



Karelia-ammattikorkeakoulu
Metsätalousinsinööri (AMK)

Metsänhoitoyhdistys Pohjois-Karjalan jäsenetujen merkitys nyt ja tulevaisuudessa

Eemeli Lyyra
Juhani Suni

Opinnäytetyö, kesäkuu 2025

www.karelia.fi



OPINNÄYTETYÖ
Kesäkuu 2025
Metsätalouden koulutus

Tikkarinne 9
80200 JOENSUU
+358 13 260 600 (vaihde)

Tekijät

Juhani Suni, Eemeli Lyyra

Nimeke

Metsänhoitoyhdistys Pohjois-Karjalan jäsenetujen merkitys nyt ja tulevaisuudessa

Toimeksiantaja

Metsänhoitoyhdistys Pohjois-Karjala

Tiivistelmä

Opinnäytetyö toteutettiin toimeksiantona Metsänhoitoyhdistys Pohjois-Karjalalle. Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää, kuinka merkityksellisinä yhdistyksen nykyiset jäsenedut koetaan, kuinka hyvin niistä tiedotetaan, sekä millaisia etuja jäsenet toivoisivat tulevaisuudessa. Lisäksi tarkasteltiin Maa- ja metsätaloustuottajain Keskusliiton jäsenetujen merkitystä jäsenille.

Tutkimus toteutettiin kvantitatiivisena kyselytutkimuksena. Aineisto kerättiin Webropol-työkalulla laaditulla kyselylomakkeella, joka jaettiin Metsänhoitoyhdistys Pohjois-Karjalan sähköisen uutiskirjeen mukana. Kyselyyn vastasi 156 metsänomistajaa. Aineisto analysoitiin Excelissä ristiintaulukointia ja khiin neliö -testiä käyttäen. Avoimien kysymyksien vastaukset ryhmiteltiin sisällön mukaan.

Tulosten perusteella metsänomistajat kokivat tärkeäksi erityisesti asiantuntevan ja henkilökohtaisen palvelun, kuten oman metsäasiantuntijan, neuvonnan sekä puukauppa- ja metsänhoitopalvelut. Näiden koettiin tuovan eniten konkreettista hyötyä metsänomistajalle. Myös edunvalvonta koettiin tärkeäksi. Vastaajat toivoivat tulevaisuudessa aktiivisempaa yhteydenpitoa ja neuvontaa metsänomistamiseen liittyvissä asioissa sekä selkeämpää tiedotusta jäseneduista.

Kieli
suomi

Sivuja 55
Liitteet 1
Liitesivumäärä 9

Asiasanat

jäsenyys, jäsenedut, viestintä



THESIS
June 2025
Degree Programme in Forestry

Tikkarinne 9
80200 JOENSUU
FINLAND
+ 358 13 260 600 (switchboard)

Authors

Juhani Suni, Eemeli Lyyra

Title

The Significance of Membership Benefits in the Forest Management Association of North Karelia : Present and Future Perspectives

Commissioned by

Forest Management Association North Karelia

Abstract

This thesis was conducted as a commission for the Forest Management Association North Karelia. The aim of this thesis was to examine how members perceive the value of current membership benefits, how effectively these benefits are communicated, and what types of benefits members would like to see in the future. In addition, the significance of the member benefits provided by the Central Union of Agricultural Producers and Forest Owners was also examined.

The study was conducted as a quantitative survey. The data was collected using a Webropol-based questionnaire, which was distributed via electronic newsletter. A total of 156 forest owners responded to the survey. The data was analyzed using Excel, applying cross-tabulation and the chi-square test. Responses to open-ended questions were categorized based on thematic content.

Based on the results, forest owners considered expert and personalized services, such as having their own forest advisor, professional guidance, and timber trade and forest management services to be the most important benefits. These were perceived to provide the most concrete value to the members. Advocacy work was also regarded as important. In the future, respondents hoped for more active communication and guidance related to forest ownership, as well as clearer information on the available membership benefits.

Language
Finnish

Pages 55
Appendices 1
Pages of Appendices 9

Keywords

membership, membership benefits, communication

Sisältö

1	Johdanto	5
2	Metsänhoitoyhdistykset.....	6
2.1	Metsänhoitoyhdistysten toiminta ja rooli	6
2.2	Metsänhoitoyhdistysten historia	7
2.3	Maa- ja metsätaloustuottajain Keskusliitto	7
2.4	Metsänhoitoyhdistys Pohjois-Karjala	8
3	Jäsenyys	10
3.1	Jäsenyyden muodostuminen ja oikeudet	10
3.2	Asiakas- ja jäsenedut.....	11
3.3	Jäsenyyden ja jäsenetujen merkitys metsänhoitoyhdistyksissä	13
3.4	Kilpailijoiden tarjoamat jäsenedut	15
3.4.1	Stora Enson edut	15
3.4.2	Metsä Groupin edut	16
3.4.3	Havainnot.....	17
4	Viestintäkanavat	17
4.1	Viestintä metsäalalla	17
4.2	Viestintäkanavien valinta tiedottamisessa	18
4.3	Digitaaliset viestintäkanavat.....	19
4.4	Perinteiset ja monikanavaiset viestintäkanavat.....	20
4.5	Viestintäkanavat Metsänhoitoyhdistyksessä.....	21
4.6	Mhy:n ja MTK:n omat jäsenpalvelualustat	22
4.7	Mhy:n tiedottaminen viestintäkanavissa	23
5	Tutkimuksen tausta ja tavoitteet	24
5.1	Toimeksiantaja.....	24
5.2	Tutkimuksen tavoitteet.....	24
6	Aineisto ja menetelmät.....	25
6.1	Kvantitatiivinen eli määrällinen tutkimus menetelmänä.....	25
6.2	Toteutus ja tutkimusjoukon rajaus	26
7	Tulokset	27
7.1	Taustatiedot	27
7.2	Metsänhoitoyhdistys Pohjois-Karjalan jäsenetujen merkitys.....	29
7.3	MTK:n jäsenedut.....	40
7.4	Jäseneduista tiedottaminen	42
7.5	Toiveita tulevaisuuden eduista.....	43
8	Pohdinta.....	44
8.1	Tulosten tarkastelu	44
8.2	Luotettavuus ja eettisyys	50
8.3	Jatkotutkimusmahdollisuudet.....	51
	Lähteet.....	53

Liitteet

Liite 1 Kyselylomake

1 Johdanto

Metsänhoitoyhdistyksillä on pitkä toimintahistoria ja ne ovat muodostuneet merkittäväksi osaksi suomalaista metsänomistajuutta. Ne tarjoavat jäsenilleen runsaasti erilaisia palveluita metsänhoitoon ja -omistukseen. Jäsenyys tuo mukanaan useita etuja tuotealennuksista neuvontaan ja asiantuntijapalveluihin. Jäsenetujen avulla jäseneksi liittymisestä saadaan tehtyä houkuttelevampaa sekä jäsenet sitoutumaan paremmin metsänhoitoyhdistysten toimintaan.

Tämän opinnäytetyön toimeksiantajana toimi Metsänhoitoyhdistys Pohjois-Karjala. Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää, kuinka tärkeiksi ja hyödyllisiksi nykyiset jäsenedut koettiin. Myös edunvalvonnan tärkeys ja merkitys oli osana tarkastelua. Viestinnän osalta selvitettiin, ovatko jäsenet tyytyväisiä jäseneduista tiedottamiseen, sekä kartoitettiin mieluisimpia viestintäkanavia. Lisäksi työssä tarkasteltiin, millaisia etuja jäsenet toivoivat tulevaisuudessa saavansa.

Metsänhoitoyhdistyksen kattojärjestön, Maa- ja metsätaloustuottajain Keskusliiton (MTK) tarjoamia jäsenetuja tarkasteltiin samassa yhteydessä, sillä heidänkin tarjoamat jäsenedut ovat Metsänhoitoyhdistys Pohjois-Karjalan jäsenille tarjolla ja käytettävissä. MTK:n keskeisimpiin tehtäviin kuuluu muun muassa edunvalvonta ja poliittinen vaikuttaminen sekä kansallisella, että EU-tasolla. MTK täydentää ja tukee Metsänhoitoyhdistyksen roolia edunvalvojana.

Koska jäsenet kokevat edut eri tavoin, oli tärkeää saada tietoa eri ryhmien näkemyksistä. Hyvän jäsenkokemuksen kannalta keskeistä on, että tarjottavat edut ovat hyödyllisiä, ajankohtaisia ja jäseniä kiinnostavia. Yleisesti jäsenetujen merkitystä on tutkittu vain vähän, eikä Metsänhoitoyhdistys Pohjois-Karjalalle ole aiemmin tehty vastaavaa tutkimusta. Tutkimus tarjoaa paljon hyödyllistä tietoa jäsenkokemuksesta ja on tukemassa jäsen- ja viestintäpalvelujen kehittämisessä entistä paremmin jäsenten tarpeisiin sopivaksi. Kyselyn tulosten ja avoimien kysymyksen vastauksien pohjalta Metsänhoitoyhdistys voi mukauttaa palvelujaan sekä mahdollisesti tuoda tarjolle toivottuja palveluja ja etuja.

2 Metsänhoitoyhdistykset

2.1 Metsänhoitoyhdistysten toiminta ja rooli

Metsänhoitoyhdistykset ovat jäsentensä hallinnoimia yhdistyksiä ja etujärjestöjä, jotka tarjoavat kattavasti palveluja metsänomistajille edistäen samalla kestävästä metsänhoitoa. Yhdistysten tavoitteena on luoda hyvät edellytykset metsänomistamiseen, säilyttää luonnon monimuotoisuus ja elinvoimaisuus sekä metsän uudistumiskyky ja tuottavuus. Palveluita tarjotaan muun muassa puukauppaan, metsänhoitoon ja metsänomistamiseen liittyvissä asioissa. Toimintaan kuuluu myös edunvalvonta ja metsänomistajien tukipalvelut. (Metsänhoitoyhdistys 2025a.)

Metsänhoitoyhdistyksen jäsenyyttä voi hakea kaikki metsää omistavat henkilöt. Metsänhoitoyhdistyksen 6 § mukaan Metsänhoitoyhdistyksen jäseniksi voidaan hyväksyä 2 §:ssä tarkoitetut metsänomistajat, eli Suomessa metsää omistavat luonnolliset henkilöt tai oikeushenkilöt. Jos metsä on yhteisomistuksessa, kaikki yhteisomistajat voidaan hyväksyä metsänhoitoyhdistyksen jäseniksi. Jos yhdistyksen jäsenenä on yhteismetsäläissa (109/2003) tarkoitettu yhteismetsä, yhteismetsän osakas voidaan hyväksyä yhdistyksen jäseneksi. Luonnollinen henkilö tai oikeushenkilö, joka ei omista metsää, voidaan hyväksyä yhdistyksen kannatusjäseneksi ilman äänioikeutta. (Laki metsänhoitoyhdistyksistä 534/1998.) Jäseneksi liittyminen tapahtuu täyttämällä jäsenhakemus Metsänhoitoyhdistyksen verkkosivuilla (Metsänhoitoyhdistys 2025b).

Metsänhoitoyhdistykset järjestävät jäsenilleen aktiivisesti erilaisia koulutuksia ja webinaareja, jotka kuuluvat jäsenetuihin. Tapahtumien teemat vaihtelevat, mutta ne keskittyvät metsänomistamiseen. Tarjolla on esimerkiksi sahakursseja, työnäytöksiä ja metsänomistajapäiviä. (Metsänhoitoyhdistys 2025c.)

MTK:n tai SLC:n jäseniä, ja ne muodostavat yhdessä Metsänomistajat-ketjun, joka edustaa metsänomistajia päätöksenteossa. (Metsänhoitoyhdistys 2025a.)

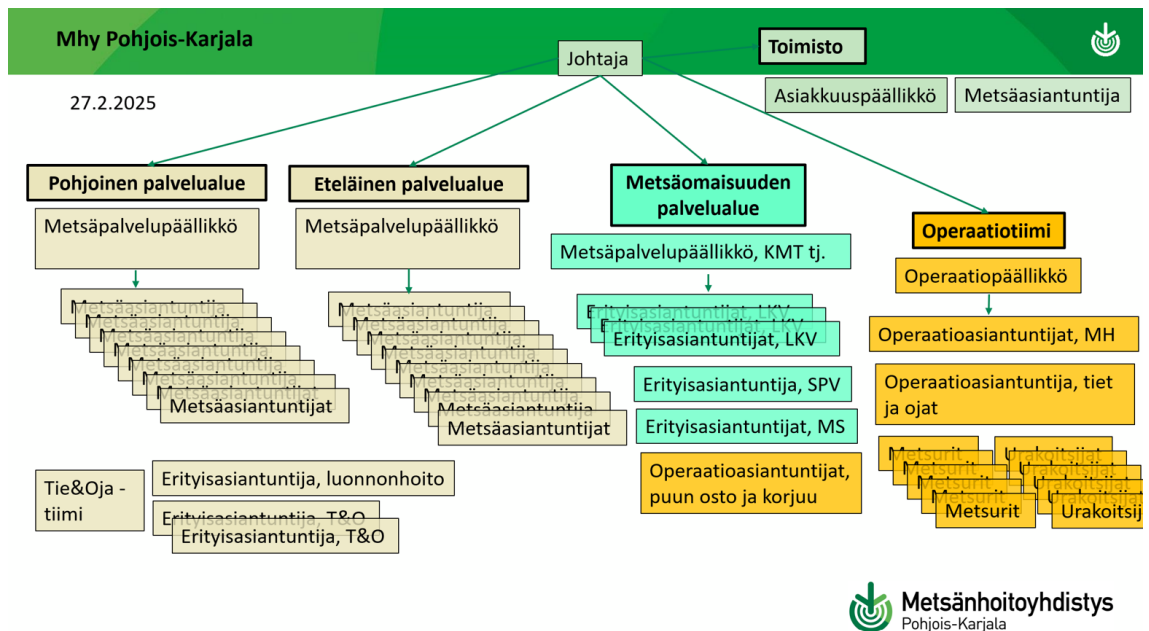
Metsänhoitoyhdistysten jäsenet saavat käyttöönsä kaikki MTK:n tarjoamat jäsenedut. Etuja on runsaasti, ja valtaosa niistä on MTK:n hankintojen neuvottelemia. Näihin kuuluvat erilaiset alennukset esimerkiksi työkoneisiin, ajoneuvoihin, vapaa-ajan tuotteisiin sekä polttoaineisiin ja muihin energiatuotteisiin. Edut liittyvät vahvasti arjen hankintoihin. Lisäksi jäsenille tarjotaan muun muassa vakuutusetuja sekä asiantuntijapalveluita, kuten maksutonta neuvontaa laki- ja kiinteistöarvioasioissa ja materiaalipaketteja maanvuokra- ja käyttöoikeussopimuksiin. MTK:n hankinnoissa on myös vaihtuvia jäsenetukampanjoita, joita jäsenet voivat hyödyntää. Jäsenetuihin kuuluu myös MTK:n harjoittama edunvalvonta, jota jäsenmaksu osaltaan rahoittaa. (Maa- ja metsätaloustuottajain Keskusliitto 2025b).

2.4 Metsänhoitoyhdistys Pohjois-Karjala

Opinnäytetyön toimeksiantajana toimii Metsänhoitoyhdistys Pohjois-Karjala. Toimialueella on kymmenen toimistoa: Joensuu, Liperi, Polvijärvi, Eno, Juuka, Ilomantsi, Kitee, Lieksa, Nurmes ja Tuupovaara. Kaikkinensa jäseniä on Pohjois-Karjalan alueella yhteensä noin 10 500 ja omaa henkilöstöä 57, joista 30 toimii metsäasiantuntijoina. (Metsänhoitoyhdistys Pohjois-Karjala 2025a, 4–5).

Yhdistyksen korkein päättävä elin on 28 jäseninen valtuusto, joka valitaan vaaleilla neljän vuoden välein. Valtuuston tehtäviin kuuluvat muun muassa hallituksen valitseminen, strategisista asioista päättäminen, sekä tilinpäätösten ja toimintakertomusten vahvistaminen. (Metsänhoitoyhdistys Pohjois-Karjala 2025a, 20).

Organisaation kuuluu metsä-, operaatio- ja erityisasiantuntijoita, jotka työskentelevät metsäpalvelupäälliköiden alaisuudessa. Lisäksi yhdistyksellä on operaatio- ja asiakkuuspäällikkö. Ylimpänä organisaatiossa toimii yhdistyksen johtaja. Alla oleva kaavio esittää organisaatiorakenteen (kuva 1).



Kuva 1. Mhy Pohjois-Karjalan organisaatio. (Välimäki 2025)

Vuoden 2025 jäsenmaksu on jaettu kolmeen eri tasoon. Alle 20 hehtaarin metsätillallisille jäsenmaksu on 60 € ja lisäksi MTK:n edunvalvontamaksu 27 €, eli yhteensä 87 €. Jos metsää omistaa 20 hehtaaria tai yli, jäsenmaksu on 105 € + 27 €:n edunvalvontamaksu, yhteensä 132 €. Kannattajajäsenen jäsenmaksu on 30 €. (Metsänhoitoyhdistys Pohjois-Karjala 2025b.)

Metsänhoitoyhdistys Pohjois-Karjalan jäsenille tarjotaan alla olevan taulukon mukaisia etuja (taulukko 1). Eduista suurin osa on valtakunnallisia, mutta mukana on myös paikallisia, yhdistyskohtaisia etuja (Metsänhoitoyhdistys Pohjois-Karjala 2025b). Eri metsänhoitoyhdistyksillä on siis paikkakunta-kohtaisia, vain tietyn yhdistyksen jäsenille suunnattuja etuja. Edut ovat esimerkiksi alennuksia paikallisten yritysten tuotteisiin ja palveluihin.

Etu	Kuvaus
Oma metsäasiantuntija	Neuvonta ja asiantunteva palvelu
Puunmyyntisuunnitelma	Metsän ominaisuuksien ja toiveiden mukaan.
Asiantuntijan apu puukaupassa	Sopimus- ja hintavertailuneuvonta.
PEFC-sertifiointi	Ilmainen sertifiointi jäsenille.
OmaMetsän jäsenominaisuudet	Hintavertailu, hoitotoimenpiteiden hallinnointi.
Koulutustilaisuudet	Retkiä ja koulutuksia metsänomistajille.
Lähitapiola-vakuutukset	Alennus metsä- ja kotivakuutuksista.
Pohjois-Karjalan sähkö	Alennus PKS Priiman kk-maksusta.
Metsälehti	12 kk tilaus etuhintaan.
Maaseudun Tulevaisuus	Alennus kestotilauksen 1. 3kk jaksosta.
GreenStar Hotels	Alennusta hotellimajoituksesta.

Taulukko 1. Metsänhoitoyhdistys Pohjois-Karjalan jäsenedut. (Metsänhoitoyhdistys Pohjois-Karjala 2025b.)

3 Jäsenyys

3.1 Jäsenyyden muodostuminen ja oikeudet

Tyypillisesti jäsenyys yhdistykseen muodostuu siten, että toiminnasta kiinnostunut henkilö jättää jäsenhakemuksen ja yhdistyksen hallitus päättää hakemuksen hyväksymisestä. Joissain tapauksissa yhdistykseen hakiessa ei laadita varsinaista jäsenhakemusta, vaan jäsenyyttä haetaan maksamalla jäsenmaksu. Tällöin maksu käsitellään jäsenhakemuksena. Yhdistys voi itse päättää hakemuksen hyväksymisestä. Jos jäsenmaksu on jo ehditty maksaa jäsenyyttä hakiessa, mutta jäsenhakemus evätään, palautetaan maksu hakijalle. Tietyntyyppisissä yhdistyksissä jäsenmäärä on rajallinen resurssien puutteen vuoksi ja uusia jäseniä ei ole mahdollista ottaa. (Loimu 2013, 27–28.)

Yhdistyksen jäsenillä on päätäntävalta kokouksissa. Jäsenet vaikuttavat konkreettisesti yhdistyksen toimintaan valitsemalla hallituksen ja tarvittaessa myös erottamalla hallituksen jäseniä. Kaikilla on myös oikeus vaatia kokouksen

pitämistä, jos kokousta ei ole pidetty säännöissä määritellyn aikataulun puitteissa. Kokouksissa päätettäviä asioita ohjaa yhdistyslaki. Yhdistyksen säännöissä voidaan tarkentaa, mistä asioista päätetään yhdistyksen tai valtuuston kokouksissa. Jos laissa tai säännöissä ei ole määritelty asian päätöksentekijää, tulee asiasta päättää ensisijaisesti jäsenkokouksessa. (Hämäläinen & Lempinen 2018, 16–18.)

Metsänhoitoyhdistyslain 15 §:ssä kuitenkin säädetään seuraavasti: ”Metsänhoitoyhdistyksen jäsenten päätösvaltaa käyttävät jäsenten ehdottamat ja vaaleilla valitsevat valtuutetut, jotka muodostavat valtuuston. Jos metsän omistaa 2 §:n 2 momentissa tarkoitettu yhtymä, yhteisö, yhteisetuus tai puoliset yhteisesti, metsänomistajilla on yksi yhteinen ääni. Valtuutetut valitaan kerralla ilman vaalipiirijakoa. Metsänhoitoyhdistyksen yhdistyessä valtuusto voidaan kuitenkin valita ensimmäisen kerran vaalipiirijakoa noudattaen. Valtuuston toimikausi on neljä vuotta”. (Laki metsänhoitoyhdistyksistä 534/1998.)

