



PEREHDYTYSOPAS AUTO- MYYJÄLLE

Autokeskus Oy Tampereen toimipiste

Seppo Aarnio

Opinnäytetyö
Toukokuu 2014
Liiketalouden koulutusohjelma
Yritystoiminnan
suuntautumisvaihtoehto

TIIVISTELMÄ

Tampereen ammattikorkeakoulu
Liiketalouden koulutusohjelma
Yritystoiminta

AARNIO, SEPPO:

Perehdytysopas automyyjälle
Autokeskus Oy Tampereen toimipiste

Opinnäytetyö 53 sivua, joista liitteitä 26 sivua
Toukokuu 2014

Tämän toiminnallisen opinnäytetyön tarkoituksena oli luoda automyyjille suunnattu perehdytysopas Autokeskus Oy:lle Tampereen toimipisteeseen. Tarkoituksena oli luoda selkeä ja ytimekäs perehdytysmateriaali yrityksen käyttöön. Perehdytysopas luotiin yhteistyössä autotalonjohtajan, myyntipäällikön sekä työntekijöiden kanssa. Opinnäytetyön tarkoituksena oli kerätä teoretietoa perehdytyksestä ja teoriaa hyväksi käyttäen luoda uutta automyyjää tukeva perehdytysopas. Tavoitteena on kehittää automyyjän perehdyttämistä.

Materiaali työhön kerättiin aiheeseen liittyvien lähteiden pohjalta sekä perehdyttämiseen liittyvällä kyselyllä, joka lähetettiin 24 automyyjälle. Vastauksia kyselystä saatiin 21. Perehdytysoppaan teossa käytettiin hyväksi teoriaosuutta työstä sekä yrityksen olemassa olevaa Tervetuloa taloon –vihkoa ja yrityksen omaa intranetiä.

Perehdytysoppaan tekoprosessin valmistuttua se julkaistiin perehdytyskansiona sekä sähköisenä versiona yrityksen omalla verkkosivustolla. Oppaasta tuli tärkeä perehdytysmateriaali sekä uusille että vanhoille työntekijöille.

Perehdyttämisooppa on luottamuksellinen, joten sitä ei julkaista.

ABSTRACT

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

AARNIO, SEPPO:
Orientation Guidebook for a Car Salesman
Autokeskus Oy Tampere

Bachelor's thesis 53 pages, appendices 26 pages
May 2014

The purpose of this practice-based thesis was to create an orientation guidebook for car salesmen at Autokeskus Oy Tampere. The purpose was to produce clear and concise orientation material for the company. The orientation guidebook was created in cooperation with the manager of Autokeskus Oy Tampere, the sales manager and the employees. The purpose of the thesis was to collect theoretical information on orientation and to utilize the theory when creating an orientation guidebook which supports a new salesman. The aim was to develop the orientation of car salesmen.

The material was collected from literary sources on the topic and through an orientation-related questionnaire which was sent to 24 car salesmen. 21 answers to the questionnaire were received. In making of the orientation guidebook the theoretical part of the thesis was used, as well as the company's existing booklet Welcome to the house, and the company's own intranet.

When the process of making the orientation guidebook was completed, the guide was published as an orientation folder and as an electronic version on the company's own network drive. The guide became an important orientation material for new and existing employees.

The orientation guidebook is confidential, so it will not be published.

Key words: orientation, orientation guidebook

SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	5
2	TOIMIALA	6
2.1	Autokauppa lukuina	6
2.1.1	Henkilöauton romutusikä	6
2.1.2	Ensirekisteröinnit	7
2.1.3	Autoverotuksen muutos	7
2.2	Kilpailu	8
2.3	Autokeskus Oy.....	9
3	PEREHDYTTÄMINEN.....	12
3.1	Perehdyttämisen merkitys.....	12
3.2	Perehdyttämisen vaiheet	13
3.2.1	Valmistautuminen ja suunnittelu	13
3.2.2	Toteutus.....	15
3.2.3	Seuranta.....	15
3.3	Perehdyttämisen materiaalit.....	16
3.4	Perehdyttämiseen liittyvät lait ja asetukset.....	17
4	PEREHDYTYSOPAS.....	19
4.1	Työn tavoitteet ja tarkoitus	19
4.2	Oppaan suunnittelu ja laatiminen	20
4.3	Perehdytyskyselyn tutkimustulokset.....	21
4.4	Oppaan kehittämismahdollisuus	23
4.5	Perehdytysoppaan käyttöönotto	24
5	POHDINTA.....	25
	LÄHTEET.....	26
	LIITTEET	28

1 JOHDANTO

Perehdyttäminen on tärkeä vaihe uudelle työntekijälle oppimisen kannalta sekä yritykselle tuloksen syntymisen kannalta. Perehdyttämisen tarve ei katoa yrityksestä koskaan, sillä työntekijät vaihtuvat luonnollisista syistä. Eläkkeelle siirtymiset, äitiys- isyys- ja muut lomiat sekä uusien työntekijöiden tarve ovat sellaisia syitä, joiden takia perehdytystä tarvitaan jatkuvasti. Perehdytysopas soveltuu niin uusille kuin vanhoille työntekijöille. Siitä saa tietoa helposti ja opasta pystyy käyttämään oman tiedon päivittämisessä.

Tämän toiminnallisen opinnäytetyön tarkoituksena oli kehittää toimeksiantajayritykselle perehdytyskäyttöön tuleva opas. Pyrkimyksenä oli tehdä uutta työntekijää tukeva ohjeistus, jonka avulla uusi työntekijä pääsee mahdollisimman nopeasti uuden työnsä sisään. Perehdyttäminen on kokonaisvaltainen käsite, johon sisältyy opettelua ja sisäistämistä. Perehdyttämisen materiaaleista perehdytysopas on yksi tärkeimmistä, koska opasta pystyy käyttämään helposti ja täten sisäistämään asiat paremmin.

Opinnäytetyön tarkoituksena oli tehdä päivitettävissä oleva perehdytysopas. Oppaan sisältö koskee ensisijaisesti uusia työntekijöitä, mutta myös vanhat työntekijät löytävät sieltä tietoa. Työssä käydään läpi toimeksiantajayrityksen toimintoja ja toimialaa yleisesti sekä käsitteeseen perehdytys syvennyttään monin eri näkökulmin. Oppaan tekoprosessista kerrotaan kuinka opasta suunniteltiin ja laadittiin.

Perehdytysopas laadittiin siten, että se voidaan julkaista toimeksiantajayrityksen yhteisellä verkkoasemalla sekä kansioversiona. Oppaan teossa käytettiin hyväksi jo olemassa olevaa Tervetuloa taloon -vihkosta, sekä yrityksen intranetiä. Tavoitteena oli saada tuotos, jossa on yhdistetty kaikki kolme materiaalia: opas, Tervetuloa taloon -vihko sekä intranet.

2 TOIMIALA

2.1 Autokauppa lukuina

Kaupanteko kuuluu meidän jokaisen ihmisen päivittäiseen elämään. Se mitä ostetaan ja myydään, vaihtelee todella paljon tarpeitten mukaan. Päivittäistavara-kaupat ja ruoka-kaupat kuuluvat ensisijaisiin kauppoihimme, koska sieltä löytyvät ruoka ja tarvikkeet joita tarvitsemme elämiseen. Elektroniikka- ja muotivaatekaupat antavat ja lisäävät ihmisen hyvän olon tunnetta, mutta eivät ole aivan välttämättömiä. Raha on lähes aina suurena tekijänä, kun hankintoja tehdään. Ihmiset suhteuttavat ostoksiensa tarpeellisuuden rahaan ja tekevät päätöksiä tilanteen mukaan. Esimerkiksi vuonna 2012 yli 40 % kotitalouksien kulutusmenoista muodostui yleisesti asumisesta sekä elintarvikkeista, kun taas vaatteiden ja jalkineiden osuus oli vain 3 %. (Tilastokeskus 2012.)

