

KYMENLAAKSON AMMATTIKORKEAKOULU

Metsä- ja puutalouden markkinointi / metsätalousinsinööri

Tiina Niiranen

YKSITYISET METSÄNOMISTAJAT METSÄPALVELUIDEN KÄYTTÄJINÄ

Opinnäytetyö 2012

TIIVISTELMÄ

KYMENLAAKSON AMMATTIKORKEAKOULU

Metsä- ja puutalouden markkinointi

NIIRANEN, TIINA	Yksityiset metsänomistajat metsäpalveluiden käyttäjinä
Opinnäytetyö	50 sivua + 50 liitesivua
Työn ohjaaja	Lehtori Marita Kankaanranta
Toimeksiantaja	Agrometsä Ky
Maaliskuu 2012	
Avainsanat	asiakas, markkinointi, metsänomistaja, metsäpalvelu

Tässä opinnäytetyössä tutkitaan yksityisiä metsänomistajia metsäpalveluiden käyttäjinä. Tutkimuksen tavoitteena oli saada tietoa yksityisistä metsänomistajista sekä asiakaskuntana että palveluiden markkinoinnin kohderyhmänä.

Tutkimus toteutettiin sähköisenä kyselytutkimuksena ZEF Editor -menetelmällä. Kyselyyn vastasi yhteensä 576 metsänomistajaa eri puolilta Suomea. Kyselytutkimuksen avulla haluttiin saada tietoa siitä, millaisia yksityiset metsänomistajat ovat toimijoina, mitä he arvostavat metsiensä hoidossa, millaisia metsäpalveluita he käyttävät sekä mistä ja millä perusteella he palveluntarjoajan ja palvelut hankkivat.

Tutkimuksesta saatujen tulosten mukaan yksityiset metsänomistajat luottavat omiin kykyihinsä ja taitoihinsa metsiensä hoidossa. Metsänomistajat olivat melko aktiivisia toimijoita metsiensä hoidossa. Myös palveluntarjoajan valinnassa ja yhteydenotossa he olivat aktiivisia. Pääasiallisesti käytetyin palveluntarjoaja oli metsänhoitoyhdistys. Tärkeimmiksi palveluntarjoajan valintakriteereiksi nousivat hyvä laatu, hyvä yhteistyö ja sujuvuus sekä luottamus. Eniten käytetyt metsäpalveluryhmät olivat suunnittelu, neuvonta ja työnjohto sekä puukauppa ja konepalvelut. Metsänomistuksen tärkeimmiksi tavoitteiksi koettiin puuntuotanto ja puunmyyntitulot. Seuraavaksi eniten arvostettiin virkistystä ja vapaa-aikaa sekä metsäluontoa ja maisemaa. Yli puolet ilmoitti, ettei ole aikeissa ostaa tai myydä metsää seuraavien viiden vuoden aikana.

Suuri osa vastaajista oli tyytyväisiä nykyisiin metsäpalveluihin ja niiden tarjontaan. Palveluntarjoajilta toivottiin aktiivisempaa yhteydenpitoa. Parannettavaa nähtiin myös palveluissa, neuvonnassa ja tiedotuksessa. Kehittämisehdotukset liittyivät enimmäkseen nykyisen organisaation muuttamiseen tai keventämiseen sekä metsänhoitomaksun keräämiseen.

ABSTRACT

KYMENLAAKSON AMMATTIKORKEAKOULU

University of Applied Sciences

Forest Products Marketing

NIIRANEN, TIINA

Private Forest Owners as Users of Forest Services

Bachelor's Thesis

50 pages + 50 pages of appendices

Supervisor

Marita Kankaanranta, lecturer

Commissioned by

Agrometsä Ky

March 2012

Keywords

client, forest owner, forest service, marketing

The subject of this thesis was a study of private forest owners as users of forest services. The main goal was to receive information of them both as a clientele and as a focus group of marketing of forest services.

The study was executed with ZEF Editor –method. 576 private forest owners from different parts of Finland answered to an enquiry. The main categories of question groups concerned what kind of actors private forest owners are, what they appreciate in management of their own forests, which kind of services they use and from where and on what basis they choose the service provider and get the services.

According to the results from the study, private forest owners seemed to rely on their own abilities and expertise on management of their own forests. They were quite active actors both on management and choosing the service provider as well as contacting it. The mainly used service provider was the Forest Management Association. The most prominent criterions when choosing the service provider were good quality, good cooperation and smoothness and trust. The most used groups of forest services were planning, guidance and supervision of work, marketing of wood and machine services. The most important aims of forest ownership were experienced to be wood production and incomes from selling the woods. Recreation and spare time were valued second most, and forest environment next most. When asked about their intentions in the next five years, more than half of answerers announced they had no plans of buying or selling forest.

A great part of answerers was content with both current forest services and the providing of them. More active communication was hoped from the providers' part. Also, a need for improvement was seen in services, guidance and informing. Suggestions of improvement concerned most restructuring the existing organization and collecting a forest management fee.

SISÄLLYS

TIIVISTELMÄ

ABSTRACT

1	JOHDANTO	6
2	METSÄPALVELUIDEN TARJOAMINEN	6
	2.1 Metsäpalveluiden tarjonta	6
	2.2 Metsäpalveluiden tarjoajat	7
	2.2.1 Metsänhoitoyhdistykset	7
	2.2.2 Metsäkeskukset	8
	2.2.3 Metsäyhtiöt	8
	2.2.4 Yksityiset metsäpalveluyritykset	9
	2.3 Kilpailutilanteesta	9
3	ASIAKKUUS	10
	3.1 Asiakkuuden synty ja elinkaari	10
	3.2 Asiakassuhdemarkkinointi	11
	3.2.1 Asiakkaiden segmentointi	12
	3.2.2 Markkinoinnin suunnittelu ja toteutus	14
4	PALVELUIDEN MARKKINOINTI	15
	4.1 Palvelun olemus	15
	4.2 Palvelut kilpailutekijöinä	15
	4.3 Palveluyrityksen kilpailukeinot	16
	4.3.1 Henkilöstö ja palvelu	17
	4.3.2 Tuotteet ja tarjooma	18
	4.3.3 Hinta ja saatavuus	18
	4.4 Markkinointiviestintä	19
	4.4.1 Markkinointiviestinnän suunnittelu ja tavoitteet	19
	4.4.2 Markkinointiviestinnän keinot	20
5	KYSELYTUTKIMUKSEN TOTEUTUS	22
	5.1 Tutkimuksen tarkoitus ja tavoitteet	22

5.2 Tutkimuksen toteuttaminen	23
5.2.1 Kysely 1	23
5.2.2 Kysely 2	24
6 KYSELYTUTKIMUKSEN TULOKSET	24
6.1 Kysely 1	25
6.1.1 Taustatiedot	25
6.1.2 Metsänomistus	27
6.1.3 Metsäpalveluiden käyttö	29
6.1.4 Metsänomistaja palveluiden käyttäjänä	32
6.1.5 Tavoitteet ja arvostukset	33
6.2 Kysely 2	34
6.2.1 Taustatiedot	34
6.2.2 Metsätilan omistus	36
6.2.3 Metsäpalveluiden käyttö	38
6.2.4 Metsänomistaja palveluiden käyttäjänä	41
6.2.5 Tavoitteet ja arvostukset	42
7 PÄÄTELMÄT	43
7.1 Yhteenveto kyselyiden tuloksista	43
7.2 Yhteenveto metsäpalveluiden kehittämisehdotuksista	46
7.3 Loppulauselma	49
LÄHTEET	51
LIITTEET	
Liite 1. Kysely 1	
Liite 2. Kysely 2	
Liite 3. Vapaapalautteiden tulosten yhteenvedot (kysely 2)	

1 JOHDANTO

Yksityiset metsänomistajat omistavat yli puolet Suomen metsistä. Suomessa on lähes miljoona metsänomistajaa, kun lasketaan myös yhteisomistustilojen osakkaat mukaan. Suomessa puhutaan perhemetsätaloudesta, koska yksityisten kansalaisten omistuksessa olevat metsät siirtyvät perintönä sukupolvelta toisille. Muista metsänomistajaryhmistä valtio omistaa 34 %, teollisuus 8 % ja muut tahot 5 % metsätalouden maasta. (Metsätieto 2011.)

Aiemmin tehtyjen tutkimusten mukaan muutama vuosikymmen sitten tyypillinen metsänomistaja oli maalla asuva, vähän kouluja käynyt maanviljelijämies. Tyypillistä metsänomistajaa ei nykyisin enää ole. Metsänomistajarakennetta muokkaa eniten väestön ikääntyminen. Eläkeläiset ovatkin suurin metsänomistajaryhmä. Nykyisin edelleen 60 % metsänomistajista asuu haja-asutusalueilla ja vain viidennes asuu yli 20 000 asukkaan kaupungissa. Metsänomistajista puolet asuu tilallaan. Suuret sodanjälkeisinä vuosina syntyneet ikäluokat ovat vielä merkittävä metsänomistajaryhmä, mutta metsänomistajat ovat kaupunkilaistumassa ja myös hitaasti naisistumassa. Seuraava suuri muutos metsänomistajakunnassa on tapahtumassa 15 – 20 vuoden kuluttua nykyisten suurten metsänomistajaryhmien luopuessa metsistään, jolloin tilalle tulee syntyperäisiä kaupunkilaisia. (Metsätieto 2011.)

Aihe ja idea opinnäytetyöhöni syntyi yhdessä toimeksiantajayritykseni Agrometsä Ky:n kanssa. Agrometsä Ky on Etelä-Pohjanmaalla Seinäjoella toimiva metsäpalveluyritys. Se on perustettu vuonna 2007. Yritys tuottaa metsäpalveluita maataloille, metsänomistajille ja metsäkoneyrittäjille sekä lisäksi lämpöpalveluita. Kyselytutkimuksen tuloksista on tarkoitus saada hyödyllistä tietoa toimeksiantajayritykselleni: miten palveluita voisi tarkentaa tai kehittää ja millä kanavilla ja keinoilla niitä kannattaa markkinoida. Tuloksia voisi hyödyntää myös asiakashankinnassa.

2 METSÄPALVELUIDEN TARJOAMINEN

2.1 Metsäpalveluiden tarjonta

Metsänomistajarakenteen muutoksen myötä omatoimisen työn osuus on vähentynyt. Kun vielä 1990-luvulla metsänomistajat toteuttivat itse yli puolet yksityismetsien metsänviljely- ja taimikonhoitotöistä, nykyisin yhä useampi metsänomistaja haluaa ostaa

metsäomaisuuden hallintaan ja hoitoon liittyviä palveluja. (Metsänhoitopalvelut 2011.)

Yleisimpiä asiakkaan tarpeiden mukaan tarjottavia metsäpalveluiden pääryhmiä ovat suunnittelu, neuvonta ja työnjohto, metsänuudistaminen ja pellonmetsitykset, taimikonhoito ja raivaussahatyöt, metsänlannoitus, pystykarsinta, puukauppa, konepalvelut sekä metsäenergian tuotantoon liittyvät palvelut. Näiden lisäksi ovat yleistymässä myös metsätalouden ulkopuoliset palvelut, vaihtoehtoiset metsänkäsittelymuodot sekä luonnonhoitohankkeet. (Metsänhoitopalvelut 2011.)

2.2 Metsäpalveluiden tarjoajat

Metsäpalveluita tarjoavat metsänhoitoyhdistykset, metsäkeskukset, metsäyhtiöt sekä yksityiset metsäpalveluyritykset. Tarjonta voi muodostua yksittäisen työsuoritteen myynnistä valmisiin palvelupaketteihin ja monivuotisiin palvelusopimuksiin. (Metsänhoitopalvelut 2011.)

2.2.1 Metsänhoitoyhdistykset

Metsänhoitoyhdistykset ovat suomalaisten metsänomistajien etujärjestöjä, ja ne hoitavat paikallisella tasolla metsänomistajien edunvalvontaa. Metsänhoitoyhdistyksiä on vuoden 2011 alusta alkaen 105. Niiden toimialue kattaa koko maan, ja toimintaa on jokaisen kunnan alueella. (Metsänhoitoyhdistyksen kotisivut 2011.)

Yhdistyksen jäsenyys on automaattista metsänhoitomaksua maksaville metsänomistajille eli Etelä-Suomessa yli neljä hehtaaria, Oulun läänissä yli seitsemän hehtaaria ja Lapin läänissä yli 12 hehtaaria metsää omistaville. Metsänhoitomaksu on lakisääteinen maksu, joka koostuu perus- ja hehtaarimaksusta. Sen kerää verottaja. Osa yhdistyksen toiminnasta ja palveluista on jäsenille maksutonta ja rahoitetaan metsänhoitomaksuvaroin. (Metsänhoitoyhdistyksen kotisivut 2011.)

Metsänhoitoyhdistysten tarjoamat palvelut ovat puukauppa, metsänhoito, suunnittelu, arviointi, koulutus ja neuvonta. Metsänhoitoyhdistyksen mukaan niiden osuus kaikesta yksityismetsien metsänhoitotöiden suunnittelusta ja toteutuksesta on noin 80 % ja puukaupan suunnittelusta eli leimikon teosta noin 75 %. (Metsänhoitoyhdistyksen kotisivut 2011.)

Metsänomistajien liitot ovat metsänhoitoyhdistysten perustamia alueellisia metsänomistajien edunvalvonta-organisaatioita. Niitä on kahdeksan kappaletta, joista kaksi on ruotsinkielisiä. Lisäksi toimii Metsänomistajien Palvelutoimisto Helsingissä linkkinä metsänomistajien ja paikallisten yhdistysten välillä. (Metsänhoitoyhdistyksen kotisivut 2011.)

2.2.2 Metsäkeskukset

Metsäkeskukset ovat julkisen aluehallinnon organisaatioita. Ne toimivat maa- ja metsätalousministeriön ohjauksessa. Metsäkeskuksia on 13, joista yksi on kaksikielinen. Metsäkeskusten keskeisiä palveluita ovat metsäsuunnittelu, kunnostusojitus, metsäteiden rakentaminen sekä koulutus ja neuvonta. Lisäksi ne valvovat metsälakeja ja myöntävät rahoitustukia. Niiden toiminta jaetaan metsätalouden edistämiseen ja viranomaistoimintaan. (Metsäkeskusten kotisivut 2011.)

Viranomaistoiminta tarkoittaa lakeihin ja säännöksiin perustuvia päätöksiä ja niiden valmistelua. Valtaosa tästä toiminnasta koskee yksityisten henkilöiden tai yhteisöiden oikeuksia ja etuuksia. Se on eriytetty muusta metsäkeskuksesta riippumattomaksi. (Metsäkeskusten kotisivut 2011.)

2.2.3 Metsäyhtiöt

Metsäteollisuusyritysten suurimmat palveluntarjoajat ovat UPM Silvesta Oy, Metsämännut Oy ja Tornator Oy (Metsänhoitopalvelut 2011).

UPM Silvesta Oy on Suomen suurin yksityinen metsätyöpalveluyritys. Sen omistaa UPM-konserni. Se toteuttaa sekä yhtiön omien että asiakkaiden metsien metsänhoitotöitä ja työ- ja luonnonhoitopalveluita. Pääkonttori sijaitsee Jyväskylässä. Toimintalue kattaa lähes koko Suomen. (UPM Silvesta Oy:n kotisivut 2011.)

Metsämännut Oy on Metsäliiton tytäryhtiö. Se tarjoaa osakkailleen sekä sopusasiakkailleen metsänhoidon ja kiinteistöhallinnon palveluita. Yrityksen pääkonttori sijaitsee Tampereella, ja lisäksi sillä on toimipisteitä eri puolilla maata. (Metsämännut Oy:n kotisivut 2011.)

Tornator Oy:n pääliiketoimintaa on puun tuottaminen ja hakkuuoikeuksien myynti. Yhtiön pääkonttori sijaitsee Imatralla, ja lisäksi sillä on 14 toimipaikkaa eri puolilla Suomea sekä tytäryhtiöt Virossa ja Romaniassa. Se on Suomen kolmanneksi suurin metsänomistaja. (Tornator Oy:n kotisivut 2011.)

2.2.4 Yksityiset metsäpalveluyritykset

Metsäpalveluyrityksiksi määritellään sellaiset yritykset, jotka tuottavat palveluita pääosin metsätaloudelle. Suomessa arvioidaan toimivan yksityisiä alle 50 henkilötyövuotta työllistäviä metsäpalveluyrityksiä noin 650. Yritykset työllistävät keskimäärin alle kaksi henkilöä. (Metsänhoitopalvelut 2011.)

Palveluita voidaan tarjota metsänomistajille suoraan tai kumppanuusverkostojen kautta. Yritykset voivat myös olla suurempien organisaatioiden alihankkijoita. Asiakkaita voivat olla yksityishenkilöt ja perikunnat, metsäyhtiöiden palveluyritykset, metsähallitus, kunnat, seurakunnat sekä yhteismetsät. (Metsänhoitopalvelut 2011.)

METO Metsäalan Yrittäjät ry:n harjoittavat metsäalalla tai sitä sivuavilla aloilla (esim. maisematyöt ja metsästys) yritystoimintaa. Jäsenhenkilöillä on metsätoimihenkilökoulutus (metsätalousinsinööri, -teknikko tai metsänhoitaja) tai koulutusta vastaavat tiedot ja taidot. (Metsäalan Yrittäjät ry:n kotisivut 2011.)

2.3 Kilpailutilanteesta

Metsäpalveluyritykset ovat alalla suhteellisen uusia toimijoita. Niiden tuottamat palvelut ovat samoja kuin metsänhoitoyhdistyksillä ja metsäkeskuksilla. Yritykset kilpailevatkin niiden kanssa enemmän kuin keskenään. Kilpailija saattaa olla samalla myös asiakas. (Markkula 2005,4.)

Lainsäädäntö antaa metsänhoitoyhdistyksille ja metsäkeskuksille kilpailuedun. Ne ovat myös hyvin tunnettuja, ja verkosto on koko maan kattava. Metsäpalveluyritykset toimivat paikallisesti ja kohtuullisen pienellä alueella. (Markkula 2005, 22.)

3 ASIAKKUUS

3.1 Asiakkuuden synty ja elinkaari

Asiakas on kaiken liiketoiminnan lähtökohta, jota ilman ei ole markkinoita eikä yrityksiä. Puhutaan asiakaslähtöisestä toiminnasta ja asiakkuusajattelusta. Asiakkuudet muodostavat liiketoiminnan ytimen. Asiakkuus tarkoittaa vuorovaikutusta yrityksen ja asiakkaan välillä. Sen merkinä pidetään kauppojen syntymistä. Jokainen asiakas muodostaa oman asiakkuuden, ja koska asiakkaat ovat erilaisia, sellaisia ovat myös asiakkuudet. (Korkeamäki, Lindström, Ryhänen, Saukkonen & Selinheimo 2002, 125.)

Asiakkuudella on oma elinkaarensa. Sillä tarkoitetaan asiakassuhteen pituutta ja sen arvoa osapuolille. Alkunsa asiakkuus saa ostotapahtumasta. Asiakkuuden päättyminen ei ole aina selvää, vaan se voi päättyä myös vähitellen. Asiakas voi vähentää ostojaan ja etsiä muita vaihtoehtoisia tapoja tyydyttää tarpeitaan. (Korkeamäki ym. 2002, 138.)

Asiakkuuden elinkaari voidaan jakaa neljään vaiheeseen. Nämä ovat asiakkuuden hankinta, haltuunotto, kehittäminen ja säilyttäminen. Asiakassuhde on ennen kaikkea vuorovaikutusta. Vuorovaikutus on erilaista eri vaiheissa, koska suhde asiakkaaseen kehittyy ja vuorovaikutus muuttuu muotoaan ja syventyy ajan myötä. Hankintavaiheessa asiakkaan täytyy kokea saavansa yritykseltä enemmän arvoa kuin kilpailevilta yrityksiltä eli yritys tuottaa lisäarvoa asiakkaalle. Haltuunotossa asiakassuhdetta kehitetään kohti pysyvää asiakkuutta. Asiakkaalle pyritään lisäämään arvoa ja samalla saamaan suurempaa osuutta asiakkaan kokonaisostoista. Asiakkuuden kehittäminen tarkoittaa syvempää asiakassuhdetta ja myös asiakkaan syvällisempää tuntemusta ja hänen tarpeidensa mukaisia toimenpiteitä. Tavoitteena on, että asiakas sitoutuu yritykseen. Asiakkaiden säilyttäminen on erityisen tärkeää. Tämä onnistuu parhaiten tuottamalla arvoa asiakkaalle asiakassuhteen kaikissa vaiheissa. (Korkeamäki ym. 2002, 139 – 141.)

Kuluttajien käyttäytyminen on nykyisin pirstaloitunutta. Kulutuskäyttäytymiseltään yhtenäisten ryhmien sijaan on asenteiltaan, ostotottumuksiltaan ja ostokyvyltään erilaisia pienryhmiä. Nykyajalle on ominaista useat erilaiset arvot ja elämäntyyli. Tyypillisiä teemoja ovat mm. terveellisuuden korostaminen, hintatietoisuus, vieraiden kulttuurien tuntemuksen lisääntyminen, hauskanpito, kokeilunhalu, ympäristövastuun

tiedostaminen ja trenditietoisuus. Nämä näkyvät myös kuluttamisessa. (Havumäki & Jaranka 2006, 25 - 26.)

Nykyasiakkaat ovat yhä tietoisempia oikeuksistaan ja osaavat valittaa, jos tuote tai palvelu ei vastaa vaatimuksia. Sähköisten viestimien yleistyttyä asiakkaat ovat oppineet odottamaan nopeaa reagoitua yhteydenottoihinsa. Internetin avulla yhteydenotto ja tarjousten pyytäminen yrityksiltä on helppoa ja matkapuhelimista myös yhteyshenkilöt hyvin tavoitettavissa. Kuluttaja odottaakin saavansa palvelua lähes vuorokauden ympäri, seitsemänä päivänä viikossa. Palvelun tarjoajalta odotetaan myös kuluttajan tilanteen ja tarpeen tuntemista entistä paremmin. Enää ei tyydytäkään keskivertotuotteisiin ja -palveluihin. (Havumäki & Jaranka 2006, 26.)

3.2 Asiakassuhdemarkkinointi

Asiakassuhdemarkkinoinnilla tarkoitetaan suunnitelmallista sekä tavoitteellista asiakassuhteiden hoitoa uusien asiakkaiden hankinnasta kannattavien ja pitkäaikaisten asiakassuhteiden ylläpitämiseen ja kehittämiseen (Korkeamäki ym. 2002, 126). Asiakassuhdemarkkinointiin kuuluu asiakassuhteen ylläpito, kehittäminen ja seuranta markkinoinnin keinoin (Bergström & Leppänen 2007b, 408).

Markkinoijat ovat nykyään yhä useammin sitä mieltä, että tärkeintä on saada nykyiset asiakkaat pidetyiksi. Myös uusien asiakkaiden löytäminen on edelleen tärkeää, koska yrityksen asiakaskunnassa tapahtuu aina jonkin verran katoa. Sitä aiheuttavat sekä tyytymättömät että tyytyväiset asiakkaat, esim. vaihtelunhalun tai paikkakunnalta muuton vuoksi. (Korkeamäki ym. 2002, 125 - 126.)

Hyvät asiakastietokannat ovat edellytys asiakassuhdemarkkinoinnille. Kanta-asiakassuhteiden hoitaminen kuuluu olennaisena osana tähän. (Bergström & Leppänen 2007b, 407.) Erityisten kanta-asiakasohjelmien toimivuutta on kritisoitu siitä, että niiden avulla saatavaa tietoa asiakkaan ostokäyttäytymisestä ei hyödynnetä läheskään riittävästi. Kanta-asiakasohjelmia kehitetäänkin jatkuvasti, mm. tehostamalla kanta-asiakasviestintää ja kohdistamalla etuja entistä tarkemmin asiakkaan uskollisuuden perusteella. (Havumäki & Jaranka 2006, 34.)

Tärkeä osa yrityksen toiminnan suunnittelua on asiakkuuksien hallinta. Kyse on siitä, miten asiakkaat saadaan pysymään uskollisina ja keskittämään ostojaan ja hankinto-

jaan tiettyyn yritykseen. Asiakassuhteiden ylläpitäminen edellyttää yleensä asiakkaiden tunnistamista. Tämä mahdollistaa asiakkaan uskollisuuden, aiemman ostokäyttäytymisen ja mahdollisesti myös hänen tarpeidensa ja toiveidensa huomioon ottamisen. Tämä on usein ratkaistu kanta-asiakaskortin avulla. (Havumäki & Jaranka 2006, 110.)

Asiakkuuksien hallinnassa asiakkaita tutkitaan ja ryhmitellään ostokäyttäytymisen perusteella esimerkiksi potentiaalisiin, satunnaisiin ja kanta-asiakkaisiin. Kullekin asiakasryhmälle laaditaan tavoitteet ja strategiat. Eri asiakasryhmille suunnitellaan asiakassuhdemarkkinoinnin toimet. Keskeistä on suunnitella, miten ja mitä tietoa asiakkaista kerätään, miten tietoa hyödynnetään ja miten asiakassuhteita ylläpidetään: esimerkiksi mitä etuja asiakkaille tarjotaan, miten palkitaan uskollisia asiakkaita ja miten toteutetaan vuoropuhelu asiakkaiden kanssa. (Havumäki & Jaranka 2006, 110.)

3.2.1 Asiakkaiden segmentointi

Segmentointi tarkoittaa erilaisten asiakasryhmien etsimistä ja valintaa markkinoinnin kohteeksi. Se on yksi markkinoinnin perusasioista, ja muut markkinoinnin ratkaisut ovat siitä riippuvaisia. Segmentointi on monivaiheinen tapahtuma, jossa ovat lähtökohtana ostamiseen vaikuttavat tekijät ja ostajaryhmien valinta. (Bergström & Leppänen 2007a, 74.)

Yrityksen kannattaa segmentoida eli ryhmitellä tavoittelemansa asiakkaat ostokäyttäytymisen eroja eri asiakasryhmien välillä selittävillä kriteereillä. Ryhmiin luokittelu tapahtuu siten, että samaan ryhmään kuuluvilla on yhteisiä ja samanlaisia tarpeita ja että he reagoivat yrityksen markkinointitoimiin samalla tavalla. Kullekin ryhmälle suunnitellaan ja toteutetaan omat markkinointitoimet ja tuotteet ja palvelut mukautetaan eri ryhmille heidän tarpeisiinsa sopiviksi. (Korkeamäki ym. 2002, 129.)

Asiakkaita voidaan ryhmitellä asiakassuhteen vaiheen, ostokäyttäytymisen tai asiakkaiden arvon ja tarpeiden perusteella. Perinteisin näistä ryhmittelytavoista on asiakasryhmittely asiakassuhteen vaiheen perusteella. (Bergström & Leppänen 2007b, 410 - 413.)

Asiakassuhteen vaiheen perusteella asiakkaat voidaan luokitella potentiaalisiin eli mahdollisiin asiakkaisiin, satunnaisasiakkaisiin, kanta-asiakkaisiin ja entisiin asiakkaisiin. Mahdollinen asiakas kuuluu tavoiteltuun kohderyhmään, mutta ei ole vielä osta-

nut yritykseltä. Satunnaisasiakas hankkii silloin tällöin tuotteita tai palveluita yritykseltä, kun taas kanta-asiakas toimii näin toistuvasti ja säännöllisesti. Entinen asiakas on lopettanut yrityksen tuotteiden tai palveluiden käyttämisen. Jakoa voidaan vielä tarkentaa ryhmien sisällä. Potentiaaliset asiakkaat voivat olla suspekteja tai prospekteja. Suspekteista ei vielä tiedä paljoakaan, prospekteista taas on saatu yhteystiedot ja hieman tietoa ostopotentiaalista. Satunnaisasiakas voi olla ensiostaja tai uusintaostaja. Kanta-asiakkaat voivat olla perusasiakkaita tai yrityksen avainasiakkaita eli kaikkein tärkeimpiä asiakkuuksia. Entisiä asiakkaita voidaan jakaa asiakassuhteen katkeamisen aiheuttaneen syyn mukaan, jos se tiedetään. Vaikka asiakas itse ei olisikaan merkittävä yritykselle, hän voi toimia suosittelijana muille. (Bergström & Leppänen 2007b, 410 - 411.)

Ostokäyttäytymisen perusteella voidaan ryhmitellä asiakkaita, jos siitä on tietoa saatavissa. Potentiaalisille asiakkaille voidaan tehdä kysely- ja haastattelututkimuksia asian selvittämiseksi. Ostokäyttäytymistä voidaan arvioida ja ennustaa sosioekonomisten tietojen perusteella, joita ovat talouden koko, asumismuoto ja perheenjäsenten ikä. Myyntitilastojen ja asiakasrekistereiden avulla voidaan tutkia nykyisten asiakkaiden ostokäyttäytymistä. Tällaisia tietoja ovat esimerkiksi viimeisin ostoajankohta, ostotiheys, ostomäärä rahallisesti ja määrällisesti sekä ostokohteet. Näiden tietojen perusteella voidaan asiakkaat ryhmitellä asiakkuustyyppeihin. Harvoin, mutta kerralla paljon ostavat asiakkaat voivat olla yritykselle yhtä kannattavia kuin usein ja vähän kerralla ostavat asiakkaat. Yritykselle tärkeä selvitettävä tieto on myös asiakasosuus eli miten paljon asiakas ostaa kokonaisostoistaan yritykseltä ja miten paljon jostain muualta. (Bergström & Leppänen 2007b, 412 - 413.)