Jäsenellä on oikeus halutessaan erota yhdistyksestä, eikä päätöstä tarvitse erikseen perustella. Eroaminen tapahtuu joko välittömästi kirjallisesti annetun eroilmoituksen jälkeen, tai yhdistyksen sääntöjen mukaisen irtisanomisajan jälkeen. Jo maksettua jäsenmaksua ei tarvitse palauttaa. (Loimu 2013, 30–31.)

3.2 Asiakas- ja jäsenedut

Asiakasedut ovat keskeisiä tekijöitä asiakasuskollisuuden ja -sitoutumisen edistämässä, ja ne voidaan yleisesti jakaa kahteen pääkategoriaan. Rahalliset edut käsittävät ilmaiset tuotteet ja palvelut tai alennukset. Myös erilaiset bonuspistejärjestelmät voidaan lukea tähän kategoriaan. Toinen kategoria, jota Arantola kuvaa ”pehmeinä” etuina, sisältää ei-suoraan rahallisia etuja, kuten korkeamman palvelutason ja erityisesti etuasiakkaiden neuvontaan keskittyneet asiakaspalvelijat ja ohjeistukset sekä etuasiakkaille järjestetyt tapahtumat. (Arantola 2003, 101–103.)

Asiakkuuteen liittyy myös etuja, jotka eivät suoraan kuulu edellä mainittuihin kategorioihin. Näitä voivat olla esimerkiksi asiakasryhmien keskinäinen tuttavuus

tai asiakkaan huomiointi henkilökohtaisella tasolla. Sosiaaliset edut, kuten kanta-asiakasohjelmien kautta muodostuvat ryhmät, tarjoavat asiakkaalle tunteen erityisyydestä ilman tiivistä vuorovaikutusta muiden kanssa. Symbolit, kuten kanta-asiakaskortit, voivat toimia sekä tunnistamisen välineinä että arvon luojuina; ne voivat tuoda asiakkaalle statusta tai itsessään iloa. Henkilökohtainen huomioiminen on erityisen tärkeää asiakkuuden arvon kokemisessa. Automaattinen huomiointi, kuten tietokoneella lähetetyt viestit, eivät herätä tunteita samalla tavalla kuin aito ihmisen muistama tervehdys tai asiakaskohtaamisen yksityiskohtien muistaminen. Myyjien ja asiakkaiden välinen tuttavuus luo sitoutumista, ja pitkäaikainen henkilöstö lisää asiakkaan kokemaa asiakkuuden arvoa. (Arantola 2003, 126–127.)

Asiakasetuuksien tavoitteena on sitouttaa asiakasta ostamaan tuotteensa tai palvelunsa juuri heiltä. Esimerkiksi alennuskuponki kahvipakettiin voi tuoda maksavan asiakkaan kauempaakin ostoksille. Jos asiakas ostaa samalla muitakin ostoksensa, on tavoitteessa todennäköisesti onnistuttu. Jäsenetujen osalta tavoite on pitkäaikaisempi. Jäsenetujen ollessa riittävän houkuttelevia ja jäsenyyden tuodessa jäsenmaksuun nähden riittävästi vastinetta, kokee henkilö jatkossakin jäsenyytensä hyödylliseksi. Jäsenpalvelujen muuttuessa asiakkaalle tarpeettomiksi, muuttuu jäsenmaksu helposti turhaksi kulueräksi.

Etuuksien hyödyntämissä asiakkaiden välillä on huomattavia eroja. Jotkut vertailevat eri ketjujen välisiä alennuksia ja muita etuuksia, kun taas toiset eivät välttämättä edes tiedä, mitä etuuksia olisi saatavilla. Kiinnostuneisuuteen mahdollisista etuuksista ei välttämättä vaikuta asiakkaiden tulotaso. (Arantola 2003, 121–122.)

Eventcube toteutti vuonna 2022 tutkimuksen, jossa se selvitti maksullisen jäsenyyden omaavien henkilöiden tyytyväisyyttä jäsenkokemuksista ja -eduista. Tutkimus tehtiin 200 henkilölle, jotka olivat jäseniä eri organisaatioissa ja järjestöissä. Heiltä kysyttiin tyytyväisyyttä nykyiseen jäsenyyteen sekä toiveita mahdollisista uusista palveluista ja eduista. Tutkimuksen tuloksissa havaittiin muun muassa tarvetta digitaalisille palveluustoille sekä joustaviin maksuvaihtoehtoihin. Esimerkiksi 64 % jäsenistä, joilla ei ole pääsyä jäsenille tarkoitettuun online-

portaaliin, haluaisi käyttää sellaista. Siispä nykyaikana erilaiset sähköiset palvelulustat ovat yhä keskeisempi osa jäsenkokemusta. Alustoilla jäsenet pystyvät päivittämään tietoja ja hallinnoimaan jäsenyyttä sekä osallistumaan tapahtumiin. Myös maksuvaihtoehtojen joustavuus herätti kiinnostusta vastaajissa. Monet kokivat tärkeäksi, että heillä olisi mahdollisuus maksaa jäsenmaksut myös kausierissä kertamaksun sijaan, joka koetaan monesti hieman pelottavaksi. Osamaksuvaihtoehto madaltaisi kynnystä liittyä jäseneksi tai jatkaa sitä, sillä asiakkaat pystyisivät varaamaan tilaa maksuille. (Eventcube 2025.)

Vastaajista 85 % ilmoitti olevansa tyytyväisiä nykyisiin jäsenetuihinsa ja jopa 75 % jäsenistä pitää tapahtumiin pääsemistä merkittävänä etuna. Tapahtumissa he pääsevät oppimaan uutta ja verkostoitumaan muiden jäsenten kanssa, mikä lisää yhteenkuuluvuuden tunnetta. Jäsenet kaipaivat kuitenkin monipuolisempia ja räätälöityjä jäsenetuja, kuten yksinoikeustarjouksia ja kohdennettuja palveluja. Tulevaisuudessa tulisi siis lisätä palveluja, jotka vastaisivat jäsenkunnan eri segmenttien tarpeita. (Eventcube 2025.)

Tutkimus osoittaa, että jäsenten tyytyväisyyttä voidaan parantaa helpottamalla pääsyä etuihin ja kehittämällä jäsenalustoja. Tehokkaiden jäsenalustojen sekä houkuttelevien jäsenetujen on toimittava käsi kädessä, jotta ne houkuttelevat jäseniä ja vahvistavat heidän sitoutumistaan. Moni jäsen saattaa kokea epämiellyttäväksi jäsenalustojen vaihtumisen tai päivittämisen, mutta se on välttämätöntä, jotta yritykset voisivat vastata jäsentensä teknologisiin tarpeisiin ja näin parantaa heidän tyytyväisyyttään. (Eventcube 2025.)

3.3 Jäsenyyden ja jäsenetujen merkitys metsänhoitoyhdistyksissä

Metsänhoitoyhdistysten jäsenyyteen liittyen on tehty muutamia kyselytutkimuksia osana opinnäytetyötä. Osassa on tarkasteltu myös jäsenetujen merkitystä jäsenille. Esimerkiksi jäsenpalveluja tutkivassa opinnäytetyössä vuodelta 2014 kysyttiin silloisen Metsänhoitoyhdistys Metsä-Savon jäseniltä palveluiden tärkeydestä. Edunvalvonta nousi tärkeimmäksi jäseneduksi, mikä näkyi selvästi myös jäsenyyden jatkamista perustelleissa vastauksissa. Useat vastaajat korostivat metsänhoitoyhdistyksen roolia metsänomistajien edunvalvojana etenkin

suuria metsäorganisaatioita vastaan. Muita tärkeimpiä etuja olivat henkilökohtainen metsäasiantuntija ja tilakäynnit. Myös jäsenlehti oli monelle mieluinen. (Kai-painen 2015, 16.)

Vuonna 2015 Metsänhoitoyhdistys Päijät-Hämeen jäseniltä kysyttiin opinnäyte-työn yhteydessä, kuinka merkityksellisinä he pitävät jäsenetuja. Heiltä kysyttiin, onko mahdollisilla palveluiden jäsenalennuksilla ja jäsenten saamalla tilojen metsäsertifiointilla merkitystä jäsenyyteen. Valtaosa (71 %) vastanneista piti jäsenetuja merkittävänä tekijänä harkitessa jäsenyyttä yhdistykseen. 29 % vastanneista taas ei pitänyt jäsenetuja merkittävänä tekijänä jäsenyydessä. Jäsenten saamien tilojen metsäsertifiointietujen vaikutus jäsenyyteen oli vähäinen, sillä vain 29 % metsänomistajista koki edun vaikuttavan jäsenyyteensä, 38 % ei kokenut vaikutusta ja 33 % ei osannut sanoa. (Laakso 2015, 21.) Tulosten perusteella on siis selvää, että jäsenedut ovat merkittävä tekijä jäsenyyden kan-nalta, vaikkakin sertifiointi yksittäisenä jäsenetuna ei valtaosalle ollut kovin tärkeä.

Metsänomistajat-lehdessä (Haapamäki 2023, 8) esiteltiin MTK:n vuonna 2021 toteuttaman jäsenkyselyn tuloksia, joissa listattiin seitsemän mieluisinta Metsänhoitoyhdistyksen jäsenetua. Näitä olivat muun muassa oma metsäasiantuntija, monipuoliset metsäpalvelut jäsenhintaan, erilaiset etuudet sähkö- ja vakuutus-sopimuksissa sekä mahdollisuus osallistua kattaviin koulutuksiin ja webinaareihin. Nämä edut heijastavat metsänomistajien käytännön tarpeita, mutta myös asiantuntevasta palvelusta syntyvää luottamusta. Erityisesti henkilökohtainen metsäasiantuntija lisää jäsenyyden arvoa ja merkitystä, mikä auttaa sitoutta-maan metsänomistajat osaksi yhdistyksen toimintaa.

Edunvalvonta on aina ollut tärkeä osa jäsenyyttä, mutta nykypäivänä sen merki-tys jäsenenä olemiselle on entisestään korostunut. Tähän vaikuttavat Suo-messa ja EU:ssa runsaasti käyty keskustelu metsienhoidoista ja hakkuiden sää-telystä. Osa metsänomistajista arvostaa sitä, että osuus jäsenmaksusta menee suoraan nimenomaan edunvalvontaan, jolla varmistetaan, että pienetkin met-sänomistajatkin saavat äänensä kuuluviin. ”Metsänomistajan peruslaillista oi-keutta päättää metsiensä käytöstä haastetaan niin kotimaassa kuin EU:ssa.

Porukassa ja hyvien luottamus- ja toimihenkilöiden ansiosta saamme äänemme kuuluviin”, Arto Laitinen kiteyttää. MTK ja Metsänhoitoyhdistys ovat ainoita toimijoita Suomessa, jotka harjoittavat metsänomistajien edunvalvontaa. (Haapamäki 2023, 6–9.)

Useat metsänomistajat korostavat oman metsäasiantuntijan tärkeyttä jäsenyydessään. Osalle jäsenistä metsänhoito ja siihen liittyvä tietotaito ei ole tuttua, jolloin oman metsäasiantuntijan rooli painottuu entisestään. Asiantuntija vastaa mieltä askarruttaviin kysymyksiin, auttaa päätöksenteossa ja pitää metsänomistajat ajan tasalla markkinatilanteista ja hintatasoista. (Haapamäki 2023, 6–7.)

3.4 Kilpailijoiden tarjoamat jäsenedut

Metsänhoitoyhdistyksen ohella myös muut suuret metsäalan toimijat, kuten Stora Enso ja Metsä Group, tarjoavat jäsenilleen monipuolisia asiakasetuja. Yhtiöillä on useita samankaltaisia jäsenetuja, mutta paljon myös yksilöllisiä palveluita, joita kilpailijoilta ei löydy. Toisin kuin metsänhoitoyhdistyksellä, Stora Enso ja Metsä Groupilla on käytössä useita jäsenyyden tasoja, jotka määräytyvät asiointin aktiivisuuden tai metsäomaisuuden koon perusteella.

Stora Enson tai Metsä Groupin jäsenyys ei edellytä vuosittaista jäsenmaksua samalla tavalla kuin Metsänhoitoyhdistyksellä. Stora Ensolla ei ole käytössä varsinaista jäsenyyttä, vaan asiakasetuksiin pääsee käsiksi tekemällä puukauppoja heidän kanssaan (Stora Enso 2025a). Metsä Groupilla on jäsenmaksun sijaan käytössä perusosuussijoitus, joka maksetaan jäseneksi liittymisen yhteydessä ja jonka suuruus riippuu metsätilan koosta ja sijainnista. Sijoitukselle maksetaan myös osuuskorkoa. (Metsä Group 2025a.)

3.4.1 Stora Enson edut

Stora Ensolla ja Metsänhoitoyhdistyksellä on useita samankaltaisia asiakasetuksia. Näihin kuuluvat esimerkiksi oma metsäasiantuntija, ammattitaitoinen neuvonta ja mahdollisuus liittyä sertifiointiryhmiin. Lisäksi Stora Ensolla on

jäseniään varten tehty oma Terve Metsä-lehti sekä sähköinen eMetsä-palvelu-
alusta, jossa voi hallinnoida metsäomaisuutta. (Stora Enso 2025a.)

Stora Enson yksilöllisiin etuuksiin kuuluvat esimerkiksi Tähtitili, jolla saa puu-
kauppatuloille kiinteän 4,0 prosentin korkotuoton kahden vuoden ajaksi (Stora
Enso 2025b). Muita etuuksia saa heidän etujärjestelmänsä pohjalta, jossa edut
määräytyvät asiakkuuden tason mukaan. Etutasoja on yhteensä viisi kappa-
letta, joita ovat tähti, hopea, kulta sekä kaksi platinatasoa, joista ylempi on
avainasiakassopimus. Etutasot määräytyvät suoraan edellisten kuuden vuoden
puukauppojen määrän perusteella, eli mitä enemmän puuta on myynyt, sitä kor-
keampi on jäsenyyden taso. Erot eduissa jäsentasojen välillä näkyvät puukaup-
pojen bonuksien määrässä sekä alennuksissa metsäpalveluissa. Luontaisesti
ylemmällä tasolla olevat saavat enemmän bonuksia ja alennuksia. Esimerkiksi
kultatason asiakkaat saavat 5 %:n alennuksen metsäpalveluista ja 0,70 €/m³
bonuksen puukaupoista, kun taas platinatason asiakkaat saavat alennusta 10
% ja bonusta 1 €/m³. Avainasiakassopimus eroaa muista tasoista siinä, että jä-
senet saavat avainasiakaslisää ja heille kuuluu hinnantarkistus sekä menekkita-
kuu. (Stora Enso 2025a.)

3.4.2 Metsä Groupin edut

Myös Metsä Group tarjoaa kattavan kirjon erilaisia etuja omistajajäsenilleen. Kil-
pailijoiden kanssa samoja jäsenetuja ovat niin ikään oma metsäasiantuntija, pal-
veluiden neuvonta, ilmaiset sertifikaatit, jäsenlehti sekä oma sähköinen palvelu-
alusta metsäomaisuuden hallintaan. Stora Enson tavoin Metsä Groupin etutasot
määräytyvät aktiivisuuden mukaan. Jäsenyyden tasoja on kolme: jäsen, jä-
senetu sopimusasiakas ja metsäomaisuuden hoitosopimusasiakas. Jäsenyyden
tason perusteella saa bonusta puukaupoista ja metsänhoidosta sekä puun hin-
tatakuun tarkastukset. Ylimmän tason eli hoitosopimusasiakkaiden etuihin kuu-
luvat näiden lisäksi jatkuvasti voimassa oleva metsäsuunnitelma, ajantasaiset
metsävaratiedot ja maksuton vuosisuunnitelma. (Metsä Group 2025b.)

Metsä Group tarjoaa lisäksi jäsentasosta riippumattomia ainutlaatuisia etuja.
Kaikkiin tasoihin kuuluu uusi Metsä Group Plus -hoitomalli, jossa

metsäluonnonhoito ja monimuotoisuus otetaan nykyisiä käytäntöjä vahvemmin huomioon. (Metsä Group 2025c.) Lisäksi jäsenet pääsevät mukaan myös yhtiön maksamaan puukauppaperusteiseen voitonjakoon eli ylijäämänpalautukseen, joka määräytyy omistajajäsenten toimittaman ainespuun määrän mukaan neljän edellisen tilikauden ajalta (Metsä Group 2025d). Heillä on mahdollista myös sijoittaa puukauppatuloja tai osuuskorkoja Metsä1-lisäosuuksiin, joissa varat kasvattavat korkoa (Metsä Group 2025e). Siispä mitä enemmän tekee puukauppaa, sitä enemmän hyötyy edellä mainituista eduista.

3.4.3 Havainnot

Metsänhoitoyhdistyksen kilpailijoiden tarjoamissa jäseneduissa on sekä yhtäläisyyksiä että eroavaisuuksia. Suurin erottava tekijä on jäsenyyden tasojärjestelmä ja sen mukana tuomat hyödyt. Metsänhoitoyhdistyksen jäsenenä saat jäsenmaksua vastaan kaikki edut käyttöösi, kun taas Metsä Groupilla ja Stora Ensonlla jäsenetuuksia määrittävät pitkälti oma aktiivisuus puukauppojen sekä metsäpalveluiden käytön määrissä. Lisäksi Metsänhoitoyhdistyksellä on kilpailijoistaan poiketen yhteistyökumppaneiden tarjoamia alennuksia erinäisiin palveluihin ja hankintoihin. Kilpailijoilla sen sijaan on käytössä bonukset puukauppoihin, joita Metsänhoitoyhdistyksellä ei ole. Metsänhoitoyhdistyksen kilpailuetuna voidaan pitää myös sen harjoittamaa edunvalvontaa.

4 Viestintäkanavat

4.1 Viestintä metsäalalla

Organisaatioissa viestitään jatkuvasti. Viestintää voi olla sisäistä ja ulkoista, kirjallista ja suullista sekä erilaisilla viestintävälineillä tapahtuvaa yhteydenpitoa. Viestintä on tärkeä osa yritysten ja organisaatioiden toimintaa ja se on tuke-
massa ja mahdollistamassa itse päätavoitteiden toteutumista. Viestinnän eri muotoja olisi siis hyvä osata käyttää tarkoituksenmukaisesti, jotta saadaan välitettyä asiakkaille ja mahdollisille asiakkaille tietoutta ja positiivista kuvaa organisaation palveluista ja toimintatavoista. Täytyy kuitenkin muistaa, että pelkkä viestiminen ei riitä positiiviseen imagoon, vaan siihen vaikuttavat suuresti myös

asiakkaiden kokemukset organisaation tarjoamien palvelujen ja tuotteiden laadusta. (Honkala, Kortetjärvi-Nurmi, Rosenström & Siira-Jokinen 2017, 9–14.)

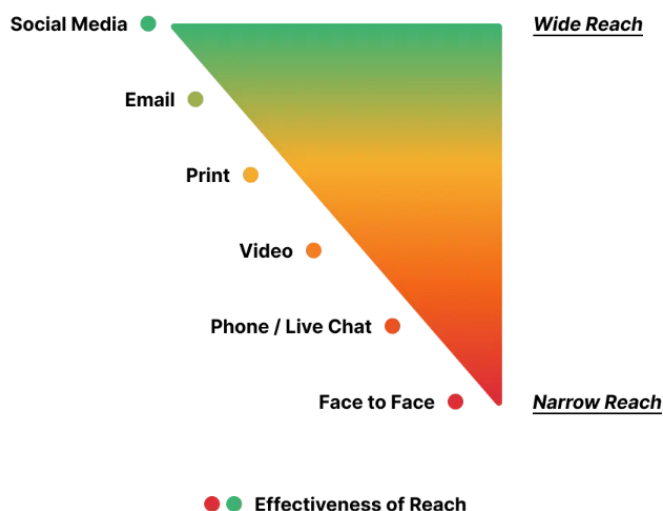
Metsäalalla viestintää ei ole pidetty erityisen edistyneenä, mutta tilanne on pikkuhiljaa muuttumassa nuorempien, viestinnässä taidokkaampien työllistyessä alalle (Häyrynen 2015, 9–10). Vaikka uudet somealustat ovat näyttävästi esillä, ovat organisaatioiden verkkosivut nykyäänkin tärkeä viestinnän väline. Ajantasaiset verkkosivut tavoittavat laajasti kiinnostuneita ja tarjoavat tietoa toiminnasta, uutisista ja yhteystiedoista. Sosiaalisen median alustoilla metsäalan organisaatiolla on parantamisen varaa. Kun someen perustaa tilin, tulisi sitä myös hoitaa ja tuottaa uutta sisältöä. Jos kanava jää alkuinnostuksen jälkeen unohduksiin, voi se toimia jopa itseään vastaan ja karkottaa asiakkaita. (Häyrynen 2015, 63–65).