Autoliike on yksi niistä kaupoista, johon ei ole välttämättä päivittäin, kuukausittain, vuosiin, tai edes kymmeneen vuoteen tarvetta mennä. Auton hankinta tehdään lähes aina tarpeen mukaan. Jos ajokilometrejä ei tule kuin 5000 vuodessa, kannattaa laskea onko edullisempi käyttää julkisia liikennepalveluja. Kustannusvertailuissa tulee ottaa huomioon kaikki kustannukset, kuten auton arvon aleneminen, korot, vakuutukset, verot, ylläpito, renkaat ja polttoaine sekä muut kulut (Trafi 2013, Autonhankinta). Ihmiset, jotka kuitenkin autoa tarvitsevat ja sellaisen omistavat, vaihtavat autoa n. 6 – 10 vuoden ikäisenä, selviää Santanderin teettämästä auton ostoon liittyvästä tutkimuksesta (Santander 2013). Tutkimukseen vastanneista 702 autoilijasta 64 % oli ostanut auton käytettynä ja 36 % uutena. Auton hankinta on siis hyvin harvinainen tapahtuma normaalille kuluttajalle, joten siihen panostetaan paljon aikaa.

2.1.1 Henkilöauton romutusikä

Henkilöauton laskettu elinikä eli romutusikä on Suomessa n. 20 vuotta (Autojen romutusikä 2012). Se tarkoittaa sitä, että monet autoilijat ajavat autollaan niin kauan, kunnes se kirjaimellisesti hajoaa ajokelvottomaksi.

Syynä tähän on usein se, ettei ole varaa ostaa uutta autoa ja monet pitävät sitä taloudellisempana, koska vakuutukset, huollot sekä korjaukset saattavat olla edullisempia verrattuna uusiin autoihin. Suomi on romutusiällään EU-maiden häntäpäässä, kun keskimääräinen romutusikä Euroopassa on 14,8 vuotta. Vuoden 2012 lopussa Suomessa autojen keski-ikä oli 10,9 vuotta (Trafi 2013, Keski-ikä ja muut henkilöautokannan tunnusluvut). Se tarkoittaa sitä, että keski-ikästä on vain 9 vuotta romutukseen. Yhtenä syynä keski-ikäen ja romutusiän vanhuuteen vaikuttaa Suomen autoverotus. Autovero nostaa uusien autojen hintaa monilla tuhansilla euroilla verrattuna EU:n keskiarvoon riippuen auton hiilidioksidipäästöistä, joten monelle käytetty auto on edullisempi ostos (Autoverolaki 2014).

2.1.2 Ensirekisteröinnit

Vuonna 2013 Suomessa ensirekisteröitiin 103 450 henkilöautoa, 10 405 pakettiautoa ja 3 508 kuorma-autoa. Vuonna 2012 uusia autoja myytiin hieman enemmän lukujen ollessa henkilöautoissa 111 258 ja pakettiautoissa 11 469. Vuonna 2012 kuorma-autoja myytiin 3 252, joten kuorma-autoissa nähtiin pienimuotoinen myynnin nousu. Autokauppa on tällä hetkellä pienessä laskusuhdanteessa, koska vielä vuonna 2011 ensirekisteröintejä henkilöautoissa oli 126 123. (Trafi 2013, Ensirekisteröinnit.) Autokauppaan vaikuttaa todella paljon kansantalouden yleinen tilanne. Auton ostos on useimmiten ihmisillä se ensimmäinen investointikohde, josta he tinkivät. Vanhoja autoja korjataan ja huolletaan säännöllisesti, ajokilometrejä kertyy mittariin vain enemmän, eikä tarpeen mukaista auton vaihtoa tehdä. Se on myös yksi syy, miksi autokantamme on Euroopan vanhimpia.

2.1.3 Autoverotuksen muutos

Vanhan autokannan nuorentamiseen sekä autokaupan myyntimäärien kasvattamiseksi on paljon tekemistä. Euroopan ja Suomen talous pitäisi saada kasvuun, jolloin autoja uskallettaisiin uusia. Suomen verotus on yksi suuri syy uusien autojen vähäisiin myyntilukuihin ja nyt siihen ollaankin suunnittelemassa muutosta. Liikenne- ja viestintäministeriön asettama työryhmä suunnitteli autoilijoiden veronmaksun uudistusta kesästä 2013

lähtien, mutta toistaiseksi muutosta ei ole tehty. Suurimpana muutosesityksenä tulisivat käyttöön tienkäyttömaksut. Kiinteät auto- ja ajoneuvoverot poistettaisiin. Tienkäyttömaksut tarkoittaisivat sitä, että jokaiselta ajetulta kilometriltä maksettaisiin 6 senttiä tai 3 senttiä, riippuen ajaako kaupungissa vai haja-asutusalueella. Ajomääriä seurattaisiin satelliittipohjaisella järjestelmällä, jolloin saataisiin ajokilometrimäärät tietoon ja tiedot menisivät suoraan verottajalle (Autoilijoille suunnitellaan tiemaksua 2013). Tämä muutos tarkoittaisi sitä, että uusien autojen hinnat putoaisivat monia tuhansia euroja eli autoveron verran. Veromuutoksessa tartuttaisiin myös autojen päästöihin. Kilometriversoa lisättäisiin riippuen auton hiilidioksidipäästöistä. Uudistuksella halutaan siis ekologisempaa autoilua. Muutosprosessi tulee olemaan varmasti todella pitkä ja poliittisen päätöksen saaminen vie luultavasti paljon aikaa. Entinen liikenneministeri Merja Kyllönen on arvioinut, että tienkäyttömaksumalliin voitaisiin siirtyä aikaisintaan 2020-luvulla (Ehdotus liikenne maksujen keräämiseen 2013).

2.2 Kilpailu

Autoalalla kilpailu on todella kovaa automerkkien suuresta määrästä johtuen. Tänä päivänä Suomessa myydään noin kolmeakymmentä automerkkiä, joilla kaikilla on useita eri malleja. Näin syntyy väkisinkin kilpailua. Jälleenmyyjiä on useita ja yhdellä merkillä voi olla samalla paikkakunnallakin useampi jälleenmyyjä. Käytettyjen autojen myyjiä on todella moninkertaisesti enemmän, koska se on liiketoimintana helpompaa ja yksinkertaisempaa.

Kilpailu autoalalla ei kohdistu pelkästään autojen myyntiin vaan myös jälkimarkkinointiin, eli autojen huoltoon ja korjauksiin. Suuremmilla autoliikkeillä on usein huolto- ja korjauspalvelu myymillensä merkeille. Pienemmät korjaamot pystyvät kilpailemaan hinnoissa, mutta työ ei ole välttämättä yhtä ammattitaitoista kuin merkkiliikkeiden korjaamoissa.

2.3 Autokeskus Oy

Autokeskus Oy:n liiketoiminta käsittää autojen sekä varaosien ja lisätarvikkeiden vähittäiskauppaa sekä autojen huoltoa ja korjausta. Autokeskus on yksi Suomen suurimmista sekä tunnetuimmista autoliikeketjuista ja toimintaa harjoitetaan kahdeksassa toimipisteessä, joista neljä sijaitsee pääkaupunkiseudulla, yksi Hämeenlinnassa, yksi Tampereella, yksi Turussa sekä yksi Raisiossa. Autokeskus myy yhdeksää uutta automerkkiä jotka ovat Nissan, BMW, MINI, Peugeot, Fiat, Fiat Abarth, Alfa Romeo, Jeep sekä Ford. Näihin kaikkiin on myös oma merkkikohtainen huolto. Autokeskus huoltaa myymiensä merkkien lisäksi Chrysleriä, Dodgea sekä Lanciaa. Muutamassa toimipisteessä on avattu monimerkkihuolto, jossa huolletaan kaiken merkkisiä autoja. Merkkien myynti ja huolto vaihtelee toimipisteittäin. Autokeskuksen liikevaihto vuonna 2012 oli 266 miljoonaa euroa ja työntekijöitä yrityksessä samana vuonna oli 489. (Autokeskus 2014.)

