



METSÄNHOIDON UUDISTUSTARKASTUSTEN PALAUTTEENANTO METSÄ GROUPILLA

Ammattikorkeakoulututkinnon opinnäytetyö

Metsätalousinsinööri

kevät 2024

Jenni Pelttari

Metsätalousinsinööri

Tekijä Jenni Pelttari

Työn nimi Metsänhoidon uudistustarkastusten palautteenanto Metsä Groupilla

Ohjaaja Jeppe Raitio

Tiivistelmä

Vuosi 2024

Tämän opinnäytetyön aiheena on metsänhoidon uudistustarkastusten palautteenanto Metsä Groupilla. Työ on toteutukseltaan toiminnallinen opinnäytetyö. Opinnäyte toteutettiin kvantitatiivisena tutkimuksena, jonka lopputuotteena laadittiin raportista erillinen toimintamalli. Työn toimeksiantaja on Metsäliitto Osuuskunta, Metsä Group.

Työn aihe valikoitui työelämässä havaitun tarpeen perusteella, kirjoittajan työskennellessä Metsä Groupilla kesällä 2023. Yhtiö toteuttaa uudistustarkastuksia edellisenä vuonna istutetuille taimikoille, osana laadunvarmistusta. Hyväksytystä tarkastustuloksesta tyypillisesti harjoittelija antaa puhelimitse palautteen metsänomistajalle. Puheluiden tueksi ei ollut aiemmin varsinaista kirjallista toimintamallia ja yhteistyössä toimeksiantajan kanssa todettiin, että toimintamallin kehittämisestä voisi olla monitahoisesti hyötyä liiketoiminnassa.

Opinnäytteen tavoitteena oli selvittää, millainen uudistustarkastusten puhelinyhteydenottojen asiakaskokemus on nyt, miten palautteenantoa voitaisiin kehittää ja asiakaskokemusta parantaa. Tutkimusongelman ratkaisemiseksi toteutettiin kyselytutkimus, johon kerättiin vastauksia kohderyhmältä kahden viikon ajan vuonna 2024. Kysely lähetettiin 45 vastaajalle ja vastausprosentiksi saatiin 33 %. Kyselyn pohjalta saatiin kerättyä tarvittava aineisto projektiin. Lisäksi hyödynnettiin aihepiirin kirjallisuutta sekä alan oppaita ja julkaisuja.

Kyselytutkimuksen tulosten perusteella voidaan todeta, että uudistustarkastusten palautteenannon asiakaskokemus on hyvällä tasolla ja palautteenanto on enimmäkseen selkeää. Kehityskohtiakin löytyi ja niitä pohditaan tässä raportissa. Aineiston pohjalta onnistuttiin myös luomaan toimintamalli. Metsä Group saa toimintamallin lisäksi käyttöönsä opinnäyteprosessissa muodostuneen aineiston, jonka pohjalta on mahdollista toteuttaa jatkossa laajempaa tutkimusta ja vertailua.

Avainsanat Asiakaskokemus, asiakastutkimus, kyselytutkimus, laadunvalvonta, metsänhoito

Sivut 26 sivua ja liitteitä 3 sivua

Degree Programme in Forestry

Author Jenni Pelttari

Subject Forest Regeneration Control Feedback at Metsä Group

Supervisor Jeppe Raitio

Abstract

Year 2024

The subject of this thesis is forest regeneration control feedback at Metsä Group. This thesis was carried out as a practice-based project. The thesis was implemented by using quantitative method and an operational instruction was created as a final product. The instruction is separate from this thesis. This work was commissioned by Metsä Group.

The need for this thesis was discovered, while the author of this thesis worked at Metsä Group during the summer 2023. As a part of quality verification, the company carries out quality control for previous year's planted seedling stands. Typically, if the result is approved, a trainee calls the forest owner and presents feedback to them. Previously there has not been a specific written instruction for the phone calls and it was noted in cooperation with the commissioner that an instruction could benefit the business development of the company.

The aim of this thesis was to find out about the current state of customer experience concerning the phone calls. Furthermore, the aim was to improve the customer experience and make the feedback clearer. To solve the research problem, a survey was implemented. The answers were collected during a two-week period in 2024. The survey was sent to 45 respondents and the response rate was 33 %. The survey provided the data required for the process. Relevant literature, studies and guides were utilized as well.

Based on the results of the survey it can be stated that the customer experience is at a good level and the feedback related to forest regeneration is mostly clear. There is still room for development and some improvements are discussed in this thesis. The instruction was created successfully, and it was handed over to Metsä Group alongside with the data. The data allows further research even on a larger scale if desired.

Keywords Customer experience, customer research, survey, quality control, forest management

Pages 26 pages and appendices 3 pages

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Kehittämistyön tietoperusta	2
2.1	Metsälaki ja uudistamisvelvoite	2
2.2	Metsä Group	3
2.3	Metsänhoidon laadunvalvonta ja uudistustarkastukset.....	5
2.4	Metsäverkko	6
2.5	Asiakaskokemus	7
3	Kehittämistyön tarkoitus ja tavoite	8
4	Tutkimusmenetelmät.....	9
4.1	Kvantitatiivinen tutkimus.....	9
4.2	Asiakastutkimus ja kyselytutkimus	10
5	Kyselytutkimuksen toteutus.....	12
6	Tulokset	14
7	Pohdinta ja johtopäätökset.....	21
7.1	Arviointi.....	24
7.2	Jatkosuunnitelmat ja käyttöönotto	25
	Lähteet	26

Kuvat, taulukot ja kaavat

Kuva 1. Metsä Groupin yritys rakenne	4
Kuva 2. Ympyräkoealan mittaaminen.....	5
Kuva 3. Kyselyn tulokset, kysymys 1. Oltiinko sinuun puhelimitse yhteydessä vuoden 2023 aikana, koskien metsätilallasi toteutettua uudistustarkastusta?	14
Kuva 4. Kyselyn tulokset, kysymys 2. Kuinka tärkeänä pidät palautteenantoa metsänuudistamisen tuloksista?	15
Kuva 5. Kyselyn tulokset, kysymys 3. Kuinka tärkeänä pidät puhelimitse annettavaa palautetta metsänuudistamisen tuloksista?	16

Kuva 6. Kyselyn tulokset, kysymys 4. Kuinka hyvin sinulle kävi ilmi puhelun aikana, mistä metsäpalstasta on kyse? 17

Kuva 7. Kyselyn tulokset, kysymys 5. Kuinka hyvin tarkastetun taimikon kasvutilanne välittyi puhelun aikana? 18

Kuva 8. Kyselyn tulokset, kysymys 6. Miten selkeäksi koit palautteenannon kokonaisuudessaan? 19

Kuva 9. Kyselyn tulokset, kysymys 7. Informoitiinko sinua puhelun aikana siitä, että uudistustarkastuksen tulokset ovat nähtävissä myös Metsäverkossa? 19

Kuva 10. Kyselyn tulokset, kysymys 10. Kuinka todennäköisesti suosittelisit Metsä Groupin metsänuudistamisen palveluita toiselle metsänomistajalle, tai käyttäisit niitä itse uudelleen? 20

Liitteet

Liite 1. Kyselylomake, esimerkki.

1 Johdanto

Tämän opinnäytteen aihe on metsänhoidon uudistustarkastusten palautteenanto Metsä Groupilla. Työn toimeksiantaja on Metsäliitto Osuuskunta, Metsä Group. Aihe valikoitui suorittaessani asiantuntijaharjoittelua Metsä Groupille kesällä 2023. Toimin puunhankinnassa ja metsäpalveluissa, ja yhtenä työtehtävänä toteutin metsänhoidon uudistustarkastuksia. Uudistustarkastuksiin kuuluu Metsä Groupilla palautteenanto asiakkaalle. Harjoittelija soittaa asiakkaalle hyväksytystä uudistustarkastuksesta ja kertoo tarkastuksen tuloksen. Toimeksiantajalla oli kiinnostusta kartoittaa palautteenantojen asiakaskokemuksen tasoa ja hyödyntää tietoja liiketoiminnan kehittämisessä.

Totesimme yhteistyössä toimeksiantajan kanssa, että puhelimitse tapahtuvaa palautteenantoa voisi kehittää asiakaskokemuksen parantamiseksi. Palautteenannon tukena ei toimeksiannon hetkellä ollut käytössä varsinaista kirjallista toimintamallia ja toimintamallista voisi olla konkreettista hyötyä monitahoisesti niin harjoittelijan, Metsä Groupin, kuin Metsä Groupin metsänhoitopalveluita käyttävien asiakkaiden kannalta. Tästä muotoutui tutkimusongelma.

Opinnäyte laadittiin vastaamaan työn tilaajan tarpeita, Metsä Groupin työntekijöiden ja liiketoiminnan tueksi. Koska tarvittavaa aineistoa ei ollut ennalta olemassa, päädyttiin aineisto keräämään itse. Opinnäytteellä haluttiin selvittää, millainen uudistustarkastusten puhelinyhteydenottojen asiakaskokemus on nyt, miten toimintamallia voitaisiin kehittää ja asiakaskokemusta parantaa. Nämä toimivat tutkimuskysymyksinä, joilla tavoitellaan tutkimusongelman ratkaisemista. Työn tavoitteena oli lisäksi tuottaa kerätyn aineiston pohjalta toimintamalli, jota Metsä Group voi hyödyntää liiketoiminnassaan.

Tutkimusmenetelmäksi valittiin tutkimusongelman perusteella kvantitatiivinen kyselytutkimus ja saadun aineiston pohjalta laadittiin tästä raportista irrallinen toimintamalli. Toimintamallilla tavoitellaan Metsä Groupin harjoittelijoiden työskentelyn tehostamista ja sitä kautta asiakaspalvelun ja asiakaskokemuksen parantamista. Opinnäytetyö on toteutustavaltaan toiminnallinen ja tämä opinnäyteraportti on laadittu sen mukaisesti.

2 Kehittämistyön tietoperusta

Tässä luvussa tarkastellaan metsälakia ja lain määräämää uudistamisvelvoitetta, sillä ne ohjaavat ja velvoittavat metsäalan yritysten toimintaa. Luvussa esitellään toimeksiantajan historiaa, yritysrakennetta ja liiketoiminnan lukuja, jotta saadaan käsitys työn tilaajasta sekä siitä, millä yhtiön toiminta-alueella tämä opinnäyte vaikuttaa. Lisäksi tarkastellaan metsänhoidon laadunvarmistuksen ja uudistustarkastuksen käytänteitä, kuten koealan mittaamista, niiden ollessa keskeisiä käsitteitä opinnäytteessä. Kerrotaan, miksi laadunvarmistusta ja uudistustarkastuksia tehdään, ja millä menetelmillä. Luvussa avataan myös Metsä Groupin tarjoaman Metsäverkko-palvelun toimintoja ja käyttömahdollisuuksia, palvelun ollessa liitoksissa metsänhoidon uudistustarkastusten tulosten raportointiin.

Tämän tutkimuksen kannalta on oleellista ymmärtää, mitä asiakaskokemus tarkoittaa ja miten sitä voidaan tarkastella ja hyödyntää yhtiön liiketoiminnan kehittämisessä. Asiakaskokemus on opinnäytteen keskeisimpiä käsitteitä ja sitä kuvaillaan niin ikään tässä luvussa. Asiakaskohtaamien ja brändikokemus sisältyvät tärkeinä osina asiakaskokemukseen ja myös niitä avataan tarkemmin.

2.1 Metsälaki ja uudistamisvelvoite

Metsälaki (1093/1996) määrittää metsäalan toimintaa. Lain tarkoituksena on metsien kestävä hoidon ja käytön edistäminen ekologisesti, taloudellisesti ja sosiaalisesti, samalla säilyttäen niiden biologisen monimuotoisuuden. Lakia sovelletaan metsien hoidossa ja käytössä, pois lukien eräät alueet, kuten luonnonsuojelulain (9/2023) alaiset luonnonsuojelualueet.