4.2 Viestintäkanavien valinta tiedottamisessa

Metsänhoitoyhdistysten viestinnässä jäseneduista tiedottaminen on keskeisessä roolissa. On tärkeää, että jäsenet ovat tietoisia heille tarjottavista eduista ja palveluista, jotta he voivat hyödyntää niitä parhaalla mahdollisella tavalla. Näin jäsenyydestä muodostuu heille mahdollisimman kannattavaa ja mieluisaa. Lisäksi Metsänhoitoyhdistyksen kannalta on suotuisaa, että jäsenet hyödyntävät ja käyttävät etuja, sillä se vahvistaa heidän sitoutumistaan yhdistyksen toimintaan.

Uleviciuten mukaan monesti ajatellaan, että tehokkaaseen viestintään riittää vain sosiaalisen median profiili, puhelinpalvelu ja sähköpostituki. On kuitenkin tarpeellista kiinnittää huomiota, mitä kautta asiakkaat tavoitetaan sekä laajasti että vakuuttavasti. Tiedottamisessa voi käyttää lukuisia eri kanavia, joista kannattaa valita ne, jotka tavoittavat jäsenkunnan parhaiten. Tehokas viestintä saavutetaan löytämällä tasapaino laajan tavoittavuuden ja henkilökohtaisen viestinnän välillä. (Uleviciute 2021.)

Reach of Levels of Communication



Kuva 2. Viestinnän tavoitettavuuden tasot. (Uleviciute 2021)

Sosiaalinen media tavoittaa laajimman yleisön, mutta se on vähiten yksilöllinen viestintäkanava (kuva 2). Henkilökohtaisin viestintä tapahtuu kasvokkain tai puhelimitse, vaikka niiden tavoitettavuus on pieni. Se vaikuttaa myös vahvimmin asiakkaan päätöksiin. Siispä organisaatioiden, joissa asiakaslähtöinen ja henkilökohtainen viestintä on tärkeää, ei kannata panostaa liikaa sosiaaliseen mediaan, vaan kannattaa käyttää henkilökohtaisempia viestintäkanavia, kuten puhelinvälitystä ja sähköpostia. (Uleviciute 2021.)

Myös eri kohderyhmät on tärkeä huomioida viestinnässä. Jos Metsänhoitoyhdistys haluaa tiedottaa jäseneduista nuoremmille metsänomistajille, voi sosiaalinen media olla tähän paras vaihtoehto. Yhdistys voi jakaa siellä nopeasti tiedon eduista ja tarjouksista, joista jäsenet voivat välittömästi saada tietoa ja toimia. Iäkkäämmät ihmiset eivät käytä sosiaalista mediaa niin aktiivisesti (Suomen virallinen tilasto 2020). Heidän tavoittamiseksi voivat esimerkiksi sähköpostit, lehdet tai suorat puhelinsoitot olla parempi vaihtoehto.

4.3 Digitaaliset viestintäkanavat

Digitaalisilla viestintäkanavilla tarkoitetaan kaikkia sähköisiä viestintävälineitä, kuten sähköposteja, videopuheluja, blogeja ja sosiaalista mediaa. Ne ovat

merkittävästi helpottaneet nopeaa yhteydenpitoa eri puolille maailmaa sekä parantaneet tiedon saatavuutta. Varhaisimpia verkkoviestinnän muotoja ovat esimerkiksi sähköpostit, pikaviestit ja verkkosivut, jotka ovat olleet käytössä jo monta vuosikymmentä. Internetin aikakausi on tuonut mukanaan lukemattomia uusia viestinnän välineitä, joista erityisesti sosiaalinen media on noussut suureen suosioon. Viestintäjärjestelmien määrä on nykyään monipuolinen, ja eri välineet soveltuvat erilaisiin käyttötarkoituksiin ja tavoittavat eri yleisöjä. (Truely 2024.)

Vanhemmista sähköisen viestinnän kanavista erityisesti sähköposti on säilyttänyt asemansa suosittuna yhteydenpitovälineenä. Vaikka usein on esitetty näemyksiä siitä, että sähköposti olisi poistumassa käytöstä, näin ei ainakaan toistaiseksi ole käynyt. Sen rooli merkitys ja rooli ovat kuitenkin muuttuneet, sillä se on kehittynyt monipuolisemmaksi viestinnän kanavaksi. (Kortesuo & Patjas 2011, 52–53.)

Sosiaalisen median kanaviin kuuluu nykypäivänä valtava määrä eri sovelluksia. Niiden käyttö viestintä- ja tiedotusvälineenä vaatii yritykseltä perehtymistä eri alustoihin sekä ymmärrystä, mitä palveluita oma kohderyhmä suosii. Kaikkia so-mealustoja ei kannata käyttää, vaan mieluummin kohdentaa viestintä sopivimmille alustoille mahdollisimman tehokkaasti. Jokainen kanava toimii hieman eri tavalla, joten viestijän on hyvä syventyä niiden käytäntöihin. (Kortesuo & Patjas 2011, 79–81.)

4.4 Perinteiset ja monikanavaiset viestintäkanavat

Perinteisiä viestinnän muotoja ovat esimerkiksi kokoukset, puhelinkeskustelut, kasvokkain viestintä sekä asiakaslehdet. Vaikka digitaaliset viestintäkanavat ovat nykyään suuressa suosiossa, ne eivät ole syrjäyttäneet perinteisiä viestinnän muotoja (Juholin 2017, 18). Eritoten kokoukset ja muu kasvokkain tapahtuva viestintä ovat pysyneet arvossaan, sillä henkilökohtainen vuorovaikutus auttaa luomaan merkityksellisiä yhteyksiä ihmisten välille (Velling 2025).

Toisaalta nykyajan digitalisaatio on mahdollistanut kokouksien ja palaverien pidon myös verkossa.

Nykyään yhä useammin hyödynnetään monikanavaista viestintää, jossa yhdistetään sekä digitaalisia että perinteisiä viestinnän kanavia. Yritys voi esimerkiksi julkaista tiedotteen verkkosivuillaan, jakaa sen sosiaalisessa mediassa ja käsitellä aihetta tarkemmin vaikkapa webinaarissa. (Honkala ym. 2017, 105.) Monikanavainen viestintä mahdollistaa sekä laajan tavoitavuuden että henkilökohtaisemman vuorovaikutuksen. Kasvokkain tapahtuva viestintä koetaan monesti uskottavammaksi ja siksi se säilyttää merkityksensä digitaalisesta kehityksestä huolimatta (Uleviciute 2021).

4.5 Viestintäkanavat Metsänhoitoyhdistyksessä

Metsänhoitoyhdistykset käyttävät monipuolisesti erilaisia viestintäkanavia yhteydenpidossa organisaation ja jäsenten välillä. Perinteisiä viestintä- ja tiedottamiskanavia ovat verkkosivut, sähköposti, puhelin sekä kasvokkain kohtaamiset. Sosiaalisen median puolella eri Metsänhoitoyhdistyksillä on tilejä muun muassa Instagramissa, YouTubessa sekä Facebookissa, joihin luodaan aktiivisesti informatiivista sisältöä jäsenyyteen ja metsänomistukseen liittyvistä asioista. Laajimmin tietoa yhdistysten toiminnasta, palveluista, jäseneduista ja muista ajankohtaisista aiheista löytyy Metsänhoitoyhdistyksen verkkosivujen kautta.

Metsänomistajat-lehti julkaistaan Mhy Pohjois-Karjalan toimesta kolme kertaa vuodessa ja se on suunnattu yhdistyksen jäsenille (Metsänhoitoyhdistys Pohjois-Karjala 2025c). Eri Metsänhoitoyhdistykset tuottavat oman versionsa lehdestä. Lehdet ovat yksi viestinnän kanavista ja niiden kautta jaetaan tietoa ajankohtaisista jäseneduista, metsänhoidosta, lainsäädännöstä ja yhdistyksen palveluista. Tyypillisesti lehdissä julkaistaan myös asiakaskertomuksia metsänomistajuudesta.

Lehtien ohella viestintää täydentävät blogitekstit, joita kirjoittavat sekä metsäasi-
antuntijat että metsänomistajat. Niissä käsitellään hyvin pitkälti samoja teemoja
kuin lehdissä. (Metsänhoitoyhdistys 2025d.)

4.6 Mhy:n ja MTK:n omat jäsenpalvelualustat

Metsänhoitoyhdistykset tarjoavat jäsenilleen sähköisiä palvelualustoja, jotka tu-
kevat asiointia ja viestintää. Kolme vuotta sitten julkaistiin metsänomistajia var-
ten tarkoitettu OmaMetsä-palvelualusta, jonka kautta voi hallita metsäomai-
suutta, olla yhteydessä metsäasiantuntijaan ja tilata metsänhoitoyhdistyksen
palveluita. ”Kun metsänomistaja rekisteröityy palveluun, ensimmäiseksi tutki-
taan ja selvitetään hänen arvojaan. Tavoitteena on kunkin omistajan arvojen
mukainen metsänhoito”, Huupponen mainitsee. (Haapakoski 2024.) OmaMetsä
on kaikkien metsänomistajien käytettävissä ilmaiseksi, mutta jäsenillä on omat
etuominaisuudet (Savon Sanomat 2024). Palvelusta löytyvät muun muassa
metsätilan tiedot, puustotiedot, arvion puuston arvosta, peruskartta, ilmakuvat
sekä ajantasaiset puun hintatiedot. Palvelussa voi myös viestiä oman metsäasi-
antuntijan kanssa. (Haapakoski 2024.)

Metsänhoitoyhdistyksen jäsenenä OmaMetsästä saa käyttöön tarkempaa tietoa
puumarkkinahinnoista valtakunnallisesti ja omistamiensa metsien lähialueilla.
Omia puukauppatietoja voi vertailla ympäristössä toteutuneisiin kauppoihin ja
seurata kuinka aktiivisesti kauppoja tapahtuu. Jäsen pääsee myös muokka-
maan omien kuvioidensa metsänhoitotilannetta ajantasaiseksi. (Metsänhoitoyh-
distys Pohjois-Karjala 2025b.)

MTK Jäsenet on MTK:n kehittämä sovellus puhelimille, jonka kautta käyttäjä
pääsee tarkastelemaan ajankohtaisia uutiskirjeitä, jäsenlehtiä, tulevia tapahtu-
mia, tallenteita koulutuksista ja jäsenetuja. Lisäksi se sisältää mediaseurannan,
jonka avulla voi seurata maa- ja metsätalouteen liittyviä uutisia. (Maa- ja metsä-
taloustuottajain Keskusliitto 2024a.) Sovelluksessa saa jäsenkortin näkyviin ja
käyttöön jäsenetuja hyödynnettäessä. Kortilla näkyy sekä MTK:n että Mhy:n jä-
senyydet. MTK:lla on lisäksi Oiva-jäsenpalveluportaali, jonka kautta pääsee

samoin näkemään jäsenkorttinsa sekä ilmoittautumaan tapahtumiin. Sivustolla on linkkejä erilaisiin materiaaleihin ja sen avulla voi myös olla yhteydessä asiantuntijoihin. (Maa- ja metsätaloustuottajain Keskusliitto 2024b.)

4.7 Mhy:n tiedottaminen viestintäkanavissa

Vuonna 2015 ilmestyneessä opinnäytetyössä kysyttiin Metsänhoitoyhdistys Pirkanmaan jäseniltä, mitä viestintäkanavia he pitivät tärkeimpinä tiedonhakuja ja tiedotusta ajatellen. 87 % vastanneista piti jäsenlehteä tärkeimpänä kanavana. Toiseksi tärkeimmäksi nousivat Metsänhoitoyhdistyksen verkkosivut, joita 80 % piti tärkeinä. Kolmanneksi tärkeimmäksi nousi tapahtumat, joita piti tärkeänä 70 % vastaajista. Nämä olivat selvästi kolme merkittävintä viestintäkanavaa. Muita kanavia olivat muun muassa Facebook ja tekstiviestit, joita alle 20 % vastaajista piti tärkeinä. (Jokinen & Sääksmäki 2015, 35–36.)

Lisäksi tutkimuksessa kysyttiin, että saavatko jäsenet tarpeeksi tietoa Metsänhoitoyhdistys Pirkanmaan asioista. Kyselyyn vastanneista 60 % koki saavansa riittävästi tietoa asioista jäsenenä. Vastaajista 19 % oli taas sitä mieltä, ettei saa tarpeeksi tietoa, ja 20 % ei osannut sanoa. (Jokinen & Sääksmäki 2015, 32–33.)

Tulokset osoittavat, että jäsenet arvostivat eniten perinteisiä viestintäkanavia, kuten jäsenlehteä ja verkkosivuja. On kuitenkin syytä ottaa huomioon, että tutkimus on kymmenen vuotta vanha, jolloin esimerkiksi sosiaalisen median alustoja oli nykypäivää vähemmän. Silti perinteiset viestintäkanavat ovat yhä tärkeitä erityisesti iäkkäämmille, joiden digitaidot eivät ole yhtä vahvoja kuin nuoremmilla, minkä vuoksi näiden kanavien säilyttäminen digitaalisten rinnalla on olennaista (Vuorisalo 2024). Huomionarvoista Mhy Pirkanmaan tutkimuksissa on, että yli viidennes jäsenistä koki saavansa liian vähän tietoa (Jokinen & Sääksmäki 2015, 55). Voisi olettaa, ettei tiedon saannin puute ole nykyään yhtä merkittävä ongelma, sillä sähköisiä viestintäkanavia on tarjolla runsaasti.

5 Tutkimuksen tausta ja tavoitteet

5.1 Toimeksiantaja

Opinnäytetyön toimeksiantajana toimi Metsänhoitoyhdistys Pohjois-Karjala, joka on alueensa merkittävä metsänomistajien palveluntarjoaja ja edunvalvoja. Yhdistys tarjoaa jäsenilleen ja muille asiakkaille palveluja muun muassa puukauppaan, metsänhoitopalveluihin ja metsäomaisuuden hallintaan liittyvissä asioissa. Jäseniä yhdistyksellä on noin 10 500 (Metsänhoitoyhdistys Pohjois-Karjala 2025a, 4).

Tutkimuksen tarve nousi esiin halusta kehittää olemassa olevia jäsenpalveluja ja varmistaa, että jäsenedut vastaavat metsänomistajien odotuksia ja tarpeita. Yhdistys halusi saada ajankohtaista tietoa siitä, kuinka tärkeinä sen tarjoamat jäsenedut koetaan, kuinka hyvin ne tunnetaan ja millaisia näkemyksiä vastaajilla oli niihin liittyen. Opinnäytetyön tuloksia voidaan hyödyntää käytännössä esimerkiksi viestinnän kohdentamisessa, jäsenetujen kehittämisessä ja uusien palveluiden suunnittelussa.

5.2 Tutkimuksen tavoitteet

Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää Metsänhoitoyhdistys Pohjois-Karjalan nykyisten jäsenetujen merkitystä ja koettua hyödyllisyyttä sekä kartoittaa, millaisia etuja toivotaan tulevaisuudessa. Lisäksi tarkasteltiin MTK:n jäsenetujen tunnettavuutta ja edunvalvonnan koettua tärkeyttä. Tutkimuksessa selvitettiin myös, mitä viestintäkanavia jäsenet suosivat ja kokevatko he viestinnän riittäväksi.

Opinnäytetyön tutkimuskysymykset olivat:

- Kuinka tärkeinä nykyiset Mhy Pohjois-Karjalan jäsenedut koetaan?
- Millaisia etuja jäsenet toivovat tulevaisuudessa?
- Kuinka hyvin MTK:n jäsenedut tunnetaan, ja miten tärkeäksi ne koetaan?
- Mitkä ovat tärkeimmät kanavat jäseneduista tiedottamiseen ja koetaanko tiedottaminen riittäväksi?

6 Aineisto ja menetelmät

6.1 Kvantitatiivinen eli määrällinen tutkimus menetelmänä

Tutkimusmenetelmäksi valittiin kvantitatiivinen, eli määrällinen tutkimus, joka kertoo kuinka paljon tai kuinka usein jotain esiintyy. Menetelmällä saadaan haluttu tieto numeerisesti, mitattavaan muotoon. Tulokset esitetään numeerisesti joko suoraan tai myös sanallisesti kuvattuna. (Vilkkä 2007, 13–14.) Määrällisessä tutkimuksessa on tarkoitus löytää säännönmukaisuuksia aineistosta, ja se voi joko kuvata, selittää, kartoittaa, vertailla tai ennustaa erilaisia asioita ja ilmiöitä. (Vilkkä 2007, 19, 25.)

Määrällisessä tutkimuksessa on tärkeää tiedon strukturointi eli halutun tutkimustiedon suunnittelu ja vakiointi niin, että kyselyn vastaajat ymmärtävät kysymykset ja vastausvaihtoehdot tismalleen samalla tavalla. Tähän liittyy vahvasti myös operationalisointi, joka tarkoittaa käsitteiden ja termien muuttamista kaikille ymmärrettävään muotoon. (Vilkkä 2007, 14, 36.)

Määrällisen tutkimuksen aineiston keruun menetelmäksi valittiin kysely, koska se sopii hajallaan olevalle suurelle joukolle. Kysely on aineiston keruun muoto, jossa kaikilta kyselyyn vastaavilta kysytään samat kysymykset samalla tavalla, eli kysely on vakioitu. Vastaajat lukevat ja vastaavat kysymyksiin itse. Kyselytutkimusta suunniteltaessa on tärkeä kiinnittää huomiota sen ajoitukseen, ettei vastausprosentti jäisi sen takia alhaiseksi. (Vilkkä 2007, 28.)

Kyselyssä oli myös runsaasti avoimia kysymyksiä, jotka luokitellaan laadulliseksi eli kvalitatiiviseksi kysymyksiksi. Näiden avulla saatiin kartoitettua erityisesti ideoita ja asioita tulevaisuuden eduista ja palveluista, joita ei olisi ollut mahdollista tavoittaa valmiilla vastausvaihtoehdoilla. Avoimia kysymyksiä analysitiin teemoittamalla niitä ja etsimällä niistä sisällöistä toistuvia aiheita ja näkökulmia.

6.2 Toteutus ja tutkimusjoukon raja

Kyselylomake luotiin Webropol-palvelulla ja lomakkeen kysymykset suunniteltiin siten, että tuloksena saavutettaisiin mahdollisimman hyvin tutkimuskysymyksiin vastaavia tietoja. Kyselyä suunniteltiin ja muodostettiin yhdessä toimeksiantajan kanssa pitkään, jotta siitä saatiin tehtyä mahdollisimman selkeä ja helposti ymmärrettävä.

Vastaukset analysoitiin ja ristiintaulukoitiin Excelissä, jonka jälkeen muodostettiin kaaviot, jotka visualisoivat tuloksia mahdollisimman hyvin. Ristiintaulukoinnissa aineistoa analysoidaan selvittämällä eri muuttujien välisiä yhteyksiä eli riippuvuuksia. Se ei kuitenkaan yksin riitä todentamaan syy-seuraussuhteita. (Vilkkä 2007, 129.) Muuttujien välisen riippuvuuden tilastollista merkitsevyyttä arvioidaan Khiin neliö -testiä käyttäen (Tähtinen, Laakkonen & Broberg 2020, 165–167). Testissä p-arvo ilmaisee, kuinka todennäköistä on saada havaittu tulos sattumalta, jos muuttujilla ei ole yhteyttä. Mitä pienempi p-arvo on, sitä suurempi on tilastollisesti merkitsevä yhteys. Arvoa alle 0,050 pidetään yleensä riittävänä merkitsevyytasona. (Taanila 2019.)

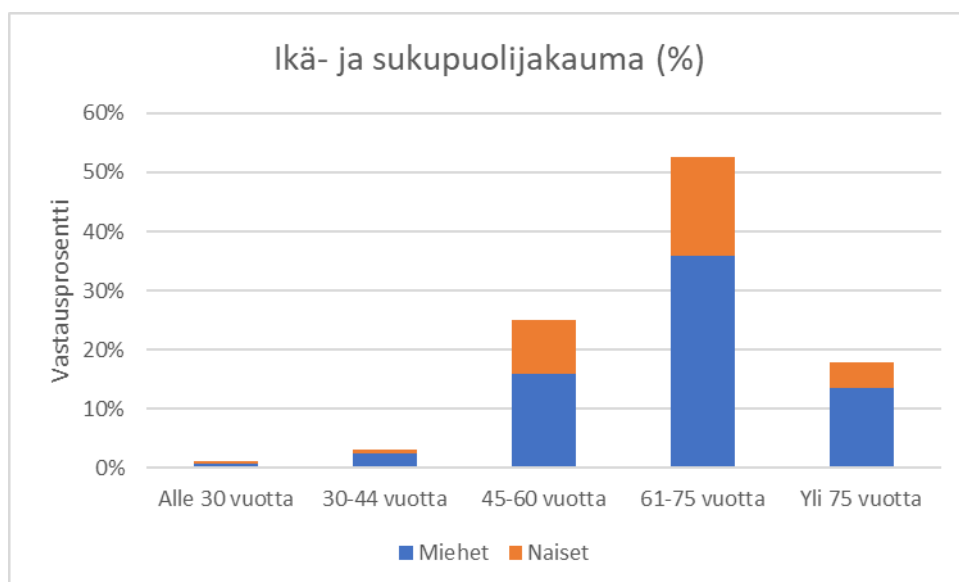
Määrällisessä tutkimuksessa suositeltava havaintoyksiköiden määrä on vähintään 100 kappaletta. Mitä suurempi otos on, sitä todennäköisemmin se heijastaa perusjoukon keskimääräistä mielipidettä. (Vilkkä 2007, 17.) Tarpeeksi suuren otoksen saaminen on siis merkittävä tekijä tutkimuksessa. Saatu otoksen suuruus riippuu aina perusjoukon eli kyselyyn vastanneiden määrästä. Tyypillisesti otoksen koko on alle 20 % perusjoukosta. (Valli 2018, 102.)