Autokeskus Oy on suomalaisen perheyriksen Aro-Yhtymän omistama. Aro-Yhtymä Oy on Suomen pitkäikäisimpiä autoalan toimijoita. Konserni toimii autojen ja autotarvikkeiden maahantuonnissa ja vähittäiskaupassa sekä tarjoaa niihin liittyviä logistiikkapalveluita. Konserniin kuuluvat Autokeskus Oy:n lisäksi Aro-Yhtymän 100 % omistamat AutoFennica Oy, Aro Parts Logistics Oy ja Aro Vehicle Logistics Oy. Autofennica Oy tuo maahan Fiat, Alfa Romeo-, Jeep ja Fiat Abarth -autoja sekä niiden varaosia, lisävarusteita ja tarvikkeita. Aro Parts Logistics Oy tarjoaa varaosien ja tarvikkeiden varastointi- ja jakelupalveluita Helsingin Konalassa ja Aro Vehicle Logistics Oy tarjoaa autojen huolinta-, maahantuontikunnostus- ja varastointipalveluita Hangossa. Lisäksi Aro-Yhtymällä on 50 prosentin osakkuus Katepal Oy:ssä. (Aro 2014.) Kuvasta 1 nähdään miten konserni muodostuu.

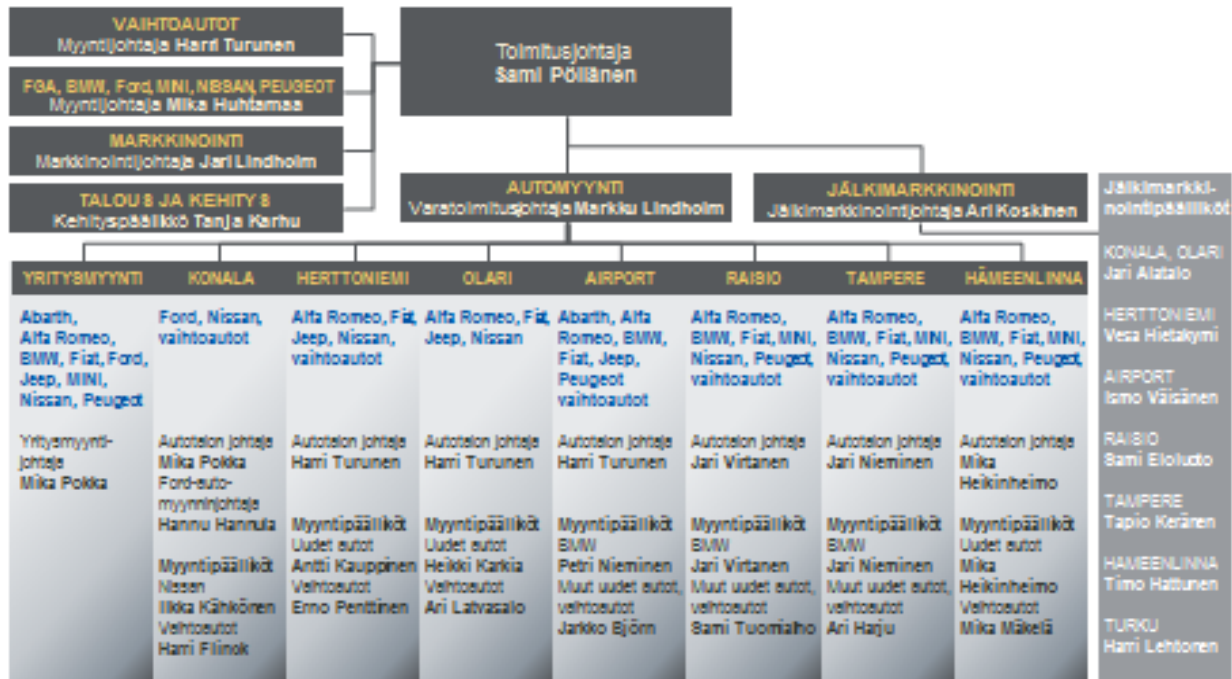
Aro-Yhtymä-konserni



KUVA 1. Aro-Yhtymä-konserni (Aro 2014)

Autokeskus Oy perustettiin vuonna 1934 Chryslerin valmistamien Dodge-autojen maahantuontia varten. Vuonna 1962 Autokeskus Oy aloitti ensimmäisenä maahantuojana koko Euroopassa japanilaisen Nissan Motor Co. Ltd:n valmistamien Datsun-autojen maahantuonnin. Datsun nimi muuttui sittemmin Nissaniksi. Vuonna 1997 Aro-yhtymä siirsi Autokeskus Oy:lle autoalan tuotteiden ja palveluiden vähittäiskaupan ja emoyhtiö keskittyi pelkästään maahantuontiin ja tukkukauppaan. Autokeskus aloitti vuonna 2007 BMW:n ja MINI:n, 2009 Alfa Romeon ja Fiatin, ja 2011 Peugeotin jälleenmyynnin sekä huollon. Viimeisin merkkilaajennus tapahtui vuonna 2013, kun Autokeskus aloitti Fordin jälleenmyynnin ja huollon. Kuvasta 2 nähdään tämän hetken (2014) Autokeskuksen konsernin rakenne.

Autokeskus Oy



22.1.2014

5

KUVA 2. Autokeskus Oy konsernin rakenne (Aro 2014)

3 PEREHDYTTÄMINEN

3.1 Perehdyttämisen merkitys

Liiketoiminnan kannattavuutta voidaan mitata ja analysoida eri tavoilla. Yksinkertaisen vastauksen saa, kun vähennetään tuloista menot ja katsotaan jääkö jäljelle plussaa vai miinusta ja kuinka paljon. Tulokseen vaikuttaa tietenkin paljon tekijöitä ja asioita, mutta yksi tärkeä osa organisaation menestyksestä on osaava henkilökunta. Kun henkilöstö on motivoitunut, keskittynyt työhönsä ja osaa tehdä työnsä niin hyvin, että tulosta syntyy, on yrityksellä tällöin henkilöstöasiat hyvin. Sellaiseen tilaan pääseminen on kovan työn takana, koska henkilöstö vaihtuu koko ajan. Yksi tärkeimmistä avaintekijöistä uusien työntekijöiden tuloksen tekoon on kattava ja hyvä perehdytys. Perehdyttäminen vaikuttaa myös yrityksen menestykseen. Kjelinin ja Kuusiston (2003, 20) mukaan huonosti perehdytetty työntekijä heikentää helposti toiminnallaan prosessin sujuvuutta, aiheuttaa viivästymistä aikatauluissa eikä ole toiminnassaan yhtä nopea kuin rutinoituneemmat työntekijät.

Perehdyttämisellä tarkoitetaan kaikkia niitä toimenpiteitä, joiden avulla perehdytettävä oppii tuntemaan työpaikkansa ihmiset (esimiehet ja työntekijät), työpaikkansa toiminta-ajatuksen ja liikeidean sekä toimintatavat ja toimintaperiaatteet, ja tietää omaan työhönsä kohdistuvat odotukset sekä ymmärtää oman vastuunsa koko työyhteisön toiminnassa (Kangas 2007, 2). Perehdytettävällä henkilöllä on usein tukihenkilö tai ohjaava perehdyttäjä, jonka kanssa päästään alkuun. Uuden työntekijän tehtävä on olla itse aktiivinen, koska perehdyttäminen on aina vuorovaikutusprosessi. Kysymyksillä ja harjoittelulla perehdytettävä sopeutuu paremmin ja omaksuu nopeammin paikkaansa. Friskin (2003, 42) mukaan perehdyttäminen ei myöskään ole vain ohjaajan ja ohjattavan välinen prosessi, vaan näkökulma laajenee koko työyhteisöön.

Perehdytettävä ei aina ole uusi tulokas tai uusi työntekijä. Perehdytyksessä pitää huomioida työntekijän tausta ja se mitä hän osaa jo valmiiksi (Frisk 2003, 41). Organisaatiossa tehdään joskus sisäisiä työntekijän työtehtävän muutoksia. Tällaisissa tapauksissa on selvää, ettei uuden työn perehdyttämisessä tarvitse käyttää aikaa yrityksen esittelyyn ja historiaan. Perehdytyksen tavoitteita pitää myös asettaa sen mukaan, mitä tiedetään en-

tuudestaan perehdytettävästä. Pitkään poissa olleella työhön palaavalla, joka on esimerkiksi vuoden verran ollut sairauslomalla, voi olla paljonkin opittavaa vaikka hän palaisi vanhaan työtehtäväänsä. Henkilö pitää vähintään perehdyttää mahdollisiin muutoksiin, joita hänen poissaoloaikanaan on tapahtunut. (Kangas 2007, 3.)

