

Bolt.Works Oy:n työnantaja-kuva

Antti Tuhkala

OPINNÄYTETYÖ
Huhtikuu 2021

Liiketalouden tutkinto-ohjelma
Projektijohtaminen

TIIVISTELMÄ

Tampereen ammattikorkeakoulu
Liiketalouden tutkinto-ohjelma
Projektijohtaminen

Tuhkala, Antti:
Bolt.Works Oy:n työnantajakuva

Opinnäytetyö 37 sivua, joista liitteitä 1 sivu
Toukokuu 2021

Tämä opinnäytetyö käsitteli henkilöstövuokrausyritys Bolt.Worksin työnantajakuvaa ja sitä, miten se vertautui sen asiakasyrityksiin. Henkilöstövuokrausala on erittäin kilpailtu ja tämän vuoksi yrityksen työnantajakuva on tärkeässä asemassa alalla menestymisessä ja hyvien työntekijöiden löytämisessä. Tietyllä tapaa henkilöstövuokrausyritykset kilpailevat työntekijöistä myös asiakasyrityksensä kanssa, ja sen vuoksi toimeksiantaja koki tarpeelliseksi tutkia yrityksen työnantajakuvan vertautuvuutta asiakasyrityksiinsä.

Opinnäytetyön teoriaosuudessa perehdyttiin työnantajakuvaan, sen muodostumiseen, kehittämiseen sekä hyötyihin. Teoriaa hankittiin kotimaisesta sekä ulkomaisesta kirjallisuudesta, artikkeleista sekä alan ammattilaisten erilaisista julkaisuista. Teoriaosuudessa käytiin lisäksi läpi työnantajakuvan samankaltaisuutta maineen ja imagon kanssa.

Työnantajakuvaa tutkittiin empiirisellä tutkimuksella Bolt.Worksin vuokratyöntekijöille ja asiakasyrityksen omille työntekijöille. Asiakasyrityksen työntekijöiden vastauksia käytettiin verrokkiryhmänä, johon Bolt.Worksin tulosta verrataan. Tutkimus suoritettiin kyselylomakkeella kevään 2021 aikana.

Kyselyn tuloksista saatiin selville Bolt.Worksin omaavan hyvän työnantajakuvan, joka pärjää vertailussa myös asiakasyrityksiin. Tulosten mukaan kehityskohteita tulevaisuudessa on perehdytyksen laadun varmistaminen sekä palkanmaksun laadun kehittäminen. Yrityksen panostus digitalisaatioon on selvästi vaikuttanut positiivisesti yrityksen työnantajakuvaan. Vahvalla teknologiaosaamisella voidaan kehittää esimerkiksi e-perehdytys perehdytyksen laadun parantamiseksi. Palkanmaksun laatua voidaan myös parantaa digitalisaation avulla, mutta tärkeää on myös laadukas työnantajan ja työntekijän välinen viestintä.

ABSTRACT

Tampereen ammattikorkeakoulu
Tampere University of Applied Sciences
Degree Programme in Business Administration
Project Management

TUHKALA, ANTTI:
Bolt.Works Oy Employer Image

Bachelor's thesis 37 pages, appendices 1 page
May 2021

This thesis covered the employer image of staffing company Bolt.Works and a reflection of it in relation to its customer companies. Staffing industry is highly competitive and for that reason the employer image plays an important role in success in the field and in finding the best employees. In certain ways, staffing companies fight for the same candidates as their customer companies and for that reason, it was important to compare the staffing company's employer image with that of their customer companies.

Employer image, how it is formed, developed and what the benefits are, were covered in the theory part of the thesis. The theory was collected from domestic and foreign literature, articles, and different kind of publications by professionals in this field. Similarities between employer image and, on the other hand, reputation and general image were also handled in the theory part.

Employer image was studied with an empirical study for Bolt.Works and its customer companies' personnel. Customer companies' employees were used as a control group, to which Bolt.Works results were compared. The study was conducted with a questionnaire during the spring of 2021.

The results of the study showed that Bolt.Works possessed a good employer image which competed at the same level with its customer companies. However, some areas for development were found in the results including quality of the orientation and payroll. The company's investment in digitalisation has clearly affected positively its employer image. With its strong technological know-how, the company should use it to develop for example an e-orientation to increase the quality of orientation. Also, in the payroll quality can be increased with digitalisation, but the most important thing is high quality communication between the employer and the employees.

Key words: employer image, staffing, reputation, image

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	5
2	TUTKIMUSASETELMA	7
2.1	Tutkimuksen tarkoitus	7
2.2	Toimeksiantajayrityksen esittely.....	7
2.3	Verrokkiyritysten esittely	8
2.4	Tutkimusmenetelmä ja tarkoitus.....	8
3	TYÖNANTAJAKUVA	10
3.1	Muodostuminen.....	11
3.2	Kehittäminen	13
3.3	Hyödyt.....	14
4	TUTKIMUSTULOKSET.....	17
4.1	Työn hakeminen.....	17
4.2	Työn aloitus.....	19
4.3	Työolosuhteet ja työyhteisö.....	20
4.4	Työtyytyväisyys nyt ja tulevaisuudessa	24
5	JOHTOPÄÄTÖKSET	27
5.1	Työn hakeminen.....	27
5.2	Työn aloitus.....	28
5.3	Työolosuhteet ja työyhteisö.....	29
5.4	Työtyytyväisyys nyt ja tulevaisuudessa	31
6	POHDINTA	33
	LÄHTEET	36
	LIITTEET	37
	Liite 1. Tutkimuskysymykset/väitteet.....	37

1 JOHDANTO

Työnantajamielikuva on ajankohtainen, mielenkiintoinen sekä laajasti kasvava aihe, joka vaikuttaa nykypäivän työelämässä ihmisten päätöksiin sekä toimii kilpailuvalltina yritysten välisessä kilpailussa. Työnantajamielikuvan merkitys korostuu kilpailuilla aloilla ja täten sen tutkiminen henkilöstövuokrausalalla on erittäin tärkeää. Yritykset tutkivat työntekijöidensä tyytyväisyyttä sekä työnantajamielikuvaa useasti yleisellä tasolla, mutta henkilöstövuokrausalan alati kasvavassa, on sen seuraaminen elintärkeää yritykselle. Parhaimmassa tapauksessa työnantajamielikuva voi auttaa yritystä saamaan parempia työntekijöitä palvelukseensa. Yritykset ovat heränneetkin työnantajakuvan merkitykseen ja sen kehittämiseen ja huomioimiseen käytetään enemmän resursseja ja huomiota.

Työnantajakuvaa voidaan tutkia yleisellä tasolla sekä kohdistetusti yrityksen sekä työntekijän näkökulmasta. Koen työntekijän näkökulman näistä tärkeimpänä, sillä nykyinen markkinatilanne mahdollistaa hyvälle työntekijälle mahdollisuuden käytännössä valita itse henkilövuokrayrityksensä. Työnantajakuvalla on suuri merkitys tässä asiassa. Henkilöstöpalvelualan liiton (myöhemmin HPL) vuonna 2018 järjestämän kyselyn mukaan 88 % vuokratyöntekijöistä suosittelee vuokratyötä ja suosittelijoiden prosentuaalinen määrä on ollut vuosittain pienessä kasvussa. Henkilöstövuokraus toimii myös entistä enemmän rekrytointikanavana, jolloin yritys hoitaa rekrytointiprosessin ja työntekijä siirtyy sopimusajan tai rekrytointipalkkion jälkeen asiakasyrityksen palvelukseen. Tämä on asia mikä luo työnantajakuvalle täysin uuden aspektin, henkilöstövuokrausyrityksen työnantajakuva tulee verrattavaksi täten myös asiakasyritykseen.

Opinnäytetyöni tavoitteena on Bolt.Works Oy:n työnantajakuvan selvittäminen sekä vertaaminen niin sanottuun perinteiseen työnantajaan. HPL:n vuonna 2018 järjestämän kyselyn mukaan 88 % vuokratyöntekijöistä suosittelee vuokratyötä ja suosittelijoiden prosentuaalinen määrä on ollut vuosittain pienessä kasvussa. Vuokratyöpaikka toimii useasti myös rekrytointikanavana asiakasyritykseen ja antaa mahdollisuuden myös pitkäaikaiseen työpaikkaan. Tulen opinnäytetyössäni tutkimaan toimeksiantajayrityksen Bolt.Worksin työnantajakuvaa verraten sitä suoraan asiakasyritykseen työllistyneisiin. Työ tehdään Tampereella

hyödyntäen neljää eri asiakasyritystä eri toimialoilta. Opinnäytetyön kirjoittaja työskentelee rekrytointikonsulttina Bolt.Worksin palveluksessa ja on työskennellyt yrityksessä 2 vuoden ajan.

2 TUTKIMUSASETELMA

2.1 Tutkimuksen tarkoitus

Tutkimuksen tarkoituksena on selvittää Bolt.Worksin työntajakuva vuokratyöntekijän näkökulmasta ja samalla verrata sitä ns. perinteisten yritysten työntajakuvaan. Vuokratyösuhte toimii usein ns. rekrytointikanavana ja täten onkin relevanttia verrata niitä keskenään, henkilöstövuokrausyrityksen kilpaillessa samoista työntekijöistä perinteisten yritysten kanssa.

2.2 Toimeksiantajayrityksen esittely

Bolt.Works Oy on 2006 perustettu henkilöstövuokrausalan yritys (alun perin nimellä Briko Oy), joka on uudelleen brändätty 2016 yrityksen muuttaessa strategiaansa ja alkaessa hyödyntämään vahvasti teknologiaa toimintojensa kehittämisessä. Yritys on kasvanut vahvasti vuodesta 2016 alkaen ja se on laajentunut kotipaikkakunnaltaan Helsingistä laajasti maanlaajuiseksi toimijaksi. Yrityksellä on toimipiste Helsingissä, Hyvinkäällä, Hämeenlinnassa, Jyväskylässä, Joensuussa, Kajaanissa, Kemissä, Kokkolassa, Kouvolassa, Kuopiossa, Lahdessa, Oulussa, Raahessa, Rovaniemellä, Seinäjoella, Tampereella, Turussa ja Vaasassa. Sen pääasialliset toimialat ovat rakentamisen, teollisuuden, logistiikka, HoReCa sekä kiinteistöhuolto. Yrityksen palveluksessa työskentelee tällä hetkellä yli 100 toimihenkilöä henkilöstövuokrauksen eri työtehtävissä, myynnissä, rekrytoinnissa ja palkkahallinnossa. Yritys on viime vuosina ollut henkilöstöpalvelualan nopeimpia organisoivia kasvavia ja osoituksena siitä valittu myös Deloitte Technology Fast 50 2020 listaukselle.

Yrityksen tavoitteena on puhdistaa työnvälityksen mainetta ja olla alan edelläkävijä. Edelläkävijän maineen tavoittelun tukena on yrityksen kehittämä uusi teknologia, jonka avulla yritys pystyy yhdistämään entistä tehokkaammin työn ja tehtävään juuri sopivan työntekijän. Boltin mobiili- ja verkkosovelluksessa saadaan työ ja tekijä kohtaamaan reaaliaikaisesti. Boltin työvoimaa etsivät asiakkaat näkevät sovelluksesta työntekijöiden osaamisen, työkokemuksen sekä aiempien työnantajien antamat arviot ja suositukset. Tämä tekee työntekijöiden

tilaamisesta helppoa, nopeaa ja käytännöllistä. Työntekijän näkymästä heillä on mahdollisuus nähdä tarjolla olevat työkeikat, hakea haluamiinsa tehtäviin ja hyväksyä Boltin asiakkaiden tekemiä työtarjouksia.

Yrityksen ideologia perustuu osaltaan työntekijöiden arvostamiseen ja Bolt haluaa kannustaa heitä hyvään työhön. Jokainen Boltin työntekijöistä kuuluu bonusjärjestelmän piiriin, jossa yritys maksaa asiakkaiden erinomaiseksi arvioimasta työsuorituksesta työntekijälle korotettua palkkaa. Työntekijät pääsevät myös antamaan jokaisesta työkeikasta arvosanan ja Bolt seuraa työntekijätyytyväisyyttä reaaliaikaisesti.

Boltin missiona on murtaa alan perinteisiä toimintamalleja ja siten haastaa alan suurimmat toimijat. Yritys onkin kasvanut nopeasti ja valjastanut digitaalisuuden palvelemaan yrityksen työntekijöiden ja asiakkaiden etua.

2.3 Verrokkirytysten esittely

Verrokkirytysten valinnassa oli tärkeää valita yrityksiä, jotka kuvaavat pääosaa Bolt.Worksin asiakaskunnasta. Yrityksiä ei käsitellä tarkemmin, vaan niitä kohdellaan omalta osaltaan anonymisti, edustaen käytännössä vain toimialaansa.