7 Tulokset

7.1 Taustatiedot

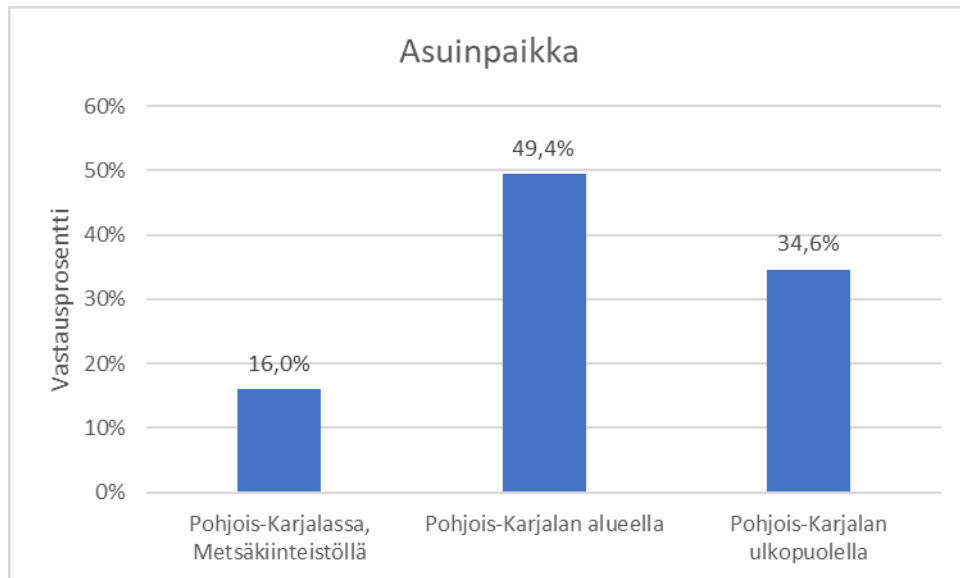
Kysely lähetettiin sähköpostitse uutiskirjeen yhteydessä 7308 vastaanottajalle. Kysely oli avoinna noin seitsemän vuorokautta ja vastaajia kyselyyn saatiin yhteensä 182, joten vastausprosentiksi muodostui 2,5 %. Matala vastausprosentti oli odotettavissa valitun jakelutavan vuoksi. Kyselyn aluksi kysyttiin hyväksyntää tietojen keräämiselle. Kielteisen vastauksen antoi 26 vastaajaa. Heidät ohjattiin kyselyn kiitossivulle, eikä kyselyä heidän osaltaan jatkettu, joten varsinaiseen kyselyyn vastasi lopulta 156 henkilöä.

Vastaajista 107 oli miehiä (68,6 %) ja 49 naisia (31,4 %). Ikäjakauma painottui selvästi vanhempiin ikäryhmiin. Suurin vastaajaryhmä sekä miehillä että naisilla oli 61–75-vuotiaat, jotka muodostivat yhdessä yli puolet kaikista vastaajista (52,6 %). Alle 45-vuotiaita vastaajia oli vain 4,5 %. (Kuvio 1.) Vastanneiden iän ja sukupuolen välillä ei havaittu tilastollisesti merkitsevää riippuvuutta ($p = 0,822$, $df = 4$, $X^2 = 1,525$).



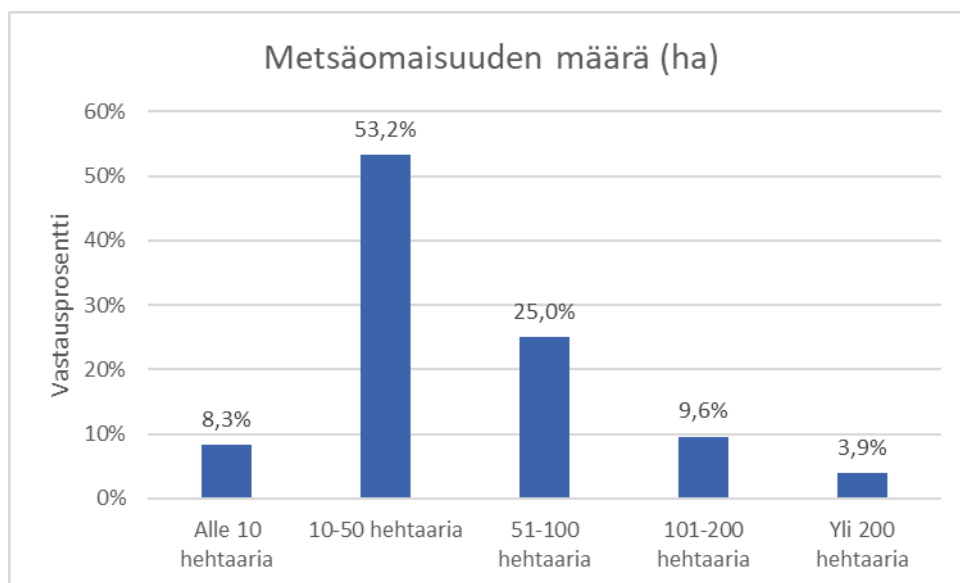
Kuvio 1. Kyselyyn vastanneiden ikä- ja sukupuolijakauma, $n = 156$.

Suurin osa vastaajista (65,4 %) asui Pohjois-Karjalan alueella. Etämetsänomistajia oli vastaavasti loput 34,6 % (kuvio 2).



Kuvio 2. Kyselyyn vastanneiden asuinpaikka, n = 156.

Valtaosa vastaajista (53,2 %) omisti 10–50 hehtaaria metsää. Toiseksi yleisin omistusluokka oli 51–100 hehtaaria, jonka omisti noin neljännos vastaajista (25,0 %). Kolmanneksi suurin omistusluokka oli 101–200 hehtaaria, jonka omisti 9,6 % vastaajista. Alle 10 hehtaarin metsäomaisuuden määrä oli harvalla (8,3 %), ja yli 200 hehtaaria omisti vain 3,9 % vastaajista. (Kuvio 3.) Vastanneiden sukupuolen ja metsäomaisuuden määrän välillä oli tilastollisesti melkein merkitsevä riippuvuus ($p = 0,029$, $df = 4$, $X^2 = 10,819$).

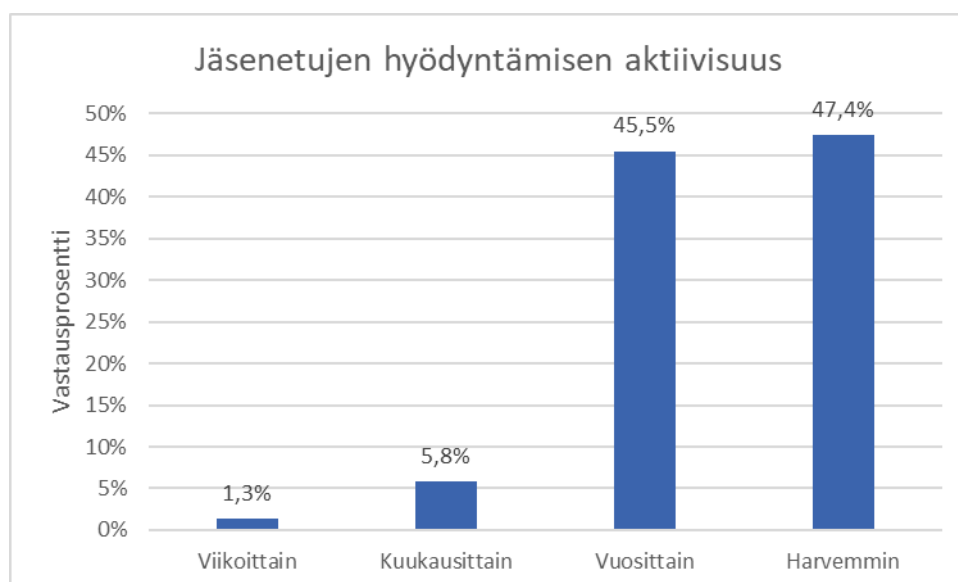


Kuvio 3. Kyselyyn vastanneiden metsäomaisuuden määrä, n = 156.

Taustatiedoissa kysyttiin myös, onko vastaaja Mhy Pohjois-Karjalan jäsen. Kyselyyn vastanneista 94,2 % oli jäseniä, 3,9 % ei ollut, ja 1,9 % ei osannut sanoa.

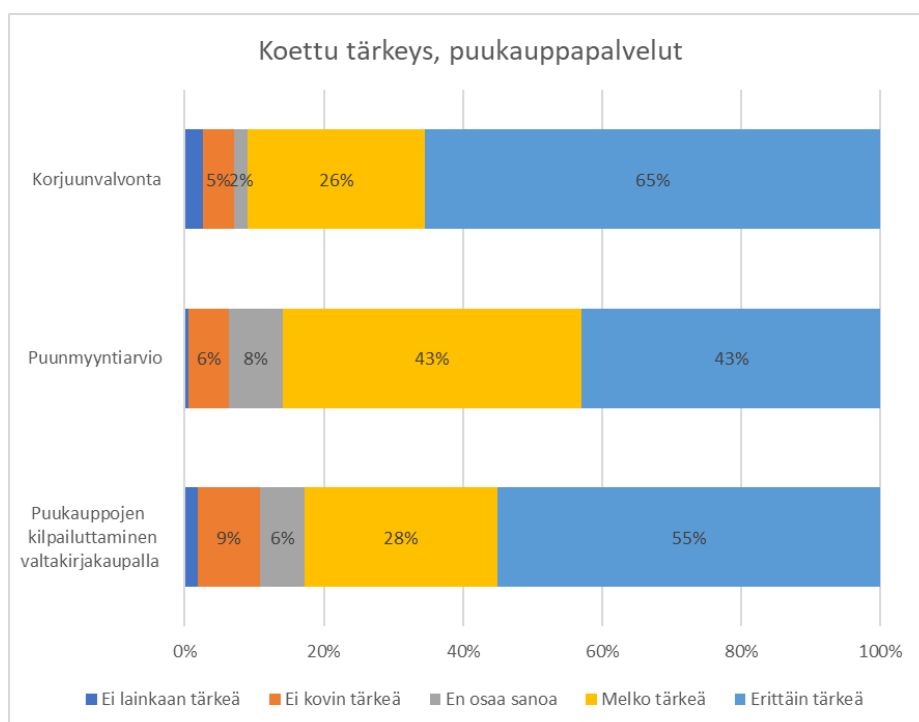
7.2 Metsänhoitoyhdistys Pohjois-Karjalan jäsenetujen merkitys

Vastausten perusteella suurin osa vastaajista hyödynsi jäsenetuja vuosittain (45,5 %) tai harvemmin (47,4 %). Kuukausittain etuja käytti vain pieni osa (5,8 %), ja viikoittain hyvin harva (1,3 %). (Kuvio 4.)



Kuvio 4. Jäsenetujen hyödyntämisen aktiivisuus, n = 156.

Puukauppapalveluista tärkeimpänä pidettiin korjuunvalvontaa. 65,4 % vastaajista koki sen erittäin tärkeäksi ja 25,6 % melko tärkeäksi. Myös puunmyyntiarvio nähtiin merkittävänä, sillä 42,9 % piti sitä erittäin tärkeänä ja 43,0 % melko tärkeänä. Puukauppojen kilpailuttamista valtakirjakaupalla piti erittäin tärkeänä 55,1 % vastaajista ja melko tärkeänä 27,6 %. Kaikkien puukauppapalveluiden osalta vähintään 80 % vastaajista koki ne joko erittäin tai melko tärkeiksi. (Kuvio 5.)



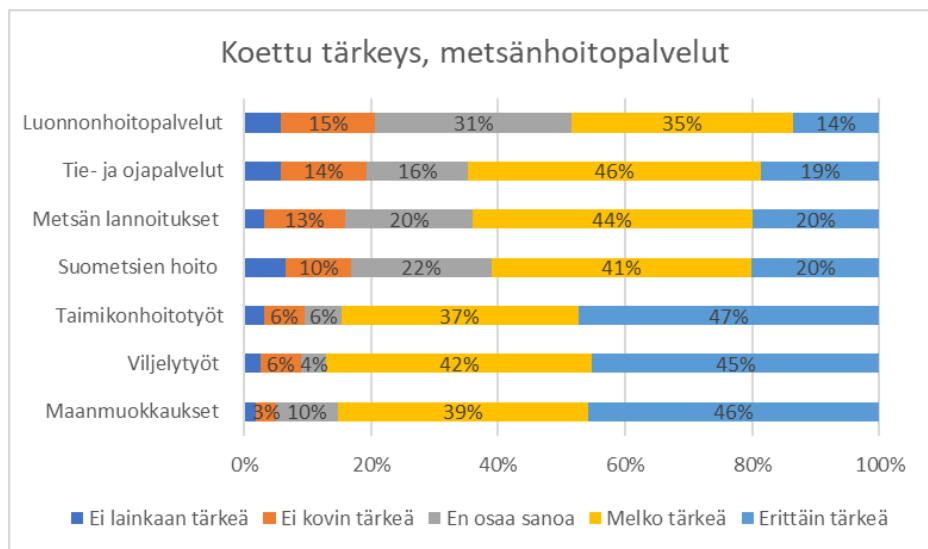
Kuvio 5. Vastaajien kokemus puunmyyntipalveluiden tärkeydestä, n = 156.

Puukauppapalveluiden osalta (kuvio 5) tarkasteltiin myös, onko metsäomaisuuden määrällä yhteyttä palveluiden tärkeyteen. Metsänomistuksen määrät jaettiin luotettavuuden parantamiseksi kolmeen ryhmään: 0–50 ha, 51–100 ha ja yli 100 ha. Tulosten perusteella ei havaittu tilastollisesti merkitsevää riippuvuutta puukauppojen kilpailuttamisen ($p = 0,124$, $df = 8$, $X^2 = 12,661$), puunmyyntiarvion ($p = 0,098$, $df = 8$, $X^2 = 13,414$) eikä korjuunvalvonnan ($p = 0,180$, $df = 8$, $X^2 = 11,398$) tärkeyden ja metsäomaisuuden välillä.

Puukauppapalveluista oli myös avoin kysymys. Sen vastauksista kävi ilmi, että monet vastaajat olivat tyytyväisiä nykyisiin palveluihin eivätkä toivoneet merkitäviä muutoksia. Osa toivoi aktiivisempaa yhteydenpitoa, ajantasaista markkinatietoa puun hinnoista sekä tukipalveluja puukaupan eri vaiheisiin. Lisäksi kaivattiin parempaa tiedotusta monimuotoisuudesta ja jatkuvasta kasvatuksesta. Yleisesti ottaen henkilökohtaista asiantuntija-apua pidettiin tärkeänä puukaupan palveluissa.

Metsänhoitopalveluista tärkeimpinä pidettiin taimikonhoitotöitä, viljelytöitä ja maanmuokkauksia, jotka erottuivat selvästi muista palveluista. Näistä viljelytyöt koettiin tärkeimmiksi, sillä 45,2 % vastaajista piti niitä erittäin tärkeinä ja 41,9 %

melko tärkeinä. Tie- ja ojapalveluja, metsän lannoituksia sekä suometsien hoitoa piti erittäin tärkeänä noin 20 % vastaajista ja melko tärkeänä hieman yli 40 %. Vähiten tärkeänä palveluna pidettiin luonnonhoitopalveluita, joita piti erittäin tärkeinä vain 13,6 % ja melko tärkeinä 34,8 % vastaajista. Lisäksi 31,0 % ei osannut sanoa mielipidettään kyseisestä palvelusta. (Kuvio 6.)



Kuvio 6. Vastaajien kokemus metsänhoitopalveluiden tärkeydestä, n = 156.

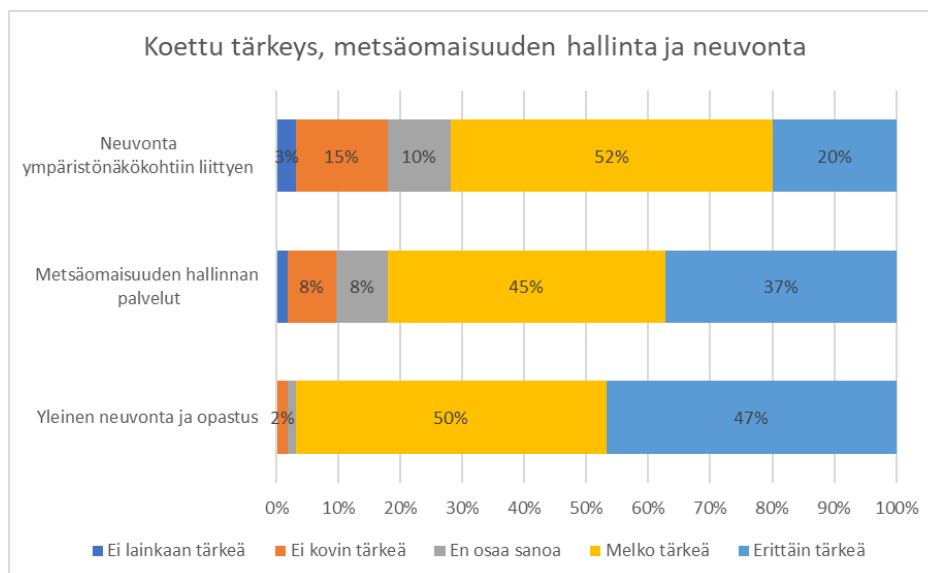
Metsäomaisuusmäärää verrattiin myös eri metsänhoitopalveluiden tärkeyden kanssa (taulukko 2). Tulosten perusteella metsäomaisuuden määrällä ei yleisesti ottaen ollut tilastollisesti merkitsevää yhteyttä tarkasteltujen metsäpalveluiden tärkeyteen. Ainoastaan metsän lannoituspalveluiden osalta yhteys oli melkein tilastollisesti merkitsevä ($p = 0,019$, $df = 8$, $X^2 = 18,315$). Suometsien hoidon osalta yhteys oli lähellä tilastollista merkitsevyyttä ($p = 0,059$, $df = 8$, $X^2 = 15,034$).

Metsäomaisuuden määrä	p-arvo	df	X²
Maanmuokkaukset	0,796	8	4,626
Viljelytyöt	0,806	8	4,533
Taimikonhoitotyöt	0,221	8	10,665
Suometsien hoito	0,059	8	15,034
Metsän lannoitukset	0,019	8	18,315
Tie- ja ojapalvelut	0,129	8	12,530
Luonnonhoitopalvelut	0,573	8	6,659

Taulukko 2. Khiin neliön testin tulokset metsänhoitopalveluiden tärkeyden ja metsäomaisuuden määrän välillä.

Avoimessa kysymyksessä metsänhoitopalveluista metsänomistajat toivoivat pitkälti samoja asioita kuin kysymyksessä puukaupan palveluista, eli aktiivisempaa yhteydenpitoa ja konsultointia metsänhoitoon sekä yleisesti metsänomistukseen liittyen. Vastauksissa nousivat yhtä lailla esiin myös metsäluonnonhoito ja monimuotoisuuden edistäminen, kuten neuvonta jatkuvaan kasvatukseen liittyen. Lisäksi joissakin vastauksissa toivottiin kokonaisvaltaisempia palveluja etämetsänomistajille sekä ajantasaista tiedottamista, jotta esimerkiksi metsänhoitotoimenpiteet eivät jäisi tekemättä.

