

Osuustoiminnan ja keskinäisyyden menestyksen eväät 2010 luvulla

Pellervon Varsinais-Suomen alueseminaari
28.9.2010
Jan Lähde



MUNAKUNTA

Kaarina

Pääkonttori

- hankinta
- pakkaamo
- myynti ja markkinointi
- tarvikemyynti

MUNAKUNTA

— TARVIKE —

Ilmajoki

- palvelupiste

Oripää

- pakkaamo

- **Markkinajohtaja**
- **Lv 2009: 43,6 ME**

- **285 jäsentä**
- **Hallintoneuvosto**
- **Hallitus**



SCANEGG

Eesti Munatooted



MUNAKUNTA

KONSERNI

Kananmuna-alan muutos

Kananmunatuottajia

Suomessa:

- 1995: 3.000
- 2000: 1.100
- 2010: 550
- 2012: 300?

Munakunnan jäsenmäärä:

1995:	3 195
2000:	670
2005:	358
2008:	278
2009:	285 ++
2012:	180?

Kultamuna Kasvuratkaisu
– pitkäjänteinen
sopimusyhteistyö



MUNAKUNTA

KONSERNI



Miten menestytään markkinoilla?



MUNAKUNTA

KONSERNI

Munakunta ja jäsentuottajat

- Munakunnan jäsenet ovat valinneet Munakunnan markkinointikanavakseen
 - Luotettava, kilpailukykyinen, lisäarvoa tuottava
 - **Jäsenmäärä kasvoi 2009!**
- Munakunnan on tuotettava lisäarvoa jäsenille
 - Markkinointi, tuotekehitys, Brandi
 - Tehokas toiminta
- Munakunnan on tarjottava jäsenilleen kasvumahdollisuudet
- Jäsenen on tarjottava tuotteitaan pitkäjänteisesti Munakunnalle
- Jäsenten on osallistuttava Munakunnan kehittämiseen
 - Toiminnallisesti
 - Pääoman kartuttamiseen



MUNAKUNTA Menestyksen eväät 2010-luvulla Omistajuuden oivaltaminen



Meidän Munakunta - Menestyään markkinoilla Yhdessä!

- Omistajuus = vaikuttamista, osallistumista ja vastuuta
- Vastuullinen toiminta läpi tuotantoketjun
- Avoimuus, Oikeudenmukaisuus → Luottamus, Sitoutuminen
- Viestintä, Vuorovaikutus, Aktiivisuus → Ymmärrystä ja toiminnan, pitkäjänteistä kehittämistä

