

Helsingin yliopisto
Maatalous-metsätieteellinen tiedekunta
Taloustieteen laitos

Pasi Saarnivaara

**OSUUSTOIMINTAYRITYSTEN JÄSENTEN/ASIAKKAIDEN
SUHTAUTUMINEN OMISTAJUUTEEN**

Elintarvike-ekonomia
Pro gradu
EE 250

Helsinki 2008

Tiedekunta/Osasto — Fakultet/Sektion — Faculty		Laitos — Institution — Department	
Maatalous-metsätieteellinen tdk		Taloustieteen laitos	
Tekijä — Författare — Author Pasi Saarnivaara			
Työn nimi — Arbetets titel — Title Osuustoimintayritysten jäsenten/asiakkaiden suhtautuminen omistajuuteen			
Oppiaine — Läroämne — Subject Elintarvike-ekonomia			
Työn laji — Arbetets art — Level Pro gradu	Aika — Datum — Month and year Toukokuu 2008	Sivumäärä — Sidoantal — Number of pages 81	
Tiivistelmä — Referat — Abstract			
<p>Tutkimuksessa selvitettiin osuuskuntien jäsenien, sekä keskinäisten vakuutusyhtiöiden asiakkaiden suhtautumista omistamaansa yritykseen omistajuuden pohjalta.</p> <p>Tutkimuksen tavoitteena oli etsiä vastausta kysymyksiin: Pitävätkö osuustoimintayritysten jäsenet omistajuutta tärkeänä yritystoiminnassa yleensä? Pitävätkö he omistajuutta yritysten vahvuutena tai heikkoutena? Onko omistajuus yksi keskeisimmistä perusteista heidän jäsenyyteensä? Taustamuuttujina vastauksia etsittiin myös iän, kuntatyyppin ja jäsenyyden vaikutuksesta omistajuuden arvostukseen.</p> <p>Teoriaosiossa tarkastellaan osuustoiminnallisen yritysmuodon perinteitä, arvoja ja periaatteita. Arvoja ja periaatteita tutkitaan myös suhteessa osuuskuntalakiin. Teoriaosassa haetaan vastauksia kysymyksiin: mitä osuustoimintayritysten omistajuus on, miten se eroaa muunlaisen yritystoiminnan omistajuudesta ja mitä kaikkea siihen liittyy? Teoreettinen viitekehys perustui Iiro Jussilan väitöskirjassa esiteltyyn asiakasomistajuuden viitekehukseen.</p> <p>Empiirisen osion tutkimus perustuu Suomen Elintarviketieto Oy:n Osuustoimintatutkimus 2008 aineistoon. Aineistosta valittiin tutkittavat kysymykset asiakasomistajuuden viitekehysten avulla.</p> <p>Tutkimustuloksista selviää, että suomalaiset arvostavat omistajuuden ominaisuuksia ja pitävät niitä enemmän osuustoimintayritysten vahvuuksina, kuin heikkouksina. Omistajuuden kannalta tärkeimpänä suomalaiset pitävät taloudellista hyötyä, mutta myös psykologiset omistajuuden ominaisuudet ovat suomalaisille tärkeitä. Tuloksista ilmenee, että ikä vaikuttaa olennaisesti suomalaisten suhtautumiseen omistajuutta kohtaan.</p>			
Avainsanat — Nyckelord — Keywords osuustoiminta, omistajuus, osuustoiminnallinen, osuustoimintayritys			
Säilytyspaikka — Förvaringsställe — Where deposited			
Muita tietoja — Övriga uppgifter — Further information			

ESIPUHE

Työskennellessäni osuuskaupassa huomasin useammankin asiakkaan ajattelevan, että kaupassa yritetään kerätä asiakkailta kaikki ylimääräinen raha pois ja ylijäämä koituu jonkun tietyn henkilön tai tahon voitoksi. Tämä asenne pisti graduni aiheen aluilleen, sillä ihmettelin itse sitä, kuinka osuuskaupan jäsenet voivat olla tietämättömiä siitä, että tuo tietty voittoja keräävä taho ovat asiakkaat, eli osuuskaupan jäsenet itse. Pakollisten poistojen ja investointien sekä lakisääteisen vararahaston kartuttamisen jälkeen ylijäämä palautetaan takaisin jäsenille bonuksina, osuuspääoman korkoina tai ylijäämän palautuksina. Samoin ihmetytti se, että koska osuustoiminnallisen yrityksen pääasiallinen olemassaolon tarkoitus on tuottaa palveluja ja taloudellista hyötyä jäsenilleen, niin miksi asiakkaat olettavat, että osuuskunnassa otetaan tarvittavaa suurempaa maksua palveluista tai tavaroista?

Tutkimus on toteutettu suurelta osin Suomen Gallup Elintarviketieto Oy:n Osuustoimintatutkimus 2008 aineiston pohjalta. Ilman kyseistä aineistoa, ei koko tutkimusta olisi olemassa. Tämän takia olen velkaa suuren kiitoksen Elintarviketieto Oy:n välle, erityisesti Anne Kalliselle ja Antti Hyytiäiselle avusta aineiston saannin ja analysoinnin kanssa.

Tutkimusta varten anoin ja sain apurahan Hannes Gebhardin rahastosta. Apuraha auttoi tutkimuksen edistymistä olennaisesti. Kiitokset Hannes Gebhardin rahastolle ja Pellervo-Seuran hallitukselle tutkimuksen taloudellisesta tuesta.

Tutkimuksen ohjaajana toimi professori Pekka Mäkinen. Kiitän myös professori Mäkistä konsultoinnista ja ammattimaisesta tutkimuksen ohjauksesta.

SISÄLLYSLUETTELO

ESIPUHE	3
1. JOHDANTO	6
1.1 TUTKIMUKSEN TAUSTA	6
1.2 TUTKIMUKSEN TAVOITTEET JA RAJAUKSET	7
1.2.1 Aikaisemmat tutkimukset.....	8
1.3 TUTKIMUSONGELMA	8
1.4 KESKEISET KÄSITTEET	9
1.4.1 Keskinäinen vakuutusyhdistys ja -yhtiö	9
1.4.2 Osuustoimintayritys, osuustoiminnallinen yritys	9
1.4.3 Asiakasomistaja, omistaja-asiakas	10
1.4.4 ICA	10
1.4.5 Pellervo-Seura	11
2. OSUUSTOIMINTA	12
2.1 OSUUSTOIMINNAN LUONNE JA TOIMIALAT	12
2.1.1 Osuustoiminnan käsite	12
2.1.2 Osuustoiminnan luonne	13
2.1.3 Osuustoiminnan toimialat Suomessa.....	14
2.2 OSUUSTOIMINNAN HISTORIA JA PERINTEET	16
2.2.1 Rochdalen osuustoimintaperinne.....	17
2.2.2 Kommunistinen osuustoimintaperinne	18
2.2.3 Sosialistinen osuustoimintaperinne	19
2.2.4 Yhteisöllinen osuustoimintaperinne	19
2.3 OSUUSTOIMINTA SUOMESSA	20
2.3.1 Osuustoiminta Suomessa nykyään	21
2.4 OSUUSTOIMINNAN IDENTITEETTI	22
2.4.1 ICA:n määrittämät osuustoiminnan arvot ja periaatteet	22
2.4.2 Osuustoiminnan periaatteet käytännössä.....	24
2.5 OSUUSKUNTALAKI	25
2.5.1 Osuuskunnan määrittäminen	25
2.5.2 Osuuskunnan jäsenet ja ylijäämä.....	26
2.5.3 Osuuskunnan hallinto	28
2.6 OSUUSTOIMINNAN ARVOT JA PERIAATTEET SUHTEESSA LAKIIN	29
2.6.1 Arvot, periaatteet ja laki yhteenvetona	31

3. OSUUSTOIMINTAYRITYSTEN OMISTAJUUS	32
3.1 OSUUSTOIMINTA JA MUUT YRITYSMUODOT, VERTAILUA OMISTUSPOHJALTA.....	32
3.2 OSUUSTOIMINNALLISEN YRITYKSEN OMISTUSMUODON ONGELMAT	35
3.2.1 Ot-yrityksen agenttiongelmat	35
3.3 ASIAKASOMISTAJUUDEN OSA-ALUEET	36
3.3.1 Henkilökohtainen omistajuus	37
3.3.2 Kollektiivinen omistajuus.....	37
3.4 TUTKIMUKSEN HYPOTEESIT TEORIAN POHJALTA	38
3.5 ASIAKASOMISTAJUUDEN VIITEKEHYS	38
4. TUTKIMUSAINEISTO JA MENETELMÄT	42
4.1 TUTKIMUSMENETELMÄ	42
4.2 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS	43
4.3 TUTKIMUSAINEISTON ANALYSOINTI.....	44
4.4 TULOSTEN LUOTETTAVUUS	46
5. TUTKIMUKSEN TULOKSET	48
5.1 VASTAAJIEN TAUSTATIEDOT	48
5.2 HENKILÖKOHTAINEN OMISTAJUUS	52
5.2.1 Henkilökohtainen psykologinen omistajuus.....	53
5.2.2 Henkilökohtainen taloudellirationaalinen omistajuus.....	53
5.3 KOLLEKTIIVINEN OMISTAJUUS	54
5.3.1 Kollektiivinen psykologinen omistajuus	54
5.3.2 Kollektiivinen taloudellirationaalinen omistajuus	55
5.4 TULOSTEN YHTEENVETOA.....	56
5.5 OMISTAJUUDEN MITTARIT.....	60
5.5.1 Ot-yritysten omistajuuden vahvuuksien ja heikkouksien mittari.....	61
5.5.2 Omistajuuden mittari keskeisimpänä perusteena jäsenyydelle.....	64
5.5.3 Omistajuus toimialoittain	67
6. TULOSTEN TARKASTELU	69
LÄHTEET	75
LIITTEET	79

1. JOHDANTO

1.1 Tutkimuksen tausta

Osuustoiminnallisten yritysten omistajuus eroaa muista yritysmuodoista merkittävästi. Osuuskunnissa omistajat ovat yrityksen palveluja käyttävät asiakkaat, joita usein palkitaan palvelujen käytön suhteessa. Osuuskunnilla on selvä kaksoisluonne henkilöyhteisönä ja toisaalta taas taloudellisena yrityksenä (Laurinkari 2004, 32). Tämä osuuskunnan kaksijakoisuus luo yrityksille haasteita, sillä se voidaan ajatella sekä ongelmaksi, että kilpailueduksi. Haasteita yritykselle lisää se, että jäsenten mielipiteet, asenteet ja suhtautuminen yritykseen vaihtelee runsaasti ja kaikessa yritystoiminnassa tulee ottaa huomioon omistajien tarpeet.

Osuuskunnan tulee toimia taloudellisesti kannattavasti, kuten kaikkien muidenkin markkinoilla olevien yritysten, pysyäkseen elossa. Samanaikaisesti osuuskunnan täytyy tuottaa jäsenilleen taloudellista hyötyä, johon kuuluu myös osana esimerkiksi palvelujen tai tuotteiden edulliset hinnat. Nuoralla tanssiminen edullisten palvelujen ja liiketoiminnallisen erinomaisuuden välillä saattaa olla ongelmallista. Osakeyhtiöissä ja yksityisyrittäjissä toiminnan lopettaminen ja voittojen kerääminen saattaa olla joissakin tilanteissa paras vaihtoehto omistajien kannalta, osuuskunnassa tällainen vaihtoehto on useimmiten poissuljettu, sillä osuustoiminnallisen yrityksen tarkoitus on tuottaa jäsenille etua jatkuvasti, ei hetkellisesti. Nykyajan kvartaalitaloudessa omistajat hakevat usein nopeita voittoja markkinoilta. Osuuskunnassa kvartaali saattaa olla 25 vuotta, kuten Pekka Ylihurula sanoi S-Pankkia avatessa pankin voiton tavoitteista (Vänskä 2007).

Ihmisten käsitykset osuustoiminnasta ovat hyvin moninaiset. Osa on hyvinkin tietoinen omistajuussuhteestaan ja osaavat tehdä vaatimuksia omistajuuden pohjalta, kun taas toinen osa ei näe yritysmuotojen välillä eroja, eikä näe itseään osana osuuskuntaa.

Tutkimus sai alkusykäyksensä ruohonjuuritasolta, tavallisen kuluttajan ja kaupan myyjän kohtaamisesta. Tämä yritetään myös muistaa tulosten analysoinnissa, jotta tarkoitus ei hukkuisi teorian ja tutkijoiden näkemysten taakse.

1.2 Tutkimuksen tavoitteet ja rajaukset

Tutkimuksessa pyritään selvittämään koko väestön asenteita osuustoimintayrityksen omistajuuteen. Ovatko kaupassa havaitsemani asenteet yleisiä, vai muutaman harvan mielipide? Eroavatko eri osuuskuntien jäsenten asenteet omistajuudesta? Pitävätkö suomalaiset omistajuutta ylipäättänsä tärkeänä asiana yritystoiminnassa? Muiden muassa näihin kysymyksiin haen vastauksia. Tuloksista riippuen, tietoa voidaan käyttää hyväksi pohtiessa ihmisten tietämystä osuustoiminnasta, sekä asennoitumista osuustoimintaa ja yrityksen omistamista kohtaan. Yksittäisistä yrityksistä tai toimialoista voidaan myös tarkastella osuuskuntien jäsenien asenteita omistamaansa yritystä kohtaan ja pohtia onko tiedottamisessa osuuskunnan toiminnasta parantamisen varaa.

Kirjallisuusosiossa selvitetään osuustoiminnallisten yritysten omistuspohjaa, miten se on alun perin syntynyt ja mitä ongelmia omistuspohjaan liittyy. Kirjallisuusosan olennaisimmat kysymykset ovat:

- Mitä kaikkea osuustoiminnallisen yrityksen omistajuuteen liittyy?
- Miten osuustoiminnallisten yritysten omistajuus eroaa muista yritysmuodoista?
- Miksi osuustoimintayritysten omistajuusmuoto on erilainen kuin muissa yritysmuodoissa?
- Miten osuustoiminnallisten yritysten omistajuutta voidaan tutkia?

Tutkimuksessa rajataan se osa väestöstä pois, joka ei ilmoita kuuluvansa mihinkään osuuskuntaan tai keskinäiseen vakuutusyhtiöön. Tutkimus painottuu kuluttaja- ja palveluosuustoimintaan. Tämä painotus johtuu siitä, että Elintarviketieto Oy teki samanaikaisesti koko väestön osuustoimintatutkimuksen kanssa kattavan tutkimuksen viljelijöiden asenteista osuustoimintaa kohtaan. Iso osa tuottajaosuuskuntien jäsenistä on viljelijöitä, jolloin tuottajaosuuskuntien jäsenien asenteisiin kannattaa keskittyä viljelijätutkimuksen pohjalta. Myös pienosuustoiminta rajataan tämän tutkimuksen ulkopuolelle.

Omistajuus käsitteenä on erittäin laaja. Tutkimuksen näkökannan ollessa liiketaloudellinen, rajataan teoriaosassa omistajuus suppeampaan muotoon, tukeutumalla

pitkälti saman alan valmiiseen tutkimustietoon. Omistajuuden käsitteestä jätetään tutkimuksen ulkopuolelle mm. filosofisen, antropologisen, sekä syvällisemmän psykologisen tutkiskelun.

1.2.1 Aikaisemmat tutkimukset

Suomalaisten suhtautumista osuustoimintaan on tutkittu useita kertoja aiemminkin. Ennen tämänvuotista tutkimusta, edellinen tutkimus on vuodelta 1998, jolloin Elintarviketieto Oy sai Pellervo-Seuralta toimeksiannon tutkimuksen toteuttamiseksi. Tutkimus oli nimeltään ”Väestön suhtautuminen osuustoimintaan”. (Tauriala 1998) Vuoden 2008 tutkimuksen tavoin, tuolloin toteutettu tutkimus suoritettiin TNS Gallupin GallupKanavan kautta. Edeltävä tutkimus samasta aiheesta tehtiin vuonna 1993. Vuoden 1998 tutkimuksen lomakkeen pohjalta koottiin myös vuoden 2008 tutkimuksen lomake. Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää suomalaisten yleissuhtautumista osuustoimintaan, osuustoiminnan tuntemusta ja jäsenyyden perustetta. Omistajuutta, joka on tämän tutkimuksen pääaiheena, ei omana aiheenaan tuolloin sen koomin tutkittu.

1.3 Tutkimusongelma

Empiirisessä osassa selvitettiin suomalaisten suhtautumista omistamiinsa osuustoimintayrityksiin, sekä osuustoimintayritysten vahvuuksia ja heikkouksia omistajuuden kannalta. Samoin selvitettiin, kuinka tärkeinä suomalaiset pitävät omistajuuteen liitettäviä ominaisuuksia yritystoiminnassa yleensä. Empiirisen tutkimuksen olennaisimmat kysymykset ovat:

- Kuinka tärkeänä suomalaiset pitävät omistajuutta yritystoiminnassa?
- Pitävätkö suomalaiset omistajuuden ominaisuuksia ot-yritysten vahvuuksina tai heikkouksina?
- Onko omistajuus olennainen peruste jäsenyyteen tai asiakkuuteen osuustoimintayrityksissä?
- Vaikuttavatko vastaajan ikä, jäsenyys tai asuinkuntatyyppi omistajuuden asenteisiin?

Ottaen huomioon osuustoiminnallisten yritysten vahvan kasvun viime vuosina, sekä jäsenmäärällisesti, että liikevaihdollisesti, on hypoteesina, että keskimäärin ihmiset pitävät omistajuutta tärkeänä ja osuustoimintayritysten vahvuutena. Hypoteesina on myös, että asiakkaan taloudellinen etu menee selvästi psykologisten taustavaikutusten edelle. Näitä kysymyksiä täsmennetään teoriaosan hypoteeseissa.

1.4 Keskeiset käsitteet

1.4.1 Keskinäinen vakuutusyhdistys ja -yhtiö

Vakuutusyhdistyslain mukaan vakuutusyhdistys on osakkaiden keskinäiseen vastuuseen perustuva vakuutuslaitos, jonka toiminta-alue saa olla enintään 40 kunnan alueella. Ensimmäisen luvun toisessa momentissa määritellään yhdistyksen osakkaiksi, eli omistajiksi, vakuutuksenottajat. (Vakuutusyhdistyslaki 31.12.1987/1250.) Tämä omistus pohja tekee keskinäisistä vakuutusyhtiöistä osuustoiminnallisia yrityksiä. Keskinäisyys on siis vakuutusalan osuustoimintaa (mm. Laurinkari 2004, 51).

Yhdistysjärjestyksessä voidaan määrätä, ettei jälleenvakuutuksen ottaminen tuota osakkuutta. Vakuutusyhdistys ei saa harrastaa henkivakuutusta, lakisääteistä vakuutusta, vahinkovakuutusluokkiin 14(luotto) ja 15(takaus) kuuluvaa vakuutusta eikä vakuutusta kymmentä vuotta pitemmäksi ajaksi. (Vakuutusyhdistyslaki 31.12.1987/1250.)

Mikäli vakuutusyhdistys haluaa toimia säädettyä toiminta-alueella laajemmalla alueella, tai Suomen rajojen ulkopuolella, on sen muututtava keskinäiseksi vakuutusyhtiöksi. Keskinäisiä vakuutusyhtiöitä sitoo vakuutusyhtiölaki. (Vakuutusyhtiölaki 28.12.1979/1062.)

1.4.2 Osuustoimintayritys, osuustoiminnallinen yritys

Osuustoiminnalliseksi yritykseksi, tai osuustoimintayritykseksi, kutsutaan osuuskuntia ja keskinäisiä vakuutusyhdistyksiä ja -yhtiöitä. Tähän ryhmään ei kuulu keskinäiset työeläkevakuutusyhtiöt. Työeläkevakuutukset ovat pakollisia, jonka takia Tel-vakuuttajat eivät täytä Kansainvälisen Osuustoimintaliiton, ICA:n, kriteereitä vapaaehtoisesta

jäsenyydestä osuustoimintayrityksissä.(ICA 2007) Sekä osuuskunnissa, että keskinäisissä yhtiöissä omistajuuspohjana on asiakkaiden toimiminen yrityksen omistajana. Molempien yritysmuotojen toimintaperiaatteena on myös tuottaa näille omistaja-asiakkaille, tai asiakasomistajille, taloudellista hyötyä. Tässä tutkimuksessa viitataan osuustoimintayrityksellä ja osuustoiminnallisella yrityksellä osuuskuntiin ja keskinäisiin yhtiöihin. Osuustoiminnallisista yrityksistä käytetään tässä tutkimuksessa myös lyhennettä ot-yritykset.

1.4.3 Asiakasomistaja, omistaja-asiakas

Osuuskuntien jäsenistä käytetään usein nimitystä asiakasomistaja (mm. Neilimo 2005). Nimitys johtuu osuuskunnan jäsenten kaksijakoisuudesta, sillä he ovat useimmiten sekä osuuskunnan asiakkaita, että omistajia. Toinen vaihtoehtoinen termi osuustoiminnallisen yrityksen jäsenistä on omistaja-asiakas. Tätä termiä käyttävät erityisesti keskinäiset vakuutusyhtiöt. Tässä tutkimuksessa käytetään molempia termejä viitattaessa osuustoiminnallisen yrityksen jäsenistöön, jotka toimivat yrityksen asiakkaina ja omistajina. Tutkimuksessa asiakasomistajalla tarkoitetaan kaikkia tutkimuksessa mukana olleita vastaajia.

1.4.4 ICA

International Co-operative Alliance, eli Kansainvälinen Osuustoimintaliitto, on itsenäinen, kansainvälinen järjestö, joka yhdistää, edustaa ja palvelee osuustoiminnallisia yrityksiä maailmanlaajuisesti. Kansainvälisen Osuustoimintaliiton ensisijainen päämäärä on edistää ja tukea osuustoiminnallista identiteettiä varmistamalla, että osuustoiminnallinen yrittäjyys on yleisesti hyväksytty yrittäjyyden muoto ja että osuustoiminnalliset yritykset kykenevät kilpailemaan markkinoilla. Järjestö perustettiin vuonna 1895 ja järjestöllä on 225 jäsenorganisaatiota yhteensä 87 maasta.(ICA 2008) ICA:n suomalaisia jäseniä ovat Suomen Osuuskauppojen Keskusliitto SOKL ry ja Pellervo-Seura ry. International Co-operative Alliancesta käytetään sen virallista lyhennettä ICA. Useat muut järjestöt käyttävät samaa lyhennettä, mutta tässä tutkimuksessa lyhenteellä viitataan aina Kansainväliseen Osuustoimintaliittoon.

1.4.5 Pellervo-Seura

Pellervo-Seura ry. on yli satavuotias (perustettu vuonna 1899) osuustoiminnan palvelu- ja yhteistyöjärjestö, jonka tehtävänä on edistää osuustoimintaa yrittämismallina ja osuustoiminnallista yritysmuotoa kilpailukykyisenä yritysmuotona. Osa palveluista on tarkoitettu suoraan yritysten käyttöön ja osa vaikuttaa yritystoiminnan puitteisiin. Pellervo-Seura on myös Kansainvälisen Osuustoimintaliiton ICA:n jäsen. Pellervo-Seuran jäseninä ovat noin 390 osuustoiminnallista yritystä, liittoa sekä järjestöä monelta eri toimialalta. (Pellervo-Seura 2008) Pellervo-Seuran kotipaikka on ollut jo vuodesta 1921 lähtien Helsingin keskustassa Simonkadulla sijaitseva Maalaistentalo, jonka Seura omistaa yhdessä MTK:n kanssa. (Kuisma ym. 1999) Tässä tutkimuksessa Pellervo-Seura ry:n viitataan nimellä Pellervo tai Pellervo-Seura.

2. OSUUSTOIMINTA

Osuustoimintaa esiintyy erilaisina yritystoiminnan versioina eri puolilla maapalloa ja tämän takia osuustoiminnalle löytyy useita erilaisia tulkintoja (Juutinen ym. 2002, 8-9). Juhani Laurinkari (2004, 7) aloittaa osuustoimintaa käsittelevän oppikirjansa toteamalla "Osuuskunta on yksi liiketoiminnan harjoittamisen muoto, muutoin sen ominaisuudet ovat määrittelemättä". Tämän määrittelemättömyyden takia osuustoiminnallista yrittämistä on vaikea lähestyä teoreettiselta pohjalta.

Osuustoiminnan periaatteiden määrittely länsimaisessa markkinataloudessa yleisesti perustuu Kansainvälisen Osuustoimintaliiton määritelmiin, joita Suomen osuustoiminnan palvelujärjestö, Pellervo-Seura, noudattaa, suomentaa ja viestittää eteenpäin (mm. Juutinen ym. 2002; Skurnik 2005). Suomessa osuuskuntalaki sen sijaan määrittelee osuuskunnan lailliset vaatimukset.

2.1 Osuustoiminnan luonne ja toimialat

2.1.1 Osuustoiminnan käsite

Kansainvälinen Osuustoimintaliiton määritys osuuskunnasta on: "itsenäinen henkilöyhteisö, johon jäsenet liittyvät vapaaehtoisesti toteuttaakseen yhteisesti omistamansa ja demokraattisesti hallitsemansa yrityksen avulla taloudellisia, kulttuurisia ja sosiaalisia tavoitteitaan ja tarpeitaan" (MacPherson 1995, ref. Suomen Kuluttajaosuustoiminnan liitto 2002). Yksinkertaisemmin voidaan sanoa, että osuustoiminta on sosiaalista ja taloudellista yhteistoimintaa, jäsentensä tarpeiden tyydyttämiseksi. Näiden määritelmien mukaan osuustoimintaan liittyy kolme tärkeää ulottuvuutta tai periaatetta. Ensimmäinen on: käyttäjä omistaa -periaate, jonka mukaan osuuskunnan palveluja käyttävät henkilöt myös omistavat osuuskunnan ja rahoittavat osuuskunnan toimintaa. Toinen on: käyttäjä kontrolloi -periaate, sillä osuuskunnan palveluja käyttävät henkilöt kontrolloivat osuuskunnan toimintaa. Kolmas ulottuvuus on: käyttäjä hyötyy -periaate, sillä osuuskunnan palvelujen tuottama hyöty jakaantuu käyttäjille heidän palvelujen käytön suhteessa. (Barton 1989, ref. Skurnik 2005, 543.)

Yritysmuotona osuuskunta voidaan kuvailla intressiyhteenliittymäksi, joka harjoittaa taloudellista toimintaa. Yritysmuotona osuuskunta tukee jäsenten taloudenpitoa ja elinkeinoa, järjestämällä jäsenilleen tarvittavia palveluita. Jäsenet perustavat, hallitsevat ja omistavat osuuskunnan ja voitonjako maksetaan jäsenille yrityksen palvelujen käytön suhteessa. (Juutinen ym. 2002, 9.)

Osuustoiminnan keskeinen piirre on jäsenlähtöisyys. Tämä heijastuu osuustoiminnan käsitteissä, jotka ovat itseapu, itsehallinto ja omavastuu. Muista liiketoiminnan muodoista osuustoiminnallinen yritys eroaa olennaisesti siinä, että yritys ei pyri ainoastaan tuottamaan voittoa, vaan liiketoiminnan tulosta voidaan jakaa jo tilikauden aikana jäsenille, tai osa voitosta saatetaan käyttää esimerkiksi osuustoiminnallisen yrityksen lähialueen kulttuurin tai hyvinvoinnin edistämiseksi. Euroopassa on osuuskuntien lisäksi muitakin instituutioita, joiden toiminta perustuu taloudelliseen yhteistoimintaan. Euroopan osuuskuntasäädöksessä kaikki tällaiset ilmiöt määriteltiin käsitteen "economie sociale" -piiriin. (Laurinkari 2004, 26.)

2.1.2 Osuustoiminnan luonne

Osuustoiminnan erikoisuutena on sen kaksoisluonne. Osuustoiminnallinen yritys on samanaikaisesti liiketaloudellinen ja jäsentensä hyvinvointia tavoitteleva yhteisö. Nämä kaksi lähtökohtaa joutuvat usein vastakkain, joiden välillä ot-yrityksen tulee taiteilla. Myös jäsenillä on kaksoisrooli, sillä jäsenet ovat samanaikaisesti omistajia ja asiakkaita. Tämäkin kaksoisrooli saattaa usein olla ristiriidassa liiketaloudellisesti ajateltuna. Osuustoiminnan periaatteisiin kuuluu, että yrityksen tavoitteita hallitsee ensisijaisesti jäsenten hyvinvointi. Osuustoiminnalla on täten tavoitteita, joita puhtaasti liiketaloudellisella yritystoiminnalla ei välttämättä ole. (Laurinkari 2004, 37-38.)

