



MHY-yhteydenottokampanja Jokioisten ja Humppilan alueella

Juuso Ojanen

Opinnäytetyö
Joulukuu 2015
Metsätalouden ko.

TIIVISTELMÄ

Tampereen ammattikorkeakoulu
Metsätalouden koulutusohjelma

JUUSO OJANEN:

MHY-yhteydenottokampanja Jokioisten ja Humppilan alueella

Opinnäytetyö 31 sivua, joista liitteitä 8 sivua
Joulukuu 2015

Metsänhoitoyhdistysten jäsenistöstä löytyy metsänomistajia, joiden edellisestä metsänhoitoyhdistyksen kautta toteutetusta hankkeesta on yli viisi vuotta aikaa. Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli lisätä näiden metsänomistajien tietoisuutta yhdistyksen palveluista, aktivoida heitä käyttämään niitä ja kartuttaa tietämystä metsänomistajien palvelutarpeesta yhdistyksen alueella.

Henkilökohtaisen kontaktin luomiseksi kampanja suoritettiin puhelinkyselynä kesällä 2013. Yhdistyksen asiakasrekisteristä poimittiin ne metsänomistajat, joilla ei ollut ollut kontaktia metsänhoitoyhdistykseen viimeisen viiden vuoden aikana. Kampanjan piiriin rajautui 361 metsänomistajaa, mikä tarkoitti lähes puolta silloisen metsänhoitoyhdistys Jokiläänin jäsenmäärästä. Tähän vaikuttaa metsätilojen pieni koko alueella.

Metsänomistajat ottivat puhelinyhteydenoton hyvin vastaan. Aktiivisuutta yhdistyksen taholta pidettiin positiivisena asiana. Moni kampanjan piiriin kuulunut metsänomistaja otti yhdistykseen yhteyttä kampanjan toteuttamista seuranneen n. puolentoista vuoden mittaisen seurantajakson aikana. Metsänomistajat tunsivat yhdistyksen palvelut melko hyvin ja suuri osa vastaajista kertoi käyttävänsä niitä tarpeen tullen.

Metsänhoitoyhdistyslain ja toimintaympäristön muututtua merkittävästi yhdistyksen on kyettävä säilyttämään yhteys jäsenistöön ja pystyttävä tarjoamaan heille haluttuja palveluita. Vaikka jäsenten aktivointiin ja yhteydenpitoon kampanja on toimiva väline, yhdistyksen toiminnan kehittämiseen sen yhteydessä saadut tulokset ovat liian epätarkkoja.

ABSTRACT

Tampereen ammattikorkeakoulu
Tampere University of Applied Sciences
Department of forestry

JUUSO OJANEN

Contacting campaign for Forest owners association in Jokioinen and Humppila region

Bachelor's thesis 31 pages, appendices 8 pages
December 2015

Amongst the members of Forest owners association there is forest owners which have not been in contact with the association in five years. Purpose of this thesis was to increase these forest owners knowledge about services that Forest owners association provides and activate them to use these services. Another purpose of this thesis was to increase the awareness of forest owner's necessity of services in area.

Campaign was executed in summer 2013 as a phone interview to provide individual contact for answerers. Forest owners who hadn't had a contact with association for the last five years were gathered from associations customer register. 361 members met the criteria. This was almost half of the members of association. Areas forest properties are fairly small, which affects to this result.

Campaign was well taken by forest owners and association's activity was seen as a positive matter. Many forest owners who were reached during the campaign contacted association by themselves in 1,5 years follow-up period after campaign. Forest owners knew the services that association serves quite well and most of them told that they will use them when needed.

During the continuous change of business environment and the change of the law about Forest owners associations in the beginning of the year 2015 it's important that Forest owners association can retain the contact with its members and provide the services they need. Although this kind of campaign is a working tool for activating members and taking contact it isn't accurate enough to be used in development of the associations services.

Key words: forest owner, forest owners association, contacting campaign

SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	5
2	METSÄNHOITUYHDISTYS	7
2.1	Metsänhoitoyhdistyksen historia ja nykytilanne.....	7
2.1.1	Uusi laki metsänhoitoyhdistyksistä.....	8
2.2	Metsätilojen rakenne Jokioisten ja Humppilan alueella	8
2.3	Metsänhoitoyhdistys alueella.....	9
3	AINEISTON HANKINTA JA TUTKIMUSMENETELMÄT	10
3.1	Kampanjan esivalmistelut.....	10
3.2	Taustatietojen hankkiminen	11
3.3	Kyselyn toteutus	11
3.4	Menetelmäkuvaus	12
4	TULOKSET JA NIIDEN TARKASTELU	14
4.1	Mhy:n palvelujen tarve	14
4.1.1	Veroneuvonta, sukupolvenvaihdos ja tilakauppa.....	14
4.1.2	Puun myynti tai leimaus.....	15
4.1.3	Metsänviljely.....	15
4.1.4	Taimikonhoito	16
4.1.5	Suojelu	16
4.1.6	Tilakäynti	17
4.2	Metsänomistajien taustatiedot.....	17
4.3	Asuinpaikan ja tilakoon vaikutus palveluiden tarpeeseen	17
4.4	Kampanjaan kuuluneilta metsänomistajilta saadut työtilaukset	18
5	POHDINTA.....	21
	LÄHTEET	23
	LIITTEET	24
	Liite 1. Kyselylomake	24
	Liite 2. Ristiintaulukointiaineisto	25

1 JOHDANTO

Valtakunnallisen metsänomistajatutkimuksen mukaan metsänomistuksen rakennemuutos jatkaa etenemistään. Metsänomistajien keski-ikä on jatkanut kohoamistaan ja vaikka iso osa metsänomistajista (42 %) asuu edelleen tilalla yhä harvempi on päätoiminen maatalousyrittäjä. (Hänninen, Karppinen & Leppänen 2011, 3) Metsänhoidon merkityksen väheneminen selkeänä osana elinkeinoa ja metsänomistajien monipuoliset tavoitteet asettavat haasteen metsäneuvonnalle ja metsänhoidolle.

Vaikka metsänomistajat ovat aiempaa aktiivisempia metsänhoidon osalta, omatoimiseen metsänhoitoon entistä harvemmallalla on resursseja tai halua tehdä. (Hänninen ym. 2011, 51) Tämä lisää erilaisten metsäpalveluiden tarvetta, mikä osaltaan lisää liikevaihtoa ja kilpailua alalla. Tämän vuoksi toimijoiden on oltava entistä aktiivisemmin yhteydessä asiakkaisiinsa ja tarjota heille kohdennettuja palveluita. Tässä opinnäytetyössä kuvattu kampanja on yksi toimijoiden käytössä olevista työkaluista.

Yksi Metsänhoitoyhdistys-ketjun tavoitteista vuosille 2013–2014 oli kontaktin saaminen kaikkiin jäsenmetsänomistajiin. Tätä varten yhdistyksissä lähdettiin toteuttamaan yhteydenottokampanjaa, jonka kohteena olivat erityisesti pitkään yhdistyksen yhteydenpidon ulkopuolella olleet metsänomistajat. Kampanjan piiriin kuuluivat ne metsänomistajat, joille ei ollut tehty työmaata metsänhoitoyhdistyksen toimesta edellisen viiden vuoden aikana. Yhteydenottokampanjan organisoijana toimi Metsänhoitoyhdistysten palvelu Oy, joka on perustettu Metsänhoitoyhdistys-ketjuun kuuluvien yhdistysten toiminnan ja markkinoinnin kehittämistä varten.

