällaiset positiiviset teot ja toiminnot auttaisivat myös Eezy:n imagon ja maineen rakentumisessa. Taulukossa 5 on koottu yhteen idea siitä, mitä yhteistyö oppilaitosten kanssa voi olla.

YHTEISTYÖ OPPILAITOSTEN KANSSA
Lukioissa, ammattikouluissa ja korkeakouluissa potentiaalisia työnhakijoita
Tietoisuus henkilöstövuokrauksesta ja sen tarjoamista mahdollisuuksista
Tietoisuus Eezyistä, työmahdollisuudet Eezyssä
Vinkkejä työhaastatteluihin ja CV:n tekemiseen
Harjoittelupaikat, työpaikat

Taulukko 5. Idea yhteistyöstä oppilaitosten kanssa.

Muita kehitysideoita toimeksiantajalle on työyhteisöllisyyden kehittäminen. Opinnäytetyössä tehdyn tutkimuksen ja sen tulosten perusteella nuoret pitävät tärkeänä sitä, että he viihtyvät työssä ja työpaikalla on hyvä työyhteisö. Lisäksi nuorille on tärkeää, ettei heitä kohdella eriarvoisesti verrattuna muihin työntekijöihin, jos he työskentelisivät henkilöstövuokrauksen kautta. Henkilöstövuokrausyrityksessä yhteisöllisyyden tunne voi olla nuorille haastava, jos työskentelee monessa eri paikassa tai ei tunne muita henkilöstövuokrausyrityksen kautta työskenteleviä. Yksi idea yhteisöllisyyden kehittämiseen on yhteisten tapahtumien järjestäminen Eezyyn vuokratyöntekijöille tai asiakasyrityksissä, joissa työskentelee Eezyyn työntekijöitä. Tällaiset tapahtumat vahvistaisi yhteenkuuluvuuden tunnetta. Tutkimustulosten perusteella nuoret toivovat myös koulutuspalveluita sekä mahdollisuuksia kehittää itseään ja omaa osaamista. Kehitysideana on myös tällaisten palveluiden kehittäminen Eezyssä.

5.2 Jatkotutkimusaiheet

Jatkotutkimusaiheena ehdotetaan nuoriin kohdistetun mainoskampanjan tarkempi suunnittelu ja sen toteuttaminen. Markkinointikampanjan suunnittelussa voidaan selvittää, millainen sisältö kiinnostaa nuoria ja mitkä ovat ne kanavat, jotka ovat tehokkaimpia nuorten saavuttamiseksi viestinnän ja markkinoinnin kautta. Jatkotutkimuksessa voidaan käyttää tutkimusmenetelmänä sekä kvalitatiivista -että kvantitatiivista menetelmää ja ottaa tutkimukseen laajempi kohderyhmä. Muita jatkotutkimusaiheita voivat olla muiden ikäryhmien mielikuvien tutkiminen henkilöstövuokrauksesta. Näin voidaan tutkia, millaisia eroja eri ikäryhmien välillä on ja selvittää, ovatko tulokset samankaltaisia eri ikäryhmissä. Yksi jatkotutkimusaihe voi olla se, että tutkitaan Eezyyn oman henkilöstön mielikuvia omasta organisaatiosta. Sisäiset mielikuvat ovat yhtä tärkeitä kuin ulkoiset, koska

sisäiset mielikuvat vaikuttavat henkilöisen päivittäiseen toimintaan. Nämä päivittäiset teot ja toiminnot vaikuttavat Eezyn imagon ja maineen rakentumiseen ulkoisten sidosryhmien näkökulmasta. Alla olevassa kuviossa (kuvio 5) on koottu yhteen ideat jatkotutkimusaiheista.



Kuvio 5. Jatkotutkimusaiheita.

5.3 Lopuksi

Kokonaisuudessaan opinnäytetyön tekeminen oli mielenkiintoinen ja opettavainen prosessi. Tutkimuksen aihe oli itselle mieleinen ja kiinnostava. Oli mielenkiintoista tehdä kvalitatiivinen tutkimus toteuttaen yksilö -ja ryhmähaastattelut. Koin haastatteluiden tekemisen hyödylliseksi menetelmäksi, sillä yksilö -ja ryhmähaastatteluissa haastateltavat olivat läsnä. Positiivista oli se, että haastatteluissa nuoret vastasivat todella kattavasti kysymyksiin ja esimerkiksi ryhmähaastatteluissa nousi aiheesta myös keskustelua. Tarvittaessa haastatteluissa oli mahdollisuus kysyä lisäkysymyksiä, joka auttoi hyvien vastausten saamiseksi. Tutkimus onnistui hyvin, koska saatiin tietoa nuorten mielikuvista henkilöstövuokrauksesta sekä imagon ja maineen vaikutuksesta henkilöstövuokraukseen.

Opinnäytetyön tavoite saavutettiin ja tulosten perusteella voitiin tehdä kehitysideoita toimeksiantajalle. Opinnäytetyötä oli motivoiva tehdä toimeksiantajalle. Eezyssä on ollut paljon muutoksia varsinkin VMP:n ja Smilen yhdistyttyä sekä uuden nimen ja brändin myötä, joten oli kiva päästä tekemään opinnäytetyö Eezyllä tässä tilanteessa. Tehdyt johtopäätökset ja Eezyllä luodut kehitysideoita ovat hyödynnettävissä, koska Eezyssä on

haasteena löytää hyviä työnhakijoita. Tulosten avulla saatiin tietoa nuorten mielikuvista sekä siitä, mitä nuoret pitävät tärkeänä työsuhteessa. Kehitysideoiden avulla saadut tulokset voidaan ottaa huomioon. Lisäksi kehitysideat ovat hyödynnettävissä Eezyssä, koska Eezy on nimenä ja brändinä uusi. Imagon ja maineen myönteinen rakentaminen sekä tunnettavuuden lisääminen ovat tällä hetkellä Eezyssä tärkeää.