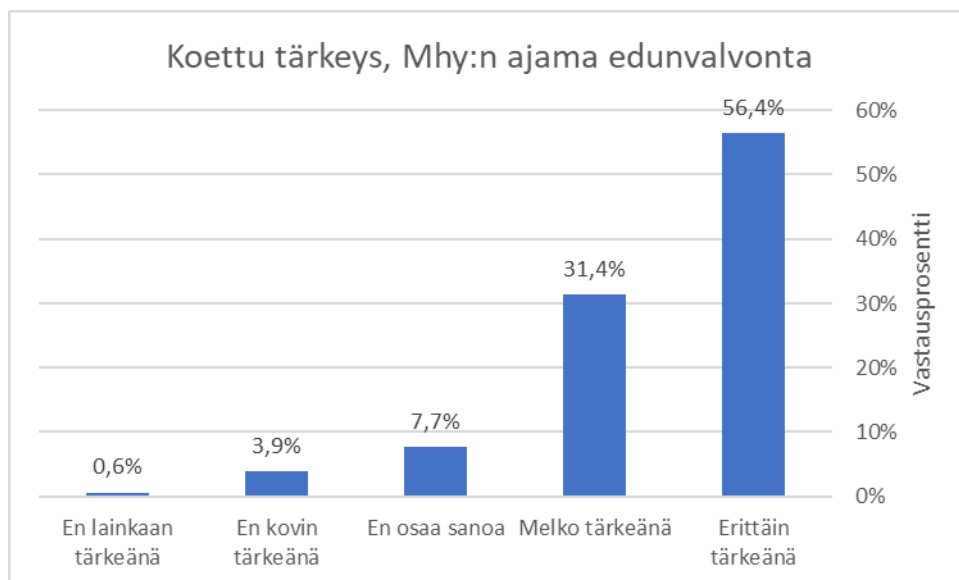
Metsäomaisuuden hallinnan ja neuvonnan palveluista tärkeimpänä pidettiin yleistä neuvontaa ja opastusta, sillä sitä piti erittäin tärkeänä lähes puolet (46,8 %) ja melko tärkeänä tasan puolet (50,0 %) vastaajista. Metsäomaisuuden hallinnan palvelut koettiin myös tärkeiksi, sillä niitä piti melko tärkeänä 44,9 % ja erittäin tärkeänä 37,2 %. Tärkeänä pidettiin myös neuvontaa ympäristönäkökohtiin liittyen, jota piti erittäin tärkeänä vajaa viidennes (19,9 %) ja melko tärkeänä 51,9 % vastaajista. (Kuvio 7.)



Kuvio 7. Vastaajien kokemus metsäomaisuuden hallinnan ja neuvonnan palveluista, n = 156.

Avoimessa kysymyksessä, jossa kartoitettiin toiveita metsänomistamiseen liittyvistä palveluista, nousivat esiin pitkälti samat teemat kuin muissa edellisessäkin avoimessa kysymyksessä, joita olivat yleinen neuvonta metsänomistukseen sekä metsäasiantuntijan aktiivinen yhteydenpito. Vastaajat kaipasivat neuvontaa muun muassa ojitushankkeisiin, sukupolvenvaihdoksiin ja verotukseen. Lisäksi osa toivoi lakipalveluita, esimerkiksi yksityisteihin ja maankäyttöön liittyvissä asioissa. Vastauksissa tuotiin myös esiin toive siitä, että ympäristö- ja luonnonhoito huomioitaisiin neuvonnassa nykyistä paremmin.

Metsänhoitoyhdistys Pohjois-Karjalan ajama edunvalvonta koettiin metsänomistajien keskuudessa selvästi merkittäväksi. Edunvalvontaa piti erittäin tärkeänä 56,4 % ja melko tärkeänä 31,4 %. Vastaajista 7,7 % ei osannut sanoa kantansa, 3,9 % piti edunvalvontaa vähemmän tärkeänä ja vain 0,6 % ei pitänyt sitä lainkaan tärkeänä. (Kuvio 8.)



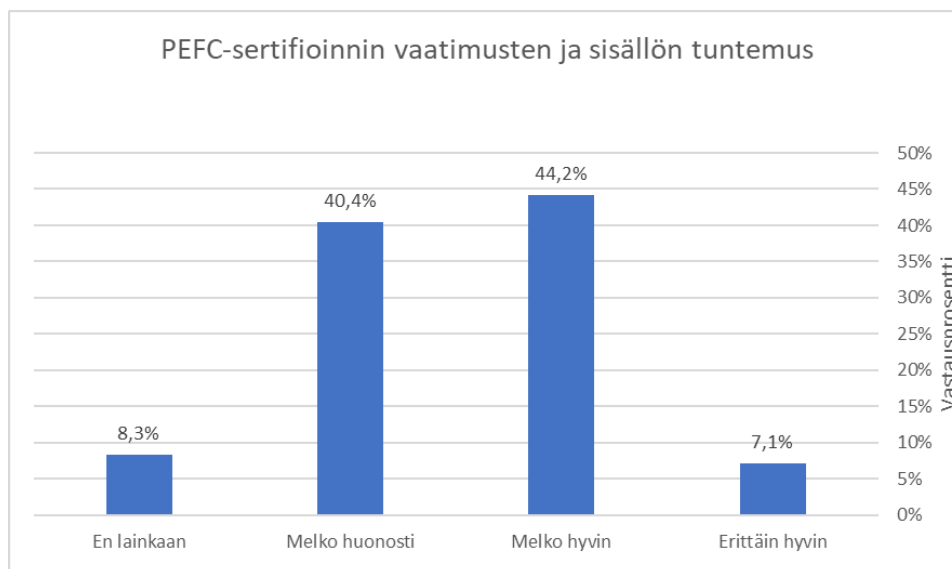
Kuvio 8. Vastaajien kokemus Mhy:n roolista etujen ajajana, n = 156.

Metsänomistajilta kysyttiin, onko metsänhoitoyhdistys onnistunut ajamaan heidän etujaan paikallisessa päätöksenteossa. Yli puolet vastaajista (50,6 %) koki yhdistyksen onnistuneen tässä tehtävässä. Vastaajista 10,3 % katsoi, ettei yhdistys ole onnistunut etujen ajamisessa, ja 39,1 % ei osannut sanoa kantaansa. Metsänhoitoyhdistys Pohjois-Karjalan ajamaa edunvalvontaa verrattiin metsäomaisuuden määrän kanssa khiin – neliön testin avulla. Tulos oli tilastollisesti melkein merkitsevä ($p = 0,043$, $df = 4$, $X^2 = 9,824$).

Edunvalvontaan liittyen kysyttiin myös avoin kysymys: ”Mitä asioita toivoisit metsänhoitoyhdistyksen ajavan enemmän edunvalvonnassa?” Vastauksissa kaivattiin erityisesti aktiivisempaa toimintaa hirvieläinten aiheuttamien metsätuhojen vähentämiseksi ja hirvikantojen säätelemiseksi. Lisäksi toivottiin vahvempaa puolustusta metsänomistajan oikeudelle käyttää ja hoitaa omaa metsäänsä ilman liiallista sääntelyä tai suojelupaineita. Muutamissa vastauksissa esitettiin myös, että kaavoituksessa tulisi huomioida paremmin metsätalouden ja yksityisten maanomistajien näkökulmat. Monelle vastaajalle tärkeää oli lisäksi metsäalan positiivisen roolin ja maineen kirkastaminen, ettei alaa nähtäisi pelkästään ilmasto- ja ympäristötuhojen aiheuttajana, vaan pikemminkin osana ratkaisua.

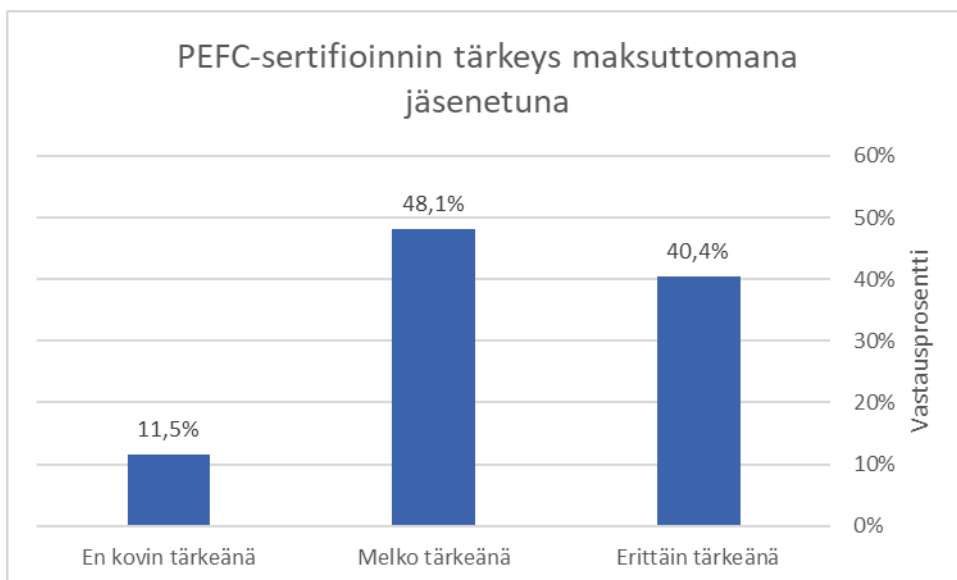
PEFC-sertifiointin sisällön ja vaatimusten tuntemus jakautuu vastaajien keskuudessa melko tasaisesti. Hieman yli puolet vastaajista tunsivat sertifiointin, joista

7,1 % erittäin hyvin ja 44,2 % melko hyvin. Toisaalta 40,4 % koki tuntevansa sen melko huonosti ja 8,3 % ei lainkaan (kuvio 9). Vastaajien sukupuolen ja PEFC-sertifioinnin sisällön ja vaatimusten tuntemisessa oli tilastollisesti merkittävä yhteys ($p = 0,002$, $df = 3$, $X^2 = 14,657$).



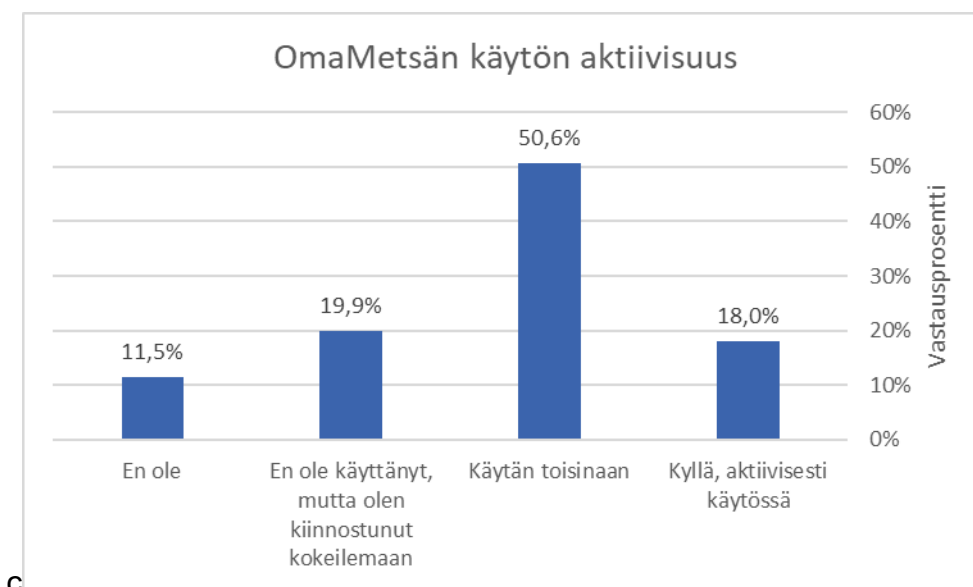
Kuvio 9. Vastaajien tuntemus PEFC-sertifioinnin sisällöstä ja vaatimuksista, $n = 156$.

Lähes kaikki metsänomistajat kokivat maksuttoman PEFC-sertifioinnin tärkeäksi jäseneduksi. Erittäin tärkeänä sitä piti 40,4 % vastaajista ja melko tärkeänä 48,1 %. 11,5 % ei pitänyt PEFC-sertifiointia kovin tärkeänä etuna (kuvio 10). Vastauksia ei tullut vaihtoehtoon ”En lainkaan tärkeänä”. Iän ja maksuttoman PEFC-sertifioinnin välillä ei havaittu tilastollisesti merkittävää riippuvuutta ($p=0,280$, $df=4$, $X^2=5,073$).



Kuvio 10. PEFC-sertifioinnin tärkeys maksuttomana jäsenetuna, n = 156

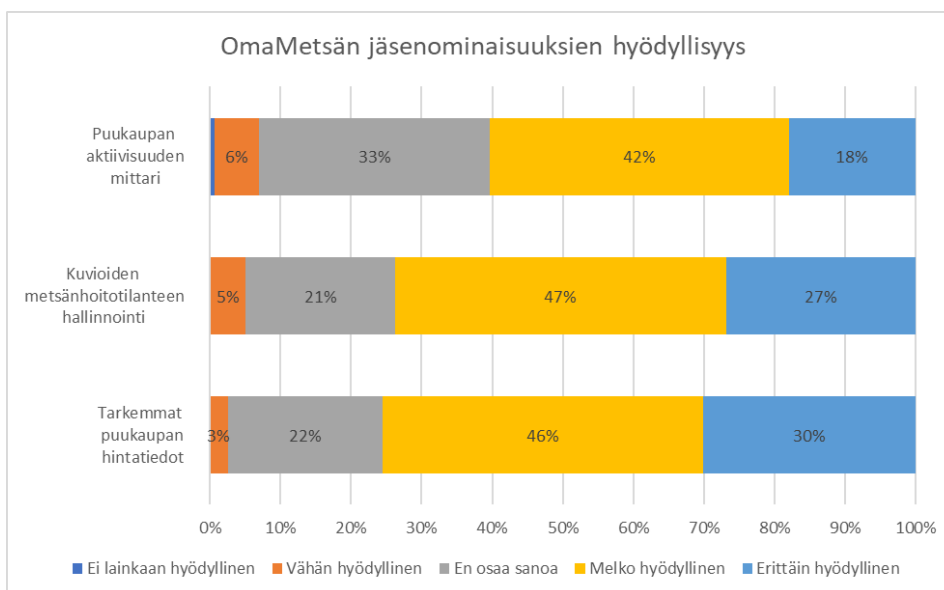
OmaMetsä-verkkopalvelu näyttää vastausten perusteella (kuvio 11) olevan monelle metsänomistajalle tuttu, mutta sen käyttöaste vaihtelee. Vastaajista 68,6 % on käyttänyt palvelua vähintään satunnaisesti: 18,0 % käyttää sitä aktiivisesti ja 50,6 % toisinaan. Noin viidesosa (19,9 %) ei ole käyttänyt OmaMetsää, mutta olisi kiinnostunut kokeilemaan. Vain 11,5 % vastaajista ei ole käyttänyt palvelua eikä ole myöskään kiinnostunut kokeilemaan. Khiin – neliön testin perusteella asuinpaikan ja OmaMetsän käytön välillä ei ole tilastollisesti merkitsevää riippuvuutta ($p=0,295$, $df=3$, $X^2=3,704$). Myöskään iän ja OmaMetsän käytön välillä ei ole tilastollisesti merkitsevää riippuvuutta ($p=0,377$, $df=3$, $X^2=3,099$).



Kuvio 11. OmaMetsän käytön aktiivisuus, n = 156.

Lisäksi kysyttiin, ovatko metsänomistajat tietoisia OmaMetsä-verkkopalvelun tarjoamista lisäeduista jäsenille. Vastaajista 42,3 % oli tietoisia eduista, kun taas suurempi osa, 57,7 % ei ollut. Tietoisuudella OmaMetsän lisäeduista ja palvelun käyttöaktiivisuuden välillä oli tilastollisesti merkitsevä yhteys ($p=0,0028$, $df=3$, $X^2=14,05$).

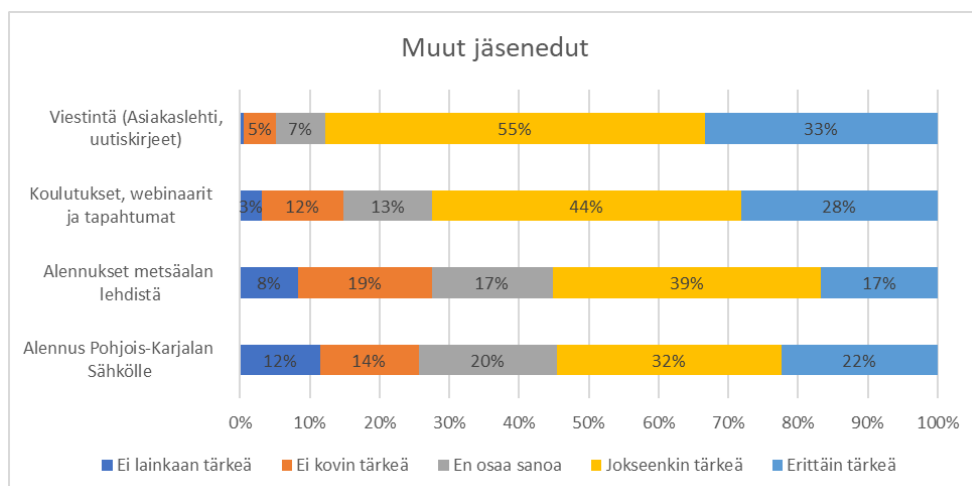
Vastaajien arviot OmaMetsän jäsenominaisuuksien hyödyllisyydestä jakoutuivat jonkin verran eri ominaisuuksien välillä. Hyödyllisimpänä pidettiin tarkempia puukaupan hintatietoja, joita 45,5 % vastaajista piti melko hyödyllisinä ja 30,1 % erittäin hyödyllisinä. Vain 2,6 % piti niitä vähän hyödyllisinä, eikä kukaan pitänyt ominaisuutta täysin hyödyttömänä. Kuvioiden metsänhoitotilanteen hallinnointia piti melko hyödyllisenä 46,8 % ja erittäin hyödyllisenä 26,9 %. Vähän hyödyllisenä sitä piti 5,1 %, eikä sitäkään ominaisuutta pitänyt kukaan täysin hyödyttömänä. Puukaupan aktiivisuuden mittari sai hieman ristiriitaisemman vastaanoton. Melko hyödyllisenä sitä piti 42,3 % ja erittäin hyödyllisenä 18,0 %. Noin kolmannes vastaajista (32,7 %) ei osannut arvioida ominaisuuden hyödyllisyyttä, ja 6,4 % piti sitä vain vähän hyödyllisenä. Vain 0,6 % piti ominaisuutta täysin hyödyttömänä. (Kuvio 12.)



Kuvio 12. OmaMetsä-verkkopalvelun jäsenominaisuuksien koettu hyödyllisyys, $n = 156$.

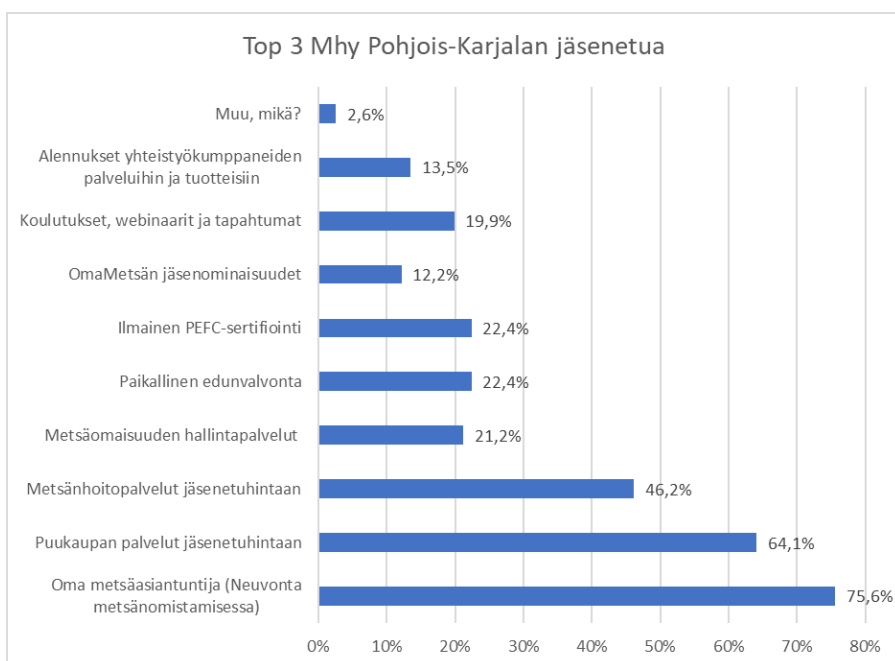
OmaMetsä-verkkopalveluun liittyen esitettiin myös avoin kysymys ”Millaisia ominaisuuksia toivoisit OmaMetsään?” Vastauksissa nousi esiin erityisesti toiveita tietojen päivittämiseen liittyen. Esimerkiksi osa vastaajista toivoi, että Mhy päivittäisi tiedot automaattisesti palveluun esimerkiksi hoitotöiden tai puukaupan jälkeen. Lisäksi toivottiin tietojen yhteensopivuutta muiden järjestelmien kanssa, jotta metsänomistajan ei tarvitsisi päivittää tietoja useaan eri paikkaan. Muutama vastaaja toivoi käytettävyyden ja maastossa hyödyntämisen parantamista, jotta esimerkiksi GPS paikannus olisi helpompi laittaa päälle. Myös mahdollisuus mitata matkaa ja pinta-alaa sekä tarkastella rajapyykkeitä nähtiin hyödylliseksi. Tietojen hallintaan liittyen toivottiin, että metsänomistaja voisi kirjata omia hoitotoimenpiteitä kuviokohtaisesti ja tulostaa ne yhteenvedoksi esimerkiksi metsäsuunnitelman päivityksen tueksi.

Kysyttäessä muista Mhy Pohjois-Karjalan jäseneduista nousi viestintä selvästi arvioitavista kohteista tärkeimmäksi. 87,8 % piti sitä joko jokseenkin tärkeänä (54,5 %) tai erittäin tärkeänä (33,3 %). Koulutukset, webinaarit ja tapahtumat osoittautuivat myös tärkeiksi eduiksi. Erittäin tärkeinä niitä piti 28,2 % ja jokseenkin tärkeinä 44,2 %. Alennukset metsäalan lehdistä ja alennus Pohjois-Karjalan sähkölle saivat keskenään samankaltaiset tulokset, sillä noin 55 % piti etuja vähintään jokseenkin tärkeinä. Näihin etuihin kohdistui myös eniten negatiivisia vastauksia. Pohjois-Karjalan Sähkön alennusta piti ei lainkaan tai ei kovin tärkeänä 25,6 % vastaajista. Lehtialennusten kohdalla vastaava osuus oli 27,5 %. (Kuvio 13.)