Yhteydenottokampanjan ajoitus liittyy kiinteästi vuodenvaihteessa 2014–2015 tapahtuneeseen metsänhoitoyhdistyslain muutokseen. Ajoitus on luultavasti tarkkaan harkittua; näin metsänhoitoyhdistyksen jäsenyyden muuttuessa vapaaehtoiseksi metsänomistajalla on tuore muistikuva yhteydenotosta ja käsitys sen metsänhoitoyhdistyksen palvelutarjonnasta. Yhteydenottokampanjan tarkoituksena oli myös aktivoida metsänomistajia, jotka eivät ole olleet yhteydessä yhdistykseen sekä kartoittaa heidän palvelutarpeitaan. Samalla pyrittiin selvittämään mahdollisten uusien palvelujen tarvetta ja kysyntää.

Opinnäytetyöni aiheena on yhteydenottokampanjan toteuttaminen Humppilan ja Jokioisten alueella. Alueen metsänomistajiin on viime vuosina oltu aktiivisesti yhteydessä. Tapaninpäivän myrsky vuonna 2011 kaatoi alueelta n. 150 000 kuutiota puuta ja myrskypuiden korjuun sekä vahingonkorvausasioiden myötä oltiin vuosina 2012 ja 2013 yhteydessä n. 520 metsänomistajaan tavallisen yhteydenpidon lisäksi. Tämä tarkoittaa yli 70 prosenttia yhdistyksen jäsenmäärästä 2013. Kampanjan rajausta pohdittaessa päätettiin otannan kasvattamiseksi ottaa nämä metsänomistajat mukaan kampanjaan, mikäli heillä ei ollut ollut muuta yhteistyötä myrskypuiden korjuun tai vahingonkorvausasioiden lisäksi yhdistyksen kanssa edellisen viiden vuoden aikana.

2 METSÄNHOITOYHDISTYS

2.1 Metsänhoitoyhdistyksen historia ja nykytilanne

Metsänhoitoyhdistysten historia yltää yli sadan vuoden päähän. Tarve metsänhoitoyhdistyksille syntyi jo 1800-luvun loppupuoliskolla. Teollisuuden puun tarpeen kasvu, väkiluvun kasvu ja kasvaneet vientimarkkinat verottivat Suomen metsiä ja loivat tarpeen yksityismetsien käytön järjeistämiseksi. Vuosisatoja jatkunut kaskeaminen ja tervanpoltto kuluttivat metsävaroja ja aiheuttivat laajoja metsäpaloja. Lounais-Suomessa talollisten osalta puuvaranto oli valtaosin hyvä tai erinomainen vuoden 1889 yksityismetsäkomitean keräämien tietojen mukaan, luultavasti johtuen hyvien peltomaiden myötä vähäisestä kaskeamistarpeesta. Kuitenkin tilattomien ihmisten puuhuollon tilaa alueella kuvataan vaikeaksi. (Seppälä & Tasanen 2009, 38)

Teollisuuden nousukaudella 1870-luvulla moni metsänomistaja menetti huomattavia summia myyden puuta vailla tietämystä sen markkina-arvosta. Taloudellinen paine yhdistettynä metsien lapsenkengissä olevaan hoitoon toimivat alkusysäyksenä metsänhoitoyhdistysten perustamiselle. Varhaisimmat nykymuotoa muistuttavat metsänhoito- tai metsätalousyhdistykset muodostettiin Uudellamaalla, tarkemmin Askolassa ja Mäntsälässä, keväällä 1908. Mäntsälän yhdistyksen historia jäi vain muutaman vuoden pituiseksi, eikä Askolassakaan toiminta jatkunut seitsemää vuotta pitempään. Koko maassa pienessä mittakaavassa alkuun päässyt yhdistystoiminta käytännössä loppui ensimmäiseen maailmansotaan, ja hiljaiselo jatkui aina 1920-luvun puoliväliin. (J. Viitala 2006, 33)

Metsänhoitoyhdistysten alkuaskeleita voisi kuvata siis haparoiviksi. Kuitenkin teollisuuden kasvava puunkäyttö synnytti tarpeen metsänomistajien ammattimaiselle neuvonnalle ja metsänhoidon edistämiseksi. Metsänhoitoyhdistysten kautta haluttiin turvata niin maamme puuhuoltoa kuin varmistaa metsänomistajien oikeuksien toteutuminen.

2.1.1 Uusi laki metsänhoitoyhdistyksistä

Metsänhoitoyhdistyksiä koskeva laki koki historiansa suurimmat muutokset 2014. Merkittävin muutos entiseen on veroluonteisesti kerätystä metsänhoitomaksusta luopuminen. Näin metsänhoitoyhdistys muuttui tavalliseksi, vapaaehtoiseen jäsenyyteen perustuvaksi yhdistykseksi. Tämän seurauksena myös metsänhoitoyhdistyksen määritelmää vapautettiin, mikä mahdollistaa periaatteessa muidenkin julkisorganisaatioiden julistautumisen metsänhoitoyhdistykseksi. Samalla metsänhoitoyhdistysten rajoitteita puukaupan käymisestä kevennettiin.

Ajatus vapaaehtoisesta jäsenmaksusta ei ole uusi. Jo vuonna 1991 entinen Jokiläänin metsänhoitoyhdistysten toiminnanjohtaja Lauri Hjelm kirjoitti Tapion taskukirjassa seuraavasti: ”Metsänhoitoyhdistys elää voimakkaiden muutospaineiden alla. Sen on pystyttävä mukautumaan uusiin tilanteisiin – myös siihen, että jonain päivänä metsänhoitomaksuja ei enää tule.” (Hjelm 1991, 74)

2.2 Metsätilojen rakenne Jokioisten ja Humppilan alueella

Kanta-Hämeeseen kuuluvat Jokioinen ja Humppila ovat metsällisesti luontevaa jatkumoa Varsinais-Suomelle. Metsäpinta-alat ovat verrattain pieniä, ja tilojen keskikoko kuntien alueella on 16,7 hehtaaria. Kaiken kaikkiaan alueella on metsää noin 12 000 hehtaaria ja yli 4 hehtaaria metsään omistavia metsänomistajia noin 730 kappaletta.

Kuntien välillä on havaittavissa eroja metsätilojen koon suhteen. Jokioisten puolelle suurten tilojen määrä on selkeästi alhaisempi kuin Humppilassa. Myös pieniä, alle kymmenen hehtaarin tiloja on Jokioisilla Humppilaa enemmän. Tähän on vaikuttanut paljolti Jokioisten kartano, joka oli 1900-luvun alkupuolella Suomen suurin maatila. Nykyisin kartano kuuluu Luonnonvarakeskukselle. Metsähallituksen hallinnoimia entisiä kartanon metsiä löytyy Jokioisten ja Humppilan alueelta yhä yli 500 hehtaaria.

2.3 Metsänhoitoyhdistys alueella

Metsänhoitoyhdistyksen historia alueella alkaa 30-luvulta. Humppilan metsänhoitoyhdistys perustettiin alueen metsänomistajien toimesta 1935. Jokioislaiset seurasivat esimerkiksi huomattavasti myöhemmin, vasta vuonna 1951. Yhdistykset toimivat omina yhden miehen organisaatioinaan seitsemänkymmentäluvun loppupuolelle. Henkilöstömuutosten ja eläköitymisten kautta yhdistykset ajautuivat läheiseen yhteistyöhän 80-luvulla, ja lopulta fuusioituivat Jokiläänin metsänhoitoyhdistykseksi vuonna 1989. Kampanjan toteuttamisen jälkeen alueen yhdistystoiminnassa on tapahtunut toinen fuusio, kun mhy Jokilääni yhdistyi vuoden 2015 alussa mhy Loimaan seudun kanssa muodostaen mhy Loimijoen.