Verrokkirytyksiksi valittiin 4 yritystä, joista jokainen edustaa eri toimialaa, rakentamista, logistiikkaa, valmistavaa teollisuutta sekä kiinteistöhuoltoa. Yritykset ovat suuria ja keskisuuria, sopien täten verrattavaksi Bolt.Worksiin myös kokoluokkansa vuoksi.

2.4 Tutkimusmenetelmä ja tarkoitus

Empiirisen tutkimuksen tavoitteena on keskittyä ihmisten kokemuksiin ja sitä kautta löytää tutkittavasta joukosta yhteneväisyyksiä. Tutkimuksessa halutaan kuitenkin Bolt.Worksin vuokratyöntekijöiden työnantajamielikuvan löytämisen lisäksi verrata sitä ns. perinteisiin yrityksiin, eli tässä tapauksessa niihin asiakasyrityksiin, joissa vuokratyöntekijät työskentelevät. Tutkimus tehdään käyttämällä

kyselylomaketta, jossa hyödynnetään perinteisiä määrällisesti mitattavia kysymyksiä sekä avoimia kysymyksiä, joilla saadaan kyselyyn lisää tarkentavia vastauksia Bolt.Worksin työntekijöiltä sekä verrokkiyritysten työntekijöiltä. Tutkimus toteutetaan yhdistelmänä kvantitatiivista ja kvalitatiivista tutkimusta.

Kysely lähetettiin yhteensä 16 henkilölle, 8:lle Bolt.Worksin työntekijälle ja 8:lle verrokkiyrityksen työntekijälle. Kyselyyn valittiin verrokkiyrityksistä sellaisia henkilöitä, jotka ovat olleet yrityksen palveluksessa suuriinpiirtein saman verran yrityksen vuokratyöntekijöiden kanssa. Mikäli tämä ei ollut mahdollista, valittiin sellaiset henkilöt asiakasyrityksestä, jotka olivat mahdollisimman lähellä tätä. Kysymykset jaettiin 4 osioon: työn hakeminen, työn aloitus, työolosuhteet ja työyhteisö sekä työtyytyväisyys nyt ja tulevaisuudessa. Kysymyksen vastausvaihtoehtoja oli 6: täysin eri mieltä, eri mieltä, hieman eri mieltä, hieman samaa mieltä, samaa mieltä sekä täysin samaa mieltä.

3 TYÖNANTAJAKUVA

Vaikka työnantajakuva on noussut viime aikoina entistä enemmän ihmisten tietoisuuteen ja keskusteluaiheeksi, on se asia, joka on ollut olemassa käytännössä niin pitkään kun työpaikkoja on ollut olemassa. Terminä työnantajakuva onkin suhteellisen tuore, mutta itsessään se on olemassa ilman minkäänlaista vaikutusta tai suunnittelua, sisältäen yrityksen liitettävät ulkoiset ja sisäiset mielikuvat, sen miten nykyiset ja potentiaaliset työntekijät tai -hakijat näkevät yrityksen vetovoiman ja houkuttelevuuden työnantajana. (Kauhanen, 2012, 69)

Työnantajakuvalla houkutellaan töihin alan parhaat tekijät. Hyvämaineisten yritysten vetovoima perustuu yrityksen työnantajakuvaan. Tämä on vauhdittanut työnantajakuvaan keskittymistä ja yritysten välinen kilpailu on entistä kovempaa. Pelkät edut, esimerkiksi liikunta- ja kulttuurisetelien muodossa ei enää riitä, vaan yritysten täytyy keksiä erilaisia keinoja erottuakseen massasta. (Aula, P. & Heinonen, J. 2002, 263).

Hyvän työnantajakuvan omaavan yrityksen etuna on se, että siitä muodostuu alan lahjakkaiden uusien työntekijöiden ensimmäinen valinta. Täten yritys saa rekrytoitua parhaita ehdokkaita ja uskotun työnantajakuvan pitäessä paikkansa, myös pitämään osaajat yrityksessään. Tämän lisäksi nykypäivänä työ on ihmisille rahateon välineen lisäksi enemmän, laajempi kokonaisuus. Hyvässä yrityksessä työskennellessään ihmiset saavat vastuullisia työntekijöitä, jotka sitoutuvat tekemiseensä ja antavat täyden panoksensa. Yritys saa näin pitkällä aikavälillä taloudelliset huipputulokset. (Aula, P. & Heinonen, J. 2002, 65, 112)

Työnantajakuva on omalla tavallaan verrattavissa kuluttajatuotteissa tutumpaan arvolupaukseen. Se nähdään työnantajan tarjoamien etuuksien, tunnustusten sekä sen vetovoiman yhdistelmänä. Sen täytyy omalla tavallaan pystyä erottumaan muista yrityksistä ja toimia osana yrityksen houkuttavuutta. Yrityksen houkuttavuus näkyy ulkopuolisille henkilöille nykyisen henkilöstön kautta ja siksi yrityksen sisäiset asiat, arvot, henkilöstövalinnat ja muut asiat täytyy linjata seuraamaan yrityksen tavoittelemaa työnantajakuvaan. Olennainen osa hyvän työn-

antajankuvan rakentamista ja kehittämistä on osaavasta henkilöstöstä kiinni pitäminen uusien rekrytointien ohella, sillä yrityksen henkilöstö toimii tietynlaisina kasvoina yrityksen työnantajakuvan päivittäisessä jalkauttamisessa. (Bellou, 2015)

Aula ja Heinonen käsittelevät kirjassaan pääosin mainetta, mutta osakseen maineen käsitteen nivoutumista mm: työnantajakuvaan. Nykyaikaisessa tilanteessa, ns. työnhakijan markkinassa, tekevät työnhakijat valintansa työnantajien välillä samalla tavalla kuin kuluttajat. Päätökseen vaikuttaa muiden ihmisten suositukset, kokemukset ja kertomat tarinat, jonka pohjalta he muodostavat oman mielikuvansa yrityksen maineesta ja sitä myötä myös tietyn työnantajakuvan. (Aula, P. & Heinonen, J. 2002, 14).

Kauhasen mukaan työnantajakuva on ollut olemassa yhtä pitkään kuin työpaikkoja on ollut olemassa, mutta Aula ja Heinonen sen sijaan sanovat sen olevan osa mainetta. Maine, työnantajakuva, arvolutaus ja imago ovatkin hyvin samanlaisia ja ovat nivoutuneet tietyllä tapaa yhteen, muodostuen joka tapauksessa ihmisten kokemuksista, tarinoista ja suosituksista. Niiden pääasiallinen tarkoitus on luoda mielikuva siitä, millaisena henkilö yritystä pitää. Aulan ja Heinosen mukaan se myös helpottaa yritystä rekrytoinnin parissa, joka on erityisen tärkeää henkilöstövuokrausyrityksille. Ei pelkästään alan kovan kilpailun vuoksi, vaan myös siksi, että alalla rekrytoidaan paljon useille toimialoille ja eri tehtäviin. Tällöin yrityksen täytyy olla ensimmäisenä mielessä monessa asiassa, eikä esimerkiksi vain yhden alan edelläkävijä. Lisäksi saman toimeksiannon voi saada usea henkilöstövuokrausyritys ja asiakasyritys ylläpitää myös omaa hakua. Tällöin yrityksillä ei välttämättä ole muuta kilpailukeinoja kuin työnantajakuva. Tämän vuoksi henkilöstövuokrausyrityksille parhaiden hakijoiden löytäminen korostuu entistä enemmän.

3.1 Muodostuminen

Yrityksen henkilöstön ollessa suuressa roolissa työnantajakuvan muodostumisessa, tulee henkilöstön rekrytoinnin lisäksi suurta huomiota kiinnittää yrityskulttuuriin. Yrityksmaailman muutoksessa on yrityskulttuurista tullut asia, millä monet

yrietykset pystyvät erottumaan massasta. Erityisesti trendikkääksi on viime aikoina noussut matalahierarkiset yritykset. Suurimmaksi osaksi tätä ajatusta on ollut tukemassa startup-yritysten toiminta ja kasvu, mikä on saanut monet ihanomaan niissä yleistä toimintamallia, jossa toimitaan todella matalalla hierarkialla ja ylimääräistä byrokratiaa välttämällä. Suuressa roolissa näissä yrityksissä on myös osaamisen arvostaminen ja kehityksen tukeminen. Hyvässä yrityskulttuurissa halutaan myös tukea ja kannustaa yrityksen yksilöitä kehittämään itseään ammatillisesti. (Palokangas, 2020)

Työntekijöiden suhde esimiehiinsä on myös osa työnantajakuva muodostumista, sillä esimiehet toimivat eräänlaisina sanansaattajina yrityksen ja työnantajan välillä. Siksi on erittäin tärkeää, että yrityksen esimiehet ovat hyvin perillä yrityksen arvoista, tavoitteista ja muista tärkeistä asioista. Yhdenmukaisuus korostuu, sillä esimiesten tulisi pystyä toimimaan tasa-arvoisesti ja samanlaisesti yrityksen jokaisessa toimipisteessä ja täten ylläpitää yrityksen määrittelemää linjaa. Yrityksen on täten tärkeä linjata asiat tarkasti, jotta se ei aiheuta väärinymmärryksiä. Organisaation täytyy myös sisäisesti pitää huolta siitä, että yrityksen henkilöstö tarjoaa ulospäin yhtenäistä tietoa yrityksestä sekä pitää sidosryhmät tyytyväisenä, sillä ihmiset kertovat eteenpäin ne asiat mitä pitävät auttavan yrityksen onnistumisessa tai epäonnistumisessa. (Aula, P. & Heinonen, J. 2002, 32)

Iso osa työnantajakuvasta rakentuu siitä, miten nykyinen henkilöstö kokee yrityksen, sen arvot ja onnistumisen työnantajana. Työnantajakuva ylläpitäminen ei vaadi yritykseltä täydellisyyttä, mutta sen täytyy pystyä reagoimaan mahdollisiin virheisiin oikeilla tavoilla ja täten pyrkiä pitämään nykyinen henkilöstönsä tyytyväisenä. Tyytyväinen henkilöstö on vahva voimavara ja sitä voidaan myös hyödyntää yrityksen rekrytoinnin tukemiseksi. Monessa yrityksessä onkin käytössä erilaisia suosittelukampanjoita, joissa yrityksen nykyiselle henkilöstölle tarjotaan jonkinlaista bonusta siitä, että suosittelee yritystä yrityksen ulkopuolisille henkilöille ja saa mahdollisesti tämän tulemaan samaan yritykseen töihin, jossa itse työskentelee. Suosittelukampanjoissa on yleistä, että siitä hyötyy molemmat, suositeltu ja suosittelija. Tyytyväinen henkilöstö myös puhuu positiivisesti yrityksestä ilman kannustimia, mutta niiden hyödyntäminen lisää mahdollisuuksia rekrytoinnin tukemiseen. Yleisesti ottaen suositellut henkilöt ovat myös

hyvän tasoisia hakijoita, sillä suosittelijat kokevat olevansa tietynlaisessa vastuussa suosittelemista henkilöistään. (ReachMee, 2019.)

Aulan ja Heinosen sekä Palokankaan ajatukset aiheesta voidaan tiivistää yhteen lauseeseen. Työnantajakuva rakentuu sisältäpäin. Työnantajakuvaa voidaan yrittää epäorgaanisesti rakentaa esimerkiksi markkinoinnin avulla, mutta vahvan työnantajakuvan pohjana toimii tyytyväinen henkilöstö. ReachMee:n blogiteksti tukee tätä, kertoen tyytyväisen henkilöstön olevan vahva voimavara rekrytoinnin tukena. Kuten aiemmassa osiossa käytiin läpi, on se täten erittäin tärkeää henkilöstövuokrausalalla, jossa kilpailu parhaista tekijöistä on kovaa. Positiivinen ilmapiiri, matala hierarkia sekä osaamisen ja kehityksen tukeminen ovat Palokankaan avainasioita ja trendikkäitä asioita, joita työntekijät arvostavat. Aula ja Heinonen painottavat kuitenkin myös sitä, että sisäinen tekeminen tulee saada näkymään myös yhtenäisesti ulospäin. Hyvinä keinona tässä voidaan pitää esimerkiksi ReachMee:n blogitekstissä mainittua suosittelukampanjaa, jota henkilöstövuokrausalalla useat yritykset ovatkin hyödyntäneet.