Kuvio 13. Vastaajien kokemus muiden jäsenetujen tärkeydestä, n = 156.

Vastaajia pyydettiin valitsemaan kolme tärkeintä Metsänhoitoyhdistys Pohjois-Karjalan jäsenetua, joista oma metsäasiantuntija (neuvonta metsänomistamisessa) nousi selkeästi merkittävimmäksi eduksi. Tätä piti tärkeimpänä 75,6 % vastaajista. Toiseksi tärkeimmäksi valikoitui puukaupan palvelut jäsenetuhintaan, jonka valitsi 64,1 % vastaajista. Metsänhoitopalvelut jäsenetuhintaan oli kolmanneksi yleisin valinta (46,2 %). Metsäomaisuuden hallinta, paikallinen edunvalvonta, PEFC-sertifiointi sekä koulutukset ja muut tapahtumat saivat melko tasaisesti ääniä, ja noin viidennes vastaajista piti kutakin niistä tärkeimpänä. Metsäomaisuuden hallintapalvelut sai 21,2 %, paikallinen edunvalvonta ja ilmainen PEFC-sertifiointi kumpikin 22,4 %, ja koulutukset, webinaarit sekä tapahtumat 19,9 % äänistä. (Kuvio 14). Avoimeen vastauskenttään tuli neljä vastausta, jotka heijastelivat sekä positiivisia että kriittisiä näkemyksiä jäseneduista. Joulukahveja ja asiakasläheisyyttä pidettiin tärkeinä, toisaalta kahden vastaajan mielestä edut eivät ole joko todellisia tai kovin merkityksellisiä.



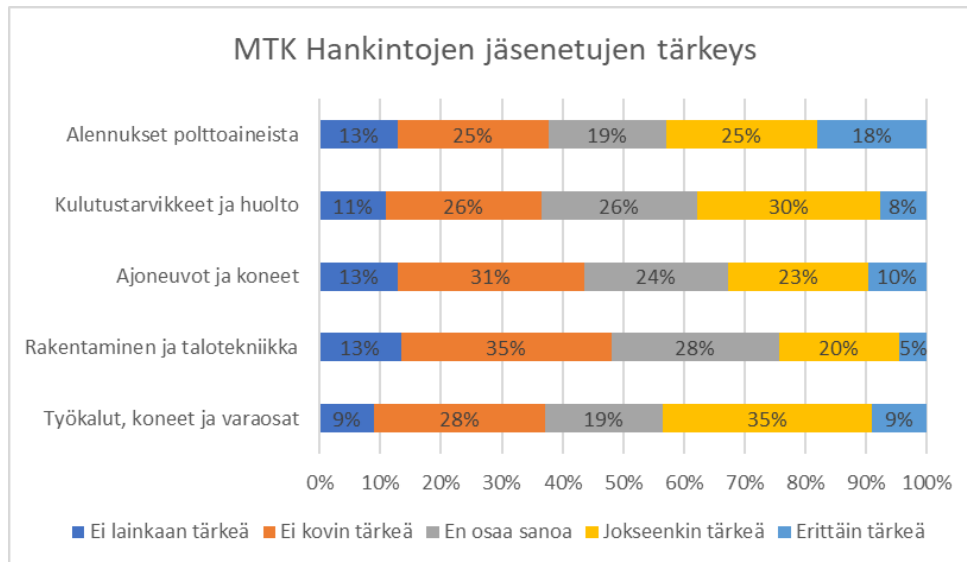
Kuvio 14. Vastaajien mielestä kolme tärkeintä Mhy Pohjois-Karjalan jäsenetua, n = 156.

7.3 MTK:n jäsenedut

Kysyttäessä MTK:n harjoittaman edunvalvonnan tärkeydestä valtakunnallisella ja EU-tasolla, vastaajat arvioivat sen selvästi tärkeäksi. Yli puolet (59,0 %) piti edunvalvontaa erittäin tärkeänä, ja lisäksi 30,7 % melko tärkeänä. Näin ollen yhteensä lähes 90 % vastaajista koki MTK:n edunvalvonnan merkitykselliseksi. Pienempi osa (9,0 %) ei pitänyt sitä kovin tärkeänä, ja vain 1,3 % vastaajista ei pitänyt sitä lainkaan tärkeänä.

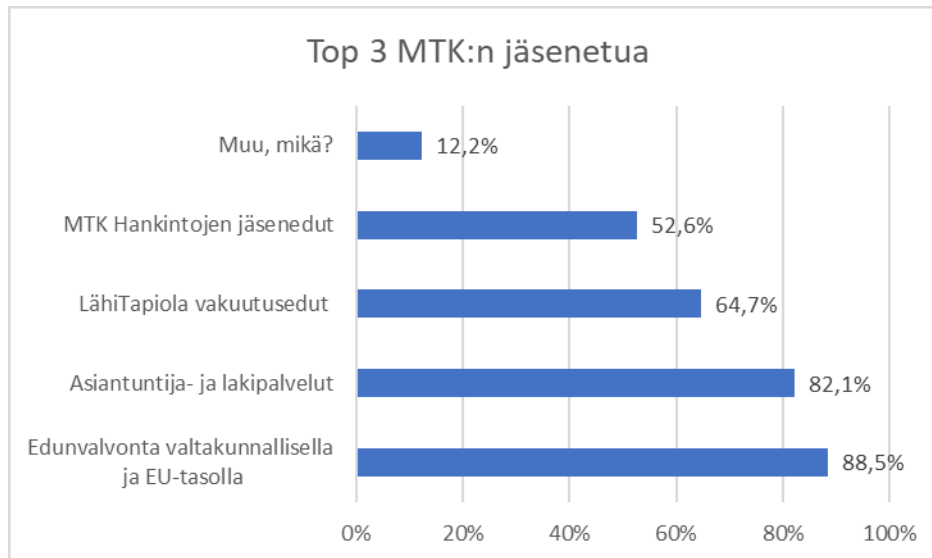
Avoimissa vastauksissa MTK:n valtakunnallisen ja EU-tason edunvalvonnan kehittämiseen esitettiin monipuolisia näkemyksiä. Useampi vastaaja haluaisi vaikuttamistyöhön lisää näkyvyyttä, selkeyttä ja painoarvoa, erityisesti metsäasioissa. Yleisesti toivottiin, että edunvalvonta keskittyisi enemmän asiapohjaiseen vaikuttamiseen ja vähemmän puoluepoliittisiin asetelmiin. Muutamissa vastauksissa kaivattiin myös konkreettisempia tuloksia ja parempaa viestintää siitä, mitä MTK edunvalvonnassaan jo tekee, etenkin EU-tasolla. Yksittäisissä kommentteissa esitettiin toiveita siitä, että vaikuttamista pystyttäisiin kohdentamaan jo päätöksenteon valmisteluvaiheeseen, jolloin metsänomistajien näkemykset tulisivat huomioituksi ajoissa. Myös yhteyksien vahvistaminen EU-päätäjiin sekä tiiviimpi yhteistyö kansainvälisten metsäalan toimijoiden kanssa nousivat esiin. Kriittisiäkin vastauksia tuli, sillä osa vastaajista koki edunvalvonnan joko riittämättömäksi tai etäiseksi erityisesti pienempien metsänomistajien näkökulmasta.

MTK Hankintojen edut kotiin ja vapaa-aikaan osoittautuivat kategorioittain melko tasaisesti jakaantuneiksi. Työkalut ja koneet sekä polttoainealennukset koettiin suhteellisesti tärkeimmiksi. Molemmissa yli 43 % vastaajista piti etuja vähintään jokseenkin tärkeinä. Polttoainealennuksia piti erittäin tärkeinä 18,0 % vastaajista, mikä oli korkein yksittäinen arvosana koko kyselyssä. Kulutustarvikkeisiin ja huoltoon liittyvät edut arvioitiin myös kohtalaisen tärkeiksi, mutta useampi vastaaja (25,6 %) jäi epävarmaksi niiden tärkeydestä. Rakentamiseen, talotekniikkaan sekä ajoneuvoihin ja koneisiin liittyvät edut puolestaan saivat vähemmän kannatusta, sillä yli kolmannes ei pitänyt niitä kovin tai ei lainkaan tärkeinä. (Kuvio 15.)



Kuvio 15. Vastaajien kokemus MTK Hankintojen jäsenetujen tärkeydestä, n = 156.

Kysyttäessä TOP-3 tärkeimpiä MTK:n tarjoamia jäsenetuja, valtaosa vastaajista nosti esiin edunvalvonnan valtakunnallisella ja EU-tasolla, jota piti tärkeimpänä etuna 88,5 % vastaajista. Myös asiantuntija- ja lakipalvelut koettiin merkittävinä (82,1 %), ja ne nousivat toiselle sijalle. Kolmanneksi tärkeimpänä etuna pidettiin LähiTapiolan vakuutusetuja 64,7 % kannatuksellaan. MTK Hankintojen jäsenedut saivat hieman vähemmän kannatusta (52,6 %). (Kuvio 16.) Avoimissa vastauksissa tuotiin esiin myös kriittisiä näkemyksiä; osa vastaajista ei kokenut listatuista vaihtoehdoista minkään sopivan omaan tilanteeseensa tai piti jäsenetuja ylipäättään vähämerkityksisinä. Yksittäisissä vastauksissa mainittiin tärkeimmiksi eduiksi muun muassa luonnonmonimuotoisuuden edistäminen, webinaarit, alennukset ja sähkö.

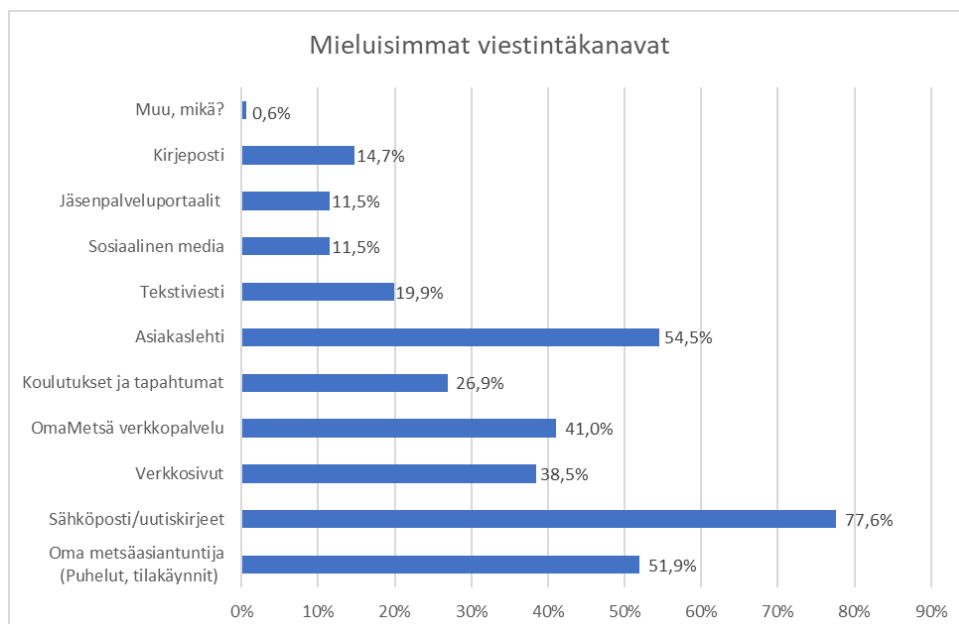


Kuvio 16. Vastaajien mielestä kolme tärkeintä MTK:n jäsenetua, n = 156.

7.4 Jäseneduista tiedottaminen

Vastaajilta kysyttiin, saavatko he mielestään riittävästi tietoa jäseneduista. Valtaosa vastaajista (68,6 %) koki saavansa riittävästi tietoa jäseneduista, kun taas vajaa kolmannes (31,4 %) ei kokenut saavansa riittävästi tietoa.

Sähköposti ja uutiskirjeet nousivat selkeästi suosituimmaksi tavaksi saada tietoa jäseneduista. Peräti 77,6 % vastaajista toivoi saavansa tietoa tätä kautta. Asiakaslehti oli toiseksi suosituin kanava (54,5 %) ja oma metsäasiantuntija kolmanneksi (51,9 %). Myös OmaMetsä-verkkopalvelu (41,0 %) ja verkkosivut (38,5 %) saivat runsaasti kannatusta. (Kuvio 17.)



Kuvio 17. Mieluisimmat viestintäkanavat jäseneduista tiedottamiseen, n = 156.

7.5 Toiveita tulevaisuuden eduista

Lopuksi kysyttiin vielä avoin kysymys "Millaisia jäsenetuja toivoisit jatkossa?" Vastauksista nousi esiin useita toiveita jäsenetujen kehittämiseksi. Osa vastaajista korosti, että nykyiset edut riittävät, mutta niiden tunnettavuutta ja tiedotusta tulisi lisätä, sillä jäsenet eivät aina tiedä, mitä etuja heillä on käytettävissään. Monet vastaajat toivoivat entistä aktiivisempaa ja henkilökohtaisempaa otetta metsäasiantuntijoilta, esimerkiksi kasvokkain tapahtuvia yhteydenottoja vähintään kerran vuodessa. Osa nosti esiin tarpeen konsultoinnille metsänomaisuuden hallinnassa osana muuta varallisuutta sekä sähköisten palvelujen kehittämiseksi. Toivottiin myös metsänhoidon ja puukauppojen koulutuksia. Lisäksi useissa vastauksissa toivottiin, että jäsenedut keskittyisivät selkeämmin metsänhoitoon ja metsänomistamisen tukemiseen. Lisäksi yksittäisissä vastauksissa nostettiin esiin mm. toiveita maksuttomista lakipalveluista maan lunastusasioissa, veroneuvonnasta, metsäsuunnitelmista luontoarvot huomioiden, sekä mahdollisuudesta käyttää yhtä metsäasiantuntijaa maakuntarajojen yli.

8 Pohdinta

8.1 Tulosten tarkastelu

Kysely lähetettiin sähköpostitse uutiskirjeen mukana kaikille sen tilaajille, joista valtaosa on Metsänhoitoyhdistys Pohjois-Karjalan jäseniä. Postituslistalla on myös entisiä jäseniä sekä esimerkiksi sidosryhmien ja yhteistyökumppaneiden edustajia. Uutiskirjeen voi myös tilata vapaasti Mhy:n verkkosivujen kautta. Vastaajista kuitenkin vain 3,9 % ei ollut jäseniä, ja 1,9 % ei osannut sanoa, onko jäsenen vai ei. Jäsenyyden ulkopuolella olevien mielipiteet etenkin rahallisista eduista eivät todennäköisesti olleet yhtä vahvoja, sillä heillä ei välttämättä ole omakohtaista kokemusta jäsenetujen käytöstä. Tosin heille tarjotaan samoja palveluja kuin jäsenille, mutta ilman jäsenalennuksia.

Kaikki uutiskirjeen vastaanottajat eivät kuitenkaan välttämättä käytä sähköpostia tai lue uutiskirjeitä säännöllisesti. Tämän vuoksi on mahdotonta arvioida, kuinka moni vastaanottajista ylipäättään huomasi kyselyn saapuneen. Kyselyosuus oli vain pieni osa uutiskirjeestä. Myös kyselyn lyhyt aukioloaika saattoi rajata osan potentiaalisista vastaajista pois. Vastausprosenttia olisi todennäköisesti voitu parantaa pidemmällä vastausajalla ja muistutusviesteillä.

Taustatietojen osalta vastaajakunta vaikuttaa edustavan suurilta osin keskimääräistä metsänomistajaa. Naisten osuus vastaajista jäi hieman odotettua pienemmäksi verrattessa kyselyn tulosta (31,4 %) Suomalainen Metsänomistaja 2020 – tutkimukseen, jossa naisten osuus metsänomistajakunnasta oli 41 %. Metsänomistajien keski-ikä oli samassa tutkimuksessa 62 vuotta, joten ikäjakaumaltaan kyselyymme vastasi hyvin keskimääräistä metsänomistajaa edustava joukko. Suurin osa (52,6 %) kyselyyn vastanneista sijoittui ikäryhmään 61–75 vuotta. (Karppinen, Hänninen & Horne 2020, 25–26.)

Metsäkiinteistöllä asuvien osalta tulos jäi hieman keskiarvoa matalammaksi. Kyselyyn vastanneista 16 % asui metsäkiinteistöllään, kun Suomalainen Metsänomistaja 2020 – tutkimuksessa tulos oli 35 %. (Karppinen ym. 2020, 35.) Tämä voi johtua esimerkiksi siitä, että omistussuhteet ovat siirtyneet yhä useammin

perintönä seuraaville sukupolville, jotka eivät enää asu metsän läheisyydessä. Lisäksi kaupungistumisen myötä yhä useampi metsänomistaja asuu taajamissa tai muualla Suomessa, vaikka metsäomaisuus säilyy suvussa.

Vastaajien metsäomaisuuden määrä painottui 10–100 hehtaarin välille, joista yleisin omistusluokka (53,2 %) oli 10–50 hehtaaria. Suomessa metsätilojen keski koko on 48 hehtaaria, eli vastanneiden metsäomaisuus vastaa valtakunnallista keskiarvoa (Karppinen ym. 2020, 31).

Laakson opinnäytetyössä vuodelta 2015 Mhy Päijät-Hämeen jäseniltä kysyttiin kuinka aktiivisesti he käyttävät palveluja. 41 % vastaajista kertoi käyttäneensä palveluja viimeisen vuoden aikana, eli suurin osa käytti palveluja harvemmin. (Laakso 2015, 22.) Tulos oli hieman parempi kysyttäessä jäsenetujen hyödyntämisen aktiivisuudesta Mhy Pohjois-Karjalan alueella, sillä 52,6 % kertoi hyödyntävänsä jäsenetuja vähintään vuosittain.

Puukauppapalveluita pidettiin selvästi tärkeinä ja erityisesti korjuunvalvontaa pidettiin tärkeänä osana yhdistyksen toimintaa. Melko- tai erittäin tärkeänä sitä piti 91 % vastaajista. Suurta vaihtelua tärkeyden arvioinnissa ei ollut, mutta epätoivaisia tai vailla mielipidettä olleita vastaajia oli enemmän puunmyyntiarvion ja valtakirjakaupan osalta. Tyytyväisyys nykyisiin palveluihin näkyi myös avoimen kysymyksen vastauksissa, vaikkakin toiveita uusista palveluista vastauksiin tuli. Mielenkiintoisinta vastauksissa oli, että moni toivoi ajantasaista tietoa puiden markkinahinnoista ja hintakehityksestä. Tämä kertonee siitä, ettei kaikilla ole tietoa OmaMetsän tarjoamista ominaisuuksista liittyen puun hintoihin. Voisi siis olla tarpeellista tiedottaa OmaMetsän ominaisuuksista paremmin.

Metsänhoitopalveluiden osalta hajontaa vaihtoehtojen tärkeyden välillä oli enemmän. Maanmuokkauksia, viljelytoita ja taimikonhoitotoita pidettiin yhtäläisesti tärkeinä puukauppapalveluiden rinnalla, mutta muita palveluita pidettiin selvästi vähemmän tärkeinä. Erityisesti ”en osaa sanoa” vastausvaihtoehto nousi suuremmaksi, joka saattaa osoittaa, että vastaajilla ei ole ollut tarvetta kyseisille palveluille tai he eivät tiedä mitä ne pitävät sisällään. Lannoituspalveluiden osalta ristiintaulukoinnissa kävi ilmi, että metsäomaisuuden määrällä oli

tilastollisesti melkein merkitsevästi riippuvuutta vastaajien kokemukseen palvelun tärkeydestä. Frekvenssejä ja odotettuja frekvenssejä vertaamalla vaikuttaisi siis, että suurempien tilojen omistajat mieltävät ne tärkeämmäksi. Tämä voi selittyä sillä, että lannoitushankkeet toteutetaan usein laajempina kokonaisuuksina suurille alueille, jolloin suurten tilojen omistajat käyttävät niitä useammin.

Metsäomaisuuden hallinnan ja neuvonnan palveluissa kysymyksenasettelu oli hiukan kyseenalainen, sillä ainakin ”neuvonta ympäristönäkökohtiin liittyen” voitaisiin katsoa kuuluvan yleisen neuvonnan alle. Yleistä neuvontaa pidettiin huomattavan tärkeänä, sillä vastaajista 96,8 % piti sitä joko melko- tai erittäin tärkeänä.