Mikäli kasvatushakkuun jälkeen jäljelle jäävä puusto ei ole riittävällä tasolla määrällisesti ja laadullisesti puuston edelleen kasvattamiseksi, muodostuu uudistamisvelvoite. Samoin uudistamisvelvoite muodostuu uudistushakkuun jälkeen. Uudistamisvelvoite tulee täyttää maantieteellisen sijainnin mukaan 10–25 vuoden kuluessa velvoitteen syntymisestä. Taimikko tulee kuitenkin perustaa kolmen vuoden kuluessa velvoitteen muodostaneen puunkorjuun päättymisestä. Velvoitteen katsotaan täyttyneen, kun taimikon keskipituus on 0,5 metriä, se on riittävän tiheä ja tasaisesti jakautunut, eikä taimikkoa uhkaa välittömästi muu kasvillisuus. (Metsälaki 1093/1996 § 5, § 5 a, § 8)

Uudistamistavoiksi hyväksytään viljely tai luontainen uudistaminen. Luontaista uudistamista voidaan käyttää, mikäli uudistusala täyttää edellytykset taimikon luontaiselle syntymiselle. Tarvittaessa uudistusosalta on raivattava taimikon kasvua haittaava muu kasvillisuus, kuten heinikko, puut ja pensaat, ja huolehdittava maanmuokkauksesta ja vesitaloudesta. Mikäli taimikko ei lähde kasvuun vaaditulla tavalla, tulee tehdä täydennysistutus, tai -kylvö. Myös muusta jälkihoidosta tulee huolehtia. Velvoite voi raueta poikkeustapauksissa, mikäli tehdyistä toimenpiteistä huolimatta alueelle ei synny taimikkoa. (Metsälaki 1093/1996 § 8)

Metsänuudistamisessa hyväksyttäviä puulajeja ovat mänty, kuusi, rauduskoivu, haapa, siperianlehtikuusi, vaahtera, tervaleppä, tammi, kynäjalava, vuorijalava, metsälehmus, saarni ja hybridihaapa. Edellytyksenä on, että taimet tai siemenet ovat kasvupaikalle sopivia ja soveltuvat käyttöön myös alkuperältään. Hieskoivulla uudistaminen on hyväksyttävää vain turvemilla, kangasmaiden soistuneilla osilla sekä tiiviillä savi- tai hiesuvaltaisilla mailla. Muilla kasvupaikoilla hieskoivua voidaan kyllä käyttää täydentävänä puulajina kasvupaikan ja maantieteellisen sijainnin mukaan. Taimikko voidaan poikkeustapauksessa perustaa muillakin puulajeilla. Silloin alueen maankäyttöilmoituksessa tulee olla selvitettyä kasvatuskelpoisuus ja alkuperän soveltuvuus uudistusalaan nähden. (Metsälaki 1093/1996 § 8 a)

Vastuu uudistamisveloitteesta on maanomistajalla. Vastuu voi kohdistua myös kiinteistön haltijalle, joka ei ole metsänomistaja, jos haltijalla on esimerkiksi käyttöoikeus, johon sisältyy oikeus tehdä uudistushakkuu. Oikeuden siirtymisestä tai siirtymättömyydestä tulee olla sovittu. Jos maanomistaja on luovuttanut ainoastaan metsänhakkuuoikeuden, säilyy uudistamisvelvoite maanomistajalla. Hakkuun toteuttajan tulee osaltaan huolehtia metsälaissa vaadittavien säännösten noudattamisesta. (Metsälaki 1093/1996 § 7 § 9)

2.2 Metsä Group

Vuonna 1934 perustettiin Metsäliitto Oy, jolloin toiminta keskittyi puun vientiin. 1947 syntyi Metsäliitto Osuuskunta, jonka myötä mukaan tulivat sahat ja kemiallinen metsäteollisuus. 2000-luvulla Metsäliitto oli jo yli 25 000 työntekijän kansainvälinen metsäteollisuuskonserni, toimien kymmenissä maissa. Metsä Group syntyi vuonna 2012, kun Metsäliitto Osuuskunta uudistettiin. Tänä päivänä osuuskunnan omistaa yli 90 000 suomalaista metsänomistajaa. (Metsä Group, n.d.-a)

Metsä Group koostuu viidestä liiketoiminta-alueesta, joita ovat Puunhankinta ja metsäpalvelut, puutuotteet tuottava Metsä Wood, sellu- ja sahateollisuuden Metsä Fibre,

kartonkiteollisuuden Metsä Board ja pehmo- ja tiivispapereiden Metsä Tissue. Puunhankinta ja metsäpalvelut on 100 % Metsäliitto Osuuskunnan omistuksessa ja sen liikevaihto on 2,1 miljardia euroa, työllistäen 700 työntekijää. Metsä Wood on niin ikään täysin Metsäliitto Osuuskunnan omistuksessa ja sen liikevaihto on 0,6 miljardia euroa ja henkilöstöön kuuluu 1550 työntekijää. Metsä Fibren liikevaihto on 3,1 miljardia euroa, työllistäen 1600 työntekijää ja Metsäliitto Osuuskunta omistaa toiminnasta 50,1 %. Metsä Boardin liikevaihto on 2,5 mrd. euroa, henkilöstöön kuuluu 2250 työntekijää ja Metsäliitto Osuuskunta omistaa Boardista 51,8 %. Metsä Tissuen liikevaihto on 1,2 mrd. euroa, työllistäen 2500 työntekijää. Tissue on 100 % Metsäliitto Osuuskunnan omistuksessa. Näiden lisäksi toimii myös innovaatioyhtiö Metsä Spring. Kuva 1 havainnollistaa yhtiön yritysrakennetta ja keskeisiä liiketalouden lukuja. (Metsä Group, n.d.-e)

Kuva 1. Metsä Groupin yritys rakenne.

METSÄ GROUP	PUUNHANKINTA JA METSÄPALVELUT	METSÄ WOOD	METSÄ FIBRE	METSÄ BOARD	METSÄ TISSUE
TOIMIALA	Puunhankinta ja metsäpalvelut	Puutuotteet	Sellu- ja sahateollisuus	Kartonki	Pehmo- ja tiivispaperit
HENKILÖSTÖ	700	1550	1600	2250	2500
LIKEVAIHTO	2,2 mrd. €	0,6 mrd. €	2,5 mrd. €	1,9 mrd. €	1,3 mrd. €
OMISTUS	Metsäliitto Osuuskunta 100 %	Metsäliitto Osuuskunta 100 %	Metsäliitto Osuuskunta 50.1 %, Metsä Board 24,9 %, Itochu 25 %	Metsäliitto Osuuskunta 51.8 %	Metsäliitto Osuuskunta 100 %
METSÄ SPRING INNOVAATIOYHTIÖ					

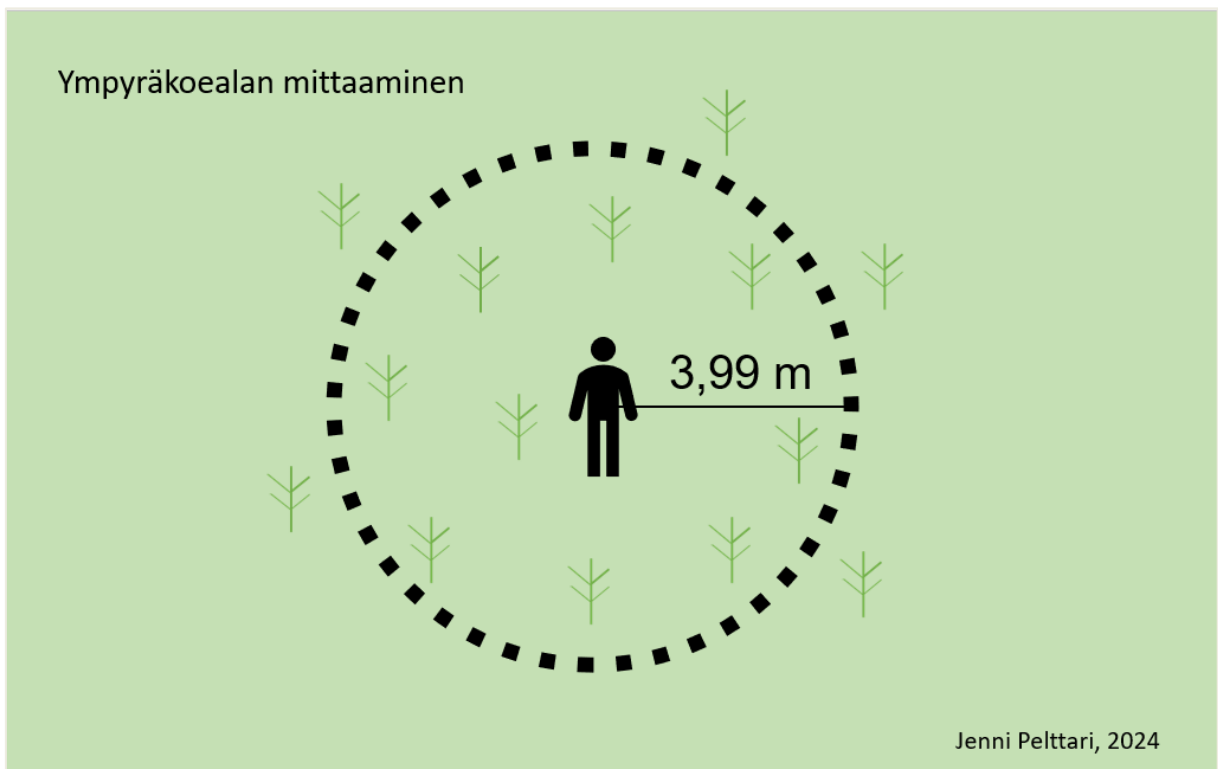
Puunhankinnan ja metsänhoidon palveluihin kuuluu maanmuokkaustyöt, taimipalvelu ja istutus, tai kylvö, taimikonhoidot, lannoitukset ja hakkuut. Metsänhoitotöiden valinnassa ja suunnittelussa auttaa metsäasiantuntija. Metsä Group tarjoaa metsänuudistamistölle laatutakuun, jonka osana laadunvarmistusta tehdään. (Metsä Group, n.d.-b; Metsä Group, n.d.-c)

2.3 Metsänhoidon laadunvalvonta ja uudistustarkastukset

Metsänhoidon uudistustarkastuksella tarkoitetaan tässä yhteydessä istuttamalla luodun taimikon laadunvarmistusta. Laadunvarmistusta tehdään yleisesti Metsäkeskuksen ohjeistusten ja metsälain mukaisesti (Leivo ym., 2023, ss. 10–33; Metsälaki 1093/1996).

Tarkastukset kannattaa sijoittaa heinättömään aikaan, eli kevääseen ja alkukesään. Uudistustarkastus voidaan suorittaa esimerkiksi systemaattisella koealaotannalla. Mittaus aloitetaan mitattavan alueen pisimmän halkaisijan määrittämisellä. Mitattavia koealoja tulee olla aina vähintään 5 kappaletta, kohteen pinta-alasta riippumatta. Koealojen etäisyys toisistaan määräytyy mitattavan alueen pinta-alan mukaan. Mittaustuloksen tulee olla kohteen yleisilmettä edustava ja riittävän selkeä. Rajatapauksissa voidaan ottaa lisäkoaloja tulkinnan helpottamiseksi. Kuten kuvassa 2 on havainnollistettu, koeala mitataan 3,99 metrin mittakeppiä käyttäen siten, että ympyräkoevalta mitataan muokkausjälkien ja kasvatuskelpoisten taimien lukumäärä. Kertoimena tulosten tarkastelussa käytetään lukua 200. (Leivo ym., 2023, ss. 10–33)

Kuva 2. Ympyräkoevalan mittaaminen.



Tarkastuksessa lasketaan mukaan kasvatettaviksi tarkoitettujen puulajien kasvukelpoiset taimet, joiden runkoläpimitta on enintään 7 senttimetriä ja pituus vähintään 10 cm. Kuolleita taimia ei lasketa mukaan. Kuolleisiin luetaan sellaiset taimet, joissa ei ole eläviä oksia, tai jotka ovat niin pahasti vaurioituneet, etteivät ne selviä seuraavalle kasvukaudelle. Mukaan luettavien taimien välissä tulee olla vähintään 0,5 metriä. (Leivo ym., 2023, ss. 10–33)

Koealojen mittaustulosten perusteella saadaan tarkastetulle alueelle arvosana istutuksen onnistumisesta. Metsäkeskus on määrittänyt metsänuudistamisen arvosteluun seuraavat arvosanat: hyvä, huomautettavaa ja virheellinen (Leivo ym., 2023, ss. 10–33). Näiden lisäksi alan toimijoilla voi olla omia toimintatapoja ja tarkentavia määritelmiä. Metsä Groupilla uudistustarkastuksen tulokset tulevat asiakkaalle näkyviin Metsäverkkoon ja tarkastuksista ollaan yhteydessä asiakkaaseen myös puhelimitse. Hyväksytyistä tarkastuksista harjoittelija soittaa palautteenannon ja muissa tilanteissa asiakkuudesta vastaava metsäasiantuntija hoitaa asian eteenpäin.