Asiakastarpeiden ja asiakkuuden arvon perusteella ryhmitellään asiakkaita nykyisin usein, koska nämä ovat markkinoinnissa asiakassuhteen tärkeimmät ulottuvuudet. Asiakkaan arvoa ja kannattavuutta yritykselle voidaan mitata eri tavoin. Mittauksessa tulisi huomioida muutakin kuin asiakkaan ostot, sillä kannattavuutta voivat vähentää suuret määrä- tai vuosialennukset ja palvelukustannukset. Seurantajakso voi olla yksi vuosi tai koko asiakassuhteen pituus. Asiakastulojen on katettava asiakaskustannukset. Näitä ovat tuotteiden hankkimiskulut, asiakkaan hankintakulut, asiakassuhteen ylläpitokulut ja asiakkaan palvelukustannukset. Huomioon on otettava siis tulojen ohella myös asiakkaan aiheuttamat kustannukset. Asiakastarpeiden tunnistaminen on tärkeää, jos yritys haluaa pystyä tyydyttämään asiakkaan tarpeet kilpailijaa paremmin. Vaikut-

tavia tekijöitä ovat tuotteen käyttötarkoitus, käytön määrä ja käyttäjätyypit. Erilaiset asiakkaat arvostavat tuotteissa ja palveluissa eri ominaisuuksia, etuja ja hyötyjä. Kaikkien tarveryhmien arvoltaan erilaisille asiakkaille tulisi markkinoida eri tavalla. (Bergström & Leppänen 2007b, 413 - 415.)

3.2.2 Markkinoinnin suunnittelu ja toteutus

Muodostettuaan segmentit erilaisten segmentointikriteerien mukaisesti yrityksen on seuraavaksi valittava ne segmentit, joita markkinoinnissa tavoitellaan. Ennen tätä valintaa on päätettävä segmentointitavasta eli segmentointistrategiasta. Keskitetyssä tavassa yritys valitsee yhden segmentin ja suunnittelee sille markkinointitoimenpiteet. Selektiivisessä eli valikoivassa tavassa yrityksellä on useita segmenttejä ja kullekin suunnitellaan omat markkinointitoimenpiteensä. (Bergström & Leppänen 2007a, 77-78.)

Markkinointitoimenpiteet käsittävät suunnittelun, joka liittyy tuotteisiin tai palveluihin, hintoihin, saatavuuteen ja viestintään. Eri segmenteille valitaan kunkin ryhmän tarpeita parhaiten tyydyttävät toimenpiteet. Segmenteistä riippuu esimerkiksi se, millaisia tuotteita tai palveluita yrityksessä kehitetään ja miten laajaa valikoimaa pidetään. Joillekin segmenteille on tärkeää alhainen hinta ja yksinkertaistettu tuotekokonaisuus, kun taas toisille on tärkeämpää laatu kuin hinta. (Bergström & Leppänen 2007a, 78.)

Markkinointiviestinnän suunnittelussa segmentin mediakäyttö on tunnettava, esimerkiksi mitä lehtiä tai ohjelmia seurataan vai onko tavoittaminen helpompaa postin tai internetin välityksellä. Tärkeää on myös tietää, millainen viesti puhuttelee eniten ja onko henkilökohtainen kontakti paras tapa. (Bergström & Leppänen 2007a, 78.)

Markkinointitoimenpiteiden onnistumisen jatkuva seuranta yrityksessä on tärkeää. Seurannan on tuotettava tietoa siitä, mitä segmentissä tapahtuu, esimerkiksi jos yrityksen viestintä ei tavoita segmenttiä tai markkinointi muuten ei ole sille enää kannattavaa. Toimenpiteitä muutetaan saadun tiedon perusteella. (Bergström & Leppänen 2007a, 78.)

4 PALVELUIDEN MARKKINOINTI

4.1 Palvelun olemus

Palvelu-sanalla on useita merkityksiä henkilökohtaisesta palvelusta palveluun tuotteena. Palveluun sisältyy useimmiten jonkinlaista vuorovaikutusta palveluntarjoajan kanssa, vaikka asiakas ei aina olekaan henkilökohtaisesti vuorovaikutuksessa palveluyrityksen kanssa. Vuorovaikutustilanteet ovat osa palvelua. (Grönroos 2001, 78 – 80.)

Palvelut ovat prosessiluonteisia. Ne koostuvat toiminnoista tai toimintojen sarjasta eivätkä asioista. Palvelut tuotetaan ja kulutetaan samanaikaisesti. Osa tuotantoprosessista on näkymätöntä. Asiakas mieltää tuotantoprosessin näkyvän osan. Muista osista hän voi kokea vain tuloksen. Asiakas ei ole ainoastaan palvelun vastaanottaja, vaan hän osallistuu palveluprosessiin. Palveluja ei voi varastoida kuten konkreettisia tuotteita. Aineettomuus on palveluille ominainen piirre. Vaikka palveluissa on usein hyvin konkreettisia osia, itse ilmiö on aineeton ja abstrakti. (Grönroos 2001, 81 - 83.)

4.2 Palvelut kilpailutekijöinä

Palveluja pidettiin aiemmin lisinä: välttämättöminä mutta arvoa juurikaan lisäämättöminä. Palvelut katsottiin tietynlaisen organisaation tuottamiksi ja niitä pidettiin talouden yhtenä ”sektorina”. Niiden vaikutusta yrityksen kilpailuedun luomiseen ja yritysten väliseen kilpailukykyyn ei huomioitu. Samoin huomioitiin vain laskutettavat palvelut eikä laskuttamattomia eli piilopalveluita. (Grönroos 2001, 23 – 26.)

Palvelu ja erityisesti hyvä palvelu on erittäin tavoiteltu arvo. Hyvä palvelu luodaan yhdessä asiakkaan kanssa palvelutilanteessa. Palvelun huonous tai hyvyys on asiakkaan kokemus, ja se voi olla usein erilainen kuin palvelun tuottajan näkemys palvelun onnistumisesta. Asiakkaan arvioinnin perusta on usein palvelukokemus eli tunne, joka on syntynyt palvelutilanteesta, liitettynä odotuksilla palvelusuoritteesta ja käytännön havainnoilla. Palvelutapahtumassa on kaksi osapuolta: palvelun tuottaja sekä sen käyttäjä. Myös itsepalvelutilanteen ja mahdollisuuden luominen on saattanut vaatia tuottajalta suuren työn ja panostuksen. (Rissanen 2005, 17 - 18.)

Palveluilla omana tuoteryhmänä tai tavaratuotteeseen liitettynä on erittäin suuri merkitys tuotteiden erilaistajana sekä lisäarvon ja voiton lähteenä. Palveluun sinänsä ei vält-

tämättä sitoudu runsaasti erilaista pääomaa, mutta hyvän palvelun aikaansaamiseksi tarvitaan usein huolellinen valmistelu, suunnittelu, koulutus, tuotteistaminen ja markkinointi. Varoja saattaa sitoutua paljoka, ja panostus onkin verrattavissa investointiin. (Rissanen 2005, 23 - 24.)

4.3 Palveluyrityksen kilpailukeinot

Palveluyrityksiä ovat asiakkaiden ongelmia ja elämää helpottavat yritykset. Fyysiset resurssit ovat osana palvelutuotantoa. Ne mahdollistavat palveluiden toteuttamisen. Osa on asiantuntijayrityksiä, joita asiakas tarvitsee tiedon puutteen vuoksi tai joiden toimintaa varten tarvitaan tietty lakiin perustuva pätevyys, luvanvaraisuus, auktorisointi tai rekisteröitymisvaade tai jolla on rajoitetut, erikoistuneet markkinat. (Korkeamäki ym. 2002, 103 - 104.)

Yritys toimii normaalisti kilpailun alaisissa olosuhteissa. Yrityksen on kyettävä hahmottamaan kilpailutilanne ja tekemään liiketoiminnan päätökset hyväksikäyttäen sitä tietoa. (Rissanen 2005, 37.) Kilpailija- ja markkinatuntemus luovat pohjaa niin omalle kilpailukyvyille kuin erilaistumiselle. Tärkeintä on tiedostaa, mitkä omat vahvuudet ovat ja mitkä osa-alueet kaipaavat eniten kehittämistä. Kilpailua parempi vaihtoehto voi olla oman toiminnan kehittäminen ja erilaistuminen. (Selin & Selin 2005, 106 – 107.)

Palvelutuotteessa markkinoidaan aina jossain määrin asiakaskohtaisesti räätälöityä osaamista. Asiakkaalle se täytyy konkretisoida, tuotteistaa, että hän saa kuvan siitä, mitä on hankkimassa. Tämä luo palvelukuvaa. Palveluyrityksen täytyy konkretisoida, tarjota, ehdottaa ja näyttää asiakkaalle, mitä se voi tehdä hänen hyväkseen. (Korkeamäki ym. 2002, 105.)

Kysynnän selvittäminen, kysynnän luominen, kysynnän tyydyttäminen ja kysynnän säätely ovat asiakasmarkkinoinnin päätehtävät. Markkinoinnin kilpailukeinot suunnitellaan näitä tehtäviä varten. Tätä kokonaisuutta, jolla yritys lähestyy asiakkaitaan ja muita ulkoisia sidosryhmiä, kutsutaan myös markkinointimixiksi. (Bergström & Lepänen 2007b, 147.)

Markkinointimix muodostuu varsinaisista kilpailukeinoista, joita ovat henkilöstö ja palvelu, tuotteet ja tarjoama, hinta, saatavuus sekä markkinointiviestintä. Keskeistä on

suunnitella kilpailukeinojen käyttö asiakassuhteiden ja muiden sidosryhmien näkökulmasta. Tavoitellut ja saadut asiakkuudet siis määrittävät, millaisia tuotteita tuotetaan ja tarjotaan, miten tuotteet hinnoitellaan, mistä niitä voi ostaa ja miten tarjoomasta viestitetään. (Bergström & Leppänen 2007b, 147 - 148.)

4.3.1 Henkilöstö ja palvelu

Henkilöstö ja palvelu ovat tärkeä kilpailutekijä yrityksessä. Koko yrityksen menestykseen vaikuttaa henkilöstön osaaminen ja kyvykkyys. Erityisesti palveluita markkinovassa yrityksessä tämä korostuu, koska henkilöstö tuottaa palvelukokemuksia asiakkaille. Sisäiseen markkinointiin täytyykin panostaa, koska jokainen yrityksen työntekijä osallistuu omalla tavallaan markkinointiin. (Bergström & Leppänen 2007b, 148.)

Sisäinen markkinointi on johtamista, jonka tavoitteena on saada liikeidean ja markkinointisuunnitelman sisältö toteutumaan jokapäiväisessä toiminnassa jokaisen henkilön työtehtävissä. Sisäisen markkinoinnin tavoitteena on, että työntekijät ymmärtävät ja hyväksyvät yrityksen liikeidean ja arvot sekä osaavat ja haluavat tehdä työtä niin, että yrityksen liikeidean mukaiset tavoitteet toteutuvat. Keinoja sisäisen markkinoinnin toteutukseen ovat tiedotus, koulutus, kannustaminen ja me-hengen luominen. (Bergström & Leppänen 2007b, 152 - 153.)

Viihtyvä, osaava ja motivoitunut henkilöstö saa aikaan omaa työtään ja koko yritystä koskevia ideoita ja parannusehdotuksia. He osaavat myös kuunnella asiakkaiden mielipiteitä ja kehittämissuhteita. Myös henkilöstön vaihtuvuus vähenee eikä uusia työntekijöitä tarvitse jatkuvasti etsiä. Tästä seuraa parempaa palvelua sekä asiakkaille että yhteistyökumppaneille. Yritys saa lisää myyntiä ja kannattavuutta, kun asiakkaat ovat tyytyväisiä ja uskollisia ja suosittelevat yritystä muillekin. Tarvittaessa taas uusien osaajien rekrytointi työhön yritykseen on helppoa. (Bergström & Leppänen 2007b, 149 - 150.)

Palveluympäristöllä tarkoitetaan sekä tilaa ja sen sisustusta että laitteita ja välineitä, joita asiakas käyttää. Suunnittelussa tulee huomioida erilaisten asiakkaiden tarpeet asiointia helpottamaan ja nopeuttamaan. Tämä parantaa myös saatavuutta. Palveluympäristöllä on suuri merkitys myös sähköisessä kaupassa. (Bergström & Leppänen 2007b, 160.)

Hyvän palveluympäristön tulisi tarjota asiakkaille miellyttäviä elämyksiä sekä virikkeitä kaikille aisteille. Siisteys ja hyvä järjestys ovat olennainen asia, varsinkin ensi kertaa asioivalle ostajalle. Ensivaikutelma palveluympäristöstä saattaa heijastua käsitukseen koko yrityksestä. (Bergström & Leppänen 2007b, 160.)

4.3.2 Tuotteet ja tarjooma

Tuote kilpailukeinona ei tarkoita vain yksittäisiä markkinoitavia tuotteita, vaan asiakasryhmittäin suunniteltua kokonaisuutta. Siksi tuotteen rinnalla puhutaan myös tarjoomasta eli eri asiakkuuksille markkinoitavasta tavaroiden ja palveluiden kokonaisuudesta. Tämän tulisi olla asiakkaille houkuttelevampi kuin kilpailijoiden vastaava. Kilpailuetua saadaankin erilaistamalla tarjooma tuotteiden ja palveluiden yhdistelmäksi, joka eroaa kilpailijoista. (Bergström & Leppänen 2007b, 148 - 149.)

4.3.3 Hinta ja saatavuus

Hinnalla on osattava operoida eri tilanteissa. Täytyy osata päättää sopiva hintataso suhteessa kilpailijoihin sekä asiakkaiden hintaodotuksiin. Hintoja on myös osattava erilaistaa eri aikoina ja erilaisille asiakkaille. Yrityksen pitäisi pyrkiä selvittämään hintajoustoja eli markkinoiden reaktioita hintojen muutoksiin. (Bergström & Leppänen 2007b, 149.)

Hinta on monille ostajille tärkeä ostamiseen vaikuttava tekijä, mutta se on kilpailukeinona myös vaarallinen. Hintojen alentaminen laskee tuottoja ja voi johtaa kannattavuusvaikeuksiin. Kun onnistutaan erilaistamaan tarjooma, jonka asiakkaat kokevat arvokkaaksi, he ovat myös valmiita maksamaan enemmän, eikä yritys joudu hintakilpailuun. (Bergström & Leppänen 2007b, 149.)

Saatavuus kilpailukeinona tarkoittaa jakelukanavien valintaa ja ostamisen tekemistä mahdollisimman helpoksi. Tavaroiden ja palveluiden jakelutien valintaan vaikuttaa se, mikä kanava tavoittaa kohderyhmän kaikkein parhaiten ja mitä ostopaikkaa asiakkaat haluavat käyttää. Yrityksen tuotteita ei tarvitse olla myynnissä kaikkialla, vaan täytyy huomioida myös tavoiteltu imago. (Bergström & Leppänen 2007b, 149.)

Saatavuutta on myös se, että tuotteista saa helposti tietoja. Tätä voi olla riittävän informaation saaminen pakkauksista tai tuotetietojen katselu kotona Internetistä. (Bergström & Leppänen 2007b, 149.)

4.4 Markkinointiviestintä

Markkinointiviestintä on yrityksen näkyvin kilpailukeino. Sen avulla yritys luo mielikuvia tuotteistaan ja asemastaan markkinoilla sekä herättää kiinnostusta ja ostohalua. Markkinointiviestinnän muodot ovat mainonta, henkilökohtainen myyntityö, myyninedistäminen sekä tiedotus- ja suhdetoiminta. Niiden käyttöön vaikuttavat kohde- markkinat ja yrityksen resurssit. (Bergström & Leppänen 2007b, 150.)

Markkinointiviestintä voidaan määritellä Vuokon (2003, 17) mukaan seuraavasti:

”Markkinointiviestintä sisältää kaikki ne viestinnän elementit, joiden tarkoituksena on saada aikaan yrityksen ja sen eri sidosryhmien välillä sellaista vuorovaikutusta, joka vaikuttaa positiivisesti yrityksen markkinoinnin tuloksellisuuteen.”

4.4.1 Markkinointiviestinnän suunnittelu ja tavoitteet

Markkinointiviestinnän tavoite on tuottaa onnistuneita vaikutusprosesseja. Vaikutusprosessin loppupäässä täytyy saavuttaa se tavoite, joka sen alkupäässä asetettiin. Viestinnän vaikutuksia määrittäviä seikkoja ovat: millaista viestintää suunnataan, kenelle se suunnataan ja millaisessa tilanteessa. (Vuokko 2003, 131.)

Markkinointiviestintä on osa markkinointia, ja siksi sen suunnittelun tulee olla hyvin läheisesti kytköksissä yrityksen yleiseen markkinoinnin suunnitteluun. Tämän puolestaan on pohjaututtava organisaation strategiassa määriteltyihin asioihin, kuten visioon, toiminta-ajatukseen ja arvoihin. (Vuokko 2003, 132.)

Vuokon (2003, 133 - 134) mukaan markkinointiviestinnän suunnitteluprosessissa tulee käydä läpi seuraavat vaiheet ja kysymykset:

- Ongelmien ja mahdollisuuksien määrittely: missä ollaan ja mitä pitäisi tai voidaan muuttaa.
- Tavoitteiden määrittely: mihin halutaan mennä, mitä halutaan olla.
- Kohderyhmän tai -ryhmien ja tarvittaessa kohderyhmäkohtaisten tavoitteiden määrittely: kenelle tai keille viestitään ja millä tavoitevaikutuksilla.

- Alustavan budjetin määrittely: kuinka paljon eri resursseja on käytettävissä.
- Tarvittavien markkinointiviestintäkeinojen yhdistelmän valitseminen: mitä keinoja kohderyhmä ja tavoite edellyttävät.
- Kunkin markkinointiviestintäkeino erityispäätökset: mikä on kunkin viestintäkeino erityinen kohderyhmä, tavoite, sanoma ja kanava.
- Toteutuksen pohtiminen: kuinka suunnitelma siirretään käytäntöön ja millä resursseilla.
- Arviointimenetelmien määrittely: kuinka tuloksia arvioidaan.

Suunnittelu lähtee siis ongelmien ja mahdollisuuksien selvittämisestä. Tämä vaihe käsittää yleensä tilanneanalyysin. Sen kaksi osa-aluetta ovat sisäisten ja ulkoisten tekijöiden analyysi. Tilanneanalyysin avulla nähdään, missä ja miksi ollaan tällä hetkellä. Se auttaa myös näkemään oman yrityksen ja tuotteen tulevaisuuden näkymät. Seuraavaksi määritellään tavoitteet ja kohderyhmät. Tässä vaiheessa määritellään yleensä myös alustava budjetti ja selvitetään käytettävissä olevien resurssien määrä. Käytettäväksi päätetyistä markkinointiviestintäkeinoista tehdään erityispäätökset. Toteutuksen suunnittelu sisältää organisoinnin, aikataulutuksen, resurssoinnin sekä lopullisen budjetin määrittämisen. Tarvittavien arviointimenetelmien määrittämisen jälkeen prosessi palaa alkuunsa. Seuraavan suunnittelujakson lähtökohtatietoihin kuuluu edellisen kampanjan tai suunnittelujakson tulokset. (Vuokko 2003, 134 - 136.)

Markkinointiviestinnän tavoitteiden määrittelylle asetettavat tärkeimmät kriteerit ovat tavoitteiden realistisuus ja haasteellisuus. Tilanneanalyysi on olennainen osa myös markkinoinnin tavoitteiden määrittämistä. Tavoitteet voivat olla numeroilla tai laadullisilla määreillä ilmaistavia. Yksi tärkeä markkinointiviestinnän tavoite on tuotteen, palvelun tai yrityksen asemointi eli positiointi. Tällä tarkoitetaan mielikuvan luomista tärkeitä tai ainutlaatuisia etuja tarjoavasta tuotteesta tai yrityksestä. Se sisältää aina kilpailullisen näkökulman ja edellyttää nykytilanteen tuntemista. Uudelleenaseointi puolestaan tarkoittaa tuotteen tai yrityksen aseman muuttamisesta markkinoilla. (Vuokko 2003, 138 - 139.)

4.4.2 Markkinointiviestinnän keinot

Markkinointiviestintä kattaa monenlaisia keinoja ja toimintoja, samoin monia ja erilaisia kohderyhmiä. Tärkeintä sille kuitenkin on tietty markkinoinnillinen tavoite ja selvä tarkoitus. Sen avulla pyritään vaikuttamaan tietoisesti kohderyhmään. Verkostoajatte-

lun myötä markkinointiviestinnän tärkeänä kohderyhmänä ovat tulleet mukaan myös samassa verkostossa toimivat yritykset ja yhteistyökumppanit. (Vuokko 2003, 17.)

Eri asiakasryhmille viestitään eri tavalla ja eri viestimiä käyttäen. Mainosvälineiden valintaan vaikuttaa se, mikä media tavoittaa kohderyhmän parhaiten ja vähimmillä kustannuksilla. (Bergström & Leppänen 2007b, 150.) Mainossanomaa suunniteltaessa on mietittävä ensin sanoman sisältö: mitä tuotteesta tai yrityksestä sanotaan mainonnan kohderyhmälle. Lisäksi valitaan tehokeinot, joilla saadaan tehokkaasti viestitetyiksi halutut asiat. (Vuokko 2003, 213.) Tehokeinoilla edistetään mainoksen huomaamista ja vaikutetaan siihen, millä tavoin sanoma tulkitaan. Näitä ovat esimerkiksi musiikki, huumori, ”käyttäjän kokemukset” tai liioitellut esitykset. (Vuokko 2003, 220.) Mediasuunnittelussa puolestaan mietitään mainonnassa käytettävät viestimet ja aikataulut, joilla kohderyhmä saavutetaan, samoin se, millainen mediaympäristö ja -konteksti halutaan ja kuinka monta kertaa mainosta toistetaan. (Vuokko 2003, 213.)

Myyntityössä kartoitetaan ensin asiakkaan tarpeet ja toiveet ja vasta sitten esitellään tuotteita. Toimitaan siis asiakaslähtöisesti. (Bergström & Leppänen 2007b, 150.) Henkilökohtaista myyntityötä kannattaa käyttää erityisesti, jos tuote on monimutkainen tai asiakkaalle räätälöitävä, asiakaskunta on melko pieni ja heterogeeninen, asiakas kokee ”oikean” ostopäätöksen tärkeäksi ja tarvitsee ostopäätöksensä tueksi runsaasti informaatiota, jota on vaikea välittää muulla tavoin, tai jos jakeluketju on lyhyt ja hinnoittelu mahdollistaa myyntityön käytön. (Vuokko 2003, 172.)

Menekinedistäminen on myynninedistämistoimintaa, joka yleensä tukee ja täydentää henkilökohtaista myyntityötä, myymälätoimenpiteitä tai mainontaa. Se sisältää kaikki sellaiset markkinointiviestinnän keinot, joilla tarjotaan jakeluketjun jäsenille, omalle myyntiorganisaatiolle ja kuluttajille sellaisia ylllykkeitä, jotka lisäävät markkinoijan tuotteiden ja palveluiden menekkiä. (Vuokko 2003, 246 - 247.) Ylllykkeitä tai etuja voivat olla esimerkiksi hinnanalennus, palkinto tai mahdollisuus palkintoon, bonus tai ilmaistuote. Sen voi saada heti oston yhteydessä tai myöhemmin vaikkapa kanta-asiakasbonuksena. Se voi olla kaikkien saatavissa, tietyllä todennäköisyydellä saatava tai liittyä ostomäärään tai ostohetkeen. (Vuokko 2003, 254 - 255.) Se, mitä keinoja kannattaa kulloinkin käyttää, riippuu esimerkiksi kampanjan tavoitteesta, kohderyhmästä ja kilpailijoiden toimenpiteistä (Vuokko 2003, 273).

Suhdetoiminnassa pyritään saamaan aikaan näkyvyyttä ja kuuluvuutta mediassa. Yksi tavoite on myös pyrkiä luomaan positiivista kuvaa yrityksestä. Keino tähän voi myös olla sidosryhmien kannalta tärkeiden kohteiden tukeminen eli sponsorointi. Julkisuu-
della on suhdetoiminnassa suuri merkitys. Suhdetoiminnalla pyritäänkin saavuttamaan ja säilyttämään niiden sidosryhmien ymmärtämys ja tuki, joista yritys on riippuvainen tai kiinnostunut. Tavoitteena ovat yleensä pitkän aikavälin vaikutukset lähinnä yritys-
kuvaan: yrityksen imagon luominen, vahvistaminen tai muuttaminen. (Vuokko 2003, 278 - 279.)

5 KYSELYTUTKIMUKSEN TOTEUTUS

5.1 Tutkimuksen tarkoitus ja tavoitteet

Tutkimukseni tavoitteena oli saada tietoa yksityisistä metsänomistajista asiakaskunta-
na sekä palveluiden markkinoinnin kohderyhmänä. Keskeisiä asioita, joihin kyselytut-
kimuksella haluttiin saada tietoa, olivat seuraavat:

- millaisia yksityiset metsänomistajat ovat itse toimijoina
- mitä he arvostavat metsiensä hoidossa
- millaisia metsäpalveluita he käyttävät sekä
- mistä ja millä perusteella he palveluntarjoajan ja palvelut hankkivat.

Kysymysten tarkoituksena oli sekä saada tietoa vastaajista että kartoittaa samalla met-
sänomistajien mielipiteitä. Kysymykset olivat jaettuina omiin ryhmiinsä aihepiireittäin
selkeyttämään vastaamista ja käsittelyä.

Kysymyksissä pääryhmiä oli viisi:

- A. Taustatiedot
- B. Metsänomistus
- C. Metsäpalveluiden käyttö
- D. Millainen olet palveluiden käyttäjänä?
- E. Tavoitteet ja arvostukset

Tavallisin ja eniten käytetyin kysymystyyppi oli monivalintakysymys, jossa annetuista
vaihtoehdoista täytyi valita sopiva vaihtoehto. Joissakin kysymyksissä oli lisäksi vaih-
toehto ”muu, mikä” varalta, jos annetuista vaihtoehdoista ei löytyisi sopivaa tai asiaa
haluttaisiin tarkentaa. Kysymysryhmään ”millainen olet palveluiden käyttäjänä?” va-

littiin janakysymys asteikolla 1–5, jossa haluttuun ja kuvaavaan kohtaan klikattiin hiirellä. Viimeisenä oli vapaapalaute mahdollisuutena kertoa ehdotuksia tai toiveita metsäpalveluiden kehittämiseksi.

5.2 Tutkimuksen toteuttaminen

Kyselytutkimuksen toteuttamiseen valittiin sähköinen ZEF 2010 Editor -menetelmä. Vastausten arviointitulosten käsittelystä menetelmässä kerrotaan seuraavasti: ”ZEF-menetelmän avulla muutetaan absoluuttiset arviointitulokset suhteellisiksi. Zenkirjainyhdistelmä tulee sanoista Z-scored Electronic Feedback. ZEF-menetelmässä käytetään z-scoring-menetelmää suhteellisten vastauspisteiden laskemiseen. Suhteelliset vastauspisteet lasketaan siten, että kaikkien arvioijien kohdalta vastauspisteiden keskiarvo siirretään taulun keskelle ja vastaukset hajotetaan koko taulun alueelle. Tällä tavalla normitetuista tuloksista häviävät ns. asennevääristymät ja päästään tarkastelemaan vastausten suhteita toisiinsa.”

Sähköisen kyselytutkimuksen etuja ovat vastaamisen mahdollisuus vastaajalle itselleen sopivana ajankohtana ja myös sopivassa paikassa: Internetin äärellä töissä tai kotona. Erilaisia kyselytutkimuksia on tosin paljon Internetissä ja tulee myös sähköpostiin, joten vaarana on vastaajien kyllästyminen kyselyihin tai oman kyselyn hukkuminen muiden joukkoon.

Suurimpana ongelmana tutkimuksessa on, että vastaajiksi todennäköisesti valikoituvat aktiiviset metsänomistajat ja tutkimuksen tulokset saattavat vääristyä ja antaa liian aktiivisen kuvan metsänomistajista. Toisaalta taas passiivisia metsänomistajia tuskin saa vastaamaan myöskään kirjekyselyihin tai haastatteluihin.

5.2.1 Kysely 1

Kyselytutkimuksen saamisessa vastattavaksi oli monta vaihetta ja myös mutkia matkassa. Paikallista metsänhoitoyhdistystä kysyttiin ensin mukaan kyselytutkimukseen. Asia kiinnosti, mutta ei kuitenkaan edennyt jostain syystä. Metsäkeskus ei ollut kiinnostunut nettikyselystä. Metsäliitolla oli ollut juuri omat kyselynsä eikä siksi mahdollisuutta tämän kyselytutkimuksen toteuttamiseen. UPM:n metsätoimistolla oli muita kiireitä.