3.2 Kehittäminen

Työnantajakuva kehittäminen on kasvanut erityisesti aloilla, joilla kilpailu parhaista työntekijöistä on kovaa. Erityisesti IT-yritysten parissa työnantajakuvalla on jo pitkään ollut suuri merkitys, kun potentiaalisimmat työntekijät valitsevat itselleen sopivaa yritystä. Henkilöstövuokrausalalla työnantajakuva on myös noussut tärkeään asemaan, sillä toimeksiantajayrityksillä voi olla useita yhteistyökumppaneita, joiden kautta he hakevat työntekijöitä samaan tehtävään. Tämä on nostanut uuden kilpailuaspektin myös alalla, kun toimeksiantojen lisäksi kilpailua on myös työntekijöistä. Työnantajakuvasta on täten tullut myös osa yrityksen strategiaa ja muutostilanteissa muutosten vaikutusta tulee myös ajatella rakennetun työnantajakuva-aspektista. (Koskimies)

Suurella roolilla yrityksen sisäisten ja ulkoisten sidosryhmien mielikuvan rakentumisessa on yrityksen viestintä. Viestintään kuuluu monipuolisesti erilaiset sosiaalisessa mediassa tapahtuvat aktiiviset toimet, henkilökunnan viestintä sidosryhmien kanssa kuin nettisivujen muiden tietolähteiden passiiviset vaikutuk-

set. Viestintäsuunnitelmaa muodostaessa yrityksen tulee pyrkiä segmentoimaan omat kohderyhmänsä, ja pitää segmentit pääroolissa suunnittelun eri vaiheissa. Useasti viestinnällä pyritään tuomaan esille yrityksen uutisten lisäksi myös yrityksen henkilöstöä ja täten antaa kasvot yritykselle. Kuten muutkin työnantajakuvaan liittyvät asiat, tulee yrityksen viestinnän olla autenttista, hyvin suunniteltua ja yhdenmukaista niin eri kanavissa kuin eri toimijoiden kautta toimiessa. Ei ole kannattavaa yrittää saada yritys näyttämään muulta, kuin mitä se on, vaan viestinnän tulee olla avointa ja rehellistä. Täten niin sidosryhmien jäsenille muodostuu todenmukainen kuva yrityksestä, eikä virheellisesti muodostunut kuva pääse kostautumaan myöhemmässä vaiheessa. (Ratilainen, 2016, Kauhanen, 2012, s.70)

Vaikka yritys tekee asioita oikein ja oikeita asioita, ei se välttämättä riitä. Tämän lisäksi yrityksen täytyy osata kertoa niitä asioita ulospäin sidosryhmille ja muihin kohteisiin. Täten se pystyy omalla tavallaan vaikuttamaan yrityksestä ajateltuun mielikuvaan positiivisella tavalla. (Aula, P. & Heinonen, J. 2002, 37)

Ratilainen ja Kauhanen korostavat aikaisemmin autenttisuutta yrityksen viestinnässä ja sitä voi tietyllä tavalla verrata edellisessä osiossa todettuun lopputulokseen, työnantajakuva rakentuu sisältäpäin. He avaavat kuitenkin hiukan tarkemmin, miten yrityksen tulisi työnantajakuvastaan viestiä. Viestinnässä korostuu Aulan ja Heinosen mainitsema oikeiden asioiden esille tuominen, esimerkiksi Ratilaisen mainitsemalla tavalla, luomalla yritykselle kasvot ja tuoden esille esimerkiksi onnistumisia. Henkilöstövuokrausalalla on tärkeää tuoda onnistumisia esiin niin vuokratyöntekijöiden kuin toimihenkilöiden osalta. Alalle yleistä on niin sanottu henkilöityminen, niin työnhakijoiden, kuin asiakasyritysten osalta. Molemmat muistavat saaneensa hyvän kokemuksen tietyltä henkilöltä, jopa enemmän kuin tietyltä yritykseltä. Lisäksi viestintä vuokratyöntekijöiden onnistumisista on helposti samaistuttavaa ja kannustaa siten hakemaan yrityksen kautta myös itselle töitä.

3.3 Hyödyt

Työnantajakuvaan hyötyjä voidaan siis arvioida sen mukaan, miten se houkuttelee työnhakijoita hakeutumaan yritykseen. Tämä nousee Susanna Rantasen

mukaan esiin erityisesti aloilla, joissa nojataan vahvasti henkilöstöön laitteiden ja koneiden sijaan. Näistä henkilöistä tulee täten eräänlainen kilpailutilanne, joka johtaa siihen, että työnantajakuva merkitys korostuu. Mikäli yrityksellä on tavoitteena hakea voimakasta kasvua ja siten kasvattaa markkinaosuuttaan, on työnantajakuva kehittämisen elintärkeää näiden tavoitteiden saavuttamista varten. Henkilöstövuokrauksen yleisin syy tilauksen peruuntumiselle tai toimeksiannon menettämiseksi on se, että riittävän hyvää ehdokasta ei löydy tai sitä ei löydetä riittävän nopeasti. Täten ns. top talenttien löytämiseen tulee käyttää kaikki mahdolliset keinot. (Rantanen, 2019)

Pitkällä tähtäimellä hyvä työnantajakuva tarjoaa yritykselle monenlaisia hyötyjä. Työnantajakuva avulla yritys voi kasvattaa markkinaetua sekä alentaa markkinointi- ja jakelukustannuksia. Sen avulla yritys voi päästä myös tietynlaiseen maineeseen, joka mahdollistaa ”premium” hinnoittelun sekä suojelee kun ajat ovat huonot. Henkilöstössä hyvä työnantajakuva lisää sitoutumista ja tuottavuutta sekä auttaa houkuttelemaan ja pitämään lahjakkuudet. Ulkoisesti markkinassa hyvä työnantajakuva auttaa positiivisen julkisuuden saamisessa mikä osaltaan auttaa houkuttelemaan sijoittajia ja rahoittajia sekä helpottaa uusille markkinoille pääsemistä. (Aula, P. & Heinonen, J. 2002, 62)

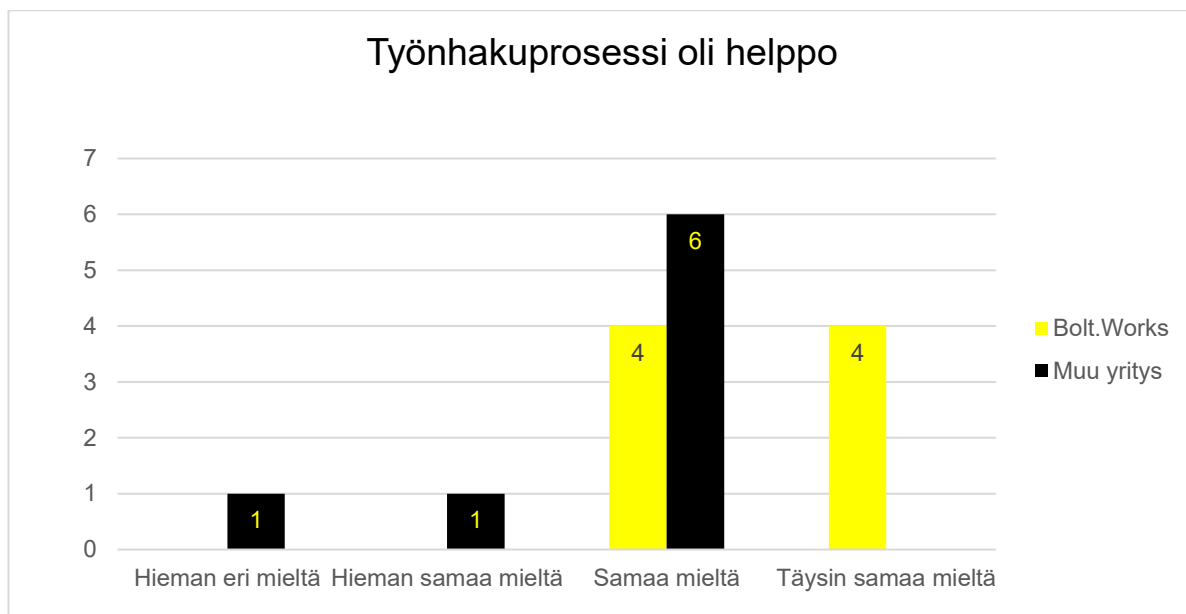
Positiivinen työnantajakuva ei tarjoa vain ulkoisia, vaan myös sisäisiä hyötyjä. Sen on huomattu nostavan työntekijöiden sitoutuvuutta, pienentävän vaihtuvuutta, nostavan luotettavuutta, vähentävän poissaoloja, nostavan lojaliteettia sekä helpottavan yhteydenpitoa ja ammatillisten suhteiden ylläpitoa nykyisten ja entisten työntekijöiden kanssa. (Figurska, I & Matuska 2013, 41)

Henkilöstövuokrausala perustuu nimensäkin mukaan henkilöstöön, jolla täytetään asiakasyritysten työvoimatarve. Rantasen mukaan henkilöstöön perustuvalla alalla työnantajakuva korostuu eniten, kilpailun ollessa kovaa osaavasta henkilöstöstä. Työnantajakuva ei kuitenkaan vaikuta vain työn hakemiseen, vaan käytännössä sitä täytyy ylläpitää rekrytoinnin jälkeen, jotta työntekijä pitää työnantajakuvaa edelleen sellaisena, kuin on ajatellut. Aulan ja Heinosen sekä Figurskan ja Matuskan mukaan positiivinen työnantajakuva tukee niin sisäisesti kuin ulkoisesti, tarjoten markkinaetua sekä sitoutuneempaa työvoimaa. Rekry-

tointiprosessi on aina aikaa vievä, joten mitä paremmin henkilöstövuokrausyrittäjä pystyy sitouttamaan työntekijöitä, sitä helpompi yrityksen on toimia. Sitouttava ja osaava työvoima voidaankin pitää tietyllä tapaa henkilöstövuokrausalan selkärankana, asiana, jota ilman alalla on hankalaa menestyä.

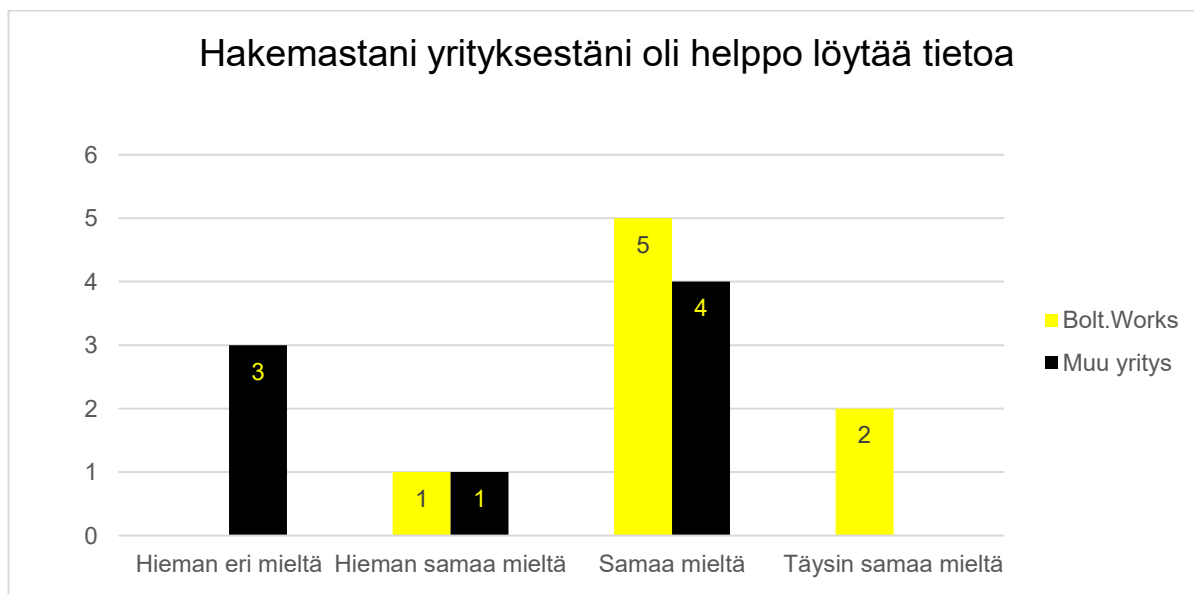
4 TUTKIMUSTULOKSET

4.1 Työn hakeminen



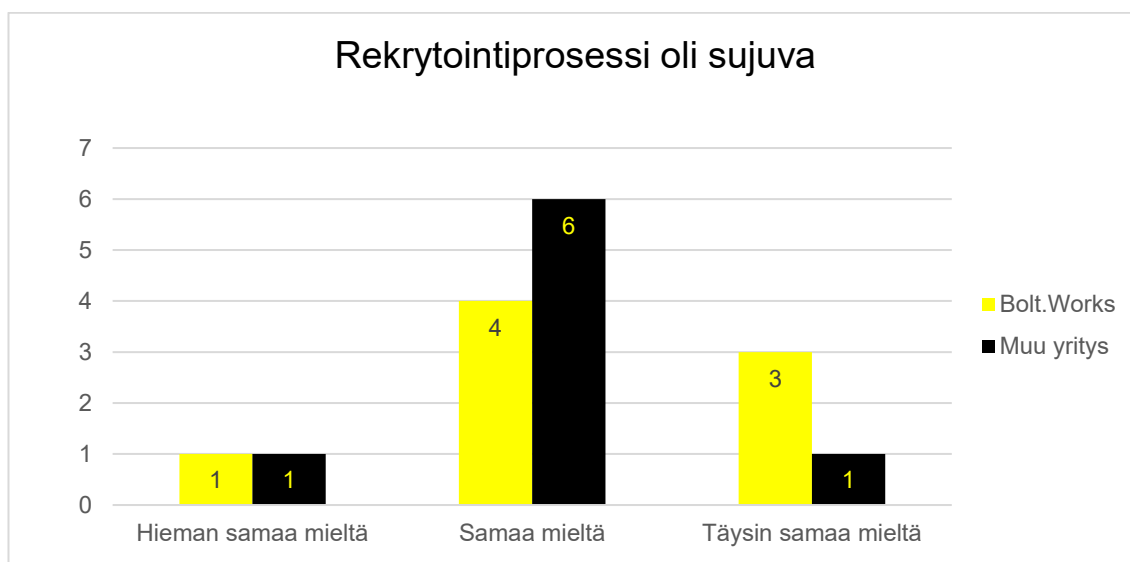
Kaavio 1. Työn hakeminen, väite 1.