Osuuskuntien luokitteluun on monia erilaisia tapoja. Yksi tapa on luokitella osuuskunnat aluksi ensiasteen (perusosuuskunnat) ja korkeamman asteen osuuskunniksi. Ensiasteen osuuskunnat ovat fyysisten henkilöiden perustamia osuuskuntia ja korkeamman asteen osuuskunnat ovat ns. keskusosuuskuntia, joiden jäseniä voivat olla monet eri osuuskunnat (esim. SOK) tai monet eri yritykset (esim. Luottokunta). Keskusosuuskunnat voivat kuulua joko toisen asteen, tai sitä korkeamman asteen osuuskuntiin. (Laakkonen & Laurinkari 1995, 51-55.)

Ensiasteen osuuskunnat voidaan jakaa täys-, tukemis-, hankinta- ja markkinointiosuuskunniksi. Täysosuuskunnat ovat sellaisia, joissa kaikki osuuskunnan jäsenet ovat osuuskunnan palveluksessa ja joiden jäsenistä yksikään ei toimi osuuskunnan ulkopuolella. Tällöin osuuskunta on jäsenilleen sekä kulutus-, että tuotantoyksikkö. (Laakkonen & Laurinkari 1995, 51-55.)

Tukemisosuuskuntien tehtävänä on auttaa jäseniään taloudenpidossa tai elinkeinonsa tai ammattinsa harjoittamisessa. Osuuskunta on jäsentensä palveluksessa, eikä jäsenten työvoima ole varsinaisesti osuuskunnan käytössä. Jäsenten taloudellinen toiminta painottuu osuuskunnan ulkopuolelle ja jokainen jäsen toimii parhaan harkintansa mukaisesti. Työosuuskuntaa voidaan pitää yhtenä tukemisosuuskunnan muotona. (Laakkonen & Laurinkari 1995, 52; Laurinkari 2004, 28.)

Hankintaosuuskunnan tehtävänä on yhdistää jäsentensä samansuuntaiset hankinnat. Tällä tavalla jäsenet hyötyvät osuuskunnan jäsenyydestä mittakaavaeduilla, jolloin heidän asemansa markkinoilla paranee. Hankintaosuuskuntiin kuuluu myös esimerkiksi kuluttajien osuuskunnat, jotka tarjoava jäsenilleen (myös ei-jäsenille) päivittäistavaroita. (Laakkonen & Laurinkari 1995, 53; Laurinkari 2004, 28-29.)

Markkinointiosuuskunnat ovat yleensä erikoistuneet jonkin tietyn hyödykkeen keräilyyn, jalostukseen ja markkinointiin. Tehtäviä voivat olla esimerkiksi käsityöläisten tuotteiden tai teollisuudenharjoittajien tuotannon markkinointi. Markkinointiosuuskuntien taloudellinen merkitys jäsenilleen on usein hankintaosuuskuntaa merkittävämpi. Näiden kahden osuuskuntaluokan välinen ero on usein melko pieni, sillä molemmat osuuskuntaluokat hoitavat samoja tehtäviä. (Laakkonen & Laurinkari 1995, 53-54; Laurinkari 2004, 29-30.)

2.1.3 Osuustoiminnan toimialat Suomessa

Pellervo-Seura ja Osuustoiminta-lehti jakavat osuustoiminnallisten yritysten toimialat nelijaon mukaisesti. Nämä neljä kategoriaa ovat: palvelu-, kuluttaja-, tuottaja- ja pien- eli uusosuustoiminta. (mm. Osuustoiminnan Vuosikirja 2007, 18.)

Osuustoiminnan perinteisiä toimialoja edustaa palvelu-, tuottaja- ja kuluttajaosuustoiminta. Palveluosuustoimintaan kuuluu pankki- ja vakuutustoiminta. Suomessa kyläkassojen, tai osuuskassojen, ja palovakuutusyhdistysten, joista myöhemmin muotoutui Lähivakuutusryhmä, historia on jo yli 100-vuotias. Osuuskuntamuotoisia pankkiryhmiä toimii Suomessa tällä hetkellä kaksi, Osuuspankkiryhmä (OP), sekä Paikallisosuuspankit (POP). OP-ryhmään kuuluu yli 230 osuuspankkia ja POP-ryhmään yli 40 paikallisosuuspankkia. Yhdessä nämä pankkiryhmittymät hallitsevat yli kolmannesta Suomen talletusmarkkinoista. Keskinäisiä vakuutusyhtiöitä toimii Suomessa toistakymmentä sekä lisäksi Lähivakuutusryhmä, joka koostuu yli 80 lähivakuutusyhdistyksestä. Yhdessä keskinäisten vakuuttajien jäsenmäärä hipoo kolmea miljoonaa. Keskinäisiä vakuutusyhtiöitä ovat mm. Tapiola, Fennia ja Suomi-yhtiö. (Osuustoiminnan Vuosikirja 2007, 18-29.)

Tuottajaosuustoiminta on Suomessa ollut alkuajoista lähtien melko vahvaa, jonka takia tuottajaosuuskunnat lasketaan myös perinteiseen osuustoimintaan. Tuottajaosuustoimintaan kuuluu Suomen suurin ot-yritys, Metsäliitto, muutama liha- ja einestalo, osuusmeijerit, kotieläinjalostusosuuskunnat sekä munaosuuskunnat. HKScan, Atria ja Järvi-Suomen-Portti edustavat liha-alan osuustoimintaa. HKScanin ja Atrian osakeyhtiötaustasta huolimatta ne lasketaan osuustoiminnallisiksi yrityksiksi, sillä molempien osake-enemmistön ja äänivallan takana ovat osuuskunnat. Osuustoiminnallisten lihatalojen markkinaosuus lihan hankinnasta tuottajilta on Suomessa lähes 80 %. Osuusmeijerit hallitsevat Suomen markkinoita vielä lihatalojakin selkeämmin. Suomen markkinoilla maidon vastaanoton osuus tuottajilta on osuusmeijereillä peräti yli 96 %. Osuusmeijereiden keulakuvana toimii niiden yhdessä omistama Valio. Vielä vuonna 2006 kotieläinjalostus oli kokonaisuudessaan osuuskuntien hallitsema Suomessa. Muna-alalla myynnin osuus päivittäistavarakaupalle oli osuustoiminnallisilla munapakkaamoilla 64 %. (Osuustoiminnan Vuosikirja 2007, 18, 34-42.) Näistä luvuista voidaan päätellä, että tuottajaosuustoiminta on Suomen markkinoilla usealla alalla hallitseva yritysmuoto, ainakin markkinaosuuksien perusteella.

Kuluttajaosuustoimintaan kuuluvat S-ryhmä sekä Tradeka osuuskunta. S-ryhmä koostuu alueosuuskaupoista ja pienemmistä paikallisosuuskaupoista. Vanhimmat osuuskaupat ovat jo yli 100-vuotiaita. Vuonna 2006 S-ryhmä oli markkinajohtaja pt-kaupassa lähes 40% markkinaosuudellaan ja on kasvattanut osuuttaan vielä tämän jälkeenkin.

Alueosuuskauppojen omistajia on jo reippaasti yli 1,6 miljoonaa. Tradeka osuuskunta on luopunut kauppatoiminnastaan ja keskittyy nykyään hotelli- ja ravintola-alalle omistamansa Restel Oy:n kautta. (Osuustoiminnan Vuosikirja 2007, 18, 30-32.) Tradeka osuuskunnan myytyä päivittäistavarakaupan toiminnan sijoitusyhtiö Industri Kapitalille, loppui yksi merkittävä aikakausi Suomen osuuskauppatoiminnassa, kun toinen kilpailevista osuuskaupoista poistui päivittäistavaramarkkinoilta.

Pien- eli uusosuustoiminnaksi lasketaan kaikki vuonna 1987 ja sen jälkeen perustetut osuuskunnat. Näitä osuuskuntia on noin 2500 ja ne toimivat monella eri alalla. Esimerkkeinä pienosuuskunnista ovat työosuuskunnat, erilaiset hoivaosuuskunnat sekä uudet vesi-, sähkö- ja laajakaistaosuuskunnat. (mm. Osuustoiminnan Vuosikirja 2007.)

2.2 Osuustoiminnan historia ja perinteet

Osuustoimintaa ei ole määritelty maailmanlaajuisesti yleispätevästi (Laurinkari 2004, 7). Eri osuustoimintaperinteet eroavat osittain melko runsaasti toisistaan, mikä omalta osaltaan vaikuttaa siihen, ettei osuustoimintaa pystytä määrittelemään samankaltaiseksi maailmanlaajuisesti. Tässä luvussa tutustutaan eri osuustoimintaperinteisiin ja historiaan, jotka selittävät osuustoiminnan eroja myös omistuspohjalta.

Esiosuustoimintaa on harjoitettu ympäri maailman jo useita vuosisatoja. Esimerkiksi Suomessa löytyy tietoja 1500-luvulla toimineesta talkootoiminnasta. Esiosuuskunniksi Suomessa voidaan laskea myös vanhat osuussahat ja -myllyt. Osuustoiminnallisia yrityksiä alkoi pikkuhiljaa syntyä 1700-luvulla, mm. Englantiin, Skotlantiin ja Sveitsiin. (Laurinkari 2004, 17.) Ranskassa ja Englannissa 1820- ja 1830-luvuilla toimineista yhteistoimintaan perustuvista järjestöistä ryhdyttiin tuolloin kutsumaan yhteisnimitystä osuustoiminnallinen, ko-operatiivinen yhteenliittymä (Laurinkari 2004, 13). Teollinen vallankumous ja sitä seurannut kaupungistuminen loi edellytykset osuustoiminnan kehittymiselle (Neilimo 2005, 11).

Maailman ensimmäinen osuustoimintalaki säädettiin vuonna 1852 Englannissa. Hieman tätä ennen, vuonna 1849 Saksan osuustoiminta sai alkusykähdyksensä, kun F.W.Raiffeisen perusti maataloustuottajien osuuskunnan, lähinnä koronkiskonnan estämiseksi. (Laurinkari 2004, 16-17.) Yksi merkittävimmistä tapahtumista

osuustoiminnallisen yrittämisen kannalta oli kuitenkin vuonna 1844, kun Pohjois-Englannissa, Rochdalen kaupungissa, kankaankutojat perustivat oman osuuskunnan nimeltä Rochdale Equitable Pioneers Society. (mm. Neilimo 2005, Laurinkari 2004) Tästä syntyi myös niin sanottu rochdalelainen osuustoimintaperinne, joka vaikuttaa edelleen jossain määrin nykyosuustoiminnan kehittymiseen.

2.2.1 Rochdalen osuustoimintaperinne

Laurinkari (2004) kutsuu kirjassaan länsimaista osuustoimintaperinnettä Rochdalen osuustoimintaperinteeksi, kun taas Melnyk (1985) kutsuu tätä ”liberaaliksi demokraattiseksi perinteeksi”. Kolme erityispiirrettä leimaa länsimaista osuustoimintaperinnettä verrattuna muihin osuustoimintaperinteisiin. Ensinnäkin yksityisomistuksen painotus, toiseksi perustoleranssi kapitalismia kohtaan ja kolmanneksi pragmaattinen yhteisfunktionalismi, eli käytännöllinen yhteistyötavoite. Rochdalen periaatteet eivät alun perin maininneet mitään yksityisomistuksesta, mutta periaatteiden seurauksena yksityisomistus hyväksyttiin periaatteelliseen pohdintaan mukaan. Rochdalen osuustoimintaperinteen periaatteet määrittelevät nykyisin suurimman osan osuustoiminnallisista yrityksistä läntisessä Euroopassa ja Pohjois-Amerikassa. (Melnyk 1985, 15) Melnykin (1985) kirjan jälkeen Kansainvälinen Osuustoimintaliitto päivitti kannanotossaan (MacPherson 1995) osuustoiminnan periaatteet. Nämä periaatteet pohjautuivat paljolti Rochdalen periaatteisiin, kuten pohjautuivat aiemmatkin periaatteiden kannanotot, jonka takia länsimaisen osuustoimintaperinteiden kuvaamiseen sopii paremmin ”Rochdalen osuustoimintaperinne”.

Etenkin alkuvaiheessa rochdalelaiselle osuustoimintaperinteelle oli ominaista pyrkimys yhteiskunnallisen epäoikeudenmukaisuuden poistamiseen ja koko yhteiskunnan muuttamiseen osuustoiminnalliseksi. Koko maailman osuustoiminnallistamisesta ei 1900-luvun alussa enää keskusteltu. Rochdalelaisuuteen kuului luotolla elämisen karttaminen, sekä julkiseen valtaan tukeutumisen välttely. Ominaista perinteelle oli myös yksityistalouden merkityksen korostaminen (olennainen ero esimerkiksi sosialistisiin ja kommunistisiin osuustoimintaperinteisiin), markkinatalouden hyväksyminen sekä käytännölliset yhteistyötavoitteet. (Laurinkari 2004, 34-35.) Rochdalen osuuskunnan periaatteina olivat:

- demokraattinen tahdonmuodostus
- avoin jäsenyys
- osuuksille maksettavan koron rajoittaminen
- hyvitys sen mukaan kuin oli käyttänyt osuuskunnan palveluja
- säästäminen
- käteismaksukauppa
- tavaroiden laatutakuu
- jäsenten koulutus
- poliittinen ja uskonnollinen sitoutumattomuus

Myöhemmin nämä periaatteet määrittivät myös Kansainvälisen Osuustoimintaliittoon liittyvien järjestöjen toiminnallisen perustan. (Laurinkari 2004, 14.) Kuten listasta näkee, moni Rochdalen periaatteista löytyi jossain muodossa myös Kansainvälisen Osuustoimintaliiton kannanotossa osuustoiminnan periaatteista. (ks. Luku 2.4.1 ICA:n määrittämät osuustoiminnan arvot ja periaatteet.)

2.2.2 Kommunistinen osuustoimintaperinne

Kommunistista osuustoimintaperinettä on myös aiemmin kutsuttu marxistiseksi perinteeksi (Melnik 1985, 31-52). Kommunistinen osuustoimintaperinne sai alkunsa Venäjän vallankumouksen jälkeen, eli huomattavasti Rochdalelaisen (liberaalin demokraattisen-) perinteen jälkeen Karl Marx tunsi rochdalelaisen osuustoiminnan piirteet ja periaatteet, sekä niiden tuomat mahdollisuudet. Hän kuitenkin oli sitä mieltä, että osuustoiminnan kautta ei voida siirtää yhteiskunnallista valtaa köyhälistön ja työläisten käsiin. Kommunistisen osuustoimintaperinteen olennaisin piirre on, että osuuskunnat olivat pääosin valtiovallan ohjauksessa. Kommunistisessa mallissa osuuskuntia käytettiin vastavallankumouksen torjuntaan. Lisäksi osuuskunnat vastasivat usein myös julkisen vallan tehtävistä, kuten sosiaali- ja terveydenhuollosta sekä opetustoimesta. Monissa kommunistisissa maissa osuuskuntien jäsenet saivat viljeltäväkseen pienen maapalstan ja tällä tavoin saivat harrastaa pienimuotoista yritystoimintaa. Neuvostoliitossa jäsenten tuottamat tuotteet myytiin kolhoositoreilla. (Laurinkari 2004, 35-36; Melnik 1985, 31-52.) Ennen 1990-lukua osuuskuntanimitystä käytettiin eri merkityksessä Euroopan kommunistisissa suunnitelmatalouden maissa kuin markkinatalouden maissa. Kommunistisissa maissa julkinen valta asetti osuuskunnat

erityisasemaan verrattuna muuhun liiketoimintaan. (Laurinkari 2004, 45.) Tämän takia useassa entisessä kommunistisessa maassa suhtaudutaan melko varauksellisesti osuustoimintaan, koska miellelyhtymänä ovat neuvostoaikaiset kolhoosit.

2.2.3 Sosialistinen osuustoimintaperinne

Sosialistisen osuustoimintaperinteen tunnusmerkkeihin kuuluu yksinkertaistettuna: monialaisuus, yksityisomistuksen ja kapitalismin vastustaminen, sekä usein osuustoiminnan liittyminen paikalliseen yhteistoimintaperinteeseen. Lisäksi sosialistisen osuustoimintaperinteeseen liittyvät osuuskunnat kehittyvät yleensä markkinatalousjärjestelmässä ja valtiolta ei osallistu niiden suunnitteluun eikä ylläpitoon, toisin kuin kommunistisessa osuustoimintaperinteessä. Useimmiten sosialistisen perinteen osuuskunnat ovat vahvasti kytköksissä valtiovaltaan, vaikka valtio ei niiden itsemääräämiseen puuttuisikaan. Sosialistiset osuuskunnat eivät myöskään ole syntyneet marxilaisesta vallankumouksesta, eikä antikommunistisesta liikkeestä. Esimerkkinä sosialistisesta osuustoimintaperinteestä voidaan pitää Israelilaisia kibbutseja tai Espanjan baskialueiden osuuskuntia. Kibbutsit ovat vahvasti sidoksissa sionistiseen liikkeeseen ja toimivat taloudellisesti ja poliittisesti osana Israelin valtiota. Kibbutseissa kaikki jäsenet saavat yhtäläisen osan osuuskunnan tuotoksesta. Kibbutsi huolehtii jäsenten terveydenhuollosta, koulutuksesta ja asumisesta. Kibbutseissa ominaista on se, että ne muodostavat voimakkaan yhteisön, jonka jäsenet kokoontuvat joka viikko yhteiseen kokoukseen, jossa päätetään osuuskunnan asioista. (Melnik 1985, 53-64; Laurinkari 2004, 36.)

2.2.4 Yhteisöllinen osuustoimintaperinne

Yhteisöllistä osuustoimintaperinnettä on pidetty utopistisena verrattuna muihin osuustoimintaperinteisiin. Yhteisöllinen osuustoimintaperinne viittaa yleensä pieniin, vapaamuotoisiin ja vapaaehtoisin yhteisöihin. Ominaista yhteisölliselle osuustoimintaperinteelle on eristäytyvä toiminta ja jäsenien halu vetäytyä muusta yhteiskunnasta. Jäsenien näkemys on, että tietyt arvot ja tavoitteet eivät säily, ellei yhteisö pyri irrottautumaan laajemmasta kokonaisuudesta. Irrottautumalla jäsenet voivat kehittää yhteisöään ja elää rauhassa. Yhteisöllisissä osuuskunnissa taustalla on usein

myös karismaattinen johtaja. Vaikka johtaja on valittu demokraattisesti, on hän usein yhteisön pitkäaikainen, ellei jopa elinikäinen voimakas johtohahmo. Yhteisöllisen osuustoimintaperinteen yhteisöt ovat useimmiten hyvin pieniä, jolloin kaikki jäsenet tuntevat toisensa hyvin. Toiminnan tavoitteena on usein tuotannon, omistuksen ja kulutuksen totaalinen yhteisyys, joka tarkoittaa sitä, että toiminnassa mennään jopa pidemmälle, kuin marxilaisessa ja sosialistisessa perinteessä. (Melnik 1985, 79-105; Laurinkari 2004, 36-37.)

2.3 Osuustoiminta Suomessa

Tieto järjestäytyneestä osuustoiminnasta tuli Suomeen eri kanavien kautta 1800-luvun lopulla (Laurinkari 2004, 18). Historiallinen tilanne oli tuolloin Suomessa otollinen osuustoiminnan leviämiseksi. Yhteiskunnallinen tilanne oli juuri kärjistyksessä ja sortokausi alkamassa, joka aiheutti kansalaisille toimeentulo-ongelmia (Blomstedt 1978, 34). Suomen osuustoiminta-ajattelun isänä pidetyn Hannes Gebhardin (mm. Skurnik 2005; Henttinen 1999; Blomstedt 1978) mielestä kansallinen kulttuuri ja olemassaolo olivat vaarassa, jos venäläiset valtaisivat valtiollisen ja jopa kunnallisenkin järjestelmän. Tämän takia tuli kehittää jokin yksityinen sivistysjärjestö, joka toimisi suojamuurina suomalaisen kulttuurin ympärillä. Tähän tehtävään Hannes Gebhard päätti osuuskuntien olevan paras vaihtoehto. (Henttinen 1999, 32.) Tämän takia Suomen autonomiaa horjuttanut helmikuun manifestia pidetäänkin osuustoiminta-ajattelun leviämisen laukaisijana (Blomstedt 1978, 9-11). Kansallisen identiteetin muotoutumisen lisäksi vähintäänkin yhtä tärkeänä tekijänä osuustoiminnalliseen järjestäytymiseen pidetään maan sisäistä sosiaalista rakentumista. Osuuskunta organisaationa on tuolloin ollut jäseniä integroiva sosiaalinen elementti. (Ilmonen 1984, 253.) Hannes Gebhard perusti Pellervo-Seuran vuonna 1899 osuustoiminnan keskusjärjestöksi. Gebhard toimi keskiluokan ja maaseutuväestön osuustoiminta-ajattelun johtohahmona, kun taas työväestön osuustoiminnan keulahahmona toimi Väinö Tanner. Aluksi osuustoimintaa vietin eteenpäin maaseutuväestö ja työväestö rinta rinnan, kunnes vuonna 1916 tapahtui jakautuminen porvarilliseen- ja työväen osuustoimintaan. (Neilimo 2005, 16.)

Osuustoiminta-ajattelu liittyi Suomessa aluksi enimmäkseen maalaisväestön elinolojen parantamiseen ja alkuaikoina osuustoiminta pysyi lähinnä pientilallisten ja torppareiden asiana (Laurinkari 2004, 18). Esimerkiksi osuuskauppa-ajattelu tuli Suomeen vasta 1900-

luvun alussa, 60 vuotta Rochdalen kankureiden osuusmyymälän perustamisen jälkeen. Syynä tähän myöhäiseen osuuskaupan saapumiseen Neilimo (2005, 15) sanoo mm. kaupungistumisen hitaamman etenemisen Suomessa verrattuna muuhun Eurooppaan. Vaikka osuustoiminta-aate tuli Suomeen myöhemmin kuin muualla Euroopassa, tuli osuustoiminnasta yksi 1900-luvun alun suurimmista kansanliikkeistä (Laurinkari 2004, 19). Vuonna 1901 perustettiin Suomeen ensimmäinen osuuskauppa ja samana vuonna myös säädettiin Suomen ensimmäinen osuuskuntalaki, joka loi perustan osuuskuntien luomiselle. Tämän jälkeen osuustoiminta-aate levisi räjähdysmäisesti paikallisista keskuksista kaikkialle Suomeen. (Neilimo 2005, 16.) Vuonna 1902 oli tiedossa jo 36 toimivaa osuuskauppaa, kun vuoden 1901 lopussa osuuskauppoja oli tiedossa yhdeksän (Inkinen 2000, 243).

2.3.1 Osuustoiminta Suomessa nykyään

Tuoreimman tutkimuksen mukaan (Suomen Gallup Elintarviketieto Oy 2008) suomalaisista aikuisista 84% kertoo olevansa jäsen jossain osuustoiminnallisessa yrityksessä. Myönteisyys ja kiinnostus osuustoimintaa kohtaan on kasvanut viime tutkimuksesta (Tauriala 1998), eikä kielteisyyttä kovinkaan paljoa esiinny. Osuustoiminnan suurimmiksi vahvuuksiksi koetaan asiakasedut, paikallisuus, yhteistoiminta ja suomalainen omistus. (Suomen Gallup Elintarviketieto Oy 2008, 16)

Osuustoiminnan taloudellinen merkitys on suurempi Suomessa, kuin missään muussa maassa. Tämän takia Suomi on maailman osuustoiminnallisin maa. Tieto tulee ilmi ICA:n Global300 (Cronan 2006) tilastosta, josta kahdella eri kriteerillä, listan osuuskuntien määrä joka maasta suhteessa väkilukuun ja listan yritysten liikevaihto suhteessa maan bruttokansantuotteeseen, Suomi ottaa kärkisijan (Kalmi 2006). Myös osuuskuntien jäsenmäärää verratessa väestönmäärään, Suomi on osuustoiminnallisuudessa maailman kärkisijalla (Osuustoiminnan Neuvottelukunta 2005, 7).

Suomessa osuustoiminnallisten yritysten jäseniä on jo yli 6,2 miljoonaa, eli enemmän kuin Suomessa on ihmisiä. Jäsenmäärästä noin 2,8 miljoonaa ovat keskinäisten vakuutusyhdistysten jäseniä ja loput, 3,4 miljoonaa, ovat osuuskuntien jäseniä. Suomessa osuustoimintayritykset työllistävät yli 100 000 ihmistä ja yritysten yhteenlaskettu

liikevaihto hipoo 32 miljardia euroa. Osuustoiminnallisten yritysten kasvu on ollut tällä vuosituhannella keskimääräistä talouskasvua nopeampaa. Osuustoiminnallisia yrityksiä Suomessa oli vuonna 2006 yhteensä 3988. (Osuustoiminnan Vuosikirja 2007.)

Kymmenen Suomen suurimman osuustoimintayrityksen joukkoon mahtuu yrityksiä usealta eri alalta. Liikevaihdoltaan suurin ot-yritys on Metsäliitto, jonka liikevaihto vuonna 2006 oli 9271 miljoonaa euroa. Toiseksi suurimman, SOK-yhtymän, liikevaihto ylsi 6834 miljoonaan euroon ja listan kolmas, OKO 1807 miljoonaan euroon. Kymmenen joukosta löytyy myös elintarvikealan yrityksiä, sekä meijeri- että liha-alalta: Valio Oy, HKScan ja Atria Oyj. Jäsenmäärältään suurimpia ot-yrityksiä ovat alueosuuskaupat ja näistä suurin on HOK-Elanto, yli puolen miljoonan jäsenen turvin. Kymmenen jäsenmäärältään suurimman ot-yrityksen joukkoon mahtuu osuuskauppojen lisäksi vain Metsäliitto ja nykyisin hotellialalle keskittyvä Tradeka osuuskunta. (Osuustoiminnan Vuosikirja 2007.)

2.4 Osuustoiminnan identiteetti

Maailmanlaajuisesti osuustoiminnan kirjo on niin moninainen, että yksiselitteisten määritelmien ja toimintaohjeiden puristaminen yksiin kansiin on käytännössä melko epärealistista. Jokaisella maalla on omanlaisensa osuustoiminnan identiteetti ja historia. Itä-Euroopassa ja Venäjällä liitetään osuustoimintaan helposti neuvostoajan kolhoosit, kun esimerkiksi Suomessa osuustoiminta-aatetta kehitettiin alun perin nimenomaan Venäjän vallan pelossa, suomalaisen kulttuurin säilyttämiseksi. (Henttinen ym. 1999, 32; Jussila 2007, 130-131.) Osuustoiminnan identiteetin perustana ovat kuitenkin yrityksen omistussuhteet ja osuustoiminnan yleiset periaatteet.

2.4.1 ICA:n määrittämät osuustoiminnan arvot ja periaatteet

Kansainvälinen Osuustoimintaliitto ICA pyrkii ohjaamaan koko maailman osuustoiminnallista kenttää, mm. julkaisemalla monikansallisten tutkijaryhmien avulla osuustoiminnallisia ohjeita. Vuonna 1995 ICA:n 100-vuotisjuhlakongressin yhteydessä Englannissa julkaistiin osuustoiminnan identiteettiä koskeva kannanotto. Kannanoton laatiminen oli pitkä prosessi, jota johti professori Ian MacPherson Kanadasta. Työssä oli

mukana tuhansia osuustoimintaihmissä ympäri maailmaa. (Suomen Kuluttajaosuustoiminnan Liitto 2002.)

Osuustoiminnan arvoilla ja periaatteilla on muuhun yritystoimintaan verrattuna hieman keskeisempi rooli. Kansainvälisen osuustoimintaliiton kannanoton mukaan osuuskuntien perustana ovat omatoimisuuden, demokratian, omavastuisuuden, tasa-arvon, oikeudenmukaisuuden ja solidaarisuuden arvot. Näitä arvoja ohjaavat suuntaa-antavat periaatteet, joiden avulla arvoja voidaan toteuttaa käytännössä. Periaatteita osuustoiminnalle annetaan yhteensä seitsemän. Kannanotossa oli tarkoitus ottaa huomioon niin sanotun Rochdalen -periaatteiden (ks. luku 2.2.1 Rochdalen osuustoimintaperinne) sanoma ja muokata periaatteet paremmin nykymaailmaan sopivaksi. (MacPherson 1995 ref. Suomen Kuluttajaosuustoiminnan Liitto 2002.)

Ensimmäinen periaate osuustoiminnalla on vapaaehtoinen ja avoin jäsenyys. Tämä tarkoittaa sitä, että osuuskunta on vapaaehtoinen organisaatio, joka ilman minkäänlaista syrjintää on avoin kaikille, jotka voivat käyttää osuuskunnan palveluita ja ovat valmiita noudattamaan jäsenyyden tuomia velvoitteita. (MacPherson 1995 ref. Suomen Kuluttajaosuustoiminnan Liitto 2002, 4.) Jäseneksi osuuskuntaan liitytään pääsääntöisesti kirjallisella hakemuksella, jonka osuuskunnan hallitus hyväksyy (Pöyhönen 2005, 75).

