

Ulla Lehtonen

MHY YLÄ-KAINUU
JA
TULEVAISUUDEN HAASTEET

Opinnäytetyö
Metsätalouden koulutusohjelma

Huhtikuu 2013

Toukokuu 2005


OTSIKOT

TIIVISTELMÄ


ABSTRACT

1 JOHDANTO.....	1
2 MHY YLÄ-KAINUUN TULEVAISUUDEN HAASTEET.....	2
2.1 Haasteet ja niihin vastaaminen.....	4
2.2 MHY Ylä-Kainuu uudistumassa.....	5
3 TUTKIMUSMENETELMÄ.....	8
4 TULOKSET.....	10
4.1 Metsänhoitoyhdistys Ylä-Kainuun palvelut.....	10
4.2 Metsänomistaminen.....	13
4.3 Vapaa sana.....	16
4.4 Tutkimuksen puhelinhaastatteluosuus.....	17
5 JOHTOPÄÄTÖKSET.....	17
6 LOPUKSI.....	21
LÄHTEET.....	23
LIITTEET	
Liite 1 Metsänomistajakysely.....	25
Liite 2 Vapaa sana.....	30
Liite 3 Palautteet ja kehittämisideat.....	32
Liite 4 Lehdistötiedote.....	34

KUVAILEHTI

 MIKKELIN AMMATTIKORKEAKOULU Mikkeli University of Applied Sciences		Opinnäytetyön päivämäärä 30.4.2013
Tekijä Ulla Lehtonen	Koulutusohjelma ja suuntautuminen Metsätalouden koulutusohjelma Metsätalous	
Nimeke Metsänhoitoyhdistys Ylä-Kainuun ja tulevaisuuden haasteet		
Tiivistelmä <p>Metsänhoitoyhdistys Ylä-Kainuu on uusien haasteiden edessä lakimuutosten edessä. Uusi laki metsänhoitoyhdistyksistä poistaa tähän asti pakollisen metsänhoitomaksun, ja metsänhoitomaksutulojen tilalle on rakennettava uutta liiketoimintaa. Tällä tutkimuksella selvitettiin yhdistyksen asiakastyytyväisyyttä, sekä pyrittiin selvittämään metsänomistajien tulevaisuuden suunnitelmia yhdistyksen päätöksen teon pohjaksi.</p> <p>Postitettuun kyselyyn vastanneille metsätalous oli tärkein tilan käyttötarkoituksista ja he omistivat tilan yksin tai puolison kanssa. Heidän tilansa keskikoko oli selkeästi suurempi, kuin mitä yhdistyksen alueella keskimäärin. Arvosanaksi Metsänhoitoyhdistys Ylä-Kainuu sai toiminnastansa ja palveluistansa 8 ja selkeästi tärkeimmäksi yhdistyksen palveluista koettiin neuvontatyö. Metsänomistajat toivoivat yhdistyksen tiedotustoiminnan tapahtuvan joko henkilökohtaisin yhteydenotoin tai jäsenkirjeellä. Jäsenkirje voisi olla myös sähköisessä muodossa. Tiedotustyöstänsä yhdistys sai arvosanaksi 7,5. Vastaajista yli 30 % ei osannut nimetä omaa metsänhoidon neuvojaansa, muutoin vastaukset jakaantuivat tasaisesti eri neuvojien kesken. Suurin osa metsänomistajista jatkaa tulevaisuudessa yhdistyksen palvelujen käyttämistä lakimuutoksesta huolimatta. Sopivaksi jäsenmaksuksi metsänomistajat määrittelivät 0,8 €/ha. Metsänomistajan valitessa palveluntarjoajaa tärkeimmäksi tekijäksi nousi hyvä palvelu. Valtakunnallista tahoja metsänomistajien etuja ajamassa piti tärkeänä 97 % vastanneista.</p>		
Asiasanat (avainsanat) Metsänhoitoyhdistykset, asiakastyytyväisyys, palvelut		
Sivumäärä 35 s. + liitt.3 s.	Kieli Suomi	URN URN:NBN:fi:mamk-opinn201330640
Huomautus (huomautukset liitteistä) Liitteenä metsänomistajille lähetetty kyselylomake sekä lehdistötiedote.		
Ohjaavan opettajan nimi Pasi Pakkala	Opinnäytetyön toimeksiantaja Metsänhoitoyhdistys Ylä-Kainuu	