Bolt.Worksin työntekijöistä 50 % oli väitteen kanssa täysin samaa mieltä ja loput 50 % olivat väitteen kanssa samaa mieltä. Verrokkiyritysten työntekijöistä 75 % prosenttia oli väitteen kanssa täysin samaa mieltä, 12,5 % hieman samaa mieltä ja 12,5 % hieman eri mieltä.



Kaavio 2. Työn hakeminen, väite 2.

Bolt.Worksin työntekijöistä 25 % oli väitteen kanssa täysin samaa mieltä, 62,5 % samaa mieltä sekä 12,5 % hieman samaa mieltä. Verrokkiyritysten työntekijöistä 50 % oli kysymyksen kanssa samaa mieltä, 12,5 % hieman samaa mieltä sekä 37,5 % hieman eri mieltä.

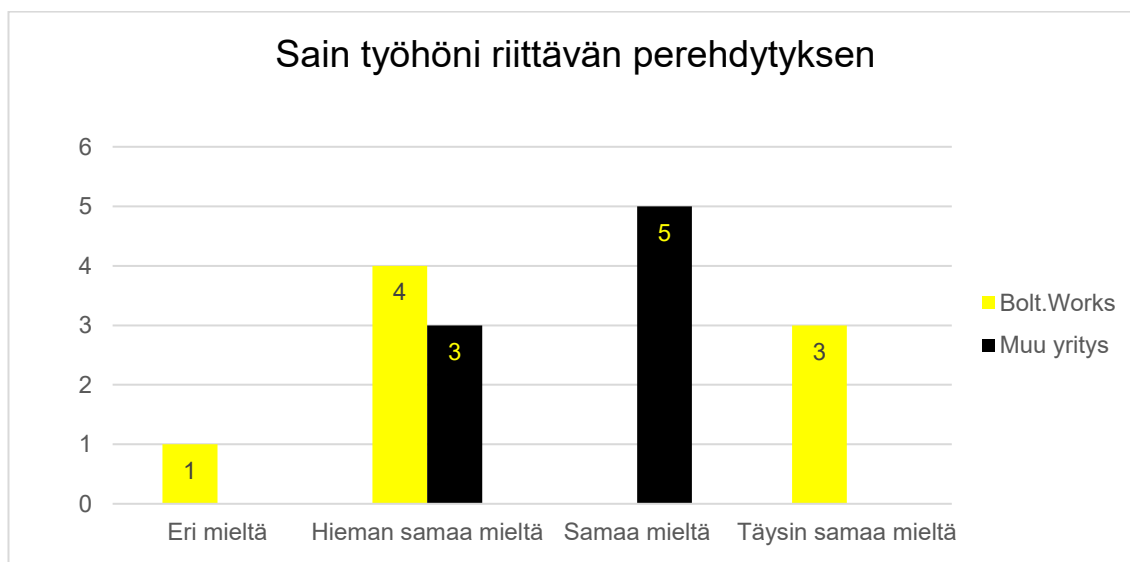


Kaavio 3. Työn hakeminen, väite 3.

Bolt.Worksin työntekijöistä 37,5 % oli väitteen kanssa täysin samaa mieltä, 50 % oli samaa mieltä ja 12,5 % hieman samaa mieltä. Verrokkiyritysten työntekijöistä 12,5 % oli täysin samaa mieltä, 75 % samaa mieltä ja 12,5 % hieman samaa mieltä.

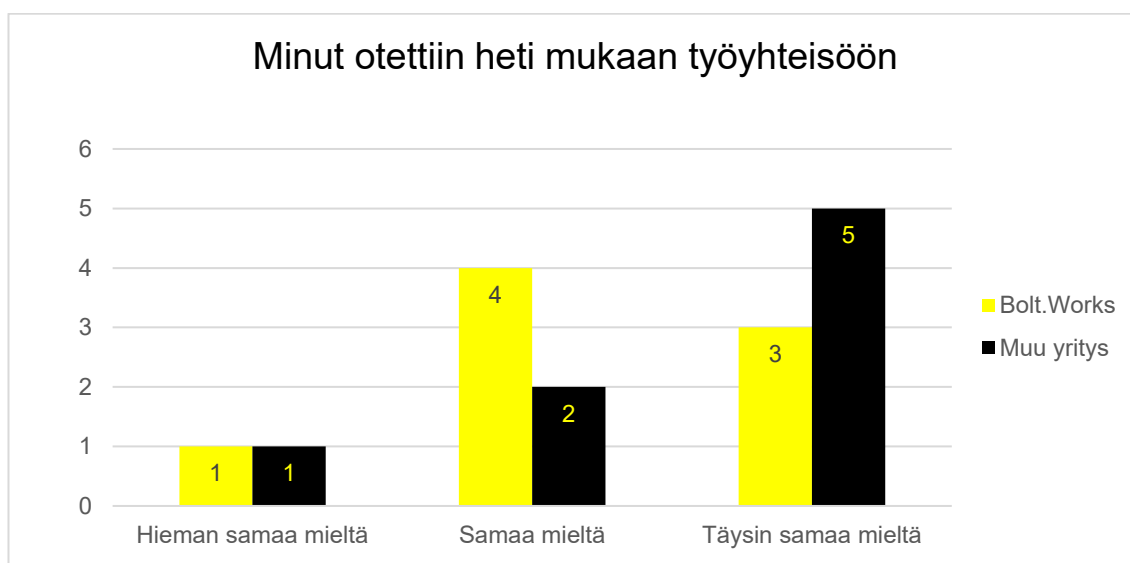
Avoimessa kommenttikentässä osion kysymyksiin liittyen Bolt.Works sai paljon hyvää palautetta liittyen nopeaan työllistymiseen. Eräs työntekijä mm: kehui nopeaa toimintaa, jossa oli hakemisensa jälkeen päässyt jo 2 päivän päästä aloittamaan uudessa työssä. Lisäksi positiivista kommenttia tuli rekrytoijien ammattimaisuudesta, sekä siitä, että Bolt.Worksin kautta oli mahdollista saada tietoa ja mahdollisuuksia useista asiakasyrityksistä. Verrokkiyritysten kommentit kehuiivat myös rekrytoinnin sujuvuutta.

4.2 Työn aloitus



Kaavio 4. Työn aloitus, väite 4.

Bolt.Worksin työntekijöistä 37,5 % oli väitteen kanssa täysin samaa mieltä, hieman samaa mieltä, 50 % hieman samaa mieltä ja 12,5 % eri mieltä. Verrokkiyritysten työntekijöistä 62,5 % oli kysymyksen kanssa samaa mieltä ja 37,5 % hieman samaa mieltä.

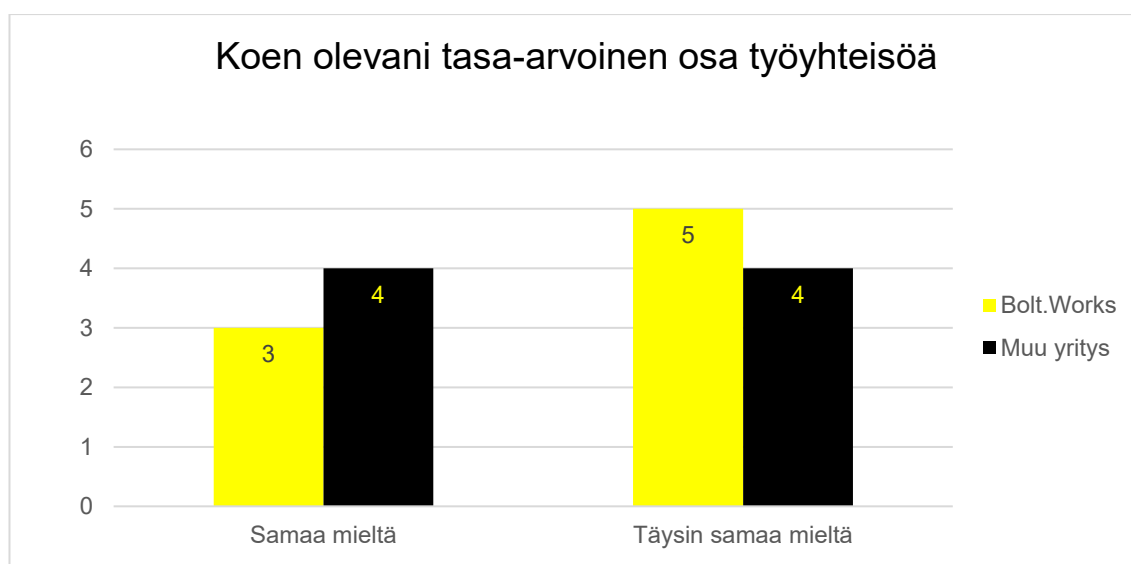


Kaavio 5. Työn aloitus, väite 5.

Bolt.Worksin työntekijöistä 37,5 % oli väitteen kanssa täysin samaa mieltä, 50 % samaa mieltä ja 12,5 % hieman samaa mieltä. Verrokkiyritysten työntekijöistä 62,5 % oli täysin samaa mieltä kysymyksen kanssa, 25 % samaa mieltä ja 12,5 % hieman samaa mieltä.

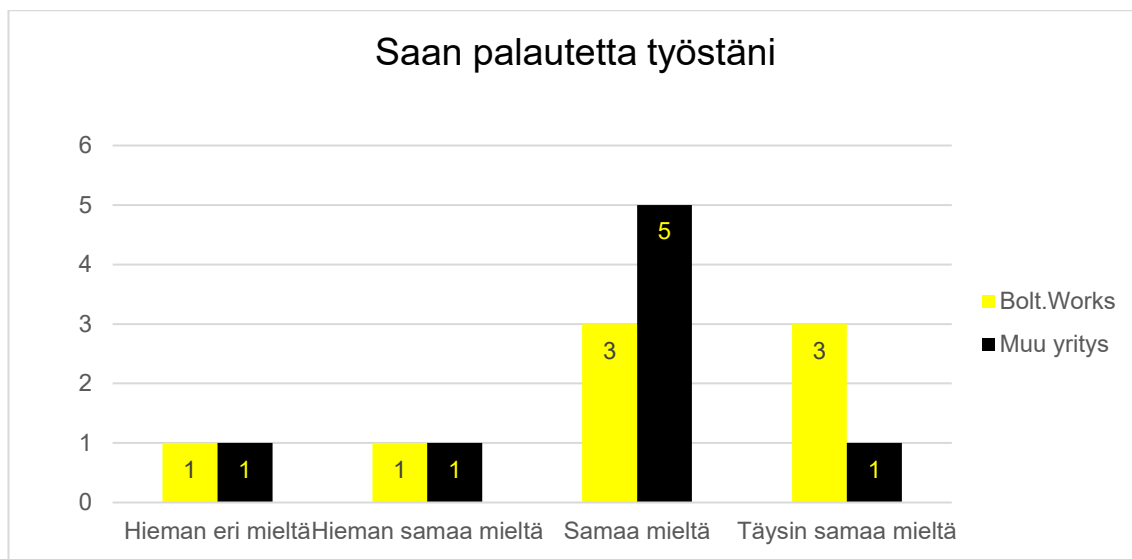
Avoimessa kommenttikentässä osion kysymyksiin liittyen Bolt.Worksin työntekijät kertoivat sekä hyvistä, että huonoista perehdytyksistä. Bolt.Worksin sekä verrokkiyritysten työntekijät kertoivat molemmat päässeensä nopeasti mukaan työyhteisöön.