Toinen periaate on demokraattinen jäsenhallinto. Osuuskunnat ovat omien jäsentensä hallitsemia demokraattisia organisaatioita, joissa jokaisella jäsenellä on yhtäläinen äänioikeus jäsen/ääni -periaatteella. (MacPherson 1995 ref. Suomen Kuluttajaosuustoiminnan Liitto 2002, 4-5.)

Kolmas periaate liittyy jäsenten taloudelliseen osallistumiseen, jonka mukaan jokainen jäsen osallistuu yhdenvertaisesti osuuskunnan pääoman kartuttamiseen (MacPherson 1995 ref. Suomen Kuluttajaosuustoiminnan Liitto 2002, 4-5). Käytännössä tämä tarkoittaa osuuskuntalaissa ja osuuskuntien säännöissä olevia niin sanottuja pakollisia osuuksia, jonka jokaisen jäsenen on lunastettava maksamalla sääntöjen mukainen osuusmaksu (Pöyhönen 2005, 212).

Neljäs periaate on itsenäisyyden ja riippumattomuuden ylläpitäminen. Mahdollisten sopimusten tekeminen ulkopuolisten, kuten muiden organisaatioiden tai valtiovallan, kanssa tulee tapahtua niin, ettei jäsenten demokraattista hallintoa tai osuuskunnan

itsenäisyyttä vaaranneta. (MacPherson 1995 ref. Suomen Kuluttajaosuustoiminnan Liitto 2002, 5.)

Viides periaate määrittää, että osuuskunnan on tarjottava jäsenilleen mahdollisuus koulutukseen, oppimiseen sekä viestiä suurelle yleisölle ja mielipidevaikuttajille osuustoiminnan luonteesta ja sen eduista.

Kuudennessa periaatteessa kehoitetaan osuuskuntia harrastamaan keskinäistä yhteistyötä muiden osuuskuntien kanssa, jolloin vahvistetaan osuustoimintaliikettä.

Viimeinen, seitsemäs periaate kehottaa osuuskuntia ottamaan vastuuta ympäristöstään, toimimalla yhteisöjensä hyväksi jäsenten päättämällä tavalla. (MacPherson 1995 ref. Suomen Kuluttajaosuustoiminnan Liitto 2002, 5.)

On selvää, etteivät nämä kaikki arvot ja periaatteet ole kaikissa osuuskunnissa täysin voimassa ja jokapäiväisessä toiminnassa mukana. Enemminkin ICA:n kannanotto on osuustoiminnallisen yritysmuodon ihannekuva. Näiden periaatteiden mukaan toivotaan kaikkien olemassa olevien ja uusien osuuskuntien ja keskinäisten yhtiöiden toimivan. On eri asia, kuinka moni osuustoiminnallinen yritys toimii täysin, tai joiltain osin, näiden periaatteiden mukaisesti.

2.4.2 Osuustoiminnan periaatteet käytännössä

Ei ole olemassa yleispätevää lähdettä, joka määrittelisi osuustoiminnan periaatteet. Eri puolilla maailmaa osuuskunnat toteuttavat osuustoiminnallisia periaatteita hyvin eri tavoin, joten on oikeastaan mahdotonta kuvata periaatteita yleismaailmallisesti. (Laurinkari 2004, 53.) Osuustoiminnan arvoissa on myös tapahtunut sen verran paljon muutoksia vuosien varrella, että Laurinkari (2004) katsoo muutosten johtaneen osuustoiminnan identiteettiongelmaan taloudellisesti kehittyneissä maissa. Kriisistä voidaan selvitä hakemalla uudenlaisia osuustoiminnan muotoja, joita ovat muiden muassa uusosuustoiminta, ekopankit ja pyrkimykset luonnonmukaiseen talouteen. (Laurinkari 2004, 60.)

Osuustoiminnalliseen yrittämiseen ja osuuskuntiin liitetään usein kuitenkin muutama peruseriaate, jonka mukaan osuustoiminnalliset yritykset toimivat. Nämä periaatteet ovat: avoimuus, vapaus, yhteisöllisyys, tasa-arvo ja oikeudenmukaisuus (mm. Jussila 2007; Skurnik 2005). Samat periaatteet löytyvät myös osana Kansainvälisen Osuustoimintaliiton kannanottoa. Osuuskuntien avoimuus perustuu siihen, että kuka tahansa voi liittyä osuuskuntaan. Vapaus sen sijaan tarkoittaa sitä, että osuuskunnasta voi halutessaan erota, jolloin jäsen saa osuusmaksunsa takaisin. Yhteisöllisyys liittyy osuuskuntien sosiaalisiin sidonnaisuuksiin sekä osuuskuntien liiketoiminnan ja päätöksenteon painottumiseen paikallisesti ja alueellisesti. Tasa-arvo toteutuu osuuskunnissa hallinnollisesti, sillä hallinto on kansanvaltaista, yleensä jäsen ja ääni-periaatteella. Oikeudenmukaisuus osuuskunnissa liittyy lähinnä yksilön saamiin hyötyihin. Toiminnan tulosta ei jaeta sijoitusmäärän mukaan, vaan enimmäkseen suhteessa jäsenen omaan aktiivisuuteen. Jäseniä palkitaan siinä suhteessa kuinka paljon hän käyttää osuuskunnan palveluita. (Jussila 2007, 16-17; Troberg 2000, 19.)

2.5 Osuuskuntalaki

Suomessa vuonna 2001 uudistettu osuuskuntalaki määrittää vaatimukset osuuskunnille. Lain avulla voidaan pohtia osuustoiminnallisen yrityksen minimivaatimuksia Suomessa, jolloin nähdään mahdolliset erot ICA:n määrittämissä ja siinä, kuinka lähellä tai kaukana osuuskunnat Suomessa voivat toimia näitä ICA:n periaatteita ja arvoja. Laissa on jossain määrin otettu huomioon osuustoiminnallisen yrittäjyyden eroavaisuudet muusta yritystoiminnasta. Laista tuli erittäin laaja ja se sisältää yhteensä 24 lukua. Esimerkiksi Pöyhösen kirjassa (2005) laki vie kokonaisuudessaan yli 70 sivua. Tämän mittavan laajuuden takia osuuskunnan olennaisimmat tunnusmerkit ja tärkeimmät piirteet kiteytetään lain pohjalta.

2.5.1 Osuuskunnan määrittäminen

Osuuskuntalaki vuodelta 2001 määrittelee osuuskunnan yhteisöksi, jonka jäsenmäärää eikä osuuspääomaa ole ennalta määrätty. Lain ensimmäisen luvun 2§ määrittelee myös, että osuuskunnan tarkoituksena on jäsenten taloudenpidon tai elinkeinon tukemiseksi harjoittaa taloudellista toimintaa siten, että osuuskunnan jäsenet käyttävät yrityksen, tai

tämän tytäryhteisön, palveluita hyväkseen. (Osuuskuntalaki 28.12.2001/1488.) Tämä ensimmäisen luvun määritelmä on olennainen, ymmärtääkseen osuustoiminnallisen yrityksen tarkoitusta.

Osuuskunta on oikeushenkilö ja yhteisö. Muita yhteisöjä ovat yhtiöt, yhdistykset ja julkisoikeudelliset yhteisöt. Yhtiöitä ovat osakeyhtiöt, kommandiittiyhtiöt ja avoimet yhtiöt. Yhtiöissä omistajien määrä tai pääoma ovat kiinteitä, kun osuuskuntien ja yhdistysten jäsenmäärä vaihtelee. (Pöyhönen 2005, 32.)

Osuuskunnan perustamiseen tarvitaan vähintään kolme luonnollista henkilöä. Perustajina voi olla myös yhteisö, säätiö tai muu oikeushenkilö, perustajan on kuitenkin itse tultava perustettavan osuuskunnan jäseneksi. Mikäli jäsenmäärä jostain syystä alenee vähintään vuoden pituiseksi ajaksi alle kolmeen, on osuuskunnan kokouksen päätettävä osuuskunnan asettamisesta selvitystilaan. (Osuuskuntalaki 28.12.2001/1488, 19:2 §.)

Lain lähtökohtana on, että osuuskunnan palveluita tarjotaan vain kyseisen osuuskunnan jäsenille. Mikäli yrityksen tarkoituksena on tarjota palvelujaan myös muille, tulee siitä erikseen olla maininta osuuskunnan säännöissä. (Osuuskuntalaki 28.12.2001/1488, 2:6 §.)

2.5.2 Osuuskunnan jäsenet ja ylijäämä

Pääsäännön mukaan osuuskuntaan liitytään jäseneksi jättämällä kirjallinen hakemus osuuskunnan hallitukselle, jonka hallitus hyväksyy. Tätä pääsääntöä voidaan helpottaa siten, että hallitus valtuuttaa tietyt henkilöt päättämään jäsenhakemuksien hyväksymisestä. (Pöyhönen 2005.)

Osuuskunnan jäsenyys perustuu vapaaehtoisuuteen, jonka takia jäsenellä on oikeus erota osuuskunnasta koska vain. Eroamista voidaan osuuskunnan säännöissä rajoittaa jäsenyyden alkuaikoina. Säännöissä voidaan määrätä, että jäsen voi erota osuuskunnasta vasta tietyn ajan kuluttua. Tämä aika saa olla maksimissaan kolme vuotta. Näin voidaan toimia esimerkiksi silloin, kun jäsenyydestä aiheutuvat kustannukset katetaan vasta tietyn ajan päästä tai silloin, kun halutaan varmistaa osuuspääoman pysyvyyttä jäsenyyden alussa. (Pöyhönen 2005, 77.) Jäsenellä on kuitenkin niin sanottu ylimääräinen eroamisoikeus, jonka mukaan jäsenellä on oikeus erota ennen määrääjän umpeutumista.

Eroamisoikeus on silloin, kun jäsen ei ole kannattanut osuuskunnan kokouksessa tehtyjä erityisiä päätöksiä, kuten esimerkiksi toimialan tai tarkoituksen muuttaminen. (Osuuskuntalaki 28.12.2001/1488, 14:12 §.)

Laki määrää, että osuuskuntaa perustettaessa, osuuskunnan säännöissä täytyy mainita osuuden nimellisarvo, eli osuusmaksun määrä. Jokaisen jäsenen pitää maksaa osuuskunnalle osuusmaksu päästäkseen osuuskunnan jäseneksi. Lain mukaan jokainen jäsen on velvollinen ottamaan yhden osuuden. Osuusmaksu on yhtä suuri kaikille jäsenille. Yhdellä osuudella saa osuuskunnassa lunastettua yhden äänen osuuskunnan kokouksessa. Osuuskunnan jäsenet eivät ole henkilökohtaisesti velvollisia osuuskunnan mahdollisista veloista. (Pöyhönen 2005.)

Erona yhdistysten jäseniin, osuuskunnan jäsenillä on oikeus saada taloudellinen panoksensa takaisin erottuaan osuuskunnasta. Myös osuuskunnan purkautuessa jäsenet saavat säästöt pääsääntöisesti suoraan jaettuna jäsenten määrällä, eli kaikki saavat yhtä paljon. Osuuskunnan säännöissä voidaan kuitenkin erikseen määrätä, että säästöt palautetaan suhteessa osuuksien määrään, eli lisäosuuksia ostaneet jäsenet saavat silloin suuremman osan säästöistä. (Pöyhönen 2005.)

Osuuskuntia koskeva lainsäädäntö määrittelee yhdistyksiä tarkemmin sen, miten yhteisölle toiminnan aikana kertyvää varallisuutta käsitellään. Ylijäämää saa jakaa jäsenille vain, jos säännöissä niin määrätään. Jos jaossa noudatettavasta perusteesta ei ole säännöissä mainintaa, jaetaan ylijäämä jäsenille siinä suhteessa, kuin jäsenet ovat käyttäneet osuuskunnan palveluja. Ylijäämän jaosta päättää osuuskunnan kokous. (Osuuskuntalaki 28.12.2001/1488, 8:2-6 §.) Ylijäämää siis voidaan jakaa, jos niin on määrätty säännöissä, mutta sitä ei ole pakko jakaa.

Vararahastosiirto on lain mukaan pakollinen ilman, että siitä mainittaisiin erikseen osuuskunnan säännöissä. Vararahastoon siirrettävä minimimäärä on viisi prosenttia taseen osoittamasta ylijäämästä, josta on vähennetty taseen osoittama tappio edellisiltä tilikausilta, kunnes vararahasto on vähintään viisi prosenttia taseen loppusummasta. (Osuuskuntalaki 28.12.2001/1488, 8:9 §.)

2.5.3 Osuuskunnan hallinto

Osuuskuntalaki mahdollistaa monta erilaista hallinnointirakennetta osuuskunnalle, yhtä oikeata mallia ei ole. Osuuskunnalla on kuitenkin pakko olla hallitus ja tilintarkastaja, sekä pidettävä osuuskunnan kokous, jonka sijasta osuuskunnalla voi olla kuitenkin edustajisto. (Pöyhönen 2005, 83.)

Osuuskunnan toimielimiä ovat hallintoneuvosto, hallitus ja toimitusjohtaja, joista ainoastaan hallitus on laissa pakollinen. Osuuskunnan kokous ei varsinaisesti ole toimielin, termi hallintoelin kattaa toimielimet, sekä osuuskunnan kokouksen. (Pöyhönen 2005, 84.)

Osuuskunnan hallinnon perusmallit voidaan jakaa pienten, keskisuurten ja suurien osuuskuntien mallin mukaisesti. Pienissä, muutaman jäsenen osuuskunnissa, perusmallina ovat jäsenistä koostuva luottamushenkilöhallitus sekä osuuskunnan kokous tai jäsenten yksimieliset päätökset, sekä tarvittaessa toimitusjohtaja. Keskisuurissa osuuskunnissa perusmallina on hallitus, toimitusjohtaja, mahdollisesti hallintoneuvosto sekä osuuskunnankokous. (Pöyhönen 2005, 85-86.)

Hallintoneuvoston valitsee osuuskunnan kokous. Hallintoneuvosto on olennainen osa omistajavalvonnassa, sillä se on valvova toimielin osuuskunnan kokouksen ja hallituksen välillä ja osallistuu suurempiin osuuskuntaa koskeviin päätöksiin. Hallintoneuvosto valitsee hallituksen jäsenet sekä ylimmän johdon. Lain mukaan hallintoneuvoston pakollinen tehtävä on valvoa hallitusta ja toimitusjohtajaa. Hallitus usein koostuu toimivasta johdosta, jonka takia hallintoneuvosto on joissain tapauksissa tarpeellinen valvomaan hallituksen toimia ja käyttämään valtaansa osuuskunnan jäsenien puolesta. Hallintoneuvoston jäsen ei lain mukaan saa olla hallituksen jäsen tai toimitusjohtaja. (Pöyhönen 2005, 112-117.)

Suurissa osuuskunnissa perusmallissa tulee mukaan vielä edustajisto. Säännöissä voidaan määrätä, että jäsenten päätösvaltaa käyttää joissakin, tai kaikissa asioissa, osuuskunnan kokouksen sijasta jäsenten valitsema edustajisto. (Osuuskuntalaki 28.12.2001/1488, 4:27-28§.) Tällöin edustajisto valitsee myös hallintoneuvoston, joka puolestaan valitsee hallituksen.

2.6 Osuustoiminnan arvot ja periaatteet suhteessa lakiin

Osuuskuntalaki määrittelee Suomessa ennen kaikkea pakolliset vaatimukset yritykselle, jotta se voidaan rekisteröidä osuuskunnaksi ja harrastaa liiketoimintaa osuuskuntamuotoisena yrityksenä. Lain avulla voidaan hieman pohtia myös periaatteellisia minimivaatimuksia osuuskunnille. Onko osuuskunnalla mahdollista toimia vastoin osuustoiminnalliseen yrittämiseen liitettäviä periaatteita?

ICA:n määrittely osuuskunnan tarkoituksesta jäsenten ”taloudellisten, kulttuuristen ja sosiaalisten” tavoitteiden ja tarpeiden toteuttajana (MacPherson 1995) on laissa määritetty jäsenten elinkeinon ja taloudenpidon tukijana (Osuuskuntalaki 28.12.2001/1488, 1:2 §). Laillisesti osuuskunnan ei ole siis pakko tukea jäsentensä kulttuurista ja sosiaalista hyvinvointia.

Osuustoiminnalliseen yrittämiseen liitetään yleisesti peruseriaatteiksi avoimuus, vapaus, yhteisöllisyys, tasa-arvo ja oikeudenmukaisuus.(ks. luku 2.4.2 Osuustoiminnan periaatteet käytännössä)

Peruseriaatteena osuuskunnissa avoimuus tarkoittaa, että kuka tahansa voi liittyä osuuskuntaan ja kaikki jäsenet ovat vapaita eroamaan osuuskunnasta halutessaan. Osuuskuntalaki ei kuitenkaan edellytä, että osuuskunnan jäsenkunta tai osuuspääoma vaihtelisi, jolloin on käytännössä mahdollista perustaa täysin suljettu osuuskunta. (Pöyhönen 2005, 32.)

Pääsäännön mukaan jäsenellä on oikeus erota osuuskunnasta milloin vain ilmoittamatta syytä. Lain mukaan tätäkin vapaudenperuseriaatetta on mahdollista rajoittaa jäsenyyden alkuaikoina korkeintaan kolmeksi vuodeksi (Pöyhönen 2005, 77). Osuuskuntien vapaus ei ole siis Suomessa täysin ehdotonta. Laki kuitenkin antaa tähän rajoitukseen säännön, jonka mukaan tietyissä tilanteissa jäsen voi erota osuuskunnasta ja saada osuusmaksunsa takaisin, vaikka eroamista olisikin rajoitettu (Pöyhönen 2005, 77–78). Vapauteen kuitenkin liittyy se, että lain mukaan jäsen saa maksamansa osuusmaksun takaisin (Osuuskuntalaki 28.12.2001/1488, 10:1 §), toisin kuin esimerkiksi usein on järjestöissä ja yritysten palvelumaksuissa.

Yhteisöllisyyden periaatteella tarkoitettiin osuuskuntien sosiaalisia sidonnaisuuksia sekä osuuskuntien liiketoiminnan ja päätöksenteon painottumista paikallisesti ja alueellisesti (ks. luku 2.4.2 Osuustoiminnan periaatteet käytännössä). Osuuskuntalaissa sosiaalista sidonnaisuutta voidaan tulkita ainakin hallinnollisesti. Osuuskunnan kokouksen ollessa pakollinen, jäsenten yhteisöllisyys korostuu, kun kaikkien tulee olla jossain määrin mukana osuuskunnan päätöksenteossa. Poikkeuksena ovat osuuskunnat, joissa on käytössä edustajisto, jolloin jäsenet ovat mukana päätöksenteossa valitessaan edustajistoa. Yhteisöllisyyden periaatteen mukaista päätöksenteon paikallisuuden ja alueellisuuden painottumista ei laissa varsinaisesti määrätä. Jossain määrin yhteisöllisyyden periaate löytyy siis myös lain määräämänä sosiaalisen sidonnaisuuden myötä.

Tasa-arvon periaate liittyy osuuskuntien hallintointiin, joka on myös laissa määrätty. Pääsääntöisesti osuuskunnan jokaisella jäsenellä on yhtäläinen äänioikeus osuuskunnan kokouksessa tai edustajistoa äänestettäessä. Suora lainaus osuuskuntalaista koskien osuuksia on: "*Kaikki osuudet tuottavat yhtäläiset oikeudet osuuskunnassa*" (Osuuskuntalaki 28.12.2001/1488, 9:1§). Osuuskuntalain 4:7§ kuitenkin sanoo, että osuuskunnan säännöissä voidaan määrätä, että jäsenillä on erisuuruinen äänimäärä. Samassa kohdassa määrätään, että yhden jäsenen äänimäärä saa olla kymmenen kertaa suurempi, kuin toisen jäsenen äänimäärä, ainoastaan sellaisissa osuuskunnissa, joiden sääntöjen mukaan jäsenten enemmistö on oltava osuuskuntia tai muita oikeushenkilöitä. Asiaa voidaan tulkita siten, että lain mukaan on mahdollista perustaa osuuskunta, jonka hallinto ei perustu kokonaan tasa-arvoisuuteen.

Oikeudenmukaisuuden periaate osuustoiminnallisissa yrityksissä liitettiin yksilön saamiin hyötyihin, kun yrityksen tuloksesta hyötyjä ei jaeta rahallisten sijoitusten mukaan, vaan suhteessa siihen, kuinka paljon jäsen käyttää osuuskunnan palveluja. Osuuskuntalain 8:2§ sanotaan pääsäännöksi, että ylijäämän jako toimitetaan sen mukaan, kuinka jäsenet ovat käyttäneet hyväkseen osuuskunnan palveluja. Lain mukaan säännöissä voidaan määrätä, että ylijäämä jaetaan kokonaan tai osittain osuuksista maksetulle määrälle suoritettavana korkona. Koska osuuskunnissa on mahdollista ostaa lisäosuuksia, on osuuskunnan tällöin mahdollista suorittaa voitonjako perustuen jäsenen rahalliseen panostukseen. Pääsääntöisesti voitonjako suoritetaan oikeudenmukaisesti jäsenen aktiivisuuden mukaan, laissa kuitenkin annetaan mahdollisuus myös sijoitusmuotoiseen voitonjakoon.

2.6.1 Arvot, periaatteet ja laki yhteenvedoa

Yhteenvedona voidaan todeta, ettei osuustoimintaan liitettäviä periaatteita ole pakko noudattaa jokaisessa osuuskunnassa. Periaatteet ovat esillä pääsääntöinä osuuskuntalaissa, mutta lähes jokaiselle periaatteelle on laissa suotu mahdollisuus poikkeuksiin. Tämän takia emme voi lain nojalta todeta, että kaikki osuuskunnat varmasti toimivat tiettyjen periaatteiden pohjalta. Arvojen ja periaatteiden toteutumista tulisi tutkia osuuskuntakohtaisesti, kuten myös muunlaisissa yritysmuodoissa. Osuuskuntalaissa on kuitenkin heti ensimmäisen luvun toisessa momentissa myös kohta, joka kuvastaa hyvin osuuskuntamuotoisen yrittämisen erikoisuuden: *"Osuuskunnan säännöissä voidaan kuitenkin määrätä, että osuuskunnan tarkoitus on pääasiassa aatteellisen tarkoituksen yhteinen toteuttaminen."* (Osuuskuntalaki 28.12.2001/1488.) Tämän määritelmän mukaan osuuskuntaa voidaan laillisesti käyttää myös yleishyödyllisen tarkoituksen edistämiseksi.

3. OSUUSTOIMINTAYRITYSTEN OMISTAJUUS

Omistajuus on käsitteenä monialainen ja erittäin laaja. Tässä tutkimuksessa omistajuutta tutkitaan pääosin liiketaloustieteelliseltä pohjalta tehtyjen valmiiden tutkimusten avulla.

Yritysten omistajat ovat olennainen osa yrityksen toimintaa. Omistajilla on kaksi muodollista oikeutta omistamaansa yritykseen, heillä on oikeus kontrolloida yritystä ja heillä on oikeus yrityksen voitonjakoon. (Hansmann 1996, 11.) Vuonna 1996 Jyrki Veranen totesi kehittämällään omistajuusteesiens ensimmäisenä teesinä ”Yrityksiä on omistettava osaavammin ja johdettava omistajalähtöisemmin” (Veranen 1996, 132) Tämä yritysjohtamisen konsultin teesi heijastaa omistajuuden tärkeyttä myös yritysten johtamisen kannalta.

Yrityksen omistajien tavoitteet vaihtelevat runsaasti eri yritysmuodoissa, kuin myös yksittäisen yrityksen omistajien joukossa. Yrityksen mission tulisi selittää omistajien tavoitteet yrityksen kannalta selvästi (Troberg 2000, 64). Voidaan sanoa, että ellei yrityksen omistajilla ole ymmärrystä yrityksen missiosta ja roolista, ei yrityksellä ole tällöin toimivaa omistajuuden ideaa (Veranen 1987, 130).

Seuraavissa kappaleissa pyritään pohtimaan omistajuuden rakentumista osuustoiminnallisissa yrityksissä, omistajuuden ongelmia, sekä vertailemaan osuustoiminnallisten yritysten omistajuutta osakeyhtiöiden omistajuuteen. Lopuksi esitellään teoreettinen viitekehys empiiriseen tutkimukseen.

3.1 Osuustoiminta ja muut yritysmuodot, vertailua omistuspohjalta

Osuustoimintayritysten omistajuus eroaa vallalla olevista yritysmuodoista ennen kaikkea siinä, että osuustoimintayrityksen omistajat ovat lähtökohtaisesti samalla yrityksen palveluja käyttäviä asiakkaita. Erona osakeyhtiöihin on mm. se, että ot-yritysten omistajat, eli jäsenet, ovat samanaikaisesti yrityksen rahoittajia, asioijia, edunsaajia sekä toiminnan ohjaajia. (Jussila 2007, 60)

Osakeyhtiöillä on pääasiallisesti toiminnan tarkoituksena tuottaa voittoa osakkeenomistajille. Osakkeenomistajat käyttävät päätösvaltaansa suhteessa osakkeiden määrään. Osakkeen omistaja voi rajoituksitta luovuttaa ja hankkia osakkeita, ellei yhtiöjärjestyksessä toisin määrätä. (Osakeyhtiölaki 21.7.2006/624.) Muiden muassa nämä kolme osakeyhtiön laillista määritelmää erottaa osuustoiminnallisen yrityksen osakeyhtiöstä. Vertailua eri yritysmuotojen välillä tehdään hieman myöhemmin tässä luvussa.

Osakeyhtiöiden perustarkoitus on laissa määritelty epäsuorasti voittonjakoa koskevassa säännöksessä, jonka mukaan yhtiöjärjestykseen on otettava mukaan määräys voiton käytöstä, mikäli yhtiön toiminnalla on jokin muu tarkoitus kuin voiton tuottaminen osakkeenomistajille. Osuustoiminta sen sijaan perustuu olennaisesti yhteistoimintaan, minkä takia periaatteet on perusteltua todeta laissa.(Pöyhönen 2005, 33.)

Osakeyhtiössä omistajaosakas odottaa sekä tuottoa, että osakkeen arvonnousua. Omistajuus osuuskunnassa on hieman monivivahteisempi, sillä on vaikea luoda toimivaa mallia, jolla saataisiin omistajajäsenelle hyötyä osuuskunnan arvonnoususta yrityksen toiminnan aikana. Tämän takia osuustoiminnallisissa yrityksissä oman pääoman hankinta on osakeyhtiöitä vaikeampaa. Osuuskunnan tarkoituksen johdosta jäsen hyötyy palveluista, mutta ei välttämättä suoranaisesti yrityksen varallisuusarvon kasvusta. Tällöin jäseniltä ja hallintohenkilöiltä puuttuu välitön taloudellinen intressi yrityksen arvon lisäämiseen, toisin kuin osakeyhtiössä.(Pöyhönen 2005, 34-35.)

Osuuskunnat eroavat muista yritysmuodoista omistajuuden kautta mm. seuraavilla tavoilla:(Münkner 1992, 12-13; Laurinkari 2004, 32)

- Omistajat, päättäjät ja asiakkaat ovat samoja ihmisiä, muissa yrityksissä näin ei välttämättä ole.
- Osuuskuntien palvelut on suunnattu jäsenten (omistajien) elinkeinotoiminnan tai kotitalouksien talouden tukemiseen, muissa yrityksissä palvelut on usein suunnattu kenelle tahansa maksukykyiselle.
- Osuuskuntien hallinto on demokraattinen, yleensä jäsen/ääni -periaatteella, esim. osakeyhtiöissä äänivalta jakaantuu sijoitetun pääoman mukaan.

- Osuuskuntien käydessä kauppaa jäsenten kanssa, palveluiden hinnat ovat mahdollisimman lähellä omakustannehintaa, muissa yritysmuodoissa palvelujen hinnat määräytyvät enimmäkseen liiketaloudelliselta pohjalta, tavoitteena voiton maksimointi.
- Osuuskunnilla on omanlaisensa ylijäämän käyttötapa (vararahastot, ylijäämän palautus, bonus, valistus ja koulutus, kulttuuritoiminta).

Taulukossa 1 vertaillaan yksityisen osakeyhtiön, julkisen yrityksen ja osuuskunnan eroja. Taulukossa on rajoitettu tarkastelemaan ainoastaan sellaisia yritys- ja yhteisömuotoja, jotka perustuvat useiden ihmisten yhteistoimintaan. Pienet avoimet yhtiöt ja kommandiittiyhtiöt eivät sovellu useiden ihmisten yhteistyöhön. (Norrmén 1985, 31.)

Taulukko 1. Yksityisen osakeyhtiön, julkisen yrityksen ja osuuskunnan vertailua yksittäisen jäsenen näkökulmasta (Norrmén 1985, 31).