DESCRIPTION

 <p>MIKKELIN AMMATTIKORKEAKOULU Mikkeli University of Applied Sciences</p>	Date of the bachelor's thesis April 30, 2013	
Author Ulla Lehtonen	Degree programme and option Degree Programme in Forestry	
Name of the bachelor's thesis The challenging future of the forest management association of Ylä-Kainuu		
Abstract <p>The forest management association of Ylä-Kainuu is facing new challenges because of the changes in the forest legislation. The new law would remove the tax like payment that the forest owners have paid for their local forest management association. The purpose of this study was to measure how satisfied the clients of the forest management association of Ylä-Kainuu are on the services they have been getting as well as to find out what kind of future plans the forest owners have to help in decision making.</p> <p>The forest owners that answered to inquire sent to them owned the forest by themselves or together with a husband or a wife. Forestry was the most important meaning of the multiple use of their forests. The size was bigger then in average in Suomussalmi. The grade for treir actions and services the Forest Management association got 8. The most important service was the counselling. The forest owners expected to be contacted personally or by letters. The grade of the information services was 7,5. More then 30 % of the answerers did not know the name of her own forest advisor. Most of the answerers were going to keep on using the services after the changes in legislation. The suitable price for their membership would be 0,8 €/hectare. When choosing from whom to by services the forest owners valued good service more than anything else. More than 97 % of the answerers felt that it is very important to have a nationwide organization to take care of their interests.</p>		
Subject headings, (keywords) Marketing, forestry societies, study of forest, forest services, young stand treatment, prevention of brush		
Pages 35 p. + app. 3 p.	Language Finnish	URN URN:NBN:fi:mamk-opinn201330640
Remarks, notes on appendices A form of inquiry sent to forest owners and a short cut of the study published in a local newspaper in Suomussalmi.		
Tutor Pasi Pakkala	Employer of the bachelor's thesis The forest management association of Ylä-Kainuu	

1 JOHDANTO

Suomen metsäsektori elää muutoksen aikoja. Tähän muutoksen on syynä mm. globalisaatio ja taloudellisesti epävakaat ajat sekä metsänomistajakentän muutos. (MMM 2012:7) Muutoksen tuulet ovat johtamassa siihen, että lakejakin ollaan uudistamassa enemmän ajan kuvaa vastaavaksi. Joskus yksittäisen kansalaisen aktiivisuus ja päättäväisyys johtaa siihen, että muutostyöhön tulee vauhtia. Toimittaja Lehto-Isokoski otsikoi Metsälehdessä Makasiinissa metsänomistajan selättäneen valtion. Espoolainen metsänomistaja teki EU- kantelun, koska hän koki, että hänellä ei ollut todellista päätäntävaltaa omien metsiensä hoidon suhteen. Yksittäisen metsänomistajan alulle saattama kantelu koski mm. metsänhoitoyhdistysten asemaa, metsäkeskuksia ja valtion tukirahoja. (Lehto-Isokoski 2013, 5).

Metsäpolitiikan avulla pyritään turvaamaan metsätalouden kestävyys sen kaikilla ulottuvuuksilla ja sen ohjausmenetelminä ovat lainsäädäntö, julkinen rahoitus ja tiedottaminen (MMM 2012:7.) Laki metsänhoitoyhdistyksistä, metsäkeskukset ja kemera-tuet ovat muutamia esimerkkejä asioista, joiden avulla valtiolta on pyrkinyt kannustamaan ja tukemaan yksityisiä maanomistajia harjoittamaan pitkäjänteistä ja kannattavaa metsätaloutta tiloillansa. Kansallisen metsäpolitiikan lisäksi EU:n päätöksenteko vaikuttaa metsätalouden näkyymiin tulevaisuudessa. Ei riitä, että paperin kulutus vähenee ennustettua nopeammin ja tehtaita lakkautetaan, vaan myös mahdollisuudet, että EU ryhtyy tukemaan energiakasvien tuotantoa tarpeettomilla peltoalueilla tai edistämään metsien hiilensidontaa saattavat ajaa tilanteen jopa siihen, että puusta on jatkossa ylituotantoa. (Kallioniemi 2013, 8). Metsälehdessä artikkelissa käsiteltiin Ruotsin tilannetta, mutta tämän päivän ongelmat tahtovat olla yleismaailmallisia.