Lopulta Meto Metsäalan Yrittäjät lupautui mukaan kyselytutkimukseen, mutta muistutusviestistä huolimatta vastauksia tuli vain parikymmentä. Ymmärrettävästi kyselyn lähettäminen eteenpäin omille asiakkaille vastattavaksi oli hieman liian riskialtista. Metsänomistajien liitoista Länsi-Suomi lähti mukaan kyselyyn ja vastauksia tulikin nopeasti 149 kpl. Kysely meni sähköpostitse noin 500 metsänomistajalle. Kyselyyn vastasi myös muutama tuttu metsänomistaja. Kokonaisuudessaan kyselyyn (kysely 1) vastasi siis yhteensä 175 henkilöä. Kaikkiaan sitä oli käynyt katsomassa 312 henkilöä, joista 226 oli aloittanut vastaamisen, mutta nämä mainitut 175 vastanneet loppuun saakka.

5.2.2 Kysely 2

Maanviljelijöiden, metsänomistajien ja maaseutuyrittäjien etujärjestö MTK päätti läheteä myös mukaan kyselytutkimukseen. Toivomuksena oli, että taustatietoja koskevat kysymykset muutettaisiin Metsäntutkimuslaitoksen (Metla) tekemien tutkimusten mukaiseksi vertailukelpoisuuden takia. Metsänomistusta koskevat kysymykset muuttuivat myös hieman. Mukaan liitettiin myös yksi metsänomistajien tulevaisuudensuunnitelmia koskeva kysymys. Näin tästä kyselytutkimuksesta tuli erillinen kyselynsä.

Tämä uusi kysely (kysely 2) julkaistiin Metsänomistajien palvelutoimiston kautta pääkaupunkiseudun sähköisessä uutiskirjeessä. Uutiskirjeen saa noin 2 000 metsänomistajaa, ja se on lisäksi netissä luettavissa. Vastauksia tuli noin sata kappaletta. Kysely lähti myös sähköisesti jäsenoimiston kautta Metsänomistajien liitoille, paitsi Länsi-Suomelle, joka oli jo mukana aiemmin. Kyselyn saivat useat tuhannet metsänomistajat. Muistutusviesti lähetettiin kahden viikon jälkeen ja kysely suljettiin noin viikon kuluttua siitä. Vastauksia tuli noin kolmesataa. Kokonaisuudessaan tätä toista kyselyä katsomassa oli käynyt 680 kpl. Vastaamisen aloittaneita oli 482 kpl ja loppuun saakka vastanneita 401 kpl.

6 KYSELYTUTKIMUKSEN TULOKSET

Yhteensä kumpaankin kyselyyn kokonaan vastasi siis 576 metsänomistajaa. Kaikki vastaajat eivät olleet vastanneet kaikkiin kysymyksiin. Osassa kysymyksiä vastauksien kokonaismäärä taas on suurempi kuin koko kyselyyn vastanneiden määrä, koska vaihtoehdoista pystyi valitsemaan useita.

Vastaajien lukumäärä tiettyyn vastausryhmään näkyy kuvassa vastausryhmän ja vastaajien määrää kuvaavan vaakapylvään välissä. Vastanneiden yhteismäärä kaikkiaan on laskettu kuvan alle.

Kyselyt ovat kokonaisuudessaan liitteinä (liitteet 1 ja 2). Myös ”muu, mikä?” - vastaukset ovat mukana liitteissä, lueteltuna sellaisenaan aina kyseisen kuvan alla. Samoin vapaapalautteet kysymykseen ehdotuksista tai toiveista metsäpalveluiden kehittämiseksi ovat näissä liitteissä (liitteet 1 ja 2). Ne ovat myös liitetty sellaisenaan kuin ne on kirjoitettukin. Mukana on hyvin tärkeitä ja arvokkaita huomioita ja ehdotuksia. Toisaalta taas on varmasti käytetty myös tilaisuutta purkaa jonkin yksittäisen huomomin menneen kokemuksen tuntoja. En kuitenkaan lähtenyt kommentteja sensuroimaan, koska mielipiteen ilmaisu oli tämän vapaapalautteen tarkoituksena. Osansa sai tasapuolisesti myös kyselyn laatija.

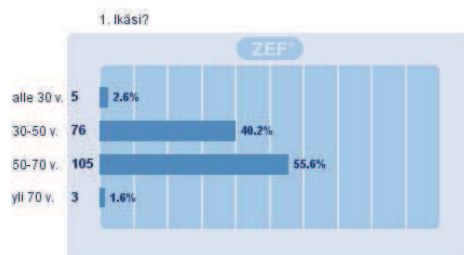
Kysely 2:ssa oli kysytty muutamia muitakin kohtia vapaapalautteella eli kohtaan piti kirjoittaa kysytty asia, esimerkiksi syntymävuosi tai hehtaarimäärä. Se olikin hieman vaativampi koota yhteen, kun vastauksena tuli esimerkiksi monta sataa eri syntymävuotta listana valmiin kuvan sijaan. Siitä syystä siis vastaukset hieman poikkeavat niissä kysymyksissä. Nämä vapaapalautteet ovat yhteenkoottuina liitteessä 3.

6.1 Kysely 1

6.1.1 Taustatiedot

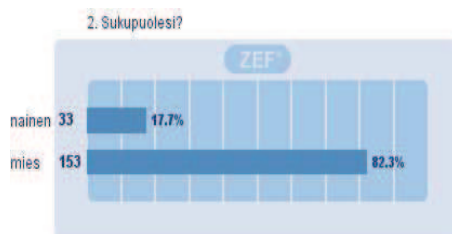
Kysely 1: Vastanneista suurin osa oli miehiä (82,3 %) ja iältään 50–70 vuotta (55,6 %). Asuinpaikan osalta ylivoimaisesti suurin ryhmä olivat maaseudulla asuvat (71,8 %). Ammattiryhmältään vastaajista suurin osa kuului ryhmään maa- tai metsätalousyrittäjä (63,3 %). Koulutuksenaan selvällä enemmistöllä oli ammatillinen koulutus (46,9 %).

1. Ikäsi?



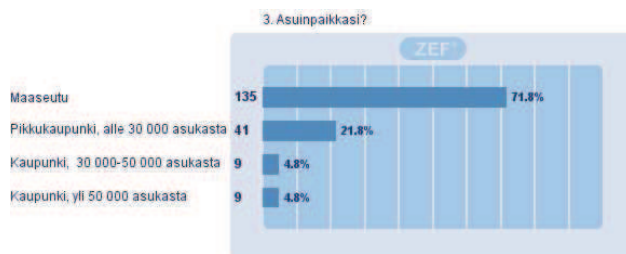
vastauksia yht. 189 kpl

2. Sukupuolesi?



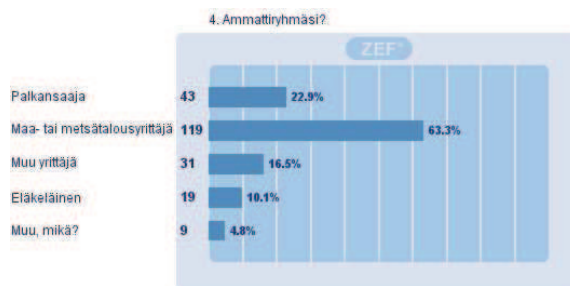
vastauksia yht. 186 kpl

3. Asuinpaikkasi?



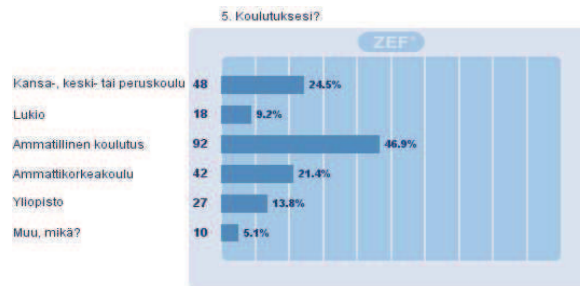
vastauksia yht. 194 kpl

4. Ammattiryhmäsi?



vastauksia yht. 221 kpl

5. Koulutuksesi?



vastauksia yht. 237 kpl

6.1.2 Metsänomistus

Kysely 1: Vastaajista suurin ryhmä oli metsää yhteensä 100 – 200 hehtaaria omistavat (29,1 %). Kyselyyn vastanneet omistivat metsää eniten Etelä-Pohjanmaalla (30,5 %). Metsät sijaitsivat useimmiten osana omaa tilaa (51,6 %) sekä saman maakunnan alueella (48,9 %).

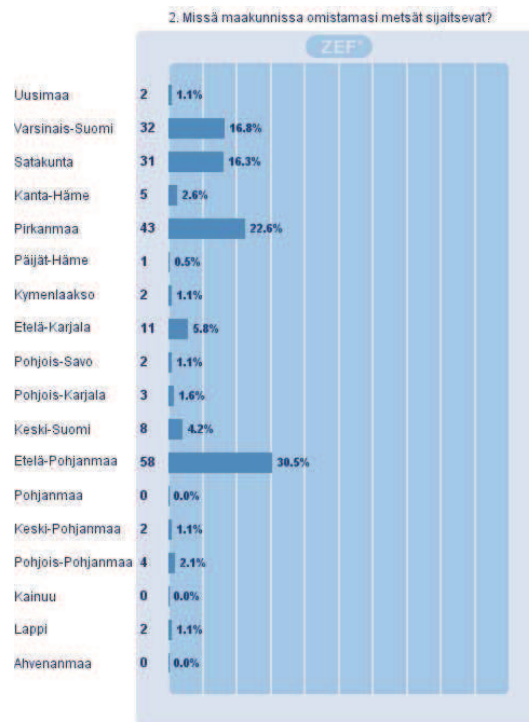
Suurin ryhmä olivat metsää yli 20 vuotta omistaneet (53,4 %). Metsät olivat saatu haltuun pääasiallisesti sukupolvenvaihdoksella (64,8 %) tai ostamalla vapailta markkinoilta 42,5 %). Metsät omistettiin enimmäkseen yksin (50 %) tai yhdessä puolison kanssa 44,3 %).

1. Omistamasi metsän määrä yhteensä?



vastauksia yht. 189 kpl

2. Missä maakunnissa omistamasi metsät sijaitsevat?



vastauksia yht. 206 kpl

3. Omistamasi metsän sijainti?



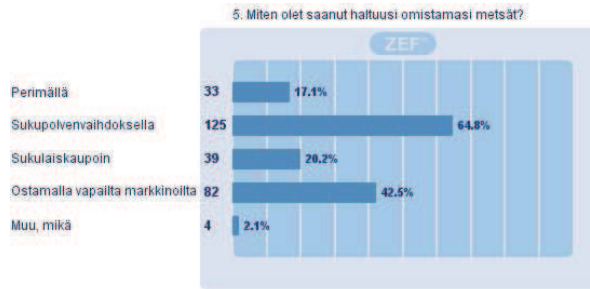
vastauksia yht. 237 kpl

4. Montako vuotta olet ollut metsänomistaja?



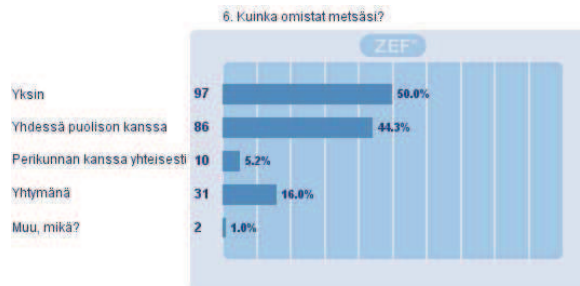
vastauksia yht. 192 kpl

5. Miten olet saanut haltuusi omistamasi metsät?



vastauksia yht. 283 kpl

6. Kuinka omistat metsäsi?



vastauksia yht. 226 kpl

6.1.3 Metsäpalveluiden käyttö

Kysely 1: Suurin osa vastaajista oli käyttänyt ulkopuolisen tarjoamia metsäpalveluita viimeisen viiden vuoden aikana (74,7 %). Suurin metsäpalveluryhmä, mihin nämä palvelut olivat liittyneet, oli puukauppa (64,9 %). Seuraavaksi eniten oli tarvittu suunnittelua, neuvontaa ja työnjohtoa (56,4 %) ja konepalveluita (53,2 %).

Tarvitut metsäpalvelut oli hankittu suurimmaksi osaksi metsänhoitoyhdistykseltä (83,1 %). Seuraavaksi eniten oli käytetty metsäyhtiöitä ja metsäteollisuusyrityksiä (30,7 %). Kolmanneksi eniten tehtiin itse (28,6 %). Kun arvioitiin, mitä metsäpalveluita tarvitsee seuraavan viiden vuoden aikana, oli suurin ryhmä edelleen puukauppa (61,5 %), mutta toisena oli nyt konepalvelut (53,5 %) ja kolmantena suunnittelu, neuvonta ja työnjohto (49,2 %).

Metsäpalvelun tarjoajan valinnan perusteissa oli annetuista vaihtoehdoista valittu useimmin ”aina sama tuttu tarjoaja” (60,3 %). ”Muu, mikä?” -kohdassa tuli myös esil-

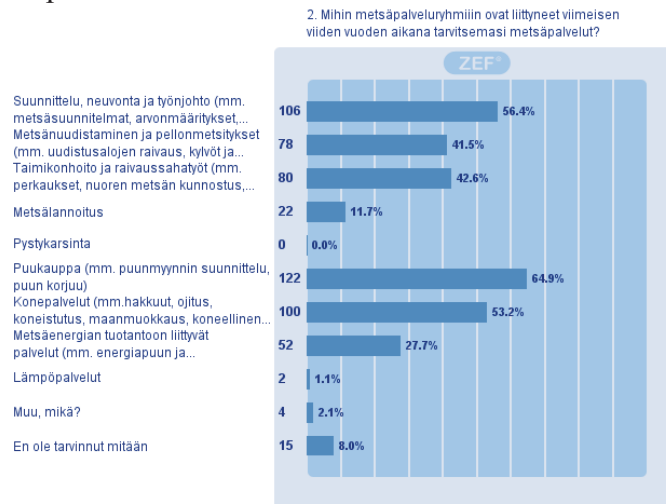
le palveluntarjoajan luotettavuus ja maine sekä hinta ja erityisesti hinta-laatusuhde. Tässä kohdassa oli vastattu myös jo seuraavaan kysymykseenkin eli ”mitkä seuraavista ovat sinulle tärkeitä valitessasi palveluntarjoajaa?” Tärkeimmiksi kriteereiksi nousivat hyvä laatu (77 %), hyvä yhteistyö ja sujuvuus (57,3 %) ja luottamus (52,4 %). Tietoa metsäpalveluiden tarjoajista etsittiin tai oli saatu eniten metsäalan julkaisuista (51,6 %), koulutus- ja neuvontatilaisuuksista (36,8 %) ja internetistä (28,9 %).

1. Oletko käyttänyt ulkopuolisen tarjoamia metsänhoitopalveluita viimeisen viiden vuoden aikana?



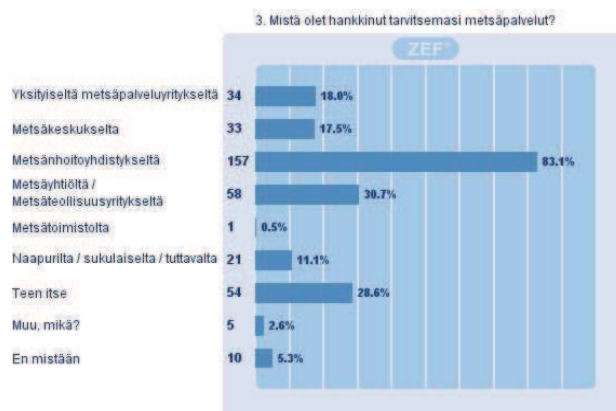
vastauksia yht. 193 kpl

2. Mihin metsäpalveluryhmiin ovat liittyneet viimeisen viiden vuoden aikana tarvitsemasi metsäpalvelut?



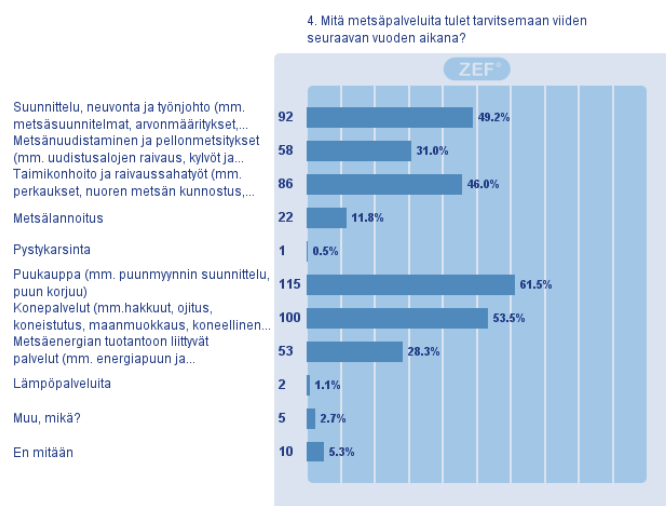
vastauksia yht. 581 kpl

3. Mistä olet hankkinut tarvitsemasi metsäpalvelut?



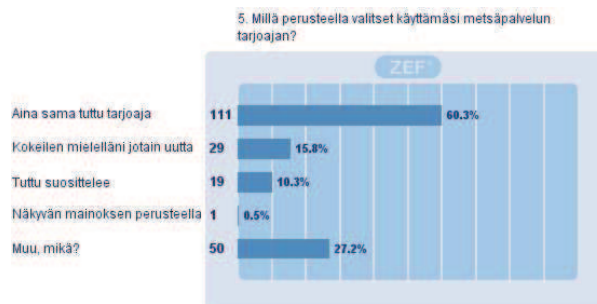
vastauksia yht. 373 kpl

4. Mitä metsäpalveluita tarvitset viiden seuraavan vuoden aikana?



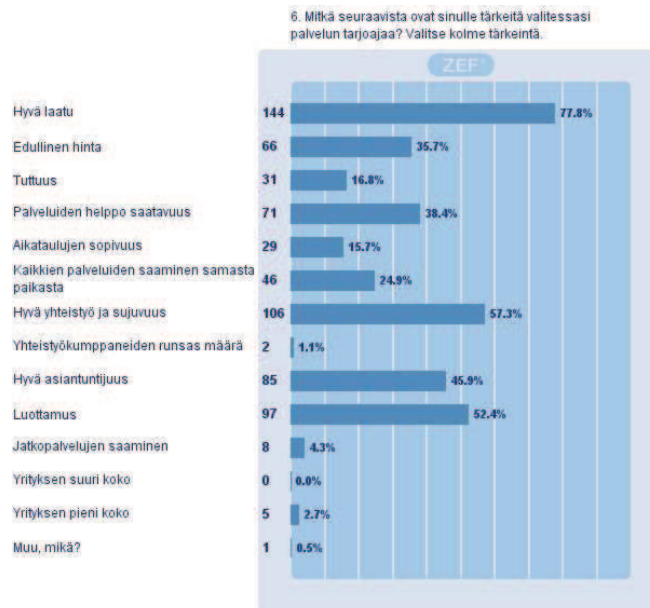
vastauksia yht. 544 kpl

5. Millä perusteella valitset käyttämäsi metsäpalvelun tarjoajan?



vastauksia yht. 210 kpl

6. Mitkä seuraavista ovat sinulle tärkeitä valitessasi palvelun tarjoajaa? Valitse kolme tärkeintä.



vastauksia yht. 691 kpl

7. Mistä etsit tai olet saanut tietoa metsäpalveluiden tarjoajista?



vastauksia yht. 353 kpl

6.1.4 Metsänomistaja palveluiden käyttäjänä

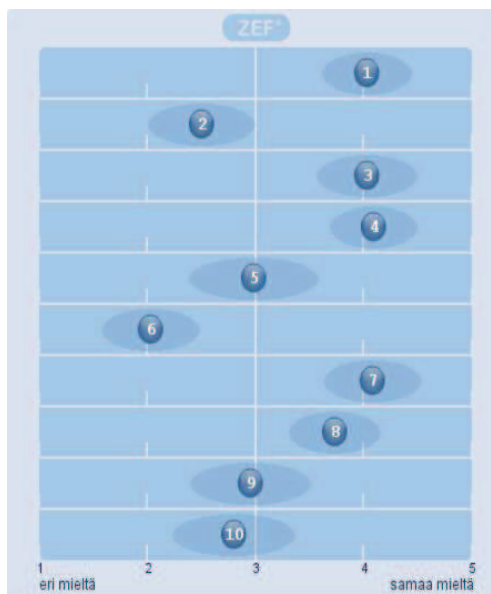
Kysely 1: Vastanneet metsänomistajat arvioivat olevansa melko aktiivisia sekä yhteydenotossa palveluntarjoajiin että toimijoina itse metsiensä hoidossa. Suunnitelmien ja sovitujen toimien toteutumista seurattiin myös hyvin. Asiantuntija-apua metsiensä hoidossa koki tarvitsevansa paljon vain reilusti alle puolet vastaajista.

Verkkopalveluiden käytöstä asioiden hoidossa piti puolet metsänomistajista, joten puolet arvosti siis perinteistä suoraa lähestymistapaa. Valmiita palvelupaketteja ei valittu mielellään metsien hoitamisessa. Hyvän metsänhoitosuunnitelman tekeminen ja olemassaolo koettiin tärkeäksi. Neuvonta ja koulutustilaisuudet koettiin melko tärkeiksi ja hyödyllisiksi.

Vaihtoehtoisista metsänkäsittelymuodoista oli kiinnostunut hieman alle puolet vastaajista. Tätä hieman vielä vähemmän kiinnosti luonnonhoitohankkeiden toteuttaminen.

Millainen olet palveluiden käyttäjänä? Valitse vaihtoehdoista sinua kuvaavat.

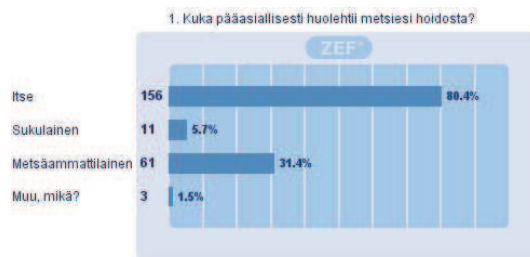
1. Otan itse yhteyttä palveluntarjoajiin.
2. Tarvitsen paljon asiantuntija-apua metsieni hoidossa.
3. Toimin itse aktiivisesti metsieni hoidossa.
4. Seuraan suunnitelmien ja sovittujen toimien toteutumista.
5. Käytän mielelläni verkkopalveluita asioiden hoidossa.
6. Valitsen valmiita palvelupaketteja metsieni hoitamiseen.
7. Pidän hyvää metsänhoitosuunnitelmaa tärkeänä.
8. Neuvonta- ja koulutustilaisuudet ovat tärkeitä ja hyödyllisiä.
9. Vaihtoehtoiset metsänkäsittelymuodot kiinnostavat minua.
10. Luonnonhoitohankkeiden toteuttaminen kiinnostaa minua.



6.1.5 Tavoitteet ja arvostukset

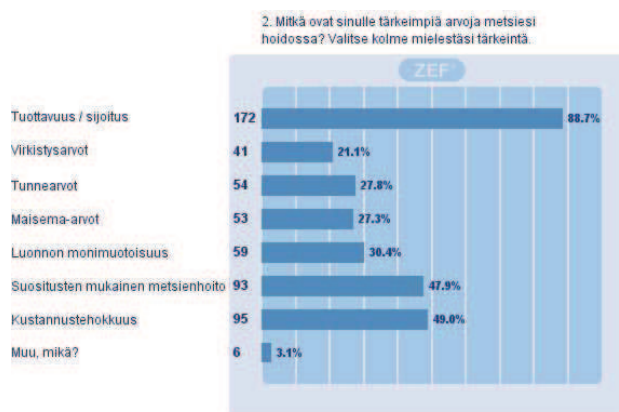
Kysely 1: Metsien hoidosta huolehdittiin pääsääntöisesti itse (80,4 %). Tärkeimpinä arvoina metsiensä hoidossa metsänomistajat arvostivat selvästi eniten tuottavuutta ja sijoitusta (88,7 %), seuraavaksi kustannustehokkuutta (49 %) ja kolmanneksi suosituksen mukaista metsien hoitoa (47,9 %). Arvoa oli myös annettu melko paljon luonnon monimuotoisuudellekin (30,4 %), jonka kanssa melko samoissa olivat maisema- ja tunnearvot.

1. Kuka pääasiallisesti huolehtii metsiesi hoidosta?



vastauksia yht. 231 kpl

2. Mitkä ovat sinulle tärkeimpiä arvoja metsiesi hoidossa? Valitse kolme mielestäsi tärkeintä.



vastauksia yht. 573 kpl

6.2 Kysely 2

6.2.1 Taustatiedot

Kysely 2: Vastanneista oli myös miehiä enemmistö (69,2 %). Vastaajista suurin ryhmä oli vuonna 1946 syntyneitä eli noin 65 -vuotiaita (23 kpl 455 vastaajasta, 5,1 %). Toiseksi suurin ryhmä olivat vuonna 1955 syntyneet eli noin 56 -vuotiaat (21 kpl 455 vastaajasta, 4,6 %). Keskiarvoksi syntymävuosista tuli 1955, 5 eli 1956.

Tilan sijaintikunnan ulkopuolella asui vastaajista 67,5 %. Suurin osa asui 20 000 – 100 000 asukkaan kaupungissa (30,9 %). Vastaajista suurin osa asui Helsingissä (56 kpl 427 vastaajasta, 13,1 %). Toiseksi eniten vastaajia oli Mikkelistä (36 kpl 427 vastaajasta, 8,4 %).

Peruskoulutukseltaan suurin ryhmä oli ylioppilastutkinnon suorittaneet (60,1 %) ja ammattikoulutukseltaan ammattikorkeakoulun tai opiston suorittaneet (43,3 %). Ammattiasemaltaan vastaajista suurin osa oli palkansaajia (52,5 %).

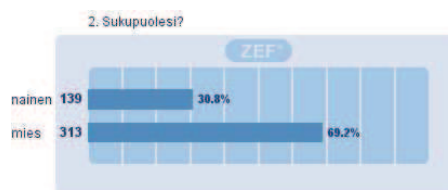
Osoittautui, että monivalintakysymykset eivät olleet sittenkään ehkä paras valinta kaikkiin kohtiin, koska sama henkilö voi olla esimerkiksi sekä yrittäjä että kuitenkin palkkatyössä muualla, tai asua tietyn kokoisessa kaupungissa, mutta kuitenkin maaseudulla. Tarkemman vastauksen olisi antanut kysymys, jossa olisi voinut valita vain yhden vaihtoehdon.

1. Syntymävuotesi?

- V. 1946 syntyneitä eniten 23 kpl (5,1 %)
- ka. 1955,5 ~ vuosi 1956

vastauksia yht. 455 kpl

2. Sukupuolesi?



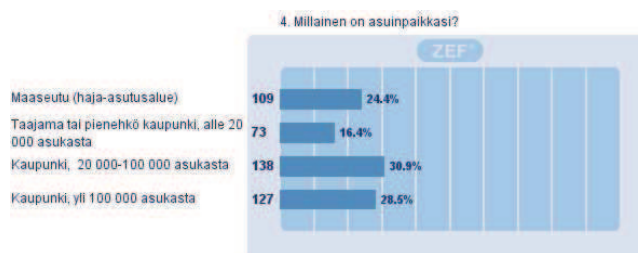
vastauksia yht. 452 kpl

3. Asutko (tilan pääosa)?



vastauksia yht. 450 kpl

4. Millainen on asuinpaikkasi?



vastauksia yht. 447 kpl

5. Asuinkuntasi?

- Asuinpaikkana Helsinki suurin ryhmä 56 kpl (13,1 %)

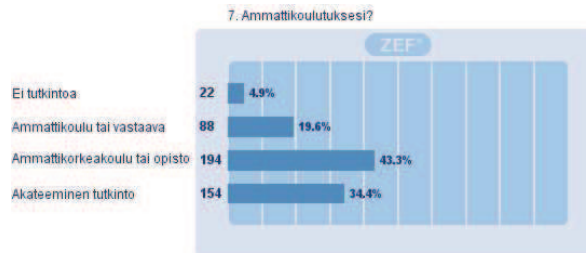
vastauksia yht. 427 kpl

6. Peruskoulutuksesi?



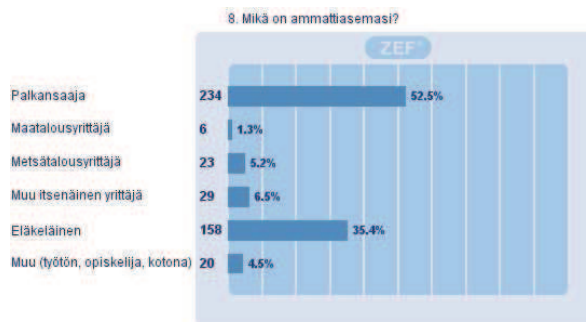
vastauksia yht. 449 kpl

7. Ammattikoulutuksesi?



vastauksia yht. 458 kpl

8. Mikä on ammattiasemasi?



vastauksia yht. 470 kpl

6.2.2 Metsätilan omistus

Kysely 2: Tila oli pääasiassa yhden henkilön omistuksessa (43,5 %). Suurin ryhmä omistettujen metsätilojen pinta-alassa yhteensä hehtaareina oli 20 hehtaaria (15 kpl 433 vastaajasta, 3,5 %). Keskiarvoksi kaikista vastauksista tuli 66,8 hehtaaria. Tilan pääosa oli tullut useimmiten omistukseen perintönä tai lahjana (54,8 %).