2.4 Metsäverkko

Metsäverkko on verkkopalvelu, jossa metsänomistaja voi tarkastella ja hallita metsäomaisuuttaan. Metsä Group tarjoaa palvelun asiakkailleen maksuttomana. Verkkopalveluun kirjaututaan pankkitunnuksilla tai mobiilivarmenteella. Palvelussa voi tarkastella ja päivittää metsäsuunnitelmaa, tilata metsänhoitotöitä ja pyytää tarjouksen puukaupasta. Metsäverkko tarjoaa Metsä Groupin omistajajäsenille mahdollisuuden hoitaa metsäverotusta ja seurata metsän arvon kehitystä ja kasvua ja tehdä osuussijoituksia. Lisäksi Metsäverkossa voi esimerkiksi tavata metsäasiantuntijaa videoneuvottelun muodossa. (Metsä Group, n.d.-d)

Metsäverkko on käytettävissä myös mobiilisovelluksena. Sovelluksen voi ottaa käyttöön, kun metsävaratiedot on luovutettu Metsä Groupille. Metsäverkon mobiilisovelluksessa on käytettävissä lähes samat ominaisuudet kuin verkkopalvelussa ja Metsä Group kehittää virtuaalisia palveluitaan aktiivisesti. (Metsä Group, n.d.-d)

2.5 Asiakaskokemus

Asiakaskokemus voidaan tunnistaa perinteisesti fyysisenä kohtaamisena, jossa asiakas ja palvelun tarjoaja kohtaavat kasvotusten. Kasvokkain tapahtuvaa kohtaamista voidaan edelleen pitää tärkeimpänä kohtaamispisteenä. Toinen tärkeä asiakaskokemusta määrittävä kohtaaminen on kuitenkin digitaalisilla alustoilla ja sosiaalisessa mediassa tapahtuva asiakaskohtaaminen. Kolmantena osa-alueena toimii tiedostamaton tunnekokemus, jossa asiakkaan kokonaisvaltaisen brändikokemuksen muodostumiseen vaikuttavat kaikki aiemmat olettamukset, näkemykset ja mielikuvat yrityksestä. Näihin lukeutuvat esimerkiksi asiointihistoria, mielikuva hintalaatu suhteesta ja kohtaamisessa muodostunut ensivaikutelma. Fyysinen, digitaalinen ja tiedostamaton asiakaskokemus vaikuttavat kaikki toisiinsa. Mikäli yhdellä osa-alueella onnistuu tuottamaan ylivoimaisen asiakaskokemuksen, se voi nostaa myös kahden muun kokemusrarvoa. Toisaalta yhdessä epäonnistuminen voi alentaa myös kahta muuta kokemusta. (Ahvenainen ym., 2017, ss. 34, 56)

Ahvenaisen ym. (2017, ss. 44–46) mukaan asiakkaan tiedostamaton kohtaaminen, eli brändikokemus on merkittävä osa asiakaskokemusta. Brändikokemus syntyy useiden osa-alueiden summasta: kaikesta viestinnästä, näkyvistä ja tuntuista kokemuksista sekä näkymättömistä tuntemuksista ja uskomuksista. Brändikokemukseen kuuluu esimerkiksi tuotteet ja palvelut, arjen teot, viestintä, sävyt ja henkilökohtainen viestintä. Brändikokemus voidaan jakaa kahteen osa-alueeseen, jotka ovat sisäinen ja ulkoinen brändikokemus. Asiakkaan sisäinen brändikokemus muodostuu esimerkiksi yrityksen arvojen, arjen tekojen ja viestinnän kautta. Ulkoinen brändikokemus taas muodostuu toiminnan kohtaamisten ja kokemusten kautta, kuten liikkeessä asioidessa ja asiakaspalvelutilanteissa yrityksen edustajan kanssa käydyn keskustelun perusteella.

Asiakaskokemuksen kaikkein tärkein osa on niin kutsuttu ydinasiakaskokemus, eli vastaako yritys asiakkaan tarpeeseen, vai ei. Eri kohtaamispisteillä digitaalisessa ja analogisessa maailmassa on erilainen painoarvo ja vaikutus, mutta niiden summa muodostaa ydinasiakaskokemuksen. Asiakaskokemuksen kokonaisuuteen vaikuttavat kaikki liiketoimintaan osalliset tahot, jotka muodostavat asiakkaan matkan. Näihin kuuluu esimerkiksi asiakaspalvelu, markkinointi, myynti, tuotteet, palvelut, laskutus, sosiaaliset mediat ja huolto. On tärkeää tarkastella asiakaskokemusta kokonaisuutena ja kiinnittää huomiota asiakkaan matkan jokaiseen kohtaan. Jotta ydinasiakaskokemusta voidaan kehittää ja systemaattisesti parantaa, on ymmärrettävä asiakkaan matka kokonaisuudessaan ja tunnettava asiakaskokemuksen tuottavat tekijät ja myös riskit, sidosryhmät ja alihankkijat mukaan lukien. (Ahvenainen ym., 2017, ss. 70–73)

Kun asiakas kokee tulevansa huomioiduksi, kuunnelluksi, ymmärretyksi ja häneen pidetään yhteyttä sekä annetut lupaukset pidetään, ja työn laatu on korkea, syntyy positiivinen asiakaskokemus. Positiivisen asiakaskokemuksen kautta syntyy uusia toimintamalleja ja tuottavuus paranee. Tästä hyötyvät kaikki palvelun tarjoajasta asiakkaaseen. (Fischer & Vainio, 2014, Palveluliiketoiminta on kokemuksen johtamista -luku)

Myös asiakas osallistuu oman asiakaskokemuksensa luomiseen, jolloin ylivertainen palvelukokemus luodaan yhdessä asiakkaan kanssa. Niin ikään työntekijäkin vaikuttaa omaan työyhteisökokemukseensa. Vastuu positiivisen kierteen muodostamisesta on jokaisella toimijalla esihenkilöstä alaisiin, kollegoihin ja asiakkaisiin. Asiakaskokemuksen ja kilpailukyvyn taustalla on laatuysteys eri toimijoiden välillä, mikä heijastuu koko palveluliiketoiminnan ketjuun. Laatuysteudessa on kyse tunne-energiasta, jota tulee perinteisen rationaalisen ajattelun sijaan tarkastella systeemisesti. (Fischer & Vainio, 2014, Kaikki vaikuttaa kaikkeen -luku)

Tunteita ja energiaa tarkastellessa muutokset ovat lineaaristen sijaan systeemisiä. Systeemillä tarkoitetaan mitä tahansa toisiinsa vaikuttavista osista muodostuvaa kokonaisuutta, kuten verkosto, organisaatio, yksikkö tai tiimi. Systeemi muodostuu toistuvasta valinnasta, jonka yksilö tekee uudelleen samalla tavalla. Systeemiajattelussa tarkastellaan kokonaisuutta, jonka osat vaikuttavat toisiinsa. Systeemiajattelun avulla voidaan ymmärtää paremmin asioiden välisiä vaikutussuhteita. (Fischer & Vainio, 2014, Kaikki vaikuttaa kaikkeen -luku)

3 Kehittämistyön tarkoitus ja tavoite

Tämän opinnäytteen tavoitteena oli kyselytutkimuksen avulla kerätä toimeksiantajan asiakkailta kokemus- ja mielipidepohjaista tietoa koskien tämänhetkistä metsänhoidon uudistustarkastusten palautteenantoa. Saadut tulokset ovat itsessään arvokasta tietoa Metsä Groupille liiketoiminnan kehittämisessä, ja tuloksia hyödynnettiin edelleen tämän opinnäytteen tuotteena syntyvän toimintamallin luomiseen. Lopputuloksena tavoiteltiin, että harjoittelijan työskentely helpottuu ja puhelinyhteydenottojen laatu paranee, jonka seurauksena asiakastyytyväisyys kasvaa ja asiakaskokemus kokonaisuutena paranee.

Tavoitteeseen pyrittiin vastaamalla tutkimusongelmaan: Millainen uudistustarkastusten puhelinyhteydenottojen asiakaskokemus on nyt, miten toimintamallia voitaisiin selkeyttää ja

asiakaskokemusta parantaa? Hypoteesina oli, että asiakkaat pitävät palautteenantoa tärkeänä ja toivovat puhelimitse annettavaa palautetta metsissään toteutetuista uudistustarkastuksista jatkossakin. Harjoittelijat ovat saaneet perehdytyksen työhön, mutta varsinaista kirjallista toimintamallia palautteenantoon ei ole ollut käytössä. Siten voidaan ajatella, että käytänteet saattavat vaihdella toimipaikoittain. Peruskäytäntöjen tulisi palautteenannossa kuitenkin olla kunnossa. Tämä tarkoittaa, että vuoden 2023 hyväksytyistä uudistustarkastuksista pitäisi olla soitettu palautepuhelu asiakkaille kyseisen vuoden aikana, ja puhelussa kerrottu uudistustarkastuksesta oleelliset tiedot.

Opinnäytteen tuotteena kehitettävää toimintamallia halutaan hyödyntää Metsä Groupilla ainakin harjoittelijoiden käytössä. Toimintamalli on tarkoitettu hyväksytyjen metsänhoidon uudistustarkastusten palautteenannon tueksi. Palautteenanto tapahtuu puhelimitse metsänomistajalle, jonka palstaa uudistustarkastus koskee. Toimeksiantajan kanssa on sovittu, että toimintamalli jätetään tausta-aineistoon ja luovutetaan Metsä Groupille. Syynä tähän on liiketoimintasalaisuuksien suojeleminen. Tässä raportissa keskitytään kuvaamaan kyselytutkimuksen prosessia.

4 Tutkimusmenetelmät

Toimeksiantajan tarpeeseen vastaamiseksi työlle määritettiin tutkimusongelmat. Tutkimusongelmien ratkaisemiseksi valittiin parhaiten tarpeita vastaavat tutkimusmenetelmät. Koska haluttiin kerätä määrällistä tietoa tietyltä kohderyhmältä, valikoitui tutkimusmenetelmäksi kvantitatiivinen tutkimus.

Jotta kvantitatiivinen kyselytutkimus voidaan toteuttaa, tarvitaan ymmärrystä asiakastutkimuksen periaatteista ja asiakkuuteen liittyvien tekijöiden tutkimiseen tarvittavista menetelmistä. Aiheita tarkastellaan tässä yhteydessä erityisesti yritys näkökulmasta, jotta raportissa voidaan ottaa huomioon tutkimustuloksiin vaikuttavat seikat ja työssä välittyvä toimeksiantajan tarpeen huomioiminen.

4.1 Kvantitatiivinen tutkimus

Heikkilän (2014, s. 15) mukaan kvantitatiivinen tutkimus on määrällistä tutkimusta, jota kutsutaan myös tilastolliseksi tutkimukseksi. Kvantitatiivisella tutkimusmenetelmällä voidaan

etsiä vastauksia lukumääriin ja prosenttiosuuksiin liittyviin kysymyksiin. Tutkimuksen onnistumiseksi otoksen on oltava riittävän suuri ja edustava. Kvantitatiiviselle tutkimukselle on ominaista, että tarkasteltavia asioita kuvataan numeeristen suureiden avulla.

Tutkimusmenetelmällä voidaan selvittää tarkasteltavan asian nykytilanne, mutta syiden selvittäminen on vaikeaa. Kvantitatiivisen tutkimuksen toteuttamiseksi käytetään usein standardoituja, eli suljettuja tutkimuslomakkeita, joissa on valmiit vastausvaihtoehdot. Kvantitatiivinen tutkimus vastaa kysymyksiin mikä, missä, paljonko ja kuinka usein.

Kvantitatiivisessa tutkimuksessa voidaan käyttää valmiita tietoaaineistoja, tai tiedot voidaan kerätä itse. Empiirisessä tutkimuksessa oman aineiston kerääminen on tavallista, sillä valmiita tiedostoja on usein vaikeaa hyödyntää sellaisenaan, tai muuntaa luontevasti käytettävään muotoon. Kun aineisto kerätään itse, valitaan tutkimusongelman perusteella tiedonkeruumenetelmä, joka voi olla esimerkiksi posti- puhelin, tai internetkysely.