Palokallion (2013, 11) artikkelissa Maaseudun Tulevaisuudessa kerrotaan siitä, miten metsänomistajien keski-ikä nousu vaikuttaa puunmyyntihaluihin. Tämän päivän eläkeläiset ovat vaurastuneet työelämässä sekä varmasti päässeet nauttimaan osin perintörahoistakin, joten heillä ei ole tarvetta puunmyynnistä saataville lisätuloille. Metsänomistajakentän ja lainsäädännön lisäksi kysymysmerkkejä tulevaisuuden ylle luo metsäteollisuuden puuntarve. Viime vuosina metsistämme on hakattu vain puolet niiden kasvusta (Palokallio 2013, 12). Valtiovallan haluja tukea rahoituksella metsien kasvua ei varmasti lisää se, että lisääntyvälle kasvulle ei näytä olevan käyttöä.

Metsänhoitoyhdistykset ovat lakisääteisiä metsänomistajien etuja ajavia ja heidän hallinnoimiaan organisaatioita. Metsänomistajasta tulee automaattisesti sen yhdistyksen jäsen, jonka toimialueella hänen tilansa on, jos hän on metsänhoitomaksuvelvollinen. Metsänhoitoyhdistysten palveluja käyttää yli puolet metsänomistajista. (Rantala 2008, 81-82.) Metsänhoitoyhdistysten toiminta perustuu lakiin vuodelta 1998. Verohallinnon kantama metsänhoitomaksu tilitetään edelleen metsänhoitoyhdistyksille (Pilhjerta 2008, 74). Laki metsänhoitoyhdistyksistä rajoittaa mm. MHY:n toimintaa puukaupassa ja puunkorjuussa sekä määrää mihin metsänhoitomaksuvaroja saa käyttää. Näillä varoilla ei esim. saa vääristää kilpailua metsäpalvelumarkkinoilla (Laki metsänhoitoyhdistyksistä 10.7.1998/534.) Nyt lakia metsänhoitoyhdistyksistä ollaan muuttamassa ja sen myötä pakollinen metsänhoitomaksu poistuu. Uudistuksen tavoitteena on mm. varmistaa eri toimijoiden tasapuolinen kilpailuasema metsäpalvelumarkkinoilla (MMM 2013).

Tämän lopputyön tavoitteena on tarkastella Metsänhoitoyhdistys Ylä-Kainuun osalta asiakastyytyväisyyttä sekä ennakoida yhdistyksen taloudellisen tilanteen kehittymistä pakollisen metsänhoitomaksun poistussa. Työ jakaantui postitse lähetettyyn kyselyyn ja pienen otannan puhelinhaastatteluun. Lopputyön pohjalta julkaistiin lehdistötiedote. Asiakastyytyväisyyden keräämisen lisäksi lopputyössä tuodaan esille muutamia kehittämisenäkökuulia metsänhoitoyhdistyksen toimintaan.

2 MHY YLÄ-KAINUUN TULEVAISUUDEN HAASTEET

2.1 Haasteet ja niihin vastaaminen

MHY Ylä-Kainuu on kahden kunnan alueella toimiva yhdistys, joka on perustettu vuonna 1938. Yksityismetsien kokonaispinta-ala on 220 000 ha ja metsänhoitoyhdistyksen jäseniä oli vuonna 2011 2771 kappaletta. Jäsenyydestä erosi vuonna 2011 vain yksi henkilö. Yhdistyksessä työskentelee vakituisena 8 toimihenkilöä, joista kaksi toimistohenkilöinä (toiminnanjohtaja ja sihteeri) ja lisäksi osa-aikaisina metsureita 8 ja urakoitsijoita 12. Metsänhoitomaksuvaroja kertyi vuonna 2011 Metsänhoitoyhdistys Ylä-Kainuulle 231 484 €. (Metsänhoitoyhdistys Ylä-Kainuu 2011).

Rahoituspohjan muuttumisesta johtuen perinteikäs organisaatio on joutumassa uuden tilanteen eteen. Toiminnan takeena ollut metsänhoitomaksu peritään enää korkeintaan kaksi kertaa, koska uusi laki metsänhoitoyhdistyksistä tulee näillä näkymin voimaan vuoden 2015 alusta (Kallioniemi 2013, 6). Viime vuosina on toki kilpailu metsäpalvelumarkkinoilla jo kiristynyt kun metsäyhtiöt ja yksityiset metsätoimistot, sekä organisaatiomuutoksensa myötä nyt myös metsäkeskus ovat lähteneet aktiivisesti tarjoamaan palvelujansa metsänomistajille. Tämä on yhdistystäkin valmistanut muuttuvaan toimintaympäristöön. Kotlerin mukaan (2005, 15) asiakas on kuningas, koska tarjotuista tavaroista on ylituotantoa. Tätä samaa teoriaa voi soveltaa myös metsäpalvelujen tarjontaan.