3.2 Perehdyttämisen vaiheet

Perehdyttämisessä on tärkeää noudattaa yksinkertaista kaavaa, jonka Kangas (2007, 17) on suunnitellut (taulukko 1).

TAULUKKO 1. Perehdytyskaava

Valmistautuminen/Suunnittelu
Toteutus
Seuranta

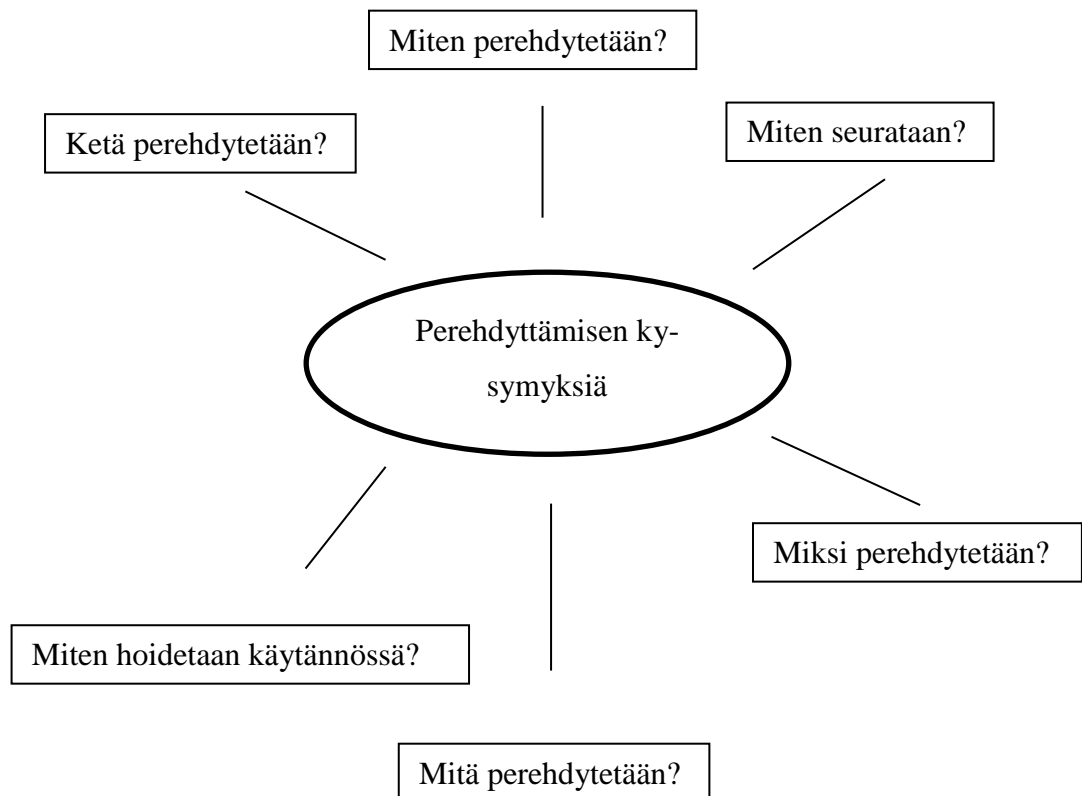
3.2.1 Valmistautuminen ja suunnittelu

Valmistautuminen ja suunnittelu alkavat jo ennen kuin uusi työntekijä saapuu. Kankaan (2007, 9) mukaan valmistautumiseen käytetty aika säästää hyvinkin paljon aikaa perehdyttämisessä. Valmistautumiseen sisältyy tiedottaminen uudesta työntekijästä työyhteisössä, jolloin kaikki tietävät kuka tulee, milloin ja mihin tehtävään. Perehdyttäjällä on tärkeä osa valmistautumisessa, koska hänen pitää koota valmiiksi kaikki tarvittava aineisto ja tarvikkeet uutta työntekijää varten, muun muassa perehdytysopas, työasu, avaimet, ohjeet ja niin edelleen (Kangas 2007, 9). Seuraavassa on ytimekäs lista perehdyttämisen ja työnopastuksen järjestämisen edellytyksistä (Työturvallisuuskeskus 2009, 3):

- vastuuhenkilöiden nimeäminen
- perehdyttäjien ja työnopastajien koulutus tehtävään

- tarvittavan aineiston kokoaminen
- suunnitelman laatiminen
- työyhteisön koulutusta tai valmennusta siten, että kaikki tietävät oman osuutensa perehdyttämisprosessissa
- avointa keskustelua työyhteisössä ja suunnitelmien jatkuvaa kehittämistä ja tarkistamista.

Valmistautumisprosessin onnistuessa toteutuksesta tulee helpompaa. Kun perehdytys-suunnitelma on rungoltaan vahva, perehdytysprosessi etenee sujuvasti sekä tutustuttaminen ja työnopastus helpottuvat. Perehdyttämisen onnistuminen varmistuu, kun muistaa käydä helppoja kysymyksiä läpi. Tällaisia esimerkiksi ovat alla olevassa kuvassa 3 olevat kysymykset.



KUVA 3. Perehdyttämisen kysymykset

3.2.2 Toteutus

Työnopastus on yksi keskeisimmistä perehdyttämisen toteutuksen vaiheista. Työnopastuksessa keskitytään pääasiassa työn tekemisen valmiuksiin sekä niiden oppimiseen. Opastuksen tarkoituksena on tukea työntekijää itsenäiseen ja omatoimiseen ajatteluun sekä itsenäiseen oppimiseen (Kangas 2007, 13). Toiminnasta tulee tuottavampaa mitä nopeimmin opastettava pystyy itsenäiseen työskentelyyn. Ketola (2010, 71) on sitä mieltä, että jos henkilö tulee esimerkiksi suunnittelutehtäviin, niin hänen olisi hyvä tuntea myös jonkin verran muita yrityksen työtehtäviä kuten markkinointia ja myyntiä tai tuotantoa. Näin uusi tulokas saisi hyvän näkemyksen yrityksen toiminnoista laajemmin. Tämä helpottaa tietysti kokonais kuvaa yrityksen toiminnoista, mutta ensisijaisesti pitää omaksua ja oppia omat työtehtävät, ennen kuin voidaan lähteä laajentamaan kokonaisuutta.

Näin saadaan tuottavuus jonkinlaiselle asteelle mahdollisimman nopeasti ja myöhemmin voidaan parantaa muita osa-alueita ja niiden kautta tehdä tuottavuudesta parempaa. Työturvallisuuskeskuksen mielestä (2009, 3) perehdyttäminen ja opastus ovat onnistuneet kun

- työntekijä on omaksunut opittavan asian kokonaisuutena ja tuntee asioiden väliset yhteydet
- työntekijällä on valmiudet soveltaa tietoa myös muuttuvissa tilanteissa
- työntekijä on oppinut työhön ja työyhteisön toimintaan liittyvät yleisperiaatteet
- työntekijä on aktiivinen ja ottaa asioista itsenäisesti selvää

3.2.3 Seuranta

Perehdyttämisen seuranta on osa-alueena tärkeä. Vaikka asia kerrotaan ja opetetaan, ei ole silti varmaa onko se opittu ja sisäistetty oikein. Seurannan avulla voidaan varmistaa perehdyttämisen onnistuminen, eli oppiminen (Kangas 2007, 17). Tulokkaan perehdyttämisen toteutusta on seurattava samaan aikaan kun sitä toteutetaan, silloin saadaan selville mahdollisia kehitysideoita (Kjelin & Kuusisto 2003, 245). Seurannasta selviää on-

ko perehdytettävä oppinut ja kuinka paljon ja missä ajassa. Näitä asioita on hyvä seurata ja kehittää siten, että uusi työntekijä alkaisi tuottaa mahdollisimman lyhyessä ajassa. Kjelinin ja Kuusiston (2003,245) mukaan perehdyttämisen onnistumista voi hyvin mitata lomakekyselyin sekä haastatteluin. Jokainen tapa millä perehdyttämistä voi nopeuttaa ja kehittää on aina yrityksen etu. Uuden työntekijän tulisi myös itse kertoa ilman kyseilyitäkin jos perehdytys tuntuu puutteelliselta, koska se tuo lisäarvoa yritykselle ja tuottavuus jälleen nopeutuu ja virheet vähenevät lisäperehdytyksen kautta.