Yhdistyksen toiminta ja palvelut ovat rakentuneet pääosin neuvonnan, puukauppapalveluiden ja metsänhoitotöiden ympärille. Pääasiallisia puukauppapalveluita ovat leimikoiden ja puunmyyntisuunnitelmien teko sekä puukaupan kilpailuttaminen. Metsänhoitotöistä merkittävimpiä työlajeja ovat erilaiset metsurityöt sekä metsän uudistamiseen liittyvät palvelut, kuten maanmuokkaukset sekä taimien ja siementen välittäminen.

Myös erilaisten asiantuntijapalveluiden tarjoaminen ja metsänomistajien paikallinen edunvalvonta työllistävät yhdistystä. Asiantuntijapalveluista yleisimpiä ovat erilaiset puustoarviot, kuten tila- ja vahinkoarviot. Puukaupan ulkopuolinen metsänomistajien edunvalvonta on suurimmaksi osaksi maankäytön rajoituksiin liittyviä kannanottoja sekä metsänomistajien neuvontaa ja tiedotusta. Pienessä määrin yhdistys harjoittaa myös puunkorjuupalvelua, metsäomaisuuden hallintapalveluita sekä tie- ja ojahankkeisiin liittyviä palveluita.

3 AINEISTON HANKINTA JA TUTKIMUSMENETELMÄT

3.1 Kampanjan esivalmistelut

Kampanjan esivalmistelut suoritti metsänhoitoyhdistysten puolesta Metsänhoitoyhdistysten palvelu Oy. Metsänhoitoyhdistysten palvelu Oy on vuonna 2002 perustettu osakeyhtiö, jonka omistajina toimivat metsänhoitoyhdistykset. MHYP Oy:n tarkoituksena on kehittää metsänhoitoyhdistysten palveluita ja markkinointia. (Metsänomistajan Palvelutoimisto 2015.) Se toimii myös järjestäjänä ja kilpailuttajana Metsänomistajat- ketjuun kuuluvien yhdistysten yhteisissä hankinnoissa ja markkinointitempauksissa. Metsänhoitoyhdistysten palvelu Oy ylläpitää myös Helsingissä sijaitsevaa Metsänomistajien Palvelutoimistoa. Palvelutoimiston tarkoitus on tarjota etämetsänomistajille neuvontaa ja tarvittaessa avustaa yhteyden ottamisessa omaan yhdistykseen. Metsänhoitoyhdistysten palvelu Oy on myös esillä erilaisissa metsänomistajatilaisuuksissa kuten messuilla.

MHYP Oy oli yhteydessä kaikkiin kampanjaan osallistuviin metsänhoitoyhdistyksiin sähköpostitse. Se toimitti yhdistyksille kampanjan kysymyspohjan, Excel-taulukon tilastointia varten sekä taustatietolomakkeen metsänhoitoyhdistysketjun tarjoamista palveluista. Yhdistetty kysymyspohja ja Excel-taulukko on nähtävissä liitteessä 1. Lisäksi yhdistyksille jaettiin tietojärjestelmien käyttöohje halutun jäsenkunnan rajaamiseksi.

Kampanjan tavoitteena oli lisätä passiivisten metsänomistajien tietämystä metsänhoitoyhdistyksen tarjoamista palveluista ja samalla kartoittaa heidän palvelutarpeitaan. Metsänhoitoyhdistyksen tarjoamat ydinpalvelut on kysymyspohjassa jaettu viideksi kokonaisuudeksi, jotka olivat neuvonta vero-, sukupolvenvaihdos- ja tilakauppa-asiat, puun myynti ja leimaus, metsänuudistaminen, taimikonhoito ja neuvonta suojeleasioissa. Lisäksi metsänomistajille tarjottiin mahdollisuutta ilmaiseen metsäkäyntiin puhelinsoiton yhteydessä.

Alkuperäisessä ohjeistuksessa metsänomistajalle annettiin vastausvaihtoehdoiksi vain kyllä- ja ei- vaihtoehdot. Kyllä- vaihtoehtoa oli tarkoitus käyttää siinä tapauksessa, kun metsänomistaja oli varma jonkin palvelun tarpeesta lähivuosina. Muulloin vastaukseksi oli tarkoitus merkitä ei. Näiden vaihtoehtojen lisäksi päädyimme toiminnanjohtaja Risto Viertolan kanssa lisäämään kyselyyn myös ehkä- vaihtoehdon. Tämän katsottiin olevan

tarpeen yhdistyksen pienen keskimääräisen tilakoon vuoksi. Pienessä metsälössä ei välttämättä ole esimerkiksi kuin yksi päätehakuukuvio, jonka metsänomistaja ajoittaa omasta näkökulmastaan otolliseen markkina- tai elämäntilanteeseen. Lisäksi lomakkeelle lisättiin tilakäynti- kohta, jotta myös kampanjan piirissä metsänomistajien metsiin tehtävät tilakäynnit saataisiin tilastoitua.

3.2 Taustatietojen hankkiminen

Taustatietojen koostaminen ei ollut pakollista kampanjan toteuttamisen kannalta. Tässä tapauksessa se kuitenkin tehtiin tulosten analysoinnin vuoksi. Taustatiedot kerättiin yhdistyksen omasta järjestelmästä. Laajasta asiakasrekisteristä huolimatta kiistattomia taustatietoja oli saatavilla huomattavan vähän. Esimerkiksi metsänomistajan iän kohdalta muodostui ongelmaksi se, että osalta metsänomistajista puuttui henkilötunnus kokonaan ja osalla se oli korvattu y-tunnuksella, tai sukupolvenvaihdoksen yhteydessä muut tiedot oli saatettu päivittää järjestelmään, mutta henkilötunnus oli edelleen vanhan omistajan.

Käyttökelpoisiksi muodostuivat metsänomistajan asuinpaikka suhteessa metsätilaan ja metsälön pinta-ala. Asuinpaikka määritettiin metsänomistajan postinumeron perusteella. Pinta-alatiedot puolestaan saatiin verottajan metsänhoitomaksun keruuta varten muodostamasta vuoden 2012 tilastosta. Näiden tietojen katsottiin olevan riittävän tarkkoja käytettäväksi kampanjassa hankitun aineiston analysoinnissa. Nämäkään eivät ole täysin kiistattomia, koska esimerkiksi kuntien raja-alueilla postinumeron kunta saattaa poiketa asuinkunnasta. Kampanjassa käytetyt pinta-alat puolestaan ovat verohehtaarien mukaisia, eivätkä sisällä esimerkiksi kitu- ja joutomaita. Myös ojituksella hyvinkin kasvuisiksi saatuja suoalueita saattaa puuttua pinta-aloista.

3.3 Kyselyn toteutus

Toteutuksen osalta yhdistyksille annettiin melko vapaat kädet. Aikaa kampanjan toteuttamiseen annettiin alun perin vuodet 2013 ja 2014. Kirjekyselyn tekeminen ei ollut mahdollista, vaan yhteydenotot tehtiin puhelimitse. Näin toimien saatiin yksilöllinen ja suora yhteys metsänomistajaan. Samalla tällä tavoin toimimalla pystyttiin varmistamaan laaja

otanta verrattuna esimerkiksi kirjekselyyn, ja korostamaan metsänhoitoyhdistyksen palvelujen henkilökohtaisuutta. Humppilan ja Jokioisten alueella kampanja toteutettiin kokonaisuudessaan kesän 2013 aikana.

Mhy Jokiläänin toiminnanjohtajana toimineen Risto Viertolan kanssa tulimme siihen tulokseen, että kampanjan toteutuksessa varotaan markkinoimasta palveluita liikaa ja pyritään välttämään puhelinmyynnin tuntua. Tarkoitus oli nimenomaisesti selvittää, mitä metsänomistajat itse yhdistykseltä tulevaisuudessa odottavat ja haluavat.