Vastaajista useimman päättila sijaitsi Mikkelissä (23 kpl 427 vastaajasta, 5,4 %). Muissa kunnissa metsää sijaitsi vastaajilla eniten Outokummussa (11 kpl 124 vastaajasta, 8,9 %). Metsänomistajuuden alkamista kysyttäessä eniten vastauksia oli vuodessa 1995 (21 kpl 425 vastaajasta, 4,9 %). Keskiarvoksi kaikista vastauksista tuli 1992,8 eli vuosi 1993.

Vastauksia analysoidessa kysymysten laadinnassa osoittautui tulleen lapsus. Kysyttäessä päättilan sijaintia ja sitä, missä muualla omistaa metsää, oli ajatus hieman nähdä ja verrata muiden metsäalueiden sijaintia päättilan sijaintiin nähden, mutta yhteys tietenkin katkeaa, kun kaikki vastaukset on listattuna yhteen.

Samoin jäi mielestäni hieman epäselväksi, mihin sukupolvenvaihdos sisältyy kohdassa viisi. Riippuu varmaan vastaajasta ja tapauksesta, onko vastaaja ajatellut sen sisältyvän perintöön tai lahjaan vai ostoon vanhemmilta tai sukulaiselta. Sitä olisikin kannattanut kysyä omana kohtanaan.

1. Mikä on tilasi omistusmuoto?



vastauksia yht. 476 kpl

2. Omistamiesi metsätilojen pinta-ala yhteensä hehtaareina?

- Suurin ryhmä pinta-ala 20 ha 15 kpl (3,5 %)
- ka. 66,8 ha ~ 67 ha

vastauksia yht. 433 kpl

3. Missä kunnassa sijaitsee omistamasi päättila?

- Päättila Mikkelissä suurin ryhmä 23 kpl (5,4 %)

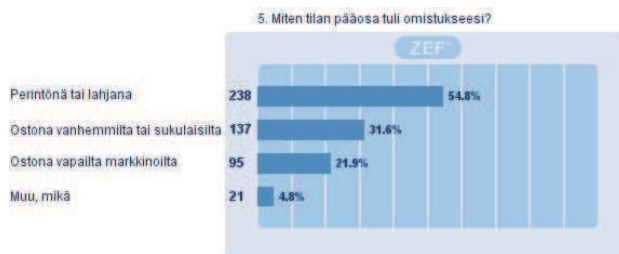
vastauksia yht. 427 kpl

4. Omistatko metsää muissa kunnissa, missä?

- Outokumpu suurin ryhmä 11 kpl (8,9 %)

vastauksia yht. 124 kpl

5. Miten tilan pääosa tuli omistukseesi?



vastauksia yht. 491 kpl

6. Mistä vuodesta lähtien olet ollut metsätilan omistaja?

- V. 1995 lähtien eniten 21 kpl (4,9 %)

- ka. v. 1992,8 ~ v. 1993

vastauksia yht. 425 kpl

6.2.3 Metsäpalveluiden käyttö

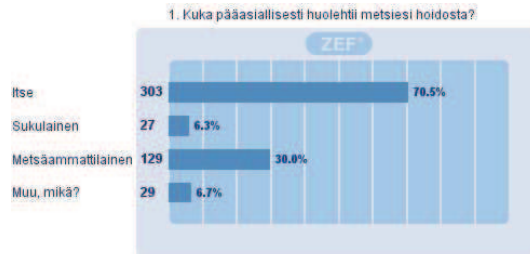
Kysely 2: Metsien hoidosta pääasiallisesti huolehdittiin itse (70,5 %). Ulkopuolisen tarjoamia metsäpalveluita viimeisen viiden vuoden aikana oli käyttänyt suurin osa (74,2 %). Tarvitut metsäpalvelut olivat liittyneet eniten ryhmään suunnittelu, neuvonta ja työnjohto (62,8 %), puukauppaan (61,1 %) ja konepalveluihin (46,4 %).

Tarvitut palvelut hankittiin pääasiallisesti metsänhoitoyhdistykseltä (77,4 %), tehtiin itse (29,2 %) ja kolmanneksi metsäyhtiöltä ja metsäteollisuusyritykseltä (22,6 %). Kun arvioitiin, mitä metsäpalveluita tarvitaan seuraavan viiden vuoden aikana, oli suurin ryhmä puukauppa (54,4 %), seuraavaksi suurin suunnittelu, neuvonta ja työnjohto (49,4 %) ja kolmanneksi konepalvelut (43,6 %).

Metsäpalvelun tarjoajan valintaperusteena annetuista vaihtoehdoista valittiin ”aina sama tuttu tarjoaja” (62,5 %). Myös tähän kohtaan oli ”muu, mikä?” -kohdassa pohdittu jo tärkeitä valintakriteereitä metsäpalveluntarjoajan valintaan. Esille nousivat tärkeänä kilpailutus, asiantuntemus, aiemmat kokemukset, luotettavuus ja hinta-laatusuhde. Annetuista vaihtoehdoista tärkein oli hyvä laatu (66,4 %), hyvä yhteistyö ja su-

juvuus (59,8 %) sekä luottamus (54,5 %). Tietoa etsittiin ja oli saatu eniten metsäalan julkaisuista (63,1 %), internetistä (38,5 %) ja koulutus- ja neuvontatilaisuuksista (30,3 %).

1. Kuka pääasiallisesti huolehtii metsiesi hoidosta?



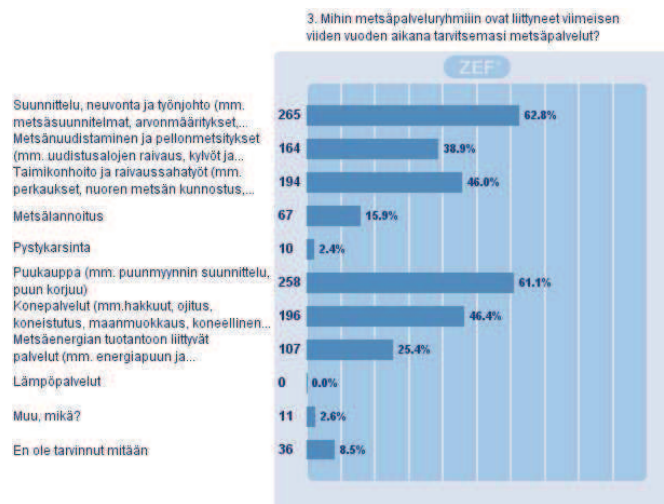
vastauksia yht. 488 kpl

2. Oletko käyttänyt ulkopuolisen tarjoamia metsänhoitopalveluita viimeisen viiden vuoden aikana?



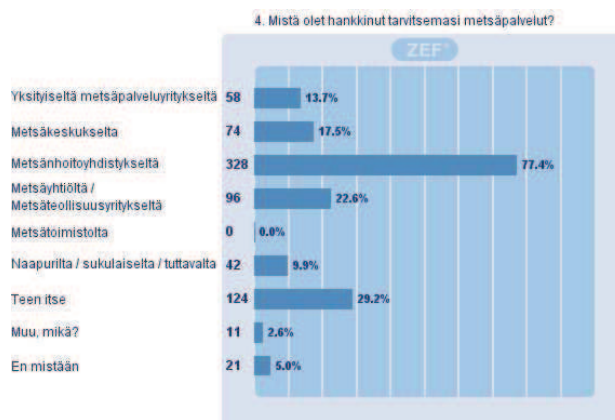
vastauksia yht. 432 kpl

3. Mihin metsäpalveluryhmiin ovat liittyneet viimeisen viiden vuoden aikana tarvitsemasi metsäpalvelut?



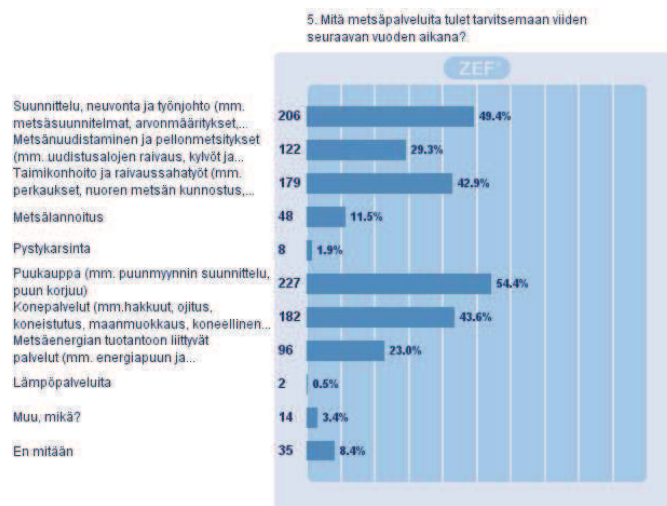
vastauksia yht. 1 308 kpl

4. Mistä olet hankkinut tarvitsemasi metsäpalvelut?



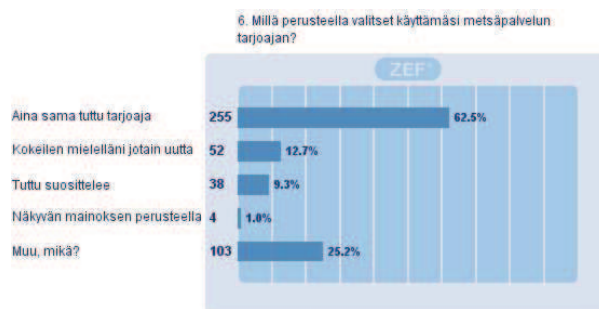
vastauksia yht. 754 kpl

5. Mitä metsäpalveluita tarvitset viiden seuraavan vuoden aikana?



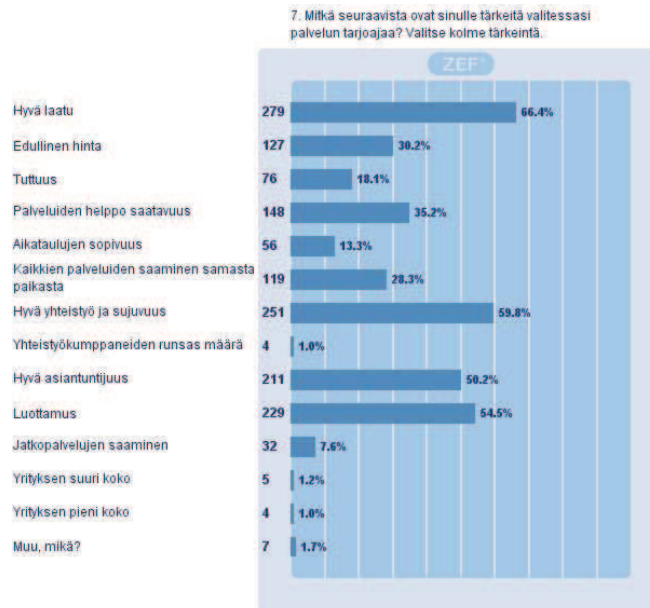
vastauksia yht. 1 119 kpl

6. Millä perusteella valitset käyttämäsi metsäpalvelun tarjoajan?



vastauksia yht. 452 kpl

7. Mitkä seuraavista ovat sinulle tärkeitä valitessasi palvelun tarjoajaa? Valitse kolme tärkeintä.



vastauksia yht. 1 548 kpl

8. Mistä etsit tai olet saanut tietoa metsäpalveluiden tarjoajista?



vastauksia yht. 847 kpl

6.2.4 Metsänomistaja palveluiden käyttäjänä

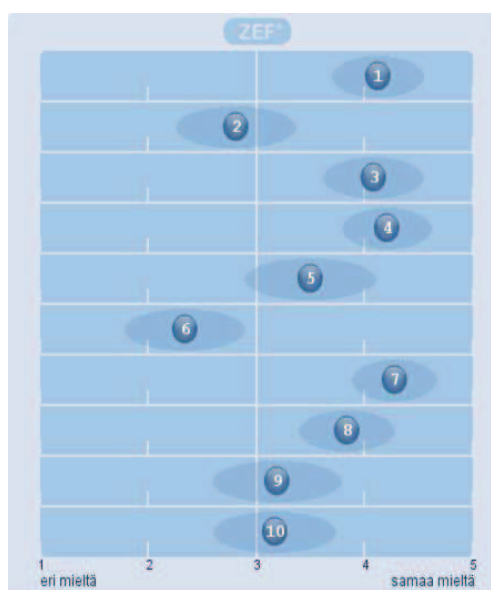
Kysely 2: Oma aktiivisuus yhteydenotossa palveluntarjoajiin ja toimijoina metsienhoidossa oli arvioitu hieman ensimmäistä kyselyä korkeammaksi. Asiantuntija-apua metsiensä hoidossa koki tarvitsevansa paljon lähes puolet vastaajista. Suunnitelmien ja sovitujen toimien toteutumista seurattiin melko tarkasti.

Valmiiden palvelupakettien valintaa suosittiin hieman ensimmäistä kyselyä enemmän, mutta silti reilusti alle puolet ei valitsisi niitä. Hyvää metsänhoitosuunnitelmaa pidettiin hyvin tärkeänä. Neuvonta- ja koulutustilaisuuksien hyödyllisyyttä ja tärkeyttä arvostettiin melko paljon.

Vaihtoehtoisista metsänkäsittelymuodoista ja luonnonhoitohankkeiden toteuttamisesta oli kiinnostunut hieman yli puolet, mutta kuitenkin enemmän kuin ensimmäisessä kyselyssä.

Millainen olet palveluiden käyttäjänä? Valitse vaihtoehdoista sinua kuvaavat.

1. Otan itse yhteyttä palveluntarjoajiin.
2. Tarvitsen paljon asiantuntija-apua metsieni hoidossa.
3. Toimin itse aktiivisesti metsieni hoidossa.
4. Seuraan suunnitelmien ja sovitujen toimien toteutumista.
5. Käytän mielelläni verkkopalveluita asioiden hoidossa.
6. Valitsen valmiita palvelupaketteja metsieni hoitamiseen.
7. Pidän hyvää metsänhoitosuunnitelmaa tärkeänä.
8. Neuvonta- ja koulutustilaisuudet ovat tärkeitä ja hyödyllisiä.
9. Vaihtoehtoiset metsänkäsittelymuodot kiinnostavat minua.
10. Luonnonhoitohankkeiden toteuttaminen kiinnostaa minua.

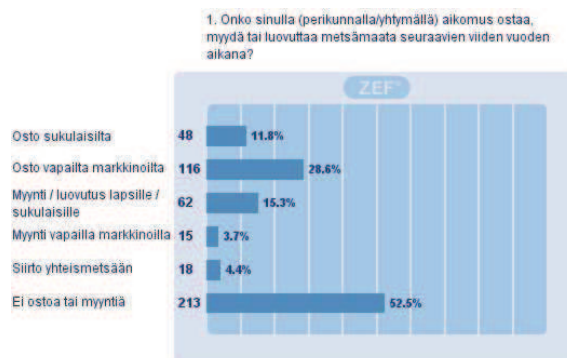


6.2.5 Tavoitteet ja arvostukset

Kysely 2: Aikomuksista metsiensä suhteen seuraavien viiden vuoden aikana yli puolet ilmoitti, ettei aikeissa ole ostoa tai myyntiä (52,5 %). Osalla metsänomistajista oli suunnitelmissa ostoa vapailta markkinoilta (28,6 %) tai myyntiä tai luovutus lapsille tai sukulaisille (15,3 %). Siirtoa yhteismetsään suunnitteli useampi (4,4 %) kuin myyntiä vapailta markkinoilla (3,7 %).

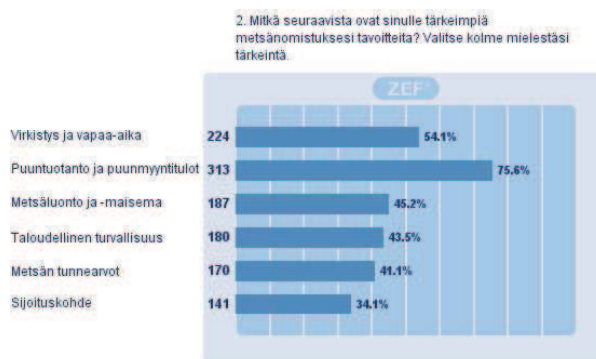
Metsänomistuksen tärkeimpinä tavoitteina koettiin puuntuotanto ja puunmyyntitulot (75,6 %), seuraavaksi eniten arvostettiin virkistystä ja vapaa-aikaa (54,1 %) ja metsäluontoa ja maisemaa (45,2 %). Tämän kanssa lähes yhtä paljon arvostettiin myös taloudellista turvallisuutta ja metsän tunnearvoja.

1. Onko sinulla (perikunnalla tai yhtymällä) aikomus ostaa, myydä tai luovuttaa metsämaata seuraavien viiden vuoden aikana?



vastauksia yht. 472 kpl

2. Mitkä seuraavista ovat sinulle tärkeimpiä metsänomistuksesi tavoitteita? Valitse kolme mielestäsi tärkeintä.



vastauksia yht. 1 215 kpl

7 PÄÄTELMÄT

7.1 Yhteenvedo kyselyiden tuloksista

Kyselyjä ei ole mielestäni järkevää tai mielekästä verrata suoraan toisiinsa. Vaikka ne ovatkin osin erilaisia keskenään, on kohderyhmä ja sisältö molemmissa sama. Tulokset taustatiedoista ovat osin erilaisia, koska ensimmäinen kysely oli enemmän alueellinen otokseltaan, kun taas toinen kysely oli otokseltaan laajempi sekä vastaajien määrältä että alueellisesti. Ensimmäiseen kyselyyn vastaajista suurin osa oli Länsi-

Suomen alueelta eli Etelä-Pohjanmaan, Pirkanmaan, Satakunnan ja Varsinais-Suomen maakunnista. Muilta osin vastaukset olivat hyvin yhteneviä.

Palkansaajien, yrittäjien ja eläkeläisten osuudet poikkesivat kyselyissä toisistaan. Eläkeläisten osuus oli aiempien tutkimusten valossa yllättävänkin pieni, mutta tämä johtuu siitä, että eläkeläiset voivat olla myös yrittäjiä ja ovat varmaan mukana siinä ryhmässä. Kyselyn toteutustapakin vaikuttaa varmasti ikäryhmiin sitä kautta, ketkä ovat ylipäänsä vastanneet kyselyyn.

Toisessa kyselyssä oli selvästi enemmän mukana kaupunkilaisia, jotka eivät asuneet vakinaisesti tilalla tai edes tilan sijaintikunnassa. Koulutusaste oli melko korkea. Yrittäjien osuus oli huomattavasti pienempi kuin ensimmäiseen kyselyyn vastanneissa. Metsätilat näyttäsivät tulevan omistukseen edelleen pääasiallisesti vanhemmilta tai sukulaisilta joko perimällä, sukupolvenvaihdoksella tai sukulaiskaupoin. Ensimmäisessä kyselyssä vastaajista suurin osa omisti metsää 50 - 200 hehtaarin verran. Metsää oli hankittu enemmän omistukseen myös ostamalla. Toisessa kyselyssä taas suurten metsätilojen omistajat olivat vähemmistönä. Samoin omistussuhteissa yhtymä syrjäytti puolison kanssa yhteisomistuksen.

Ensimmäiseen kyselyyn vastanneista enemmistö oli omistanut metsää yli 20 vuotta. Toiseen kyselyyn vastanneista taas hyvin suuri osa oli ollut metsänomistaja korkeintaan 20 vuotta. Myös naisten osuus vastaajista oli huomattavasti suurempi. Metsänomistajarakenteen muutos näkyy näissä edellä mainituissa eroissa varmasti. Ensimmäiseen kyselyyn vastasi varmaankin perinteisempiä metsänomistajia, kun taas otos oli laajempi toisessa kyselyssä.

Metsien hoidosta huolehditaan suurimmaksi osaksi itse. Metsäammattilaisten osuus on melko pieni. Ulkopuolisen tarjoamia metsänhoitopalveluita käytti lähes kolme neljäsosaa vastaajista. Omatoimisen työn osuus oli siihen nähden pieni, mutta kuitenkin yksi neljäsosa hoiti itse metsänhoitotyöt. Metsänomistajarakenteen muutoksen myötä enemmän vastuuta metsien hoidosta siirtynee ulkopuolisille ammattilaisille, asuttaessa ja työskenneltäessä itse kauempana metsistä.

Osasta vastauksia käy ilmi, että eri palveluntarjoajia käytetään eri tarkoituksia varten. Valitaan siis tehtävään ja tarkoituksiin sopivin, eikä käytetä välttämättä samaa kaikissa. Palveluntarjoajan valinnassa mainonnalla oli yllättävän pieni merkitys vastannei-

den mukaan. Valitaan mieluiten tuttu ja hyväksi havaittu toimija tai tutun suosittama. Toisaalta jotain uuttakin ollaan valmiita kokeilemaan. Tärkeimpiä arvoja olivat selvästi hyvä laatu, hyvä yhteistyö ja sujuvuus, luottamus ja hyvä asiantuntijuus. Palvelujen helppo saatavuus, edullinen hinta ja kaikkien palveluiden saatavuus samasta paikasta tulivat seuraavina tässä järjestyksessä. Tärkeää monelle oli kokemus metsänomistajan puolella olemisesta ja etujen ajamisesta. Moni vastaaja pysyikin lojaalina valitsemalleen toimijalle, mutta myös palveluntarjoajien kilpailutus ja valinta tarjousten perusteella nousi esiin hyvin monessa vastauksessa.

Tiedon hankinnassa vastauksista tuli esille myös hiljaisen tiedon osuus ja merkitys. Käytetään samaa palveluntarjoajaa, jota isäkin jo käytti tai josta on kokemusta tai on tunnettu ja arvostettu omalla seudulla. Monella on myös tietoa ja taitoa oman työn tai koulutuksen ja kokemuksen kautta.

Internetin osuus tiedon hankinnassa oli yllättävä pieni. Tietoa metsäpalvelun tarjoajista etsittiin tai saatiin ylivoimaisesti eniten metsäalan julkaisuista. Niiden antamaan alan tietoon varmaan luotetaan ja tarvittava tieto löytyy helposti lehtiä muutenkin luettaessa.

Tyytyväisyyttä metsäpalveluihin olisi voinut ja varmaan kannattanutkin kysyä myös vaikkapa janakysymyksellä asteikolla 1 – 5 ”kuinka tyytyväinen olet tarjottuihin metsäpalveluihin”. Se olisi antanut selvän vastauksen, mutta jäi nyt puuttumaan.

Verkkopalveluiden ja valmiiden palvelupakettien melko alhainen käyttö ja suosio oli hieman yllättävää. Kokemukset niiden käytöstä eivät kenties ole olleet hyvät, tai sitten luotetaan enemmän asiointiin kasvokkain ja tästä vuorovaikutuksesta syntyviin ratkaisuihin. Syynä varmaankin on tarve ja halu henkilökohtaiseen räätälöityyn, juuri omiin metsiin sopiviin palveluihin ja toimiin.

Metsäomistajilla oli kiinnostusta vaihtoehtoisia metsänkäsittelymuotoja sekä luonnonhoitohankkeiden toteuttamista kohtaan. Tulojen ja tuottavuuden rinnalla metsiä arvostettiin myös maiseman, virkistykseen ja tunnearvojen takia.

7.2 Yhteenveto metsäpalveluiden kehittämisehdotuksista

Kehittämisehdotuksia ja toiveita sekä mielipiteitä oli esitetty kiitettävän runsaasti vapaapalaute-kohtaan. Mahdollisuutta siihen hyödynnettiin ja sanottavaa oli. Mielipiteille olisikin hyvä olla oma yhteinen kanavansa, jossa myös yleistä mielipideilmastoa pystyisi seuraamaan. Kaikki palautteet olivat tärkeitä ja arvokkaita metsäpalveluiden kehittämisessä, mistä annan suuret kiitokset niistä vastanneille metsänomistajille! Vastaajista suuri osa oli nykyisiin palveluihin tyytyväisiä ja koki ne riittäviksi. Kriittikiä ja parannusehdotuksia oli kuitenkin monella vastaajalla. Osa ehdotetuista asioista voi olla jo toteutumassa tai toteutunutkin, ainakin paikallisesti.

Metsänhoitoyhdistyksen asema ja metsänhoitomaksu jakoi mielipiteitä voimakkaasti. Osa halusi ehdottomasti säilyttää ja vahvistaa nykyisen järjestelmän. Se koettiin välttämättömäksi metsien hoidon hyvän tason säilyttämiselle. Osa taas vaati metsänhoitomaksun lakkauttamista ja näki sen ainoana vaihtoehtona saada aikaan kunnan kilpailua alan toimijoiden kesken. Metsänhoitomaksua ehdotettiin poistettavaksi metsistään hyvin huolehtivilta metsänomistajilta. Maksun vapaaehtoisuutta ehdotettiin myös ja sille kaivattiin enemmän vastinetta. Myös koko organisaatorakenteen uudistamista ja keventämistä vaadittiin, kuten myös tehtävien selvempää jakamista sekä yhteistyötä toimijoiden kesken.

Metsäsuunnitelmien uudistamisen pakollisuutta vastustettiin, mutta niitä myös arvostettiin toiminnan perustana. Metsäsuunnitelmia toivottiin verkkopalveluiksi ja yksityiskohtaisemmiksi. Metsäsuunnitelmaan haluttiin enemmän vaihtoehtoja myytävien puiden kohtaan. Keilauksen käyttöä metsien inventoinnin ja suunnitelmien teon perustana vaadittiin lisättäväksi ja jalostettavaksi ja metsätilakohtaisesti kenen tahansa käytävissä olevaksi.

Metsätaloussuunnitelmia toivottiin webbipohjaisina ja ilmaisina. Metsätaloussuunnitelmien päivittämistä aina kuviotoimenpiteiden yhteydessä ehdotettiin, että päästäisiin eroon kymmenvuotissuunnitelmien teosta. Metsänomistajien rekisteriin toivottiin kaikille sallittu pääsy. Avoimuutta haluttiin lisää niin metsätilakiinteistökauppoihin kuin muuhunkin toimintaan. Vaadittiin myös tukitoimien järkevöittämistä ja kohdentamista paremmin. Samoin kaivattiin selkeyttä ja parannusta metsäviranomaisten ohjeisiin ja joustavuutta erityisesti erityiskohteisiin.

Aktiivisempaa ja parempaa yhteydenpitoa metsänomistajiin toivottiin kaikilta metsäpalveluiden tuottajilta. Koettiin, että vain välttämätön hoidettiin. Erityisesti toivottiin yhteydenottoa, jos metsissä on selvästi nähtävissä tarve jollekin toimenpiteelle, jota ei ole vielä tehty. Yhteishankkeista tiedottamiseen haluttiin parannusta. Asiakkaan kuuntelemista kaivattiin enemmän. Metsänomistajalle haluttiin enemmän päätäntävaltaa metsiensä hoidossa. Neuvonnasta toivottiin henkilökohtaisempaa. Metsäammattilaisille haluttiin enemmän varsinkin lisä- ja jatkokoulutusta ammattitaidon ja motivaation lisäämiseksi ja säilyttämiseksi. Kenttätöitä tekevää ”jalkaväkeä” mm. henkilökohtaisille tiläkänneille tarvittaisiin lisää. Metsäammattilaisen käynnit omassa metsässä koettiin muutenkin tärkeäksi. Halukkaille toivottiin mahdollisuutta päästä mukaan näille käynneille ja jopa osallistumaan käytännön töihin ammattilaisen mukana.

Palveluita toivottiin asuinpaikasta riippumattomiksi, metsänomistajalähtöisiksi laadukkaiksi kokonaisuuksiksi. Samalta luukulta pitäisi saada useita palveluita. Palvelun hinnalla pitäisi saada vastinetta loppuun asti sekä seurata laatua ja vaikuttaa siihen. Palveluissa myös jatkuvuus nähtiin tärkeänä, ettei tarvitse aina kouluttaa uutta ihmistä omien metsiensä hoitoon. Osa koki palveluiden yleisesti jo parantuneen ja tarjonnan monipuolistuneen monilla palveluntarjoajilla.

Puukauppaan toivottiin parannusta ja toimivampaa järjestelmää. Polttopuupalveluiden toivottiin kehittyvän. Isojen tukkien parempaa hyödyntämistä ja puun jalostamista muuksikin kuin selluksi ja sahatavaraksi toivottiin. Avointa selvitystä haluttiin eri osatajien apterauksen vaikutuksesta puusta saatavaan hintaan. Kustannustehokkuuden lisäämistä ja esim. jalostuksen tuomien mahdollisuuksien hyödyntämistä peräänkuulutettiin. Energiapuun korjuuseen sekä menetelmien että hinnoittelun osalta haluttiin parannuksia. Neulasten jättämistä maaperään risusavotan jälkeen suositeltiin. Harsintahakkuuta kritisoitiin ja harvennushakkuuta haluttiin enemmän aukkohakkuiden rinnalle. Puiden kuljetusta hakkuiden jälkeen vaadittiin ennalta sovituksi. Hakkusopimusten vastaisiin hakkuutöihin vaadittiin kiinnitettäväksi enemmän huomiota. Vaadittiin myös ostokartellien vastustamista.

