



<input checked="" type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

Oppiaine	Liiketaloustiede, markkinointi	Päivämäärä	26.10.2008
Tekijä(t)	Ulla Huhtanen	Matrikkelinumero	
		Sivumäärä	82
Otsikko	Kommunikaation ja yhteistyön kehittäminen Citymarket Oy:ssä ketjujohtamisen näkökulmasta		
Ohjaaja(t)	KTT Heli Marjanen ja KTM Kaisa Saastamoinen		

Tiivistelmä

Myymälöiden ja ketjuyksikön välisen kommunikaation ja yhteistyön toimivuus on tärkeä edellytys kauppaketjun toiminnan tehokkuudelle. Kaupan kilpailutilanne on jatkuvasti kiristynyt. Oikeiden strategisten päätösten tekemiseksi on erittäin tärkeää tietää, mitä markkinoilla tapahtuu. Ketjuliiketoimintamallissa ketjun myymälät ja ketjuyksikkö muodostavat tiiviin verkoston. Molemmilla osapuolilla on omat tehtävänsä. Osapuolten välisen kommunikaation ja yhteistyön on toimittava, jotta ketjulla on edellytykset menestyä. Tutkielman tarkoituksena oli selvittää, miten kommunikaatio ilmenee K-citymarket-ketjussa käyttötavaran ketjuyksikön ja myymälöiden välillä, miten yhteistyö toimii ja kuinka myymälöiden ja ketjuyksikön välistä kommunikaatiota ja yhteistyötä voitaisiin kehittää ja tiivistää. Lisäksi selvitettiin hiljaisen tiedon olemassaoloa ja sen esille saamista. Keskeiset käsitteet tutkielmassa ovat kommunikaatio ja yhteistyö. Tutkimusmenetelmä oli kvalitatiivinen. Empiirisen tutkimuksen aineisto hankittiin teemahaastattelulla. Haastateltavista seitsemän henkilöä työskenteli K-citymarket-ketjun myymälöissä ja neljä henkilöä ketjuyksikössä.

Tutkimustulosten perusteella myymälöiden ja ketjuyksikön välisessä yhteistyössä ja kommunikaatiossa ovat tärkeitä kommunikaatiota edistävät yhteydet, kuten toimiva intranet ja sähköposti. Kommunikaation toimivuuden kannalta ketjun kommunikaation olisi oltava säännöllistä ja kahdensuuntaista. Säännöllinen kommunikaatio nopeuttaa tiedonkulkua ketjuyksikön ja myymälöiden välillä. Kahdensuuntainen kommunikaatio tarkoittaa viestien kulkemista sekä myymälöistä ketjuyksikköön että ketjuyksiköstä myymälöihin. Kahdensuuntainen kommunikaatio lisää kommunikoinnin sujuvuutta osapuolten välillä. Kommunikaation olisi oltava sisällöltään yhteistyötä tukevaa. Mahdolliset ongelmat tulisi ratkaista yhdessä ilman syyllisten etsimistä. Ketjuyksikön ja myymälöiden välisten vastuu- ja valtakysymysten tulisi olla selvillä. Valtaa on siirtynyt ketjuliiketoimintamalliin siirryttäessä entistä enemmän ketjuyksikköön, joten ketjuyksikössä olisi muistettava siellä tehtäviin päätöksiin liittyvä vastuu.

Tutkielmassa havaittiin, että perusasioiden ollessa kunnossa voidaan saavuttaa toimintaa kehittävää keskustelua ja kunnollista vuorovaikutusta myymälöiden ja ketjuyksikön välillä. Ketjuliiketoiminnassa on tärkeää sopia yhteiset toimintamallit ja sekä ketjuyksikön että myymälöiden on noudatettava näitä toimintamalleja. Selkeän työnjaon, toimivan vuorovaikutuksen ja keskustelun avulla osapuolten keskinäinen ilmapiiri kohenee ja osapuolet luottavat toisiinsa enemmän. Luottamus lisää osapuolten sitoutumista yhteiseen toimintaan ja yhteiset onnistumiset luovat me-henkeä. Kun myymälät luottavat ketjuyksikön toimintaan ja vastaavasti ketjuyksikkö luottaa myymälöiden toimintaan, osapuolet sitoutuvat voimakkaammin yhteiseen tekemiseen ja voivat tehdä tuloksellista yhteistyötä. Toimivaan yhteistyöhön ketjuyksikön ja myymälöiden välillä tarvitaan näitä kaikkia edellä mainittuja osatekijöitä.

Asiasanat	kommunikaatio, yhteistyö, ketjuliiketoiminta
Muita tietoja	