Metsänhoitoyhdistyksen roolia etujen ajajana pidettiin vastaajien keskuudessa tärkeänä. Kuitenkin selvisi, että iso osa oli epätietoisia tehtävän onnistumisasteesta. Tärkeydeltään hyvin samankaltaisena pidettiin MTK:n harjoittamaa edunvalvontaa, vaikkakin kysymyksessä ei ollut vaihtoehtoa ”en osaa sanoa”, jolloin vastaukset jakautuivat muihin neljään vaihtoehtoon. Ristiintaulukoinnissa metsän omistusmäärällä ja kokemuksella Mhy:n edunvalvonnan onnistumisesta oli tilastollisesti melkein merkitsevä riippuvuus. Vaikuttaisi, että suurempien tilakokojen metsänomistajat suhtautuivat selvästi myönteisemmin onnistumiseen, kun taas pienempien tilojen omistajilla oli enemmän epävarmuutta onnistumisesta.

Kysyttäessä metsänomistajien tietämyksestä PEFC-sertifioinnin sisällöstä ja vaatimuksista, yllättävän moni vastaaja ilmoitti olevansa epätietoinen. Juuri ilmestyneessä opinnäytetyössä, jossa kysyttiin, onko PEFC-sertifiointi tuttu käsitteenä, noin puolet vastasi tietävänsä käsitteen mutta vain hiukan sen sisällöstä (Lappalainen & Parviainen 2025, 32). Siispä olisi tärkeä lisätä metsänomistajien tietoisuutta sen sisällöstä ja vaatimuksista, sillä usea metsänomistaja tekee itse esimerkiksi sahatöitä omalla tilallaan. Kehnosta tietämyksestä huolimatta vastaajista lähes 90 % piti PEFC-sertifiointia vähintään melko tärkeänä maksuttomana jäsenetuna. Laakson opinnäytetyössä taas ilmenee, että metsäsertifioinnilla ei ole juurikaan merkitystä jäsenyyteen, sillä vastaajista vain 29 % sillä oli vaikutusta heidän jäsenyyteensä ja enemmistön (38 %) mielestä vaikutusta ei

ollut (Laakso 2015, 21). Vaikuttaa siis siltä, että PEFC-sertifiointia pidetään tärkeänä, mutta se ei ole jäsenyyden kannalta ratkaisevaa.

PEFC-sertifioinnin sisällön tuntemisessa ja sukupuolen välillä havaittiin tilastollisesti merkitsevä yhteys. Frekvenssien vertaileminen osoitti, että miehillä oli keskimäärin parempi tuntemus sertifikaatin sisällöstä ja vaatimuksista. Tämä voi johtua siitä, että miehet vastaavat usein metsätalouden käytännön asioista naisia enemmän, vaikka omistajuus olisikin naisen nimissä.

OmaMetsä-verkkopalvelua sanoi käyttäneensä 68,6 % vastaajista. Palvelualusta ei ole kovin monta vuotta vanha, joten kaikki metsänomistajat tuskin ovat ehtineet ottaa sitä käyttöön, tai he ovat tottuneet käyttämään tähän asti jotain muuta järjestelmää. OmaMetsä-palvelun lisäeduista vastasi olevan tietoinen 42,3 %. Jopa OmaMetsän käyttäjistä vain hieman yli puolet tunsivat lisäedut. OmaMetsän käyttöaktiivisuuden ja lisäetujen välillä oli tilastollisesti merkitsevä yhteys. Aktiivisemmat käyttäjät vaikuttavat olevan tietoisempia lisäeduista, mikä olikin odotettua. Lisäetujen tunnettavuutta lisäämällä voisi myös OmaMetsän käyttäjämäärät kasvaa.

Avoimessa kysymyksessä toivottiin erityisesti aktiivisempaa tietojen päivittämistä OmaMetsään ja parempaa yhteensopivuutta muiden järjestelmien, kuten Metsään.fi kanssa. Metsänomistajat näyttävät siis kaipaavan helpommin käytettäviä ratkaisuja metsävaratiedon hallintaan sekä palveluiden käyttöön yleisesti.

Muiden Mhy Pohjois-Karjalan jäsenetujen osalta selvästi tärkeimpänä pidettiin viestintää. Myös koulutukset ja tapahtumat koettiin tärkeiksi. Alennuksia yritysten palveluihin ja tuotteisiin ei selvästi pidetty yhtä tärkeinä, mutta silti noin 55 % vastaajista koki ne vähintään melko tärkeiksi. Konkreettiset palveluedut vaikuttaisivat siis olevan vastaajakunnalle tärkeämpiä kuin rahalliset alennukset muiden palveluihin ja tuotteisiin. Sama ilmiö on havaittavissa myös MTK Hankintojen tuotealennuksia koskevissa vastauksissa. Vastaajista 37,2–48,0 % piti etuja korkeintaan "ei kovin tärkeinä". Epätietoisiaakin oli runsaasti, sillä vähintään 19,2 % ei osannut sanoa mielipidettään kyseisten palveluiden tärkeyteen.

Vastaajien mielestä Mhy Pohjois-Karjalan TOP-3 jäseneduista selvästi tärkeimpiä olivat oma metsäasiantuntija, puukaupan palvelut jäsenhintaan sekä metsänhoitopalvelut jäsenhintaan. Tulokset olivat odotettuja, koska näistä eduista metsänomistaja saa eniten käytännön hyötyä, ja esimerkiksi oma metsäasiantuntija on lähes kaikille välttämätön tuki metsäasioissa. Hieman yllättävää oli, että ainoastaan 22,4 % vastasi paikallisen edunvalvonnan olevan yksi kolmesta tärkeimmästä edusta. Vuonna 2014 tehdyssä samankaltaisessa kyselytutkimuksessa edunvalvonta oli jopa tärkein arvostettu jäsenetu silloisen Mhy Metsä-Savon jäsenien keskuudessa (Kaipainen 2014, 17). On kuitenkin huomioitava, että kyseisessä tutkimuksessa edunvalvontaan sisältyi myös MTK:n valtakunnallinen edunvalvonta, mikä luultavasti vaikutti tulokseen. Lisäksi kaikilla metsänomistajilla ei myöskään ole välttämättä kovin paljon tietoa, mitä paikallinen edunvalvonta konkreettisesti tarkoittaa, jolloin sitä on myös vaikeaa pitää tärkeänä.

MTK:n vuonna 2021 tekemässä kyselytutkimuksessa tärkeimmiksi jäseneduiksi muodostuivat oikeastaan täysin samat edut, kuin tässä tutkimuksessa, eli oma metsäasiantuntija sekä puukaupan- ja metsänhoitopalvelut jäsenhintaan (Haapamäki 2023, 8). Tämä kertoo siitä, että erityisesti henkilökohtainen asiantuntijatuki sekä taloudellista hyötyä tuottavat palvelut ovat pysyneet metsänomistajille merkittävänä. MTK:n tutkimuksesta ilmeni myös, että tapahtumia ja alennuksia vakuutus- ja energiayhtiöille pidettiin tärkeinä, kun taas tässä tutkimuksessa ne olivat kolmen vähiten tärkeimmän joukossa. Tosin kolmea tärkeintä etua lukuun ottamatta kaikkien muiden etujen tärkeyden välinen ero oli todella pieni. Tämä ero voi johtua siitä, että kyseisen MTK:n tutkimuksen vastaajajoukko on luultavasti ollut paljon laajempi kattaen koko Suomen. Lisäksi tulokset esiteltiin metsänomistajat lehdessä vain tekstin muodossa ilman tarkempia prosentteja.

MTK:n TOP-3-kysymyksessä edunvalvonta nousi tärkeimmäksi eduksi. Kysymyksen vaihtoehtoja oli vain 4 ja lisäksi ”muu, mikä” kenttä. Tästä tuli myös negatiivista palautetta ja kysymysmerkkejä avoimeen vastauskenttään. MTK Hankintojen edut jäivät vaihtoehtoista vähiten arvostetuiksi.

Suurin osa vastaajista (69 %) koki saavansa riittävästi tietoa jäseneduista ja loput vastaajista (31 %) ei kokenut saavansa riittävästi tietoa. Mhy Pirkanmaan jäseniltä kysyttiin opinnäytetyössä vuonna 2015, kokevatko he saavansa riittävästi tietoa yhdistyksen asioista. Tulokset olivat hyvin samankaltaiset, sillä 66 % vastaajista koki tiedottamisen riittäväksi, 21 % ei kokenut ja 13 % ei osannut sanoa (Jokinen & Sääksmäki 2015, 55). Aiemmin tietoperustassa aihetta käsitellessä pohdittiin, että luultavasti tyytyväisyys on kasvanut digitalisaation kehityksen ja tiedotuskanavien moninaisuuden vuoksi. Tyytyväisiä oli kuitenkin vain hieman enemmän, joten näyttäisi, että asialla ei ollutkaan juuri merkitystä.

Tärkeimmiksi viestintäkanaviksi osoittautuivat sähköposti ja uutiskirjeet, asiakaslehti ja oma metsäasiantuntija. Sähköpostia näytetään käytettävän yleisesti myös iäkkäiden ihmisten parissa. Laakson opinnäytetyössä kymmenen vuotta sitten pidettiin ylivoimaisesti tärkeimpänä asiakaslehteä. Kirjepostikin oli vielä suosiossaan, ja jopa internetsivut olivat suuremmassa suosiossa verrattessa Mhy Päijät-Hämeen sähköiseen uutiskirjeeseen. (Laakso 2015, 26.) Myös Jokisen ja Sääksmäen opinnäytetyössä ilmeni, että asiakaslehteä pidettiin tärkeimpänä viestintäkanavana Mhy Pirkanmaan alueella. Toinen tärkeä kanava oli verkkosivut. (Jokinen & Sääksmäki 2015, 35–36.) Tässä tutkimuksessa verkkosivut nousivat vasta viidenneksi tärkeimmäksi viestintäkanavaksi. Se voi johtua siitä, että nykyään asioista saadaan paljon tietoa muun muassa uutiskirjeiden ja OmaMetsän kautta, jolloin verkkosivuja ei koeta enää niin tärkeäksi.

Webropolissa on mahdollista vertailla eri ryhmien vastauksia keskenään ja tätä menetelmää hyödyntäen huomattiin, että Mhy Pohjois-Karjalan kyselyssä sähköiset viestintävälineet koettiin vähemmän tärkeiksi niiden vastaajien keskuudessa, jotka eivät kokeneet saavansa riittävästi tietoa jäseneduista. Suurimmat erot näkyivät verkkosivuissa, sillä vain 20 % tyytymättömistä jäsenistä toivoi saavansa tietoa tätä kautta, kun tyytyväisten osuus oli 47 %. Myös kirjepostin suosiossa oli hieman eroa, sillä sitä toivoi 24 % tyytymättömistä, mutta vain 10 % tyytyväisistä jäsenistä. Näyttäisi siis siltä, että tyytymättömien joukossa on enemmän perinteisiä viestintäkanavia arvostavia henkilöitä.

Tulevaisuuden jäsenetujen suhteen voisi tehdä johtopäätöksen, että vaikka hyviä ehdotuksia tulevaisuudessa tarjottavista eduista ja alennuksista tulikin, avoimen kentän vastauksissa korostui erityisesti toiveet neuvontaan, metsäomaisuuden hallintaan, sekä metsänhoitoon liittyvien palveluiden kehittämiseen. Vaikuttaisi siis, että useat jäsenet toivoisivat Metsänhoitoyhdistys Pohjois-Karjalan keskittyvän jatkossakin nimenomaan metsänomistamisen keskeisten tukipalvelujen tarjoamiseen.

8.2 Luotettavuus ja eettisyys

Tätä opinnäytetyötä tehtiin Karelia-Ammattikorkeakoulun ja Tutkimuseettisen neuvottelukunnan eettisten ohjeistuksien mukaisesti. Kysely toteutettiin anonymisti ja vastaajien yhteystietoja käytettiin ainoastaan vapaaehtoisen arvannon suorittamiseksi. Niitä ei siis yhdistetty vastauksiin vaan yhteystiedot pidettiin erillään muusta kyselyaineistosta.

Kyselytutkimusta tehdessä pyrittiin minimoimaan kaikenlaiset virheet, jotka heikentäisivät tutkimuksen luotettavuutta. Yhdessä toimeksiantajan kanssa mietittiin tarkasti, kuinka saadaan kysymyksistä mahdollisimman selkeitä ja helposti ymmärrettäviä. Lomakkeen saatekirjeessä tuotiin ilmi tutkimuksen taustatiedot ja kerrottiin, miksi asiaa tutkitaan. Kyselyyn vastattiin anonymisti ja vastaukset poistetaan tutkimuksen valmistumisen jälkeen, mikä lisää tutkimuksen eettisyyttä.

Määrällisen tutkimuksen kokonaisluotettavuus muodostuu validiteetista ja reliabiliteetista. Validiteetti tarkoittaa sitä, että kuinka hyvin tutkimus mittaa sitä, mitä on tarkoitus mitata. Reliabiliteetti kertoo taas tutkimuksen tarkkuudesta ja toistettavuudesta. Tutkimusta voi pitää luotettavana, kun samat mittaukset antavat saman tuloksen riippumatta siitä, kuka sen suorittaa. (Vilka 2007, 149–152.)

Kyselytutkimuksessa, jossa mitataan mielipiteitä ja arvoja, epävarmuuksia tuovat moninaiset seikat. Esimerkiksi mittaavatko kysymykset tutkittavia asioita, onko kyselyn ajankohta hyvä ja saadaanko tarpeeksi vastauksia. (Vehkalahti 2014, 12.) Tässä tutkimuksessa ajankohta ja aihe osoittautuivat oikeiksi, sillä

vastauksia tuli vain viikon aikana riittävästi analyysin tekoon. Kvantitatiivisissa tutkimuksissa tutkittavan aineiston olisi hyvä koostua vähintään sadasta vastauksesta (Vilkkä 2007, 17). Tässä tutkimuksessa analysoitavia vastauksia kerätyi 156, joten aineiston määrä täyttää tämän luotettavuuskriteerin.

Keskeinen luotettavuuden mittari on vastausprosentti. Alhainen vastausprosentti heikentää otoksen luotettavuutta ja aiheuttaa epävarmuutta siitä, kuinka hyvin tulokset heijastavat koko perusjoukon näkemyksiä (Vehkalahti 2014, 43–44). Tämän tutkimuksen alhaisen vastausprosentin vuoksi on huomioitava, että kyselyyn vastaajat ja siten myös kyselyn tulokset eivät välttämättä kuvaa laajemmin Mhy Pohjois-Karjalan jäsenten mielipiteitä jäsenetujen tärkeydestä.

Ristiintaulukoinnissa luotettavuutta laskee, jos odotettujen frekvenssien liian pienet lukemat. Tarkkoja rajoja ei ole määritelty, mutta tutkimuksessa noudatettiin Aki Taanilan koostamaa ohjeistusta ristiintaulukointiin ja khiin neliön testiin. (Taanila 2019.) Eri vastaajajoukkoja yhdisteltiin, jos vaikutti siltä, että odotetut frekvenssit olisivat liian pieniä luotettavan tuloksen saamiseksi. Esimerkiksi metsänomistusmäärän mukaan ristiintaulukoitaessa ryhmät jaettiin 0–50 ha, 50–100 ha ja yli 100 hehtaaria omistaviin luokkiin.

8.3 Jatkotutkimusmahdollisuudet

Kyselytutkimus osoitti, että Metsänhoitoyhdistys Pohjois-Karjalan jäsenet kokevat oman metsäasiantuntijan sekä puunmyynnin ja metsänhoidon palvelut selvästi tärkeimmiksi jäseneduiksi. Muiden jäsenetujen hyödyntämisessä ja koetussa tärkeydessä on jonkin verran vaihtelua. Olisi mielenkiintoista vertailla alueellisesti eri metsänhoitoyhdistysten jäsenten kokemuksia ja mielipiteitä, jolloin voitaisiin tunnistaa kehittämiskohteita valtakunnallisella tasolla.

Avoimissa vastauksissa toivottiin erityisesti aktiivisempaa yhteydenpitoa ja tukea metsänhallintaan liittyvissä asioissa. Jatkotutkimuksessa voitaisiin esimerkiksi tarkastella, miten metsäasiantuntijat tavoittavat eri omistajaryhmät, kuten etämetsänomistajat tai pientilanomistajat, ja kokevatko nämä ryhmät saavansa riittävästi tukea ja yhteydenottoja.

OmaMetsä-palvelulla on laaja käyttäjäkunta ja se saikin runsaasti palautetta avoimissa vastauksissa. Lisäominaisuuksia ja käytettävyyden parantamista toivottiin, eli palvelulla on selvästi potentiaalia kehittyä entistä paremmaksi, etenkin maastokäytössä. Jatkotutkimus voisi kohdistua siihen, miten palvelun kehitys vastaa käyttäjien odotuksia ja millaisia toiminnallisuuksia eri käyttäjäryhmät toivovat. Samalla olisi tärkeää selvittää, miten tieto OmaMetsän etuominaisuuksista saadaan välitettyä tehokkaammin erityisesti uusille tai vähemmän aktiivisille jäsenille.

Vastaajat pitivät edunvalvontaa tärkeänä, mutta sen näkyvyys käytännössä on jäänyt monelle hämäräksi. Tulevissa tutkimuksissa voitaisiin syventyä jäsenistön näkemyksiin edunvalvonnan vaikuttavuudesta ja tarkastella, kokevatko eri omistajaprofiilit (esim. pien- ja suurtilan omistajat) saavansa äänensä kuuluviin. Voisi olla myös hyödyllistä selvittää, millä keinoilla vaikuttamistyöstä saataisiin läpinäkyvämpää ja osallistavampaa.

Lähteet

- Arantola, H. 2003. Uskollinen asiakas: Kuluttaja-asiakkuuksien johtaminen. Helsinki: WSOY.
- Eventcube. 2025. Blog. What members want from a membership platform study. <https://www.eventcube.io/blog/what-members-want-from-a-membership-platform-study>. 1.4.2025.
- Haapakoski, K. 2024. Metsänhoito-yhdistykset auttavat metsänomistajia pääsemään tavoitteisiinsa. Helsinki: Suomalainen työ. Metsänhoitoyhdistykset auttavat metsänomistajia pääsemään tavoitteisiinsa - Suomalainen työ. 24.3.2025.
- Haapamäki, S. 2023. Metsänomistajat. Metsänhoitoyhdistys Pohjois-Karjalan asiakaslehti 1/2023. <https://www.lukusali.fi/index.html?p=Siirretty%20Mets%C3%A4nomistajat%20Pohjois-Karjala&i=7db21f68-a077-11ed-8b29-00155d64030a>. 25.3.2024.
- Honkala, P., Kortetjärvi-Nurmi, S., Rosenström, A. & Siira-Jokinen, S. 2017. Linkki: Työyhteisön viestintä. 6., uudistettu painos. Helsinki: Edita.
- Hämäläinen, J. & Lempinen, M. 2018. Toiminnan suunnittelu ja hallinto yhdistyksissä. Helsinki: Kauppakamari.
- Häyrynen, M. 2015. Metsäviestintä nyt. Helsinki: Metsäkustannus.
- Jokinen, T. & Sääksmäki, H. 2015. Viestintä ja myynti Pirkanmaan metsänhoitoyhdistyksessä. Metsätalous, Liiketalous. Opinnäytetyö. https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/103958/Jokinen_Tiia.pdf?sequence=1&isAllowed=y. 11.4.2025.
- Juholin, E. 2017. Communicare!: Viestinnän tekijän käsikirja. Seitsemäs uud. laitos. Helsinki: infor.
- Kaipainen, P. 2014. Metsänhoitoyhdistyksen palvelut ja jäsenmaksu. Mikkelin ammattikorkeakoulu. Metsätalouden koulutusohjelma. Opinnäytetyö. Kaipainen_Pauli.pdf. 11.4.2025.
- Karppinen, H., Hänninen, H. & Horne, P. 2020. Suomalainen metsänomistaja 2020. <https://urly.fi/3oDg>. 2.6.2025.
- Kjellberg, L. 21.12.2023. Fuusiot jatkuvat tänäkin vuonna – Tavoitteena maakunnan kokoiset yhdistykset. Helsinki: Metsälehti. <https://www.metsalehti.fi/artikkelit/tavoitteena-maakunnan-kokoiset-yhdistykset/#fc7165d9>. 19.3.2025.
- Kortesuo, K. & Patjas, L. 2011. Kuka vastaa? Asiakaspalvelu sosiaalisessa mediassa. Helsinki: infor.
- Laakso, T. 2015. METSÄNOMISTAJIEN NÄKEMYKSIÄ UUDISTUNEESTA METSÄNHOITOYHDISTYSLAISTA MHY PÄIJÄT-HÄMEEN ALUEELLA. Hämeen ammattikorkeakoulu. Metsätalouden koulutusohjelma. Opinnäytetyö. <https://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-201502061950>. 7.4.2025.
- Lappalainen, E. & Parviainen, A. 2025. Pohjois-Karjalan metsänomistajien tietämys ja mielikuva PEFC sertifiointista ja siitä koituvista tulon menetyksistä. Karelia-ammattikorkeakoulu. Metsätalouden koulutusohjelma. Opinnäytetyö. <https://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-2025052716901>. 2.6.2025.