Eri luonnonsuojeluvaihtoehtoja kaivattiin järkevillä korvausperiaatteilla. Luonnonmukaisempia vaihtoehtoja metsänhoitoon haluttiin kehitettävän ja tuotavan enemmän esille metsänhoidosta keskusteltaessa. Metsien uudistamista muuten kuin vain työläillä istutuksilla toivottiin. Enemmän voimavaroja haluttiin nuorten metsien hoitoon.

Kevyempiä maanmuokkausmenetelmiä toivottiin kuiville ja kuivahkoille kankaille. Hirvikantoja vaadittiin pienemmiksi. Hirvituhojen ennaltaehkäisyyn toivottiin uusia ideoita ja panostusta.

Koulutusta ja neuvontaa kaivattiin kohdennetusti. Esille nousivat esimerkiksi veroneuvonta sekä taloudellisuus- ja tuottavuusneuvonta. Neuvontaa pitäisi kohdentaa eri ikäryhmille ja yleensäkin erilaisille metsänomistajille taustoineen, kokemuksineen ja tavoitteineen. Lomakkeet kaivattiin selkokielelle. Tieto eri tukien ja avustusten saatavuudesta ja ehdoista haluttiin helpommaksi. Tapahtumia ja kursseja ehdotettiin järjestettävän enemmän kuntakohtaisesti, jotta olisi helpompi sopia suoria kontakteja metsänomistajien ja toimijoiden kesken.

Palveluita verkkoon haluttaisiin lisää. Tietopalveluita voisi kehittää pitämällä verkkokursseja ja etäkoulutusta. Luotettavaa tietopalvelua vaadittiin enemmän. Tiedon pitäisi olla ajantasaista, selvää ja helppokäyttöistä. Nykytekniikkaa haluttiin hyödynnettäväksi enemmän esim. karttoihin. Tietoa kaikista metsäpalveluiden tarjoajista toivottiin saatavaksi yhdestä ja samasta paikasta. Toivottiin myös riippumatonta, kaikille avointa metsänettiä, joka tutkii, vertailee ja neuvoo erilaisissa metsään liittyvissä asioissa. Metsään.fi -palvelua odotettiin avautuvaksi.

Palveluiden saamista keskitetysti toivottiin, sekä parempaa kilpailutusmahdollisuutta ja hintavertailua, esim. ”vertaa” -palvelua kuten tuotteilla. Palveluihin kaivattiin myös lisää konkreettisuutta ja joustavuutta. Palveluiden saannissa koettiin olevan joskus viiveitä ja jonotusta. Palvelupakettien tuotteistamista toivottiin. Selviä, julkisia hintoja palveluille vaadittiin, ja toki myös edullisia hintoja.

Palveluihin kaivattiin naisnäkökulmaa ja naisille suunnattuja palveluita. Toivottiin myös naisten huomioimista vaatteiden ja välineiden hankkimisessa ja valmistuksessa.

Suuria metsäteollisuusyhtiöitä kritisoitiin ja niiden tarkoitusperiä epäiltiin, mutta ne nähtiin myös vaihtoehtoina ja kilpailua lisäävinä. Riippumattomia palveludentuottajia haluttiin lisää. Yksityisten metsäpalveluyrittäjien määrän toivottiin kasvavan ja pienten yrittäjien toimintaa ehdotettiin tuettavaksi. Paikallisten yritysten suosiminen koettiin tärkeäksi. Paikallisuus nähtiin etuna paikallistuntemuksen vuoksi myös. Yrittäjien verkostoitumista alueellisesti ehdotettiin. Miestyötä haluttiin markkinoitavan ja käytettävän enemmän kohteilla, joissa se voisi olla sopivin vaihtoehto. Parantaisi metsuri-

en työllisyyttäkin. Työllisyyden ja kilpailun takia myös palveluiden kotimaisuutta kannatettiin. Yhteistyötä ja ”yhteiseen hiileen puhaltamista” toivottiin ylipäänsäkin kaikilta osapuolilta metsien hoidon parhaaksi. Myös pienmetsänomistajien kesken kaivattiin lisää yhteistyötä. Pienten metsätilojen säilymisestä ja palveluiden turvaamisesta niille kannettiin huolta ja muistutettiin, että pienetkin alueet täytyy hoitaa.

Neuvontaa toivottiin lisäävän uusille metsänomistajille. Koulutuksen lisäksi uusille metsänomistajille toivottiin ”starttipakettia” metsänomistajuuden ja – hoidon perusasioista sekä tutustumista omiin metsiin, niiden nykytilaan ja tarpeisiin, yhdessä metsäammattilaisen kanssa. Myös jatkuvuutta tähän kaivattiin, esimerkiksi metsien tilanteen kartoitusta säännöllisesti yhdessä vaikka kerran vuodessa.

Etämetsänomistajien palveluihin haluttiin parannusta. Kutsut erilaisiin tilaisuuksiin pitäisi olla metsänomistajan asuinpaikkakunnalla eikä metsän sijaintipaikkakunnalla. Ehdotettiin myös jotakin asiantuntijatahoa tarkastamaan työn jälki toimenpiteiden jälkeen, koska etämetsänomistaja ei pääse aina paikalle itse.

Tulevat metsänomistajasukupolvet pitäisi huomioida varhaisessa vaiheessa vaikuttamalla tietoon ja asenteisiin sopivalla materiaalilla ja tavalla. Nuoria pitäisi saada itse kiinnostumaan ja tekemään metsässä. Muistutettiin esi-isien työn kunnioittamisesta ja ehdotettiin suku- ja perinneyhteisöjen edistämistä metsänomistuksen ja metsänhoidon kautta, koska Suomi elää metsistä.

7.3 Loppulauselma

Kyselytutkimuksen tuloksien perusteella metsänomistajat vaikuttavat luottavan omiin kykyihinsä ja taitoihinsa metsiensä hoidossa. Vastauksista kuului, että tiedetään, mitä halutaan metsänhoidolta ja metsäpalveluilta. Kyselyyn vastanneet ovat varmasti pääosin juuri aktiivisia metsänomistajia. Vastausten suuri määrä ja kyselytutkimuksen valtakunnallisuus mahdollistavat mielestäni huomioimaan vastaukset ja mielipiteet metsänomistajakuntaa yleisesti edustavina.

Palveluntarjoajilta vaaditaan aktiivisuutta ja henkilökohtaista yhteydenpitoa metsänomistajiin. Mainontaa tärkeämpää on palveluntarjoajan hyvä maine ja luotettavuus. Palvelut halutaan yksilöllisesti asiakkaan ja metsän tarpeiden mukaan. Palveluntarjoaja-

ja voi erottua tarjoamalla asiakkaalle tärkeää lisäarvoa, olipa se sitten tehokkuus tai luontoarvot.

Metsänomistajarakenteen muutoksen myötä työn itse tekeminen metsissä varmasti vähenee ja metsäammattilaisten osuus metsien hoidosta lisääntyy. Uusi metsänomistajakunta on suureksi osaksi syntyperäisiä kaupunkilaisia. Tämä tuo haasteita myös etä- sekä verkkopalveluihin. Palveluntarjoajia kilpailutetaan varmasti entistä enemmän ja tarkemmin, varsinkin, jos ei ole ennestään tuttua toimijaa. Asuttaessa kauempana metsistä myös suhde metsiin voi muuttua. ”Sitä kuusta kuuleminen, jonka juurella asunto”, vanha kansanviisaus sanoo. Yhteys metsiin on jatkossa varmasti erilainen. Tämän vaikutusta metsien käyttötapaan on hankala vielä ennustaa.

LÄHTEET

- Bergström, S. & Leppänen, A. 2007a. Markkinoinnin maailma. 8. – 9. painos. Helsinki: Edita Prima Oy.
- Bergström, S. & Leppänen, A. 2007b. Yrityksen asiakasmarkkinointi. 9. – 11. painos. Helsinki: Edita Prima Oy.
- Grönroos, C. 2001. Palveluiden johtaminen ja markkinointi. Porvoo: WS Bookwell Oy.
- Havumäki H. & Jaranka E. 2006. Kauppa. Toiminnan suunnittelusta markkinointiin. Keuruu: Otavan Kirjapaino Oy.
- Hänninen H. & Ripatti P. 2007. Uudet metsänomistajat. TTS tutkimuksen tiedote. Luonnonvara-ala: Metsä 1/2007 (707).
- Korkeamäki, A., Lindström, P., Ryhänen, T., Saukkonen, M. & Selinheimo, R. 2002. Asiakasmarkkinointi. 1. painos. Porvoo: WS Bookwell Oy.
- Kurttila M., Korhonen K., Hänninen H. & Hujala T. 2010. Yksityismetsien metsäsuunnittelu 2010 – nykytilanne ja kehittämistarpeita. Metlan työraportteja 153. Metsäntutkimuslaitos. Saatavissa:
<http://www.metla.fi/julkaisut/workingpapers/2010/mwp153.htm> [viitattu 2.9.2011].
- Markkula, V. 2005. Metsäalan yrittämisen liiketoimintaympäristö –alan toimijat ja markkinalähtöisen toiminnan kehittämisen ongelmat. Selvityksiä nro 37. Helsingin Yliopisto. Taloustieteen laitos.
- METO Metsäalan Yrittäjät ry:n kotisivut 2011. Saatavissa: www.metsatoimistot.fi [viitattu 18.10.2011].
- Metsänhoitopalvelut 2011. MetInfo. Päivitetty 18.8.2011. Saatavissa:
<http://www.metla.fi/metinfo/metsanhoitopalvelut/metsapalvelut.htm> [viitattu 23.8.2011].

Metsänhoitoyhdistyksen kotisivut 2011. Saatavissa: www.mhy.fi [viitattu 13.10.2011].

Metsäkeskusten kotisivut 2011. Saatavissa: www.metsakeskus.fi [viitattu 13.10.2011].

Metsämännut Oy:n kotisivut 2011. Saatavissa: www.metsamannut.fi [viitattu 20.10.2011].

Metsätieto 2011. Saatavissa: www.forest.fi [viitattu 6.12.2011].

Rissanen, T. 2005. Hyvä palvelu. Vaasa: Fram.

Selin, E. & Selin, J. Kaikki on kiinni asiakkaasta. Avaimia asiakasrajapintojen hallintaan. Pieksämäki: RT-Print Oy.

Tornator Oy:n kotisivut 2011. Saatavissa: www.tornator.fi [viitattu 20.10.2011].

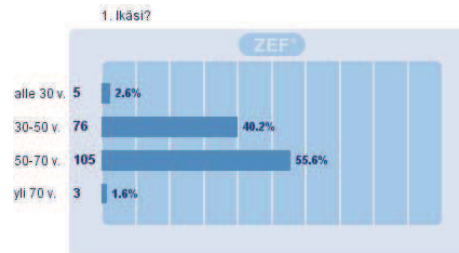
UPM Silvesta Oy:n kotisivut 2011. Saatavissa: www.Silvesta.fi [viitattu 18.10.2011].

Vuokko, P. 2003. Markkinointiviestintä. Merkitys, vaikutus ja keinot. 1. painos. Porvoo: WS Bookwell Oy.

Vastaajina kyselyyn yksityiset metsänomistajat mm. METO Metsäalan Yrittäjien sekä Länsi-Suomen metsänomistajien liiton kautta.

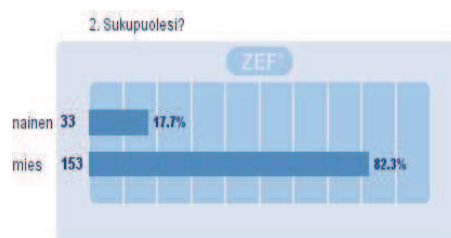
A. Taustatiedot

1. Ikäsi?



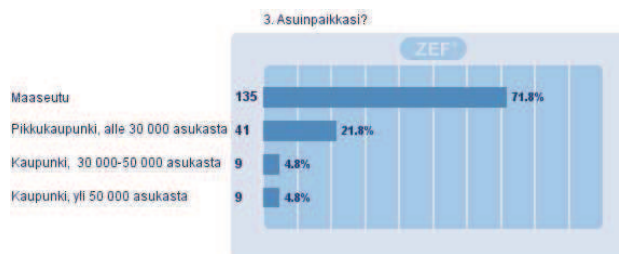
vastauksia yht. 189 kpl

2. Sukupuolesi?



vastauksia yht. 186 kpl

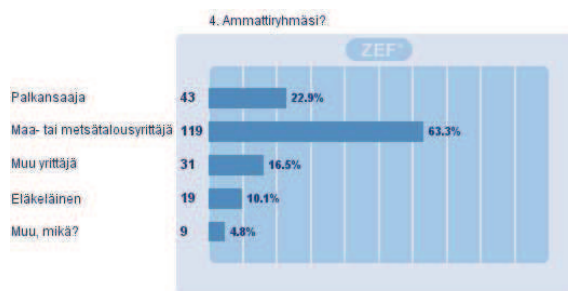
3. Asuinpaikkasi?



vastauksia yht. 194 kpl

4. Ammattiryhmäsi?

Liite 1/2

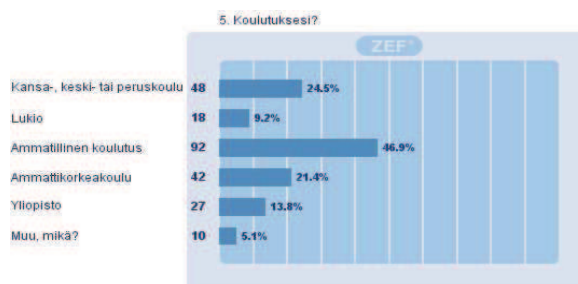


vastauksia yht. 221 kpl

Muu, mikä?

- Metsäpalveluyrittäjä
- Osaeläkeläinen
- Yrittäjä
- johtaja
- kylämetsuri
- metsäpalveluyrittäjä
- opiskelija
- toimihenkilö
- viljelijä-maatalouslomittaja

5. Koulutuksesi?



vastauksia yht. 237 kpl

Muu, mikä?

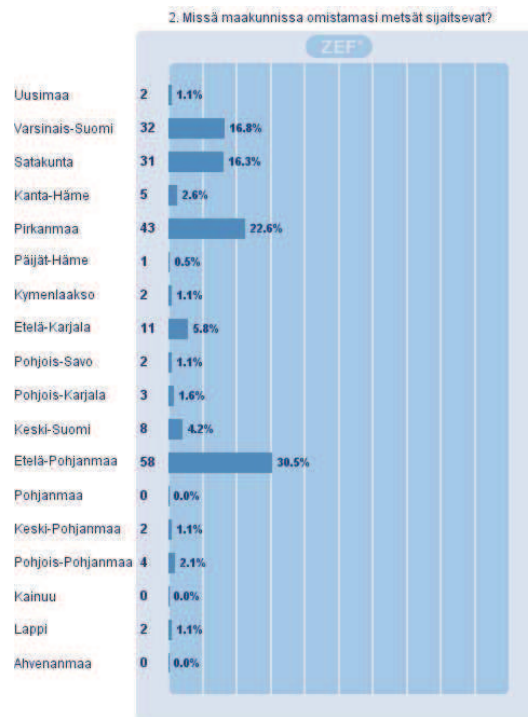
- Kauppaopisto/Maatalousopisto
- Opisto
- TEKNILLINEN KOULU
- agrologi
- metsäopisto
- metsätalousteknikko
- mtj
- opistotaso

1. Omistamasi metsän määrä yhteensä?



vastauksia yht. 189 kpl

2. Missä maakunnissa omistamasi metsät sijaitsevat?



vastauksia yht. 206 kpl

3. Omistamasi metsän sijainti?

Liite 1/4



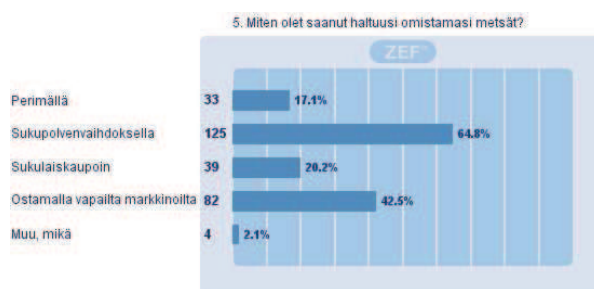
vastauksia yht. 237 kpl

4. Montako vuotta olet ollut metsänomistaja?



vastauksia yht. 192 kpl

5. Miten olet saanut haltuusi omistamasi metsät?



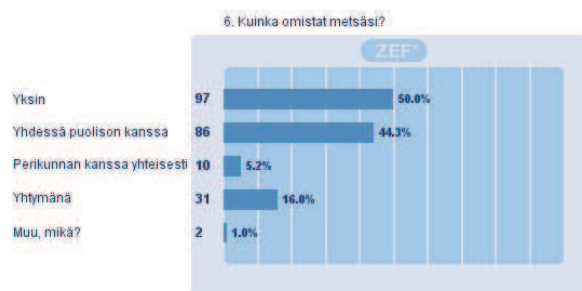
vastauksia yht. 283 kpl

Muu, mikä?

- Naimisiinmenon myötä
- Vaihto kunnan kanssa
- talokaupan yhteydessä
- vaihdossa saanut suuremman alueen kuin menettämäni, joka meni suojeleluun

6. Kuinka omistat metsäsi?

Liite 1/5



vastauksia yht. 226 kpl

Muu, mikä?

- osaa ent. puolison kanssa
- yhteismetsä

C. Metsäpalveluiden käyttö

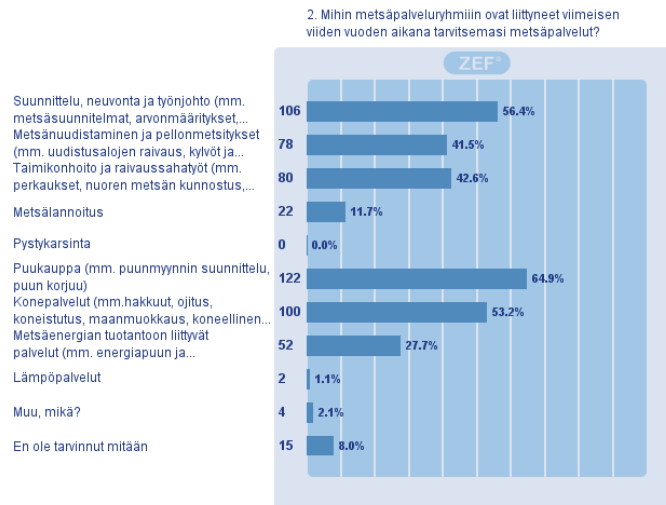
1. Oletko käyttänyt ulkopuolisen tarjoamia metsänhoitopalveluita viimeisen viiden vuoden aikana?



vastauksia yht. 193 kpl

2. Mihin metsäpalveluryhmiin ovat liittyneet viimeisen viiden vuoden aikana tarvitsemasi metsäpalvelut?

Liite 1/6

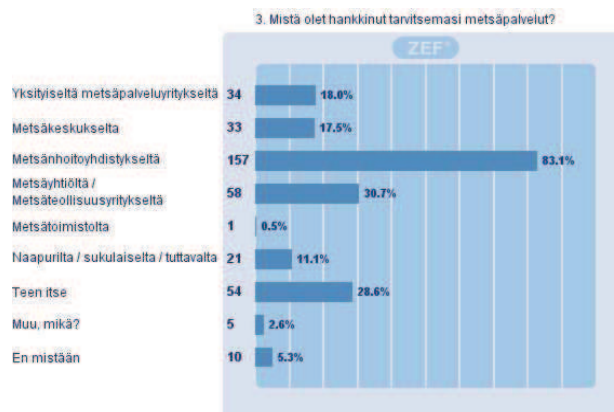


vastauksia yht. 581 kpl

Muu, mikä?

- Metsäkuljetus
- hakepuun hankinta
- kemera hakemusten hyväksyttäminen
- tarjousten vertailu

3. Mistä olet hankkinut tarvitsemasi metsäpalvelut?



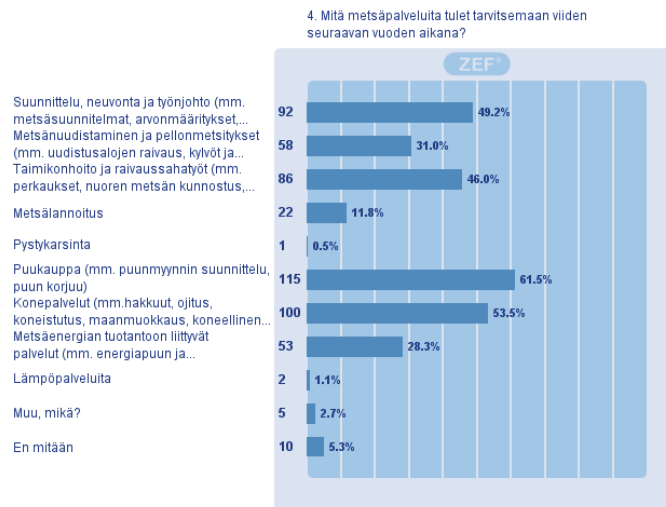
vastauksia yht. 373 kpl

Muu, mikä?

- Koneurakoitsijalta, haketus
- Olen metsäpalveluyrittäjä eli teen itse
- olen metsäpalveluyrittäjä
- palkatulta työmieheltä
- pojalta

4. Mitä metsäpalveluita tulet tarvitsemaan viiden seuraavan vuoden aikana?

Liite 1/7

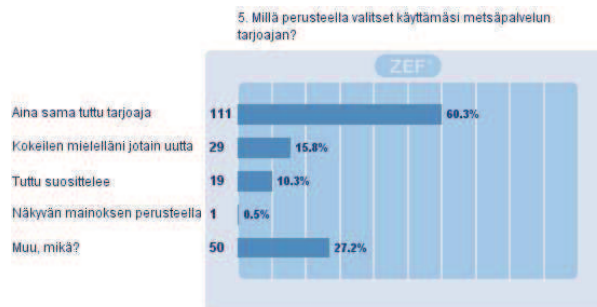


vastauksia yht. 544 kpl

Muu, mikä?

- Metsäkuljetus
- Ympäristötuki
- mettästä luopumisneuvonta
- myyrätuhojen tarkastukseen
- ojitus

5. Millä perusteella valitset käyttämäsi metsäpalvelun tarjoajan?



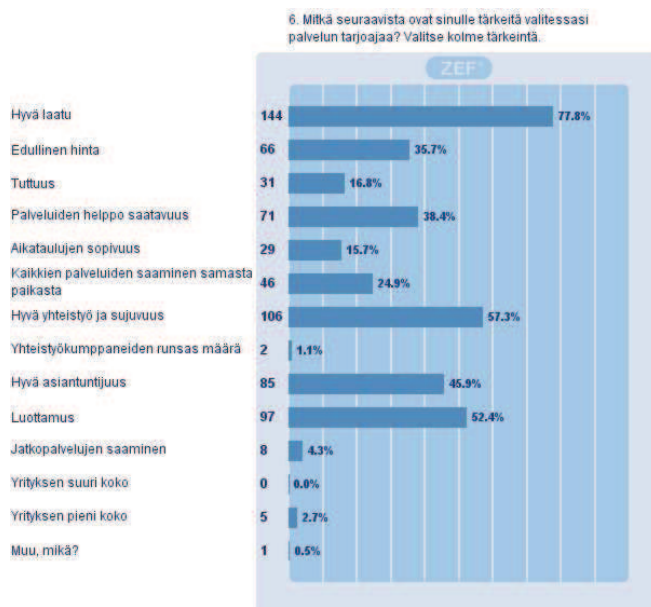
vastauksia yht. 210 kpl

Muu, mikä?

- Aiemmat kokemukset, palvelun saatavuus
- Ammattitaito
- Haluan suosia paikallista MHY:tä
- KUKA PARHAITEN SOPII MYÖS HINTA VAIKUTTAA
- Ko yrittäjän TYÖN LAATU omassa/naapurin metsässä
- Käytän sekä tuttuja yksityisiä, yhdistyksen tarjoamia että myös metsäyhtiön tarjoamia palveluja valiten tilanteen mukaan.
- Luotettava maine
- Luotettavaksi toteamani toimija
- Luotettavan ammattitaidon
- Luotettavuus
- Luotettavuus/maine
- Luottamus

- MHY ammattitaidon perusteella
- MHY:n kautta useimmat palvelut, myynnit etup. suoraan met.yhtiölle. Ojituks. mukana metsäkeskus
- Metsänhoitoyhdistys, metsänomistajan asialla
- Metsänomistajien oma organisaatio
- Oma toiminta / tuttu
- Rehellinen ammattitaitoinen ei missään nimessä mhy
- Sopimus MHY:n kanssa
- Tarjousten perusteella
- Tarpeen mukaan
- ammattitaito/luotettavuus
- asiantuntevuus
- helpoimmin tavoitettava, mutkaton
- hinta / laatu -suhde
- hinta ja laatu
- hinta/laatusuhde
- hyvä kello kuuluu kauas
- hyväksi havaittu
- hyvän kokemuksen perusteella
- jos puun myynti niin luottamus ja raha ratkasee
- kilpailutus
- kilpailutus
- kokemus
- kyselen toisilta ja valitsen
- luottamus osaamiseen ja yksityisen metsänomistajan edun turvaaminen
- metsänhoitoyhdistyksen suosituksella.
- metsänomistajan etua ajavan
- mhy
- miten sattuu
- mitä MHY tarjoaa
- olen metsäpalveluyrittäjä, yli 40 v. kokemus alalta
- sopivuus / saatavuus / hinta
- teen itse
- tunnettu, hyvä työnjälki
- tuttu kumppani
- työnäytökset, vierailukohteet
- yrittäjät asuvat lähellä metsiäni

6. Mitkä seuraavista ovat sinulle tärkeitä valitessasi palvelun tarjoajaa? Valitse kolme tärkeintä.



vastauksia yht. 691 kpl

7. Mistä etsit tai olet saanut tietoa metsäpalveluiden tarjoajista?



vastauksia yht. 353 kpl

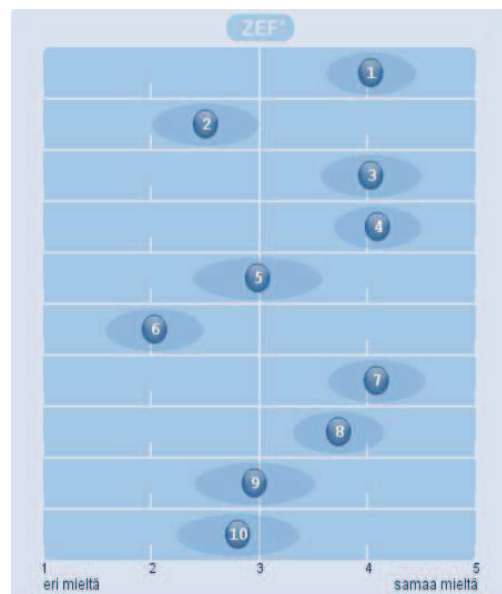
Muu, mikä?

- Ei tarvitse etsiä. Pelkkä soitto riittää
- Luottamustoimesta
- METSÄALAN TOIMIHENKILÖILTÄ
- MHY
- MHY
- MHY:ltä
- Metsäliitto ja MHY
- Metsänhoitoyhdistyksestä
- Mhy
- Oma paikallistuntemus
- Omat tiedot

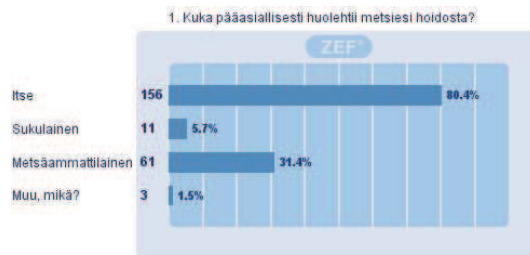
- Tieto palveluntuottajasta l. Mhy
- iso tuttavapiiri metsälalla
- metsäfirmoilta
- metsänhoitoyhdistyksestä
- metsänostajilta
- mhy
- mhy
- mhy
- mhy
- olen metsäpalveluyrittäjä ja löydän kyllä itseni milloin vaan...)
- oma osaaminen
- puskaradio

D. Millainen olet palveluiden käyttäjänä? Valitse vaihtoehdoista sinua kuvaavat.

1. Otan itse yhteyttä palveluntarjoajiin.
2. Tarvitsen paljon asiantuntija-apua metsieni hoidossa.
3. Toimin itse aktiivisesti metsieni hoidossa.
4. Seuraan suunnitelmien ja sovittujen toimien toteutumista.
5. Käytän mielelläni verkkopalveluita asioiden hoidossa.
6. Valitsen valmiita palvelupaketteja metsieni hoitamiseen.
7. Pidän hyvää metsänhoitosuunnitelmaa tärkeänä.
8. Neuvonta- ja koulutustilaisuudet ovat tärkeitä ja hyödyllisiä.
9. Vaihtoehtoiset metsänkäsittelymuodot kiinnostavat minua.
10. Luonnonhoitohankkeiden toteuttaminen kiinnostaa minua.