Jälkimmäisessä tutkimuksen onnistumiseen vaikuttaa suuresti kyselylomakkeen tekninen toteutus. (Heikkilä, 2014, ss. 16–17)

Kvantitatiiviseen tutkimukseen päädyttiin erityisesti siksi, että tarvittava aineisto saadaan sillä tavoin kerättyä selkeimmässä mahdollisessa muodossa jatkojalostusta ajatellen. Haluttu tieto on myös tehokasta kerätä määrällisesti ja tutkittavien anonymiteetti kyetään säilyttämään parhaalla mahdollisella tavalla, kun tarvetta henkilötietojen keräämiseen ei ole.

Kvantitatiivinen tutkimustapa on lisäksi kustannustehokas vaihtoehto, joka soveltuu hyvin asiakaskokemuksen selvittämiseen ja kysely voidaan muodostaa siten, että vastaajan on helppoa ja nopeaa vastata. Oman, selkeälinjaisen aineiston kerääminen tarjoaa toimeksiantajalle myös myöhempiä käyttö- ja vertailumahdollisuuksia.

4.2 Asiakastutkimus ja kyselytutkimus

Liiketoiminnan suunnittelussa työkaluna toimii asiakastutkimus. Asiakastutkimuksella voidaan selvittää vastauksia liiketoiminnan kysymyksiin, kuten esimerkiksi uusiin liiketoimintamahdollisuuksiin, tai nykyisten palveluiden kehittämiseen ja arviointiin liittyen. Asiakkaat osallistuvat asiakastutkimukseen saadakseen tulevaisuudessa parempaa palvelua ja vastauksia tarpeisiinsa. Asiakastutkimuksessa tarvittavien tietojen saamiseksi tulee määrittää tutkimuskysymykset. (Pöyhönen ym., 2023, ss. 76–78)

Kyselytutkimukset ovat lomakkeisiin perustuvia aineistonkeruumenetelmiä, joilla kerätään yleensä kvantitatiivista tietoa kohderyhmältä. Kyselyssä voi olla myös avoimia kysymyksiä. Kyselytutkimusta voidaan hyödyntää esimerkiksi ilmiön suuruusluokan arviointiin ja tuotteen

tai palvelun potentiaalin kartoittamiseen. Vahvuutena kyselytutkimuksessa voidaan pitää sen nopeutta ja helppoutta. Ongelmana voi kuitenkin olla, että se perustuu tutkijan omiin näkemyksiin siitä, mitä tietoa on tarpeen kerätä. Yrityksen on myös hyvä muistaa, että omaa asiakaskuntaa on kannattavaa tutkia, mutta riskit on tunnistettava. Asiakassuhde ja asiakkaan sitoutuneisuus voivat vääristää tuloksia, kun esimerkiksi uskollinen asiakas antaa positiivisemman vastaustuloksen. (Pöyhönen ym., 2023, ss. 179–215)

Kyselytutkimusta tehtäessä on tiedettävä, mihin kysymyksiin etsitään vastauksia. Tutkimuslomakkeen laatimiseksi täytyy nimetä tutkittavat asiat, suunnitella lomakkeen rakenne, muotoilla kysymykset, testata lomake ja tehdä tarpeelliset korjaukset. Lomakkeen on oltava vastaajalle houkutteleva, sillä jo lomakkeen ulkonäkö vaikuttaa, aikooko vastaaja käyttää siihen aikaansa. Lomakkeen alkuun kannattaa sijoittaa helpot kysymykset, joilla pyritään herättämään vastaajan mielenkiinto. Hyvä tutkimuslomake on piirteiltään selkeä, ja houkuttelevan näköinen, hyvin aseteltu ja vastausohjeiltaan yksiselitteinen. Kysymykset on numeroitu ja niiden tulee edetä loogisessa järjestyksessä. Lomake ei myöskään saa olla liian pitkä, vaan jokainen kysymys on tarkkaan harkittu. Oleellista on, että lomake saa vastaajan tuntemaan vastauksensa tärkeiksi. Hyvä lomake on myös helppo käsitellä tilasto-ohjelmilla. (Heikkilä, 2014, ss. 46–47)

Kyselytutkimuksessa voidaan käyttää strukturoituja, eli suljettuja kysymyksiä, jos selvästi rajatut vastausvaihtoehdot tiedetään etukäteen ja niitä on rajoitettu määrä. Suljetut kysymykset yksinkertaistavat vastausten käsittelyä ja auttavat torjumaan joitain vastausvirheitä. Lisäksi valmiita vastausvaihtoehtoja käyttämällä vastaaminen ei esty esimerkiksi kielivaikeuksien takia ja vastaajan on helpompi antaa myös negatiivisävytteistä palautetta. Suljettuja kysymyksiä käytettäessä vastausvaihtoehtoja ei tule olla liikaa ja vaihtoehtojen tulee olla toisensa poissulkevia ja järkevästi muotoiltuja. Kaikille vastaajille tulee olla sopiva vastausvaihtoehto. Nopeus on suljettujen vastausten etu, mutta se voi myös vaikuttaa negatiivisesti niin, ettei vastaaja harkitse antamiaan vastauksia. Riskinä on myös esimerkiksi vastaajan johdatteleminen kysymysten muotoilulla. Suljettuja vastauksia hyödyntämällä tulosten tilastollinen käsittely on helppoa. (Heikkilä, 2014, s. 49)

Onnistuneen kyselytutkimuksen neljä kulmakiveä ovat Dillmanin ym. (2014, ss. 3–10) mukaan kattavuusvirhe, näytevirhe, vastaamattomuusvirhe ja mittausvirhe. Onnistuneessa kyselytutkimuksessa otos on rajattu siten, että se edustaa koko perusjoukkoa, vaikka tutkimus kohdistuisi perusjoukosta rajattuun joukkoon. Mikäli otos ei jostakin syystä ole edustava, altistuu tutkimus kattavuusvirheelle, eli tutkimustulos ei ole sovellettavissa koko perusjoukkoon. Jos vain tiettyjä kohteita tai henkilöitä otetaan mukaan otokseen ja toisia

saman joukon kohteita tai henkilöitä ei, muodostuu näytevirhe. Vastaamattomuusvirheellä tarkoitetaan sitä, kun sellaiset henkilöt jättävät vastaamatta, jotka vastauksiltaan ja ominaisuuksiltaan eroavat henkilöistä, jotka antavat vastauksen, ja tämä vaikuttaa tulokseen. Mittausvirhe voi syntyä, jos vastaaja esimerkiksi ymmärtää kysymyksen väärin ja vastaa siksi väärällä tavalla, tai jos tämä vastaa tietoisesti väärin. Myös kyselyn muotoiluseikat, tai huonosti suunniteltu kysely voivat altistaa mittausvirheelle.

Sähköpostitse toteutettava kyselytutkimus on tehokas tapa kerätä tietoa, koska se on nopeaa, edullista, ja tavoittaa nykypäivänä suurimman osan väestöstä. Myös älylaitteiden lisääntynyt käyttö parantaa sähköpostikyselyn kannattavuutta, sillä kyselyn helppo ja nopea saatavuus ja vastattavuus madaltaa vastaamiskynnystä. (Dillman ym., 2014, s. 301)

5 Kyselytutkimuksen toteutus

Perusjoukon koko määrittää, tehdäänkö kokonaistutkimus vai otantatutkimus. Jos otoskoko ylittää puolet perusjoukon koosta, on kannattavampaa tehdä kokonaistutkimus. Otoksessa tulee olla vähintään 50 tilastoyksikköä, ja otoskoon ollessa edes kolmasosan perusjoukosta, on syytä harkita kokonaistutkimusta. (Heikkilä, 2014, s. 43)

Koska kohderyhmä oli suppea, tehtiin kokonaistutkimus. Tutkimuksen perusjoukoksi määritettiin Metsä Groupin asiakkaana Tampereen piirillä olleet metsänomistajat, joiden metsäpalstalle oli toteutettu hyväksytyllä arvosanalla uudistustarkastus vuoden 2023 aikana. Perusjoukon muodostamiseen vaikutti myös asiakkaan tavoitettavuus ja asiakkuuden voimassaolo. Kesällä 2023 hyväksytyjen uudistustarkastusten joukossa oli esimerkiksi kuolinpesiä, joita on sittemmin jaettu, ja siten niitä on mahdotonta ottaa mukaan tutkimukseen. Samalla tavalla meneteltiin myös muissa tapauksissa, joissa metsänomistajuus oli uudistustarkastuksen jälkeen vaihtunut, tai metsänomistaja ei muusta syystä ollut tavoitettavissa. Tällaisissa tapauksissa konsultoitiin kunkin asiakkuuden metsäasiantuntijaa. Lopullinen valinta tutkimukseen sisällyttämisestä tehtiin tapauskohtaisesti, kuitenkin niin, että samat valintakriteerit pätevät kaikkiin tutkittaviin.

Kyselytutkimus laadittiin Webropol-ohjelmaa hyödyntäen. Kysely koostui kymmenestä suljetusta kysymyksestä. Vastausvaihtoehdot olivat pääasiassa ”kyllä”, ”ei” ja ”en osaa sanoa” -muotoisia valintakysymyksiä ja numeerisia arviointi -kysymyksiä. Valmis kyselytutkimus hyväksyttiin toimeksiantajalla ja lähetettiin opinnäytteen ohjaajan

kommentoitavaksi. Kommenttien jälkeen tehtiin kyselyyn vielä tarvittavat muutokset ja ennen kyselyn lähettämistä toteutettiin koevastauskierros. Kyselyn yhteyteen laadittiin myös saatekirje. Saatekirjeessä muun muassa esiteltiin tutkimus, tietojen tarve ja käyttötarkoitus ja ilmoitettiin tutkimukseen osallistumisen vapaaehtoisuudesta.

Heikkilän (2014, s. 59) mukaan saatekirjeen on tarkoitus motivoida vastaajaa täyttämään kyselylomake, mutta myös selvittää vastaajalle tutkimuksen tausta ja tavoite. Saatekirje voi olla ratkaiseva sen kannalta, ryhtyykö vastaaja täyttämään lomaketta. Hyvässä saatekirjeessä ilmoitetaan muun muassa tutkimuksen toteuttaja ja mahdolliset rahoittajat, tutkimuksen tavoite, tutkimustietojen käyttötapa ja ilmoitetaan tietojen luottamuksellisuudesta. Jo saatekirjeessä on tärkeää kiittää vastaajaa.

Kyselyn lähettämiseksi tarvittiin kohderyhmän sähköpostiosoitteet. Osoitteet saatiin toimeksiantajalta tutkimustarpeeseen perustuen. Sähköpostiosoitteiden keräämisessä ilmeni joitakin haasteita ja niiden keräämiseksi tehtiin yhteistyötä useamman metsäasiantuntijan kanssa. Kävi ilmi, ettei osoitteita ollut mahdollista koota tavanomaisten dataraporttien tavoin käytössä olevilla ohjelmilla, vaan ne tuli koota useita ohjelmia hyödyntäen manuaalisesti.

Lopullinen kyselytutkimus lähetettiin kohderyhmälle 22.01.2024. Vastausaikaa annettiin kaksi viikkoa. Vastausajan puolivälissä lähetettiin muistutusviesti vastausprosentin kasvattamiseksi. Ensimmäisen kutsuviestin yhteydessä vastaajille annettiin mahdollisuus poistua viestilistalta, jolloin muistutusviestiä ei lähetetty listalta poistuneille. Kysely suljettiin 5.2.2024. Kysely toteutettiin anonymisti, sillä henkilötietojen kerääminen ei ollut tutkimuksen kannalta tarpeellista. Kyselylomake on PDF-tiedostona raportin liitteessä 1.

Kyselytutkimuksessa esitettiin seuraavat kysymykset:

1. Oltiinko sinuun puhelimitse yhteydessä vuoden 2023 aikana, koskien metsätalallasi toteutettua uudistustarkastusta?
2. Kuinka tärkeänä pidät palautteenantoa metsänuudistamisen tuloksista?
3. Kuinka tärkeänä pidät puhelimitse annettavaa palautetta metsänuudistamisen tuloksista?
4. Kuinka hyvin sinulle kävi ilmi puhelun aikana, mistä metsäpalstasta on kyse?
5. Kuinka hyvin istutetun taimikon kasvutilanne välittyi puhelun aikana?
6. Miten selkeäksi koit palautteenannon kokonaisuudessaan?
7. Informoitiinko sinua puhelun aikana siitä, että uudistustarkastuksen tulokset ovat nähtävissä myös Metsäverkossa?