Kampanjan piiriin kuuluvat metsänomistajat haettiin metsänhoitoyhdistyksen järjestelmästä rajaamalla pois ei-jäsenet ja ne joille oli tehty hanke välillä 2008–2013. Tällaisia metsänomistajia löytyi yhteensä 361 kappaletta. Tästä määrästä karsittiin pois toimihenkilöiden kanssa sellaiset metsänomistajat, joilla oli jokin tilaus jätettynä tai joihin oltiin muuten oltu lähiaikoina yhteydessä. Tällaisia metsänomistajia löytyi hakuehdoilla yhteensä 33 kappaletta.

Hieman yli puolet henkilöistä tavoitettiin ensimmäisellä soittokerralla, kaikkiaan 216 kappaletta. Toisella soittokerralla tavoitettiin 53 metsänomistajaa. Kaikkiaan tavoitettiin 307 metsänomistajaa. Lisäksi yhteentoista metsänomistajaan oltiin kampanjan aikana muuten yhteydessä. Tavoittamatta jääneitä oli kymmenen kappaletta. Syy tavoittamattomuudelle oli joko puhelinnumeron puuttuminen julkisista lähteistä ja vastaamattomuus.

3.4 Menetelmäkuvaus

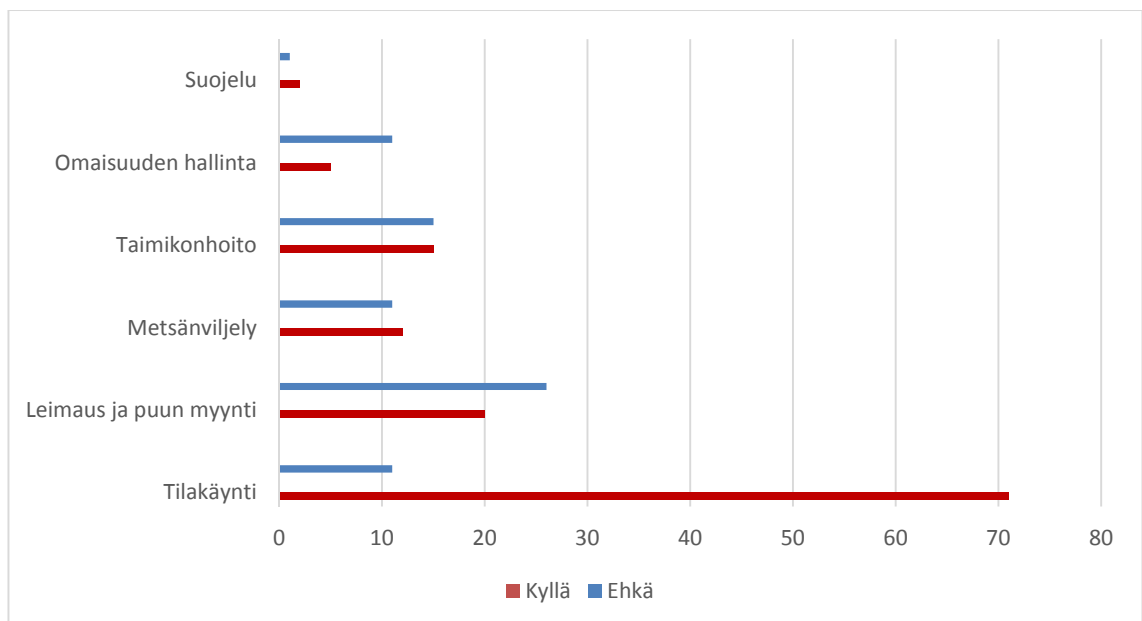
Tarkempien tulosten selvittämiseksi ja syy-seuraussuhteiden analysoinniksi taustatietojen ja vastausten välillä suoritettiin ristiintaulukointi. Selitettävänä muuttujana oli metsänomistajan vastaus palvelutarvekysymykseen ja selittävänä muuttujana taustatiedoista saatu pinta-ala- tai asuinpaikkatieto. Kumpikin taustamuuttuja käsiteltiin omana taulukonaan, koska ristiintaulukoinnin tulkinta kahden selittävän muuttujan taulukoissa on haasteellista. (KvantiMOTV 2003) Ristiintaulukoinnin tulokset ovat nähtävissä liitteessä 1.

Metsänomistajien vastaukset kirjattiin puhelun aikana käsin listaan, josta ne puhelun jälkeen siirrettiin Excel-tiedostoon. Metsänhoitoyhdistysten palvelu Oy:lle toimitettiin kuukausittain yhteenveto kampanjan edistymisestä. Yhteenvedossa ilmoitettiin tavoitettujen metsänomistajien lukumäärä sekä koonti heidän arvioimastaan palvelutarpeesta.

4 TULOKSET JA NIIDEN TARKASTELO

4.1 Mhy:n palvelujen tarve

Vastaajia pyydettiin arvioimaan mitä yhdistyksen palveluja he tulisivat lähivuosina tarvitsemaan joko varmasti tai luultavasti. Teemoina tärkeiksi nousivat puukauppa ja leimaus sekä taimikonhoito. Tulos ei ollut järin yllättävä, sillä nämä työajit ovat perinteisesti olleet metsänhoitoyhdistyksen ydintoimintaa. Sen sijaan hieman yllättäen kaikkein suosituimmaksi palvelulajiksi nousi metsänomistajille tarjottu ilmainen tilakäynti. Sen suosio ylitti seuraavaksi tärkeimpänä pidetyn puukaupan ja leimauksen suosion yli kolminkertaisesti. Tämä on helposti havaittavissa kuviosta 1.



KUVIO 1. Mhy:n palveluita varmasti tai mahdollisesti lähivuosina tarvitsevien metsänomistajien määrät.

4.1.1 Veroneuvonta, sukupolvenvaihdos ja tilakauppa

Veroneuvontaan tai metsän hallintaan liittyvien palvelujen tarjonta on kasvanut vuosien saatossa merkittävästi. Monet eri organisaatiot tarjoavat palvelukokonaisuuksia ja neuvontaa niin veroteknisiin kysymyksiin kuin tilan hallintaan ja sukupolvenvaihdokseen

liittyviin asioihin. Näitä palveluita ilmoitti tarvitsevansa kuitenkin vain 5 tavoitetuista metsänomistajista. Lisäksi 11 oli mahdollinen tarve tämän kaltaisille palveluille.

Syyt palvelujen vähäiselle tarpeelle ja kiinnostukselle saattavat löytyä tilojen ja metsänomistuksen rakenteista. Metsäpinta-alat ovat melko pieniä, joten metsän taloudellinen merkitys on pienempi kuin maassa keskimäärin. Sukupolvenvaihdokset tehdään monesti vasta perunkirjoituksen jälkeen. Veroneuvonnan tarvetta vähentää paljon myös se, että isolla osalla kampanjan piiriin kuuluvista tiloista ei ollut ollut toimintaa edelliseen hankkeen tekemisen jälkeen. Toisaalta iso osa alueen metsistä on edelleen maatilan yhteydessä, jolloin käytössä on usein myös ulkopuoliselta ostettu veropalvelu.

Viimeaikoina yhdeksi tärkeimmäksi omaisuuden hallintaan liittyväksi palveluksi on metsähuojen yleistyttyä muodostunut erilaisten vahinkoarvioiden teko. Tämän palvelun tilaaja on kuitenkin ensisijaisesti vakuutusyhtiö, eikä metsänomistaja itse.