4.3 Työolosuhteet ja työyhteisö



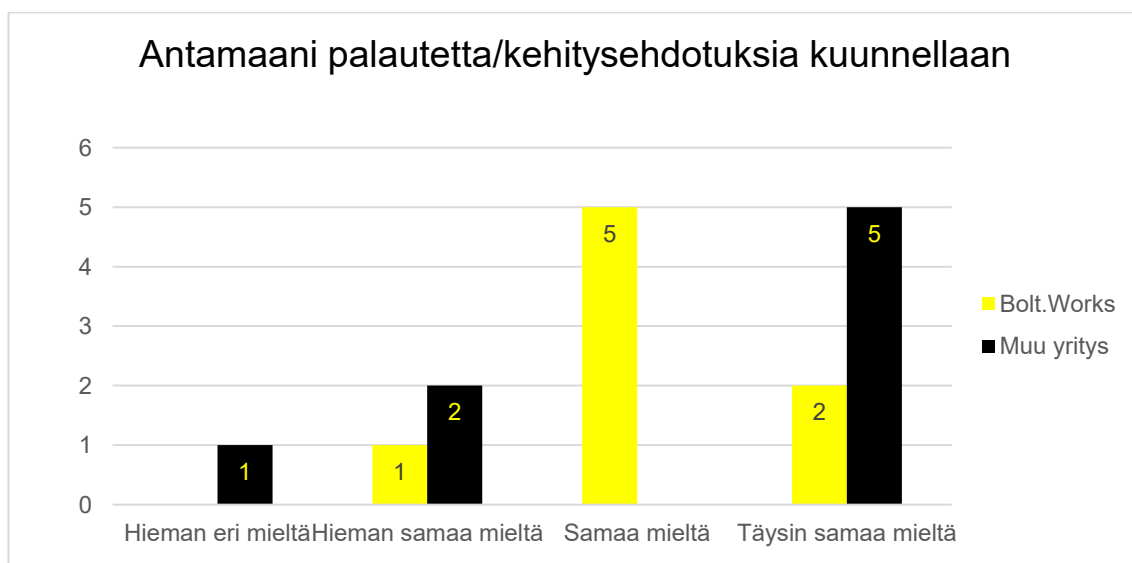
Kaavio 6. Työolosuhteet ja työyhteisö, väite 6.

Bolt.Worksin työntekijöistä 50 % oli väitteen kanssa täysin samaa mieltä ja 50 % samaa mieltä. Verrokkiyritysten työntekijöistä 62,5 % oli kysymyksen kanssa täysin samaa mieltä ja 37,5 % samaa mieltä.



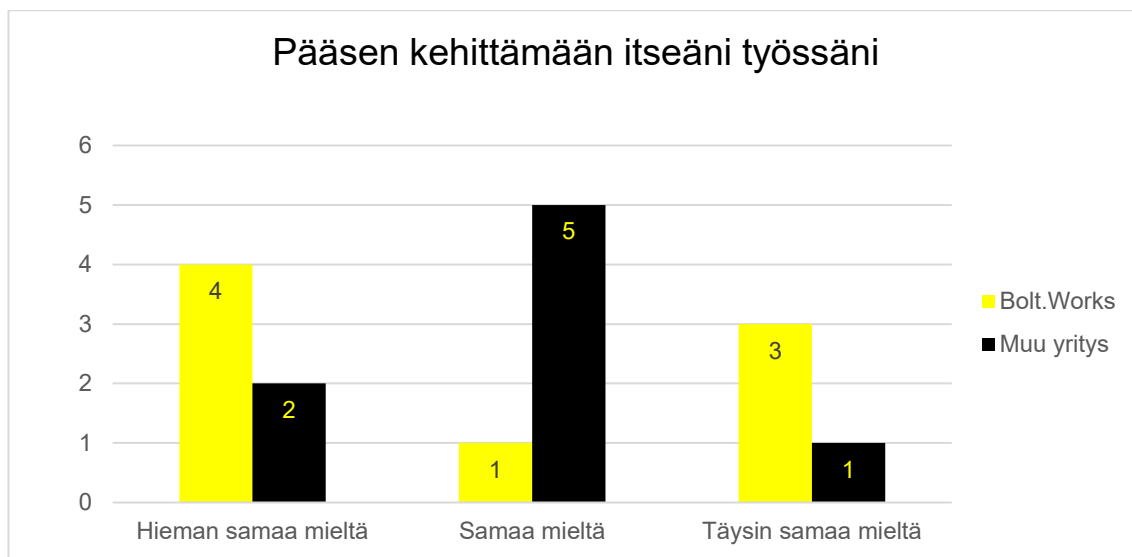
Kaavio 7. Työolosuhteet ja työyhteisö, väite 7.

Bolt.Worksin työntekijöistä 37,5 % oli väitteen kanssa täysin samaa mieltä, 37,5 % samaa mieltä, 12,5 % hieman samaa mieltä ja 12,5 % hieman eri mieltä. Verrokkiyritysten työntekijöistä 12,5 % oli täysin samaa mieltä, 62,5 % samaa mieltä, 12,5 hieman samaa mieltä ja 12,5 % hieman eri mieltä.



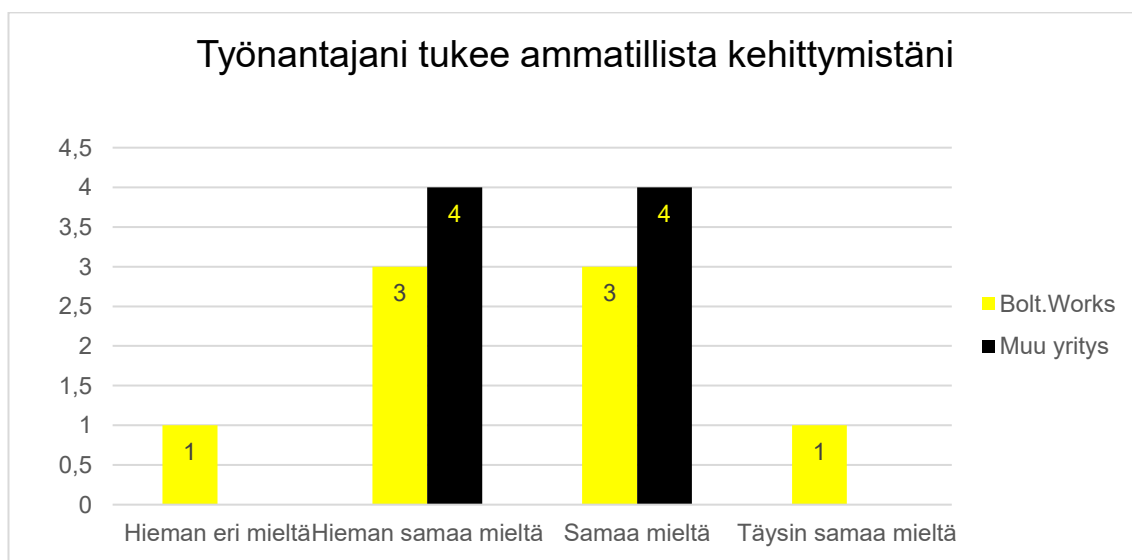
Kaavio 8. Työolosuhteet ja työyhteisö, väite 8.

Bolt.Worksin työntekijöistä 25 % oli väitteen kanssa täysin samaa mieltä, 62,5 % samaa mieltä ja 12,5 % hieman samaa mieltä. Verrokkiyritysten työntekijöistä 62,5 % oli täysin samaa mieltä, 25 % hieman samaa mieltä ja 12,5 % hieman eri mieltä.



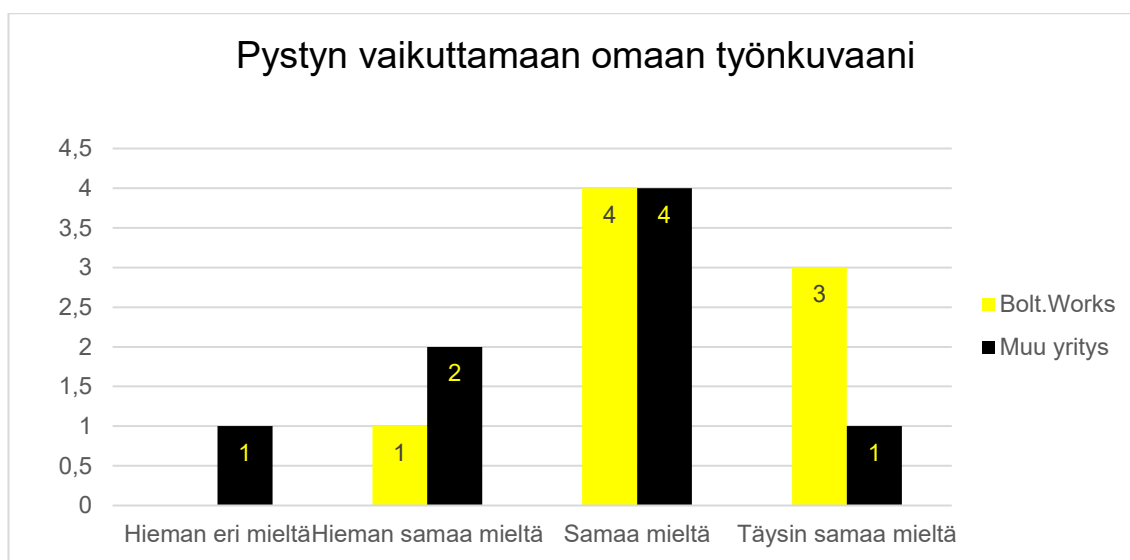
Kaavio 9. Työolosuhteet ja työyhteisö, väite 9.

Bolt.Worksin työntekijöistä 37,5 % oli väitteen kanssa täysin samaa mieltä, 12,5 % samaa mieltä ja 50 % hieman samaa mieltä. Verrokkiyritysten työntekijöistä 12,5 % oli täysin samaa mieltä, 62,5 % samaa mieltä ja 25 % hieman samaa mieltä.



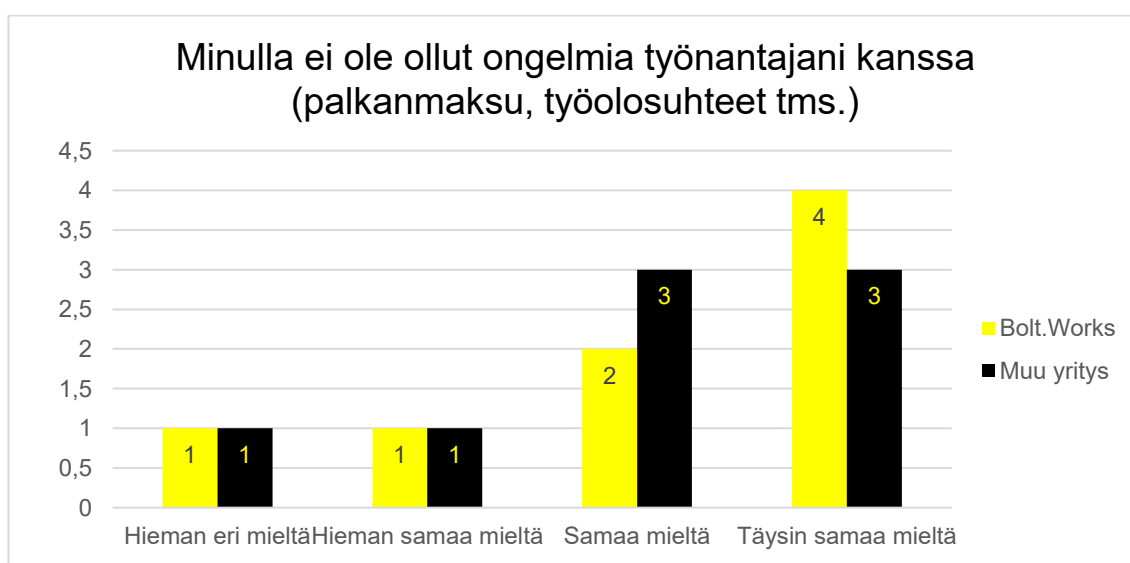
Kaavio 10. Työolosuhteet ja työyhteisö, väite 10.

Bolt.Worksin työntekijöistä 12,5 % oli väitteen kanssa täysin samaa mieltä, 37,5 % samaa mieltä, 37,5 % hieman samaa mieltä ja 12,5 % hieman eri mieltä. Verrokkiyritysten työntekijöistä 50 % oli samaa mieltä ja 50 % hieman samaa mieltä.



Kaavio 11. Työolosuhteet ja työyhteisö, väite 11.

Bolt.Worksin työntekijöistä 37,5 % oli väitteen kanssa täysin samaa mieltä, 50 % samaa mieltä ja 12,5 % hieman samaa mieltä. Verrokkiyritysten työntekijöistä 12,5 % oli täysin samaa mieltä, 50 % samaa mieltä, 25 % hieman samaa mieltä ja 12,5 % hieman eri mieltä.