MHY Ylä-Kainuu on tehnyt tappiota muutaman vuoden ajan, joten haasteita yhdistyksellä riittää. Omaa varainhankintaa on edustanut mm. käpyjen ostaminen, mikä sekin on hiipumaan päin, aivan kuten paikkakunnalla asuvat metsänomistaja, käpyjen kerääjät ovat ikääntyneet ja entisiin ostomääriin ei enää päästä. Yhdistyksen toimintakertomuksessa näkyy, että suoritteet vuonna 2011 ovat jääneet paitsi asetetuista tavoitteista niin myös vuodesta 2010. (Metsänhoitoyhdistys Ylä-Kainuu 2011) Tämä selittyy tietenkin nihkeällä puukauppavuodella: keskeinen osa metsänomistajien tarpeista kun liikkuu puukaupan ympärillä (Metsätutka 2008).

Pakollisen metsänhoitomaksun poistuminen vie MHY Ylä-Kainuulta vuosituloja yli 230 000 € (Metsänhoitoyhdistys Ylä-Kainuu 2011). Muutos voi olla kuitenkin myös mahdollisuus (Huttunen 2012, 2): laki metsänhoitoyhdistyksistä kun on rajoittanut monella tavalla metsänhoitoyhdistysten toimintaa, vaikka pakollinen metsänhoitomaksu onkin muodostanut hyvän taloudellisen selkärangan. Huttunen viittaa pääkirjoituksessaan tehtyihin tutkimuksiin, joiden mukaan valtaosa metsänomistajista jatkavat yhdistysten jäsenenä lakimuutoksesta huolimatta. Näin yhdistykset voisivat luottaa siihen, että jäsenmaksutuotot korvaisivat jossakin määrin metsänhoitomaksutuloja. Lakimuutos vapauttaa yhdistykset myös niistä velvoitteista, joita metsänhoitomaksun myötä sille on annettu. Lain 11 § perusteella yhdistyksen on tullut huolehtia myös metsätaloutta yleisesti edistävästä tiedottamisesta, kouluttamisesta ja neuvonnasta (Laki metsänhoitoyhdistyksistä 10.7.1998/534). Nyt tähän käytetyt resurssit vapautuvat, ja yhdistys toimihenkilöineen voi keskittyä enemmän tuloja tuovaan palvelutuotantoon.

Metsänomistaja – lehden kirjoituksessaan MTK:n metsäjohtaja Hakkarainen (2012, 4) kuvaa metsänhoitoyhdistyksen vahvuudeksi metsänomistajälähtöisyyden sekä paikallisuuden. Metsänomistajat - brändiä rakentamalla metsänhoitoyhdistykset, metsänomistajien liitot ja MTK pyrkivät erottumaan muista metsäalan toimijoista (Rahko 2012, 25). Brändin rakentaminen on kokonaisvaltaista työtä, jossa keskeisessä asemassa ovat työntekijät, koska brändin antama lupaus on kyettävä lunastamaan asiakkaan näkökulmasta katsottuna. Itse brändiin ei saa keskittyä liikaa, vaan on edettävä asiakas mielessä pitäen. (Kotler 2005, 167-171.)

Nimenomaan olemassa olevista asiakkaista kannattaa pitää hyvää huolta. Uusien asiakkaiden hankkiminen on huomattavasti kalliimpaa, kuin vanhojen asiakkaiden pitäminen ja uskolliset asiakkaat tuovat toimijan kassaan enemmän tuloja, kuin tuoreet asiakkaat. Asiakastyytyväisyyttä säännöllisesti mittaamalla saadaan vastauksia siihen, mihin suuntaan organisaatio on menossa, mutta pelkästään siihen, tai eteenkään pelkkään markkinaosuuteen tuijottaminen ei riitä, koska nykyinen vaativa asiakaskunta haluaa paitsi pysyä tyytyväisenä, niin myös tulla ilahdutetuiksi. (Kotler, 2005, 13-14.) Asiakkaat saattavat pysyä uskollisina paitsi tyytyväisyyttään, niin myös esim. aikaansaamattomuuttaan tai muista hidasteista johtuen. Kotlerin mukaan uskollisen asiakkaiden saaminen pakottaa yrityksen huolehtimaan kannattavista asiakkaista paremmin ja jättämään vähemmälle huomiolle kannattamattomimmat asiakkaat. (181-182.)