4.1.2 Puun myynti tai leimaus

Leimikoiden teko ja puun myynti on ollut tärkeää toimintaa metsänhoitoyhdistyksille kautta aikojen. Puukaupan kilpailuttaminen ja tarjousten vertailu on metsänomistajan edunvalvontaa konkreettisimmillaan. Edunvalvonta alueellisessa puukaupassa olikin yksi merkittävimpiä syitä metsänhoitoyhdistysten perustamiselle aikanaan.

Nämä palvelut koettiin edelleen tärkeiksi ja niitä koskevat kysymykset saivat eniten myönteisiä vastauksia; 20 vastaajista oli varma tarpeestaan ja 26 vastasi mahdollisesti tarvitsevansa palveluita.

4.1.3 Metsänviljely

Metsänomistajista 12 kertoi varmasti tarvitsevansa yhdistyksen metsänviljelypalveluita jossakin vaiheessa tulevaisuudessa. Lisäksi 11 metsänomistajaa piti metsänviljelypalveluiden tarvetta mahdollisena. Tässä kyselyssä ilmi tulleista viljelyhankkeista moni oli Tapani-myrskyn tuulenskaadoista johtuvia. Vuosittain tehdään myös useita viljelyhankkeita puunostajien suoraostojen myötä.

On huomioitava, että metsänhoitoyhdistyksen kautta tehtyyn puunmyyntisuunnitelmaan liittyy yleensä myös uudistamistoimenpiteitä koskeva toimeksianto. Metsänuudistamistoimille olisi siis luultavasti tarve suuremmalla joukolla, mutta niiden mielletään kuuluvan puunmyyntisuunnitelman yhteyteen automaattisesti.

4.1.4 Taimikonhoito

Taimikonhoito on yhdistykseltä huomattavasti aktiivisuutta vaativa työlaji. Taimikonhoito on tärkeä sijoitus metsän arvokasvun takaamiseen, mutta metsänomistaja mieltää sen helposti vain kustannuseräksi. Vuosittain Jokioisten ja Humppilan alueella on tehty yhdistyksen toimesta noin 100 - 150 hehtaaria taimikonhoitoa. Vuosittainen avohakkuupinta-ala kuitenkin on ollut jo vuosia yli 250 hehtaaria. Näin ollen, huolimatta muiden toimijoiden ja metsänomistajien itsensä tekemistä taimikonhoidoista, taimikonhoitorästit kasvavat vuosi vuodelta.

Taimikonhoitoa lähivuosina ilmoitti tarvitsevansa 15 metsänomistajaa. Lisäksi viidellätoista oli mahdollinen tarve taimikonhoidolle. Useat metsänomistajat mainitsivat lisäksi tehneensä tai tekevänsä itse taimikonhoitoa. Tarve taimikonhoidolle olisi selkeästi korkeampi, mutta taimikonhoitopinta-alan kasvattaminen edellyttäisi selvästi voimakkaampaa markkinointia.

4.1.5 Suojelu

Suojelu ei tule ensimmäisenä mieleen pohdittaessa metsänhoitoyhdistyksen palvelutarjontaa. Kuitenkin yhdistyksen tehtävä on edistää jäsentensä metsätalouden kannattavuutta ja tuottaa haluttuja palveluja. Suojelu esimerkiksi Metso-ohjelman tai ympäristötuen kautta on joissakin tilanteissa varteenotettava vaihtoehto mikäli metsälaki, luonnonsuojelulaki tai vaikka vain haastavat korjuuolosuhteet estävät metsäomaisuuden tehokkaan metsätaloudellisen hyödyntämisen. Metsänomistajan tavoitteet ja odotukset metsästä saattavat olla myös sellaiset, että suojelu on suositeltava vaihtoehto. Kampanjan yhteydessä kaksi metsäomistajaa ilmaisi kiinnostuksensa suojelua kohtaan ja yksi oli varovaisen kiinnostunut.

4.1.6 Tilakäynti

Kaikille halukkaille tarjottiin ilmaista metsäkäyntiä, johon metsänomistajan oli mahdollista osallistua itse. Kaikkiaan metsäkäyntejä tehtiin yhteensä 71 kappaletta. Mahdollisesti tilakäynnistä kiinnostuneita oli tämän lisäksi 11 kappaletta. Metsäkäynnit toteutettiin muutamaa poikkeusta lukuun ottamatta kesällä 2013. Osa käynneistä tehtiin metsänomistajien kanssa yhdessä. Vaihtoehtoisesti metsäkäynti tehtiin ilman metsänomistajaa yhdistyksen edustajan toimesta. Maastokäynnin jälkeen yhdistyksen edustaja otti uudelleen yhteyttä metsänomistajaan ja kävi toimenpide-ehdotukset ja käsittelyvaihtoehdot lävitse puhelimitse hänen kanssaan.

4.2 Metsänomistajien taustatiedot

Kampanjan piirin kuuluneiden metsänomistajien metsätilojen sijaintia tarkasteltaessa ilmeni, että vastaajista enemmistö eli noin 67 % asui metsätilansa sijaintikunnassa. Noin 21 % vastaajista asui metsätilan sijaintikunnan naapurikunnassa. Etämetsänomistajiksi mielletävissä olevia, tätä kauempana tilastaan asuvia oli vastaajista vähiten, noin 12 %. Tätä luokitusta käytettiin aineistoa analysoitaessa.

Kampanjassa tavoitettujen metsänomistajien metsätilojen pinta-alat vaihtelivat 4 ja 44 hehtaarin välillä. Tulosten tarkastelua varten metsänomistajat jaettiin tilakoon mukaan kolmeen luokkaan: 1-15 hehtaaria omistavat, 15,1–30 hehtaaria omistavat ja 30,1–45 hehtaaria omistavat. Ensimmäiseen luokkaan kuuluvia metsänomistajia oli kampanjan piirissä eniten, kaikkiaan 246 kpl. Toiseen luokkaan kuuluvia oli 52 kpl ja kolmanteen kuuluvia 9 kpl. Keskimääräinen tilakoko kampanjassa tavoitetulle metsänomistajalle oli 11,7 hehtaaria. Koko yhdistyksen alueella keskimääräinen tilakoko on 16,9 hehtaaria.

4.3 Asuinpaikan ja tilakoon vaikutus palveluiden tarpeeseen

Aineiston analysoinnissa selvisi, että metsänomistajan asuinpaikkakunnan ja palvelutarpeiden välillä ei ole havaittavissa merkittävää yhteyttä minkään kysymyksen kohdalla.

Pieniä eroja oli kuitenkin havaittavissa: perinteisiä metsänhoitopalveluita, eli leimausta ja puun myyntiä, metsän uudistamispalveluita sekä taimikonhoitopalveluita kokivat tarvitsevansa suhteessa vähiten metsätilansa naapurikunnassa asuvat metsänomistajat. Tilan sijaintikunnassa asuvat metsänomistajat arvioivat tarvitsevansa muita enemmän taimikonhoitopalveluita ja vähiten metsän suojeluun liittyviä palveluita. Kauimpana tilastaan asuvat metsänomistajat arvioivat tarvitsevansa muita enemmän omaisuuden hallintaan liittyviä palveluita ja leimausta ja puukauppaa. Kauimpana asuvat olivat myös halukkaimpia teettämään tilakäynnin metsässään.

Sen sijaan metsätilan pinta-alan ja palvelutarpeen välillä on havaittavissa yhteys metsäomaisuuden hallintapalveluiden, puun myynnin ja leimauksen, taimikonhoidon sekä tilakäynnin kohdalla. Näiden työläjien kohdalla yhteys oli selvä: tilakoon kasvu metsänomistajan palvelujen tarvetta. Ainoastaan metsänuudistamispalveluiden ja suojelun kohdalla pinta-alalla ei vaikuttaisi aineiston pohjalta olevan yhteyttä palvelutarpeeseen. 15,1–30 ha omistavat metsänomistajat arvioivat tarvitsevansa muita vähemmän metsän uudistamispalveluita ja muita enemmän suojeluun liittyviä palveluita.