Vastuu perehdyttämisestä kuuluu esimiehille. Esimiehen tulee varmistaa, että perehdytettävä saa tarpeeksi riittävän perehdyttämisen. Perehdyttäjä ei välttämättä ole aina esimies, varsinkaan suuremmissa organisaatioissa. Vastuu ei silti siirry itse perehdyttäjälle, eli tukihenkilölle. Tärkeää kuitenkin on, että työntekijälle asetetaan tukihenkilö tai perehdyttäjä, johon hän voi luottaa ja saa tukea. Friskin (2003, 42) mukaan esimiehellä on paras asiantuntemus esimerkiksi työsuhdetta koskevissa asioissa, mutta oman panoksensa perehdyttämiseen voi antaa koko henkilöstöyksikkö.

3.3 Perehdyttämisen materiaalit

Perehdyttämiseen käytetään monia eri työvälineitä työtehtävästä riippuen. Yleisimpiä kuitenkin ovat perehdytysoppaat, tervetuloa taloon -vihkoset sekä nykyajan tiedon helppo lähde, internet. Kyseisistä välineistä riippumatta Kjelin ja Kuusisto (2003, 206) ovat sitä mieltä, että perehdyttämisessä tulee hyödyntää kaikkia henkilöstö-, asiakas- ja sidosryhmämateriaalia, joka on jo olemassa ja voi auttaa uutta työntekijää hahmottamaan yritystä.

Internet ja monien yritysten käyttämä sisäinen tiedotusväline intranet ovat yleistyneet yrityksissä, joissa tietokoneet ovat pääsääntöiset työkalut työntekijöillä. Intranetiin voidaan lisätä perehdytyksestä tietoa tai sähköinen perehdytysopas, mutta useimmiten intranet on pelkkä tiedotusväline yrityksen sisälle. Kuivalahden ja Luukkosen (2004, 61 - 62) mukaan intranetiin on hyvä sijoittaa erilaiset sähköiset ilmoitustaulut ja kalenterit, ohjeistot, lomakkeet, sisäiset hakemistot sekä intranetin yhteydessä on hyvä pitää ajan tasalla oleva organisaation tiedotus tai uutiskanava. Sauli Purhokaan (2006) ei mainitse suoranaisesti sanallakaan perehdytyksestä hänen laajasti intranetiä käsittelevässä opin-

näytetyössään. Tästä voidaan päätellä, että paperimuotoiset Tervetuloa taloon -vihkot ja perehdytysoppaat ovat edelleen tärkeitä yrityksille, vaikka internet sekä intranet ovat yleistyneet viime vuosina todella paljon.

Perehdytysoppaan ja Tervetuloa taloon -vihkon käyttötarkoitukset ovat lähestulkoon samat, mutta perehdytysopas on laajempi tiedoltaan ja siinä halutaan perehdyttää hieman syvemmin uutta työntekijää työhönsä ja yritykseen. Tervetuloa taloon -vihko on usein lyhyehkö, mutta ytimekäs, jossa lähinnä kerrotaan yrityksen taustat, arvot ja toimintaan liittyvät asiat. Vihkon ja lähinnä oppaan tarkoitus ei ole tietenkään kokonaisvaltaisesti perehdyttää uutta työntekijää, vaan antaa mahdollisimman paljon tietoa ja hyvän väylän itseopiskeluun. Kun perehdytysopas on rakennettu hyvin, antaa se todella hyvän perustan uudelle tulokkaalle yrityksestä ja työntarkoituksesta.

3.4 Perehdyttämiseen liittyvät lait ja asetukset

Perehdyttämiseen liittyen on valtion puolesta tehty säädöksiä, joiden tarkoitus ensisijaisesti on ylläpitää ja turvata työntekijän työkykyä sekä valvoa työntekijöiden oikeuksia. Työturvallisuuslaki velvoittaa yrityksen perehdyttämään uuden työntekijän työhönsä. ”Työntekijä perehdytetään riittävästi työhön, työpaikan työolosuhteisiin, työ- ja tuotantomenetelmiin, työssä käytettäviin työvälineisiin ja niiden oikeaan käyttöön sekä turvallisiin työtapoihin erityisesti ennen uuden työn tai tehtävän aloittamista tai työtehtävien muuttuessa sekä ennen uusien työvälineiden ja työ- tai tuotantomenetelmien käyttöön ottamista.” (TTL 738/2002: 14§, 1 mom.) Työtä on paljon erilaista ja esimerkiksi myyntityössä ei välttämättä ole riskiä suurelle vaaralle niin paljon kuin tehtaan tuotantolinjalta, mutta työturvallisuus on aina yhtä tärkeä, oli riski suuri tai pieni. Yrityksiä valvotaan myös työhönotossa. ”Työhön saadaan ottaa henkilö, joka on täyttänyt 15 vuotta ja joka on suorittanut oppivelvollisuutensa.” (NuorL 998/1993: 2§, 1 mom.) Perehdyttämisen kannalta työntekijällä on lakien kautta tietoa ja pohjaa työhönsä liittyvistä oikeudellisista aisoista. Työsopimusta solmiessakin on työntekijällä lain pohjalta tietoa esimerkiksi koeajasta, joka saa olla maksimissaan 4 kk pituinen. (TSL 26.1.2001/55: 4§, 1 mom.)

Pelastuslaki (468/2003) edellyttää yrityksiin omaa pelastussuunnitelmaa, joka perehdytysvaiheessa käydään perinpohjaisesti läpi. Suunnitelma on tehty turvallisuutta varten. Esimerkiksi tulipalon syttyessä tiedetään mistä poistua. Suunnitelman on myös tarkoitus ennaltaehkäistä mahdollisia vaaratilanteita (Kangas 2007, 23).

4 PEREHDYTY SOPAS

4.1 Työn tavoitteet ja tarkoitus

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli laatia käytännöllinen perehdytysopas uudelle automyyjälle. Työn aihe sai alkunsa siitä, kun itse aloitin työskentelyn Autokeskuksessa ja huomasin, että asioiden opettelu vei liian kauan aikaa. Itsenäinen opiskelu ja jatkuva kysyminen järjestelmistä ja myynnin prosesseista ottivat oman aikansa, ennen kuin pääsi kunnolla työhön kiinni. Intranetistä piti kerätä tietoa itselleen ja se ei onnistu ilman tietokonetta, vaikka nykypäivänä suurimmassa osassa talouksista on jo tietokone käytössä. Ajattelin, että olisi hyvä saada paperilla oleva perehdytysopas, jossa kerrottaisiin tietoa Autokeskuksesta, sekä myynnin prosesseista, jotta täysin uudelle alalle tuleva pääsee nopeammin kiinni siitä, mitä ja miten asioita pitäisi tehdä. Ehdotin asiaa autotalonjohtajalle, eikä tarvinnut kauaa keskustella, kun todettiin, että tällainen perehdytysopas olisi todella tervetullut Autokeskukselle.

Oppaan tarkoituksena oli yhdistää intranet ja olemassa oleva Tervetuloa taloon – vihkonen yhteen, sekä syventyä Tampereen toimipisteen toimintoihin. Tervetuloa taloon –vihko on yleisesti sekä Autokeskuksellakin lyhyt vihkonen, jossa kerrotaan yrityksestä oleelliset asiat. Intranetistä sen sijaan löytää työsopimukseen liittyviä asioita, työehtosopimukseen liittyviä asioita sekä yrityksen sisäisiä asioita. Myynnin ja Tampereen toimipisteen toimintoja ei ole selitetty kuin laatuohjelmissa ISO 14001 ja ISO 9001, jotka löytyvät Autokeskuksen omalta verkkoasemalta. Laatuohjelmat ovat niin laajat, että niiden läpikäymiseen tarvitaan huomattavasti enemmän aikaa kuin perehdytysoppaan. Siitä syystä ajattelin yhdistää asioita, ettei tarvitse erikseen lukea intranetistä jotain, vihkosesta jotakin, laatuohjelmista jotakin ja oppaasta loppuja. Oppaan tarkoitus on olla tukena uudelle työntekijälle heti ensimmäisistä päivistä lähtien.