Metsäpalvelujenkin tulee monipuolistua asiakaskunnan myötä. Heterogeenisen metsänomistajakunnan tarpeet, tavat ja tavoitteet vaihtelevat. Metsänomistajia on pyritty ryhmittelemään eri perustein viime vuosikymmenten aikana. Perinteisemmän metsänomistajien tavoitteisiin pohjautuvan luokittelun rinnalle on nyt nostettu ryhmittely sen suhteen, miten päätöksenteko metsäasioissa tapahtuu. Metsänomistajista noin 60 % on ihmisiä, jotka haluavat tietoa ja pohtivat eri lähteistä saamansa tiedon perusteella eri ratkaisuvaihtoehtoja (Hujala ym. 2012, 13.) Niirasenkin kyselytutkimuksen (2012, 42) mukaan suurin osa metsänomistajista on aktiivisia ja osaavia ihmisiä, jotka haluavat hoitaa metsänsä hyvin, ja ottavat itse yhteyttä ammattiapua tarvitessaan. Metsäammattilaiset eivät ole enää ehdottomia auktoriteetteja, vaan metsänomistajalla on valmius ja halu haastaa hänelle esitetyt

ratkaisut. Hujala ym. (2012, 13) viittaavat Metsäntutkimuslaitoksen tutkimukseen, jonka mukaan metsänomistajat haluavat vuorovaikutteista ja vaihtoehtoja sisältävää neuvontaa. Tuotteistaminen, segmentointi ja henkilökohtaiset kontaktit ovat keinoja, jolla metsänomistajien erilaistuvia tarpeita jatkossa tyydytetään (Hujala ym. 2012, 13).

MHY Ylä-Kainuu muiden yhdistysten tavoin uuden tilanteen edessä metsänomistuksen muuttuessa entistä vapaampaan suuntaan. Metsänomistajilla tulee olemaan nykyistä enemmän valinnanvapautta niin MHY- jäsenyyden, metsänkäsittelyn kuin palvelun tarjoajienkin suhteen (Huttunen 2012, 2). Kun tähän saakka metsänhoitomaksusta vapautuminen on ollut suhteellisen työlästä, jatkossa se hoituu maksuttomalla ilmoitusmenettelyllä ja lisäksi metsänomistaja voi valita mihin yhdistykseen hän haluaa kuulua: enää ei ole pakko olla sen yhdistyksen jäsen, jossa tila sijaitsee. Metsänhoitoyhdistys on monissa kyselyissä metsänomistajille luontevin yhteistyökumppani (Niiranen 2012, 40). Miten tämä tilanne saadaan säilymään jatkossakin? Metsänomistajan tarvitessa palveluitaan, keskeisellä sijalla valintaa tehdessä on se, että toimija on ennestään tuttu. Perinteet eivät kuitenkaan velvoita enää kaupungistunutta, uutta metsänomistajasukupolvea: miten nämä metsänomistajat suhtautuvat perinteikkääseen metsänhoitoyhdistysorganisaatioon?

2.2 MHY Ylä-Kainuu uudistumassa

Soitin 11.5.2013 metsänhoitoyhdistyksen luottamusmiehenä pitkään olleelle Heikki Moilaselle ja keskustelimme yhdistyksen nykytilanteesta ja tulevaisuuden näkymistä. Moilasan mukaan yhdistys on pysynyt pitkään paikallaan, ja hän oli jo suunnitellut luottamushommistansa luopumista, mutta nyt elettävä mielenkiintoinen aika ja herännyt tekemisen into niin luottamushenkilöiden kuin MHY:n työntekijöiden keskuudessa ovat saaneet hänet muuttamaan mieltänsä. Meneillään olevista muutoksista huolimatta Moilanen suhtautui tulevaisuuteen luottavaisin mielin, koska tekijöillä on hänen mukaansa hyvä ote, ja merkit tällä hetkellä näyttävät siltä, että yhdistykset tulevat uudesta tilanteesta selviämään. Esimerkiksi kuluvan vuoden puunkorjuu on jo tähän mennessä ylittänyt viimevuotiset määrät. Hyvä tekemisen meininki ja päättäväisyys selviytymisen suhteen henkii kuulemma liittotasolla asti.