4.4 Kampanjaan kuuluneilta metsänomistajilta saadut työtilaukset

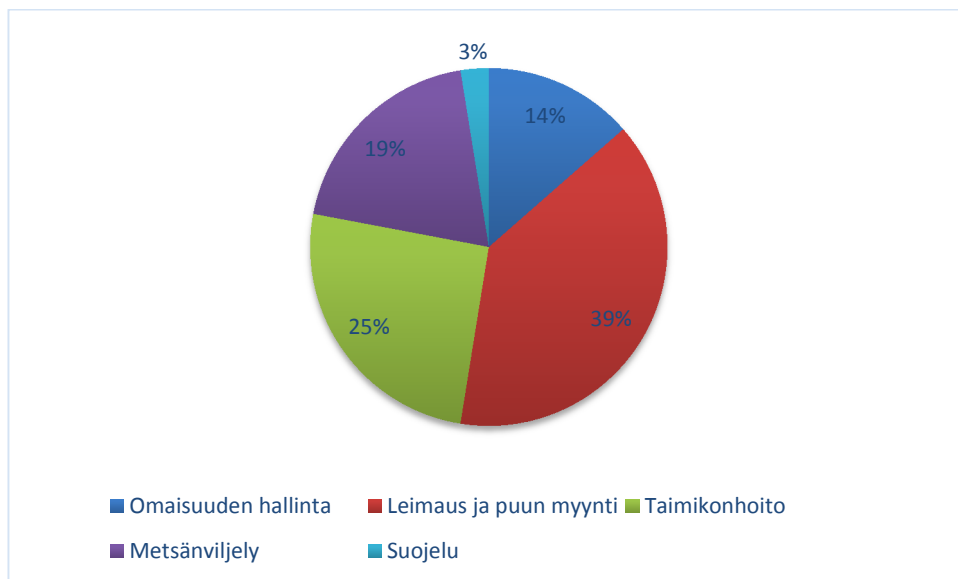
Jo kampanjan aikana tehtiin 29 hanketta / työtilausta kampanjan piirissä oleville metsänomistajille. Aikavälillä 25.6.2013 – 31.1.2015 alkuperäiselle 360 metsänomistajan joukolla oli tehty 107 hanketta. Yksitoista näistä oli tehty sellaisille metsänomistajille joita ei tavoitettu kampanjan yhteydessä. Kampanjassa tavoitetuista metsänomistajista kaikkiaan 96:lle oli tammikuun 2015 loppuun mennessä tehty hanke. Hankkeisiin johtavia toimia ovat puunmyyntisuunnitelma, uudistamissuunnitelma, taimikonhoitotyömaa sekä muut laskutetut palvelut kuten tila-arvio tai taimien myynti. Prosentuaalisesti tämä tarkoittaa noin kolmeakymmentä prosenttia kampanjassa tavoitetuista 307 metsänomistajasta.

Metsänomistajien kyselyssä antamat arviot omista palvelutarpeistaan toteutuivat vaihtelevasti. Metsänhoitoyhdistyksen palveluita kampanjaa seuranneen 1,5 vuoden aikana käyttäneistä kampanjan piiriin kuuluneista metsänomistajista 48 prosenttia oli arvioinut tarvitsemansa palvelun oikein. Jotakin muuta kuin teettämänsä hankkeen sisältämää pal-

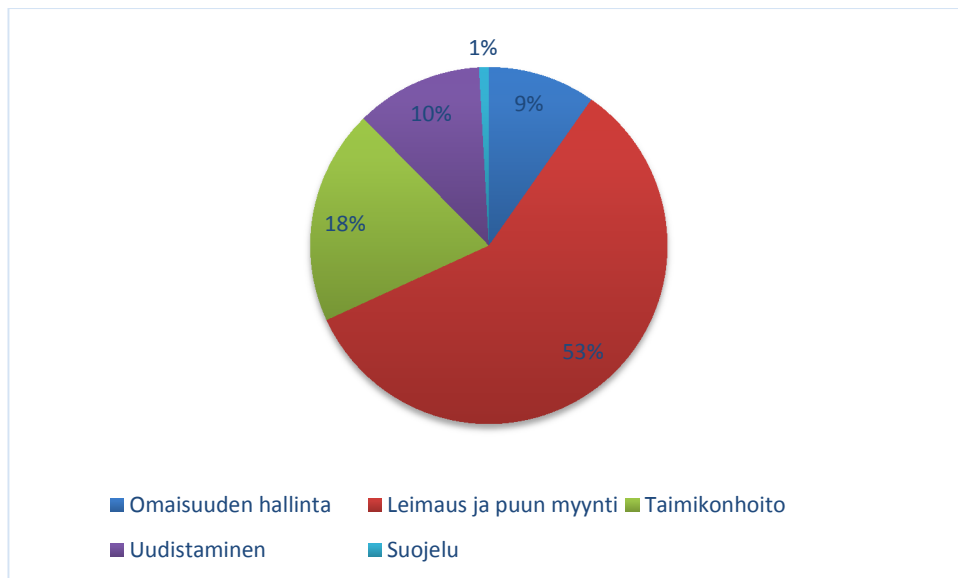
velua oli arvioinut tarvitsevansa 7 prosenttia yhdistyksen palveluita käyttäneistä metsänomistajista. Huomattavaa on, että 45 prosenttia hankkeen teettäneistä metsänomistajista arveli, ettei tarvitse yhdistyksen palveluita lähiaikoina.

Kuvioista 2 ja 3 ilmenee selkeästi kampanjan työlajien jakautuminen metsänomistajien arvioissa ja todellisuudessa. Työlajien suosio on metsänomistajien itse kampanjassa arvioiman mukainen, mutta työlajien väliset suhteet poikkeavat taulukoiden kesken. Erityisesti taimikonhoidon osuus on selkeästi pienempi toteutuneisiin lukuihin perustuvassa taulukossa. Myös suojeleen ja omaisuudenhoitopalveluiden osuus on laskenut hieman. Leimauksen ja puun myynnin osuus on puolestaan selkeästi kasvanut; yli puolet hankkeista kohdistuivat näihin työlajeihin.

Taimikonhoidon alle on jälkimmäisessä taulukossa laskettu yhdistyksen kautta tehtyjen taimikonhoitotöiden lisäksi myös metsänomistajien itse tekemien taimikonhoitojen johdosta tehdyt kemera-hankkeet, joita oli kaikkiaan viisi kappaletta.



KUVIO 2. Yhdistyksen palveluita lähivuosina tarvitsevien metsänomistajien itse kampanjassa arvioima palvelutarpeen jakautuminen.



KUVIO 3. Kampanjan piiriin kuuluneiden metsänomistajien kampanjaa seuraavan 1,5 vuoden aikana toteutunut palvelujen tarve.

5 POHDINTA

Kampanjan avulla tavoitettiin 307 metsänomistajaa muutaman kuukauden aikana. Alku- peräisestä tavoitteesta jäi tavoittamatta vain 10 metsänomistajaa. Kampanjan voidaan siis katsoa täyttäneen ensisijaisen tavoitteensa, metsänomistajien tavoittamisen. Metsänhoi- toyhdistyksen palveluiden kehittämisen kannalta kampanjassa ei saatu riittävän yleistet- täviä tuloksia. Kampanjasta olisi saatettu saada tarkemmin paikkaansa pitäviä tuloksia, mikäli kysymyskaavaketta olisi noudatettu systemaattisemmin. Nyt kampanjan piirissä olevia metsänomistajia ei vaadittu vastaamaan kaikkiin kysymyksiin, mikäli esimerkiksi jostakin aihepiiristä keskusteleminen vaikutti olevan metsänomistajalle epämieluisaa.