	Yksityinen osakeyhtiö	Julkinen yritys	Osuuskunta
<i>Tavoite</i>	voitto	palvelut/voitto	palvelut
<i>Omistusmuoto</i>	yksityinen	kollektiivinen	yksityinen ja kollektiivinen
<i>Omistajan rooli</i>	passiivinen	passiivinen	aktiivinen
<i>Liittyminen</i>	vapaaehtoista, mutta rajoitettua	pakollista	vapaaehtoista ja avointa
<i>Hallintotapa</i>	plutokraattinen ("rahavaltainen" = osake ja ääni)	poliittidemokraattinen (välillinen)	jäsendemokraattinen (=jäsen ja ääni)
<i>Voitonjako</i>	omistajille osakemäärän mukaan	valtiolle tai kunnalle	jäsenille palvelujen käytön suhteessa
<i>Omistajan pääoma (yrityksessä)</i>	kiinteä	kiinteä	muuttuva, riippuu jäsenmäärästä
<i>Korko pääomalle</i>	rajoittamaton	rajoittamaton	rajoitettu
<i>Suhde valtiovaltaan</i>	riippumaton	riippuvainen	riippumaton
<i>Eroaminen</i>	mahdollista, mutta osakeyhtiö ei välttämättä lunasta osakkeita	mahdotonta	mahdollista, osuuskunta maksaa osuusmaksun takaisin

Kimmo Norrménin (1985) yritysmuotoja vertailevasta taulukosta näemme pääosin suurimmat yritysmuotojen eroavaisuudet. Taulukkoa ei saa kuitenkaan tarkastella

täydellisenä totuutena, sillä esimerkiksi tavoite -kohdassa osuuskunnan kohdalla ei mainita voittoa, ainoastaan palvelut. Nykyajan tiukasti kilpaillussa markkinataloudessa jokaisen yrityksen on tavoiteltava voittoa pysyäkseen elossa. Voitolla tehdään tarvittavat investoinnit toiminnan laajentamiseksi tai parantamiseksi. Suurin osa osuuskunnista myös tavoittelee voittoa juuri tämän takia. Voitto pyritään osuuskunnissa kohdentamaan jäsenten hyödyksi parhaalla mahdollisella tavalla.

3.2 Osuustoiminnallisen yrityksen omistusmuodon ongelmat

Eliisa Troberg (2000) on määritellyt tutkimuksessaan työntekijäomisteisten osuuskuntien agenttiongelmia. Agenttiongelman teoria koostuu organisaation sisäisten toimijoiden suhteesta. Troberg (2000) määrittelee työntekijäomistajuudessa viisi agenttiongelmää: common property problem, horizon problem, portfolio problem, follow-up problem ja decision making problem.

Näistä viidestä omistusmuodon ongelmasta työntekijäomistajuudessa, kolme on yhteneviä myös kuluttaja- ja palveluosuuskuntien omistajuudessa. (ks. mm. Puro 1927; Ilmonen 1984; Ilmonen 1986)

3.2.1 Ot-yrityksen agenttiongelmia

Common property problem, jonka vapaa suomennos olisi yhteisomistajuuden ongelma, tarkoittaa sitä, että kaikki jäsenet omistavat osuuskunnan yhdessä, eikä yksikään jäsen voi myydä osuuksiaan, kuten osakeyhtiössä voi. Tästä muodostuu ongelma, kun yritys menestyy ja osuuskuntaan tulee uusia jäseniä. Kysymykseksi nousee miten tulisi suhtautua näihin uusiin jäseniin? Uusilla jäsenillä on oikeudet yrityksen tuottoon siinä missä vanhoillakin, joten saavatko uudet jäsenet ilmaiseksi perustajajäsenien tekemän työn? (Troberg 2000, 77-78.)

Follow-up problem syntyy passiivisista ja kiinnostuksensa menettäneistä jäsenistä. Tällöin jäsenet eivät ole kiinnostuneita panostamaan yrityksen toiminnan kehittämiseen eivätkä he välitä miten osuuskunnan hallitus toimii. Ongelmasta herää kysymys, mitä tehdä passiivisille jäsenille pitkällä aikavälillä? Yritysmuotona osuuskunta on sen verran

joustava, että siinä sallitaan passiivisten jäsenten olemassaolo, joten siitä saattaa joillekin osuuskunnille muodostua vakava ongelma. Tilanne saattaa tulla oleelliseksi erityisesti suurissa kuluttaja- ja tuottajaosuuskunnissa. (Troberg 2000, 79-80.)

Decision making problem, eli päätöksenteon agenttiongelmia on ehkä yksi osuustoiminnan vakavimmista ongelmista verrattuna muihin yritysmuotoihin. Kun yrityksessä on paljon jäseniä (omistajia), jotka myös kaikki osallistuvat päätöksentekoon, on mahdollista että päätöksenteko vaikeutuu ja hidastuu. Saattaa tapahtua ”klikkiytymistä”, kuten Troberg asian ilmaisee. Tämä tarkoittaa sitä, että ryhmä jäseniä haluaa ajaa tiettyä omaa agendaansa, vastoin osuuskunnan johdon halua. Päätöksenteon agenttiongelman takia osuuskunta saattaa panostaa liikaa sisäisten toimintatapojen kehittämiseen ja laiminlyö pahasti asiakkaiden tarpeiden tyydyttämisen. (Troberg 2000, 80-83.)

Nämä ongelmat eivät sinällään ole osuustoiminnassa uusia vaihteita. Jo vuonna 1927 Olavi Puro mainitsee tutkimuksen, jonka mukaan tärkeimmät syyt aikaisempien yhteisöjen sulkeutumiseen, olivat jäsenien mielenkiinnon katoaminen ja yhteisön laajeneminen liian suureksi. (Puro 1927, 51-52) Nämä Puron mainitsevat ongelmat ovat melko vastaavat kuin edellä mainitut follow up problem ja decision making problem.

Myös Ilmonen (1986) käsittelee kuluttajaosuustoiminnan jäsenyyden ongelmia teoksessaan. Päätöksenteon ongelman Ilmonen määrittelee jäsenten järjestöllisenä, tai organisatorisena suhteena yritystä kohtaan. Ongelmana osuuskunnalle se luo kysymyksen, tuleeko osuuskunnan pyrkiä pitämään vai tuhoamaan tämä organisatorinen suhde. Epäaktiivisia jäseniä (Trobergin follow up problem) Ilmonen pitää ongelmana yrityksen kannalta siinä, että osuuskunnan tulee päättää pitääkö jäseniä sitoa enemmän yrityksen toimintaan, vai antaa asiakkuussuhteen näivettyä. (Ilmonen 1986, 9-13)

3.3 Asiakasomistajuuden osa-alueet

Asiakasomistajuus koostuu useasta eri osa-alueesta. Jussila (2007) jakaa omistajuuden kollektiiviseen ja henkilökohtaiseen omistajuuteen ja nämä molemmat taloudellirationaaliseen ja psykologiseen omistajuuteen. Tässä luvussa käsitellään tätä

omistajuuden jaottelua ja siihen liittyviä asioita, sekä lopuksi esitellään teoreettinen viitekehys empiiriseen tutkimukseen.

3.3.1 Henkilökohtainen omistajuus

Iiro Jussilan (2007) väitöskirjan asiakasomistajuuden viitekehyksessä osuuskunnan jäsenyys, toisin sanoen omistajuus, perustuu osallistumiseen ja yhteistoimintaan. Tähän liittyy edellä mainitut jäsenyyden ”avoimuus” ja ”vapaus” (ks. Luku 2.4.2 Osuustoiminnan periaatteet käytännössä). Osallistuminen ja yhteistoiminta jaetaan henkilökohtaiseen ja kollektiiviseen omistajuuteen.

Henkilökohtaisessa omistajuudessa jäsenyyteen kuuluu henkilökohtainen vaikuttaminen osuuskunnan toimintaan, ymmärtävä tieto toiminnasta sekä henkilökohtaisten voimavarojen käyttö, joka viittaa jäsenen aktiivisuuteen osuuskunnan palvelujen käyttäjänä. Henkilökohtaisen omistajuuden toinen puoli on asiakkuus. Siihen kuuluu varsinainen kuluttajakäyttäytyminen, eli osuuskunnan palvelujen käyttö, tai tuotteiden ostaminen sekä asiakaspalaute.

Henkilökohtainen omistajuus jaetaan sekä psykologiseen, että taloudellirationaaliseen omistajuuteen. Psykologisen omistajuuden perusasia on henkilökohtainen omistajuuden tunne, johon kuuluu oma vaikuttavuus, omaidentiteetti ja oma paikka. Taloudellirationaaliseen omistajuuteen sen sijaan liittyy asiakkuuden hyötyjä, esimerkiksi palveluiden ja tuotteiden laatu ja saatavuus, hintaedut sekä bonukset, ylijäämänpalautus ja osuuspääoman korko. (Jussila 2007, 283.)

3.3.2 Kollektiivinen omistajuus

Asiakasomistajuuden viitekehyksessä jäsenen kollektiivinen omistajuus jakautuu paikallisuuteen ja alueellisuuteen. Alueellisuuteen kuuluu osuuskunnan taloudellinen yhteistyö sekä osuuskunnan ja toimialueen välinen taloudellinen vuorovaikutus. Paikallisuuteen kuuluu jäsenien kokemaa yhdessä vaikuttamista, jaettua tietoisuutta ja yhteistä tietoa sekä voimavarojen yhdistämistä ja keskinäistä riippuvuutta.

Kollektiivinen omistajuus jakaantuu, samoin kuin henkilökohtainen omistajuuskin, taloudellirationaaliseen ja psykologiseen omistajuuteen. Taloudellirationaalisessa

kollektiivisessa omistajuudessa on osina yhteisomaisuus, investoinnit, tuki yrittäjälle, työllisyys, voimavarat ja suora rahallinen tuki. Psykologinen kollektiivinen omistajuus tarkoittaa yhteisöllistä omistajuuden tunnetta.

Jäsenen saama lyhyen aikavälin hyöty kuuluu taloudellirationaaliseen henkilökohtaiseen omistajuuteen ja pitkän aikavälin hyöty liittyy taloudellirationaaliseen kollektiiviseen omistajuuteen. (Jussila 2007, 283.)

3.4 Tutkimuksen hypoteesit teorian pohjalta

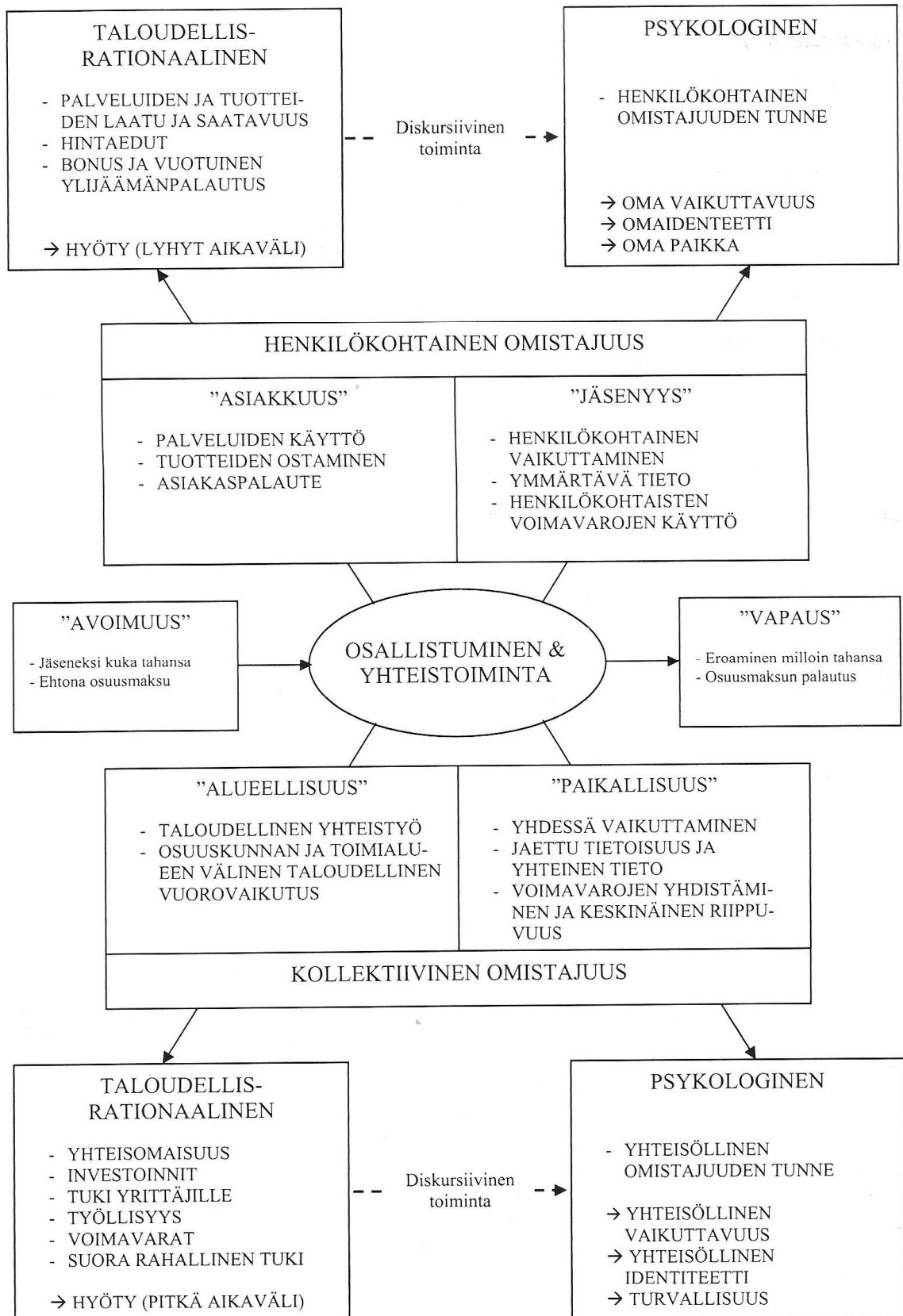
Edellisen vastaavan tutkimuksen mukaan vuonna 1998, jäsenyyden keskeisin peruste oli taloudellinen hyöty (Tauriala 1998). Oletuksena voidaan pitää, ettei tämä peruste ole menettänyt arvoaan. Osuustoiminnan teoriasta kuitenkin näimme, että osuustoiminnallisen yritysmuodon taustalla on paljon psykologisia perusteita. Tutkimuksesta selviää, pidetäänkö näitä psykologisia ominaisuuksia ollenkaan tärkeänä, vai onko taloudellirationaalinen omistus ainoa merkittävä peruste jäsenyydelle. Myös aikaisemmissa tutkimuksissa käy selkeästi ilmi, että ostopaikan läheisyyden jälkeen, tärkeimpänä jäsenyyden perusteena pidetään jäsenyydestä koituvaa taloudellista hyötyä (mm. Ilmonen 1986, 220).

Hypoteesina teorian pohjalta voidaan pitää, että psykologisia omistajuuden ominaisuuksia pidetään enimmäkseen ot-yritysten vahvuuksina, ainakin suuremmissa määrin kuin heikkouksina. Hypoteesina voidaan myös pitää, että näitä psykologisia ominaisuuksia ei pidetä yritystoiminnassa kovin tärkeänä. Tämä sen takia, että nykyaikana yritysmailma perustuu enimmäkseen liiketaloudellisiin lähtökohtiin. Ihmiset arvostavat yhä useammin yrityksen pehmeitä arvoja, mutta ihmiset eivät välttämättä liitä näitä arvoja psykologiseen omistajuuteen.

3.5 Asiakasomistajuuden viitekehys

Asiakasomistajuuden viitekehys (Kuva 1) on tutkimuskysymysten löytämiseksi olennainen. Viitekehys on kokonaisuudessaan seuraavalla sivulla.

Kuva 1. Asiakasomistajuuden viitekehys. (Jussila 2007, 283)



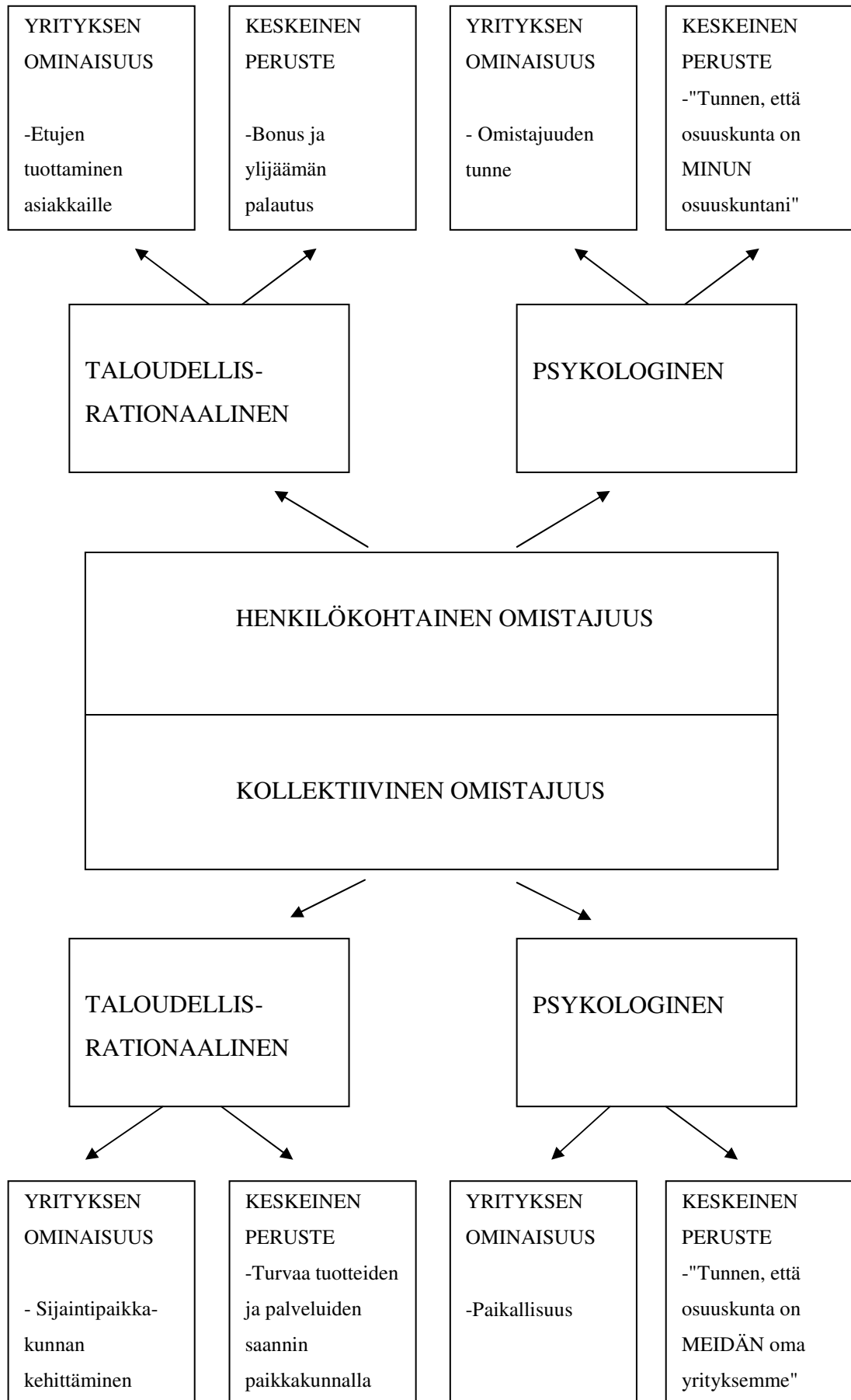
Asiakasomistajuuden viitekehystä apuna käyttäen, saatiin tutkimustuloksista poimittua omistajuutta mittaavat ominaisuudet ja omistajuuden kannalta keskeisimmät perusteet osuustoiminnallisen yrityksen jäsenyyteen.

Kysymykset, joiden avulla omistajuutta tutkittiin, valittiin johtamalla asiakasomistajuuden viitekehysten jokaisesta osa-alueesta yksi olennainen yritykseen liitettävä ominaisuus ja yksi keskeinen peruste. Henkilökohtaisen taloudellISRationaalisen omistajuuden ominaisuudeksi valittiin "etujen tuottaminen asiakkaille" ja jäsenyyden perusteeksi "bonus ja ylijäämän palautus". Henkilökohtaisen psykologisen omistajuuden mittaamiseksi ominaisuutena oli "omistajuuden tunne" ja keskeisenä perusteena "tunnen, että osuuskunta on MINUN osuuskuntani".

Kollektiivista taloudellISRationaalista omistajuutta tutkittiin ominaisuutena "sijaintipaikkakunnan kehittäminen" ja jäsenyyden keskeisenä perusteena "osuuskunta turvaa tuotteiden ja palveluiden saannin paikkakunnalla myös tulevaisuudessa". Kollektiivisen, psykologisen omistajuuden ominaisuudeksi valittiin "paikallisuus" ja jäsenyyden keskeiseksi perusteeksi "tunnen, että osuuskunta on MEIDÄN (paikallisyhteisön) oma yrityksemme".

Kuvasta 2 nähdään asiakasomistajuuden viitekehyksestä johdetun empiiristen tutkimuskysymysten viitekehys.

Kuva 2. Omistajuuden viitekehys empiiriseen tutkimukseen. (muokattu, Jussila 2007, 283)



4. TUTKIMUSAINEISTO JA MENETELMÄT

4.1 Tutkimusmenetelmä

Empiirisen tutkimuksen tarkoituksena oli selvittää osuustoiminnallisten yritysten asiakasomistajien suhtautumista omistajuuteen omistamissaan osuustoiminnallisissa yrityksissä, sekä heidän mielipiteensä ot-yritysten vahvuuksista ja heikkouksista omistajuuden kannalta.

Tutkimusmenetelmää valitessa tulee ensisijaisesti ottaa huomioon tutkittavan ilmiön luonne, sekä tutkimuksen tavoitteet. Kun halutaan tietoa jonkin ilmiön laajuudesta ja voimakkuudesta, käytetään yleensä standardoituja mittareita, kuten kyselylomakkeita, tai muita kvantitatiivisia menetelmiä. (Hirsjärvi ym. 2004, 27.) Alustavan tutkimusaiheen ja ongelmanasettelun jälkeen päädyttiin kvantitatiiviseen tutkimukseen ihmisten mielipiteistä, koska tarkoituksena oli kartoittaa kokonaiskuvaa nykytilanteesta. Kvantitatiivisessa tutkimuksessa tulee ottaa huomioon, että aineisto edustaa havaintoyksiköiden muodostamaa perusjoukkoa tilastollisesti. Tutkimus ja sen tulokset pitää myös pystyä toistamaan, ilman että tulokset merkittävästi muuttuvat. Kvantitatiivisen tutkimuksen tyypillisiä aineistoja ovat: koe, kysely- ja haastattelututkimukset, tilastot ja sisällönanalyysit. (mm. Uusitalo 1995, 79-81.) Tässä tutkimuksessa päädyttiin kyselytutkimukseen. Mikäli halutaan tietää syvällisemmin syitä ihmisten asenteisiin, kysymällä miksi ihminen suhtautuu kyseiseen asiaan juuri tällä tavalla, olisi kvalitatiivinen tutkimus ollut parempi tutkimusmenetelmä.

Samoihin aikoihin, kun oma tutkimusaiheeni alkoi selkiintyä, sain tietää Pellervo-Seuran tilaamasta suuresta osuustoimintatutkimuksesta: Suomalaisten suhtautuminen osuustoimintaan -mielipidetutkimus 2007–2008. Kyseisessä tutkimuksessa oli mukana iso osa oman tutkimusaiheeni kysymyksistä. Pääsin mukaan tutkimuksen työryhmään ja kyselylomakkeiden suunnitteluun. Tutkimus oli tilattu Suomen Gallup Elintarviketieto Oy:ltä. Työryhmään kuuluivat muassa ma. professori Tapani Köppä, professori Iiro Jussila, KTT Eliisa Troberg, tutkimusjohtaja Raija Volk, Elintarviketieto Oy:n toimitusjohtaja agronomi Anne Kallinen, Pellervo-Seuran toimitusjohtaja Veikko Hämäläinen, osuustoimintajohtaja Sami Karhu, asiamies Juhani Lehto, varatuomari Kari Lehto sekä johtaja Per-Erik Lindström. Kyselylomake laadittiin edellisten tutkimusten

pohjalta, jotka teki PSM, myöhemmin Elintarviketieto Oy, vuosina 1998, 1996, 1994 ja 1989. Tämän jälkeen lomaketta muokattiin haluttuun suuntaan. Suunnittelu tapahtui työryhmän kokoontumisella Pellervo-Seuran tiloihin useaan otteeseen, sekä sähköpostiviestien välityksellä annettuihin ehdotuksiin ja arvioihin. Lomaketta muokattiin miettimällä mahdollisia epäkohtia, sekä pohtimalla mitä asioita halutaan selvittää. Lomakkeen valmistuttua, se lähetettiin DataLaari -viljelijäpaneelin kautta perusjoukolle, joka käsitti 2300 maatilaa. Vastauksia viljelijäkyselyyn tuli yhteensä yli 1600. Viljelijäkyselyn jälkeen lomakkeesta poistettiin ainoastaan viljelijöitä koskevat kysymykset ja lomake muokattiin koko väestön kyselyksi. Tämä tutkimus perustui koko väestön kyselyyn.

4.2 Tutkimuksen toteutus

Koko väestön mielipidetutkimus toteutettiin TNS GallupKanavan avulla survey-menetelmällä. Survey-menetelmällä tarkoitetaan etukäteen strukturoitua aineiston keruuta kysely- ja haastattelulomakkeiden avulla. Kysymyksessä voi olla henkilökohtainen haastattelu, jossa haastatteliija täyttää itse lomakkeen, tai vaikka postikysely, jossa lomakkeen täyttää vastaaja itse. (Alkula ym. 1995, 118.) Tässä tapauksessa kyseessä oli internetissä täytettävä survey-menetelmälomake.

GallupKanava on TNS Gallupin tutkimusjärjestelmä, jossa haastattelut suoritetaan internetin kautta vakinaiselta vastaajajoukolta viikoittain. GallupKanavassa on mukana yhteensä 1300 kotitaloutta, joista noin 300:lla on TNSGallupin toimittamat internet-päätelaitteet. Lopuilla tuhannella taloudella on käytössä oma kotikone vastaamista varten. Näyte edustaa kaikkia suomalaisia kotitalouksia, pois lukien Ahvenanmaa, alueittain, talouden koon, sosioekonomisen aseman sekä iän mukaan. GallupKanavan näytteestä vaihtuu vuosittain kolmasosa. Vastauksia tutkimukseen saatiin yhteensä 1113 kappaletta.

Suomalaisten suhtautuminen osuustoimintaan -tutkimuksen kohdejoukkona olivat kaikki 15 vuotta täyttäneet. Aineisto kuitenkin painotettiin vastaamaan kaikkia 18-vuotta täyttäneitä. Tämän tutkimuksen rajauksena jätettiin tästä joukosta pois taloudet, jotka eivät kuulu mihinkään osuustoiminnalliseen yritykseen, sekä taloudet, jotka kuuluivat ainoastaan tuottajaosuuskuntaan tai pienosuuskuntaan. Tämä rajaus johtui siitä, että tutkimuksen tarkoituksena oli selvittää nimenomaan osuustoiminnallisten yritysten

asiakasomistajien suhtautumista omistajuuteen. Tarkoituksena oli selvittää tavallisen kuluttajan mielipiteitä. Tuottajaosuuskuntien jäsenet ovat osuuskunnissa jäsenenä oman liiketoimintansa kautta, jolloin omistajuuspohja ja siihen liittyvä ajatusmaailma saattaa poiketa tavallisten kuluttajien näkemyksistä. Rajauksen jälkeen otoksen kooksi muodostui 958 taloutta. Kun tähän lisättiin vielä ne, jotka ilmoittivat pääasialliseksi pankikseen OP-ryhmän pankin/OKO:n, POP-ryhmän pankin, Tapiola-pankin tai S-pankin tai ilmoitti omistavansa S-etukortin ja olevansa osuuskaupan asiakasomistaja, saatiin otoksen kooksi 993 vastaajaa. Oletuksena oli, etteivät kaikki välttämättä tiedä olevansa osuustoiminnallisen yrityksen jäsen tai asiakas, jonka takia tehtiin lisäajo pääasiallisesta pankista, sekä S-ryhmän asiakasomistajista (tämä kysyttiin kahdessa eri kohdassa). Näitä tapauksia löytyi siis vielä 35 kappaletta. Valmiin ulkopuolisen tutkimuksen takia en itse päättänyt otoksen kokoa. Tieteellisesti merkittäviä tutkimuksia voidaan tehdä 1000-2000 hengen otoksen avulla (Uusitalo 1995, 73). Tässä tutkimuksessa otos jäi hieman tämän rajan alapuolelle.