- Laki metsänhoitoyhdistyksistä 534/1998. <https://finlex.fi/eli?uri=http://data.finlex.fi/eli/sd/1998/534/ajantasa/2019-01-18/fin>. 11.4.2025.
- Loimu, K. 2013. Yhdistyksen ABC: Opas suomalaiseen yhdistystoimintaan. Helsinki: Into.
- Maa- ja metsätaloustuottajain Keskusliitto. 2024a. Lataa sähköinen MTK:n jäsenkortti ja mobiilisovellus älypuhelimeesi. Lataa sähköinen MTK:n jäsenkortti ja mobiilisovellus älypuhelimeesi - MTK. 8.4.2025.
- Maa- ja metsätaloustuottajain Keskusliitto. 2024b. MTK:n sähköinen jäsenkortti. MTK:n sähköinen jäsenkortti - MTK. 8.4.2025.
- Maa- ja metsätaloustuottajain Keskusliitto. 2025a. Organisaatio. Organisaatio - MTK. 18.3.2025.
- Maa- ja metsätaloustuottajain Keskusliitto. 2025b. Jäsenedut. <https://www.mtk.fi/jasenedut>. 7.4.2025.
- Martyniuk, E. 2022. Prnews.io. Parhaat viestintäkanavat yritykselle. <https://prnews.io/fi/blog/parhaat-viestintakanavat-yrityksille.html>. 21.3.2025.
- Metsä Group. 2025a. Perusosuudet. <https://www.metsagroup.com/fi/puunhankinta/omistajajasen-edut/kaikki-jasenedut-lyhyesti/perusosuudet/>. 27.3.2025.
- Metsä Group. 2025b. Kaikki jäsenedut lyhyesti. <https://www.metsagroup.com/fi/puunhankinta/omistajajasen-edut/kaikki-jasenedut-lyhyesti/>. 26.3.2025.
- Metsä Group. 2025c. Metsä Group Plus. <https://www.metsagroup.com/fi/puunhankinta/kestava-kehitys/uudistava-metsatalous/metsa-group-plus/>. 26.3.2025.
- Metsä Group. 2025d. Puukauppoihin perustuva voitonjako. <https://www.metsagroup.com/fi/puunhankinta/omistajajasen-edut/kaikki-jasenedut-lyhyesti/sijoitusvaihtoehdot/puukauppoihin-perustuva-voitonjako/>. 26.3.2025.
- Metsä Group. 2025e. Sijoitusvaihtoehdot. <https://www.metsagroup.com/fi/puunhankinta/omistajajasen-edut/kaikki-jasenedut-lyhyesti/sijoitusvaihtoehdot/>. 26.3.2025.
- Metsänhoitoyhdistys. 2025a. Metsänhoitoyhdistykset. <https://www.mhy.fi/metsanhoitoyhdistykset>. 18.3.2025.
- Metsänhoitoyhdistys. 2025b. Liity metsänhoitoyhdistyksen jäseneksi. Liity metsänhoitoyhdistyksen jäseneksi - Metsänhoitoyhdistys. 11.4.2025.
- Metsänhoitoyhdistys. 2025c. Tapahtumat. <https://www.mhy.fi/tapahtumat>. 25.3.2025.
- Metsänhoitoyhdistys. 2025d. Blogi. <https://www.mhy.fi/blogi>. 24.3.2025.
- Metsänhoitoyhdistys Pohjois-Karjala. 2025a. Toimintakertomus 2024. 10.4.2025.
- Metsänhoitoyhdistys Pohjois-Karjala. 2025b. Jäsenedut. Jäsenedut -MetsänhoitoyhdistysPohjois-Karjala. 24.3.2025.
- Metsänhoitoyhdistys Pohjois-Karjala. 2025c. Metsänomistajat-asiakaslehti. <https://www.mhy.fi/pohjois-karjala/metsanomistajat-asiakaslehti>. 24.3.2025.
- Opetushallitus. 2025. Sähköinen ja digitaalinen viestintä. <https://www.oph.fi/fi/oppimateriaali/median-maailma/mediavalioiden-kehitys/sahkoinen-ja-digitaalinen-viestinta>. 21.3.2021.

- Savon Sanomat. 2024. Metsänomistaja – tiesitkö, että yhdestä palvelusta näet metsäsi nykytilan ja tulevaisuuden. <https://www.savonsanomat.fi/kaupalliset/7691039%20>. 8.4.2025.
- Suomen virallinen tilasto (SVT): Väestön tieto- ja viestintätekniikan käyttö [verkojulkaisu]. ISSN=2341-8699. 2020. Helsinki: Tilastokeskus. https://stat.fi/til/sutivi/2020/sutivi_2020_2020-11-10_tie_001_fi.html. 9.4.2025.
- Suominen, T., Kalpio, M., Vaario, M. & Hakkarainen, J. 2016. HYVÄN HALLINNON OPAS Metsänhoitoyhdistyksille Suomessa. Helsinki. PI-johtamiskoulu. Hyvän-Hallinnon-Opas-Metsänhoitoyhdistyksille.pdf. 26.3.2025.
- Stora Enso. 2025a. Asiakasedut. <https://www.storaensometsa.fi/asiakasedut/>. 26.3.2025.
- Stora Enso. 2025b. Palvelut-Tähtitili. <https://www.storaensometsa.fi/palvelut-tahtitili/>. 26.3.2025.
- Taanila, A. 2019. Ristiintaulukointi ja khiin neliö -testi. Ristiintaulukointi ja khiin neliö -testi | Akin menetelmäblogi. 3.6.2025
- Truely. 2024. Mitä on digitaalinen viestintä ja miksi se on tärkeää. <https://truely.com/fi/blog/digital-communication>. 9.4.2025.
- Tähtinen, J., Laakkonen, E. & Broberg, M. 2020. Tilastollisen aineiston käsittelyn ja tulkinnan perusteita. 2. uudistettu painos. Turku: Turun yliopiston kasvatustieteiden laitos.
- Uleviciute, R. 2021. Parhaat viestintäkanavat vuonna 2021. Atlasmic. <https://atlasmic.com/fi/blog/communication-channels%20>. 23.4.2025.
- Vehkalahti, K. 2014. Kyselytutkimuksen mittarit ja menetelmät. Helsinki: Finn Lectura.
- Valli, R. 2018. Ikkunoita tutkimusmetodeihin 1. Jyväskylä: PS-Kustannus.
- Velling, B. 2025. Yrityksen viestintäkanavat: edut, haitat ja niiden parantaminen. Quavahr. <https://quavahr.com/fi/yrityksen-viestintakanavat-edut-haitat-ja-niiden-parantaminen/>. 21.3.2025.
- Viitala, J. 2006. Metsänhoitoyhdistysten 100 vuotta: Miljoonan ihmisen metsäpalvelijaksi. Helsinki: Tietosanoma.
- Vilka, H. 2007. Tutki ja Mittaa: Määrällisen tutkimuksen perusteet. Helsinki: Tammi.
- Vuorisalo, I. 2024. Perinteiset asiointikanavat on säilytettävä digitaalisten rinnalla. Helsinki: Eläkeliitto. <https://elakeliitto.fi/ajankohtaista/perinteiset-asiointikanavat-on-sailytettava-digitaalisten-rinnalla>. 9.4.2025.
- Välämäki, H. 2025. Opparimateriaalia. Sähköpostiviesti. 10.4.2025.

Kyselylomake

Metsänhoitoyhdistys Pohjois-Karjalan jäsenedut ja niiden kehittäminen - vastaa ja vaikuta!

Arvoisa metsänomistaja!

Olemme metsätalousinsinööriopiskelijoita Karelia-ammattikorkeakoulusta ja teemme opinnäytetyötä Metsänhoitoyhdistys Pohjois-Karjalan toimeksiannosta. Tutkimme työssämme jäsenetujen merkitystä nyt ja tulevaisuudessa.

Tavoitteenamme on selvittää, kuinka tärkeinä nykyiset jäsenedut ja -palvelut koetaan sekä millaisia etuja toivotaan jatkossa. Lisäksi kartoitamme, mitä viestintäkanavia pidetään mieluisimpina jäseneduista tiedottamiseen. Tuloksia hyödynnetään konkreettisesti Mhy Pohjois-Karjalan jäsenetujen kehittämisessä – vastaamalla voit siis vaikuttaa!

Opinnäytetyö toteutetaan kyselytutkimuksena, johon osallistuminen on vapaaehtoista. Kaikki vastaukset käsitellään luottamuksellisesti, eikä niitä voida yhdistää yksittäiseen vastaajaan. Kysely on avoinna 18.5.2025 asti. Vastaukset hävitetään asianmukaisesti tutkimuksen päätyttyä. Tutkimuksen tulokset julkaistaan kesällä 2025 osoitteessa: www.theseus.fi.

Kyselyn lopussa voit halutessasi osallistua tuotepalkintojen arvontaan antamalla yhteystietosi. Yhteystietoja käytetään ainoastaan arvonnän suorittamiseen.

Lämmin kiitos jo etukäteen osallistumisestasi!

Ystävällisin terveisin,

Juhani Suni
Eemeli Lyyra

juhani.suni@edu.karelia.fi
eemeli.lyyra@edu.karelia.fi

1. Vastaamalla tähän kyselyyn hyväksyn, että tietojani kerätään liitteenä yllä olevan tietosuojailmoituksen mukaisesti. *

- Kyllä
 En hyväksy tietojeni keräämistä

Metsänhoitoyhdistysten tavoitteena on valvoa metsänomistajien etua ja edistää metsätalouden kannattavuutta sekä kestävää metsänhoitoa. Yhdistykset tarjoavat metsänomistajille neuvontaa, metsäpalveluita ja edunvalvontaa. Palveluita voivat käyttää kaikki metsänomistajat, mutta jäsenyys tuo mukanaan lisäetuja. Jäsenenä metsänomistajalla on käytössään oma metsäasiantuntija, johon voi ottaa yhteyttä kaikissa metsänhoitoon liittyvissä asioissa. Tärkeä osa jäsenyyttä on myös edunvalvonta, jota hoitaa Maa- ja metsätaloustuottajain Keskusliitto (MTK) sekä valtakunnallisella että EU-tasolla.

2. Sukupuoli? *

- Mies
 Nainen
 En halua kertoa

3. Ikä? *

- Alle 30 vuotta
 30-44 vuotta
 45-60 vuotta
 61-75 vuotta
 Yli 75 vuotta

4. Asuinpaikka? *

- Asun metsäkiinteistölläni
 Asun Pohjois-Karjalan alueella
 Asun Pohjois-Karjalan ulkopuolella

5. Kuinka paljon omistat metsää? *

- Alle 10 hehtaaria
 10-50 hehtaaria
 51-100 hehtaaria
 101-200 hehtaaria
 Yli 200 hehtaaria
 En osaa sanoa

6. Oletko Mhy Pohjois-Karjalan jäsen? *

- Kyllä
- En
- En tiedä

7. Kuinka aktiivisesti hyödynnät jäsenetuja? *

- Viikoittain
- Kuukausittain
- Vuosittain
- Harvemmin

Mhy Pohjois-Karjalan palvelut ja jäsenedut

Metsänhoitoyhdistys palvelee kaikkia metsänomistajia, mutta jäsenille tarjotaan etuhintaan monipuolisia metsänhoitoon ja puukauppaan liittyviä palveluita. Oma metsäasiantuntija auttaa, neuvoo ja tukee kaikissa metsänomistamiseen liittyvissä tilanteissa.

8. Oma metsäasiantuntija auttaa metsänomistajaa puunmyyntiin liittyvissä asioissa.**Kuinka tärkeinä pidät seuraavia palveluita? ***

	Ei lainkaan tärkeä	Ei kovin tärkeä	En osaa sanoa	Melko tärkeä	Erittäin tärkeä
Puukauppojen kilpailuttaminen valtakirjakaupalla (Tarjousten ja sopimusehtojen vertailu)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Puunmyyntiarvio (Ajantasaistetaan metsävaratiedot toimistotyönä puukauppaa varten)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Korjuunvalvonta (Sopimusehtojen noudattaminen, tarkastukset työmaalla ja raportointi metsänomistajalle)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

9. Millaisia puukaupan palveluita toivoisit jatkossa Mhy Pohjois-Karjalalta?

10. Metsänhoitopalveluiden tavoitteena on edistää metsän kasvua, terveyttä ja tuottavuutta. Kuinka tärkeinä pidät seuraavia palveluita?

	Ei lainkaan tärkeä	Ei kovin tärkeä	En osaa sanoa	Melko tärkeä	Erittäin tärkeä
Maanmuokkaukset (Esim. äestys tai laikutus ennen viljelyä)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Viljelytyöt (Istutus tai kylvö)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Taimikonhoitotyöt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Suometsien hoito (Esim. ojien kunnostus)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Metsän lannoitukset (Terveys- ja kasvatuslannoitukset)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tie- ja ojapalvelut (Teiden ja ojien kunnostaminen)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Luonnonhoitopalvelut	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

11. Mitä uusia metsänhoitopalveluita tai nykyisten palveluiden lisäämistä kaipaisit Mhy Pohjois-Karjalalta?

12. Oma metsäasiantuntija auttaa myös muissa metsänomistamiseen liittyvissä asioissa. Kuinka tärkeinä pidät seuraavia palveluita? *

	Ei lainkaan tärkeä	Ei kovin tärkeä	En osaa sanoa	Melko tärkeä	Erittäin tärkeä
Yleinen neuvonta ja opastus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Palvelut metsäomaisuuden hallinnassa (Verotus, sukupolvenvaihdos, metsäsuunnitelma tai tilakauppa)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Neuvonta ympäristönäkökohtiin liittyen (Luonnonhoito, monimuotoisuus)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

13. Millaista metsänomistamiseen liittyvää tukea tai palveluita toivoisit saavasi metsäasiantuntijaltasi?

Mhy Pohjois-Karjala harjoittaa edunvalvontaa paikallisesti toimialueellaan. Edunvalvontaa toteutetaan erityisesti puukauppojen yhteydessä, mutta se ulottuu myös paikalliseen päätöksentekoon, kuten maakuntakaava-asioihin.

14. Miten tärkeänä pidät metsänhoitoyhdistyksen roolia metsänomistajien etujen ajajana alueellasi? *

- Erittäin tärkeänä
 Melko tärkeänä
 En osaa sanoa
 En kovin tärkeänä
 En lainkaan tärkeänä

15. Koetko, että metsänhoitoyhdistys on onnistunut ajamaan metsänomistajien etuja paikallisessa päätöksenteossa? *

- Kyllä
 En
 En osaa sanoa

16. Mitä asioita toivoisit metsänhoitoyhdistyksen ajavan enemmän edunvalvonnassa?

17. Kuinka hyvin tunnet PEFC-sertifioinnin sisällön ja sen vaatimukset? *

- Erittäin hyvin
 Melko hyvin
 Melko huonosti
 En lainkaan

18. Kuinka tärkeänä pidät maksutonta PEFC-sertifiointia jäsenetuna? *

- Erittäin tärkeänä
- Melko tärkeänä
- En kovin tärkeänä
- En lainkaan tärkeänä

OmaMetsä on kaikille metsänomistajille avoin verkkopalvelu, jonka käyttäjät voivat hallinnoida omaa metsäomaisuuttaan, olla yhteydessä omaan metsäasiantuntijaansa ja pyytää tarjouksia metsänhoitoyhdistyksen palveluista. OmaMetsästä löytyy kattavien karttapalveluiden lisäksi tietoa puumarkkinatilanteesta ja metsän mahdollisista käsittelytavoista. Jäsenille OmaMetsä tarjoaa vielä laajemmat mahdollisuudet tarkastella metsäomaisuuttaan ja sen arvon kehitystä.

19. Oletko käyttänyt OmaMetsä-verkkopalvelua? *

- Kyllä, aktiivisesti käytössä
- Käytän toisinaan
- En ole käyttänyt, mutta olen kiinnostunut kokeilemaan
- En ole

20. Oletko tietoinen OmaMetsän lisäeduista Metsänhoitoyhdistyksen jäsenille? *

- Kyllä
- En

21. Kuinka hyödyllisinä pidät OmaMetsän jäsenominaisuuksia? *

	Ei lainkaan hyödyllinen	Vähän hyödyllinen	En osaa sanoa	Melko hyödyllinen	Erittäin hyödyllinen
Tarkemmat puukaupan hintatiedot (Lähialueen puukauppojen hintavertailu)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kuvioiden metsänhoitotilanteen hallinnointi (Voit itse päivittää toimenpiteen tehdyksi)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Puukaupan aktiivisuuden mittari (Ostajien aktiivisuuden seuranta)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

22. Millaisia ominaisuuksia toivoisit OmaMetsään?

23. Metsänhoitoyhdistyksen jäsenetuihin kuuluu edellä mainittujen lisäksi alennuksia yhteistyökumppaneiden tuotteista sekä jäsenille suunnattua materiaalia ja tapahtumia. Kuinka tärkeinä pidät seuraavia Mhy Pohjois-Karjalan tarjoamia jäsenetuja? *

	Ei lainkaan tärkeä	Ei kovin tärkeä	En osaa sanoa	Jokseenkin tärkeä	Erittäin tärkeä
Alennus Pohjois-Karjalan Sähkölle (PKS Priima sähkösojimus)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Alennukset metsäalan lehdistä (Metsälehti ja Maaseudun Tulevaisuus)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Koulutukset, webinaarit ja tapahtumat jäsenille	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Viestintä (Asiakaslehti ja uutiskirjeet)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

24. Valitse kolme mielestäsi tärkeintä Mhy Pohjois-Karjalan jäsenetua. *

- Oma metsäasiantuntija (Neuvonta metsänomistamisessa)
- Puukaupan palvelut jäsenetuhintaan
- Metsänhoitopalvelut jäsenetuhintaan
- Metsäomaisuuden hallintapalvelut (Verotus, sukupolvenvaihdos, metsäsuunnittelu)
- Paikallinen edunvalvonta
- Ilmainen PEFC-sertifiointi
- OmaMetsän jäsenominaisuudet
- Koulutukset, webinaarit ja tapahtumat
- Alennukset yhteistyökumppaneiden palveluihin ja tuotteisiin (Lehdet, sähkö)
- Muu, mikä? _____

MTK:n jäsenedut

MTK (Maa- ja metsätaloustuottajain keskusliitto) harjoittaa metsänomistajien edunvalvontaa valtakunnallisesti ja EU-tasolla vaikuttamalla lainsäädäntöön, metsäpolitiikkaan ja omistusoikeuksiin liittyviin kysymyksiin. Metsänhoitoyhdistysten jäsenille kuuluvat myös kaikki MTK:n tarjoamat jäsenedut, jotka liittyvät mm. edunvalvontaan, neuvontaan ja vakuutuksiin.

25. Kuinka tärkeänä pidät MTK:n harjoittamaa edunvalvontaa valtakunnallisella ja EU-tasolla? *

- Erittäin tärkeänä
 Melko tärkeänä
 En kovin tärkeänä
 En lainkaan tärkeänä

26. Miten MTK:n edunvalvontaa voitaisiin mielestäsi kehittää valtakunnallisella ja EU-tasolla?

27. MTK:n kautta jäsenyys tarjoaa myös monenlaisia etuja metsänomistajan kotiin ja vapaa-aikaan. Tarkemmat kuvaukset eduista löydät osoitteesta:

<https://mtkhankinnat.fi/kaikki-edut>. **Kuinka tärkeinä koet seuraaviin teemoihin liittyvät edut? ***

	Ei lainkaan tärkeä	Ei kovin tärkeä	En osaa sanoa	Jokseenkin tärkeä	Erittäin tärkeä
Työkalut, koneet ja varaosat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Rakentaminen ja talotekniikka	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ajoneuvot ja koneet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kulutustarvikkeet ja huolto	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Alennukset polttoaineista	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

28. Valitse kolme mielestäsi tärkeintä MTK:n tarjoamaa jäsenetua. *

- Edunvalvonta valtakunnallisella ja EU-tasolla
 Asiantuntija- ja lakipalvelut
 LähiTapiola vakuutusedut (Maatila-, koti- ja metsävakuutus)
 MTK:n tarjoamat edut kotiin ja vapaa-aikaan
 Muu, mikä? _____

Jäseneduista tiedottaminen

29. Saatko mielestäsi riittävästi tietoa jäseneduista? *

- Kyllä
 En

30. Millä tavalla toivoisit jatkossa saavasi tietoa jäseneduista? (Valitse kaikki itsellesi mieluisat kanavat.) *

- Oma metsäasiantuntija (Puhelut, tilakäynnit)
 Sähköposti/uutiskirjeet
 Verkkosivut (<https://www.mhy.fi>)
 OmaMetsä verkkopalvelu
 Koulutukset/webinaarit/tapahtumat
 Asiakaslehti
 Tekstiviesti
 Sosiaalinen media (Facebook, Instagram ja Youtube)
 Jäsenpalveluportaalit (Oiva ja MTK-mobiili)
 Kirjeposti
 Muu, mikä? _____

Tulevaisuuden jäsenedut

31. Millaisia jäsenetuja toivoisit jatkossa?

Yhteystiedot tuotepalkintojen arvontaan

Lämmin kiitos osallistumisestasi kyselyyn! Halutessasi voit osallistua tuotepalkintojen arvontaan antamalla yhteystietosi.

32. Yhteystietosi arvontaan osallistumiseksi.

Etunimi. _____

Sukunimi. _____

Puhelinnumero. _____

Sähköposti. _____