Jokioisten ja Humppilan alueella metsätilojen keskikoko on huomattavan pieni ja kam- panjan piirissä olevien metsätilojen keskikoko vielä tätäkin pienempi. Tämän kokoluokan tiloilla viisi vuotta kestävä toimenpiteetön kausi ei ole mitenkään poikkeuksellinen. Kam- panjalla oli kuitenkin selkeä työllistävä vaikutus yhdistyksen kannalta, vaikka kampanjan aikana sen piiriin kuuluvat metsänomistajat eivät uskoneet kovin paljoa yhdistyksen pal- veluita tarvitsevänsakaan. Yhteydenotoilla ja niiden yhteydessä annetulla neuvonnalla on varmasti ollut osansa vuosien 2013 ja 2014 korkeaan työtöiläusmäärään alueella. Työti- lauksia saatiin jonkin verran myös sellaisilta metsänomistajilta, joilla ei ollut edellisen viidentoista vuoden aikana ollut lainkaan yhteistyötä yhdistyksen kanssa. Kampanjan myötä saatiin myös eteenpäin vanhoja työtilauksia, jotka olivat jääneet jostain syystä kes- ken.

Seurantajakson aikana kampanjan piiriin kuuluneilta metsänomistajilta saatiin työtilauk- sia laidasta laitaan. Rahassa mitattuna yksittäisten hankkeiden arvo vaihteli kymmenistä euroista yli 10 000 euroon. Mukaan mahtui niin muutaman taimilaatikon tilauksia kuin useiden hehtaarien uudistushakkuuleimikoita uudistamistöineen, taimikonhoitotyömaita ja tila-arvioita. Tilakäyntien johdosta metsänomistajille annettiin myös pitemmälle tule- vaisuuteen ulottuvia toimenpide-ehdotuksia erityisesti harvennus- ja uudistushakkuiden ajoitusta koskien. Näiden osalta on siis luultavasti vielä tulevaisuudessakin odotettavissa kampanjan alkuun panemia työtilauksia.

Moniin kampanjassa kerätyn aineiston analysoinnissa ilmenneisiin yhteyksiin on löydet- tävissä looginen selitys. On esimerkiksi täysin luontevaa, että metsänomistajan tilakoon

kasvaessa myös palvelutarve kasvaa. Myös esimerkiksi tilan naapurikunnassa asuvien passiivisuutta voidaan selittää mahdollisella omaisuuden jakaantumisesta kahden kunnan puolelle, jolloin metsänomistaja saattaa hoitaa palvelut naapuriyhdistyksen tai muun toimijan kautta. Aineiston testauksen yhteydessä ilmeni kuitenkin, että aineisto ei ole riittävä johtopäätösten tekemiseen. Khiin neliö- testi osoittaa aineiston sisältävän liikaa liian pieniä odotettuja frekvenssejä. (KvantiMOTV 2004)

Käytännössä kaikille kampanjan metsänomistajille metsänhoitoyhdistys oli tuttu ainakin jollain tapaa ja suuri osa vastaajista olikin käyttänyt metsänhoitoyhdistyksen palveluita joskus aiemmin. Metsänhoitoyhdistyksen roolista toimijana oli sen sijaan jonkin verran epätietoisuutta erityisesti vähän aikaa metsää omistaneiden vastaajien keskuudessa. Metsänomistajat suhtautuivat yhteydenottokampanjaan muutamaa poikkeusta lukuun ottamatta positiivisesti. Nähtiin hyvänä, että yhdistyksen henkilöstö on henkilökohtaisesti yhteydessä jäsenistöön.

Tässä mittakaavassa kampanjan toteuttaminen oli huomattavan kuormittavaa ja vaati käytännössä kahden kuukauden työpanoksen itseltäni harjoittelijana. On toki huomioitava, että nyt työkokemuksen kerryttyä tällaisen hankkeen toteuttaminen kävisi tehokkaammin ja voisi olla myös tuottoisampaa. Vastaavanlaisen kampanjoinnin säännöllistä toteuttamista yhdistyksen alueella kannattaa pohtia tarkkaan. Tasaisin väliajoin tehtävänä kampanjan läpivienti olisi jonkin verran kevyempää, sillä yhteyttä tarvitsisi ottaa pienempään metsänomistajamäärään. Lisäksi uuden metsänhoitoyhdistyslain myötä yhdistyksen hieinan laskenut jäsenmäärä vähentäisi otannan piiriin kuuluvien metsänomistajien määrää osaltaan.

Tässä työssä saatujen tulosten valossa tämän tyyppinen kampanjointi on toimiva metsänomistajien aktivoinnin kannalta. Näin ollen metsänhoitoyhdistyksen toiminnan kehittämisen työkaluksi tai merkitsevemmän metsänomistajatutkimuksen välineeksi siitä ei kuitenkaan ole.

LÄHTEET

Hänninen, H., Karppinen, H., Leppänen, J. Suomalainen metsänomistaja 2010. Metlan työraportteja 208. Metla. Vantaa 2011.

Hjelm, L. 1991. Metsänhoitoyhdistykset. Teoksessa Tapion taskukirja. 21. uudistettu painos. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Metsälehti.

Viitala, J. 2006. Metsänhoitoyhdistysten 100 vuotta. Helsinki: Tietosanoma Oy.

Tasanen, T. & Seppälä, J. 2009. Metsät peltojen lomassa. Turku: Lounais-Suomen Metsänhoitoyhdistysten säätiö.

Metsänomistajan palvelutoimisto. Luotu 2015. Luettu 29.3.2015.

<http://www.mhy.fi/metsanomistaminen/metsanomistajien-palvelutoimisto>

KvantiMOTV. Menetelmien tyyppejä ja soveltuvan menetelmän valinta. Päivitetty 2003. Luettu 5.12.2015. <http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/menetelma/menetelma-tyypit.html>

KvantiMOTV. Ristiintaulukointi. Päivitetty 2004. Luettu 5.12.2015.

<http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/ristiintaulukointi/ristiintaulukointi.html>

LIITTEET

Liite 1. Kyselylomake

KYSELY PALVELUTARPEISTA
 Kyselyn tarkoituksena on kartoittaa, mitä palveluita haluat metsänhoitoyhdistykseltä?
 Vastausvaihtoehdot ovat kyllä tai ei.

1. Veroneuvontaa tai muuta metsäomaisuuden hallintaan liittyvää neuvontaa (SPV ja tilakauppa)
2. Puunmyyntisuunnitelmaa, puukaupan kilpailuttamista
3. Metsänviljelytöitä
4. Taimikonhoitotöitä
5. Vapaaehtoinen metsänsuojelu

Merkitse ei=0, kyllä=1, ehkä=2

nro tai nimi	kysymys 1	kysymys 2	kysymys 3	kysymys 4	kysymys 5	tilakäynti

Liite 2. Ristiintaulukointiaineisto

1(7)

Aineistossa on esitetty kaikille palvelutarvekysymyksille kummankin selittävän muuttujan (pinta-ala ja asuinpaikkakunta) osalta ensin varsinainen aineisto, sitten odotettu frekvenssi ja lopuksi vielä khiin neliö-testaus. Kysymykset on eritelty toisistaan taulukkovärein. Asuinpaikka on merkitty taulukoihin numeroilla, joiden merkitys on 1 = asuu tilan sijaintikunnassa, 2 = asuu tilan naapurikunnassa ja 3 = asuu kauempana tilasta.