8. Annettiinko sinulle puhelun aikana mahdollisuus esittää jatkokysymyksiä koskien uudistustarkastusta ja / tai metsänuudistamista?
9. Mikäli esität jatkokysymyksiä koskien uudistustarkastusta ja/tai metsänuudistamista, saitko vastauksen, tai ohjattiinko sinua asiassa eteenpäin?
10. Kuinka todennäköisesti suosittelet Metsä Groupin metsänuudistamisen palveluita toiselle metsänomistajalle, tai käyttäisit niitä itse uudelleen?

6 Tulokset

Kysely lähetettiin 45 vastaanottajalle. 1 viestin lähetys epäonnistui tuntemattomasta syystä ja lähetyslistalta poistui ensimmäisen kutsuviestin jälkeen 8 vastaajaa.

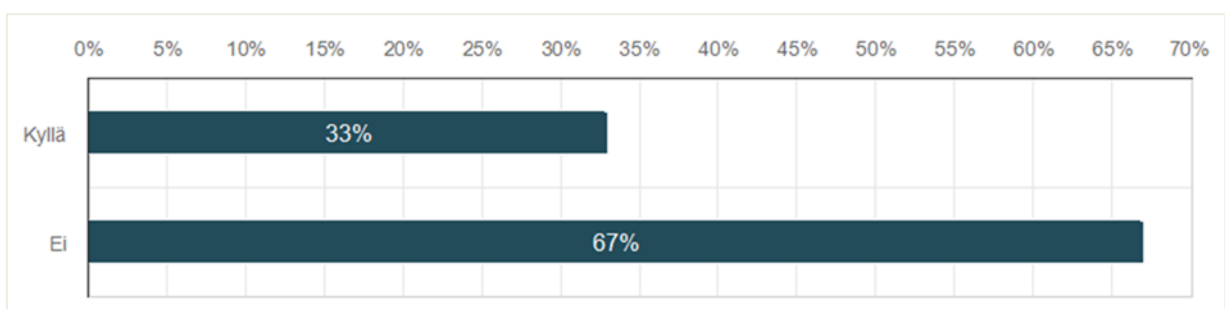
Kokonaisvastausprosentti oli 33 %. Niin kutsutulla ensimmäisellä kierroksella kyselyyn vastasi 40 % ja muistutusviestin lähettämisen jälkeen 60 % vastaajista.

Ensimmäisessä kysymyksessä kysyttiin, oliko asiakkaaseen oltu puhelimitse yhteydessä vuoden 2023 aikana koskien hänen metsätalallaan toteutettua uudistustarkastusta.

Vastausvaihtoehdot olivat kyllä, ei, ja en osaa sanoa. Kysymykseen vastasi 15 henkilöä.

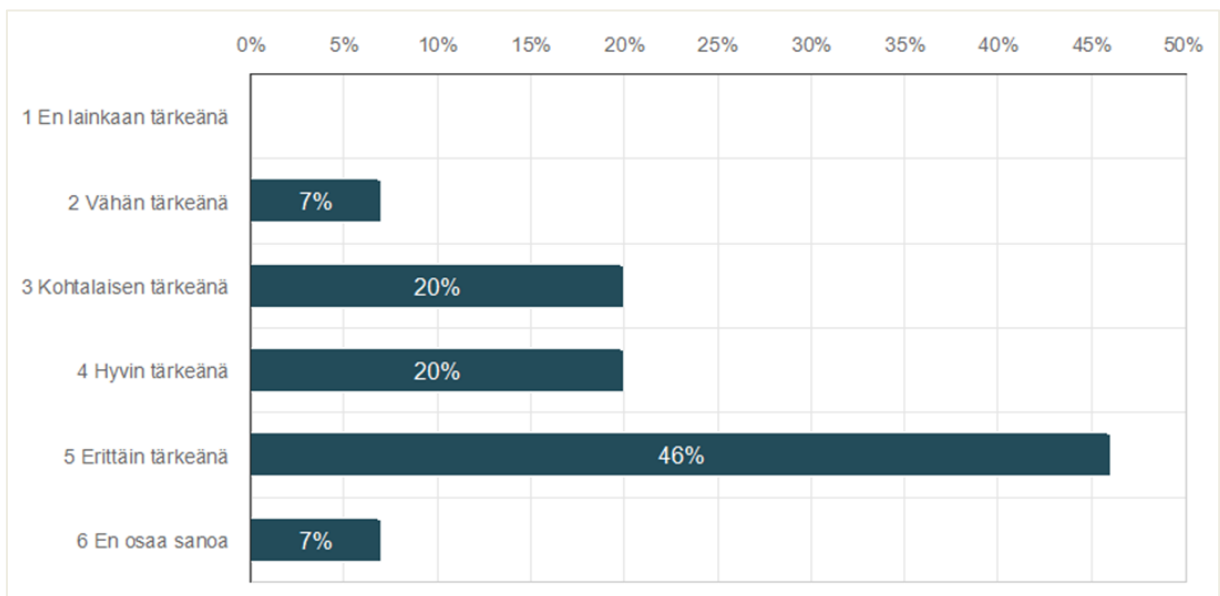
Kyselyyn vastanneista 33 % vastasi, että heihin oli oltu puhelinyhteydessä uudistustarkastuksista vuoden 2023 aikana, ja 67 % vastasi kieltävästi. Kysymyksen tulokset on esitetty kuvassa 3.

Kuva 3. Kyselyn tulokset, kysymys 1. Oltiinko sinuun puhelimitse yhteydessä vuoden 2023 aikana, koskien metsätalallasi toteutettua uudistustarkastusta?



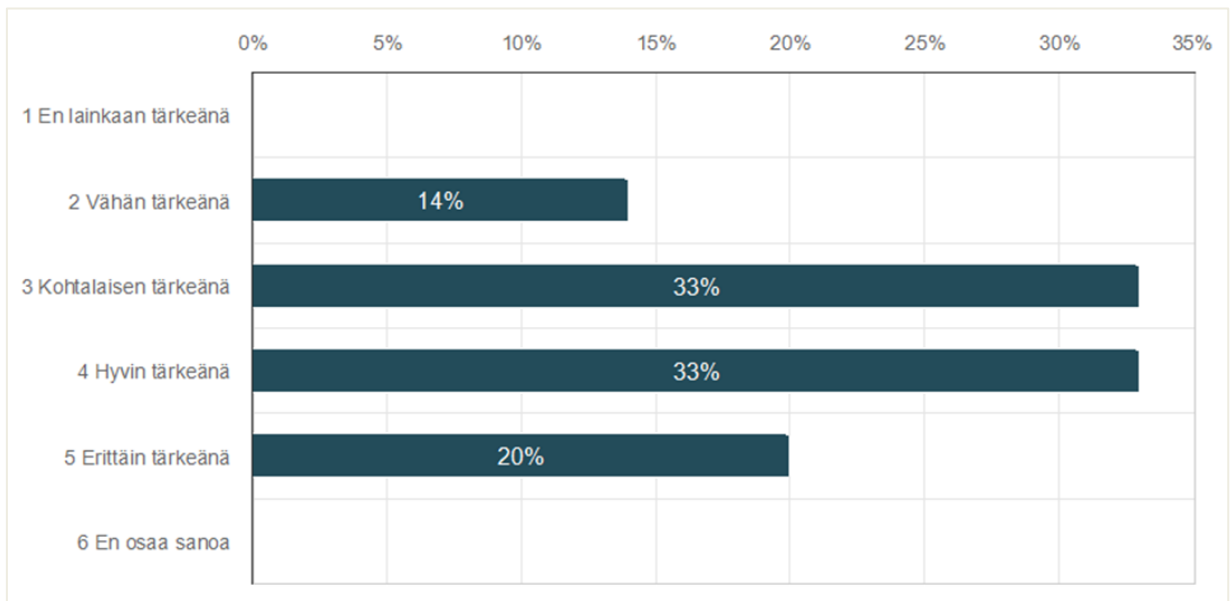
Toisessa kysymyksessä selvitettiin, kuinka tärkeänä asiakas pitää palautteenantoa metsänuudistamisen tuloksista. Vastausvaihtoehdot olivat välillä 1-6 siten, että 1 = en lainkaan tärkeänä, 2 = vähän tärkeänä, 3 = kohtalaisen tärkeänä, 4 = hyvin tärkeänä, 5 = erittäin tärkeänä ja 6 = en osaa sanoa. Kysymykseen vastasi 15 henkilöä. Kuten kuvassa 4 on esitetty, 46 % vastaajista piti palautteenantoa erittäin tärkeänä, 20 % hyvin tärkeänä ja 20 % kohtalaisen tärkeänä. 7 % vastasi pitävänsä palautteenantoa vain vähän tärkeänä ja 7 % ei osannut sanoa, kuinka tärkeänä palautteenantoa pitää.

Kuva 4. Kyselyn tulokset, kysymys 2. Kuinka tärkeänä pidät palautteenantoa metsänuudistamisen tuloksista?



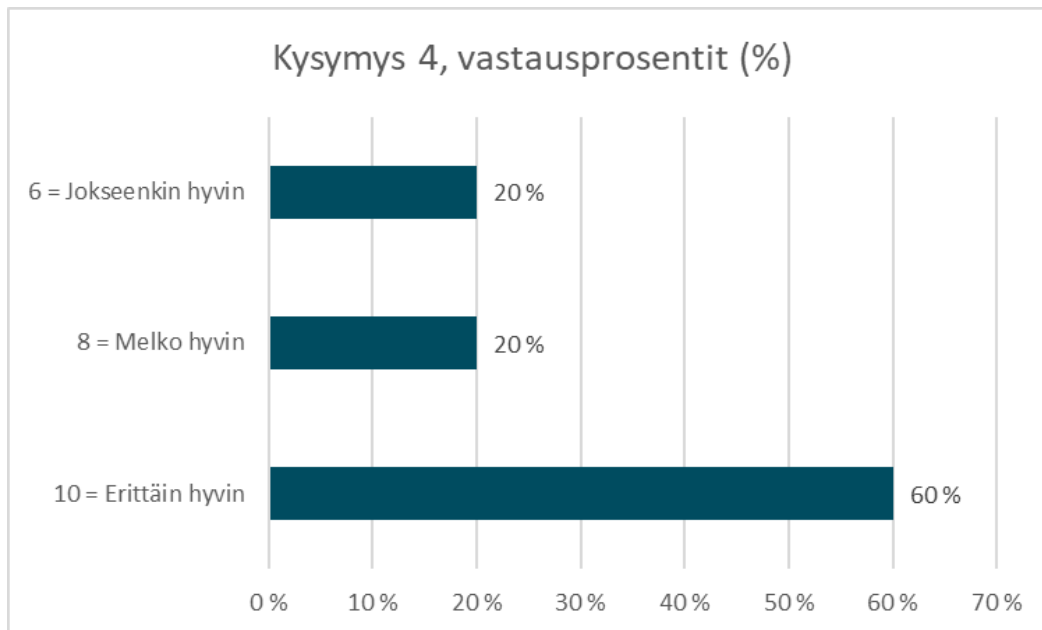
Kolmannessa kysymyksessä puolestaan selvitettiin, kuinka tärkeänä asiakas pitää puhelimitse annettavaa palautetta metsänuudistamisen tuloksista. Vastausvaihtoehdot olivat välillä 1-6 siten, että 1= en lainkaan tärkeänä, 2 = vähän tärkeänä, 3 = kohtalaisen tärkeänä, 4 = hyvin tärkeänä, 5 = erittäin tärkeänä ja 6 = en osaa sanoa. Kysymykseen vastasi 15 henkilöä. 20 % vastaajista piti puhelimitse annettavaa palautetta erittäin tärkeänä, 33 % hyvin tärkeänä ja 33 % kohtalaisen tärkeänä. 14 prosentin mielestä puhelimitse annettava palaute oli vain vähän tärkeää. Vastausten jakauma on esitetty kuvassa 5.

Kuva 5. Kyselyn tulokset, kysymys 3. Kuinka tärkeänä pidät puhelimitse annettavaa palautetta metsänuudistamisen tuloksista?