1. Kuka pääasiallisesti huolehtii metsiesi hoidosta?

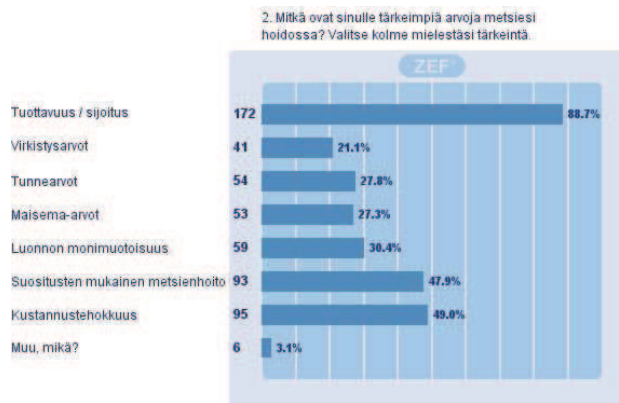


vastauksia yht. 231 kpl

Muu, mikä?

- Yhdessä puolison kanssa
- mhy
- puoliso ja itse

2. Mitkä ovat sinulle tärkeimpiä arvoja metsiesi hoidossa? Valitse kolme mielestäsi tärkeintä.



vastauksia yht. 573 kpl

Muu, mikä?

- Hyötyliikunta ja vapaa-ajan vietto
- hyvä puun hinta
- oikea metsänhoito oikeaan paikkaan, ei ole aina sama kuin suositusten mukainen metsänhoito
- perinne
- saada ja jättää metsät hoidettuna seur. sukupolvelle

3. Onko sinulla ehdotuksia tai toiveita metsäpalveluiden kehittämiseksi?

- 1. Kustannustehokkuus tärkein
- 2. Palvelujen laatu
- 3. Oma kiinnostus metsätilojen hoidossa saatavaan tuottoon on tärkein metsätuoton maksimoinnissa
- 4. Metsätalousasiat kannattaa pitää omissa käsissä ja käyttää metsäasiantuntijoita tarvittaessa

- Avointa selvitystä eri ostajien apterauksen vaikutusta puusta saatavaan hintaan koska sillä on erittäin suuri vaikutus metsästä saatavaan kokonaistuottoon.

- Ei metsäyhtiöiden toimia koska ne vetävät omaan leiriin
Kysymys, millainen olet palveluiden käyttäjänä antoi pluspuolella aivan ihmeellisiä arvoja, liian hyviä mielestäni siihen, mihin kohtaan klikkasin.

- Enemmän pitäis puhaltaa yhteen hiileen, koneyrittäjät, yhdistykset ja metsänomistajat keskenään.

Metsäviranomaisten ohjeissa olis korjattavaa, erityisesti joustavuutta erityiskohteissa.

- Enemmän voimavaroja nuortenmetsien hoitoon.
- Energiapuun hinnoittelu yksinkertaisemmaksi. Tukimuodot kustannuksia kattaviksi ja tukipäättökset toiminnan kannalta riittävän pitkälle ajalle.

Energiapuun tuelle varattava vuosittain riittävä määräraha. Energiapuun kuljetuslogistiikka sellaiseksi että pienempikin määrä kannattaa kuljettaa käyttökohteeseen.

- Ensiharvennuksilla / energiapuun korjuussa on tehty koneiden ehdoilla aivan liian harvoja puustoja.

Ovat vähän liian itsetietoisia. Veroneuvontakin meni aikoinaan ihan pyllylleen. Enemmän nöyryyttä.

- Hinnoittelu tulisi saada selkeäksi, eikä peittää paketein ja lisäbonuksin

- Itsenäisten metsänhoitoyhdistysten tulevaisuus on turvattava. Jos ei yhdistyksiä ole ja kaikki naksaukset joita tehdään neuvonnassa ym. aiheuttaa laskun niin metsien hoitotaso alenee.

- Joitain voisi kiinnostaa ammattimiehen mukana työskentely

- Kevyempiä maanmuokkausmenetelmiä kuiville ja kuivahkoille kankaille.

- Lisää nuoria metsäalalle. Uusia metsäpalveluyrittäjiä sekä yrittäjämetsureita. Kiinnostusta omaan metsään. Suomi elää metsistä !!!

- Lisää tilaa uusille toimijoille. Perinteinen Metsäkeskusten valta kyseenalaistettava!

- MHY-väelle koulutusta asiakkaidensa kohtaamiseen, termit

- MHY voisi aktiivisemmin ottaa yhteyttä kun näkee että tuokin metsä tarvis apua
- Konemiehet kuriin, vaikka osin metsänomistajien varoilla, jälki usein kuin sodanjäljiltä
- MHY:t voisivat ennakoida tulevaa: kaupunkilaismetsänomistajien määrä tulee edelleenkin kasvamaan, ja tarvitsevat kädestä pitäen apua runsaasti, MHY:n tarjoamana (ei ne osaa edes itse etsiä apua mistään..). Kaupunkilaismetsänomistajaksi lasken myös itseni, tumpelon.
- Metsämessujen hinnoittelu niin että pienemmätkin yrittäjät pääsevät esille. Messukeskuksen hinta min 1000 eur. Päivän tapahtumat hyviä.
- Metsäsektorilla suosittu isoja yksiköitä ja tuotekehittely näiden ehdoilla. (Takavuosien raskaat metsänsuunnittelujärjestelmät)
- Metsänh. yhdistysten kokoa tulisi koht. määrin kasvattaa (= naapuriyhd. sulautuminen)
- Metsänhoitoyhdistys on laajan asiantuntemuksen omaava metsänomistajien oma neuvontajärjestö joka ajaa ehdottomasti meidän metsänomistajien etua. Yksityiset metsäpalvelujen tuottajat ajattelevat ensisijaisesti omaa bisnestään ja firmoilla on oma etu ensisijalla.
- Metsänhoitoyhdistysten pitäisi olla aktiivisemmin yhteydessä metsänomistajiin, myös ei jäseniin. Tapahtumia ja kursseja pitäisi järjestää enemmän ja myös kuntakohtaisesti, jolloin liikuttaisiin tutussa porukassa, jolloin suoria kontakteja omistajiin olisi helpompi solmia
- Metsänhoitoyhdistysten rooli nykyisellään ei ole aivan tyydyttävä. Sen tulisi olla huomattavasti aktiivisempi metsänomistajien suuntaan ottaen huomioon, että iso osa sen tuloista kertyy lakiin perustuvan, veroluonteisen mh-maksun kautta.
- Metsäpalveluiden tuottaminen pitää säilyä riippumattoman toimijan hallinnassa eli metsänhoitoyhdistysten vastuulla. Metsäpalveluiden tuottamista ei saa päästää yksin metsäteollisuusyhtiöiden hoidettavaksi.
- Metsätalouden tuottojen seurantaan pitäisi saada apua
- Metsätaloussuunnitelmat webbipohjaiseksi ja ilmaisena. Liito-oravarajoitteiden keventäminen ja järkevöittäminen
- OLEN ITSE METSÄPALVELUJA TUOTTAVA MTI.
- Omalla paikkakunnalla palvelujen tarjoajia riittävästi. On valinnanvaraakin.
- Pienten metsäyrittäjien toimintaa pitäisi tukea. Heitä on yhä vähenevä määrä. Isot yhtiöt jyräävät

- Pitäis saada nuoria itse kiinnostumaan ja tekemään metsässä. Ja kokea se onnistumisen ilo jota olen kokenut kouluttaessani kaupunkilaismetsänomistajia.
- Taloudellisuus ja tuottavuus neuvontaa enemmän
- Toiveeni olisi, että isot metsäyhtiöt eivät pääsisi sanelemaan liikaa metsien käytöstä, ja palveluissa voisi luottaa siten puolueettomuuteen". Hintakartellin kaltaiset asiat eivät saisi enää toistua
- Toivoisi yksityisten metsäpalveluyritysten määrän lisääntyvän nopeasti ja tuovan kilpailua alalle.
Metsänhoitomaksusta on päästävä pois, turha menoerä.
- Unohtakaa jatkuva kasvatustapa. Se on harsintaa ja sillä selvä
- Valtion tukitoimenpiteet pitäisi kohdentaa tarkemmin. Nyt esim. kemera-tuki myös papereiden laatijalle on aivan turha (=ylimääräistä tuloa), tuet pitäisi kohdentaa oikeisiin töihin.
Metsänomistajien rekisteri pitäisi sallia myös muille kuin mhy:ille / metsäkeskuksille.
Päällekkäiset "valtionorganisaatiot" poistettava.
- Yrittäjien alueellinen verkostoituminen.
- byrokratian vähennys. Metsäkeskuksen ja MHY:n yhteistoiminnan parannus
- edulliset hinnat ja puulle parempi hinta
- jospa metsänomistajat osaisivat kilpailuttaa metsissään toteutettavat hoito- ja hakkuusuunnitelmat he säästäisivät todella paljon...mutta kun se mhy tekee, niin ei sitä sitten muilta viitsi kysyä.....minulla on 20 v. kokemus mhy:stä ja 5 v. metsäkeskusta, tämän lisäksi mmml ym. ovat tuttuja toimijoita, nyt 15v. yrittäjänä on näyttänyt mitä tämä kaikki on, monopolia jota johtaa mtk... siinä ei yrittäjällä ole sijaa, onneksi on UPM, Stora Enso, Tornator, Metsähallitus ym...!
- kohtuuhintaiseksi
- kustannustehokkuuden lisääminen ja esim. jalostuksen tuomien mahdollisuuksien hyödyntäminen
- metsänhoitoyhdistyksen väki pitää olla koulunsa loppuun käyneitä ettei oteta töihin ilman lopputyön tekemistä niin kuin täällä ,kun on hyvä veli meininki
- metsänhoitoyhdistykset säilytettävä puolueettomana metsänomistajan asioiden hoitajana...ja paikallisina, ei liian suurina, toimijoiden paikallistuntemus kärsii.
- metsänhoitoyhdistys on hyvä
- palvelupakettien tuotteistaminen, yhteydenpidon parantaminen,

- selvät julkiset hinnat eri palveluiden tuottajilta että olisi helpompi vertailla ja sitten kilpailuttaa. tiedot eri tukien ja avustusten saatavuudesta ja ehdoista helpommaksi.

Kysely 2.

Liite 2/1

Vastaajina kyselyyn yksityiset metsänomistajat Maanviljelijöiden, metsänomistajien ja maaseutuyrittäjien etujärjestö MTK:n kautta (mukana Metsänomistajien liitot, paitsi Länsi-Suomi, joka oli jo mukana kysely 1:ssä, sekä Metsänomistajien palvelutoimiston pääkaupunkiseudun sähköisen uutiskirjeen saajat).

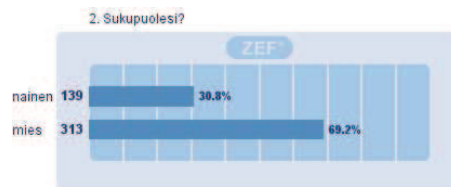
A. Taustatiedot

1. Syntymävuotesi?

- V. 1946 syntyneitä eniten 23 kpl (5,1 %)
- ka. 1955,5 ~ vuosi 1956

vastauksia yht. 455 kpl

2. Sukupuolesi?



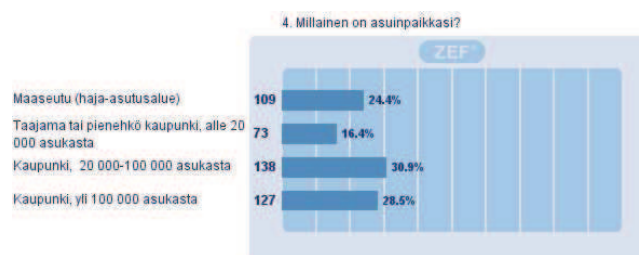
vastauksia yht. 452 kpl

3. Asutko (tilan pääosa)?



vastauksia yht. 450 kpl

4. Millainen on asuinpaikkasi?



vastauksia yht. 447 kpl

5. Asuinkuntasi?

Liite 2/2

- Asuinpaikkana Helsinki suurin ryhmä 56 kpl (13,1 %)

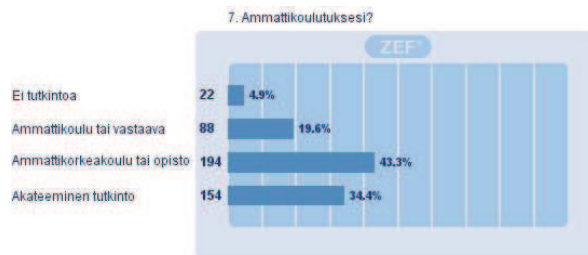
vastauksia yht. 427 kpl

6. Peruskoulutuksesi?



vastauksia yht. 449 kpl

7. Ammattikoulutuksesi?



vastauksia yht. 458 kpl

8. Mikä on ammattiasemasi?



vastauksia yht. 470 kpl

1. Mikä on tilasi omistusmuoto?



vastauksia yht. 476 kpl

Muu, mikä?

- Eri tiloja, joilla siis eri omistuskuviot
- Kiinteistöyhtiö
- Kiinteistöyhtiö puoliksi siskon kanssa
- Olen tilan omistajan edunvalvoja
- Omistan itse pikkutilan perikunnan osakkuuden lisäksi.
- Osaksi omista nimissäni, osaksi vaimon jälkeisen kuolinpesän nimissä
- Säätiö
- Tilamme on yhteismetsän osakastila
- Tilat ovat sekä omia että puolison kanssa yhteisiä ja lisäksi kuolinpesä- ja yhtiöosuuksia
- Useita tiloja, joissa omistus yksin sekä useampana yhtiönä.
- Useita: tiloja omista nimissä, tila puolison kanssa yhdessä, yhtiöitä
- Yhtiö
- molemmat omistavat metsää
- nautintaoikeus
- perhe 50/50vaimon kanssa

2. Omistamiesi metsätilojen pinta-ala yhteensä hehtaareina?

- Suurin ryhmä pinta-ala 20 ha 15 kpl (3,5 %)
- ka. 66,8 ha ~ 67 ha

vastauksia yht. 433 kpl

3. Missä kunnassa sijaitsee omistamasi päätila?

- Päätila Mikkelissä suurin ryhmä 23 kpl (5,4 %)

vastauksia yht. 427 kpl

4. Omistatko metsää muissa kunnissa, missä?

- Outokumpu suurin ryhmä 11 kpl (8,9 %)

vastauksia yht. 124 kpl

5. Miten tilan pääosa tuli omistukseesi?

Liite 2/4



vastauksia yht. 491 kpl

Muu, mikä?

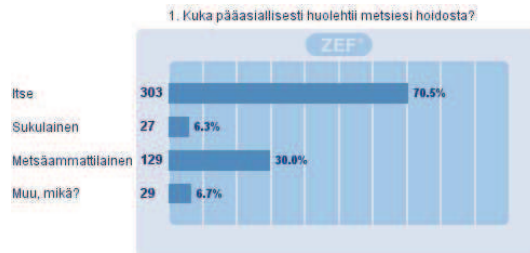
- 1/6 perintönä isältä, 2/6 kauppakirjalla veljiltä, 1/2 äidiltä lahjaluonteisella kaupalla
- 1976
- Jakamaton, perikunnan yhteinen
- Kaikkia vaihtoehtoja !
- Miehen kuoleman jälkeen tila siirtyi miulle ja lapsille
- Ostin sisaruksiltani heidän perintöosuutensa
- Ostona vaimon kotitalan kuolinpesältä
- Suurinpiirtein puolet lahjana ja puolet ostettuna vanhemmilta
- Testamentilla
- Tila hallinta on kuolinpesä
- avioliiton kautta
- lahja
- osakkaana perikunnassa
- ostin sisarusten osuuden itselleni
- oston kautta
- perintönä ja veljemme osuuden ostamisena
- saanto
- tilojen jakamisen yhteydessä
- vaimon sukutila

6. Mistä vuodesta lähtien olet ollut metsätilan omistaja?

- V. 1995 lähtien eniten 21 kpl (4,9 %)
- ka. v. 1992,8 ~ v. 1993

vastauksia yht. 425 kpl

1. Kuka pääasiallisesti huolehtii metsiesi hoidosta?



vastauksia yht. 488 kpl

Muu, mikä?

- Ja metsänhoitoyhdistys
- MHY
- MHY
- Metsämannut annettuina tehtävinä
- Metsänhoitoyhdistys
- Mhy
- Naapuri
- Puoliso
- Puoliso
- Puolisoni
- Sekä itse, että metsäpalvelusopimukset
- Vaimo
- Veli, omistamme yhdessä metsän
- Yhdessä Mhy:n kanssa
- aviopuoliso ja minä itse
- ei paljoa hoideta
- koko perhe
- metsuri
- mhy
- mhy
- mhy
- mies
- osin lapset
- puoliso ja itse
- puoliso
- toistaiseksi ei kukaan
- veli
- yhtymän toinen osakas

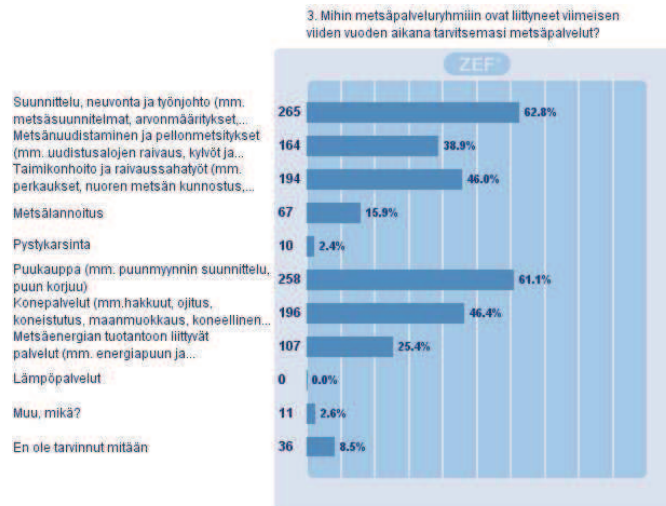
2. Oletko käyttänyt ulkopuolisen tarjoamia metsänhoitopalveluita viimeisen viiden vuoden aikana?

Liite 2/6



vastauksia yht. 432 kpl

3. Mihin metsäpalveluryhmiin ovat liittyneet viimeisen viiden vuoden aikana tarvitsemasi metsäpalvelut?



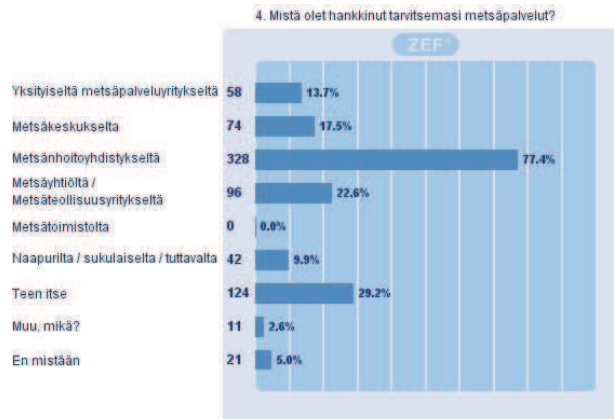
vastauksia yht. 1308 kpl

Muu, mikä?

- Harvennuksen suunnittelu ja parhaan ajankohdan määrittäminen metsäammattilaisen kanssa.
- Lahja-myrskyn kaatamien runkojen korjuu.
- Leimausselostus
- Metsuria kuitupuunkaatoon
- Metsäteiden suunnittelu ja rakennus
- Rauhoituskysymykset
- Taimien välitys
- metsän arvon arviointi perunkirjoitusta varten
- taimien osto
- valtakirja kauppa 1 kpl
- ympäristötukisopimukset

4. Mistä olet hankkinut tarvitsemasi metsäpalvelut?

Liite 2/7



vastauksia yht. 754 kpl

Muu, mikä?

- Metsäkoululta, olen työllistänyt metsurin
- Metsänhoitoyhdistys
- Palkattu metsäyöntekijä
- Vaimolta
- Yksityinen metsuri
- kilpailutan myyntipuun
- metsurin palvelut
- oppilaitos, ojitus
- pankki, tilakaupan suunnittelu ja kauppakirjat
- puoliso
- työssä on ollut palkattu metsuri

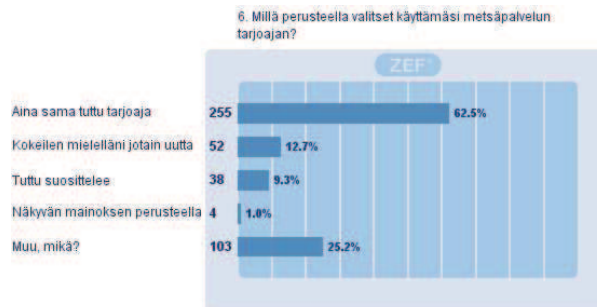
5. Mitä metsäpalveluita tulet tarvitsemaan viiden seuraavan vuoden aikana?



vastauksia yht. 1119 kpl

Muu, mikä?

- Ensiharvennus
- Omistusmuodon mahdolliset uudelleenjärjestelyt
- Puuntaimia
- SPV:n suunnittelu
- Tienrakennus
- kiinteistökauppa
- lähinä on vain taimikon hoitoa, jonka teen itse
- mahd. puunmyynti,
- metsurin palvelut
- mies ottaa omaan käyttöön hakerankaa
- ostamme koivukuitua klapintekoa varten
- puoliso hoitaa
- tilan jako ja myynti

6. Millä perusteella valitset käyttämäsi metsäpalvelun tarjoajan?

vastauksia yht. 452 kpl

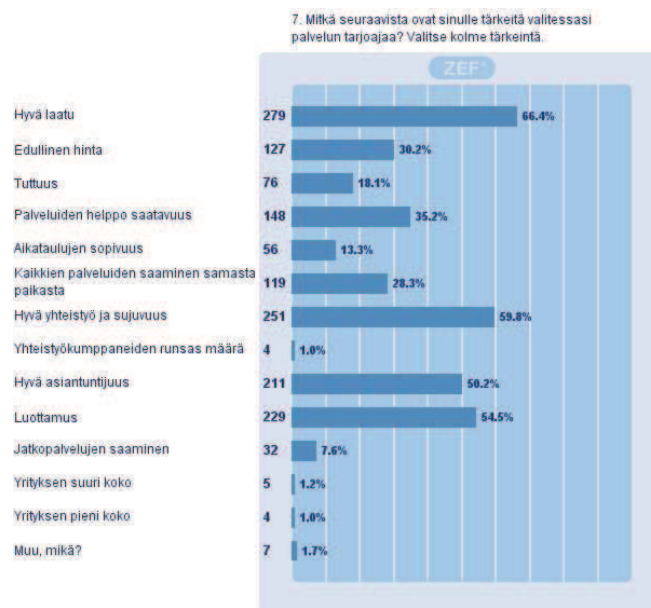
Muu, mikä?

- Annan MHY:lle toimeksiannon
- Asiantuntemus
- Asiantuntemus
- En tarvitse
- En tiedä.
- HINTA JA TYÖN JÄLKI
- Harkinnanvaraisesti joko mhy tai oman perheen sisällä
- Hinta
- Hinta, aiemmat kokemukset
- Hyvät kokemukset palvelusta
- Hyvät suhteet MHY:een
- Itse
- Itse+ostaja
- Itsenäinen yrittäjä
- Kilpailuttamalla
- Kilpailuttaminen
- Kilpailutuksen ja referenssien perusteella
- Kilpailutuksen kautta hankinta
- Kilpailutus, hinta
- Kilpailutus, hinta-laatusuhde, luotettavuus
- Kilpailutus/Paras tarjous
- Koen, että metsänhoitoyhdistys on samalla puolella
- Kokemani luotettavalta tarjoajalta
- Kokemus, luotettavuus

- Luotettava, asiantunteva, paikallinen, metsänomistajan etua ajava
- Luotettavuus työn jäljessä, edullisuus
- Luottamus
- MHY ON NEUTRAALI TOIMIJA, METSÄNOMISTAJAN ASIALLA
- Metsänhoitoyhdistykseltä tietenkin!
- Metsänhoitoyhdistys
- Metsänhoitoyhdistys
- Metsänhoitoyhdistys
- Metsänhoitoyhdistys
- Metsänhoitoyhdistys
- Mhy on luotettavin
- Mhy tekee tarvittavat jutut puolestani
- Mhy:n välitys
- Ollaan sopimus asiakkaita
- Oman harkinnan mukaan
- Omat kokemukset
- Osaamisen perusteella
- Otan palvelun siltä taholta, joka ajaa minun etuani => MHY. Myös työnlaatu ratkaisee
- Paikallinen metsänhoitoyhdistys
- Paikallisen metsänhoitoyhdistyksen palvelut ja puukaupan yhteydessä ostajayhtiön mahdollinen palvelu
- Palvelun laatu, hinta, saatavuus ja aikaisempi kokemus palvelusta
- Palvelun tuottajan työn laatu oltava tiedossa
- Perustuen hyviin kokemuksiin
- Siis, en tarvitse, koska olen itse metsäammattilainen
- Tarjouksien perusteella
- Tarjouspyynnöllä eri toimijoilta
- Tarve ratkaisee.
- Teen kaikki vielä ainakin itse
- Tehdään itse
- Tiedossa oleva luotettava palvelun tarjoaja
- Tiedän luotettavaksi
- Tilanteen mukaan tarkoituksenmukaisimmalla tavalla
- Toiminut hyvin
- ainoa luotettava metsänomistajan etua ajava, paikalliset palvelut
- ammattilaisen suositus
- ammattitaidon ja kokemusten perusteella
- arviointi
- en tarvitse
- fiiliksen mukaan
- hyvät kokemukset
- kilpailuttamalla
- kilpailutuksella
- kilpailutus
- kilpailutus
- kilpailutus (hinta- ja laatuvertailu)
- kokemukseen perustuva harkinta
- kokemus
- kulloinkin sopivin vaihtoehto
- kysynnän ja hinnan mukaan
- laatu ja hinta
- luotan metsänhoitoyhdistykseen
- luotettava urakoija
- luotettavuus ja asiantuntijuus vuosien ajalta
- luottamus
- metsänhoitoyhdistys / puunostajat
- mhy
- mhy suosittelun kautta

- mitä en itse osaa tai tiedä
- olen mhy:n jäsen
- olen töissä metsänhoitoyhdistyksessä
- oma järki
- oma työnantaja (Metsäliitto) ja tuttu metsuri
- omat kokemukset palvelun laadusta, kustannustaso
- osin tuttu tarjoaja, osaksi kilpailuttamisen kautta
- paikallinen mhy
- palvelun laatu, hyvä osaaminen
- saatavuus ja hinta
- silver sopimus
- tapauskohtainen
- tarjonta surkea, jatkossa itse
- tarjouskilpailun paras
- tarpeen mukaan
- tilanteen mukaan
- työpaikkani on mhy, siksi sieltä, kun tiedän, mitä saan
- vertaillen eri yrityksiä ja mhy

7. Mitkä seuraavista ovat sinulle tärkeitä valitessasi palvelun tarjoajaa? Valitse kolme tärkeintä.



vastauksia yht. 1548 kpl

Muu, mikä?

- Jos tarvitsisin, niin tuo
- Yrittäjän maine
- en tarvitse
- mhy:n jäsen
- tuntevat metsäni
- työn laatu

8. Mistä etsit tai olet saanut tietoa metsäpalveluiden tarjoajista?

Liite 2/11



vastauksia yht. 847 kpl

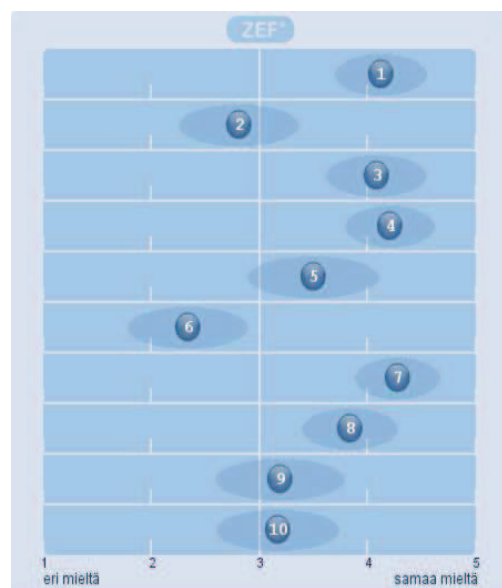
Muu, mikä?