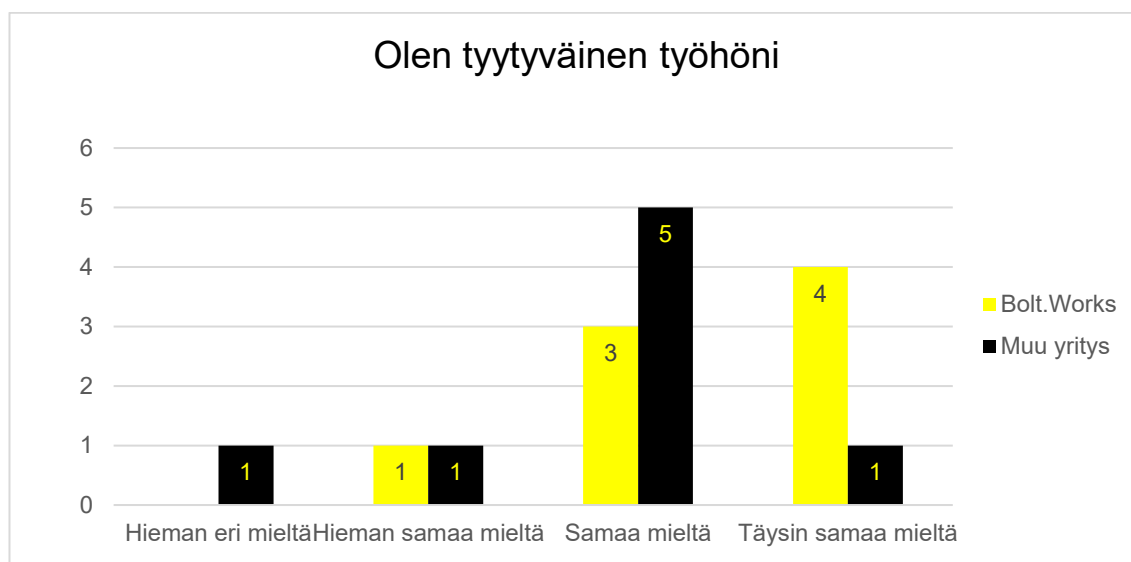


Kaavio 12. Työolosuhteet ja työyhteisö, väite 12.

Bolt.Worksin työntekijöistä 50 % oli väitteen kanssa täysin samaa mieltä, 25 % samaa mieltä, 12,5 % hieman samaa mieltä ja 12,5 % hieman eri mieltä. Verrokkiyritysten työntekijöistä 37,5 % oli täysin samaa mieltä, 37,5 % samaa mieltä, 12,5 % hieman samaa mieltä ja 12,5 % hieman eri mieltä.

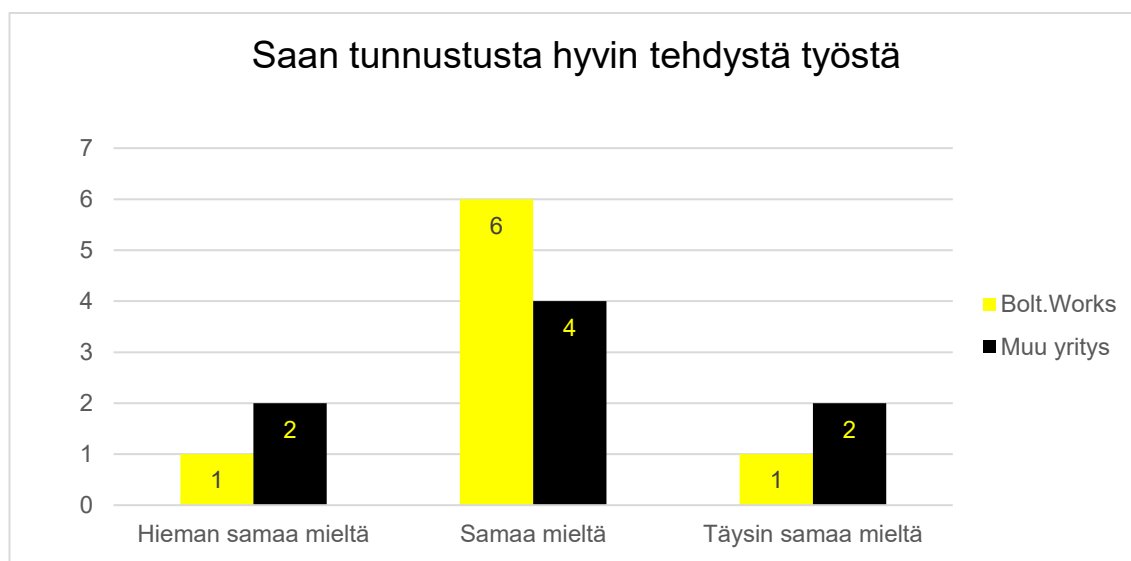
Avoimessa kommenttikentässä Bolt.Worksin työntekijät kertoivat pienistä ongelmista palkkalaskelmien kanssa, joiden uskoivan kyllä korjaantuvan sekä siitä, miten pääsevät työssängä tekemään sitä mistä itse pitävät. Verrokkiyritysten osalta tähän osioon ei tullut avoimia kommentteja.

4.4 Työtyytyväisyys nyt ja tulevaisuudessa



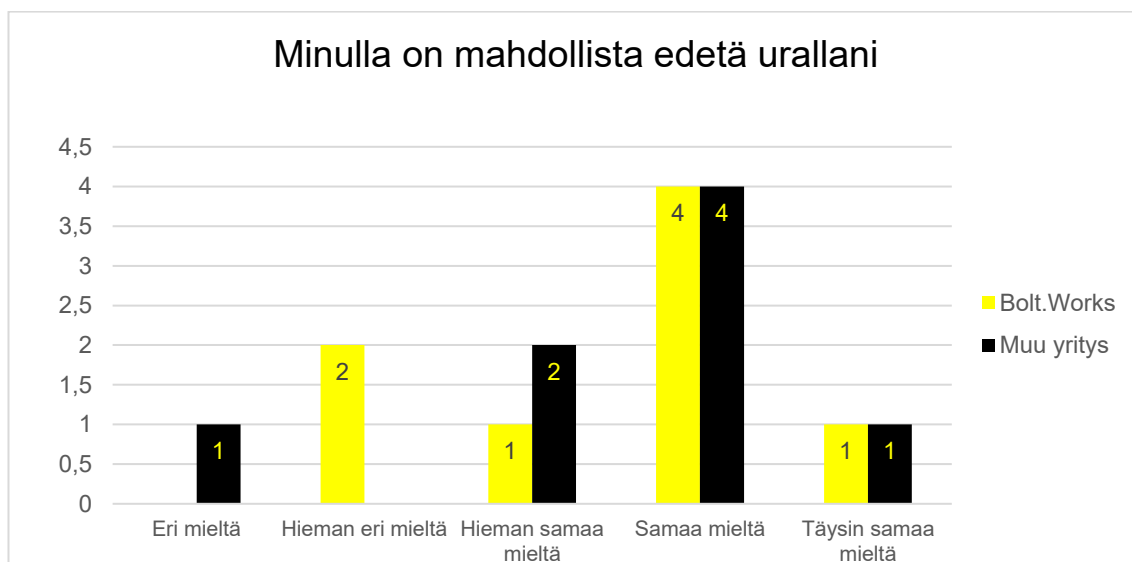
Kaavio 13. Työtyytyväisyys nyt ja tulevaisuudessa, väite 13.

Bolt.Worksin työntekijöistä 50 % oli väitteen kanssa täysin samaa mieltä, 37,5 % samaa mieltä ja 12,5 % hieman samaa mieltä. Verrokkiyritysten työntekijöistä 12,5 % oli täysin samaa mieltä, 62,5 % samaa mieltä, 12,5 % hieman samaa mieltä ja 12,5 % hieman eri mieltä.



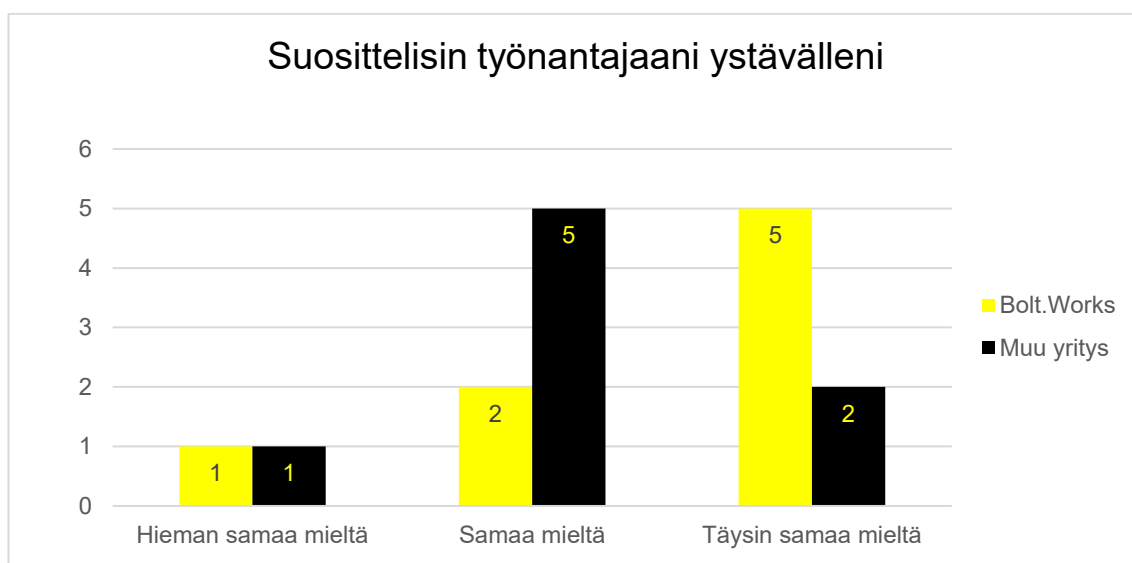
Kaavio 14. Työtyytyväisyys nyt ja tulevaisuudessa, väite 14.

Bolt.Worksin työntekijöistä 12,5 % oli väitteen kanssa täysin samaa mieltä, 62,5 % samaa mieltä ja 25 % hieman samaa mieltä. Verrokkirytytysten työntekijöistä 25 % oli täysin samaa mieltä, 50 % samaa mieltä ja 25 % hieman samaa mieltä.



Kaavio 15. Työtyytyväisyys nyt ja tulevaisuudessa, väite 15.

Bolt.Worksin työntekijöistä 12,5 % oli väitteen kanssa täysin samaa mieltä, 50 % samaa mieltä, 12,5 % hieman samaa mieltä ja 25 % hieman eri mieltä. Verrokkirytytysten työntekijöistä 12,5 % oli täysin samaa mieltä, 50 % samaa mieltä, 25 % hieman samaa mieltä ja 12,5 % eri mieltä.



Kaavio 16. Työtyytyväisyys nyt ja tulevaisuudessa, väite 16.

Bolt.Worksin työntekijöistä 62,5 % oli väitteen kanssa täysin samaa mieltä, 25 % samaa mieltä ja 12,5 % hieman samaa mieltä. Verrokkirytysten työntekijöistä 25 % oli täysin samaa mieltä, 62,5 % samaa mieltä ja 12,5 % hieman samaa mieltä.

Avoimeen kommenttikenttään osion kysymyksistä Bolt.Worksin rakennusalan työntekijä kertoi hyvästä kokemuksestaan ja siitä, miten itse hyvin asiat hoitamalla pääsee pitkille keikoille ja samoihin yrityksiin uudestaan töihin. Lisäksi Bolt.Worksin työntekijät kertoivat kavereidensa hakeneen yritykselle töihin ja myös työllistyneen. Verrokkirytysten osalta tähän osioon ei tullut avoimia kommentteja.

5 JOHTOPÄÄTÖKSET

5.1 Työn hakeminen

Työn hakemisen osalta on tärkeää, miten yritys on aikaisemmin tuonut esiin työnantajakuvaansa ja kuinka hyvin sen viestintä sidosryhmille on onnistunut. Onnistuessaan siinä yrityksen on mahdollista saada hyviä kandidaatteja ja työllistää heidät. (Aula, P. & Heinonen, J. 2002, 263). Bolt.Works suoriutui verrokkiyritystä paremmin työnhakuprosessin helppoudessa, työntekijöiden ollessa väitteen kanssa vain täysin samaa mieltä sekä samaa mieltä. Tämä tulos tukee Bolt.Worksin ideologiaa siitä, että toiminnan digitalisoiminen helpottaa sekä nopeuttaa työnhakuprosessia. Osion avoimet kommentit myös tukivat kysymyksen lopputulemaa ja työntekijöiden hyvää kokemusta työnhakuprosessiin liittyen.

Tiedon löytymisen helppous tiivistyy loppujen lopuksi yrityksen aktiivisiin ja passiivisiin toimiin ulkoisen viestinnän osalta, eli siihen miten yritys tuo tietoa itsestään saataville sidosryhmillensä. (Ratilainen, 2016). Yrityksestä löydettävien tietojen osalta Bolt.Works suoriutui myös verrokkiyritystä paremmin, vastausten painottuessa asteikon parempaan päähän ja pysyessä täysin pois negatiiviselta puolelta. Verrokkiyrityksen osalta osa työntekijöistä oli kokenut tiedon löytämisen hankalaksi. Bolt.Worksin hyvää suoriutumista tukee vahva panostus markkinointiin ja sitä kautta tiedon löytymisen helpottaminen työntekijän näkökulmasta.