Opinnäytetyö onnistui hyvin ja itselleni se oli hyödyllinen sekä mielenkiintoinen projekti. Opin prosessin aikana tutkimaan eri lähteitä, tekemään tutkimuksen haastatteluita, koostamaan yhteen tuloksia sekä tekemään itse oivalluksia tulosten perusteella. Opinnäytetyön aihe oli itselle mieleinen ja opinnäytetyön tekeminen Eezyllä oli positiivinen kokemus, joten koko prosessi sujui hyvin.

LÄHTEET

- Eezy 2020a. Viitattu 4.2.2020 <https://eezy.fi>
- Eezy 2020b. Historia. Viitattu 4.2.2020 <https://eezy.fi/yhtio-historia/>
- Eezy 2020c. Strategia. Viitattu 4.2.2020 <https://eezy.fi/yhtio/strategia/>
- HPL n.d. Merkittävä työllistäjä. <https://hpl.fi/henkilostopalveluala/merkittava-tyollistaja/>
- HPL 2020. Henkilöstöpalvelualan vire kääntyi positiivisemmaksi vuoden lopulla. Viitattu 2.3.2020 <https://hpl.fi/uutiset/henkilostopalvelualan-vire-kaantyi-positiivisemmaksi-vuoden-lopulla/>
- Hirsjärvi, S.; Remes, P. & Sajavaara, P. 2012. Tutki ja kirjoita. Helsinki: Tammi
- Jantunen, H. 2018. Vuokratyö tulisi nähdä tasavertaisena osana työelämää. Viitattu 27.12.2019 <https://www.verkkouutiset.fi/vuokratyo-tulisi-nahda-tasavertaisena-osana-tyoelamaa/>
- Kortesuo, K. 2011. Tee itsestäsi brändi. Jyväskylä: WSOY
- Luoma, M.; Viitala, R. 2017. Katveesta kilpailukyvn ytimeen – kehittyvä henkilöstöjohtaminen pk-yrityksissä. Helsinki: Books on Demand
- Pitkänen, A. 2019. Totuudenmukainen työnantajamielikuva. Viitattu 24.3.2020 <https://www.en-core.fi/blogi/totuudenmukainen-tyonantajamielikuva/>
- Puusa, A.; Reijonen, H.; Juuti, P. & Laukkanen, T. 2014. Akatemiasta Markkinapaikalle. Helsinki: Talentum
- Saaranen-Kauppinen, A. & Puusniekka, A. 2009. Menetelmäopetuksen tietovaranto KvaliMOTV, Kvalitatiivisten menetelmien verkko-oppikirja. Viitattu 6.1.2020 <https://www.fsd.tuni.fi/fi/tietoaarkisto/julkaisut/kvalimotv.pdf>
- Sounio, L. 2010. Brändikäs. Helsinki: Talentum
- Staffmill n.d. Miksi Henkilöstövuokraus kannattaa? Henkilöstövuokrauksen edut yritykselle. Viitattu 13.11.2019 <https://www.staffmill.fi/miksi-henkilostovuokraus-kannattaa/>
- Talouselämä 2018. Vuokratyövoimalla nyt hurja kysyntä – Kymmenen vuoden takainen huippu jäi taakse. Viitattu 27.12.2019 <https://www.talouselama.fi/uutiset/vuokratyovoimalla-nyt-hurja-ky-synta-kymmenen-vuoden-takainen-huippu-jai-taakse/b0516517-fdb8-3564-a3bb-10204034d3a3>
- Tanskanen, A. 2012. Huono-osaisia työntekijöitä? Tutkimus vuokratyöntekijöiden työelämän laadusta. Viitattu 7.10.2019 <https://core.ac.uk/download/pdf/14924029.pdf>
- Tilastokeskus n.d. Työllisyys ja työttömyys vuonna 2017. Viitattu 27.12.2020 https://www.tilastokeskus.fi/til/tyti/2017/13/tyti_2017_13_2018-04-12_kat_002_fi.html
- Tuominen, S. 2011. Imagon ja maineen vaikutus potentiaalisten opiskelijoiden yliopistoon hakutumisaikomukseen. Viitattu 9.11.2019 https://epublications.uef.fi/pub/urn_isbn_978-952-61-0533-8/urn_isbn_978-952-61-0533-8.pdf

Vuokko, P. 2003. Markkinointiviestintä. Porvoo: WS Bookwell Oy

Haastattelulomake

1. Tiedätkö, mitä tarkoittaa henkilöstövuokraus?
2. Millainen mielikuva sinulla on henkilöstövuokrauksesta?
3. Voisitko itse työllistyä henkilöstövuokrauksen kautta? Perustele.
4. Millaisia asioita pidät tärkeänä, jos työllistyisit henkilöstövuokrauksen kautta?
5. Jos työllistyisit henkilöstövuokrauksen kautta, olisiko sinulle tärkeää, että työpaikka olisi lyhytaikainen vai pitkäaikainen? Esimerkiksi keikkaluontoinen, määräaikainen vai vakituinen työsuhde?
6. Millaisia palveluita toivoisit henkilöstövuokraukselta?