Tutkimus sisälsi yhteensä 20 kysymystä, noin kahdenkymmenen taustamuuttujakysymyksen lisäksi. Vastausaineisto tuli kokonaisuudessaan SPSS -muodossa. Alkuperäinen data sisälsi yhteensä yli 700 000 ruutua. Tästä mittavasta datasta karsittiin aluksi pois osuuskuntaan kuulumattomat, ainoastaan tuottaja- tai pienosuuskuntaan kuuluvat, sekä ne taustamuuttujat, joita ei tutkimuksessa tarvittu. Tämän jälkeen valittiin tämän tutkimuksen kannalta olennaisimmat kysymykset, omistajuuden viitekehystä apuna käyttäen. Kysymykset koostuivat omistajuuteen liitettävistä ominaisuuksista ja perusteista, jotka teoriapohjalta saatiin poimittua.

4.3 Tutkimusaineiston analysointi

Tutkimusaineisto analysoitiin SPSS -tilasto-ohjelmalla, sekä Microsoft Excel -tilasto-ohjelmalla. Yksinkertaisimpiin ajoihin käytettiin Exceliä, lähinnä oman käyttötottumuksen ja -varmuuden takia. Myös graafiset toiminnot ovat mielestäni Excelissä paremmat, jonka takia grafiikka luotiin enimmäkseen Exceliä apuna käyttäen.

Ensimmäisenä otoksesta ajettiin vastaajien taustamuuttujat. Taustamuuttujiksi valittiin vastaajien ikä, kuntatyyppi sekä ot-yrityksen jäsenyys. Lisäksi informatiivisena graafina

ilmoitetaan vastaajien jäsenyyksien määrä, eli kuinka moneen eri osuustoiminnalliseen yritykseen vastaaja kuuluu. Ristiintaulukointia varten valittuja taustatekijöitä mietittäessä on tarkistettava, että aineiston koko riittää toivottuihin ryhmittelyihin (Lotti 1994, 127). Tämän takia alun perin taustatekijänä ollut asuinlääni vaihdettiin kuntatyyppiin, koska Lapin läänin vastaajajoukko oli vain 20 kappaletta. Analysoitavan ryhmän vähimmäiskoko tulisi olla 30 tapausta, mutta tulosten luotettavuus kasvaa ryhmän koon suuretessa. Suositeltavaa olisi, että ryhmän koko olisi yli 50 tapausta. (Lotti 1994, 127.) Tutkimukseen valituissa taustamuuttujissa kaikkien ryhmien koko ylittää 30 tapausta.

Aineistosta selvitettiin jokaisen omistajuuden osa-alueen merkitystä vastaajille erikseen. Jokainen omistajuuden osa-alue koostui ensiksi ominaisuuden tärkeyden mittaamisesta yritystoiminnassa yleensä. Toiseksi selvitettiin pidettiinkö kyseessä olevaa ominaisuutta osuustoiminnallisen yritystoiminnan vahvuutena tai heikkoutena. Viimeiseksi selvitettiin jokaiselle omistajuuden osa-alueelle olennaisen perusteen avulla, kuinka suuri osa vastaajista on juuri tämän perusteen takia osuustoimintayrityksen jäsenenä. Kun omistajuuden osa-alueita on yhteensä neljä, tuli selvitettäviä kysymyksiä yhteensä 16 (4 osa-aluetta kertaa 4 kysymystä). Raportointiselkeyden vuoksi ominaisuuden tärkeyden mittaamisessa Likertin 5-asteikollinen vastausrypäs tiivistettiin kolmeen osaan yhdistämällä erittäin tärkeää sekä melko tärkeää -vastaukset yhteen ja melko vähän tärkeää ja ei lainkaan tärkeää -vastaukset yhteen.

Jokaisen omistajuuden osa-alueen analysoinnin jälkeen ominaisuudet ja perusteet kerättiin yhteen. Tällä pyrittiin selvittämään omistajuuden kokonaisvaikutusta vastaajien joukossa. Tätä yhteen kerättyä aineistoa kutsutaan tutkimuksessa omistajuuden mittariksi. Mittareita rakennettiin kaksi, omistajuuden mittari osuustoiminnallisten yritysten vahvuutena ja heikkoutena, sekä omistajuuden mittari asiakasomistajan keskeisimpänä perusteena ot-yrityksen jäsenyyteen/asiakkuuteen. Näitä molempia mittareita käytettiin taustamuuttujien kanssa ristiintaulukoinnissa.

Ristiintaulukoinnissa tarkastellaan havaintoa kahdella muuttujalla samanaikaisesti. Ristiintaulukoinnissa havainnot ovat jaettu riveihin ja sarakkeisiin ja taulukkoa luettaessa huomioidaan muuttujat toisen muuttujan avulla luokittain. SPSS -tilasto-ohjelmalla ristiintaulukointi onnistuu helposti, sekä yhden luokan koko summaa laskettaessa, että tietyn arvon frekvenssiä laskettaessa. Ristiintaulukoinnin yhteydessä tarkistettiin merkittävimmistä eroavaisuuksista X^2 -testillä (khi neliö) merkitsevyystaso. X^2 -testi on

yksi tavallisimmista merkitsevyyttesteistä ja tulosten merkitsevyyttä tarkastellaan yleensä kolmella tasolla. Oireellisia tulokset ovat 95%:n riskitasolla, merkitseviä 99%:n ja erittäin merkitseviä 99,9%:n riskitasolla. (Lotti 1994, 133.) Tässä tutkimuksessa tutkimustulosten analysoinnissa mainitaan erikseen ainoastaan tuloksia, joiden merkitsevyys on vähintään 99%:n luottamusvälillä.

Ristiintaulukoinnilla saatiin halutut arvot, jotka siirrettiin Excel -tilasto-ohjelmaan graafien laatimista varten. Tietoa siirrettäessä tulee olla erityisen tarkka tiedon siirron paikkansapitävyydestä. Tämän takia jokaisen ohjelmiston vaihdon yhteydessä tapahtunut siirto varmistettiin vähintään kolmeen kertaan.

Omistajuuden mittarit rakennettiin ensisijaisesti raportoinnin selkeyttämiseksi, sekä tutkimuksen tiivistämiseksi. Jos kaikki omistajuuteen liitettävät kysymykset olisi ristiintaulukoitu erikseen, olisi ristiintaulukoiteja tullut lähes 50 ja samalla saman verran lisäsivuja tutkimukseen. Tutkimustuloksista olisi ollut myös vaikeampaa saada irti mitään yhtenevää suuntaa tutkittavalle ilmiölle.

4.4 Tulosten luotettavuus

Reliabiliteetilla ja validiteetilla yhdessä mitataan tutkimuksen kokonaisluotettavuutta. Reliabiliteetti tarkoittaa mittaustulosten toistettavuutta ja ei-sattumanvaraisuutta (Uusitalo 1995, 84). Mittaustulokset pitäisi olla välittömän toiston jälkeen samat, kuin aikaisemmassa mittauksessa, jotta reliabiliteetti toteutuisi. Suomalaisten suhtautuminen osuustoimintaan mielipidetutkimuksen reliabiliteettia nostaa merkittävästi otoksen suuri koko. Yli tuhannen vastaajan joukolla sattumanvaraisuuksien, kuten virhemerkinnän tai väärin ymmärretyn kysymyksen, merkitys laskee nostaa tutkimuksen reliabiliteettia. Tutkimuksen vastaajajoukko koostui GallupKanavan vakiovastaajista, joka sekä nostaa, että laskee reliabiliteettia. Vakiovastaaja ymmärtää kysymykset helpommin kuin kokematon vastaaja ja osaa täyttää lomakkeen oikein. Nämä seikat kohottavat tutkimuksen reliabiliteettia. Toisaalta GallupKanavan vastaajat joutuvat tekemään mielipidetutkimuksia lähes viikoittain, jolloin heidän keskittymisensä saattaa herpaantua helpommin, kuin satunnainen vastaaja. Tämä jonkin verran laskee tutkimuksen reliabiliteettia. Tämän tutkimuksen reliabiliteettiin pystyttiin vaikuttamaan ainoastaan toistamalla ajot ja tarkastamalla, että ajojen lopputulokset täsmäävät joka kerta.

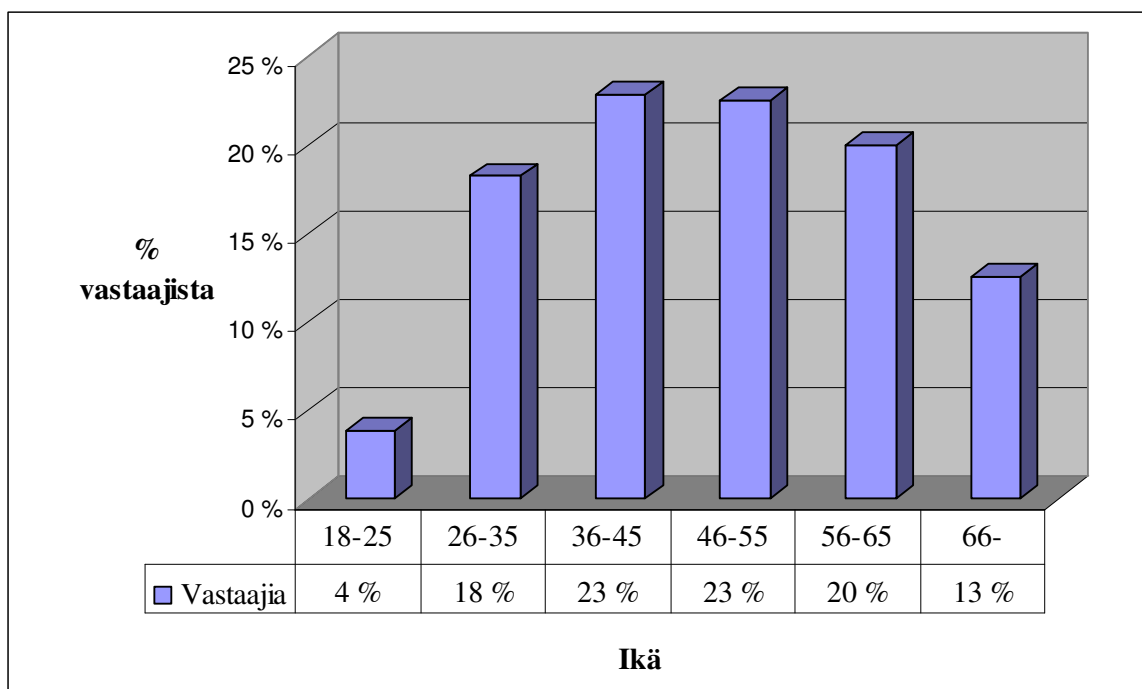
Tutkimuksen validiteetilla tarkoitetaan sitä, että mittari on kykenevä mittaamaan juuri sitä mitä on tarkoituskin mitata. Silloin kun teoreettinen ja operationaalinen määritelmä ovat yhtäpitäviä, on tutkimuksen validiteetti täydellinen. Validiteetin varmentamiseksi tutkimuksen tuloksia voidaan verrata todelliseen tietoon mitattavasta ilmiöstä. Tämä saattaa olla usein vaikeaa, koska mitattavasta ilmiöstä ei välttämättä ole riippumatonta todellista tietoa käytettävissä. (Uusitalo 1995, 84-85.) Validiteetin tärkein peruste on käsitteen yhdistäminen teoriaan ja viitekehykseen (Alkula ym. 1995). Mittarin ja mittaustulosten validiteettia pohditaan vielä tutkimuksen lopussa. Suomen Gallup Elintarviketieto Oy (2008) asetti Osuustoimintatutkimus 2008 aineistolle virhemarginaaliksi $\pm 2,5 - 3,0\%$.

5. TUTKIMUKSEN TULOKSET

5.1 Vastaajien taustatiedot

Otoksen koko oli 993 vastaajaa ja tutkimuksessa otos luokiteltiin kolmen taustamuuttujan mukaisesti. Nämä kolme taustamuuttujaa olivat ikä, asuinkuntatyyppi ja osuustoimintayrityksen jäsenyys.

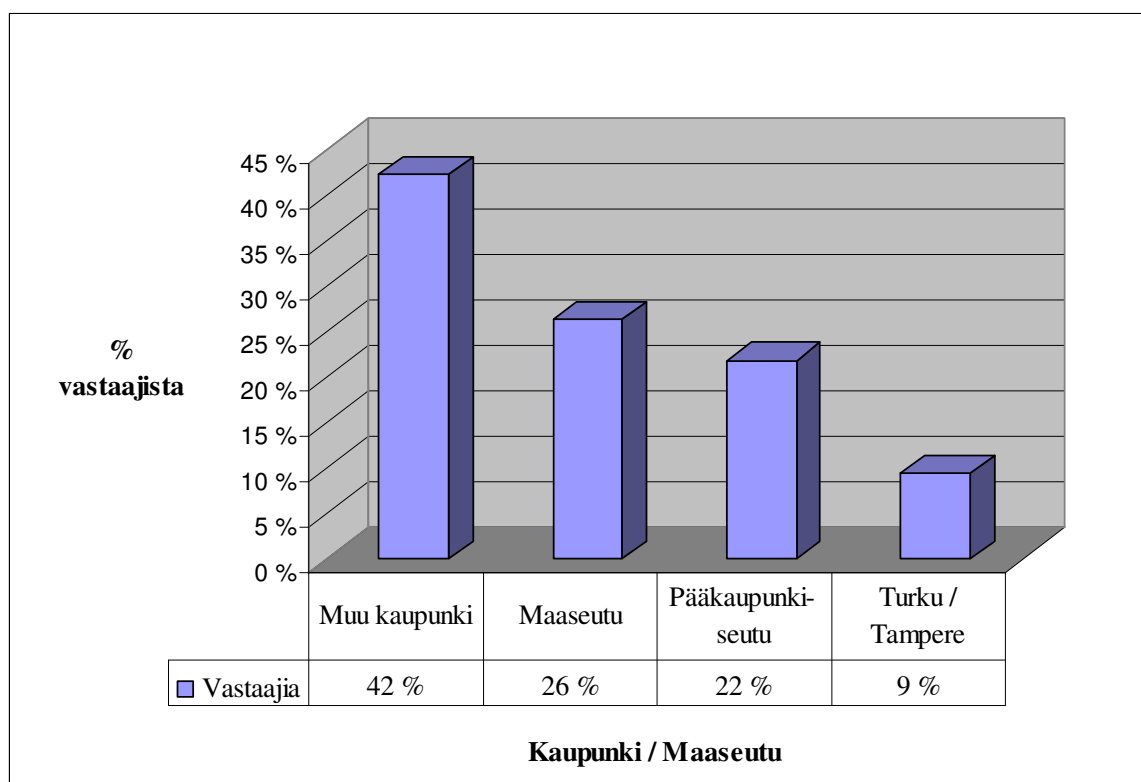
Vastaajat jakaantuivat ikäluokittain kuvan 3 mukaisesti. Suurin ryhmä oli 36-45 -vuotiaat 22,9 prosentilla. Nuorimmat ikäryhmät olivat selvästi pienimmät, 18-25 -vuotiaiden ryhmän edustaessa vain 3,8 % vastaajista. Seuraavaksi nuorimpaan ryhmään, 26-35 -vuotiaat, kuului 18,2 % vastaajista. Iän mukaan luokiteltuna vastaajajoukon suurimmat ryhmät olivat 36-45- ja 46-55 -vuotiaat. (Kuva 3) Ikäluokkia päätettäessä otettiin huomioon, mikä olisi informatiivisesti paras tapa esittää vastaajajoukon ikäjakauma. Luokitukseen vaikutti myös se, että nuorimmasta ryhmästä saatiin tilastollisesti pätevän kokoinen joukko, sillä jo 18-24 -vuotiaiden ryhmänä olisi pieni luokka jäänyt alle 30 tapauksen.



Kuva 3. Vastaajien jakautuminen iän mukaan prosentteina.

Vastaajien taustatietoina kuntatyyppin mukainen jakauma tulee ilmi kuvasta 4. Noin 42 % vastaajista oli kotoisin jostakin muusta kaupungista, kuin pääkaupunkiseudulta, Turusta tai Tampereelta. Toiseksi suurin osa, 26 %, asui maaseudulla. Pääkaupunkiseudulta oli kotoisin yli viidennes vastaajista, 22 prosenttia. Turusta tai Tampereelta oli kotoisin loput, eli 9 % vastaajista. (Kuva 4)

Päätettäessä taustamuuttujaa asuinpaikan mukaan, oli aineistosta saatavilla useita eri vaihtoehtoja. Aluksi tarkasteltiin mahdollisuutta jakaa vastaajat asuinmaakunnan mukaan ja sen jälkeen asuinläänin mukaan. Molemmilla tavoilla osa taustamuuttujista jäi vastaajajoukoltaan liian pieneksi, jolloin tutkimuksen reliabiliteetti olisi kärsinyt. Tämän takia taustamuuttujaksi valittiin vastaajien jakautuminen kuntatyyppin mukaisesti.

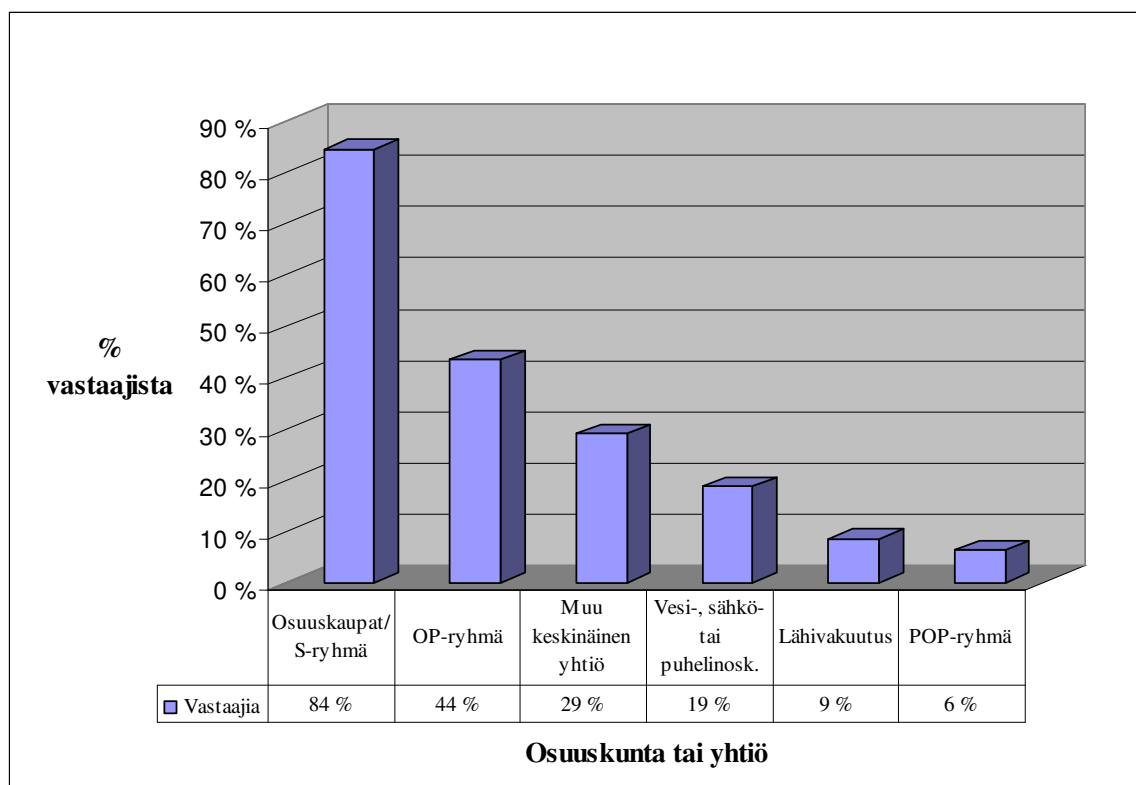


Kuva 4. Vastaajien jakautuminen kuntatyyppin mukaan prosentteina.

Viimeinen taustamuuttuja vastaajilla oli heidän jakautuminen osuuskunnan jäsenyyden, tai keskinäisen vakuutusyhtiön asiakkuuden mukaan. Kuvasta 5 ilmenee vastaajien jäsenjakauma.

Suurin osa vastaajista oli S-ryhmän osuuskaupan asiakasomistajia, 84 % vastaajista ilmoitti olevansa osuuskaupan jäsen. Toiseksi eniten oli OP-ryhmän osuuspankin jäseniä, 44 %. Lähes kolmannes, 29 %, vastaajista kuului jonkin muun keskinäisen yhtiön, kuin Lähivakuutus -ryhmän, asiakkaisiin. Lähivakuutus -ryhmän asiakkaita oli 9 % vastaajista. Lähes joka viides, eli 19 %, kuului vesi-, sähkö- tai puhelinosuuskuntaan ja 6 % vastaajista oli POP-ryhmän paikallisosuuspankin asiakkaana. (Kuva 5)

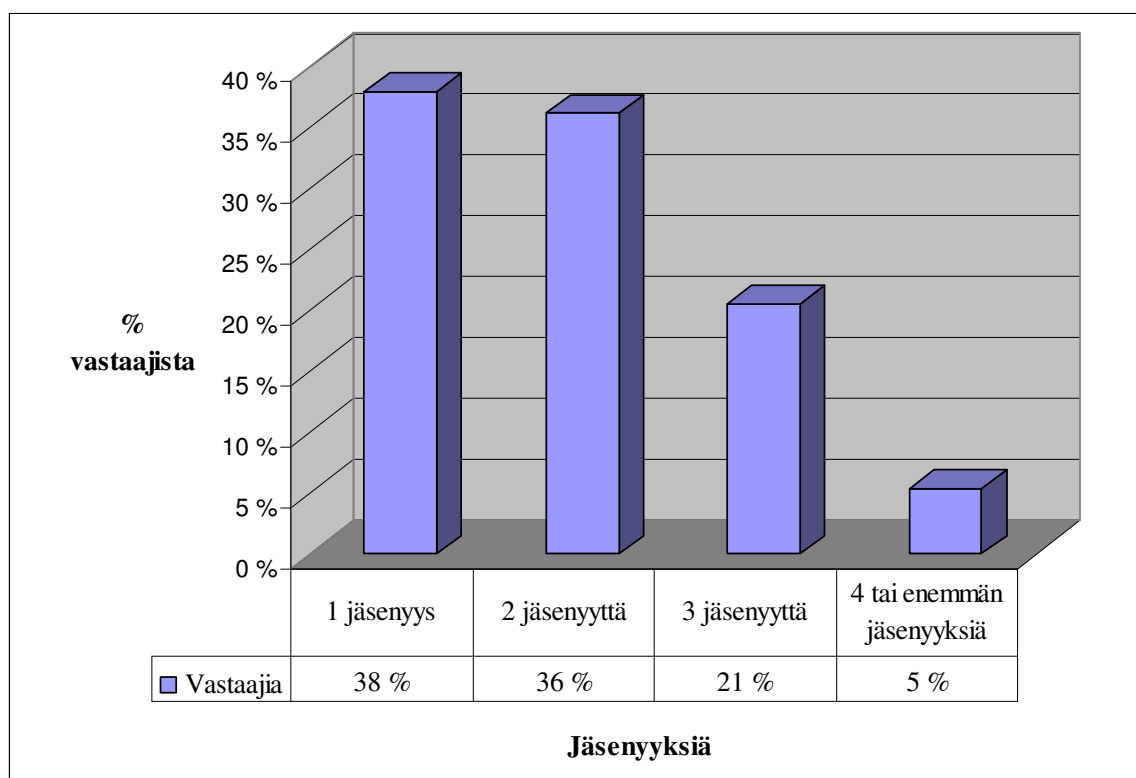
Taustamuuttujina Lähivakuutus-ryhmä on erillään muista keskinäisistä yhtiöistä sen takia, että Lähivakuutus kuuluu Pellervo-Seuran jäseniin. Pellervo-Seura halusi tutkimusta tilatessa Lähivakuutuksen erilleen, jotta sitä voidaan tarkastella lähemmin ja antaa tarkempaa palautetta ja tuloksia kyseiselle yritykselle.



Kuva 5. Vastaajien jäsenyydet ja asiakkuudet ot-yrityksissä prosentteina.

Kuten kuvasta 5 voi huomata, on jäsenyyksien yhteisprosentti huomattavasti yli 100 prosenttia. Tämä johtuu siitä, että iso osa vastaajista on samanaikaisesti useamman osuustoiminnallisen yrityksen jäsenenä tai asiakkaana. Kuvasta 6 nähdään vastaajien jäsenyyksien määrän jakautumisen. Noin 38 % vastaajista oli jäsenenä tai asiakkaana vain yhdessä tutkimuksen ot-yrityksistä. Kaksi jäsenyyttä oli 36 prosentilla ja kolme jäsenyyttä yli viidenneksellä, 21 prosentilla. Neljän tai useamman ot-yrityksen jäsenenä oli noin 5 prosenttia vastaajista. (Kuva 6)

Jäsenyyksiä 993 vastaajalla oli kaiken kaikkiaan 1895. Keskimäärin yhdellä vastaajalla oli tutkimuksessa mukana olevien yritysten jäsenyyksiä tai asiakkuuksia 1,9, eli jokainen vastaaja kuului keskimäärin noin kahden osuustoiminnallisen yrityksen asiakaskuntaan.



Kuva 6. Vastaajien jäsenyyksien tai asiakkuuksien määrä ot-yrityksissä.

5.2 Henkilökohtainen omistajuus

Asiakasomistajuuden viitekehyksen (Jussila 2007, 283) yläosa koostuu henkilökohtaisesta omistajuudesta. Henkilökohtainen omistajuus on jaettu psykologiseen omistajuuteen ja taloudellirationaaliseen omistajuuteen. Tutkimuksessa pyrittiin selvittämään molempien henkilökohtaisen omistajuuden osa-alueiden merkitystä ihmisille, sekä sitä, onko näissä osa-alueissa väestön mielestä osuustoiminnallisen yritystoiminnan vahvuudet vai heikkoudet.

Yritystoimintaan yleensä liittyviä ominaisuuksia kysyttiin 5-portaisella Likertin asteikolla. Ominaisuuksia oli yhteensä 16 ja jokaisesta vastaajan tuli määritellä kuinka tärkeänä pitää kyseistä ominaisuutta yritystoiminnassa. Vastausmahdollisuudet olivat: erittäin tärkeää, melko tärkeää, osin/ei tärkeää, melko vähän tärkeää ja ei lainkaan tärkeää. Sekä psykologisen omistajuuden, että taloudellirationaalisen omistajuuden tutkimiseen käytettiin tätä samaa kysymystä, ainoastaan eri ominaisuuden avulla.

Seuraavaksi vastaajilta kysyttiin mitä ominaisuuksia he pitivät osuustoiminnallisen yritystoiminnan suurimpina vahvuuksina. Vaihtoehtoina olivat samat 16 ominaisuutta, kuin edellisessä yritystoimintaan liitettävien ominaisuuksien tärkeyden kysymyksessäkin. Kysymykseen vastattiin laittamalla rasti kaikkien niiden ominaisuuksien kohdalle, joita vastaaja piti osuustoiminnallisen yritystoiminnan suurimpana vahvuutena. Kysymyksessä oli mahdollista laittaa rasti useamman ominaisuuden kohdalle. Sama kysymys kysyttiin seuraavaksi osuustoiminnallisen yritystoiminnan suurimpina heikkouksina. Psykologisen ja taloudellirationaalisen omistajuuden tutkimiseen käytettiin molempiin näitä vahvuuden ja heikkouden kysymyksiä. Molemmissa kohdissa käytettiin samaa ominaisuutta, kuin yritystoiminnassa yleensä tärkeänä pidetyn ominaisuuden tutkimisessa.

Kysymyslomakkeessa vastaajilta kysyttiin keskeisimmät perusteet jäsenyyteensä eri osuuskunnissa. Vaihtoehtoina oli 15 eri syytä, joista voi rastita haluamansa. Vastaaja sai rastita useamman kuin yhden perusteen. Psykologisen ja taloudellirationaalisen omistajuuden tutkimiseen käytettiin neljäntenä mittarina tätä kysymystä, kohteena molemmissa osa-alueissa oli kysymyksestä poimittu eri peruste.

5.2.1 Henkilökohtainen psykologinen omistajuus

Henkilökohtaisen psykologisen omistajuuden mittaamiseen käytettiin neljää mittaria: omistajuuden tunteen tärkeys yritystoiminnassa yleisesti, omistajuuden tunne yrityksissä vahvuutena ja heikkoutena, sekä tunne, että osuuskunta on minun osuuskuntani, keskeisimpänä perusteena jäsenyyteen.

Omistajuuden tunnetta yritystoiminnassa tärkeänä tai melko tärkeänä piti 462 vastaajaa, eli 46,5 % kaikista vastaajista. Omistajuuden tunnetta osin tai ei tärkeänä piti 366 vastaajaa, eli 36,9 %. Melko vähän tai ei lainkaan tärkeänä omistajuuden tunnetta piti vain 165 vastaajaa, eli 16,6 %. Suurimpana vahvuutena omistajuuden tunnetta piti 397 vastaajaa, eli 40 % koko otoksesta.