Yhtenä seikkana ja mahdollisuutena yhdistyksille Moilanen kertoi Lapin Metsämarkkinoista. Kuvan todistuskin kertoo siitä (<http://www.mhy.fi/lapinmetsa>),

miten tämä yritys on onnistunut löytämään oman markkinarakonsa ja antaa varmasti uskoa siihen, että yhdistyskenttä pystyy rakentamaan kannattavaa liiketoimintaa.



KUVA 1. Esimerkki onnistuneesta yritystoiminnasta.

Tulevina vuosina riippuu paljolti puukauppatilanteesta, miten yhdistys tulee pärjäämään. Moilanen ei sulkenut pois mahdollisuutta, että yhdistykseen palkattaisiin lisää henkilökuntaa esimerkiksi niin, että markkinointipuolelle tulisi kaupallisen koulutuksen omaava ihminen. Tällä hetkellä neuvojaa kohden on hoidettavana 700–800 tilan asiat. Puulle tulisi myös Moilasan mukaan löytää lisää käyttöä ja jatkojalostusta ihan paikallistasollekin, jotta saisimme hyödynnettyä nämä ympärillämme olevat metsävarannot ja yhdistyksellä tulee ottaa vahva rooli siinä, että puuta saadaan metsistä liikkeelle, eikä vain passiivisesti odottaa hintojen nousuja.

Markkinointihenkisyys on se asia, joka uusia toimihenkilöitä yhdistyksiin haettaessa lähes poikkeuksetta mainitaan. Rekrytointivaiheessa tulee löytää oikeita ihmisiä, ja varmasti vähän erilaisia työntekijöitä, kuin menneinä vuosikymmeninä, koska maailman muuttumisen myötä, myös markkinointiajattelun on oltava erilaista kuin 80-

luvulla. Eräs markkinoinnin tuoreista määritelmistä on "*Markkinointi on asiakaslähtöinen ajattelu- ja toimintatapa, jonka avulla luodaan yritykselle kilpailuetua, tuodaan hyödykkeet markkinoille ostohalua synnyttäen ja rakennetaan kaikkia osapuolia tyydyttäviä, kannattavia suhteita.*" Tässä määritelmässä näkyy se muutos, joka markkinointiajattelussa on tapahtunut. Tällä hetkellä markkinoinnissa eletään suhdeajattelun aikaa, eli keskeistä on asiakkuuksien hallinta ja asiakassuhteiden hoitaminen (Markkinointi ja sen toimintaympäristö.) Tämä markkinoinnin määritelmä korostaa paitsi asiakaslähtöisyyttä ja asiakastyytyväisyyttä, niin myös sitä, että toimijan on kyettävä luomaan ostohaluja. Näin metsänhoitoyhdistyksen toimihenkilökään ei voi odottaa metsänomistajan yhteydenottoja, vaan hänen tulee aktiivisesti herätellä hänet huomaamaan, että taimikot kannattaisi laittaa kuntoon. Tämän jälkeen työ pitää huolehtia tehdyksi niin hyvin, että asiakas kääntyy yhdistyksen puoleen jatkossakin. Lisäksi hinnoittelu on huolehtinut siitä, että toiminta on yhdistykselle kannattavaa.

Työntekijöiden on myös tiedostettava, että kaikki toiminnot ovat markkinointia. (Markkinointi ja sen toimintaympäristö). Näin ollen, vaikka yhdistykseen mahdollisesti palkkattaisiin erikseen markkinoinnista vastaava henkilö, se ei suinkaan poista sitä tarvetta, että markkinointihenkisyyden tarpeellisuutta muista työntekijöistä. Sisäisen markkinoinnin onnistuminen luo paineita yhdistyksen johtoportaalte, koska johdon on onnistuttava paitsi palkkaamaan hyviä työntekijöitä, myös pitämään heidät sekä motivoimaan heidät toimimaan hyvin ja asiakassuuntautuneella tavalla. (Markkinointiopas yrittäjälle).

Lähivuosiin pitänee yhdistyksessä lähteä tiedostaen, että muutos saattaa olla ainoa pysyvä asia. Metsäalkuiset organisaatiot tahtovat mennä ihmisten mielissä usein sekaisin, ja Moilanen korosti, että yhdistyksen on itse tuotava asioita esille korostaen nimenomaan sitä, että kyseessä ei ole puolueeton organisaatio, vaan taho, joka on vahvasti metsänomistajan puolella. Vähän ristiriitaisista tunnelmista huolimatta Moilanen korosti, että kilpailu on hyvä asia, mutta itseä ja asiaansa on yhdistyksen muistettava ja osattava pitää esillä.