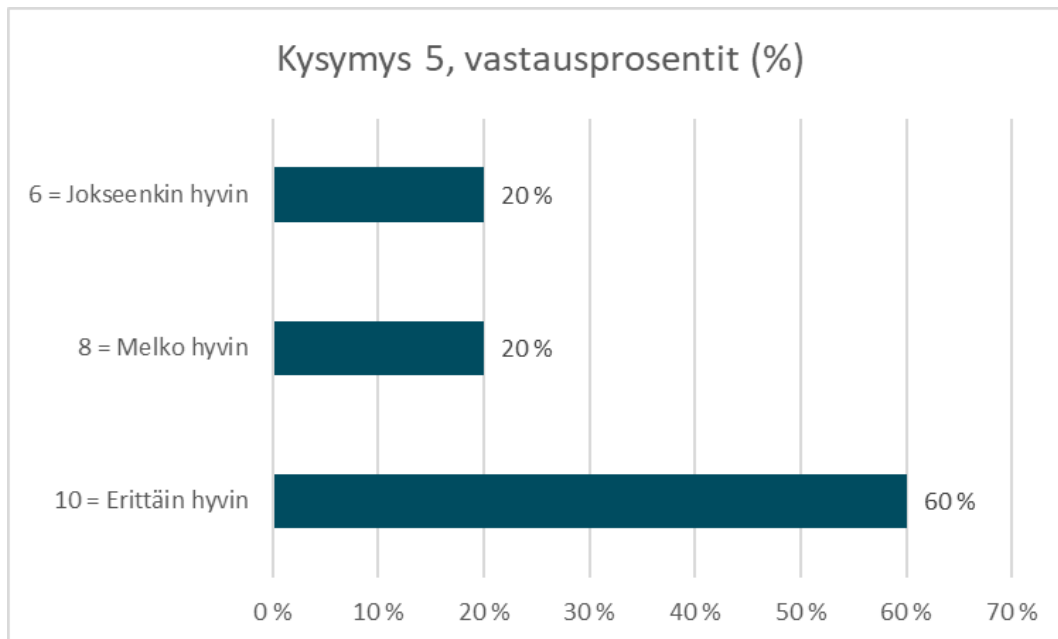
Neljännessä kysymyksessä kysyttiin, kuinka hyvin puhelun aikana kävi ilmi, mistä metsäpalstasta on kyse. Vastajaa pyydettiin antamaan arvosana välillä 0-10 siten, että 0 = erittäin huonosti ja 10 = erittäin hyvin. Kysymykseen vastasi 5 henkilöä. Kuten kuvassa 6 on esitetty, vastaajista 60 % antoi arvosanan 10, erittäin hyvin, 20 % antoi arvosanan 8, melko hyvin, ja 20 % arvosanan 6, jokseenkin hyvin. Arvosanojen keskiarvoksi saatiin 8,8.

Kuva 6. Kyselyn tulokset, kysymys 4. Kuinka hyvin sinulle kävi ilmi puhelun aikana, mistä metsäpalstasta on kyse?



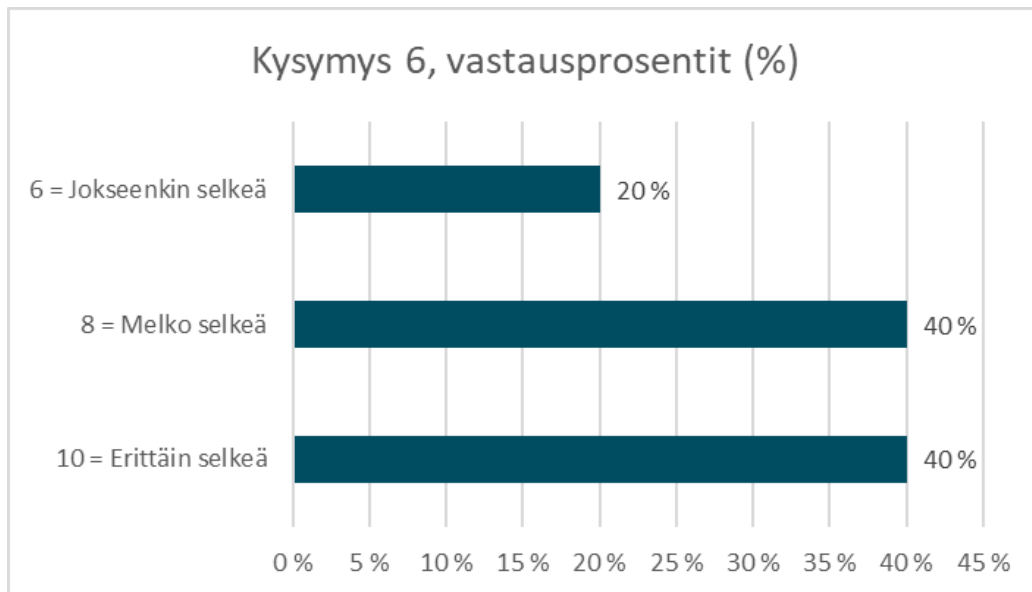
Viides kysymys selvitti, kuinka hyvin tarkastetun taimikon kasvutilanne välittyi puhelun aikana. Vastajaa pyydettiin antamaan arvosana 0-10 välillä siten, että 0 = erittäin huonosti ja 10 = erittäin hyvin. Kysymykseen vastasi 5 henkilöä. 60 % vastanneista antoi arvosanan 10, erittäin hyvin, 20 % antoi arvosanan 8, melko hyvin, ja 20 % antoi arvosanan 6, jokseenkin hyvin. Arvosanojen keskiarvoksi saatiin siten 8,8. Vastausprosentit on esitetty kuvassa 7.

Kuva 7. Kyselyn tulokset, kysymys 5. Kuinka hyvin tarkastetun taimikon kasvutilanne välittyi puhelun aikana?



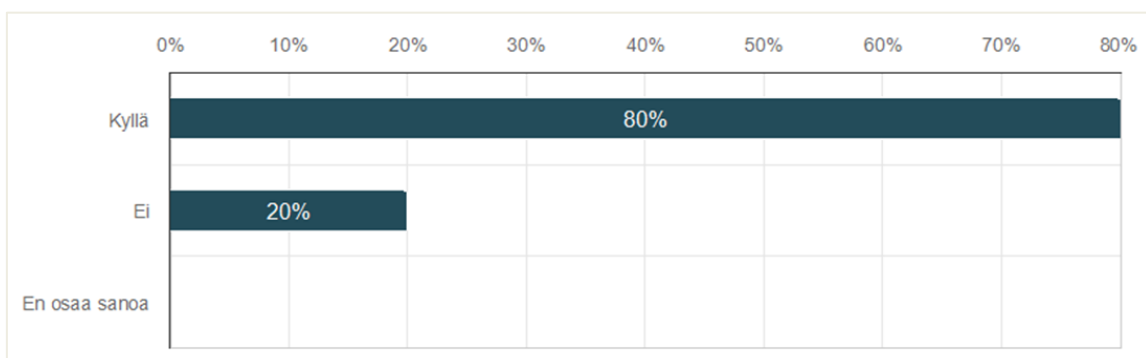
Kuudennessa kysymyksessä pyydettiin edelleen numeerisesti arvioimaan, miten selkeäksi asiakas koki palautteenannon kokonaisuudessaan. Arvoasteikko oli välillä 0-10 siten, että 0 = erittäin epäselkeä ja 10 = erittäin selkeä. Kysymykseen vastasi 5 henkilöä. 40 % antoi arvosanan 10, erittäin selkeä, 40 % antoi arvosanan 8, melko selkeä, ja 20 arvosanan 6, jokseenkin selkeä. Siten arvosanojen keskiarvo oli 8,4. Kysymyksen 6 vastausjakauma on esitettyä kuvassa 8.

Kuva 8. Kyselyn tulokset, kysymys 6. Miten selkeäksi koit palautteenannon kokonaisuudessaan?



Seitsemäs kysymys selvitti, informoitiinko asiakasta puhelun aikana siitä, että uudistustarkastuksen tulokset ovat nähtävissä myös Metsäverkossa. Vastausvaihtoehdot olivat kyllä, ei, ja en osaa sanoa. Kysymykseen vastasi 5 henkilöä. Kuten kuvassa 9 on esitettyä, 80 % vastasi, että heille oli puhelun aikana kerrottu tarkastustulosten löytyvän myös Metsäverkosta ja 20 % vastasi kieltävästi.

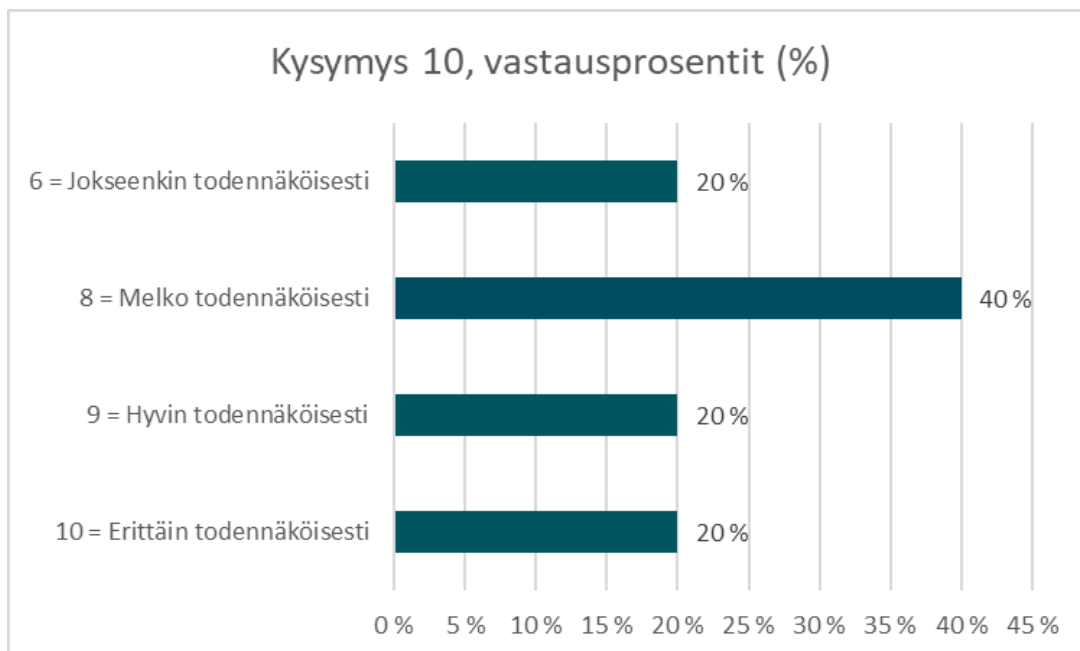
Kuva 9. Kyselyn tulokset, kysymys 7. Informoitiinko sinua puhelun aikana siitä, että uudistustarkastuksen tulokset ovat nähtävissä myös Metsäverkossa?



Kahdeksannessa kysymyksessä kysyttiin, annettiinko puhelun aikana mahdollisuus esittää jatkokysymyksiä koskien uudistustarkastuksia ja/tai metsänuudistamista. Vastausvaihtoehdot olivat kyllä, ei, ja en osaa sanoa. Kysymykseen vastasi 5 henkilöä, joista 100 % vastasi, että heille oli puhelun aikana annettu mahdollisuus esittää jatkokysymyksiä. Yhdeksännessä kysymyksessä puolestaan kysyttiin, ohjattiinko asiakasta asiassa eteenpäin, mikäli tämä oli esittänyt jatkokysymyksiä. Vastausvaihtoehdot olivat kyllä, ei, en esittänyt jatkokysymyksiä, ja en osaa sanoa. Kysymykseen vastasi 5 henkilöä, joista 100 % vastasi, ettei ollut esittänyt jatkokysymyksiä.

Kymmenennessä kysymyksessä pyydettiin numeerisesti arvioimaan, kuinka todennäköisesti asiakas suosittelisi Metsä Groupin metsänuudistamisen palveluita, tai käyttäisi niitä itse uudelleen. Arvoasteikko oli välillä 0-10 siten, että 0 = erittäin epätodennäköisesti, 5 = en osaa sanoa, ja 10 = erittäin todennäköisesti. Kysymykseen vastasi 5 henkilöä. Kuten kuvassa 10 on esitettyinä, 20 % vastanneista suosittelisi Metsä Groupin metsänuudistamispalveluita, tai käyttäisi niitä itse uudelleen erittäin todennäköisesti, 20 % hyvin todennäköisesti, 40 % melko todennäköisesti ja 20 % jokseenkin todennäköisesti.

Kuva 10. Kyselyn tulokset, kysymys 10. Kuinka todennäköisesti suosittelisit Metsä Groupin metsänuudistamisen palveluita toiselle metsänomistajalle, tai käyttäisit niitä itse uudelleen?