Rekrytointiprosessi on usein potentiaalisille työntekijöille ensimmäinen kohtaaminen yrityksen edustajien ja mahdollisten esimiesten kanssa, ja se on täten tärkeä osa sille, miten työntekijän mielikuva yrityksestä muodostuu. Yrityksen henkilöstö on tässä kohtaa suuressa roolissa siinä, miten yrityksen työnantajakuvaan liittyvät asiat jalkautuvat käytännössä. (Bellou, 2015). Rekrytointiprosessin osalta Bolt.Works suoriutui hieman verrokkiyrityksiä paremmin, vastausten painottuen hieman enemmän asteikon positiiviseen päähän. Lisäksi Bolt.Worksin sekä verrokkiyritysten rekrytointiprosessi sai kehuja avoimessa kommenttikentässä. Tämä on erittäin positiivinen tulos, sillä yleisesti ottaen henkilöstövuokrausyritysten rekrytointiprosessia on voitu pitää monimutkaisena verrattuna

ns. perinteisten yritysten rekrytointiprosesseihin. Bolt.Works onkin pyrkinyt helpottamaan rekrytointiprosessia vahvalla digitalisaatiolla, jolla esimerkiksi hakemuksen jättäminen on tehty helpoksi ja vie aikaa alle minuutin. Yrityksen sisäiset järjestelmät myös helpottavat rekrytointikonsulttien työtä ja täten tuovat lisää riipeyttä rekrytointiprosessiin, mikä selvästi heijastuu myös työnhakijoiden kokemukseen.

5.2 Työn aloitus

Perehdytys on tärkeä osa työnantajakuvan muodostumisessa, sen ollessa ensimmäinen kosketus työelämään ja tarkempi tutustuminen lähiesimieheen sekä työyhteisöön (Aula, P. & Heinonen, J. 2002, 32). Henkilöstövuokrauksessa tilanne oli kuitenkin hieman monimutkaisempi, sillä työntekijällä on lähiesimies asiakasyrityksessä, sekä henkilöstövuokrausyrityksessä. Perehdyttäminen tulee myös molempien osalta, mutta työntekijälle jää yleensä enemmän mieleen asiakasyrityksessä saatu perehdytys, sen ollessa käytännönläheisempi ja itse työhön liittyvä. Työn perehdyttämisen osalta Bolt.Worksin työntekijöiden vastaukset jakautuivat paljon, työntekijöiden ollen joko täysin samaa mieltä, hieman samaa mieltä ja eri mieltä. Verrokkiyritysten työntekijöiden osalta vastaukset jakautuivat tasaisemmin, työntekijöiden ollen joko samaa mieltä tai hieman samaa mieltä. Huomattavaa on myös se, että erityisesti rakentamisen osalta vastaukset jäivät suurimmaksi osaksi perehdytyksen osalta heikommalle tasolle. Siihen voi vaikuttaa myös rakennusalan luonne, jossa työmaalle palkataan ”osaamista”, jolloin perehdytys voi jäädä heikommaksi esimiesten odottaessa työntekijöiden olevan työnsä ammattilaisia työmaalle saapuessaan. Huomattavaa on myös se, että eroja oli Bolt.Worksin työntekijöiden välillä myös samassa yrityksessä. Työntekijöiden tasa-arvoisuus asiakasyrityksen työntekijöiden kanssa on Bolt.Worksille tärkeä asia ja täten hyvän perehdytyksen varmistaminen on ehdottomasti kehityskohta tulevaisuutta ajatellen.

Työyhteisöön mukaan pääseminen on tärkeä osa työhyvinvointia ja Bolt.Works suoriutui siinä lähes yhtä hyvin, kuin verrokkiyritykset. Molempien tulokset olivat erittäin positiivisia, vastausten painottuessa samaa mieltä ja täysin samaa mieltä väitteen kanssa. Lisäksi työntekijöiden antama avoin palaute tuki myös tätä tulosta, heidän kertoessa hyvistä kokemuksista työn aloittamisen yhteydessä.

Tämä on erittäin positiivinen tulos, sillä pitkään vuokratyöntekijät ovat kärsineet siitä, että heitä ei oteta työyhteisöön mukaan ja pahimmassa tapauksessa jopa syrjitään ja pidetään eriarvoisina. Bolt.Works on tehnyt paljon töitä sen eteen, jotta heidän työntekijänsä otettaisiin työyhteisöön tasa-arvoisina henkilöinä ja tämän asian eteen tehty työ selvästi kantaa hedelmää.

5.3 Työolosuhteet ja työyhteisö

Hyvän työnantajakuvan omaava yritys saa vastuullisia tekijöitä ja sitä kautta sitoutuneita työntekijöitä (Aula, P. & Heinonen, J. 2002, 112). Kuten aikaisemmin mainittiin, on työyhteisöön kuuluminen ja tasa-arvoiseksi itsensä tunteminen tärkeä osa työssä viihtymistä. Bolt.Worksin työntekijät kokivat olevansa tasa-arvoisen osa työyhteisöä, jopa enemmän kuin mitä verrokkiyrityksen työntekijät kokivat. Tätä voidaan pitää erinomaisena tuloksena, sillä ulkopuoliseksi itsensä tunteminen on ollut pitkään ongelma vuokratyöntekijöillä. Kuten aikaisemmin mainittiin, Bolt.Works on tehnyt hyvää työtä tämän asian korjaamiseksi.

Palautteen saaminen on suuri vaikuttava tekijä työhyvinvoinnille ja vaikuttaa siten myös työnantajakuvaan. Nykyaikaisena ja trendikkäänä, matala hierarkkisena yrityksenä palautteen antamisesta voidaan myös saada helpompaa (Palokangas, 2020). Bolt.Works onkin tehnyt palautteen antamisesta ja saamisesta helppoa molemmille, työnantajalle sekä työntekijälle. Työntekijä voi antaa palautetta työnantajastaan tuntikorttien täyttönsä yhteydessä ja työnantaja voi antaa avointa palautetta sekä 1–5 tähden arvostelun työntekijälle. Tämän lisäksi Bolt.Works maksaa 5 tähden arvostelusta työntekijälle bonusta. Nämä keinot ovat selvästi auttaneet, sillä Bolt.Works suoriutui hieman verrokkiyrityksiä paremmin palautteen saamisessa, vaikka myös verrokkiyritykset saivat hyvän tuloksen.

Palautteen saamisen lisäksi on myös tärkeää, että annettua palautetta ja kehitysehdotuksia kuunnellaan. Tässä Bolt.Works suoriutui marginaalisesti verrokkiyrityksiä paremmin. Hyvän tuloksen taustana on todennäköisesti se, että Bolt.Worksin työntekijät voivat saada palautteensa ja kehitysehdotuksen vietyä eteenpäin myös Bolt.Worksin toimihenkilöiden kautta. Tästä on varmasti hyötyä etenkin, jos työntekijä ei ole ollut yrityksen palveluksessa pitkään töissä, mutta haluaa tuoda ideansa esille kuitenkin ns. astumatta kenenkään varpaille.

Ammatillinen kasvu on trendikäs aihe, joka takaa yrityksille mahdollisuuden si-
touttaa hyviä työntekijöitä, antamalla heille mahdollisuuksia kehittää itseään
(Aula, P. & Heinonen, J. 2002, 65). Tähän aiheeseen paneuduttiin kyselyn väit-
teissä 9 ja 10. Bolt.Works suoriutui tällä osa-alueella marginaalisesti huonommin
kuin verrokkiyritykset. Tulosta voidaan kuitenkin pitää hyvänä, sillä se kertoo
omalla tavallaan myös alan muutoksesta, jossa henkilöstövuokrausyritykset näh-
dään pitkäaikaisena työnantajana sen sijaan, että niitä pidettäisiin vain tilapäisen
työn tarjoajana. Henkilöstövuokrausyrityksen kautta työskennellessä pääsee
myös käsiksi ns. piilotyöpaikkoihin sekä mahdollisesti työskentelemään useissa
eri yrityksissä. Tämä antaa mahdollisuuden nähdä erilaisia työtehtäviä ja löytä-
mään sitä kautta itselleen sopivin työ.

Omaan työkuvaan vaikuttaminen on asia, mitä monet työltänsä toivovat ja se vai-
kuttaa myös osaltaan työssä viihtymiseen. Tässä asiassa Bolt.Works on onnistu-
nut marginaalisesti verrokkiyrityksiä paremmin. Tähän vaikuttava tekijänä on to-
dennäköisesti aikaisemmin mainittu mahdollisuus vaikuttaa siihen, mihin työteh-
tävään ja yritykseen työllistyy. Henkilöstövuokrausyritys tarjoaa tietyllä tavalla
myös eräänlaisen turvaverkon, jonka avulla voi jonkin työn päättyessä päästä
nopeallakin aikataululla.

Turvallisuus on osa Maslowin tarvehierarkia ja siihen kuuluu mm: toimeentulo ja
sitä kautta esimerkiksi palkan maksun luotettavuus ja pitkäaikainen työ on asia
mitä ihmiset arvostavat ja pitävät tärkeänä (Koltko-Rivera, M. 2006). Pienetkin
ongelmat tai epävarmuudet niiden suhteen voivat tuottaa ihmisille epämukavuu-
den tunnetta, joka vaikuttaa ratkaisevasti esimerkiksi työnantajakuvan muodos-
tumiseen ja ylläpitämiseen. Bolt.Works suoriutui tässä yhtä hyvin verrokkiyritys-
ten kanssa, ja se on tärkeää myös alan maineen nostamisessa. Henkilöstö-
vuokrausyrityksiä on pidetty usein epäluotettavina ja niiden on ajateltu jollain ta-
valla huijaavan työntekijöitä. Nämä ennakkoluulot ovat valitettavia ja ovat toden-
näköisesti lähtöisiä yksittäistapauksista mitä alalla on tapahtunut. Sekin kertoo
osaltaan siitä, miten tärkeä osa-alue esimerkiksi ajallaan ja oikein maksettu
palkka on. Avoimessa palautteessa Bolt.Worksin työntekijä kertoi palkanmak-
sun kanssa olleen pientä ongelmaa, joka oli kuitenkin korjattu. Tämän vuoksi se
on asia, johon ei voi panostaa liikaa, sillä epämiellyttävät kokemukset jäävät

helpommin mieleen, kuin miellyttävät. Ihmiset myös kertovat eteenpäin asioita, jotka he kokevat auttavan yritystä onnistumisessa tai epäonnistumisessa (Aula, P. & Heinonen, J. 2002, 32).

5.4 Työtyytyväisyys nyt ja tulevaisuudessa

Kuten aikaisemmin on mainittu, on työtyytyväisyys elintärkeäosa työntekijän ja työnantajan välistä suhdetta. Bolt.Worksin työntekijät olivat kyselyn perusteella tyytyväisempiä työhönsä, kuin verrokkiyritysten työntekijät. Tätä voidaan pitää merkittävänä asiana, joka kertoo onnistuneesta työstä asian parantamisen ja kehittämisen kanssa.

Työstä saatava tunnustus lisää työntekijöiden kuuluvuuden tunnetta työhönsä ja työnantajaansa ja on myös omalla tavallaan osa Maslowin tarvehierarkiaa (Koltko-Rivera, M. 2006). Se on palautetta miellyttävämpää, mutta asia, joka harmittavan usein saatua. Bolt.Worksin työntekijät kokivat saaneensa marginaalisesti enemmän tunnustusta hyvin tehdystä työstä, kuin verrokkiyritysten työntekijät. Tähänkin asiaan vaikuttaa varmasti vuokratyöntekijöiden tilanne, jossa heillä on käytännössä 2 esimiestä, yksi henkilöstövuokrausyrityksessä, sekä yksi asiakasyrityksessä. Sama asia voi tulla työntekijälle myös kaksi kertaa, mutta välillä asiakasyrityksen palaute voi tulla myös vain henkilöstövuokrausyrityksen esimieheltä, joka on keskustellut työntekijän suoriutumisesta asiakasyrityksen esimiehen kanssa. Tällöin on mahdollista myös saada palautetta/tunnustusta, jotka olisivat voineet muuten jäädä saamatta.

Aikaisemmin käydyn ammatillisen kehityksen lisäksi ihmiset haluavat myös edetä elämässään ja urallaan. Ihmisten etenemisen mahdollistaminen on osa sitouttamista ja omalla tavallaan tukee myös yrityksen liiketoiminnan kasvattamista (Bellou, 2015). Bolt.Worksin työntekijät kokivat etenemisen mahdollisuutensa hieman heikommaksi, kuin verrokkiyritysten työntekijät. Tämä kertoo mahdollisesti siitä, että vuokratyöntekijät kuitenkin itse kokevat olevansa eriarvoisessa asiassa asiakasyrityksen työntekijöihin verrattuna. Bolt.Worksilla on kuitenkin kokemuksia, joissa vuokratyösuhteen kautta työnsä aloittaneet ovat edenneet yrityksissä korkeisiinkin asemiin. Tämä on asia, jota parantaakseen

henkilöstövuokrausyritykset joutuvat kehittämään itseään ja toimintaansa entistä enemmän nykyaikana yritysten toimiessa rekrytointikanavana.