Osuustoiminnallisen yritystoiminnan suurimpana heikkoutena omistajuuden tunnetta piti 7,7 %, eli 76 vastaajaa. Tyhjäksi omistajuuden tunteen jätti 520 vastaajaa. Toisin sanoen 52,4 % vastaajista ei pitänyt omistajuuden tunnetta vahvuutena, eikä heikkoutena.

Yhteensä 115 eri vastaajaa merkitsi jonkun osuuskunnan tai keskinäisen yhtiön jäsenyyden tai asiakkuuden keskeisimmäksi perusteeksi vaihtoehdon, "tunnen, että osuuskunta on MINUN osuuskuntani". Tämä on 11,6 % kaikista vastaajista.

5.2.2 Henkilökohtainen taloudellirationaalinen omistajuus

Henkilökohtaisen taloudellirationaalisen omistajuuden mittaamiseen käytettiin myös neljää mittaria. Ensimmäisellä kysymyksellä selvitettiin vastaajien mielipide siihen, kuinka tärkeänä he pitävät yritystoiminnassa yleensä etujen tuottamisen asiakkaille. Sen jälkeen selvitettiin kuinka moni pitää etujen tuottamisen osuustoiminnallisen yritystoiminnan vahvuutena ja heikkoutena. Viimeiseksi mittariksi valittiin osuuskunnan maksamien bonusten ja ylijäämän palautuksen keskeisimmäksi perusteeksi jäsenyyteen.

Etujen tuottamista asiakkaille yritystoiminnassa yleensä erittäin tai melko tärkeänä ominaisuutena piti 758 vastaajaa, eli 76,3 % kaikista vastaajista. Noin 4 % vastaajista oli sitä mieltä, että etujen tuottaminen asiakkaille on melko vähän tai ei lainkaan tärkeä

ominaisuus yritystoiminnassa. Vastaajista 195, 19,6 %, vastasi etujen tuottamisen olevan osin tai ei tärkeää.

Hieman yli puolet, 51,8 %, piti etujen tuottamista asiakkaille suurimpana vahvuutena osuustoiminnallisessa yritystoiminnassa. Suurimpana heikkoutena osuustoiminnallisessa yritystoiminnassa etujen tuotto oli 141 vastaajan mielestä, eli 14,2 prosenttia. Vastaajista 34 % oli sitä mieltä, että etujen tuottaminen ei ole vahvuus, eikä heikkous osuustoiminnallisessa yritystoiminnassa.

Keskeisimpänä perusteena osuuskunnan jäsenyyteen bonuksia ja ylijäämän palautusta piti yhteensä 651 vastaajaa, eli 65,6 prosenttia koko otoksesta. Prosenttia nostivat eniten S-ryhmän asiakasomistajat, joista yli 70 prosenttia ilmoitti bonuksen ja ylijäämän palautuksen olevan keskeisimpiä perusteita jäsenyyteen. S-ryhmän asiakasomistajat ovat myös otoksen selvästi suurin ryhmä, kuten vastaajien taustatiedoista huomaa.

5.3 Kollektiivinen omistajuus

Asiakasomistajuuden viitekehyksen alaosa koostuu kollektiivisesta, tai yhteisöllisestä, omistajuudesta. Kollektiivinen omistajuus jakaantuu, henkilökohtaisen omistajuuden tavoin, kahteen osa-alueeseen, psykologiseen ja taloudellirationaaliseen omistajuuteen.

Kollektiivista omistajuutta tutkittiin samojen kysymysten avulla, kuin henkilökohtaista omistajuutta. Kysymyksistä otettiin tutkittavaksi vain eri ominaisuus. Ensimmäisenä tarkastettiin ihmisten näkemys ominaisuuden tärkeydestä yritystoiminnassa yleensä, sen jälkeen ot-yritysten jäsenten mielipide osuustoiminnallisen yritystoiminnan vahvuuksista ja heikkouksista ominaisuuden suhteen ja lopuksi vastaajien mielipide jäsenyyden keskeisimpään perusteeseen.

5.3.1 Kollektiivinen psykologinen omistajuus

Kollektiivisen psykologisen omistajuuden tarkasteluun ensimmäisenä katsottiin kuinka tärkeänä asiakasomistajat pitivät paikallisuutta yritystoiminnassa yleensä. Vastaajista

60,6 % (602 vastaajaa) piti paikallisuutta yritystoiminnassa yleensä erittäin tai melko tärkeänä. Noin kolmasosa, eli 31,6 % ajatteli, että paikallisuus yritystoiminnassa on osin tai ei tärkeää ja alle kymmenennes, 7,8 %, piti paikallisuutta melko vähän tai ei lainkaan tärkeänä.

Osuustoiminnallisen yritystoiminnan vahvuudeksi paikallisuus rastittiin 511 vastaajan toimesta, joka on 51,4 % kaikista vastaajista. Heikkoudeksi paikallisuuden merkitsi 78 vastaajaa, eli 7,8 % asiakasomistajista.

Kollektiivisen psykologisen omistajuuden viimeisenä tarkastelukohteena oli jäsenyyden keskeisin peruste ja kysymys "Tunnen, että osuuskunta on MEIDÄN (paikallisyhteisön) oma yrityksemme". Keskeisimmäksi perusteeksi tähän kohtaan merkitsi 14,2 % kaikista vastaajista. Loput, 85,8 %, jättivät tämän kohdan tyhjäksi.

5.3.2 Kollektiivinen taloudellirationaalinen omistajuus

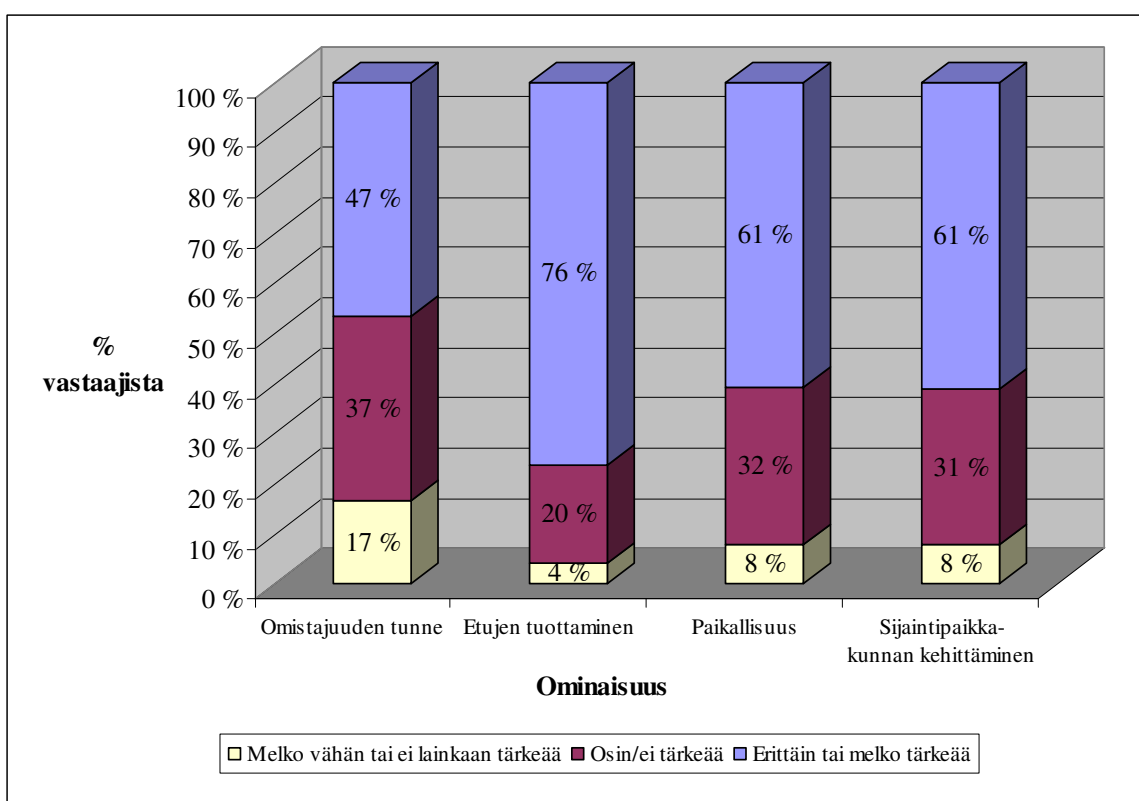
Kollektiivisen taloudellirationaalisen omistajuuden mittaamiseen aluksi selvitettiin kuinka tärkeänä asiakasomistajat pitivät sijaintipaikkakunnan kehittämistä yritystoiminnassa yleensä. Erittäin tai melko tärkeänä sijaintipaikkakunnan kehittämistä piti 61 % vastaajista, osin tai ei tärkeänä 31 % ja melko vähän tai ei lainkaan tärkeänä 8 %.

Osuustoiminnallisen yritystoiminnan vahvuutena sijaintipaikkakunnan kehittämistä piti 26,9 % vastaajista ja heikkoutena 16,2 % vastaajista. Loput, 46,9 % jättivät kohdan tyhjäksi, eli eivät pitäneet sijaintipaikkakunnan kehittämistä osuustoiminnallisen yritystoiminnan vahvuutena, eikä heikkoutena.

Kollektiivisen taloudellirationaalisen omistajuuden viimeisenä tarkasteluna olivat vastaajien määrittelemät keskeisimmät perusteet jäsenyyteensä ja kohta "osuuskunta turvaa tuotteiden/palveluiden saannin paikkakunnalla myös tulevaisuudessa". Yhteensä 225 vastaajaa, 22,7 %, oli merkinnyt kohdan jäsenyytensä keskeisimmäksi perusteeksi.

5.4 Tulosten yhteenvetoa

Kaikista vastaajista enemmistö piti etujen tuottamista tärkeimpänä tutkimuksessa mukana olleista ominaisuuksista yritystoiminnassa. Erittäin tai melko tärkeänä ominaisuutta piti yli 76 % vastaajista. Neljästä omistajuuden mittarista toiseksi tärkeimpänä ominaisuutena yritystoiminnassa olivat paikallisuus ja sijaintipaikkakunnan kehittäminen, molempia piti erittäin tai melko tärkeänä 61 %. Omistajuuden tunnetta pidettiin näistä neljästä ominaisuudesta vähiten tärkeänä. Kuitenkin suurempi osa vastaajista ilmoitti omistajuuden tunteenkin olevan enemmän tärkeää, kuin ei ollenkaan tai melko vähän tärkeää. Omistajuuden tunnetta pidettiin neljästä ominaisuudesta myös eniten osin tai ei tärkeänä. (Kuva 7.)



Kuva 7. Yritystoiminnassa yleensä tärkeitä ominaisuuksia. Kaikki vastaajat.

Kun yritystoiminnassa yleensä tärkeitä ominaisuuksia ristiintaulukoitiin taustamuuttujien kanssa, olivat ainoat merkitsevät poikkeamat ikäluokkien välillä. Jäsenyyden ja kuntatyyppin ristiintaulukoinnit ominaisuuksien arvostuksessa eivät antaneet kovin suuria eroavaisuuksia.

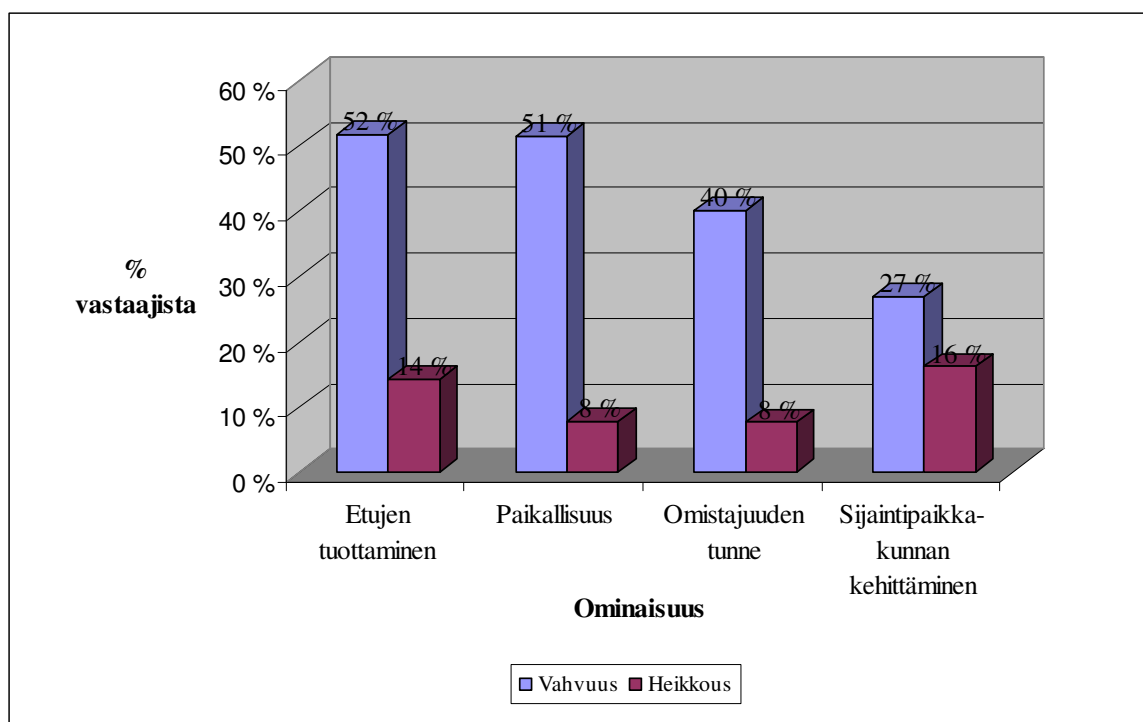
SPSS:n ristiintaulukoinnilla saatiin selville, että omistajuuden tunteen arvostukseen yritystoiminnassa vaikutti melko vahvasti vastaajan ikä. Ikäluokasta siirryttäessä vanhempaa kohti, kasvoi erittäin tärkeän ja melko tärkeän vastausten määrä huomattavasti. Nuorimmassa, 18-25 -vuotiaiden ikäluokassa, vain 28,9 % piti omistajuuden tunnetta tärkeänä yritystoiminnassa. Erittäin ja melko tärkeän vastausten määrä kasvoi joka ikäluokan kohdalla ja vanhimmassa, yli 66-vuotiaiden ikäluokassa, vastausten määrä oli jo 63,2 %. Vastaavasti vanhimmassa ikäluokassa omistajuuden tunnetta vähän tai ei lainkaan tärkeänä piti selvä vähemmistö, vain 8 prosenttia yli 66-vuotiaista ja 13,1 prosenttia 56-65 -vuotiaista. Nuorimmasta ikäluokasta valtaosa, 52,6%, vastasi omistajuuden tunteen olevan osin/ei tärkeä.

Etujen tuottaminen yritystoiminnassa tärkeänä ominaisuutena oli ikäluokan kanssa ristiintaulukoituna kaikissa ikäluokissa melko samantyyppiset. Vanhemmat ikäluokat pitivät etujen tuottamista erittäin tärkeänä useammin kuin nuoremmat, mutta nuoremmassa ikäluokassa asia kompensoitui sillä, että nämä ikäluokat pitivät etujen tuottamista melko tärkeänä. Kun vastaukset niputettiin viiden vastauksen sijasta kolmeen, poistui tämä poikkeama.

Myös paikallisuutta arvostettiin yritystoiminnassa jonkin verran enemmän vanhemmissa ikäluokissa. Kaksi nuorinta ikäluokkaa pitivät paikallisuutta selvästi enemmän yhdentekevänä, eli osin/ei tärkeänä, kuin vanhemmat ikäluokat.

Vanhemmat ikäluokat pitivät myös sijaintipaikkakunnan kehittämistä erittäin tärkeänä ominaisuutena yritystoiminnassa useammin, kuin nuoremmat ikäluokat. Nuoremmat pitivät ominaisuutta kuitenkin melko tärkeänä enemmän, joten tilanne tasaantuu jälleen niputtaessa vastaukset kolmeen. Erikoisuutena sijaintipaikkakunnan kehittämisen arvostuksessa oli kuitenkin se, että nuorimmasta ikäluokasta kukaan ei vastannut ominaisuuden olevan "ei lainkaan tärkeä". Muissa ikäluokissa vastauksia tähänkin kohtaan tuli 1-3 prosenttia.

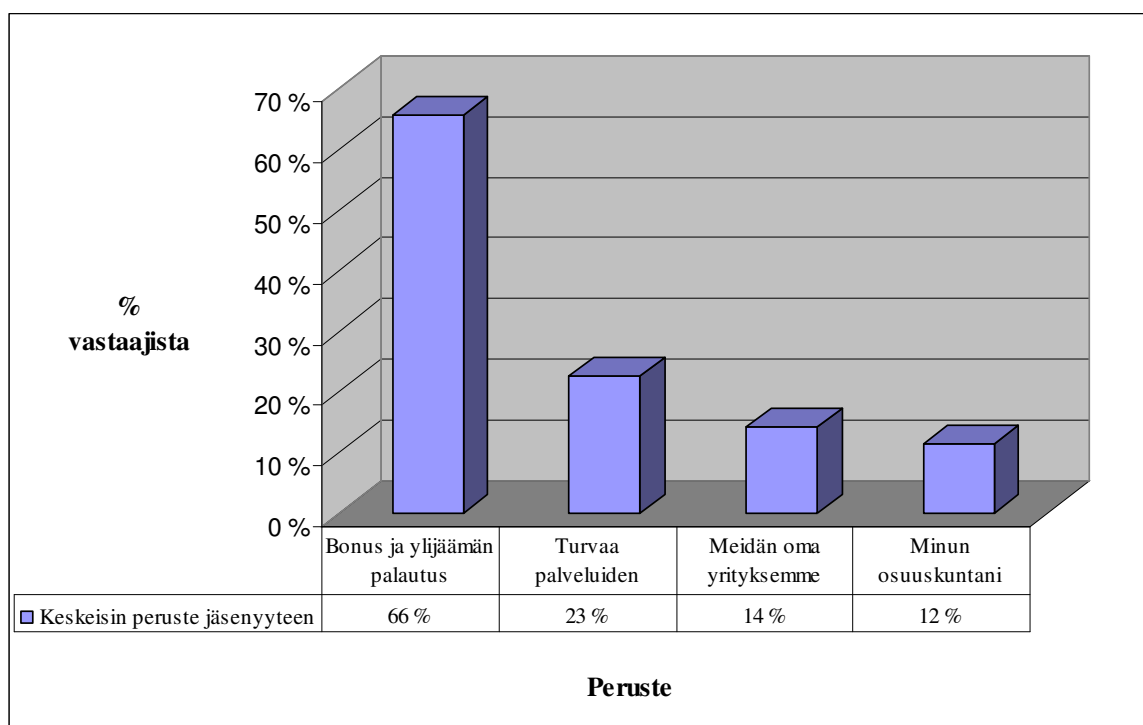
Neljästä omistajuuden mittarista osuustoiminnallisten yritysten suurimpana vahvuutena vastaajat pitivät etujen tuottamista. Yli puolet vastaajista oli merkinnyt etujen tuottamisen osuustoimintayritysten vahvuudeksi. Paikallisuutta piti suurimpana vahvuutena lähes yhtä iso osa, mutta selvästi pienempi osa vastaajista piti paikallisuutta ot-yritysten heikkoutena, kuin etujen tuottamista. Kolmanneksi suurimpana vahvuutena vastaajat pitivät omistajuuden tunnetta. Omistajuuden tunne sai kuitenkin vähiten rasteja ot-yritysten heikkoutena, vain 7,7 % vastaajista piti omistajuuden tunnetta heikkoutena. Vähiten ot-yritysten vahvuuksiin kuului vastaajien mielestä sijaintipaikkakunnan kehittäminen, hieman yli neljännos vastaajista piti tätä ominaisuutta vahvuutena. Suurempi osa kuitenkin piti sijaintipaikkakunnan kehittämistä enemmän vahvuutena, kuin heikkoutena. (Kuva 8.)



Kuva 8. Osuustoiminnallisten yritysten vahvuudet ja heikoudet. Kaikki vastaajat.

Ylivoimaisesti keskeisimmäksi jäsenyyden perusteeksi nousi bonus ja ylijäämän palautus, yli 65 % vastaajista ilmoitti tämän kohdan keskeisimmäksi perusteeksi. Toiseksi tärkein peruste ot-yrityksen jäsenyyteen tai asiakkuuteen oli yrityksen palvelujen saannin turvaaminen. Vasta tämän jälkeen tulivat tunne, että osuuskunta on meidän oma yrityksemme ja tunne, että osuuskunta on minun yritykseni. (Kuva 9) Kuva kertoo vastaajista prosenttimäärän, kuinka moni vastaaja oli laittanut jonkin ot-yrityksen kohdalle perusteen kohdalle rastin. Taulukkoon ei ole laskettu kaikkia perusteen saamia rasteja yhteen. Joku on siis voinut laittaa kaikkien yritysten, joissa vastaaja on jäsenenä, kohdalle rastin, mutta taulukossa on huomioitu tällaiset tapaukset ainoastaan yhtenä vastaajana.

Bonus ja ylijäämän palautus oli keskeisin peruste jäsenyyteen eniten osuuskauppojen asiakkaiden keskuudessa. OP-ryhmän asiakkaille osuuskunta palveluiden saannin turvaajana oli hieman tärkeämpää, kuin muille ot-yritysten asiakkaille.



Kuva 9. Jäsenyyden keskeisin peruste. Kaikki vastaajat.

5.5 Omistajuuden mittarit

Aineistosta kerättiin kaikki neljä vahvuuden ja heikkouden mittaria yhteen, josta muodostui ot-yritysten omistajuuden mittari vahvuuksina ja heikkouksina. Omistajuuden mittaria ristiintaulukoitiin taustamuuttujien kanssa, jolloin saamme suuntaa antavaa tietoa kuinka eri taustamuuttajat vaikuttavat osuustoiminnallisten yritysten vahvuuksien ja heikkouksien arviointiin omistajuuden kannalta.

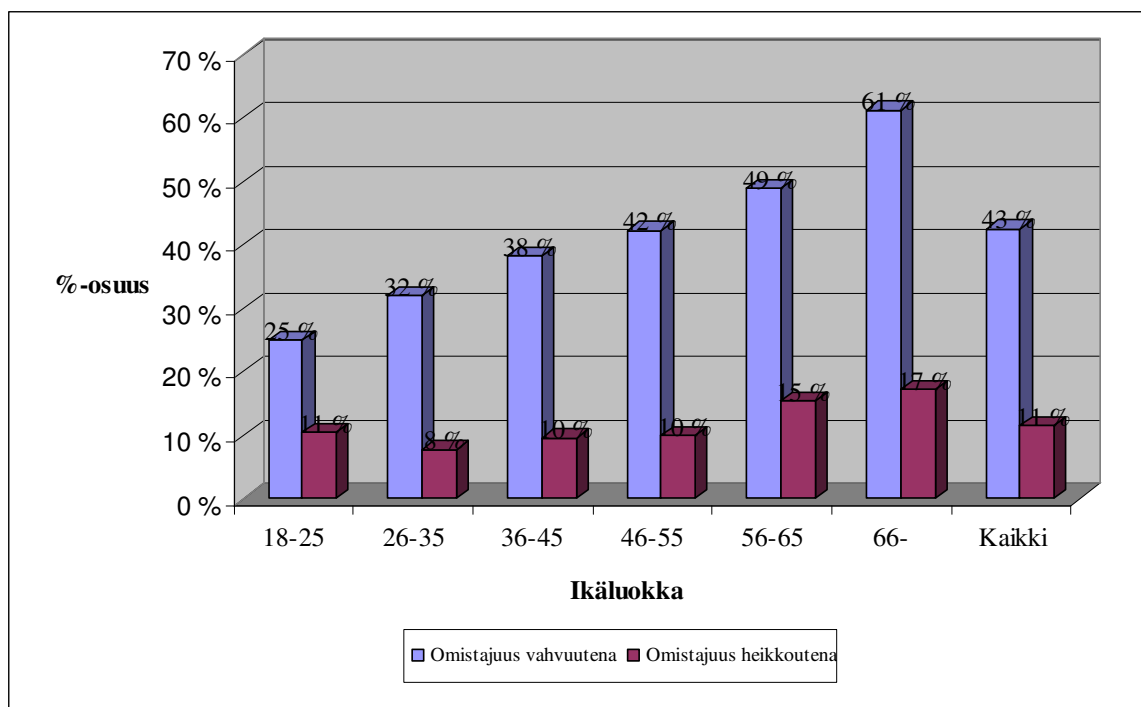
Omistajuuden mittari koottiin laskemalla kaikki neljä omistajuuden ominaisuutta vahvuutena yhteen ja heikkoutta yhteen ja jakamalla summat nelinkertaisella vastaajajoukolla. Tällöin prosenttiosuus kertoo kuinka suuri osa joukosta on arvioinut osuustoiminnallisten yritysten vahvuudeksi tai heikkoudeksi jonkin omistajuuden ominaisuuden. Sata prosenttia olisi tässä tapauksessa tilanne, jossa jokainen vastaaja on rastinut jokaisen omistajuuden osa-alueen kyseiseen kategoriaan, kun taas nolla prosenttia tarkoittaisi, ettei yksikään vastaaja ole rastinut yhtään kohtaa omistajuuden neljästä ulottuvuudesta.

Toinen omistajuuden mittari rakennettiin keräämällä yhteen omistajuuden neljän keskeisimmän jäsenyyden perusteen vastaukset ja jakamalla tämä summa nelinkertaisella jäsenmäärällä. Tällä tavalla saatiin selville prosentuaalinen jakauma omistajuudesta keskeisimpänä perusteena jäsenyydelle. Huomioitavaa on, että tämän mittarin perusteena on jäsenmäärä, ei vastaajamäärä. Jäsenmäärällä tarkoitetaan kaikkia vastaajajoukon jäsenyyksiä yhteensä. Tämän takia jokaiselle taustamuuttujaluokalle jouduttiin laskemaan luokan yhteisjäsenmäärä, jota käytettiin prosenttimuuttujana. Tämä muuttuja on mittaristossa sen takia, että jokainen vastaaja vastasi kyselylomakkeessa jokaisen ot-yrityksen kohdalla keskeisimmän perusteen jäsenyyteensä, missä vastaaja on jäsenenä. Useimmat vastaajat olivat jäsenenä useammassa kuin yhdessä ot-yrityksessä. Tämän mittarin tapauksessa 100 % olisi tilanne, jolloin taustamuuttujaluokan jokainen vastaaja olisi vastannut jokaisen ot-yrityksen kohdalla kaikki neljä omistajuuden perustetta keskeisimmäksi perusteeksi jäsenyyteensä. Koska osa vastaajista ei ole laittanut keskeisimmäksi perusteeksi jäsenyyteensä kuin yhden tai kaksi perustetta, jäävät prosentit pienemmäksi tällä mittarilla. Jo 25 % tarkoittaisi että jokainen vastaaja on merkinnyt kaikkien ot-yritysten kohdalle yhden omistajuuden arvon keskeisimmäksi perusteeksi jäsenyyteensä.

5.5.1 Ot-yritysten omistajuuden vahvuuksien ja heikkouksien mittari

Kuvassa 10 on tilastoitu ot-yritysten omistajuuden vahvuudet ja heikkoudet ikäluokittain. Kuvasta näkee selvästi, että ikä vaikuttaa vastaajien omistajuuden arviointiin. Ristiintaulukoinnilla selvisi, että iällä on tilastollisesti merkitsevä vaikutus vahvuuksien arvioinnissa. Nuorimmassa ikäluokassa vahvuuksien prosentti on vain 25 %, joka tarkoittaa, että jokainen vastaaja on rastinut keskimäärin ainoastaan yhden omistajuuden neljästä mittarista vahvuudeksi. Vanhimmassa ikäluokassa vahvuuksia on rastittu jo 61,2%, joka tarkoittaa että keskimäärin jokainen vastaaja on rastinut 2-3 omistajuuden osa-aluetta ot-yritysten vahvuudeksi. Omistajuus vahvuutena kasvaa lähes lineaarisesti ikäluokkien mukana.