Perehdytysopas on suunnattu automyynnin puolelle, mutta sitä pystyy käyttämään myös huollon puolen työntekijät. Huollon puolella työskentelevät saavat oppaasta tietoa yrityksestä yleisesti, sekä muun muassa henkilöstöeduista. Eikä mielestäni ole huono asia, jos huollon työntekijät tutustuvat myös myynnin toimintoihin, jotta tietävät kuinka myynnin puoli Autokeskuksella toimii.

4.2 Oppaan suunnittelu ja laatiminen

Työ sai alkunsa päätöksestä, että uutta työntekijää tukeva perehdytysopas tarvitaan. Suunnittelu toteutettiin suurimmaksi osaksi omasta näkökulmastani automyyjänä ja myös autotalonjohtajan sekä myyntipäällikön mielipiteistä. Tietoa oppaaseen kerättiin jonkin verran vanhasta Tervetuloa taloon –viikkosta sekä Autokeskuksen intranetistä, olihan ideana yhdistää asioita yhteen oppaaseen. Kokemusta alalta tietysti tarvittiin, jota itseltäni jonkin verran löytyi ja noin kaksikymmentä automyyjäkollegaa oli lisäksi tukenani. Autotalonjohtajan kanssa päätettiin myös siitä, että tehdään erillinen kyselytutkimus perehdytyksestä ja sen tärkeydestä tämän hetken työntekijöille. Runko ja sisältö oppaalle rakennettiin yhteistyössä ja siten oppaan tekeminen lähti käyntiin.

Autokeskus Oy on iso organisaatio ja Tampereen toimipiste on vain yksi kahdeksasta toimipisteestä. Alusta lähtien oli silti selvää, että opas rajataan pelkästään Tampereelle ja vielä pelkästään myynnin puolelle. Näin oppaan teon yksi suurimmista tarkoituksista säilyisi, eli nimenomaan Tampereen toiminnot ja automyyntin prosessit Tampereella.

Oppaassa olevat yritystiedot löytyvät intranetistäkin, mutta on hyvä, että kaikki löytyvät samasta paikasta, oppaasta. Tampereen toiminnot -osiossa on kaikki oleellinen ytimekkäästi kerrottuna, mitä tarvitsee tietää, jotta pystyy automyyjänä tekemään työnsä Tampereen toimipisteessä. Myynnin prosessit -osiossa on kerrottu tapa toimia auton myynnin prosesseissa. Oppaan loppupuolelle on vielä lisätty henkilöstöedut ja yksi tärkeistä apuvälineistä, henkilöstökaavio.

Perehdytysopas rakennettiin siten, että sitä on helppo päivittää. Historiatietoihin pystyy laittamaan lisää vuositapahtumia sitä mukaa, kun niitä tulee. Tampereen toiminto -otsikon alta pystyy poistamaan tai lisäämään alaotsikoita, kun tulee tarvetta. Esimerkiksi jos kokoustilat muuttuvat nykyisistä paikoista, on helppo löytää sisällysluettelosta kohta ”kokoustilat” ja muokata sitä. Henkilöstömuutosten päivittäminen on tehty myös helpoksi. Myyntiprosesseista kerrottaessa, mainitaan työntekijät tittelinimikkeellä kuten sihteeri, autotalonjohtaja tai myyntipäällikkö, jolloin esimerkiksi otsikon ”esimiehet” alle tarvitsee tarvittaessa vaihtaa vain yksi nimi, eikä korjata sitä moneen eri paikkaan. Henkilöstöedut ovat eritelty omin otsikoin, joten jos joku eduista päättyy tai tulee uusi henkilöstöetu, on se helppo lisätä tai poistaa otsikolla. Viimeisenä oppaassa on henki-

löstökaavio, jossa on koko Tampereen toimipisteen myyntipuolen henkilöiden tittelit, nimet ja puhelinnumerot. Kaaviota pystyy päivittämään lisäämällä nimiä valmiisiin laatikoihin, siirtää laatikosta toisen merkin myynnin alle, jos tehtävä vaihtuu, tai poistaa nimi kokonaan laatikosta. Näin päivittäminen pysyy yksinkertaisena, eikä tarvitse tehdä kaaviota kokonaan alusta loppuun.

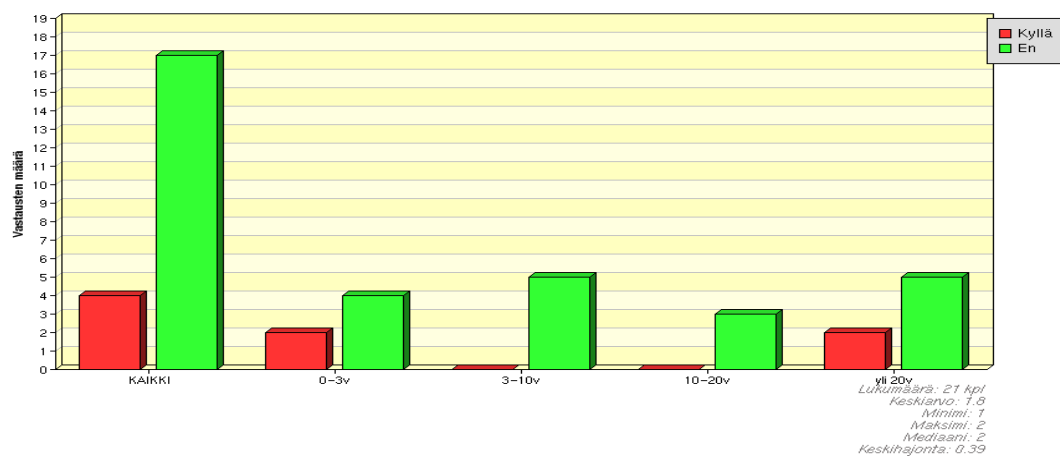
4.3 Perehdytyskyselyn tutkimustulokset

Perehdyttämiseen liittyvä kysely laadittiin Autokeskuksen Tampereen toimipisteen automyyjille, jotta saataisiin vahvistusta perehdytysoppaan tarpeelle (liite 1). Kyselyssä haluttiin saada vastauksia perehdytykseen liittyviin kysymyksiin ja ovatko työntekijät saaneet perehdytysopasta työsuhteensa alussa (kuvio 1). Vastausprosentti oli hyvä, 87,5 %, koska kysely lähetettiin pienelle ryhmälle. Kyselylomake lähetettiin sähköpostiviestilinkkinä ja toteutettiin E-lomake ohjelmalla. Kysely meni 24 henkilölle, mukana oli myyjä ja esimiehiä. Vastauksia saatiin 21.

Työvuosilla ei ole suurta merkitystä, kun tarkastellaan kohdan ”Olen saanut perehdytysoppaan työhön tullessani” -vastauksia verrattuna työvuosiin. Vastauksista selviää, että 17 työntekijää ei ole saanut perehdytysopasta ja neljä on. Neljästä kyllä -vastanneista voi olla mahdollista, että he tarkoittavat Tervetuloa taloon –vihkosta.