- "perintönä"
- Ammattiveljiltä
- En ole tarvinnut etsiä on paikkakunnalla
- Isäni käytti eläessään samaa yhtiötä
- Jäsen kirjeestä
- Käytän Mhy:tä puolueetonta tiedonsaantia
- MHY
- MHY
- MHY
- MHY
- MHY
- MHY:stä
- Metsänhoitoyhdistyksestä ja metsäalan yrityksiltä
- Metsäalan toimijaorganisaatioilta
- Metsänhoitoyhdistyksestä
- Metsänhoitoyhdistykseltä
- Metsänhoitoyhdistykseltä
- Metsänhoitoyhdistyksestä
- Metsänhoitoyhdistys
- Metsäpäivät, messut
- Mhy
- Mhy
- Mhy
- Mhy, en ole miettinyt vaihtoehtoa
- Mhy-verkosto on tuttu ja turvallinen jo pelkästään oman työni kautta.
- Mhy:n jäsenlehdestä
- Naapurissa asuu metsänhoitoyhdistyksen toimihenkilö
- Olen koulutukseltani metsänhoitaja
- Oma aktiivisuus alaa kohtaan
- Omalta työnantajalta
- Ottamalla selvää itse
- Paikallinen mhy ja sukulaiset
- Palvelusopimus
- Palvelutoimistoilta
- Perimätietona
- Pitkä kokemus
- Pitkäaikainen suhde
- Poikani on metsätalousinsinööri
- Puhun Mhyn kanssa-

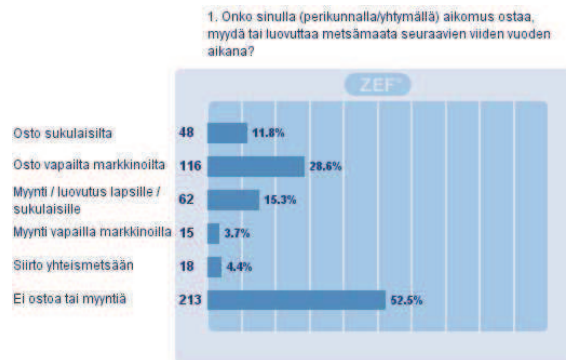
- Suullinen tieto
- Tapiosta
- Tiedän kokemuksesta, MHY
- Yhteydenpidosta toimijaverkoston
- aikoinaan kilpailutus
- hiljainen tieto
- jatkuva kontakti
- kokemus
- metsäkeskukselta
- metsäkeskuksesta
- metsänhoitoyhdistykseltä
- metsänhoitoyhdistykseltä
- metsänhoitoyhdistyksestä ja aiempien kokemusten pohjalta
- metsänhoitoyhdistys
- metsänhoitoyhdistys
- metsänomistajien (ry) yhdistykseltä
- metsäyhtiöiltä
- metsäyhtiöiltä
- mhy
- olen ammattilainen
- olen metsäammattilainen
- olen metsäammattilainen
- olen ollut tietoinen viranomaispalvelusta
- olen saanut tietoa metsäpalveluiden tarjoajista oman työni kautta
- oma kokemus
- oman ammatin kautta/olen itse metsäammattilainen
- omat verkostot
- puoliso
- tunnen entuudestaan
- työpaikalta
- yritän pysyä ajan tasalla eri infoja seuraamalla

D. Millainen olet palveluiden käyttäjänä? Valitse vaihtoehdoista sinua kuvaavat.

1. Otan itse yhteyttä palveluntarjoajiin.
2. Tarvitsen paljon asiantuntija-apua metsieni hoidossa.
3. Toimin itse aktiivisesti metsieni hoidossa.
4. Seuraan suunnitelmien ja sovitujen toimien toteutumista.
5. Käytän mielelläni verkkopalveluita asioiden hoidossa.
6. Valitsen valmiita palvelupaketteja metsieni hoitamiseen.
7. Pidän hyvää metsänhoitosuunnitelmaa tärkeänä.
8. Neuvonta- ja koulutustilaisuudet ovat tärkeitä ja hyödyllisiä.
9. Vaihtoehtoiset metsänkäsittelymuodot kiinnostavat minua.
10. Luonnonhoitohankkeiden toteuttaminen kiinnostaa minua.

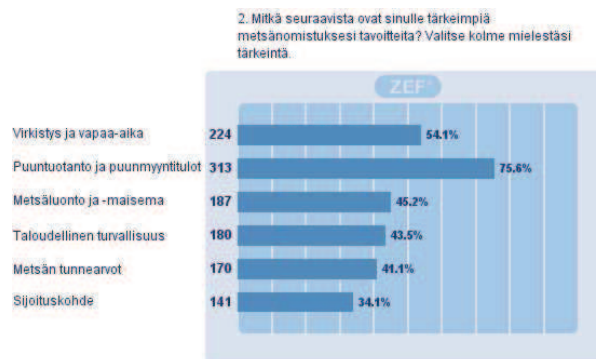


1. Onko sinulla (perikunnalla/yhtymällä) aikomus ostaa, myydä tai luovuttaa metsämaata seuraavien viiden vuoden aikana?



vastauksia yht. 472 kpl

2. Mitkä seuraavista ovat sinulle tärkeimpiä metsänomistuksesi tavoitteita? Valitse kolme mielestäsi tärkeintä.



vastauksia yht. 1215 kpl

3. Onko sinulla ehdotuksia tai toiveita metsäpalveluiden kehittämiseksi?

- Metsäammattilaisten käynnit omassa metsässä.
- Polttopuupalveluiden kehittyminen
- Puun jalostaminen muuksikin kuin selluksi ja sahatavaraksi
- isojen tukkien hyödyntäminen
- 1. MHY-pakkojäsenyydestä ja -maksusta tulisi päästä eroon ja siirtyä palveluissa tältäkin osin vapaaehtoisuuteen/kilpailuun.
- 2. Vanhanaikaiset ja kalliit maastossa tehtävät metsäsuunnitelmat ovat muodostuneet suunnitelman tekijöiden tukityöllistämiseksi ja suunnitelmia vaaditaan uusittavaksi tyhjän takia. Lisäarvo on aktiiviselle omistajalle rajallinen ja lähtökohtana pitäisi olla omistajan tarve tai suunnitelman todellinen tarve jos metsänomistaja ei tätä ymmärrä. Metsänhoitosuunnitelman puuttumisesta sakotetaan omistajaa avustushankkeissa, myös silloin kun suunnitelmaa ei todella tarvita. Byrokraattinen yleissuunnittelupakko ei ole EU:n tukisäännöstöperiaatteiden mukaista eikä siis menestyisi, mikäli joku siitä valittaa. Hankesuunnitelma (kuviotasolla) on asia erikseen. Nämä sidonnaisuudet ovat mennyttä aikaa ja aiheuttavat turhia kuluja.
- 3. Keilauksen avulla saatava tieto metsistä on jatkossa metsien inventoinnin ja suunnittelun lähtökohta. Tämä tieto pitäisi olla jalostettuna ja vaikka metsätilakohtaisena vapaasti kenen tahansa käytettävissä - siis puunostajien, palvelun tuottajien ja metsänomistajien itsensä. Keilaustiedon jalostukseen olisi luontevaa rakentaa ostettavia palveluja.
- 1. Metsäsuunnitelmien laadinnassa tulisi käyttää nykyistä parempaa asiantuntemusta.
- 2. Suunnitelmien tulisi olla nykyistä yksityiskohtaisempia.
- **ASIAKKAAN KUUNTELEMINEN KAIKILLA METSÄPALVELUIDEN TUOTTAJILLA HEIKKOA. YHTEYDENPITO PALVELUIDEN TUOTTAJIEN SUUNNALTALTA, VAIN VÄLTÄMÄTÖN HOIDETAAN. SUURIA EROJA TOIMINTATAVOISSA ERI PALVELUN TUOTTAJIEN VÄLILLÄ.**
- Aktiivisempi ote metsänomistajiin ja yhteishankkeista (istutus, hoitotoimet, hakkuut) tiedottaminen. Pinta-alat niin pieniä, että yhteistoiminta kannattaisi
- Edelleenkin edullisin hinnoin paikallisesti
- Ei erityisempiä.
- Ei tule mieleen. Nykyinen tarjonta vastaa hyvin tarpeitani.
- Ei tule nyt mieleen. Metsänhoitoyhdistykset ovat tärkeitä, toimijoita voisi mielestäni karsia. Onko enää tänä päivänä tarvetta esim. Tapio, Metsänomistajaliitto, MTK, Pellervoseura jne, Liikaa puuhastelijoita metsässä.
- Ei tällä hetkellä.
- Ei, nykyiset riittää

- Enemmän naisnäkökanta

Liite 2/15

- Enemmän tietopalveluja verkkoon; etäkoulutusta muiden kurssien rinnalle

- Energiapuun korjuu ennen ensiharvennusta ja myöhästyneen taimikonhoidon yhteydessä.

- Etämetsänomistajan palvelut, kutsut olisivat asuinpaikkakunnan tilaisuuksiin ja luotettavuus, koska itse ei heti ole tarkistamassa jälkiä. Jospa vaikka Metsäkeskukselta saisi edullisesti asiantuntijan, joka tarkistaisi työn jäljen omistajan puolesta metsälakien mukaisesti. Palvelut saatavilla keskitetysti ja kilpailutusmahdollisuuksien / hintavertailun paraneminen, esim. "vertaa" - palvelu kuten tuotteilla.

- Henkilökohtaiset tilakäynnit

- Hyvä metsätaloussuunnitelma on se kaikkein tärkein asia ja lähtökohta.

- Ihmetyttää, kun metsäyhtiöt ostavat puuta ulkomailta ja maksavat siitä enemmän kuin kotimaisesta puusta. - Seurantaan.

- Itse metsäammattilaisena en tarvi erityisesti ammattiapua, mutta mo-rakenteen muuttuessa kenttätyötä/neuvontaa tekevää "jalkaväkeä" tarvitaan jatkossa enemmän, henkilökohtaiseen neuvontaan tulee saada enemmän resursseja

- Joustavuutta lisää palveluihin.

- KOULUTUS, MOTIVAATIO ammattilaisille.

- ammattilaisten työmoraali, tunnollisuus,

Esim. runsaat virheet metsänhoitosuunnitelmassa osoittavat koulutuksen tarvetta.

- Kaikille avoin metsäyhtiöistä riippumaton metsänetti joka tutkii, vertailee ja neuvoo erilaisissa metsään liittyvissä asioissa.

- Kiitos!

- Koko maahan parhaiden metsänhoitoyhdistysten palveluvalikoima ja laatu käyttöön.

- Koulutusta uusille metsänomistajille.

- LAATU MHY

- Liikaa samoja asioita hoitavia organisaatioita, valtava päällekkäinen toiminta. harventakaa ja yksinkertaistakaa

- Lisää avoimuutta luottamuksen lisäämiseksi (esim. MHY:n valtakirjakaupoissa).

- Lisää avoimuutta! Toivottavasti esim. Metsään.fi saadaan pian avattua ja muitakin avoimia markkinoita!

- Lisää yhteistyötä pienmetsänomistajien kesken

- Lomakkeet selkokielelle, suositaan paikallisia yrittäjiä palveluiden tuottajina
- Luonnonmukaisempia vaihtoehtoja metsänhoitoon pitäisi kehittää enemmän ja niitä pitäisi tuoda enemmän esille metsänhoidosta keskusteltaessa
- Luotettavaa tietopalvelua enemmän
- Luotettavia metsäpalveluyrityksiä voisi olla kattavammin eri paikkakunnilla. Lisäksi niiden pitäisi aktiivisemmin tiedottaa omasta olemassaolostaan.
- MHY auttaa aina!
- MHY pakollisuus lakkautettava
- MHY:lle menevä metsänhoitomaksu "veroluontoisesta" vapaaehtoiseksi automaattisesti eikä erillisten byrokratioiden kautta vapautusta. Näin jokainen palveluntarjoaja on samalla lähtöviivalla ja syntyisi oikeaa kilpailua metsäpalveluista ja niiden tarjonnasta. Se edesauttaisi kehitystä, loisi uusia näkökulmia ja palveluiden laadun paranemista.
- MHY:n aktiivinen toiminta metsänomistajien edunvalvojana kannattaa säilyttää ja heidän tulee pysyä ajassa kiinni tarjotessaan ratkaisuja/palveluja erilaisiin metsänhoidon/omistamisen tarpeisiin
- MHY:t saisivat ryhdistäytyä ja valpastua alueensa uusien metsänomistajien peruskoulutuksessa ja opastuksessa. Jokaiselle uudelle noviisijäsenelle pitäisi olla jaossa starttipaketti metsänomistajuuden ja -hoidon perusasioista. Minulle alkoi tulla postia MHY:ltäni vasta 3 vuoden kuluttua tilakaupasta. Tiedon ja neuvojen tarve oli alussa todella suuri. MHY:n passiivisuus hämmästytti.
- Metsänomistajuus naisistuu kovaa vauhtia. Miksi työvälineistö ja varusteet on / suunnitellaan ja mitoitetaan sinnikkäästi vain miehille? Olen kokoa 34-36, eikä raivuuhommissa ole toivoakaan kasvaa isommaksi. Hukun M46-koon vermeisiin. Lähes kaikki työvälineetkin on mitoitettu miehen käsille ja voimille.
- Mainostaminen on joskus ärsyttävän aktiivista. En halua puhelinmainostamista. Se pitäisi kieltää. Postimainokset ovat myös ällöjä. minun kohdallani ajan ja rahan haaskausta lähetellä mainoksia. Riittää jos metsälehtiin laitetaan mainos ja sieltä voi valita ken haluaa.
- Markkinalähtöistä toimintaa
- Markkinoilla on paljon metsäpalveluita jotka on isojen toimijoiden lisäpalveluita. Voisi olla enemmän pelkkiä palvelun tarjoajia. Enkä tarkoita MHY:tä.
- Metsäalan ammattilaisten käynnit metsässä säännöllisesti seuraamassa metsätilan kehitystä.
- Metsäalan palveluyritykset voisivat kontaktoida aktiivisemmin metsänomistajia ja tarjota palveluitaan, myös pienmetsänomistajia ja erityisesti kaukana metsätilaltaan asuvia kaupunkilaismetsänomistajia
- Metsänhoitoyhdistysten koulutustilaisuuksien sisältö verkkoon etäkoulutuksena niin kaukana asuvat jäsenet voivat osallistua ja oppia.

- Metsänhoitoa markkinoitava paremmin kunnonkohottajana.

Liite 2/17

- Metsänhoitomaksu ja muut pakolliset maksut pois, se lisäisi palveluntuottajien kilpailuneutraliteettia, palveluasennetta ja aktiivisuutta metsänomistajien palveluun. Kun mhy:ien asiakastyytyväisyys on korkealla tasolla, ne voisivat itse ehdottaa että laitetaanpa tältä osin homma uusiksi.

- Metsänhoitomaksu poistettava, vääristää kilpailua, yksityisiä metsäpalveluyrityksiä ei pääse syntymään....

- Metsänhoitomaksu tulisi poistaa, jotta kaikki palveluntarjoajat voisivat lähteä kilpailemaan samalta viivalta metsänhoitoyhdistysten kanssa.

- Metsänhoitomaksujen poistaminen. Metsänhoitoyhdistykset lakisääteisineen metsähoitomaksuineen ovat iso jarru metsätalouden kehitykselle. Yksityinen palvelutarjonta ei ole päässyt kehittymään, vaikka tarvetta sille olisi ja paljon.

- Metsänhoitomaksulle enemmän vastinetta ja maksutonta palvelua.

- Metsänhoitoyhdistyksen asema metsänomistajan edunvalvojana ja ammattiapua antavana kumppanina tulee edelleen vahvistaa.

- Metsänhoitoyhdistykset ovat avainasemassa. Niiden työn säilyttäminen on tärkein.

- Yksinkertaisen, internetistä saatavan ajankohtaisen informaation saanti. Kantohinnat, uudet säännökset, muu neuvonta.

- Metsänhoitoyhdistyksien toimintaedellytyksiä ei saa lainsäädännössä heikentää. Päinvastoin parantaa.

- Metsänhoitoyhdistys ja metsäkeskus samaan pakettiin

- Metsänhoitoyhdistys on mielestäni ihan onneton. Ei ota vastuuta asioista joita heidän kanssa asioi. Kuka vastaa metsänhoitoyhdistysten tekemisistä ja organisoinnista?

- Metsänhoitoyhdistysten pitää jatkaa samalla linjalla tinkimättömänä metsänomistajan etujen ajajana.

- Metsänhoitoyhdistysten roolia on kehitettävä enemmän palveluihin kuin maksujen keräämiseen. Metsänhoitomaksun järkevyys on kyseenalaista; sehän on eräänlainen vero. Enemmän kohdennettuja koulutustilaisuuksia.

- Metsänhoitoyhdistysten tulee ottaa myyntiin vain sellaisia metsätiloja, joista myyntitilanteessa annetaan metsätilan keskeisin tieto oston/myynnin perustaksi.

- Jokaisesta myyntiin tulevasta tilasta tulee olla saatavilla summa-arvomenetelmällä tehty arvio. Olen lopettanut ostot sellaisilta MHY:iltä, jotka pihtaavat tietoa. Katso esim. Koillis-Savon mhy:n Nilsin toimipisteen myyntimateriaali.

Jotta mhy:llä on "legitimeettioikeutus" toimia metsäkiinteistökaupassa suoraan tai epäsuorasti,

"peitetysti", tulee sen pystyä lisäämään metsätilakauppojen läpinäkyvyyttä ja siihen liittyvää metsäammattillista asiantuntemusta.

MHY:thän toimivat alueella, jossa voidaan kuvitella loukattavan metsäkiinteistökaupan yksityisyrittäjäelinkeinon harjoittamisen keskeistä aluetta. MHY.n tulee lisätä metsätilakaupan ammatillista lisäarvoa.

Ellei näin vähitellen aleta toimia koko mhy-kentässä, on hyvin todennäköistä, että mhy:iden nykyiset kiinteistökaupan kvasi järjestelyt tulevat EY-tuomioistuimen vakavan oikeudellisen harkinnan alaiseksi. Tämä voisi aiheuttaa koko mhy- kentän ja siihen liittyvän metsänhoitomaksun veronomaisten luonteen uudelleen arvioinnin. Silloin tarkastelukulmana on Eu:n ja eurooppalaisen kilpailulainsäädännön näkökulma.

On lyhytnäköistä toimintaa vaarantaa pikkuasian takia suuria ja positiivisia asioita.

Lisää läpinäkyvyyttä metsätilakauppaan!

- Metsänhoitoyhdistysten tulevaisuus on turvattava. Metsänhoitoyhdistykset ovat ainoa organisaatio, joka huolehtii meidän metsänomistajien metsistä aidosti metsänomistajan kannalta parhaalla mahdollisella tavalla. Muut ovat "ketunhäntä" kainalossa ja aina omalla asiallaan.

- Metsänhoitoyhdistysten tulisi tulevaisuudessa entistä enemmän keskittyä olemaan asiantuntija organisaatio ja ennen kaikkea metsänomistajien etujärjestö, mikäli ja kun pakollinen mhy maksu poistuu. Jäsenilleen mhy:n tulisi myös tuottaa edullisia metsänhoitopalveluita. Metsäpalveluiden tuottajan valinta tulee perustumaan tulevaisuudessakin henkilösuhteisiin sekä kustannuksiin. Erilaisiin verkkopalveluihin kuten metsään.fi palveluihin voidaan ja tulee panostaa, mutta niiden kautta tulee töitä jakautumaan vielä seuraavan 10 vuoden ajan erittäin vähän. Vasta kun uusi omistajasukupolvi tulee 10-20 vuoden päästä ostetaan palveluita ja hoidetaan metsiä enemmän verkossa.

- Metsänomistajalähtöiselle puukaupan asiantuntemukselle on iso markkina- aukko (ei siis rako) Otan pari

----- Lähtien metsäsuunnitelmasta, myytävien puiden kohdalla lukee joko tukkia tai kuitua. Sieltä puuttuu esim: oksaton runko, viiluvaneri ja vaikkapa pylväspuu ,muutamia esimerkiksi mainitakseni, joiden arvo on merkittävästi tuki hintaa korkeampi.

----- Toisena isona kokonaisuutena on hakkuusopimuksen vastainen hakkuutyö. Motokuskillahan ei ole jäljennöstä hakkuusopimuksesta .Hänellä on katkontaohjelma ,joka saattaa poiketa hakkuusopimuksesta. Lisää aiheesta esim. runkojen katkonnalla...katso Järvi-Suomen Mhy:n Jäsenlehti Metsävinkki 2 /2007 sivu 8 Pauli Rintala ja maaseudun tulevaisuus 2011. Asia on tiedossa kaikissa mh-yhdistyksissä. Valvontatyössä olisi sarkaa metsäpalveluyritykselle, varsinkin metsänomistajan suoraan tekemissä pystykaupoissa.

--- Metsäkeskukset tuntevat asian ,mutta eivät puutu epäkohtaan, koska se ei kuulu lain mukaan heidän tehtäviinsä ,näin siis viranomaispäälliköt . Asian voit tarkistaa metsäkeskuksista.

--- Suurin osa metsänomistajista ei tiedä asiasta yhtään mitään varsinkin, kun on tuttu ostaja ja "luotettava Firma".

- Metsänomistajalähtöisiä palveluita pitäisi kehittää helpommiksi asuinpaikasta riippumattomiksi laadukkaiksi kokonaisuuksiksi. Samalta luukulta useita palveluita samalla toki paikallista yrittäjyyttä suosien.

Laadukas palvelu tarkoittaa sitä, että palvelun hinnalla saadaan vastinetta loppuun asti. Laatua seurataan ja siihen vaikutetaan. Kuunnellaan asiakkaan mielipidettä tarkkaan, mutta annetaan asiantuntevia opasteita metsän hyvälle hoidolle.

Metsäpalvelumarkkinoille pitäisi kehittää metsänomistajalähtöinen metsäomaisuuden

sopimuspalvelukokonaisuus, joka olisi riippumaton sekä ostaja- että myyjäorganisaatiosta, mutta voisi toimia kilpailuttamalla puunmyyntejä ja metsänhoitotoimenpiteitä.

- Metsäpalveluiden nopea toiminta ja vähentää jatkuvia uudistuksia.
- Metsäpalveluiden vapaan kilpailun vääristymä pitää lopettaa. Mhy -maksun lopetus antaa mahdollisuuksia rehelliseen yrittämiseen.
- Metsäpalvelusopimukset yhtiöiden kanssa ovat vain yhtiöiden etu
- Metsäpalvelusopimus kiinnostaa, ammattilaisen yhteydenotto muistuttaa metsän tarpeista.
- Metsäpoliittiselta kannalta katsottuna palveluiden pirstaloituminen entistä enemmän olisi jotenkin estettävä ja pirstaloituneista metsäpalstoistaan vieraantuneet omistajat olisi tavoitettava paremmin.
- Metsätaloussuunnitelmien päivitys aina kuviotoimenpiteiden yhteydessä, jolloin päästään eroon 10 suunnitelmista.

Aktiiviset metsätaloudenharjoittajat TULISI VAPAUTTAA JO KIVIKAUTISESTA METSÄNHOITOMAKSUSTA.

- Metsäteollisuuden tarjoamat palvelut hämärtävät puukauppaa. Metsäpalveluyrittäjät näyttäisivät olevan yleisesti sidoksissa johonkin metsäfirmaan -> Metsänhoitoyhdistykset ovat jatkossakin metsänomistajien parhaita palveluntarjoajia ja niiden toimintaa ei saa enempää rajoittaa tai metsänhoitomaksuja lopettaa
- Metsäyöntekijöistä on jo jonkin verran pulaa. Metsäkeskuksilta toivoisin saatavan kokonaisvaltaista palvelua metsäasioissa, luotettava, puolueeton toimija. Metsänhoitomaksu pienemmäksi jolloin mhy olisi myös samalla viivalla, kuin kurjistettu Metsäkeskus
- Metsäyhdistyksillä ja metsänhoitoyhdistyksillä liian paljon valtaa, eli enemmän yksityiselle metsänomistajalle päätäntävaltaa oman metsän hoitoon.
- Mhy:t voisi yhdistyä keskenään reippaammin ja näin saataisiin vahvempia yhdistyksiä.
- Miksi pitää maksaa metsänhoitomaksu, kun kuitenkin on työstä maksettava?????
- Minusta Helsingissä etämetsänomistajien palvelut ovat hyvällä tolalla. Sekä MHY / MTK että isot metsäkombinaatit tiedottavat ja järjestävät koulutus- ja markkinointitilaisuuksia. Oma saamattomuutta se on, jos väittää, ettei saa tietoa metsänsä hoitomahdollisuuksista.
- Minusta metsäpalvelut ovat tarpeellisia ja ne pitäisi säilyttää, Ehkä hallinnossa on kehittämisen varaa, Sitä kai viranomaiset miettii,
- Molemmipuoliset asiakassuhteet ovat tärkeitä myös pitemmällä ajanjaksolla.
- Nettiin pitäisi saada koottua yhteen paikkaan kaikki palvelujen tarjoajat. Mhy:n veronkeräys, metsänhoitomaksu pois.
- Nettiin, samasta paikasta

- Neuvojen tulisi olla ajan tasalla!!!!!!
Joissain Mh-yhdistyksissä ovat pudonneet keltasta !

- Neuvontaa lisättävä uusille metsäomistajille

- Nykyiset mahdollisuudet saada erilaisia metsäpalveluita ovat mielestäni riittävät. Toisaalta palveluiden saannissa on joskus viiveitä ja jonotusta.

- Nykyisten palveluiden saatavuuden ja laadun turvaaminen vähintään samalla tasolla kuin nykyisin.

- Nykytekniikan / tietotekniikan mahdollisuudet kartat ym.

- Odottelen nettipalveluiden käyttöön tuloa, jotta sen kautta voisi paremmin hoitaa asioita mm kilpailuttaa itse puunostajat ja palvelujen tarjoajat.

- Olen delegoinut koko homman vaimolle, jolla riittää innostusta

- Olen tyytyväinen nykyiseen.

- Olen varsin tyytyväinen nykyiseen.

- On paljonkin ajatuksia, mutta vaikea niitä kaikkia on tähän tiivistää. Esimerkiksi:
- yhteisomistuksen helpottamien ja vapauttamien kaikenlaisesta turhasta byrokratiasta
- suku- ja perinneyhteisöjen edistäminen mm. metsäomistuksen ja metsänhoidon kautta
- yhteistyötä muiden suomalais-ugrilaisten kansojen ja yhteisöjen kanssa
- käytännön järjestelmiä, jotka antavat yksittäiselle metsänomistajalle ja -harrastajalle mahdollisuuden osallistua käytännön töihin edes osittain
- kunnioitettava asenne sellaista kaupungissa asuvaa metsänomistajaa kohtaa, joka haluaa kehittää ja ylläpitää maaseutua ja sen elinkeinoja, esimerkiksi pitää yhteyttä esi-isiensä maahan
- suuri kunnioitus maaseudun väestöä kohtaan, sillä he yleensä ovat metsäalan todelliset tekijät
- eri luonnonsuojeluvaihtoehtoja järkevine korvausperiaatteineen.

- On! Suomen metsät on saatu hyvään ja tuottavaan kuntoon isiemme työllä, on laadittu hyvät metsän hoitosuosituksset. näitä arvoja/ työtä ei tulisi unohtaa kun viedään vihreää aatetta eteenpäin. Ei mitkään harsinta hakkuut sovellu kaupunkilaismetsän omistajalle ja harvoin maalaismetsänomistajalle. Ei ole realistinen vaihtoehto, vaikka kuulostaa niin hienolta.

- Ostokartellien vastustaminen

- Pakollinen metsänhoitomaksu on poistettava, että metsäpalvelut voi kehittyä vastaamaan lisääntyntä kysyntää.

- Päteviä toimijoita ja palveluntarjoajia kaivataan kilpailukykyiseen hintaan yksityismetsiin.

- Kunnassamme metsäpalvelut on alkeellisella tasolla ja näin metsät jäävät laajemmin hoitamatta, mm-. nuortenmetsien hoidon hurjat rästit pitkältä ajalta..