7 Pohdinta ja johtopäätökset

Kyselytutkimuksen ensimmäisessä kysymyksessä kysyttiin, oltiinako asiakkaaseen puhelimitse yhteydessä vuoden 2023 aikana koskien metsätilalla toteutettua uudistustarkastusta. 67 % vastaajista vastasi, ettei heihin oltu yhteydessä. Tämä oli niin tutkijalle kuin toimeksiantajalle kyselyn suurin yllätys. Vastaajat olivat kuitenkin kohderyhmää, joiden metsäpalstalle on toteutettu uudistustarkastus vuoden 2023 aikana. Tällöin heille olisi kuulunut soittaa palautepuhelu.

Tulosta voi osaltaan selittää se, ettei asiakas välttämättä muistanut enää vastaamishetkellä, että hänelle on soitettu. Asiakkaalle on myös voitu soittaa, mutta tämä ei ole ollut tavoitettavissa. Tämän seikan huomioon ottaen kyselyn kysymys olisi voitu myös muotoilla siten, että vastauksista selviäisi, onko asiakas mahdollisesti saanut aiheen tiimoilta korvaavaa tietoa esimerkiksi tekstiviestitse tai sähköpostitse. Toisaalta myös viestit hukkuvat tänä päivänä nopeasti niiden paljouden vuoksi, eikä asiakkaalla välttämättä ole kovin suurta motivaatiota palata etsimään vanhoja viestejä kyselyyn vastatessa, joten vastausprosentti ei välttämättä olisi muuttunut merkittävästi. Tuloksen taustalla voi myös osaltaan olla, että kaikilla toimipaikoilla harjoittelija ei ole soittanut jokaisesta hyväksytystä tarkastuksesta. Tuloksen parantamiseksi voitaisiin harjoittelijoiden perehdytystoimia tehostaa ja palautepuhelun tärkeyttä korostaa.

86 prosenttia vastaajista piti uudistustarkastusten palautteenantoa kohtalaisen -, hyvin -, tai erittäin tärkeänä ja vain 7 prosenttia vähän tärkeänä. Tämä osoittaa, että asiakkaat pitävät metsänhoidon uudistustarkastuksista annettavaa palautetta tärkeänä ja haluavat vastaanottaa sitä jatkossakin. 86 %:n mielestä myös juuri puhelimitse annettava palaute on kohtalaisen, hyvin, tai erittäin tärkeää. Puhelimitse annettavaa palautetta vähäisessä tärkeydessä piti 14 prosenttia, jolloin voidaan päätellä, että selvä enemmistö haluaa saada palautteen puhelimitse.

60 prosentille vastaajista kävi kysymyksessä 5 erittäin hyvin ilmi, mistä metsäpalstasta oli kyse. Lopuille 40 prosentille asia oli käynyt ilmi jokseenkin hyvin, tai melko hyvin. Tämä osoittaa, että puhelun aikana on asia esitetty ymmärrettävästi. Jatkossa palautteenannossa voitaisiin kuitenkin painottaa entistä selkeämmin jo puhelun alussa, mitä metsäpalstaa palaute koskee. 80 % vastaajista koki palautteenannon melko -, tai erittäin selkeäksi. Tämä

tukee edelleen käsitystä, että puhelimitse tehtävä palautteenanto on laadullisesti hyvällä tasolla.

Positiivisena tuloksena selvisi, että 80 prosenttia vastaajista kertoi saaneensa puhelun aikana tiedon, että uudistustarkastuksen tulokset ovat tarkasteltavissa myös Metsäverkko - palvelussa. Metsäverkosta asiakas näkee tilallaan tehdyt ja tarvittavat metsätyöt, mikä saattaa innoittaa tilaamaan lisäpalveluita onnistuneen uudistustarkastuksen tiimoilta. Siksi palautepuhelussa on tärkeää mainita asiakkaalle Metsäverkosta.

Kyselystä selvisi myös, että asiakkaille tarjotaan mahdollisuus esittää lisäkysymyksiä, mikä osaltaan luo asiakkaalle tunteen, että hän on tärkeä ja hänen toiveitaan ja kysymyksiään kuunnellaan ja niihin halutaan aktiivisesti etsiä ja tarjota ratkaisuja. Tämän tyylinen asiakaskohtaaminen luo palvelulle lisäarvoa ja kohottaa asiakaskokemuksen tasoa. Kukaan vastaajista ei ollut esittänyt jatkokysymyksiä puhelun aikana, mikä voi kertoa siitä, että asiakaspalvelun laatu on kokonaisvaltaisesti hyvällä tasolla, ja asiakkaalla voi olla saatavilla kaikki tämän tarvitsema tieto metsänuudistamisen palveluihin liittyen. Tulos voi myös kertoa siitä, että asiakkaalla on luottamus metsäasiantuntijaansa ja hän kohdistaa mahdolliset kysymyksensä mieluiten suoraan asiakkuudesta vastaavalle asiantuntijalle.

Vastaajista 80 prosenttia suosittelisi Metsä Groupin metsänuudistamisen palveluita, tai käyttäisi niitä itse uudelleen vähintään melko todennäköisesti. Arvoasteikolla 0–10 tämä vastaa arvosanaa 8. 40 prosenttia tästä joukosta antoi arvosanan 9 tai 10, joten kaikkiaan asiakaskokemuksen voidaan katsoa olevan hyvällä tasolla. Kyselyn pohjalta ei voida tulkita, missä mahdolliset kehityskohdat metsänuudistamisen kokonaisuudessa ilmenevät, mutta tämäkin tarjoaa erinomaisen mahdollisuuden syventävälle jatkotutkimukselle.

Heikkilän (2014, ss. 27–28) mukaan tutkimuksen validius, eli pätevyys, tarkoittaa lyhyesti sanottuna, ettei tutkimuksessa esiinny systemaattisia virheitä. Tutkimuslomakkeen on kysyttävä oikeita asioita tutkimusongelman ratkaisemiseksi ja katettava se kokonaisuudessaan. Validisti suoritettut mittaukset ovat keskimäärin oikeita. Validin tutkimuksen toteutumiseksi on toivottavaa, että vastausprosentti olisi korkea.

Tutkimuksen reliabiliteetti, eli luotettavuus tarkoittaa tulosten tarkkuutta. Sattumanvaraisuus ei ole tuloksissa sallittua, vaan sama tutkimus pitäisi voida toteuttaa uudelleen samanlaisin tuloksin. Tulosten sattumanvaraisuutta lisää, jos otoskoko jää pieneksi. Kyselytutkimuksissa lomakkeen palauttamatta jättäneiden määrä voi joskus nousta suureksi ja vaikuttaa reliabiliteettiin. Vastaamattomuus vääristää tuloksia, koska vastaamatta jättäneet voivat olla

ominaisuuksiltaan erilaisia kuin vastanneet. Tältä ei voida välttyä kasvattamalla otoskokoja, vaan tulisi tavoitella mahdollisimman korkeaa vastausprosenttia. Toisaalta tieteellisten tutkimusten tuloksia ei pidä yleistää pätevyysalueensa ulkopuolelle ja yhteiskunnan monimuotoisuuden vuoksi tutkimustulokset eivät välttämättä päde eri olosuhteissa. (Heikkilä, 2014, ss. 28, 42)

Kyselytutkimuksen kokonaisvastausprosentiksi saatiin 33 prosenttia, mikä nykyaikana on kohtalaisen hyvä tulos. Vastausprosentti heikkeni kyselyn loppua kohden, mikä voi kertoa kyselyn rakenteellisesta ongelmasta. Kyselyn kysymykset olisi ehkä tarvinnut asetella tai muotoilla toisin, jotta vastaajia olisi pystytty sitouttamaan kyselyn loppuun asti. Tuloksista oli havaittavissa, että mikäli vastaaja ilmoitti, ettei hänelle ollut soitettu, hän ohitti puhelua koskevat kysymykset. Kyselystä jouduttiin myös hylkäämään yksi kysymys, johon oli Webropol-ohjelmassa asetettu sääntö, joka ei kyselyssä toiminut halutulla tavalla. Virheen välttämiseksi olisi kyselyä kenties tarvinnut testata koevastauskierroksella kattavammin. Kysymyksen hylkääminen ei kuitenkaan vaikuttanut tuloksiin, eikä olisi tuottanut varsinaista lisäarvoa tutkimukselle. Tutkimusta voidaan kuitenkin pitää perusjoukon sijainnin kannalta jokseenkin luotettavana, vaikka perusjoukko jäi suppeaksi. Karkeiden erojen selvittämiseen pienikin otos on riittävä (Heikkilä, 2014, s. 40).

Opinnäyte oli ajankohtainen ja toteutettiin tilaajan tarpeeseen. Prosessin aikana ilmeni joitakin haasteita ja parannusehdotuksia. Ensimmäinen ja tulostenkin kannalta oleellinen seikka oli opinnäytteen ajankohta suhteessa tutkittavaan aiheeseen. Uudistustarkastukset ja palautteenannot suoritettiin kesän 2023 aikana, joten otollisin ajankohta kyselytutkimuksen toteuttamiselle olisi ollut mahdollisimman pian palautepuheluiden jälkeen, jolloin puhelu olisi ollut vielä tuoreena metsänomistajan mielessä. Opinnäyte olisi voinut olla mahdollista aloittaa aikaisemmin syksyllä 2023, sillä idea opinnäytetyöstä muodostui jo hyvissä ajoin kesän 2023 aikana, ja opinnäytteen tekemisestä sovittiin toimeksiantajan kanssa hyvissä ajoin. Tämä olisi vaatinut toimeksiantajalta ja työn toteuttajalta lisäjärjestelyjä ja yhteensovittamista työelämän kanssa. Näin olisi voitu minimoida ajankulun vaikutus kyselyn vastauksiin.

Merkittävin käytännön haaste ilmeni kyselyn kohderyhmän rajauksessa. Kyselyn lähettämiseen tarvittavia sähköpostiosoitteita ei ollut saatavilla valmiina rekisterinä, tai tiedostona, vaan ne piti käsityönä kerätä usean metsäasiantuntijan avustuksella, toimipaikkakohtaisesti. Tämä vei odotettua paljon kauemmin aikaa ja hidasti projektin etenemistä. Lisäksi yhteystietojen manuaalinen kerääminen monen vaiheen kautta altistaa perusjoukon mittausvirheelle, mikä tosin on inhimillistä, kun muuttujia ja toimijoita oli

tilanteessa useita. Projektissa ilmeni ehkä siis myös kehityskohta toimeksiantajan ohjelmistojen käytettävyydessä.

Parempi toimintatapa projektin kannalta tässä tilanteessa olisi ollut aloittaa opinnäytetyö jo työsuhteen voimassaoloaikana, jolloin käytössä oli vielä Metsä Groupin työntekijätunnukset tarvittaviin ohjelmiin ja tiedostoihin asiakastietojen keräämiseksi. Näin ollen tarvittavia tiedostoja olisi voitu valmistella hyvissä ajoin, eikä useita välikäsiä olisi välttämättä tarvittu. Lisäksi jo tutkimuksen alussa olisi voinut laajentaa kohderyhmää muille toimialueille, kun huomattiin perusjoukon suppeus. Näin olisi saatu kattavampi tulos, ja ehkä myös tutkimuksen reliabiliteetti olisi kasvanut. Toisaalta tutkimuksessa luontaista on, että tutkimuksen laajuudesta joudutaan tinkimään aikataulullisista syistä (Heikkilä, 2014, s. 40).

Tutkimustulosta ei tule välttämättä yleistää muille toimialueille, vaan tarkoitusta voisi palvella paremmin jatkotutkimus, jossa perusjoukkoa laajennettaisiin esimerkiksi kattamaan koko Etelä-Suomi. Tutkimustulosten tulkinnassa tulee myös huomioida, että tutkittiin mielipiteitä ja kokemuksia, jotka tutkimusmateriaalina ovat hyvin abstrakteja. Vastauksista voidaan päätellä, että asiakkaat ovat olleet palveluun tyytyväisiä ja asiakaskokemus on hyvällä tasolla. Parannettavaakin asiakaskokemuksessa löytyi. Jatkossa on tärkeää kiinnittää huomiota siihen, että kaikista hyväksytyistä tarkastuksista ollaan asiakkaaseen yhteydessä, ja jos asiakas ei ole tavoitettavissa, voidaan hänelle tiedottaa yhteydenotosta esimerkiksi tekstiviestitse. Tutkimuksen perusteella asiakkaat kokivat puhelimitse annettavan palautteen tärkeänä, joten käytänne kannattaa säilyttää osana asiakaspalvelua ja sen laatuun tulee panostaa jatkossakin.