Olen saanut perehdytysoppaan työhön tullessani

Vastausten absoluuttinen jakauma

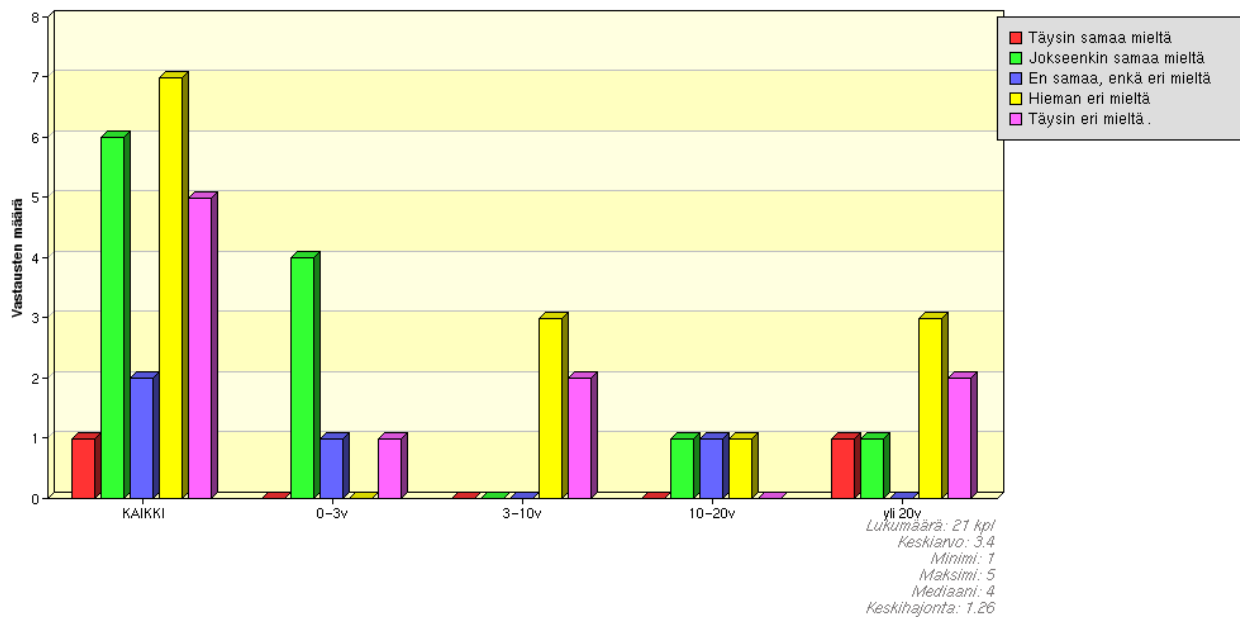


KUVIO 1. Vastaukset perehdytysoppaan saamiseen työvuosiin nähden

Perehdyttämisen tilanne tällä hetkellä on hieman huolestuttava, koska vastaajien mielestä noin joka kolmas tarvitsee tällä hetkellä perehdytystä työhönsä. Tähän prosentuaaliseen määrään vaikuttaa uudet työntekijät, jotka varmasti työn alussa tarvitsevatkin lisää perehdytystä. Positiivista on se, että jokainen 3 – 10 vuotta työskennellyt, sekä myös 60 % kauemmin työskennelleistä kokevat, etteivät tarvitse lisää perehdytystä työhönsä (kuvio 2).

Kaipaen tällä hetkellä lisää perehdytystä työhöni

Vastausten absoluuttinen jakauma



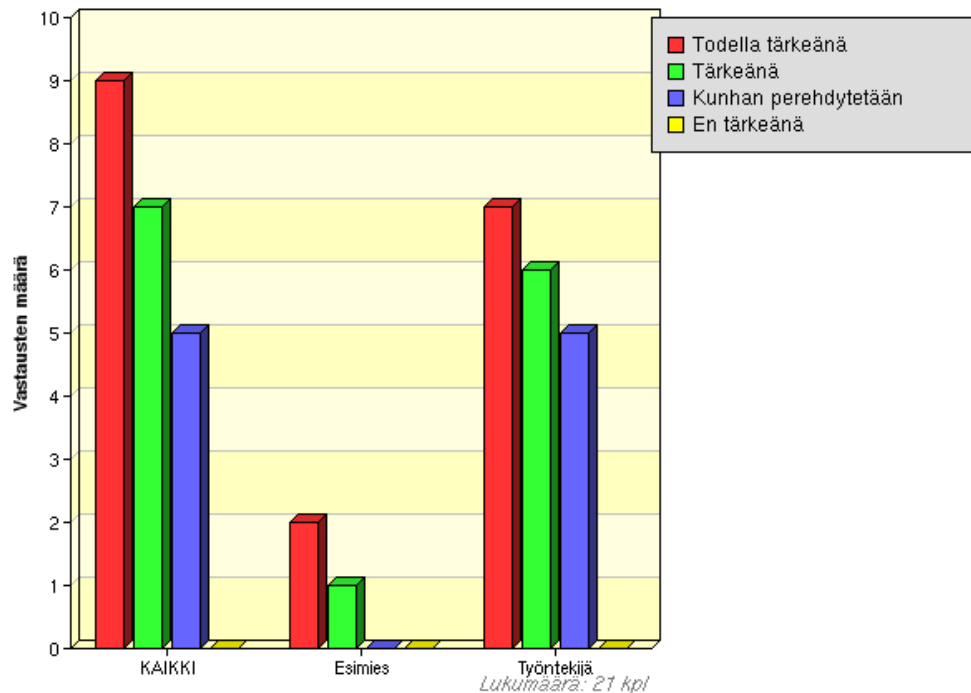
KUVIO 2. Perehdytyksen tarve suhteessa työvuosiin

Kyselylomakkeella kysyttiin ”Onko perehdyttäjänä toiminut työhönopastaja?” ja vastaukset kertoivat, että yli 70 % olivat eri mieltä. Perehdytettävä oppisi asioita helpommin, jos perehdyttäjänä toimisi tietty henkilö, eikä jokainen työtoveri jolta neuvoa kysytään. Yhtenä kohtana lomakkeella oli ”Vanhoja työntekijöitä opastetaan ja perehdytetään työtehtävän muuttuessa”. Vastaukset jakautuivat lähes tasan kolmeen vastausvaihtoehtoon ”Jokseenkin samaa mieltä, En samaa enkä eri mieltä, Hieman eri mieltä”. Kukaan ei kiistänyt asiaa täysin, eikä kukaan ollut täysin samaa mieltä. Vanhoja työntekijöitä kuuluu perehdyttää työtehtävän muuttuessa.

Kyselyn lopussa kysyttiin kuinka tärkeänä perehdytystä pidetään, mihin kukaan ei vastannut vaihtoehtoon ”En tärkeänä”. Esimiehet olivat sitä mieltä, että tärkeänä, mutta työntekijöiden vastaukset jakaantuivat suhteellisen tasaisesti vaihtoehtoihin ”Todella tärkeänä, Tärkeänä ja Kunhan perehdytetään” (kuvio 3).

Kuinka tärkeänä pidän perehdytystä itseni kannalta?

Vastausten absoluuttinen jakauma



KUVIO 3. Perehdyttämisen tärkeys esimiehen sekä työntekijän kannalta

4.4 Oppaan kehittämismahdollisuus

Opas on suunnattu myynnin puolelle ja nimenomaisesti pelkästään Tampereen toimipisteeseen. Oppaassa on silti koko organisaatiota koskevaa tietoa yritystiedoissa sekä henkilöstöeduissa. Oppaan pohja on hyvä, joten mielestäni siitä saisi helposti toimivan myös muihin toimipisteisiin vain vaihtamalla eri toimipisteen mukaiset toiminnot. Toimintatavat ovat konsernitasolla kaiken lisäksi hyvin samanlaiset ja myyntiprosessit etenevät samalla tavalla, joten opasta ei tarvitsisi paljoa muokata, jotta se toimisi myös muissakin toimipisteissä. Toisaalta oppaaseen voisi lisätä Tampereen toimintoihin myös

huollon puolen asioita ja lisätä huollon prosesseista kuvas, näin opas saataisiin koko Tampereen toimipisteen käyttöön.

Oppaan runko on niin toimiva, että siitä pääsisi rakentamaan koko konsernitason perehdytysoppaan poistamalla tiettyjä asioita ja lisäämällä paljon konsernitason asioita. Työ kuitenkin rajattiin pelkästään Tampereelle, joten oppaan kehittäminen konsernitasonle jää henkilöstöpäällikölle.