- Parempaa ja ajantasaista yhteydenpitoa esim. mhy:n taholta, samoin tietoja yksityisistä

- Pienetkin alueet pitää hoitaa
- Puiden kuljetus sovituksi hakkuiden jälkeen. Jo kaksi kokemusta laanille jääneistä tukkikasoista / tuhoeläinten kasvava vaara. Viimeksi maksetut hyvät koivutukit kehoitettiin pistämään polttopuuksi / käsittämätöntä !?
- Puukaupan suhteen olisi saatava toimivampi järjestelmä. Nyt on vähän niin kuin vielä 60-luvulla vakuutusmyynti. Ei oikein mitään selkeää järjestelmää.
- Puutavarayhtiöiden tulisi ottaa tosissaan mhy:n kilpailuttaminen puunmyynnissä. Harvennushakkuutkin pitäisi kelvata siinä missä aukkohakkuut.
- Rautalammin mhy:llä on hyvät palvelut. Ehkä yhdistyksen nimeä voisi vaihtaa vähän harvemmin...mikä se nyt olikaan?
- Risusavotan, energia, neulaset tulisi jättää maaperään hajalleen. Kemera tuet tulee säilyttää kohtuullisen metsänhoidon aikaansaamiseksi. Hirvikantaa tulee supistaa, säästää onnettomuuksissa ja metsäntuotossa ja aiheuttaa turhaa työtä lisäistutuksilla. Kansantaloudellinen tappio.
- TULEVIEN METSÄNOMISTAJA SUKUPOLVIEN KOULUTUKSEEN PITÄISI LÖYTÄÄ JOKO NEUVONTAPALVELUJA TAI MATERIAALI, JONKA AVULLA ASIOITA VOISI NUORTEN AIKUISTEN KANSSA KÄYDÄ LÄPI.
- Tilanne on kehittynyt hyvään suuntaan. Esim. metsänhoitoyhdistysten palvelujen tarjonta on monipuolistunut. On hyvä, että myös metsäyhtiöt ovat tulleet mukaan tähän palvelujen tarjontaan.
- Toimihenkilöt eivät aina markkinoi miestyötä, vaikka se joillakin kohteilla olisi paras vaihtoehto, esim. ylispuuhakkuissa joissa pienempi puusto säästetään. Toimihenkilöt omalta osaltaan näin aiheuttavat metsureille lomautuksia
- Toimivaa konetta ei pidä mennä sorkkimaan. Eli valtakunnallinen mhy-verkosto on paras tae palveluiden helposta satavuudesta ja palveluiden laadustakin kaikissa olosuhteissa ja suhdanteissa.
- Toimivia palveluja saatavilla, tarjontaa löytyy. Itsellä tulee säilyttää määräysvalta, miten metsässä toimitaan.
Nettipalvelut kehittynevät joka tapauksessa entisestään.
- Toiveena olisi, että metsänomistajat lakkaisivat itkemästä metsänhoidon kalleudesta, sillä valtiokin tukee hommaa ruhtinaallisesti. Itseäni oikein hävettää kun saa kemerarahaa omasta taimikonhoitotyöstä. Metsänomistaminen on hyvin kannattavaa, vaikka lehdistä saa toisenlaisen kuvan.
- Ulkomaiset tekijät saisivat pysyä kotimaassaan raivuulla, heillä olisi sielläkin hommia ja eivät tulisi tänne alihintaan tekemään ja lomauttelemaan meitä suomalaisia talveksi -hyvin epäisänmaallista
- Metsäopistot kouluttavat inssejä periaatteella, että metsuri on maailman kallein työntekijä. Siitä pitäisi päästä eroon. Terveisin opiston käynyt metsuri ja noin 100 ha:n omistaja

- Toivon edelleenkin koulutuksia ja veroneuvontaa sekä tutustumista asiantuntijan avulla omiin metsiin.
- Toivon metsänhoitoyhdistysten toiminnan turvaamista tulevaisuudessakin Suomessa. Yhdistyksissä on hyvä paikallisasiantuntemus, markkinoiden tuntemus ja kyky katsoa pitkälle tulevaisuuteen.
- Toivottavasti metsälait ja verotus ei karkais käsistä, et pienetkin metsätilat säilyisi.
- Tänä päivänä saa tietoa internetistä ja alan toimijoilta kiitettävästi.
- Uusia innovaatioita hirvien torjuntaan...
- Vaihtoehtoista enemmän tietoa
- Valistusta peruskouluihin siitä, että Suomi elää edelleen metsästä. Metsä ja metsäläinen eivät ole synonyymejä vaan metsä on vaurauden ja hyvinvoinnin lähde.
- Viranomaistahojen yhteiskunnan rahojen ryöstölle rajoituksia. Metsäkeskukset ym. tahot saavat tiensuunnittelusta 100 %:n korvauksen, rakentaja 20 %. Samoin Mhy:t kemera- anomuksista 10 min työ 150 €.
- Yhdistysten tulisi hoitaa asiakkuuksiaan enemmän, yhteydenottoja omistajiin!
- Yksi päivä vuodessa henkilökohtaista neuvontaa metsäpalstalla ja tilanearviota metsäammattilaiselta
- ei ole. vaihtoehtoja on jo riittävästi tarjolla
- energiapuut menevät ihan ilmaiseksi, hinta paremmaksi
- mhy:n jäsenmaksua ei saa poistaa, jos niin tehdään, metsänhoito suomessa rapistuu
- metsänomistajien, urakoitsijoiden ja ostajien yhteistoiminta puukaupassa ja hoitotöissä parantamaan katetta. Mhy organisoii. ks yhteistyö 1970-luvulla. internetti hyvä apu
- jatkuvuus tärkeää - ei kiinnosta kouluttaa aina uutta ihmistä omiin metsiin
- lisää verkkopalveluita ja metsäsuunnitelmat verkkopalveluiksi
- metsän uudistus muuten kuin vain istutuksilla, jotka ovat usein työläitä.
- mhy:n aktiivinen ote
- ojitus ?
- olipas pitkä kysely, silmät väsähti, eikä jaksaisi yhtään enempää
- palvelut kalliita tulon nähden

- pienien metsäalojen palveluiden saanti pitäisi turvata (metsuripalvelut, pieniä motoja harvennuksiin ja ajokoneita)
- vieläkään ei osata kohdentaa neuvontaa eri ikäryhmille, eri tavoitteiden tai eri kokemuksen perusteella, tai naisille ja miehille erikseen. metsänomistajia on varmasti 10 eri tyyppiä!
- virkistyspäivät tai laivamatkat esim. tuntuu täysin "tehottomalta" tavalta kaupunkilais-metsänomistajien näkökulmasta, luennot ovat todella puuduttavia, sopivat siis eläkeläisille joilla on aikaa.
konkretiaa ja vertailua kaivataan palveluihin, metsänhoitotavoitteiden mukaan!
- myös naisille suunnitellut palvelut sekä kevyet metsänhoitovälineet puuttuvat markkinoilta! kuka esim. perustaisi nuorekkaan pääkaupunkiseudun naismetsänomistajien klubin (ei mitään istuntoja vaan vierailuja ja sosiaalista kanssakäymistä...)?

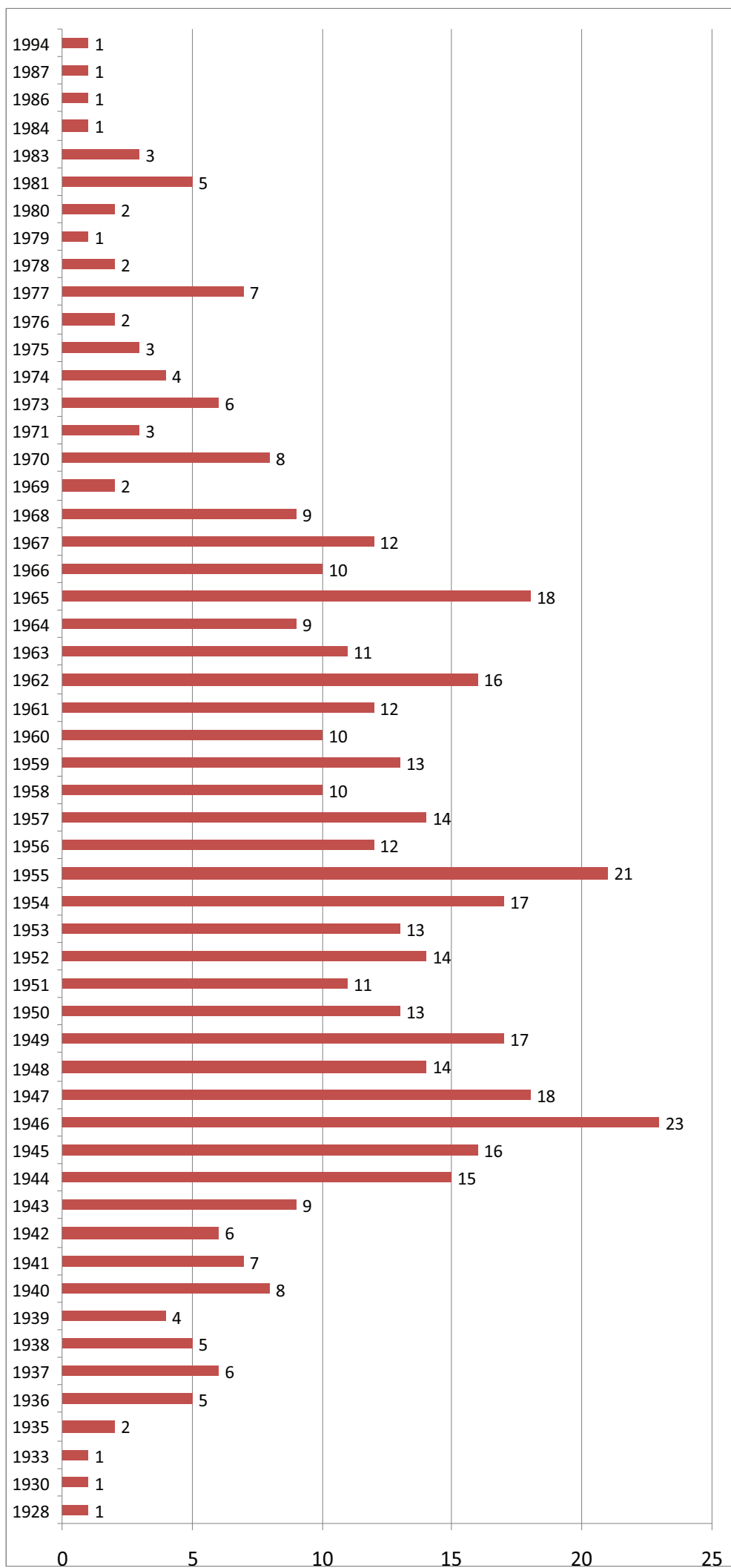
Vapaapalautteiden tulosten yhteenveto (kysely 2)

Liite 3/1

1. Syntymävuotesi?

(kysymysryhmä A)

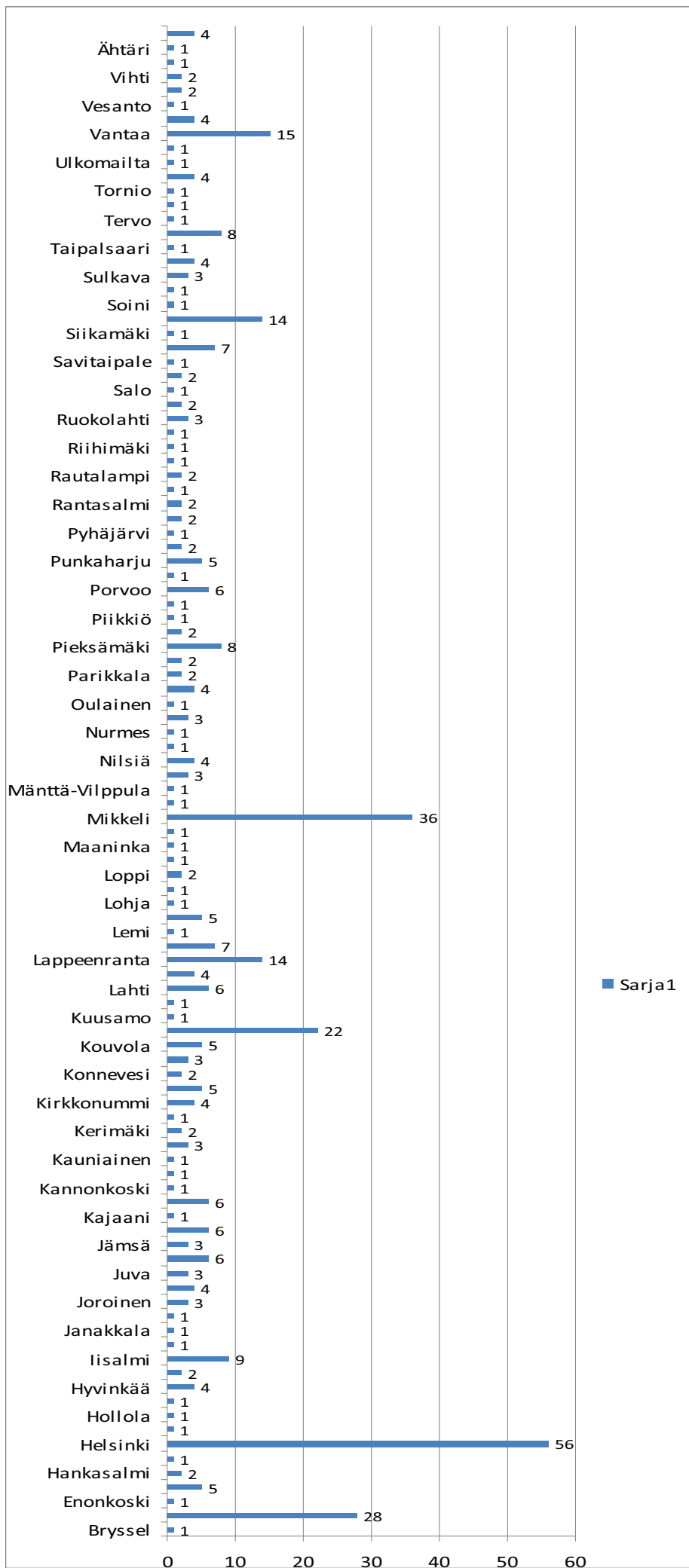
vuosi	kpl		
1928	1	1960	10
1930	1	1961	12
1933	1	1962	16
1935	2	1963	11
1936	5	1964	9
1937	6	1965	18
1938	5	1966	10
1939	4	1967	12
1940	8	1968	9
1941	7	1969	2
1942	6	1970	8
1943	9	1971	3
1944	15	1973	6
1945	16	1974	4
1946	23	1975	3
1947	18	1976	2
1948	14	1977	7
1949	17	1978	2
1950	13	1979	1
1951	11	1980	2
1952	14	1981	5
1953	13	1983	3
1954	17	1984	1
1955	21	1986	1
1956	12	1987	1
1957	14	1994	1
1958	10	yht.	455
1959	13	ka.	1955,5



5. Asuinkuntasi?
(kysymysryhmä A)

Liite 3/3

kunta	kpl				
Bryssel	1	Lahti	6	Riihimäki	1
Espoo	28	Lapinlahti	4	Rovaniemi	1
Enonkoski	1	Lappeenranta	14	Ruokolahti	3
Hamina	5	Laukaa	7	Saarijärvi	2
Hankasalmi	2	Lemi	1	Salo	1
Heinävesi	1	Leppävirta	5	Sastamala	2
Helsinki	56	Lohja	1	Savitaipale	1
Hirvensalmi	1	Lontoo	1	Savonlinna	7
Hollola	1	Loppi	2	Siikamäki	1
Huittinen	1	Luumäki	1	Siilinjärvi	14
Hyvinkää	4	Maaninka	1	Soini	1
Hämeenlinna	2	Miehikkälä	1	Sonkajärvi	1
Iisalmi	9	Mikkeli	36	Sulkava	3
Imatra	1	Mäntsälä	1	Suonenjoki	4
Janakkala	1	Mänttä-Vilppula	1	Taipalsaari	1
Joensuu	1	Mäntyharju	3	Tampere	8
Joroinen	3	Nilsjä	4	Tervo	1
Juankoski	4	Nousiainen	1	Toivakka	1
Juva	3	Nurmes	1	Tornio	1
Jyväskylä	6	Nurmijärvi	3	Tuusula	4
Jämsä	3	Oulainen	1	Ulkomailta	1
Järvenpää	6	Oulu	4	Valkeakoski	1
Kajaani	1	Parikkala	2	Vantaa	15
Kangasniemi	6	Petäjavesi	2	Varkaus	4
Kannonkoski	1	Pieksämäki	8	Vesanto	1
Karstula	1	Pielavesi	2	Vieremä	2
Kauniainen	1	Piikkiö	1	Vihti	2
Kerava	3	Pori	1	Virolahti	1
Kerimäki	2	Porvoo	6	Ähtäri	1
Keuruu	1	Pukkila	1	Äänekoski	4
Kirkkonummi	4	Punkaharju	5	yht.	199
Kitee	5	Puumala	2		
Konnevesi	2	Pyhäjärvi	1		
Kotka	3	Pälkäne	2		
Kouvola	5	Rantasalmi	2		
Kuopio	22	Rauma	1		
Kuusamo	1	Rautalampi	2		
Kymenlaakso	1	Rautavaara	1		



2. Omistamiesi metsätilojen pinta-ala yhteensä hehtaareina?

(kysymysryhmä B)

Liite 3/5

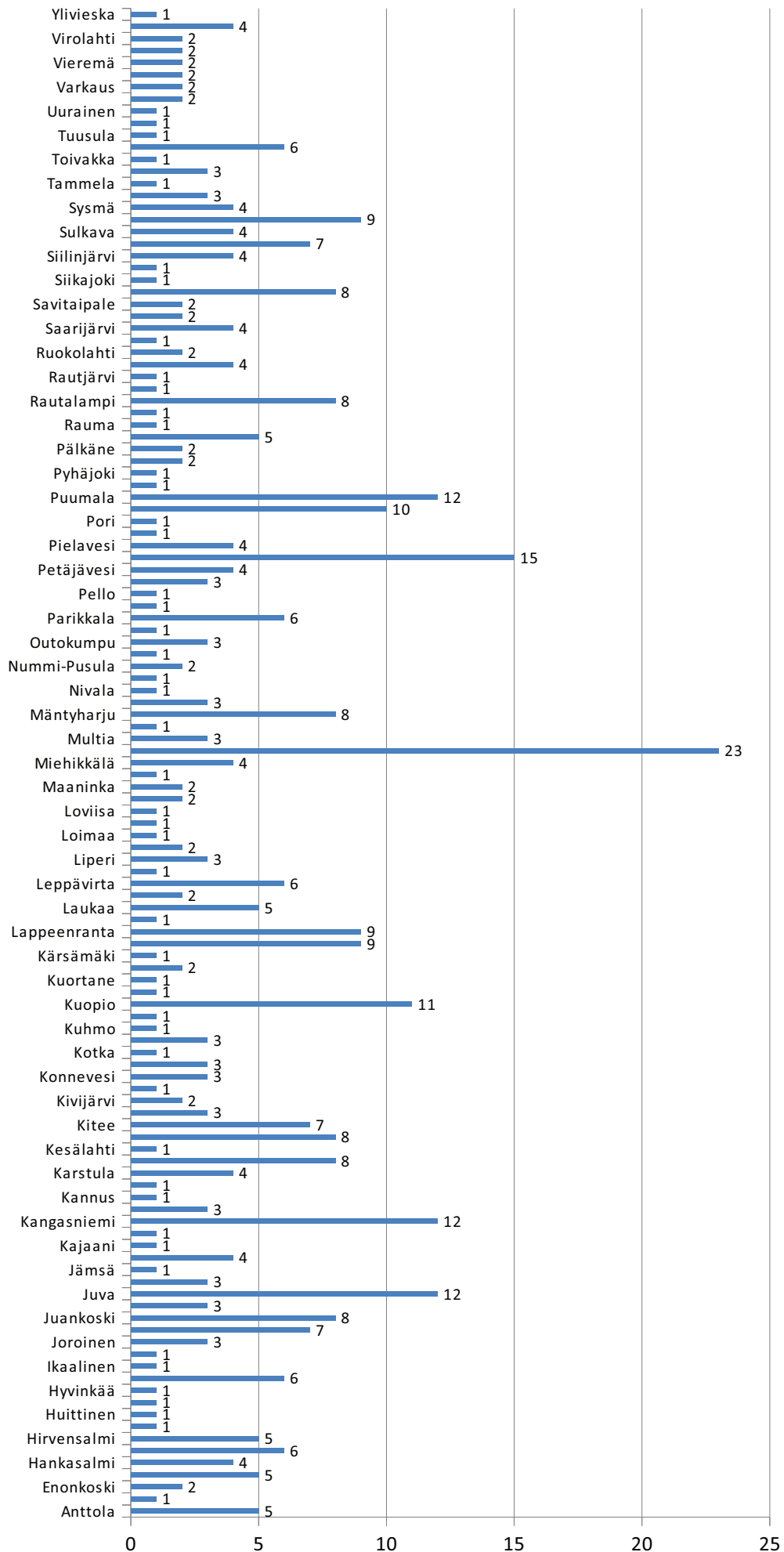
ha	kpl				
0	1	37	1	90	6
2	3	38	4	94	1
3	1	39	3	96	1
4	3	40	10	98	1
5	4	41	3	100	8
5,5	1	43	1	101	1
6	8	44	3	102	1
7	4	45	8	104	1
7,5	2	46	3	105	1
8	3	47	2	106	1
8,5	2	48	3	110	3
9	2	48,5	1	115	2
10	10	49	1	116	1
11	7	49,5	1	120	3
12,5	1	50	13	123	1
12	8	52	2	130	4
13	7	54	5	131	1
13,5	1	55	2	136	1
14	3	57	1	137	1
14,7	1	60	9	140	1
15	10	61	1	150	4
16	5	62	2	160	2
17	5	63	1	166	1
17,5	4	64	1	168	1
18	8	65	8	170	3
19		66	1	180	2
20	15	66,5	1	190	1
21	5	67	2	200	5
22	8	68	1	215	1
23	8	69	1	219	1
24	5	70	9	230	1
24,5	1	72	1	248	1
25	14	73	1	280	2
26	6	74	1	300	4
27	6	75	2	350	1
28	3	78	1	360	1
29	5	80	8	420	1
30	14	82	3	500	1
31	2	83	1	540	1
32	9	84	1	574	1
33	6	85	3	600	3
34	3	86	1	630	1
35	8	88	1	1000-2000	1
36	2	89	1	yht.	433
				ka.	66,8

3. Missä kunnassa sijaitsee omistamasi päätäila?

Liite 3/7

(kysymysryhmä B)

kunta	kpl				
Anttola	5	Kuopio	11	Puumala	12
Alavieska	1	Kuopio mlk	1	Pyhtää	1
Enonkoski	2	Kuortane	1	Pyhäjoki	1
Hamina	5	Kuusamo	2	Pyhäjärvi	2
Hankasalmi	4	Kärsämäki	1	Pälkäne	2
Heinävesi	6	Lapinlahti	9	Rantasalmi	5
Hirvensalmi	5	Lappeenranta	9	Rauma	1
Hollola	1	Lapua	1	Ranua	1
Huittinen	1	Laukaa	5	Rautalampi	8
Humppila	1	Lemi	2	Rautavaara	1
Hyvinkää	1	Leppävirta	6	Rautjärvi	1
Iisalmi	6	Liekka	1	Ristiina	4
Ikaalinen	1	Liperi	3	Ruokolahti	2
Ilomantsi	1	Lohja	2	Ruovesi	1
Joroinen	3	Loimaa	1	Saarijärvi	4
Joutsa	7	Loppi	1	Salo	2
Juankoski	8	Loviisa	1	Savitaipale	2
Juuka	3	Luumäki	2	Savonlinna	8
Juva	12	Maaninka	2	Siikajoki	1
Jyväskylän	3	Merijärvi	1	Siikamäki	1
Jämsä	1	Miehikkälä	4	Siilinjärvi	4
Kaavi	4	Mikkeli	23	Sonkajärvi	7
Kajaani	1	Multia	3	Sulkava	4
Kalajoki	1	Mänttä-Vilppula	1	Suonenjoki	9
Kangasniemi	12	Mäntyharju	8	Sysmä	4
Kannonkoski	3	Nilsia	3	Taipalsaari	3
Kannus	1	Nivala	1	Tammela	1
Karjalohja	1	Nousiainen	1	Tervo	3
Karstula	4	Nummi-Pusula	2	Toivakka	1
Kerimäki	8	Närpiö	1	Tuusniemi	6
Kesälahti	1	Outokumpu	3	Tuusula	1
Keuruu	8	Padasjoki	1	Töysä	1
Kitee	7	Parikkala	6	Uurainen	1
Kiuruvesi	3	Parkano	1	Valkeakoski	2
Kivijärvi	2	Pello	1	Varkaus	2
Kolari	1	Pertunmaa	3	Vesanto	2
Konnevesi	3	Petäjävesi	4	Vieremä	2
Kontiolahti	3	Pieksämäki	15	Viitasaari	2
Kotka	1	Pielavesi	4	Virolahti	2
Kouvola	3	Pihtipudas	1	Äänekoski	4
Kuhmo	1	Pori	1	Ylivieska	1
Kuhmoinen	1	Punkaharju	10	yht.	146

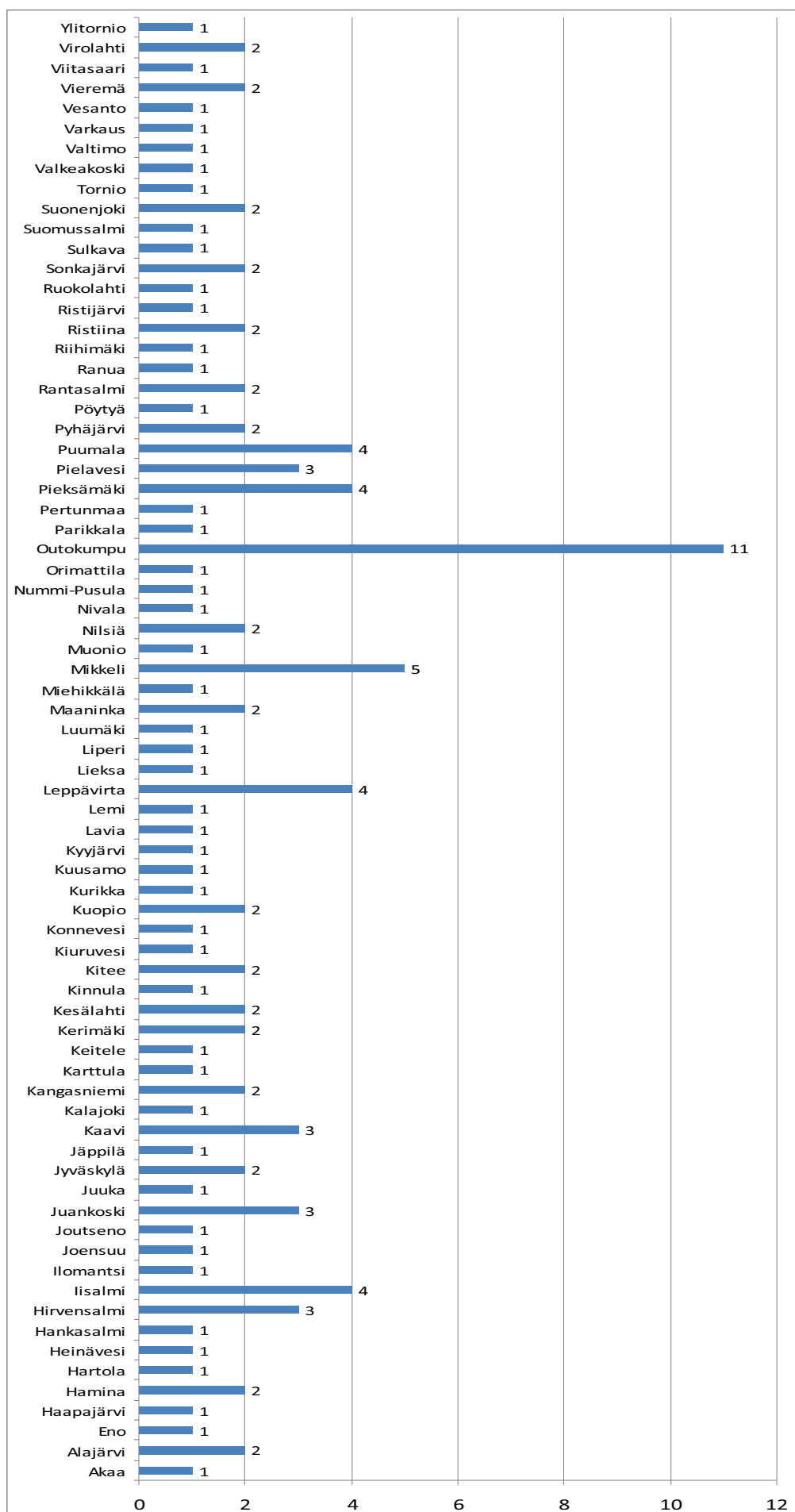


4. Omistatko metsää muissa kunnissa, missä?

Liite 3/9

(kysymysryhmä B)

kunta	kpl		
Akaa	1	Muonio	1
Alajärvi	2	Nilsia	2
Eno	1	Nivala	1
Haapajärvi	1	Nummi-Pusula	1
Hamina	2	Orimattila	1
Hartola	1	Outokumpu	11
Heinävesi	1	Parikkala	1
Hankasalmi	1	Pertunmaa	1
Hirvensalmi	3	Pieksämäki	4
Iisalmi	4	Pielavesi	3
Ilomantsi	1	Puumala	4
Joensuu	1	Pyhäjärvi	2
Joutseno	1	Pöytyä	1
Juankoski	3	Rantasalmi	2
Juuka	1	Ranua	1
Jyväskylä	2	Riihimäki	1
Jäppilä	1	Ristiina	2
Kaavi	3	Ristijärvi	1
Kalajoki	1	Ruokolahti	1
Kangasniemi	2	Sonkajärvi	2
Karttula	1	Sulkava	1
Keitele	1	Suomussalmi	1
Kerimäki	2	Suonenjoki	2
Kesälahti	2	Tornio	1
Kinnula	1	Valkeakoski	1
Kitee	2	Valtimo	1
Kiuruvesi	1	Varkaus	1
Konnevesi	1	Vesanto	1
Kuopio	2	Vieremä	2
Kurikka	1	Viitasaari	1
Kuusamo	1	Virolahti	2
Kyyjärvi	1	Ylitornio	1
Lavia	1	yht.	66
Lemi	1		
Leppävirta	4		
Lieksa	1		
Liperi	1		
Luumäki	1		
Maaninka	2		
Miehikkälä	1		
Mikkeli	5		



6. Mistä vuodesta lähtien olet ollut metsänomistaja?

Liite 3/11

(kysymysryhmä B)

vuosi	kpl		
1950	1	1999	11
1952	1	2000	17
1955	1	2001	13
1956	1	2002	18
1960	5	2003	14
1962	1	2004	14
1963	2	2005	15
1964	2	2006	18
1965	2	2007	11
1966	2	2008	15
1967	4	2009	17
1968	4	2010	7
1969	3	2011	10
1970	6	en omista metsää	1
1971	5	yht.	425
1972	6	ka.	1992,8
1973	6		
1974	4		
1975	5		
1976	3		
1977	3		
1978	5		
1979	4		
1980	9		
1981	2		
1982	4		
1983	7		
1984	7		
1985	12		
1986	12		
1987	7		
1988	11		
1989	2		
1990	9		
1991	6		
1992	8		
1993	5		
1994	9		
1995	21		
1996	10		
1997	16		
1998	12		