Omaisuuuden hallinta/p-a				
	0-15 ha	15,1-30 ha	30,1-45ha	Kaikki yhteensä
ei	235	49	7	291
kyllä	3	2		5
ehkä	8	1	2	11
Kaikki yhteensä	246	52	9	307

Omaisuuuden hallinta/p-a			
	0-15 ha	15,1-30 ha	30,1-45ha
ei	233,2	49,3	8,5
kyllä	4,0	0,8	0,1
ehkä	8,8	1,9	0,3

χ^2 11,46173744
df 4
p 0,023241334

Alle viiden suuruisia odotettuja lukumääriä 55,56 %
Pienin odotettu lukumäärä 0,15

Omaisuuuden hallinta/paikkakunta				
	1	2	3	Kaikki yhteensä
ei	199	58	34	291
kyllä	2	2	1	5
ehkä	6	3	2	11
Kaikki yhteensä	207	63	37	307

Omaisuuuden hallinta/paikkakunta			
	1	2	3
ei	196,2117264	59,71661238	35,07166124
kyllä	3,371335505	1,026058632	0,602605863
ehkä	7,416938111	2,25732899	1,325732899

2(7)

χ^2 2,724027127
 df 4
 p 0,605016769

Alle viiden suuruisia odotettuja lukumääriä 55,56 %
 Pienin odotettu lukumäärä 0,60

Leimaus ja puun myynti/p-a				
	0-15 ha	15,1-30 ha	30,1-45 ha	Kaikki yhteensä
ei	215	41	7	263
kyllä	9	8	1	18
ehkä	22	3	1	26
Kaikki yhteensä	246	52	9	307

Leimaus ja puun myynti/p-a			
	0-15 ha	15,1-30 ha	30,1-45 ha
ei	210,7	44,5	7,7
kyllä	14,4	3,0	0,5
ehkä	20,8	4,4	0,8

χ^2 11,52323318
 df 4
 p 2,100E-02

Alle viiden suuruisia odotettuja lukumääriä 44,44 %
 Pienin odotettu lukumäärä 0,53

Leimaus ja puun myynti/paikkakunta				
	1	2	3	Kaikki yhteensä
ei	177	57	29	263
kyllä	13	2	3	18
ehkä	17	4	5	26
Kaikki yhteensä	207	63	37	307

Leimaus ja puun myynti/paikkakunta			
	1	2	3
ei	177,3322476	53,97068404	31,6970684
kyllä	12,13680782	3,693811075	2,169381107
ehkä	17,53094463	5,335504886	3,133550489

3(7)

χ^2 3,018355458
 df 4
 p 0,554758371

Alle viiden suuruisia odotettuja lukumääriä 33,33 %
 Pienin odotettu lukumäärä 2,17

Metsänuudistaminen/p-a				
	0-15 ha	15,1-30 ha	30,1-45 ha	Kaikki yhteensä
ei	227	49	8	284
kyllä	9	2	1	12
ehkä	10	1		11
Kaikki yhteensä	246	52	9	307

Metsänuudistaminen/p-a			
	0-15 ha	15,1-30 ha	30,1-45 ha
ei	227,6	48,1	8,3
kyllä	9,6	2,0	0,4
ehkä	8,8	1,9	0,3

χ^2 2,147046057
 df 4
 p 0,767984096

Alle viiden suuruisia odotettuja lukumääriä 44,44 %
 Pienin odotettu lukumäärä 0,32

Metsänuudistaminen/paikkakunta				
	1	2	3	Kaikki yhteensä
ei	190	60	34	284
kyllä	8	2	2	12
ehkä	9	1	1	11
Kaikki yhteensä	207	63	37	307

Metsänuudistaminen/paikkakunta			
	1	2	3
ei	191,5	58,3	34,2
kyllä	8,1	2,5	1,4
ehkä	7,4	2,3	1,3

4(7)

χ^2 1,482072652
 df 4
 p 0,829812257

Alle viiden suuruisia odotettuja lukumääriä 44,44 %
 Pienin odotettu lukumäärä 1,33

Taimikonhoito/p-a				
	0-15 ha	15,1-30 ha	30,1-45 ha	Kaikki yhteensä
ei	228	44	6	278
kyllä	8	5	1	14
ehkä	10	3	2	15
Kaikki yhteensä	246	52	9	307

Taimikonhoito/p-a			
	0-15 ha	15,1-30 ha	30,1-45 ha
ei	222,762215	47,08794788	8,149837134
kyllä	11,21824104	2,371335505	0,410423453
ehkä	12,01954397	2,540716612	0,439739414

χ^2 11,53523295
 df 4
 p 0,021163707

Alle viiden suuruisia odotettuja lukumääriä 44,44 %
 Pienin odotettu lukumäärä 0,41

Taimikonhoito/paikkakunta				
	1	2	3	Kaikki yhteensä
ei	185	59	34	278
kyllä	12	1	1	14
ehkä	10	3	2	15
Kaikki yhteensä	207	63	37	307

Taimikonhoito/paikkakunta			
	1	2	3
ei	187,4	57,0	33,5
kyllä	9,4	2,9	1,7
ehkä	10,1	3,1	1,8

5(7)

χ^2 2,325068259
 df 4
 p 0,676208792

Alle viiden suuruisia odotettuja lukumääriä 44,44 %
 Pienin odotettu lukumäärä 1,69

Suojelu/p-a				
	0-15 ha	15,1-30 ha	30,1-45 ha	Kaikki yhteensä
ei	244	51	9	304
kyllä	1	1		2
ehkä	1			1
Kaikki yhteensä	246	52	9	307

Suojelu/p-a			
	0-15 ha	15,1-30 ha	30,1-45 ha
ei	243,6	51,5	8,9
kyllä	1,6	0,3	0,1
ehkä	0,8	0,2	0,0

χ^2 1,830110205
 df 4
 p 0,813675661

Alle viiden suuruisia odotettuja lukumääriä 66,67 %
 Pienin odotettu lukumäärä 0,03

Suojelu/paikkakunta				
	1	2	3	Kaikki yhteensä
ei	206	62	36	304
kyllä	1		1	2
ehkä		1		1
Kaikki yhteensä	207	63	37	307

Suojelu/paikkakunta			
	1	2	3
ei	205,0	62,4	36,6
kyllä	1,3	0,4	0,2
ehkä	0,7	0,2	0,1

6(7)

χ^2 6,781807142
 df 4
 p 0,233078274

Alle viiden suuruisia odotettuja lukumääriä 66,67 %
 Pienin odotettu lukumäärä 0,12

Tilakäynti/p-a				
	0-15 ha	15,1-30 ha	30,1-45 ha	Kaikki yhteensä
ei	187	37	4	228
kyllä	52	14	3	69
ehkä	7	1	2	10
Kaikki yhteensä	246	52	9	307

Tilakäynti/p-a			
	0-15 ha	15,1-30 ha	30,1-45 ha
ei	182,7	38,6	6,7
kyllä	55,3	11,7	2,0
ehkä	8,0	1,7	0,3

χ^2 12,72235528
 df 4
 p 0,012715193

Alle viiden suuruisia odotettuja lukumääriä 33,33 %
 Pienin odotettu lukumäärä 0,29

Tilakäynti/paikkakunta				
	1	2	3	Kaikki yhteensä
ei	157	48	23	228
kyllä	46	13	10	69
ehkä	4	2	4	10
Kaikki yhteensä	207	63	37	307

Tilakäynti/paikkakunta			
	1	2	3
ei	153,7	46,8	27,5
kyllä	46,5	14,2	8,3
ehkä	6,7	2,1	1,2

7(7)

χ^2	8,870562553
df	4
p	0,064417496

Alle viiden suuruisia odotettuja lukumääriä	22,22 %
Pienin odotettu lukumäärä	1,21