7.1 Arviointi

Tutkimusongelmana oli, että toimeksiantajalla ei ollut harjoittelijoiden käytössä varsinaista kirjallista toimintamallia tukemassa metsänhoidon uudistustarkastusten palautteenantoa ja toimintamallin luomiseksi tarvittiin tietoa palautteenannon asiakaskokemuksesta.

Tutkimuskysymykset olivat, millainen uudistustarkastusten puhelinyhteydenottojen asiakaskokemus on nyt, miten toimintamallia voitaisiin selkeyttää ja asiakaskokemusta parantaa. Uudistustarkastusten puhelinyhteydenottojen asiakaskokemus vuoden 2023 osalta saatiin selvitettyä riittävän luotettavalla tasolla kyselytutkimuksen avulla. Kyselyllä saatiin kerättyä aineisto, jonka avulla onnistuttiin luomaan toimintamalli toimeksiantajan käyttöön. Näin ollen voidaan todeta, että tutkimusmenetelmät valittiin oikein, tutkimuskysymyksiin

saatiin vastaukset ja näin myös tutkimusongelma saatiin ratkaistua. Vaikka opinnäytteen joissakin työvaiheissa ilmeni haasteita ja kehityskohtia, keskiössä oli silti oppimisprosessi. Toimeksiantajan toiveita ja tarpeita kuunneltiin ja niihin pyrittiin vastaamaan resurssien puitteissa parhaalla mahdollisella tavalla.

Ohjaus opinnäyteprosessissa oli riittävää ja laadukasta. Yhteistyö toimeksiantajan kanssa oli suurimmaksi osaksi vaivatonta. Toimeksiantajan yhteyshenkilö ja nimetty avustaja olivat hyvin tavoitettavissa aina tarpeen vaatiessa ja he tarjosivat hyviä näkemyksiä ja tarkentavia ohjeita prosessin aikana. Koen, että oma työskentelyni oli pääpiirteissään laadukasta ja tavoitteenmukaista. Haasteisiin nähden olen tyytyväinen, että projekti voitiin saattaa päätökseen ja lopputuote laadittiin onnistuneesti. Prosessi oli opettavainen ja antoi uusia näkökulmia liiketoiminnan tarkasteluun sekä kehitti niin metsäalan asiantuntijuutta kuin opetti tutkimuksellista työskentelyä. Kiitän toimeksiantajaa yhteistyöstä.

7.2 Jatkosuunnitelmat ja käyttöönotto

Työ tarjoaa hyvän perustan jatkotutkimukselle, mikäli toimeksiantajalla on tarvetta ja mielenkiintoa esimerkiksi laajentaa tutkimusta myös muille metsänhoidon toimialueilleen. Metsänomistajarakenne on muutoksessa, joten viimeistään muutaman vuoden kuluttua voidaan olettaa, että vastaavanlainen tutkimus tulee uudelleen ajankohtaiseksi. Esimerkiksi yhteismetsien osuuden metsänomistuksessa voidaan katsoa olevan lisääntymässä, mikä osaltaan voi vaikuttaa metsänhoidon palveluiden tarjoamiseen ja palautteenantoon.

Lisäksi metsänomistajien ikärakenteen myötä myös arvojen, tottumusten ja toiveiden voidaan olettaa muuttuvan. Teknologia ja ohjelmistot kehittyvät niin ikään jatkuvasti ja sitä myöden myös palvelukäytänteiden on pysyttävä ajan tasalla. Opinnäytteessä kerätty tutkimusaineisto luovutetaan Metsä Groupille, ja toimeksiantosopimuksella on annettu toimeksiantajalle täydet oikeudet aineiston hyödyntämiseen.

Lähteet

Ahvenainen, P., Gylling, J., Leino, S., (2017). *Viiden tähden asiakaskokemus – Tee asiakkaistasi faneja* (ss. 34, 44–46, 70–73). Meedia Zone OÜ. [https://kauppakamaritieto-fi.ezproxy.hamk.fi/ammattikirjasto/teos/viiden-tahden-asiakaskokemus-2017#kohta:Viiden\(\(20\)t\(\(e4\)hden\(\(20\)asiakaskokemus](https://kauppakamaritieto-fi.ezproxy.hamk.fi/ammattikirjasto/teos/viiden-tahden-asiakaskokemus-2017#kohta:Viiden((20)t((e4)hden((20)asiakaskokemus)

Dillman, D., Smyth & J., Christian, L. (2014). *Internet, Phone, Mail and Mixed Mode Surveys: The Tailored Design Method* (ss. 3–10, 301). John Wiley & Sons, Incorporated. <https://ebookcentral-proquest-com.ezproxy.hamk.fi/lib/hamk-ebooks/reader.action?docID=1762797>

Fischer, M., Vainio, S. (2014). *Potkua palvelubisnekseen – Asiakaskokemus luodaan yhdessä*. Talentum.

Heikkilä, T., (2014). *Tilastollinen tutkimus* (ss. 15, 16–17, 27–28, 46–49, 59). Edita Publishing Oy.

Leivo, J., Partanen, J., Hytönen, H., Leppijoki, N., Pulkkanen, T., Haataja, L., Prikonen, J., Partamies, M., Santapukki, R., Nousiainen, M., Pakkanen, N. (2022). *Tarkastusohje 2023*. Metsäkeskus.

<https://www.metsakeskus.fi/sites/default/files/document/tarkastusohje.pdf>

Luonnonsuojelulaki 9/2023. <https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2023/20230009>

Metsä Group. (n.d.-a). *Historia*. Haettu 1.2.2024 osoitteesta

<https://www.metsagroup.com/fi/tietoa-metsa-groupista/tietoa-meista/historia/>

Metsä Group. (n.d.-b). *Metsänhoidon laatutakuut*. Haettu 21.3.2024 osoitteesta

<https://www.metsagroup.com/fi/puunhankinta/puukauppa-ja-metsanhoitopalvelut/pyyda-tarjous-metsanhoidosta/metsanhoidon-laatutakuut/>

Metsä Group. (n.d.-c). *Metsäpalvelut*. Haettu 21.3.2024. osoitteesta

<https://www.metsagroup.com/fi/tuotteet-ja-palvelut/metsapalvelut/>

Metsä Group. (n.d.-d). Metsäverkko. Haettu 8.2.2024 osoitteesta

<https://www.metsagroup.com/fi/puunhankinta/omistajajasenenedut/kaikki-jasenedut-lyhyesti/metsaverkko/>

Metsä Group. (n.d.-e). Yritysrakenne. Haettu 13.2.2024 osoitteesta

<https://www.metsagroup.com/fi/tietoa-metsa-groupista/tietoa-meista/yritysrakenne/>

Metsälaki 1093/1996. <https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1996/19961093>

Pöyhönen, P., Santavuori, H., Mustonen, S. (2023). *Asiakastutkimus – Perusteet ja käytännöt*. (ss. 76–78, 179–215). Alma talent. [https://bisneskirjasto-almatalent-fi.ezproxy.hamk.fi/teos/LAGBIXETEB#/kohta:Asiakastutkimus\(\(20\)-\(\(20\)Perusteet\(\(20\)ja\(\(20\)k\(\(e4\)yt\(\(e4\)nn\(\(f6\)t/piste:t1Ln](https://bisneskirjasto-almatalent-fi.ezproxy.hamk.fi/teos/LAGBIXETEB#/kohta:Asiakastutkimus((20)-((20)Perusteet((20)ja((20)k((e4)yt((e4)nn((f6)t/piste:t1Ln)

Liite 1. Kyselylomake, esimerkki**Metsänhoidon uudistustarkastukset 2023 - Palautekysely**

Pakolliset kysymykset merkitty tähdellä (*)

Tervetuloa vastaamaan Metsänhoidon uudistustarkastukset 2023 – palautekyselyyn!

Kysely on toteutettu osana metsätalouden ammattikorkeakoulututkinnon opinnäytetyötä ja sen tilaajana toimii Metsä Group.

Kyselyllä kerätään tietoa kesän 2023 aikana puhelimitse toteutetuista palautekeskusteluista, joissa metsänomistajaa on informoitu metsänuudistamisen onnistumisesta. Kerättäviä tietoja käytetään kartoittamaan ja parantamaan asiakaspalvelua sekä asiakastyytyvyyttä. Vastaukset kerätään nimettömästi, eikä niistä voida tunnistaa vastaajaa.

Vastausohje: Vastaa kaikkiin kysymyksiin oman kokemuksesi ja mielipiteesi mukaan. Lue jokainen kysymys ja vastausvaihtoehdot huolella ennen vastaamista. Muista lopuksi hyväksyä tietojen käsittely ja lähettää vastauksesi. Kyselyyn vastaaminen vie noin 5 minuuttia. Kysely on auki 22.1.2024 - 5.2.2024. Kiitos ajastasi!

1. Oltiinko sinuun puhelimitse yhteydessä vuoden 2023 aikana, koskien metsätilallasi toteutettua uudistustarkastusta?

- Kyllä
 Ei

2. Kuinka tärkeänä pidät palautteenantoa metsänuudistamisen tuloksista?

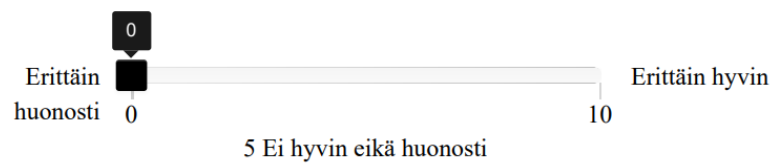
- 1 En lainkaan tärkeänä
 2 Vähän tärkeänä
 3 Kohtalaisen tärkeänä
 4 Hyvin tärkeänä
 5 Erittäin tärkeänä
 6 En osaa sanoa

3. Kuinka tärkeänä pidät *puhelimitse* annettavaa palautetta metsänuudistamisen tuloksista?

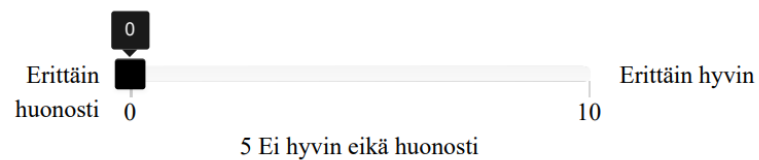
- 1 En lainkaan tärkeänä
 2 Vähän tärkeänä
 3 Kohtalaisen tärkeänä
 4 Hyvin tärkeänä
 5 Erittäin tärkeänä
 6 En osaa sanoa

Liikuta painiketta sen arvosanan kohdalle, joka parhaiten kuvastaa omaa kokemustasi.

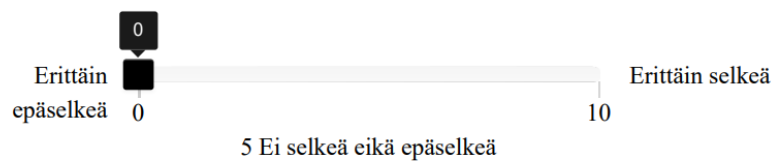
4. Kuinka hyvin sinulle kävi ilmi puhelun aikana, mistä metsäpalstasta on kyse?



5. Kuinka hyvin tarkastetun taimikon kasvutilanne välittyi puhelun aikana?



6. Miten selkeäksi koit palautteenannon kokonaisuudessaan?



7. Informoitiinko sinua puhelun aikana siitä, että uudistustarkastuksen tulokset ovat nähtävissä myös Metsäverkossa?

- Kyllä
 Ei
 En osaa sanoa

8. Annettiinko sinulle puhelun aikana mahdollisuus esittää jatkokysymyksiä koskien uudistustarkastusta ja/tai metsänuudistamista?

- Kyllä
 Ei
 En osaa sanoa

9. Mikäli esität jatkokysymyksiä koskien uudistustarkastusta ja/tai metsänuudistamista, ohjattiinko sinua asiassa eteenpäin?

- Kyllä
 Ei
 En esittänyt jatkokysymyksiä
 En osaa sanoa

10. Kuinka todennäköisesti suosittelisit Metsä Groupin metsänuudistamisen palveluita toiselle metsänomistajalle, tai käyttäisit niitä itse uudelleen?