4.5 Perehdytysoppaan käyttöönotto

Perehdytysopas tullaan laittamaan Autokeskuksen omaan yhteiseen verkkoasemaan. Näin se löytyy jokaisen Autokeskuksen työntekijän tietokoneelta Tampereen toimipisteen kansion alta omasta perehdytyskansioista. Näin siihen pääsee käsiksi omalla työpisteellä milloin vain, jos tulee tarvetta jotakin asiaa tarkastaa. Perehdytysoppaan pystyy tulostamaan kansioksi milloin vain ja kuka vain, joten uusi työntekijä saa paperimuotoisena oppaan myös kotiin luettavaksi.

Käyttöoikeudet oppaan muokkaamiseen ovat vain päällikkötason henkilöillä, joten kukaan ei pääse vahingossa tai tarkoituksella lisäämään oppaaseen väärää tietoa. Tulostusoikeus on kuitenkin kaikilla työntekijöillä.

5 POHDINTA

Perehdyttäminen on yrityksissä jatkuvaa, joten aiheena se ei vanhene koskaan ja perehdytysopas on jokaiselle yritykselle tärkeä perehdyttämisen materiaali. Opinnäytetyöni aiheena perehdytysopas oli onnistunut, koska toimeksiantajayrityksellä ei opasta vielä ollut. Aiheeni itse asiassa syntyi samasta syystä, kun huomasin itse aikoinaan työni aloittaessa, että perehdytys jäi suurimmaksi osaksi omien kysymyksien ja pähkäilyiden nojaan.

Perehdytysoppaan sisältö ja tekeminen onnistui mielestäni hyvin ja oppaan päivittäminen on mahdollista ja yksinkertaista. Oppaasta on enemmän hyötyä uudelle työntekijälle kuin vanhalle, mutta lähtökohtainen tarkoitus perehdytysoppaalla on uusille työntekijöille. Oppaan teossa sain apua esimiehiltäni, työtovereiltani sekä muista perehdytysmateriaaleista ja näin syntyi uutta työntekijää tukeva perehdytysopas.

Teoriaosuus perehdyttämisestä antoi perustan rakentaa opasta ja sain itsekin paljon uutta tietoa perehdytyksestä. Työtä tehdessäni huomasin, etten ollut itsekään saanut kunnollista perehdytystä aikaisemmissa työpaikoissa, joissa olen työskennellyt. Perehdyttäminen on käsitteenä niin laaja, että ei itsekään ymmärrä mitä kaikkea pitäisi tietää. Nyt kun tietää mitä perehdyttäminen tarkoittaa käsitteenä laajemminkin, sitä osaa tulevaisuudessa vaatia tulevissa työpaikoissa. Perehdytysopasta rakentaessani tajusin, etten itsekään tiennyt kaikkia asioista niin hyvin kuin pitäisi. Sain siis hyvää oppia itsekin oppaan teossa.

Perehdytysoppaasta tuli julkaisukelpoinen niin Autokeskuksen sähköisellä verkkoasemalla kuin kansioversiona. Oppaan tavoitteet täyttyivät ja uudet työntekijät pääsevät oppaan avulla nopeammin työhönsä kiinni. Autojen myyminen on iso prosessi alusta loppuun, joten opas helpottaa varmasti työntekijää sisäistämään asioita.

LÄHTEET

Aro. 2014. Luettu 5.1.2014. www.aro.fi

Aro. 2014. Intranet.

Autoilijoille suunnitellaan tiemaksua. 2013. Kotimaa. Helsingin sanomat. Luettu 8.1.2014. <http://www.hs.fi/kotimaa/a1378011002952>

Autojen romutusikä. 2012. Autokannan keskimääräinen romutusikä 2002 – 2012. Luettu 05.01.2014.

http://www.autoalantiedotuskeskus.fi/tilastot/suomen_autokanta/autokannan_kehitys/autokannan_keskimaaraisen_romutusian_kehitys

Autokeskus. 2014. Luettu 5.1.2014. www.autokeskus.fi

Autoverolaki 29.12.1994/1482.

Ehdotus liikennemaksujen keräämiseen. 2013. Autot. Iltasanomat. Luettu 8.1.2014 <http://www.iltasanomat.fi/autot/art-1288632860500.html>

Frisk, T. 2003. Ohjaaminen työssä. Helsinki: EU Rakennerahastot.

Kangas, P. 2007. Perehdyttämisen suunnittelu ja toteutus. 1. painos. Helsinki: Työturvallisuuskeskus TTK, palveluryhmä.

Ketola, H. 2010. Tulokkaasta tuottavaksi asiantuntijaksi. Perehdyttäminen kehittämisen välineenä eräissä suomalaisissa tietualan yrityksissä. Jyväskylän yliopisto. Liiketalous ja taloustiede. Väitöskirja.

Kjelin, E. & Kuusisto, P. 2003. Tulokkaasta tuloksen tekijäksi. Jyväskylä: Talentum Media Oy.

Kuivalahti, T. & Luukkonen, J. 2004. Intra. Inforviestintä Oy, Helsinki.

Laki nuorista työntekijöistä 19.11.1993/998.

Pelastuslaki 13.6.2003/468.

Purho, S. 2006. Intranet yrityksen sisäisen viestinnän välineenä. Markkinointi viestintä. Lahden ammattikorkeakoulu. Opinnäytetyö.

Santander Consumer Finance Oy. 2013. Tutkimus: Suomalaiset ostavat auton hinnan perusteella. Luettu 6.4.2014. <http://deski.fi/9/artikkeli-tutkimus-suomalaiset-ostavat-auton-hinnan-perusteella-17533>

Tilastokeskus. 2012. Kotitalouksien kulutus. Luettu. 05.01.2014. http://www.stat.fi/til/ktutk/2012/ktutk_2012_2013-12-30_tie_001_fi.html

Trafi. 2013. Autonhankinta. Luettu 5.1.2014.
http://www.trafi.fi/autoilu/auton_hankinta/ennen_hankintaa

Trafi. 2013. Ensirekisteröinnit. Luettu 8.1.2014
http://www.trafi.fi/palvelut/tilastot/tieliikenne/ensirekisteroinnit/ensirekisteroinnit_kuukausittain_ja_ajoneuvolajeittain

Trafi. 2013. Keski-ikä ja muut henkilöautokannan tunnusluvut. luettu 05.01.2014.
http://www.trafi.fi/tietoa_trafista/ajankohtaista/2089/keski-ika_ja_muut_henkiloautokannan_tunnusluvut

Työsopimuslaki 26.1.2001/55.

Työturvallisuuskeskus. 2009. Työhön perehdyttäminen. Luettu 31.1.2014.
http://www.tyoturva.fi/files/800/Tyohon_perehdyttaminen2009.pdf

Työturvallisuuslaki 23.8.2002/738.

LIITTEET

Liite 1. Kyselylomake

1. Sukupuoli

1. Mies 2. Nainen

2. Toimenkuva

1. Esimies 2. Työntekijä

3. Perehdytys, valitse mielestänne sopivin vaihtoehto

1. Täysin samaa mieltä 2. Jokseenkin samaa mieltä 3. En samaa enkä eri mieltä
4. Hieman eri mieltä 5. Täysin eri mieltä

1. Olen saanut työhön tullessani tarpeeksi kattavan perehdytyksen työtehtävääni
2. Uusi henkilö saa mielestäni tarpeeksi yksilöllistä perehdytystä
3. Perehdyttäjänä on toiminut työhönopastaja
4. Kaipaen tällä hetkellä lisää perehdytystä työhöni
5. Vanhoja työntekijöitä opastetaan ja perehdytetään työtehtävän muuttuessa
6. Tiedän mistä/keneltä saan apua ongelmaan, jota en pysty itse ratkaisemaan
7. Tiedän lähimmän- sekä muut esimieheni
8. Tunnen työtoverini

4. Olen saanut perehdytysoppaan työhön tullessani

1. Kyllä 2. En

5. Kuinka tärkeänä pidän perehdytystä itseni kannalta?

1. Todella tärkeänä 2. Tärkeänä 3. Kunhan perehdytetään 4. En Tärkeänä

6. Kuinka tärkeänä pidän perehdytystä yrityksen kannalta?

1. Todella tärkeänä 2. Tärkeänä 3. Kunhan perehdytetään 4. En Tärkeänä

7. Avoin sana yrityksesi perehdytyksestä

Liite 2. Perehdytysopas