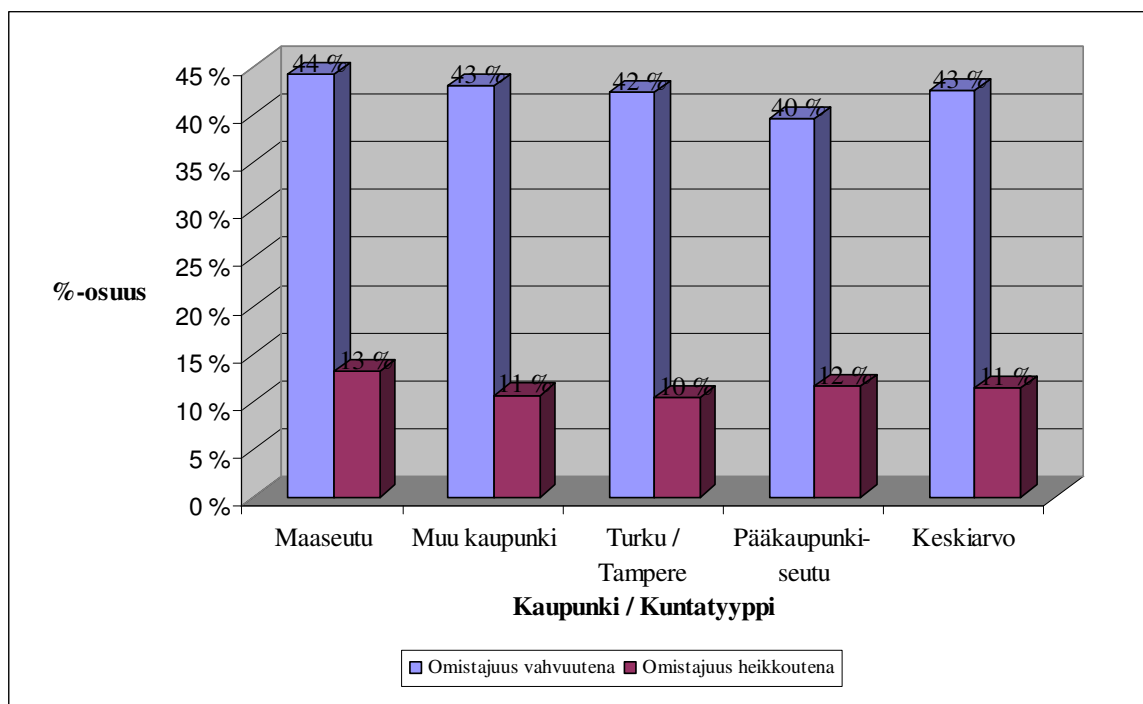
Omistajuus ot-yritysten heikkoutena ei ole niin selkeä ikäluokittain tarkasteltuna. Vanhimmat ikäluokat ovat merkinneet omistajuuden osuustoimintayritysten heikkoudeksi ahkerammin, kuin nuoremmat ikäluokat. Kaksi vanhinta ikäluokkaa ovat merkinneet heikkouksia selvästi keskiarvoa (Kuva 10, kaikki) enemmän, samoin myös vahvuuksia. Kaikki luokat alle 46-vuotiaiden ovat merkinneet omistajuuden vahvuudeksi keskiarvoa vähemmän. (Kuva 10)



Kuva 10. Osuustoiminnallisten yritysten omistajuuden vahvuudet ja heikkoudet ikäluokittain.

Kun osuustoiminnallisten yritysten omistajuuden vahvuuksia ja heikkouksia ristiintaulukoitiin kuntatyyppin mukaisesti, ei saatu jakaumiin kovin merkitseviä poikkeamia. Kuvasta nähdään, että pääkaupunkiseudulla omistajuutta ot-yritysten vahvuutena arvostetaan hieman vähemmän kuin muualla Suomessa. Ero on kuitenkin ainoastaan kolme prosenttia keskiarvoon nähden, eikä ristiintaulukoinnissa ilmennyt kunnollista tilastollista merkitsevyyttä. Maaseudulla arvostetaan ot-yritysten omistajuuden vahvuutta hieman enemmän kuin muunlaisilla asuinalueilla, mutta ero on vain 1-2% luokkaa. Samoin omistajuutta pidettiin maaseudulla hieman useammin heikkoutena, kuin muualla. (Kuva 11)

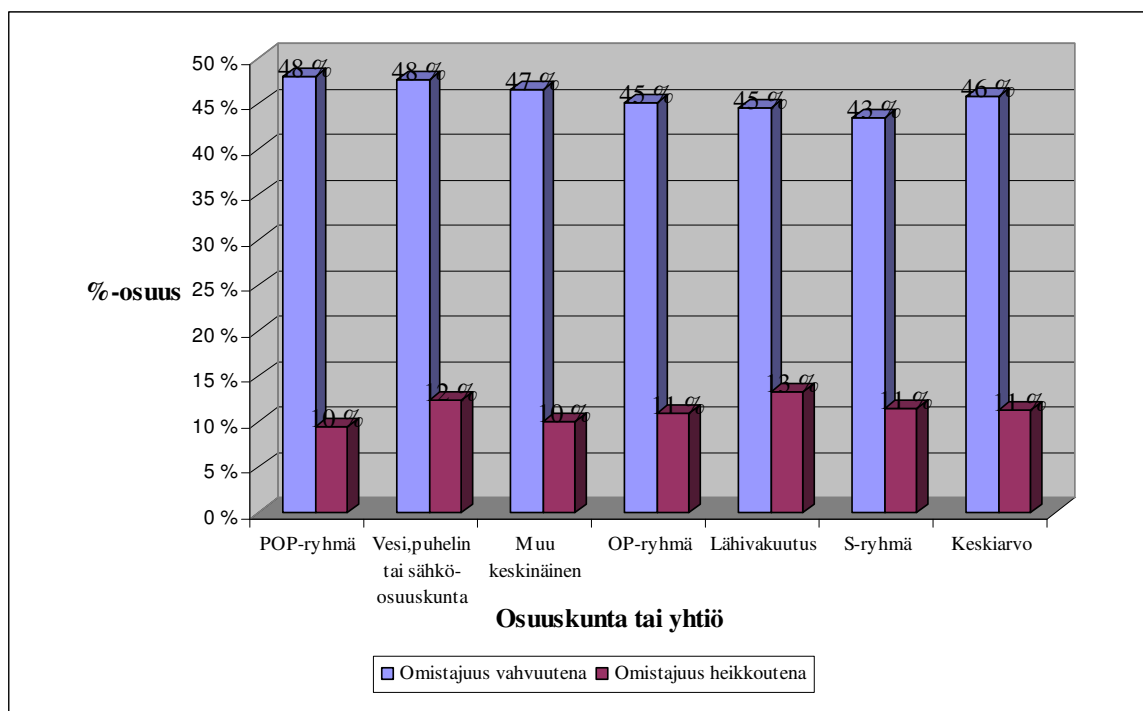
Lääneittäin ristiintaulukoidessa Lapin lääni tuli selvästi esille ot-yritysten omistajuuden vahvuuksia arvioidessa. Lapin läänin vastaajista yli 61 % piti omistajuutta ot-yritysten vahvuutena, kun muut läänit jäivät 40 ja 44 prosentin välille. Vastaajajoukko oli kuitenkin liian pieni, jotta olisi saatu riittävä tilastollinen merkitsevyys poikkeamalle, jonka takia läänejä ei otettu tuloksiin mukaan taustamuuttujaksi.



Kuva 11. Osuustoiminnallisten yritysten omistajuuden vahvuudet ja heikkoudet kuntatyypeittäin.

Kun taustamuuttujaksi laitetaan ot-yrityksen jäsenyys, ristiintaulukoinnissa huomataan, ettei eri osuustoiminnallisten yritysten jäsenillä ole kovin suurta eroa omistajuuden vahvuuksien ja heikkouksien arvioinnissa. Vahvin ryhmä tulosten mukaan on POP-ryhmän paikallisosuuspankkien jäsenet. Siellä omistajuus on merkitty ahkerimmin vahvuudeksi ja vähiten heikkoudeksi. Toiseksi eniten omistajuutta pidetään vahvuutena vesi-, sähkö-, ja puhelinosuuskuntien jäsenien parissa. Siellä kuitenkin omistajuutta pidetään myös toiseksi eniten heikkoutena.

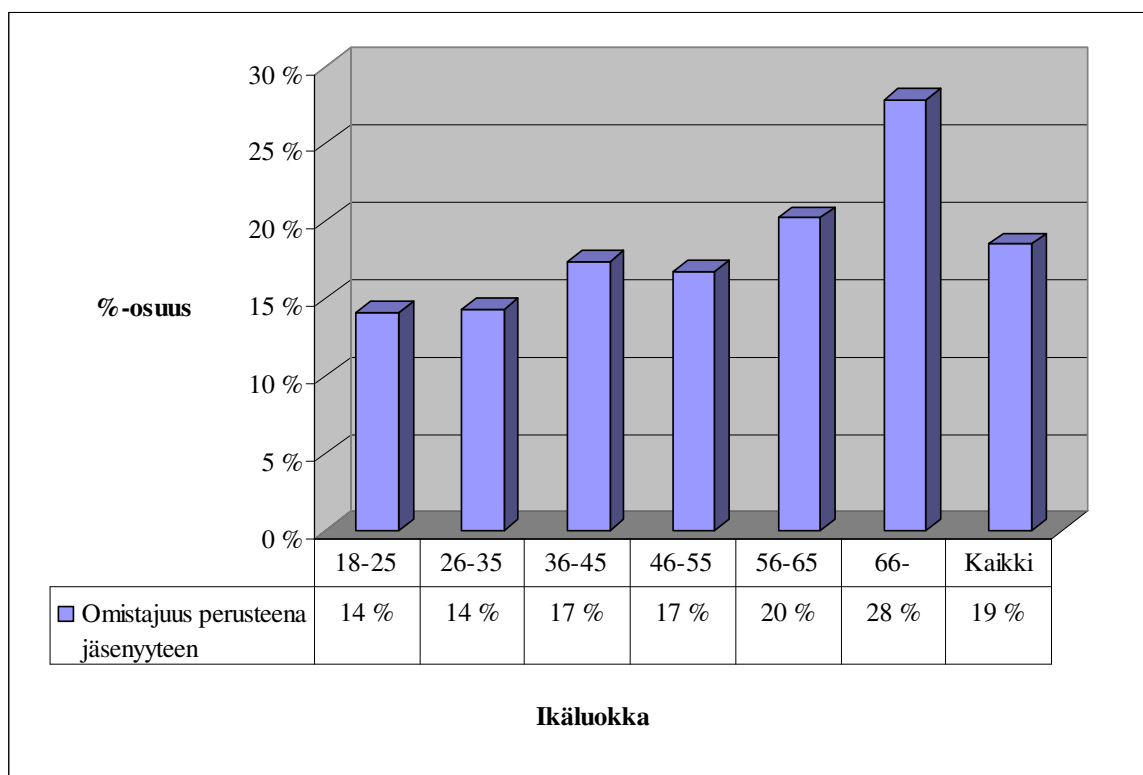
Vähiten omistajuutta pidetään vahvuutena S-ryhmän asiakkaiden keskuudessa, sielläkin prosenttien ollessa kuitenkin 43,4 %. Eniten omistajuutta pidetään heikkoutena Lähivakuutus-ryhmän asiakkaiden keskuudessa. Lähivakuutuksen asiakkaista 13,2 % on merkinnyt omistajuuden heikkoudeksi. (Kuva 12)



Kuva 12. Osuustoiminnallisten yritysten omistajuuden vahvuudet ja heikkoudet jäsenyyden mukaan.

5.5.2 Omistajuuden mittari keskeisimpänä perusteena jäsenyydelle

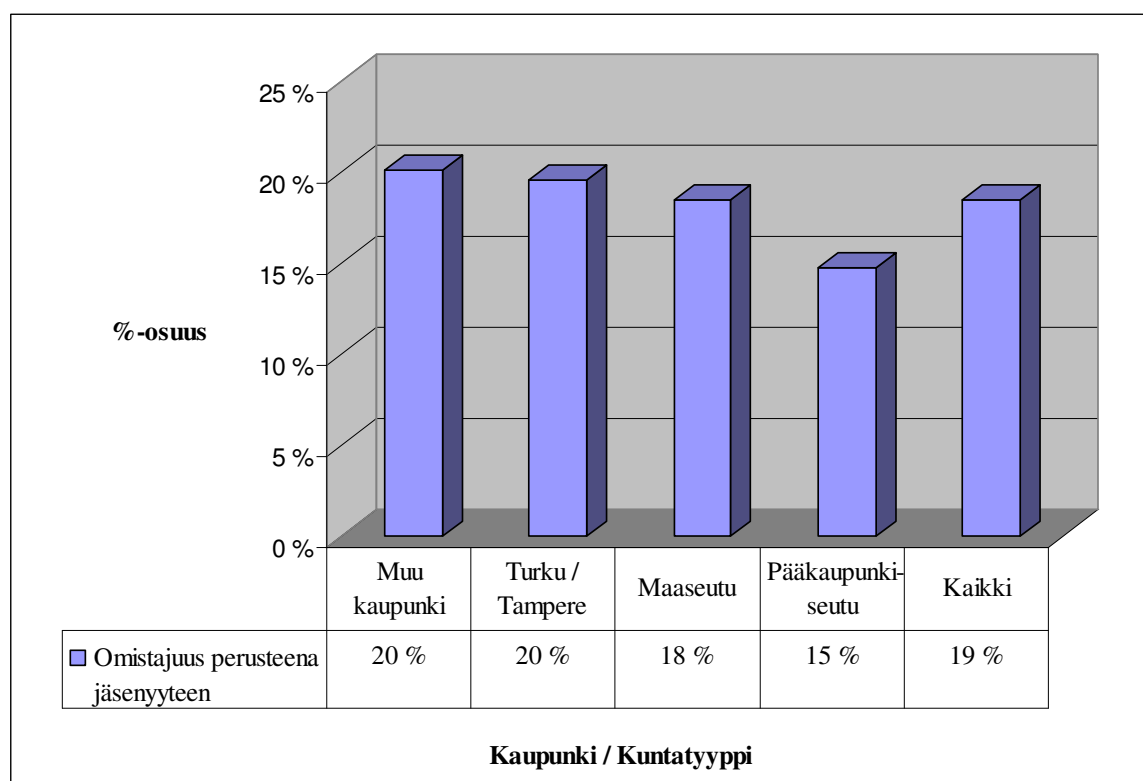
Ikäluokittain tarkasteltuna omistajuutta keskeisimpänä perusteena jäsenyydelle, huomaamme tilastollisesti merkitsevän poikkeaman kaikista vanhimmissa ikäluokissa. Yli 66-vuotiaista mittarin prosentiksi tuli 28 %. Tämä tarkoittaa sitä, että yli 66-vuotiaista keskimäärin jokainen on rastinut ainakin yhden omistajuuden perusteen keskeisimmäksi perusteeksi jäsenyydelleen. Toiseksi vanhimmassa, 56-65-vuotiaiden, ikäluokassakin prosentti ylittää 20 %:n. Muissa ikäluokissa merkitsevää poikkeamaa ei löydy, joskin nuoremmat pitävät omistajuutta hieman vähemmän keskeisimpänä perusteena jäsenyydelle, kuin vanhemmat. (Kuva 13)



Kuva 13. Omistajuus keskeisimpänä perusteena jäsenyyteen, ikäluokittain.

Kuntatyyppin mukaan ristiintaulukoituna omistajuus keskeisimpänä perusteena jäsenyyteen vaikuttaisi olevan hieman heikompaa pääkaupunkiseudulla, kuin muualla Suomessa. Pääkaupunkiseudulla yhteisprosentiksi tuli 15 %, kun koko vastaajajoukon jäsenyyksien mukainen keskiarvo oli 19 %. Yllättäen omistajuus keskeisimpänä perusteena oli maaseudulla jonkin verran alhaisempaa, kuin muissa kaupungeissa ja Turussa/Tampereella. Erot ovat kuitenkin melko pieniä, joten kovin merkittävää johtopäätöstä ei eroista tule tehdä. (Kuva 14)

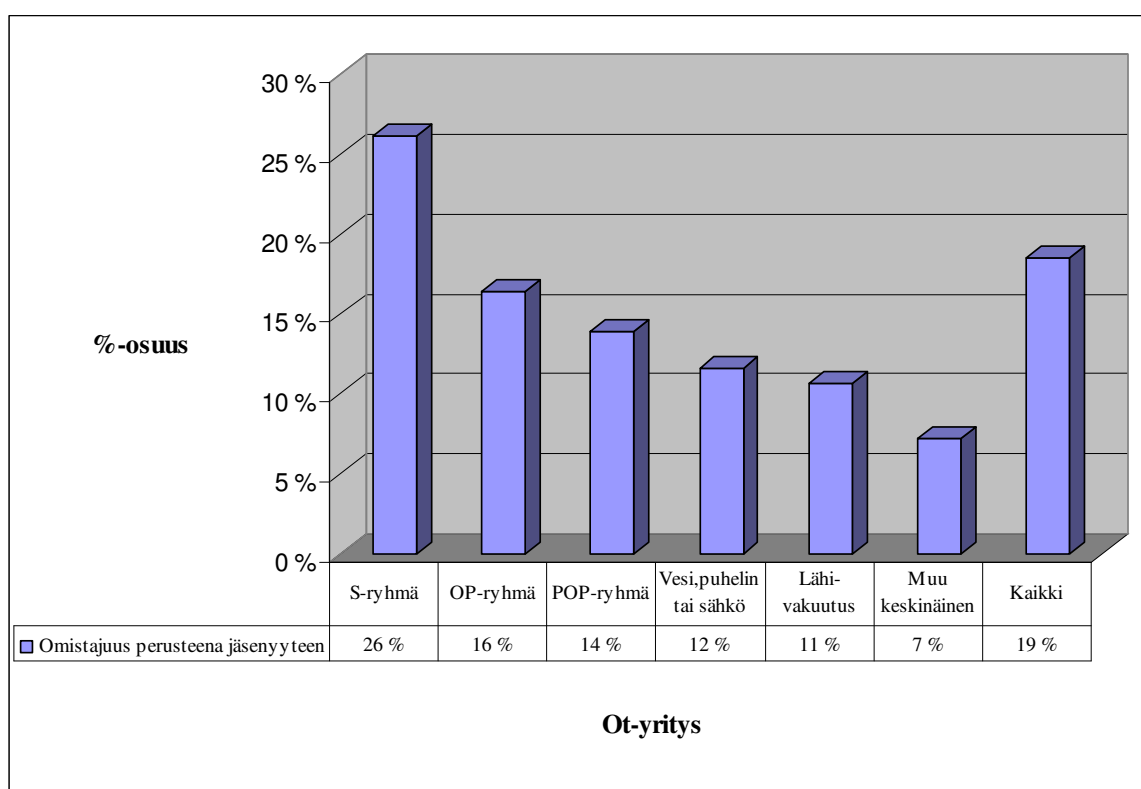
Kuntatyypeittäin vertailtuna omistajuuden merkitystä jäsenyyteen ei eroja ollut merkittävästi. Varsinaisen asuinalueen mukainen vertailu, esimerkiksi maakunnittain tai lääneittäin, voisi olla mielekkäämpää tässä tapauksessa. Tällöin otoksen koko kuitenkin tippuu joillakin alueilla sen verran pieneksi, ettei aineisto riittäisi täysin pätevään tilastolliseen vertailuun.



Kuva 14. Omistajuus keskeisimpänä perusteena jäsenyyteen, kuntatyypeittäin.

Yrityksen jäsenyyden mukaan keskeisintä perustetta jäsenyyteen ristiintaulukoituna, saadaan tilastollinen merkitsevyys S-ryhmän asiakasomistajien omistajuuden perusteesta. Noin 26% osuuskaupan asiakasomistajista ovat merkinneet jonkin omistajuuden perusteen keskeisimmäksi perusteeksi. Se tarkoittaa, että jokainen on merkinnyt ainakin yhden omistajuuden perusteen keskeisimmäksi perusteeksi. Toiseksi eniten omistajuutta pidettiin keskeisimpänä perusteena OP-ryhmän asiakkaiden keskuudessa ja POP-ryhmän kolmanneksi eniten. Vähiten jäsenyyden perusteena oli omistajuus muissa keskinäisissä vakuutusyhtiöissä ja Lähivakuutus-ryhmässä. (Kuva 15)

Kaikkien vastaajien jäsenyyden keskiarvo on tilastossa huomattavasti korkeampi, kuin kaikkien muiden luokkien, paitsi S-ryhmän. Tämä johtuu siitä, että S-ryhmän asiakkaat ovat luokkana selvästi suurin, jolloin keskiarvo painottuu lähemmäksi S-ryhmän asiakkaita. S-ryhmän asiakkaat arvostivat keskeisenä perusteena selvästi eniten bonusta ja ylijäämän palautusta. Ilman tätä perustetta tippuisi S-ryhmän luokka huomattavasti.

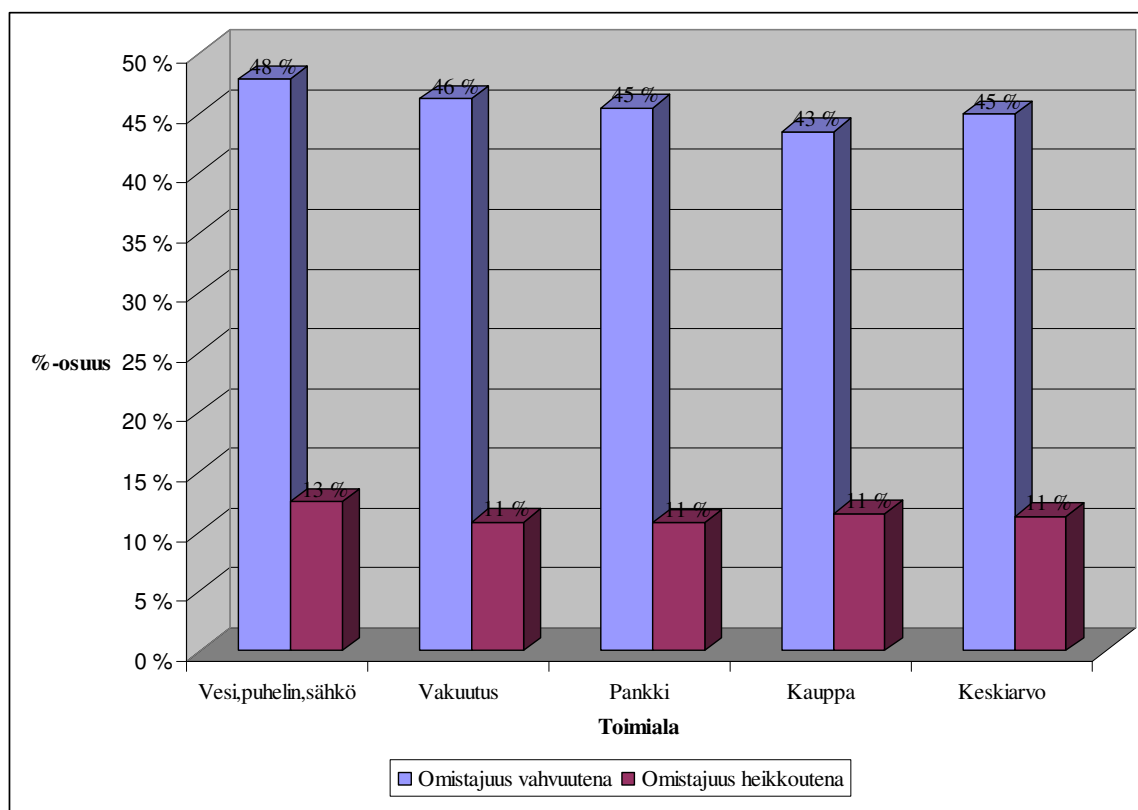


Kuva 15. Omistajuus keskeisimpänä perusteena jäsenyyteen,

5.5.3 Omistajuus toimialoittain

Osuustoimintayritykset koottiin toimialoittain yhdistäen molemmat pankkiryhvät, sekä keskinäiset vakuutusyhtiöt. Toimialoittain tarkasteltuna vesi-, puhelin-, ja sähköosuuskuntien omistajat pitivät omistajuutta osuustoimintayritysten suurimpina vahvuuksina. Toiseksi eniten omistajuutta vahvuutena pitivät keskinäisten vakuutusyhtiöiden asiakkaat. Erot olivat kuitenkin melko pieniä kaikkien toimialojen välillä. Keskiarvon alapuolelle jäi ainoastaan kauppa.

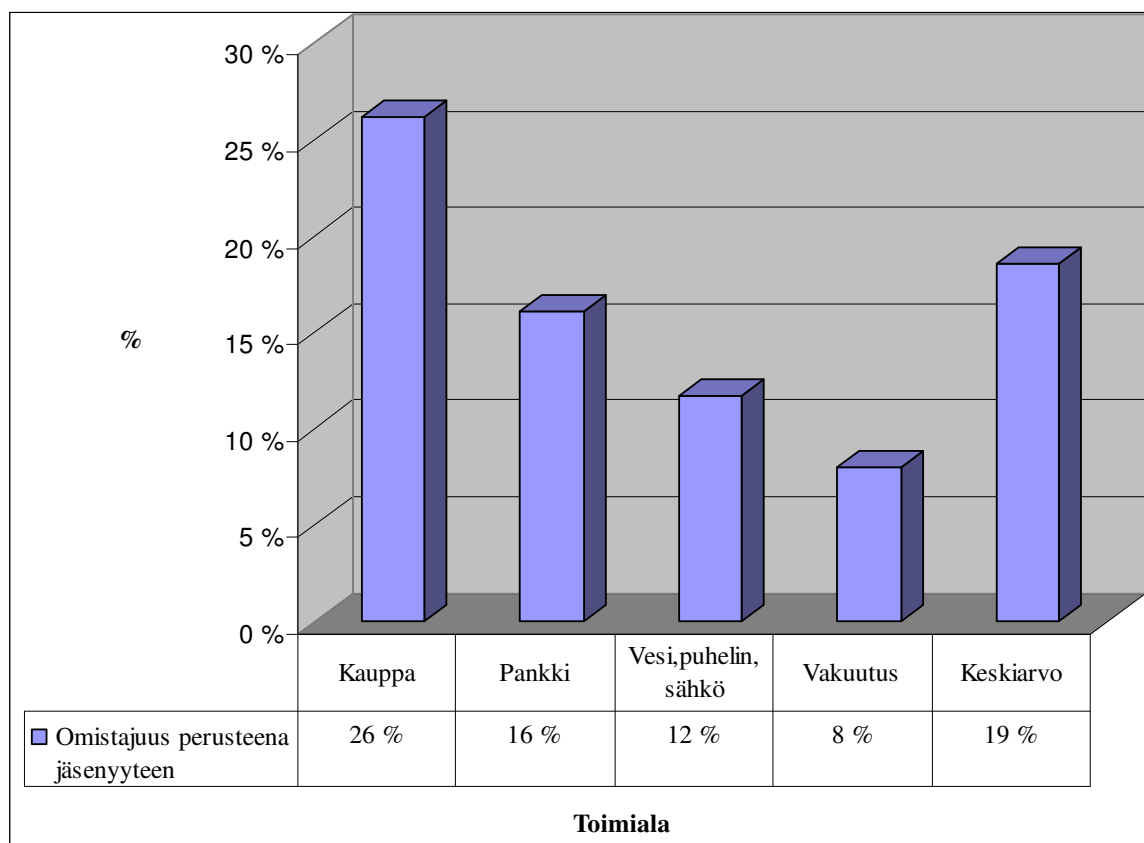
Vesi-, puhelin-, ja sähköosuuskuntien omistajat pitivät omistajuutta myös eniten yritysten heikkoutena. Kaikissa muissa toimialoissa omistajuutta pidettiin yhtä usein heikkoutena. (Kuva 16) Tilastollista merkitsevyyttä eroille ei kuitenkaan löytynyt.



Kuva 16. Ot-yritysten omistajuuden vahvuudet ja heikkoudet toimialoittain.

Omistajuutta perusteena jäsenyyteen toimialoittain tarkasteltuna selvisi, että kaupanalalla pidettiin omistajuutta selvästi suurempana perusteena jäsenyyteen, kuin muilla toimialoilla. Omistajuus oli toimialoista toiseksi merkittävin peruste pankkialalla. Pankkien asiakkaista 16 % oli merkinnyt jonkun omistajuuden perusteen keskeisimmäksi perusteeksi. Vähiten omistajuus oli perusteena jäsenyyteen vakuutuslalla. Keskinäisissä yhtiöissä ainoastaan 8 % merkitsi jonkun neljästä omistajuuden perusteesta keskeisimmäksi perusteeksi. (Kuva 17)

Keskiarvo koko vastaajajoukolla oli 19 % ja kaikki muut toimialat, paitsi kauppa, jäi keskiarvon alapuolelle.



Kuva 17. Omistajuus perusteena jäsenyyteen toimialoittain.

6. TULOSTEN TARKASTELO

Tutkimuksessa tutkittiin suomalaisten suhtautumista osuustoiminnallisen yrityksen omistajuuteen. Suhtautumista tutkittiin selvittämällä vastaajien mielipidettä omistajuuden ominaisuuksien arvostukseen yritysmaailmassa yleensä, sekä pitävätkö vastaajat näitä ominaisuuksia osuustoimintayritysten vahvuuksina tai heikkouksina. Suhtautumista tutkittiin myös selvittämällä pitävätkö vastaajat omistajuuteen liitettävää jäsenyyden perustetta keskeisimpänä perusteena jäsenyyteensä.