Yrityksen suosittelu on lähipiirille on asia, joka kertoo yrityksen positiivisesta työnantajakuvasta. Suosittelut työnhakijat ovat myös yleisesti todettu olevan hyvälaatuisia, suosittelijan tuntiessa olevan jollain tavalla vastuussa suositellusta henkilöstä (ReachMee, 2019). Bolt.Worksin työntekijät olivat kyselyn perusteella herkemmin suosittlemassa yritystä verrokkiyritysten työntekijöihin verrattuna. Myös avoimissa kommentteissa Bolt.Worksin työntekijät kertoivat suositelleensa yritystä ystävillensä ja myös siitä, että heidän ystävänsä ovat työllistyneet Bolt.Worksille. Lisäksi osa työntekijöistä itse päätyneen Bolt.Worksille suosituksen kautta. Bolt.Works onkin huomannut suositeltavien työntekijöiden hyvän tason ja tarjoaakin suosittelubonusta suosittelijalle ja suositellulle, kun suositellut työntekijä on työskennellyt tietyn aikamäärään verran.

6 POHDINTA

Henkilöstövuokrausyritykset ovat uuden haasteen edessä alan muutoksen myötä. Henkilöstövuokrausta ei nähdä enää vain tilapäisratkaisuin, vaan yritykset voivat tarjota työntekijälle pitkäaikaista, jopa vakituista työsuhdetta keikkojen sijaan ja toimia eräänlaisena rekrytointikanavana. Lisäksi henkilöstön ulkoistaminen on yleistynyt viime aikoina ja tällöin työntekijät voivat työskennellä koko uransa yrityksessä henkilöstövuokrausyrityksen kautta. Tämä tuo alan yrityksille uuden kilpailutilanteen, jossa he kilpailevat työntekijöistä ns. perinteisten yritysten kanssa entistä enemmän. Tällöin yrityksen työnantajakuvasta tulee entistä tärkeämpi osa, kun halutaan olla ensimmäinen valinta työntekijöiden silmissä, niin henkilöstövuokrausyritysten kuin työntekijän hakeman alan osalta.

Henkilöstövuokrauksen käyttö on Suomessa edelleen matalalla suhteessa muihin Euroopan maihin, mutta sen määrä on kasvanut vuosittain, koronavuoden ollessa poikkeuksena. Koronan jälkeisenä aikana odotetaan kuitenkin alan kuitenkin kasvavan uudestaan. Yritykset haluavat pienentää rekrytointin riskejä ja henkilöstövuokrausyritykset pystyvät tarjoamaan sitä.

Bolt.Works on yrityksenä varautunut alan kasvuun, ja lisäksi kasvanut sen mukana paljon viimeisten vuosien aikana. Yhtiö palvelee koko Suomen alueella ja on rakentanut työnantajakuvaansa ahkerasti viime vuosien aikana, vahvaa markkinointia ja sosiaalista mediaa hyödyntäen, tuoden esille asioita, joita yrityksessä tehdään oikein. Yhtiö esimerkiksi palkitsee kuukausittain kuukauden työntekijän, jonka tarina jaetaan yhtiön sosiaalisessa mediassa sekä nettisivuilla. Yhtiö toimii matalalla hierarkialla ja onkin saanut toimintamalleistaan kehuja niin vuokratyöntekijöiltä, kuin toimihenkilöiltään. Sen työnantajakuva on aikaisempien tutkimusten mukaan pidetty luotettavana, trendikkäänä sekä edelläkävijänä alalla. Silti yritys on samojen haasteiden kanssa muiden alan yritysten kanssa, kilpailu parhaista työntekijöistä on kovaa ja sen vuoksi yrityksen täytyy pärjätä vertailussa myös ns. perinteisiin yrityksiin verrattaessa.

Kyselyn mukaan Bolt.Works selviytyy tästä vertailusta erinomaisesti, saaden usealta osa-alueelta paremman tuloksen kuin verrokkiyritykset. Se takaa mielestäni yritykselle erinomaiset lähtökohdat yrityksen tavoittelemaa kasvua ajatellen ja todistaa yrityksen tekemän työn onnistuneen. Työnantajakuva on kuitenkin asia, jonka ylläpitämiseen vaaditaan jatkuvaa ja yhtenäistä työtä. Sen vuoksi kyselyssä nousseet kehityskohdat, palkanmaksun varmuuden kehittämisen ja hyvän perehdytyksen saaminen on asia, johon yrityksen tulee panostaa entistä enemmän tulevaisuudessa, onnistumisensa takaamiseksi.

Riittävän perehdyttämisen osalta Bolt.Worksin tulisi mielestäni hyödyntää vahvaa digitalisaatiotaan entistä enemmän ja suunnitella yhdessä asiakasyritysten kanssa esimerkiksi E-perehdytyksiä, jolla voitaisiin saada osa perehdytyksestä hoidettua työntekijän kanssa jo ennen varsinaista työpäivää. E-perehdytykset ovat yleisiä jo rakennusosalalla, jossa työntekijöiden täytyy suorittaa tietty osa perehdytystä, ennen kuin pääsevät työmaalle. E-perehdytyksissä käydään tietyt yleiset työmaalla työskentelemiseen liittyvät asiat ja siihen on mahdollista lisätä myös työmaakohtaisia osioita. En näe mitään syytä, miksei tämän kaltainen malli voisi toimia muillakin toimialoilla, vähintään yleisen turvallisuuden ja työskentelyohjeiden osalta. Tällä tapaa Bolt.Works voisi varmistaa itse, että ainakin tietty osa perehdytyksestä on hoidettu asianmukaisesti ja samalla vähentää asiakasyrityksen taakkaa perehdytyksen osalta. Bolt.Worksin työntekijät käyttävät yrityksen sovellusta, joten E-perehdytyksen integrointi sovellukseen olisi mielestäni luonteva vaihtoehto. Tällä tavalla yrityksen olisi helpompi varmistaa, että vuokratyöntekijät saavat riittävän perehdytyksen keikan kestosta riippumatta.

Henkilöstövuokrausalan palkkahallinto on haasteellisessa tilanteessa, yrityksen usein toimiessa kymmenien, ellei satojen työehtosopimuksien ja paikallisten sopimusten parissa. Digitalisaatiolla ja osaavalla henkilöstöllä voidaan pienentää virheiden määrää palkkojen suhteen, mutta mielestäni asiassa ei ole kuitenkaan kyse vain siitä. Inhimillisiä virheitä voi tapahtua niin kauan, kuin ihminen on prosessissa mukana ja siten en usko, että ikinä on mahdollista olla tässä asiassa täysin virheetön. Tärkeää on kuitenkin riittävien toimien tekeminen ja hyvä viestintä työntekijän kanssa, jotta tapahtunut virhe korjataan mahdollisimman pian ja saadaan tilanne siten selvitettyä. Uskon että hyvällä viestinnällä yrityksen ja työntekijän välillä saadaan mahdollisen virheen negatiivinen vaikutus korjattua.

Kyselyn otanta oli kohtuullisen pieni (8 Bolt.Worksin työntekijää + 8 verrokkiyrityksen työntekijää) ja se toteutettiin vain yhdellä yrityksen toimialueella. Kyselyn laajuus ei ole riittävä ulkoiseen tarkasteluun, mutta se on muuten toteutettu tutkimuseettisten ohjeiden mukaisesti. Kyselyn tulokset kertovat yhden toimialueen tuloksen olevan erittäin positiivinen, mutta mikäli halutaan saada koko yrityksen kattava lopputulos, tulisi tutkimusta jatkaa ja syventää.

Tutkimusta olisi mahdollista syventää suuremmalla otannalla yrityksen koko toimialueelta. Tämä vaatisi vahvaa koordinointia ja suunnittelua yrityksen ja asiakasyritysten välillä. Mikäli tähän päädytään, koen tämän opinnäytetyön toimivan hyvänä pohjana laajemman kyselyn toteuttamiselle ja siten olemaan entistä enemmän hyödyksi toimeksiantajayritykselle. Opinnäytetyön tekeminen on antanut minulle myös lisää ymmärrystä työnantajakuvaan ja sen merkitykseen. Se on antanut minulle tietoa, jota voin hyödyntää päivittäisessä työssäni ja ajaa eteenpäin sisäisesti yrityksessä.

LÄHTEET

Kaijala, M. 2017. Rekrytointi: tehtävään vai yhtiöön? Helsinki: Alma Talent.

HPL:n vuokratyöntekijätutkimus 2018, Luettu 9.9.2020. https://hpl.fi/wp-content/uploads/2018/06/HPL_vuokratyontekijatutkimus_2018_FINAL.pdf

Mosley, R. & Barrow, S., 2015. Employer brand management : practical lessons from the world's leading employers . Chichester, Englanti: Wiley.

Kauhanen, J., 2012. Henkilöstövoimavarojen johtaminen. Helsinki: Sanoma Pro.

Rantanen, S. 2019. 6 syytä, miksi työnantajakuva ei riitä kasvuyrityksille, luettu 20.9.2020. <https://emine.fi/miksi-tyonantajakuva-ei-riita-kasvuyrityksille/>

Koskimies J, Hyvä työnantajakuva syntyy sisältäpäin, luettu 9.9.2020, https://www.monster.fi/rekrytointi/hr-parhaat-kaytannot/ohjeita-rekrytoitin/tyonantajamielikuva/hyva_tyonantajakuva_syntyy_sisalta_pain/

Älä unohda näitä kolmea hakijaryhmää, ReacMee rekrytointiblogi, 2019. luettu 20.09.2020. <https://blog.reachmee.com/fi/ala-unohda-naita-kolmea-hakijaryhmaa>

Employer Brand of Choice: an employee perspective. Bellou, V, 2015, luettu 20.10.2020 <https://journals.vgtu.lt/index.php/JBEM/article/view/2588>

Menestyneet brändit rakentuvat matalan hierarkian kulttuurille: ”Moderni johtaminen tarkoittaa vastuuta ja luottamusta”, Piritta Palokangas, 2020, luettu 21.10.2020. <https://www.marmai.fi/uutiset/menestyneet-brandit-rakentuvat-matalan-hierarkian-kulttuurille-moderni-johtaminen-tarkoittaa-vastuuta-ja-luottamusta/a6d17eed-f4cb-4b38-9fe1-dbb20f3c4922>

Työnantajakuva osana sisältömarkkinointia – miksi ja miten onnistua?, Ratilainen Tiina, 2016, luettu 21.10.2020. <https://lmsomeco.fi/blogi/tyonantajakuva-osana-sisaltomarkkinointia/>

Aula, P. & Heinonen, J. 2002. Maine : menestystekijä . Helsinki: WSOY.
<https://www.bolt.works/yritys/yritys/>

Employer branding as a human resources management strategy. Figurska, I & Matuska, E., 2013, luettu 22.4.2021.
https://frcatel.fri.uniza.sk/hrme/files/2013/2013_2_03.pdf

Rediscovering the Later Version of Maslow’s Hierarchy of Needs: Self-Transcendence and Opportunities for Theory, Research, and Unification, Koltko-Rivera, M. 2006, luettu 24.4.2021. <https://academic.udayton.edu/JackBauer/Readings%20595/Koltko-Rivera%2006%20trans%20self-act%20copy.pdf>

LIITTEET

Liite 1. Tutkimuskysymykset/väitteet

Työn hakeminen

Työnhakuprosessi oli helppo

Hakemastani yrityksestäni oli helppo löytää tietoa

Rerkytointiprosessi oli sujuva

Avoin kommenttikenttä osion väitteistä

Työn aloitus

Sain työhöni riittävän perehdytyksen

Minut otettiin heti mukaan työporukkaan

Avoin kommenttikenttä osion väitteistä

Työolosuhteet ja työyhteisö

Koen olevani tasa-arvoinen osa työyhteisöä

Saan palautetta työstäni

Antamaani palautetta/kehitysehdotuksia kuunnellaan

Pääsen kehittämään itseäni työssäni

Työnantajani tukee ammatillista kehittymistäni

Pystyn vaikuttamaan omaan työnkuvaani

Minulla ei ole ollut ongelmia työnantajani kanssa (palkan maksu, työolosuhteet tms).

Avoin kommenttikenttä osion väitteistä

Tulevaisuus

Olen tyytyväinen työhöni

Saan tunnustusta hyvin tehdystä työstä

Minulla on mahdollista edetä urallani

Suosittelisin työnantajaani ystävälleni

Avoin kommenttikenttä osion väitteistä

Vastausvaihtoehdot:

- | | |
|-----------------------|-------------------------|
| 1 – Täysin eri mieltä | 2 – Eri mieltä |
| 3 – Hieman eri mieltä | 4 – Hieman samaa mieltä |
| 5 – Samaa mieltä | 6 – Täysin samaa mieltä |