Teoriaosassa tutustuttiin osuustoiminnan maailmaan ja selvitettiin osuustoiminnan monimuotoisuutta periaatteiden, arvojen ja luonteen avulla. Periaatteita ja arvoja, jotka liittyvät olennaisesti osuustoiminnan omistajuuden muodostumiseen, tutkittiin myös osuuskuntalain pohjalta. Osuustoiminnan yleispätevän määrittelemättömyyden takia, tutustuttiin myös erilaisiin osuustoimintaperinteisiin ja historiaan. Jonkin verran tutkittiin myös suomalaista osuustoimintaa, sen laajuutta ja vaikutusta, jotta näemme kuinka suuresta ilmiöstä on kyse Suomessa.

Osuustoiminnan erikoisen luonteen ja omistus pohjan tutkimisen jälkeen siirryttiin varsinaisen omistajuuden pohtimiseen. Omistajuus on käsitteenä erittäin laaja, jonka takia tukeuduttiin osuustoiminnallisen omistajuuden määrittelyssä pääosin valmiiseen ja tuoreeseen tutkimusaineistoon. Teoriassa mietittiin osuustoiminnallisen omistajuuden ongelmia, sekä vertailtiin osuustoimintayrityksen ja muiden yritysmuotojen eroja. Tämän jälkeen siirryttiin asiakasomistajuuden osa-alueiden määrittelyyn Iiro Jussilan (2007) väitöskirjan asiakasomistajuuden viitekehyksen avulla. Luomalla teoreettinen viitekehys empiiriseen tutkimukseen, saatiin poimittua kyselytutkimuksesta omistajuuden kannalta olennaiset ominaisuudet ja perusteet.

Yritykselle tärkeinä pidettyjä ominaisuuksia tarkasteltaessa, ylivoimaisesti tärkeimpänä pidettiin etujen tuottamista (76 % erittäin, tai melko tärkeänä). Samaa ominaisuutta pidettiin myös eniten osuustoiminnallisten yritysten vahvuutena. Tämä on melko olennainen huomio, sillä alun perin osuuskuntia perustettiin nimenomaan tuottamaan etuja jäsenilleen, etuja joita ei saisi muualta. Melko yllättäen iso osa vastaajista piti myös paikallisuutta ja sijaintipaikkakunnan kehittämistä tärkeänä yritystoiminnassa (molemmissa 61 % erittäin, tai melko tärkeää). Yli puolet piti paikallisuutta myös

osuustoiminnallisten yritysten vahvuutena. Omistajuuden neljästä ominaisuudesta vähiten vahvuutena pidettiin sijaintipaikkakunnan kehittämistä. Tämä on teorian mukaan yksi osuustoimintayritysten ydinperiaatteista, joten voidaan kysyä, ovatko ot-yritykset tässä asiassa lipsuneet, vai onko toiminta piilossa, jolloin asiakkaat eivät enää tunnista yrityksen merkitystä paikkakunnan kehittäjänä? Lähes puolet (47 %) pitivät omistajuuden tunnetta tärkeänä yritystoiminnassa. Tämäkin on melko suuri prosentti, jos otetaan huomioon, että ominaisuus on täysin psykologinen, eikä liity kovin vahvasti liiketaloudellisesti yritystoimintaan.

Keskeisimmistä jäsenyyden perusteista selkeimmin nousi esille bonus ja ylijäämän palaute. Kaksi kolmasosaa vastaajista määrittelivät tämän keskeisimmäksi perusteeksi. Koko osuustoimintakenttä on ilmeisen tietoinen tämän perusteen tärkeydestä, sillä viime vuosina bonusmalleja on kehitelty runsaasti. S-ryhmä kehitti oman bonusmallinsa ensimmäisenä, joka oli huima menestys. Nyt OP-ryhmä ja POP-ryhmä ovat kehittäneet omat bonusmallinsa ja keskinäiset vakuutusyhtiöt kehittävät omiaan (mm. Tapiola). Myös sähkö- ja puhelinosuuskunnat kehittävät omia bonusmallejaan. Omistajuuden perusteista toiseksi keskeisimpänä perusteena pidettiin "osuuskunta turvaa palveluiden ja tuotteiden saannin myös tulevaisuudessa" -kohtaa. Noin 23 % merkitsi tämän keskeiseksi perusteeksi. Tämäkin on melko korkea prosenttiluku, jos miettii ihmisten perussyitä asiakkuuteen. Oletettavasti tärkeimmät perusteet olisivat henkilökohtaisen taloudellisen hyödyn mukaisia. Tässä tapauksessa lähes joka neljäs kantoi myös kollektiivista huolta omasta paikkakunnastaan.

Kun laskettiin omistajuuden ominaisuudet yhteen ja ristiintaulukoitiin taustamuuttujien kanssa, saatiin selkeä kuva ikäluokan vaikutuksesta vastauksiin. Omistajuus osuustoimintayritysten vahvuutena kasvoi joka ikäluokassa vanhempaan ikäluokkaan mentäessä. Tilastollinen merkitsevyys ikäluokalla tuloksiin oli erittäin merkittävällä luottamusvälillä. Ääripäitä, eli vanhinta ja nuorinta ikäluokkaa katsoessa, ero on jo melko mittava. Nuorimmassa (18-25-vuotiaat) vain 25 % merkitsi jonkin ominaisuuden vahvuudeksi, kun vanhimmassa prosentti oli jo 61 %. Tässä mittarissa täytyy muistaa, että 25 % tarkoittaa, että jokainen vastaaja on merkinnyt keskimäärin yhden omistajuuden ominaisuuden osuustoiminnallisen yrityksen vahvuudeksi. Vanhimman ikäluokan 61 % tarkoittaa, että jokainen vastaaja on merkinnyt keskimäärin 2-3 ominaisuutta neljästä osuustoimintayritysten vahvuudeksi. Tämä on jo todella merkittävän suuri joukko.

Miksi sitten ikä vaikuttaa näin merkittävästi tuloksiin? Tämä kysymys olisi jo uuden tutkimuksen aihe, mutta pinnallisesti pohdittuna syitä löytyy useita. Ensinnäkin moni nuori saattaa olla ot-yrityksen jäsen vanhempiansa kautta, aluksi rinnakkaiskortilla ja myöhemmin itsenäisenä jäsenenä. Tällöin ei ole ehtinyt miettiä yrityksen vahvuuksia ja heikkouksia sen kummemmin. Toisekseen nuoremmat ikäluokat tietävät huomattavasti vähemmän osuustoiminnasta kuin vanhemmat (mm. Tauriala 1998). Toisaalta, jos tämä on syynä, voidaan sitä pitää ot-yritysten kannalta melko positiivisena tuloksena: mitä enemmän ihminen tietää osuustoiminnasta, sitä suurempina vahvuuksina omistajuuden ominaisuuksia pidetään. Yksi syy tuloksiin voisi olla myös se, että mitä nuorempi ihminen on, sitä vähemmän hän on joutunut pohtimaan vakuutuksia, pankkilainoja tai kauppapaikkoja, puhumattakaan niiden taustalla toimivien yritysten vahvuuksista ja heikkouksista.

Muilla taustamuuttujilla mitattaessa (kuntatyypit ja jäsenyys), ei kovin merkittäviä eroavaisuuksia omistajuuden vahvuuksien ja heikkouksien määrittelyssä löytynyt. Kuitenkin merkittävää on, että oli taustamuuttuja, tai taustamuuttujan sisäinen luokka mikä tahansa, oli omistajuuden ominaisuudet selvästi poikkeuksetta vastaajien mielestä enemmän ot-yritysten vahvuus kuin, heikkous. Se on positiivinen merkki osuustoimintayrityksille. Kun tähän lisätään tuloksista saatu tieto siitä, että suomalaiset arvostavat näitä omistajuuden ominaisuuksia yritystoiminnassa yleensä, nähdään ot-yritysten omistajuuden periaatteiden lepävän hyvällä pohjalla.

Kun laskettiin jäsenyyden keskeisimmät perusteet yhteen ja ristiintaulukoitiin taustamuuttujien kanssa, nähtiin tuloksista, että S-ryhmän asiakasomistajat arvostivat omistajuuden perusteita selvästi eniten (26 %). Tässä luokassa bonus ja ylijäämän palautus nousi selvästi esille. Keskinäisissä vakuutusyhtiöissä omistajuus oli keskeisimpänä perusteena vähiten. S-ryhmän osalta korkeampaa prosenttia voidaan selittää vahvalla panostuksella bonuksiin. Kaupan alalla bonusmalli on viety pisimmälle ja siellä viestitään bonuksista myös jatkuvasti. Monelle joka kuukautinen bonus saattaa olla juuri se syy pysyä osuuskaupan asiakkaana. Osuustoimintatutkimus 2008:n (Suomen Gallup Elintarviketieto Oy 2008) mukaan tärkein peruste jäsenyyteen koko aineistosta kaikilla suomalaisilla oli kilpailukykyiset hinnat. Toiseksi tärkein peruste oli sopiva sijainti ja kolmantena, tässäkin tutkimuksessa mukana ollut peruste, bonukset ja ylijäämän palautus.

Ikäluokittain omistajuus oli tasapuolisesti keskeinen peruste, ainoastaan vanhimmassa, yli 66 -vuotiaiden luokassa prosentit kohosivat huomattavasti. Tämä voisi johtua siitä, että eläkeiässä ot-yritysten jäsenyyksiä pohditaan tarkemmin ja omistajuus nousee tärkeämmäksi tekijäksi ihmisille.

Johdannossa ja teoriaosiossa käsiteltiin hypoteeseja omistajuuden merkityksestä. Näiden tulosten perusteella hypoteesit olivat melko lähellä lopputuloksia. Psykologisen omistajuuden merkityksen laajuutta hypoteesissa kuitenkin vähäteltiin. Vaikka psykologinen omistajuus jääkin taloudellisen omistajuuden taakse, oli tuloksissa selvästi huomattavissa, että psykologinen omistajuus on monelle tärkeää. Etenkin merkittävää on se, että psykologista omistajuutta pidettiin enimmäkseen tärkeänä yritystoiminnassa yleensä.

Tutkimukseen liittyen olennaisin kritiikki tulisi kohdistaa omistajuuden mittaamiseen. Jokaiselle omistajuuden osa-alueelle valittiin vain yksi ominaisuus ja yksi peruste. Perusteellisemman ja pätevemmän tutkimuksen saisi aikaiseksi ottamalla huomattavasti enemmän kysymyksiä mukaan mittaamaan jokaista osa-aluetta. Jokaisen osa-alueen mittaamiseen voisi käyttää esimerkiksi neljää eri kysymystä. Tämä antaisi huomattavasti validimman tuloksen omistajuuden mittaamiseen. Tässä tutkimuksessa resurssit eivät riittäneet niin laajaan tutkimukseen. Tutkimuksesta jäi ominaisuuksien ja perusteiden mittaamisessa kokonaan pois olennainen omistajuuden osa, oman omaisuuden hallinnointi ja määräysvalta. Tämä ominaisuus on omistajuudessa myös merkittävä ja ot-yrityksien kohdalla tätä voi tutkia ihmisten mielipiteistä omistamansa yrityksen määräysvaltaan.

Toisena kritiikin kohteena voidaan pitää omistajuuden mittareita. Tässä tutkimuksessa omistajuuden mittareissa niputettiin kaikki omistajuuteen liitetyt ominaisuudet ja perusteet yhteen ja tutkittiin taustamuuttujien valossa. Voidaan kyseenalaistaa, onko ylipäättänsä mielekästä niputtaa niinkin laaja käsite, kuin omistajuus yhteen ja tutkia asiaa. Saattaisi olla järkevämpää tutkia asiakasomistajuuden eri osa-alueita erikseen mahdollisimman pitkälle ja tehdä niistä johtopäätöksiä omina kokonaisuuksinaan. Tämän tutkimuksen omistajuuden mittareiden validiutta laskee merkittävästi laajan käsitteen yhteen niputtaminen.

Tutkimuksen tuloksia tulisi pitää enemmän suuntaa-antavina, kuin absoluuttisina totuuksina. Tutkimusta ja sen tuloksia tulee tarkastella lähtökohtaisesti yrityksenä käsitellä omistajuutta kokonaisuutena. Tutkimuksesta voi oppia paljon, jos sitä tarkastelee kriittisesti. Tuloksia voidaan kuitenkin pitää hyvänä alustavana tietona tämän hetken tilanteesta, koskien ihmisten mielipidettä omistamiansa osuustoimintayrityksiä ja niiden omistajuutta kohtaan.

Osuustoiminnan määrittelemättömyys ja omistajuuden käsitteellinen laajuus loivat merkittäviä haasteita perusteellisten tulosten luonnille. Yhteenvedona tutkimuksesta voidaan kuitenkin sanoa, että osuustoimintayrityksen jäsenistölle taloudellirationaaliset arvot ovat huomattavan tärkeitä, selvästi tärkeämpiä kuin psykologiset omistajuuden ominaisuudet. Tämä tulos ei sinällään ole yllättävä, sillä edellisessä vastaavassa aineistossa päädyttiin samantapaiseen tulokseen. Vuonna 1998 tehtyyn tutkimukseen (Tauriala 1998) selvästi tärkeimmäksi jäsenyyden perusteeksi nousi jäsenyydestä koituva taloudellinen etu ja tuolloin useimmille vastaajille se oli yksinään riittävä peruste.

Toisena yleisenä johtopäätöksenä voidaan todeta, että omistajuuden psykologiset ominaisuudet ovat yllättävän tärkeitä suomalaisille. Ot-yritykset toimivat pääosin Suomessa kovasti kilpailutetuilla aloilla ja näillä aloilla yksittäinen kuluttaja helposti perustaa päätöksensä taloudelliseen hyötyyn. Kuitenkin lähes puolet suomalaisista pitää esimerkiksi omistajuuden tunnetta tärkeänä yritystoiminnassa.

Omistajuus ja siihen suhtautuminen on aiheena erittäin laaja ja mielenkiintoinen. Aiheesta riittää tutkittavaa useammallekin jatkotutkimukselle. Olennaisena tutkimusaiheena voisi olla syvällisempi pohtiminen siitä, miten omistajuutta tulisi suurelta vastaajajoukolta tiedustella. Oikeiden kysymysten ja mittareiden löytäminen olisi jo merkittävä saavutus.

Tutkimuksen tarkoituksena oli selvittää *mikä* on tämän hetken tilanne ja *miten* ihmiset suhtautuvat omistajuuteen. Kysymys *miksi* asia on näin, jätettiin tutkimuksen ulkopuolelle. Mikäli halutaan pohtia miksi ihmiset suhtautuvat näin, olisi kvalitatiivinen tutkimus aiheesta perusteltua.

Palatakseni tutkimuksen alkuasetelmiin, kun kaupan myyjä kohtasi asiakkaan. Asiakkaan mielestä kauppa vie hänen rahansa ja joku muu kerää hänen rahoistaan voitot. Kysymykseksi nousi, ajattelevatko kaikki osuustoimintayritysten jäsenet näin? Tutkimustuloksista selviää, että tämä ei ole kovin yleinen ajatus, vaan omistajuus on suomalaisille tärkeää ja omistajuutta pidetään osuustoimintayritysten selvänä vahvuutena.

LÄHTEET

- Alkula, T., Pöntinen, S., Ylöstalo, P. 1994. Sosiaalitutkimuksen kvantitatiiviset menetelmät. WSOY. Juva. 318 s.
- Barton, David 1989. "Principles, Cooperatives in Agriculture". Teoksessa Cobia (ed.) 1989. Englewood Cliffs, NJ, Prentice Hall
- Blomstedt, Yrjö 1978. Kyläkassasta osuuspankkiin. Kirjayhtymä. Helsinki. 383 s.
- Cronan, Garry 2006. Global300 list 2006 [www-dokumentti]
<http://www.global300.coop/sites/global300.coop/files/launchlist.pdf> 8.
(Luettu 14.3.2008)
- Cronan, Garry 2007 Global300 list 2007. [www-dokumentti] www.global300.coop/.
(Luettu 15.2.2008)
- Hansmann, Henry 1996. The Ownership of Enterprise. The Belknap Press of Harvard University Press. Cambridge, Massachusetts. 372 p.
- Henttinen, A., Kuisma, M., Karhu, S. & Pohls, M. 1999. Kansan Talous: Pellervo ja yhteisen yrittämisen idea 1899-1999. Kirjayhtymä Oy. Helsinki. 695 s.
- Hirsjärvi, S., Hurme, H. 2004. Tutkimushaastattelu. Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Yliopistopaino. Helsinki. 213 s.
- ICA 2007. muutettu 26.5.2007 Statement on the Co-operative Identity, [www-dokumentti] <http://www.ica.coop/coop/principles.html#1>.
(Luettu 10.4.2008)
- ICA 2008. [www-dokumentti] www.ica.coop/. (Luettu 15.2.2008)
- Ilmonen, Kaj 1984. Jäsenet ja jäsenten liike. Tampereen Yliopisto. Tampere. 285 s.

- Ilmonen, Kaj 1986. The Enigma of Membership, a sociological study of membership in a Finnish consumer co-operative. Central Union of consumer co-operation KK. Helsinki. 226 p.
- Inkinen, Kari 2000. Diffuusio ja fuusio osuuskauppainnovaation levinneisyys ja sen dynamiikka 1901-1998. Helsingin Kauppakorkeakoulu. Helsinki. 558 s.
- Jussila, Iiro 2007. Omistajuus asiakasomisteisissa osuuskunnissa. Lappeenrannan teknillinen yliopisto. 316 s.
- Juutinen, H., Stenström, Å., Vuori, R. 2002. Tehokas omistajahallinto. Osuuskunnan hallintohenkilön käsikirja. Pellervo-Seura ry. Helsinki. 88 s.
- Kalmi, P. 2006 Suomi nousi maailman vahvimaksi osuustoimintamaaksi. Osuustoiminta-lehti 6-7/2006, 8-9
- Kuisma, M., Henttinen, A., Karhu, S. & Pohls, M. 1999. Kansan Talous: Pellervo ja yhteisen yrittämisen idea 1899-1999. Kirjayhtymä Oy. Helsinki. 695 s
- Köppä, T., Santala, J., Laukkanen, J. 2000. Enemmän kuin yritys -Yhteisöllisen yrittämisen menestystekijät-. Oy Edita Ab. Helsinki. 151 s.
- Laakkonen, V., Laurinkari, J. 1995. Uudistuva osuustoiminta. Helsingin Yliopisto osuustoimintainstituutti. Julkaisuja N:o 9. Helsinki. 211 s.
- Laurinkari, Juhani 2004. Osuustoiminta, Utopiasta kansainvälisen yrittämisen muodoksi. Pellervo-Seura ry. Helsinki. 159 s.
- Lotti, Leila 1994. Markkinointitutkimuksen käsikirja. Weilin+Göös. Espoo. 2.painos. 265 s.
- MacPherson, Ian 1995. Co-Operative principles for the 21st Century. International Co-Operative Alliance. Geneve SRO Kundig 72 p.

- Melnyk, George 1985. The Search for Community, From Utopia to Co-operative Society. Black Rose Books. Québec. 170 p.
- Münkner, Hans-H. 1992. Strategia seuraavalle vuosikymmenelle. Puheenvuoro osuustoiminnan kansainväliseen perusarvokeskusteluun. Suomen Kuluttajaosuustoiminnan liitto. Helsinki. 24 s.
- Neilimo, K. 2005. Oma Kauppa. SOK. Helsinki. 100 s.
- Norrmén, Kimmo 1985. Uusi sateenkaari. E-osuustoiminnan suunta rakennemuutosten jälkeen. Tammi. Helsinki. 110 s.
- Osakeyhtiölaki 21.7.2006/624, [www-dokumentti]
<http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2006/20060624>. (Luettu 7.4.2008)
- Osuustoiminnan neuvottelukunta 2005. Osuustoiminta, vastuullista suomalaista omistajuutta. Osuustoiminnan neuvottelukunnan julkaisu. Helsinki. 26 s.
- Osuustoiminnan Vuosikirja 2007, Osuustoiminta-lehti 4/2007, 13-43
- Osuustoiminnan Vuosikirja 2006, Osuustoiminta-lehti 4/2006, 16-46
- Osuuskuntalaki 28.12.2001/1488, [www-dokumentti]
www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2001/20011488. (Luettu 15.2.2008)
- Pellervo-Seura 2008. [www-dokumentti] www.pellervo.fi. (Luettu 10.4.2008)
- Puro, O. 1927. Suomen kulutusosuustoiminnan vaiheet vuoteen 1917. Helsinki. 255 s.
- Pöyhönen, S. 2005. Osuuskunnan hallinto ja osuuskuntalaki. Talentum. Helsinki. Toinen uudistettu painos. 392 s.
- Skurnik, Samuli 2005. Suomalaisen talousmallin murros. Kustannusosakeyhtiö Tammi. Helsinki. 660 s.

- Suomen Gallup Elintarviketieto Oy 2008. Osuustoimintatutkimus 2008. Pellervon
Päivä 15.4.2008 aineisto. Suomen Gallup Elintarviketieto Oy. 17 s.
- Suomen Kuluttajaosuustoiminnan Liitto 2002. Osuustoiminnan periaatteet 2000-luvulle.
Kansainvälisen Osuustoimintaliiton osuustoiminnan identiteettiä koskeva
kannanotto. Pellervo-Seura ry ja Suomen Kuluttajaosuustoiminnan Liitto
ry. 3. painos. 28 s.
- Tauriala, Juha 1998. Väestön suhtautuminen osuustoimintaan.
Elintarviketieto Oy. Espoo.
- Troberg, Eliisa 2000. The Relevance of Transaction Cost and Agency Theoretical
Concepts to the Management of Knowledge Intensive Co-operatives.
Turku School of Economics and Business Administration. Turku. 252 p.
- Uusitalo, Hannu 1991. Tiede, tutkimus ja tutkielma. Johdanto tutkielman maailmaan.
WSOY. Juva. Toinen painos. 121 s.
- Vakuutusyhdistyslaki 31.12.1987/1250 [www-dokumentti]
www.finlex.fi/fi/laki/alkup/1987/19871250. (Luettu 15.2.2008)
- Vakuutusyhtiölaki 28.12.1979/1062 [www-dokumentti]
www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1979/19791062. (Luettu 15.2.2008)
- Veranen, Jyrki 1987. The ownership function and the performance of the firm.
A study of the Renewal Processes of the Firm. The Helsinki School of
Economics and Business Administration. Helsinki. 191 p.
- Veranen, Jyrki 1996. Tuottoa vaativat omistajat –menestykseen omistajalähtöisellä
johtamisella. WSOY. Porvoo. 148 s.
- Vänskä, Harri 28.9.2007. S-Pankki paljasti hinta-aseensa. Kauppalehti.
[www-dokumentti] <http://www.kauppalehti.fi/avar/plehti/index.jsp?xid=2570799&date=2007/09/28> (Luettu 4.4.2008)

LIITTEET

Liite 1. TNS GallupKanavan Osuustoimintatutkimus 2008 kyselylomake.

Kysymykset liitteenä ainoastaan siltä osin, mitä tässä tutkimuksessa käytettiin. Myös taustamuuttujakysymykset on jätetty liitteestä pois.

116. Seuraavassa luetellaan yritystoimintaan yleensä liittyviä ominaisuuksia ja asioita. Mikä on Teidän mielipiteenne niiden tärkeydestä yritystoiminnassa?

	Erittäin tärkeää	Melko tärkeää	Osin tärkeää/ ei tärkeää	Melko vähän tärkeää	Ei lainkaan tärkeää
Kilpailukykyisyys	1	2	3	4	5
Edelläkävijyys	1	2	3	4	5
Paikallisuus	1	2	3	4	5
Kansainvälisyys	1	2	3	4	5
Omistajuuden tunne	1	2	3	4	5
Ympäristövastuu	1	2	3	4	5
Yhteistoiminta	1	2	3	4	5
Reilun kaupan toimintamalli	1	2	3	4	5
Etujen tuottaminen asiakkaille	1	2	3	4	5
Sijaintipaikkakunnan kehittäminen	1	2	3	4	5
Suomalainen omistus	1	2	3	4	5
Demokraattisuus	1	2	3	4	5
Yksityisomistus	1	2	3	4	5
Ihmistä välittäminen	1	2	3	4	5
Voitonjako jäsenasiakkaille	1	2	3	4	5
Omistajien saaman tuoton maksimointi	1	2	3	4	5

117. Missä ominaisuuksissa ja asioissa ovat Teidän mielestänne osuustoiminnallisen yritystoiminnan suurimmat vahvuudet? Merkitkää rasti niiden ominaisuuksien kohdalle, joita pidätte suurimpina vahvuuksina.

- Kilpailukykyisyys 1
- Edelläkävijyys 2
- Paikallisuus 3
- Kansainvälisyys 4
- Omistajuuden tunne 5
- Ympäristövastuu 6
- Yhteistoiminta 7
- Reilun kaupan toimintamalli 8

- | | | |
|--------------------------------------|--------------------------|----|
| Etujen tuottaminen asiakkaille | <input type="checkbox"/> | 9 |
| Sijaintipaikkakunnan kehittäminen | <input type="checkbox"/> | 10 |
| Suomalainen omistus | <input type="checkbox"/> | 11 |
| Demokraattisuus | <input type="checkbox"/> | 12 |
| Yksityisomistus | <input type="checkbox"/> | 13 |
| Ihmistä välittäminen | <input type="checkbox"/> | 14 |
| Voitonjako jäsenasiakkaille | <input type="checkbox"/> | 15 |
| Omistajien saaman tuoton maksimointi | <input type="checkbox"/> | 16 |

118. Missä on mielestänne osuustoiminnallisen yritystoiminnan heikkouksia eli niitä asioita, joissa on eniten parantamisen varaa?

- | | | |
|--------------------------------------|--------------------------|----|
| Kilpailukykyisyys | <input type="checkbox"/> | 1 |
| Edelläkävijyys | <input type="checkbox"/> | 2 |
| Paikallisuus | <input type="checkbox"/> | 3 |
| Kansainvälisyys | <input type="checkbox"/> | 4 |
| Omistajuuden tunne | <input type="checkbox"/> | 5 |
| Ympäristövastuu | <input type="checkbox"/> | 6 |
| Yhteistoiminta | <input type="checkbox"/> | 7 |
| Reilun kaupan toimintamalli | <input type="checkbox"/> | 8 |
| Etujen tuottaminen asiakkaille | <input type="checkbox"/> | 9 |
| Sijaintipaikkakunnan kehittäminen | <input type="checkbox"/> | 10 |
| Suomalainen omistus | <input type="checkbox"/> | 11 |
| Demokraattisuus | <input type="checkbox"/> | 12 |
| Yksityisomistus | <input type="checkbox"/> | 13 |
| Ihmistä välittäminen | <input type="checkbox"/> | 14 |
| Voitonjako jäsenasiakkaille | <input type="checkbox"/> | 15 |
| Omistajien saaman tuoton maksimointi | <input type="checkbox"/> | 16 |

121. Mitkä ovat keskeisimmät perusteet jäsenyyteenne eri osuuskunnissa?

	Osuus- kaupat / S- ryhmä	Osuus- pankki /OP- ryhmä	Paikallis- osuus- pankki/ POP- ryhmä	Lähi- vakuut- us	Muu Keskinäinen vakuutusyhtiö (mm. Tapiola, Fennia)	Vesi, sähkö tai puhelin- osk.
Varma markkinointikanava	1	1	1	1	1	1
Kilpailukykyiset hinnat	2	2	2	2	2	2
Osuuskunta tarjoaa minulle mahdollisuuden vaikuttaa toimintaan/asioihin	3	3	3	3	3	3
Osuuskunta on väylä itseni toteuttamiseen	4	4	4	4	4	4
Osuuskunta tarjoaa minulle mahdollisuuden rakentaa omaa elinympäristöäni	5	5	5	5	5	5
Tunnen, että osuuskunta on MINUN osuuskuntani	6	6	6	6	6	6
Osuuskunnan tuotteet/palvelut ovat parempia kuin muiden	7	7	7	7	7	7
Osuuskunnan toimipaikkojen sijainti on minulle sopiva	8	8	8	8	8	8
Osuuskunnan maksamat bonukset ja ylijäämän palautus	9	9	9	9	9	9
Mahdollisuus sijoittaa ja saada tuottoja (<i>korko</i>)	10	10	10	10	10	10
Turvallinen yhteisö globalisaation myllerryksessä	11	11	11	11	11	11
Tunnen, että osuuskunta on MEIDÄN (<i>paikallisyhteisön</i>) oma yrityksemme	12	12	12	12	12	12
Osuuskunta turvaa tuotteiden/palveluiden saannin paikkakunnalla myös tulevaisuudessa	13	13	13	13	13	13
Osuustoiminta-aate (<i>tasa- arvoisuus, oikeudenmukaisuus, yhteisöllisyys jne.</i>)	14	14	14	14	14	14
Muu, mikä:	15	15	15	15	15	15