Metsänomistajien liiton ja metsänhoitoyhdistysten strategia 2013–2016 asettaa yhdistyskentässä tehtävälle työlle selkeitä tavoitteita, sekä listaa toimenpiteet, joilla nämä tavoitteet saavutetaan. Strategiassa nousee esille niin määrällisiä, kuin

laadullisiakin tavoitteita työntekijöiden hyvinvointia unohtamatta. Toimenpiteinä mainitaan mm. henkilökohtaiset yhteydenotot jokaiseen jäseneseen strategiakaudella, jäsenetujen kehittämisen ja niistä tiedottamisen aktiivisesti (Metsänomistajien liitto Pohjois-Suomi 2012.) Strategiassa luetellaan niitä asioita, joilla yhdistyskenttä varmistaa olemassaolonsa vielä tulevinakin vuosikymmeninä.

3 TUTKIMUSMENETELMÄ

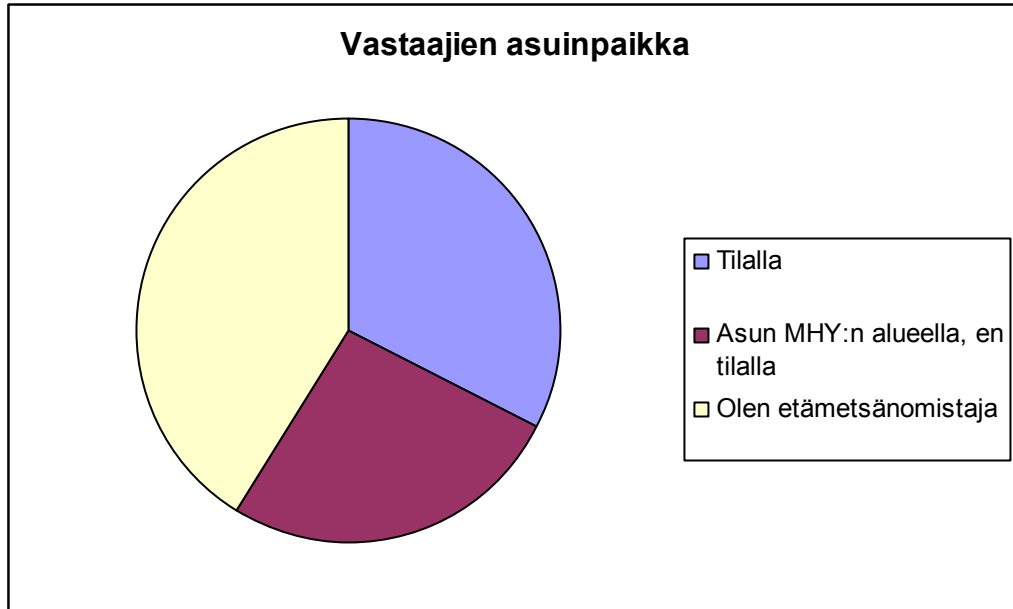
Tämän työn keskeisin osa oli Metsänhoitoyhdistys Ylä-Kainuun asiakasrekisteristä löytyville tiloille otannalla tehty kysely (LIITE 1). Kaikista tiloista rajattiin ne tilat, joilla oli työmaamerkintöjä vuodesta 2007 lähtien. Näin tilojen määräksi saatiin 1747. Otantaprosentti oli 20, eli kyselyjä lähetettiin yhteensä 349 metsänomistajalle. Määräaikaan mennessä takaisin tuli yhteensä 119 kirjettä, näin vastausprosentiksi saatiin 34. Vastaukset koottiin Excel-taulukkoon, ja tuloksia analysoitiin tilasto-ohjelman avulla.

Kyselyn osassa yksi kartoitettiin vastaajan tila- ja omistajatietoja, osa kaksi selvitti metsänomistajan kokemuksia ja tarpeita MHY Ylä-Kainuun palveluista ja osa kolme pyrki kartoittamaan metsänomistajan tulevaisuuden suunnitelmia, sekä luomaan pohjaa MHY Ylä-Kainuun kehittämistyöhön.

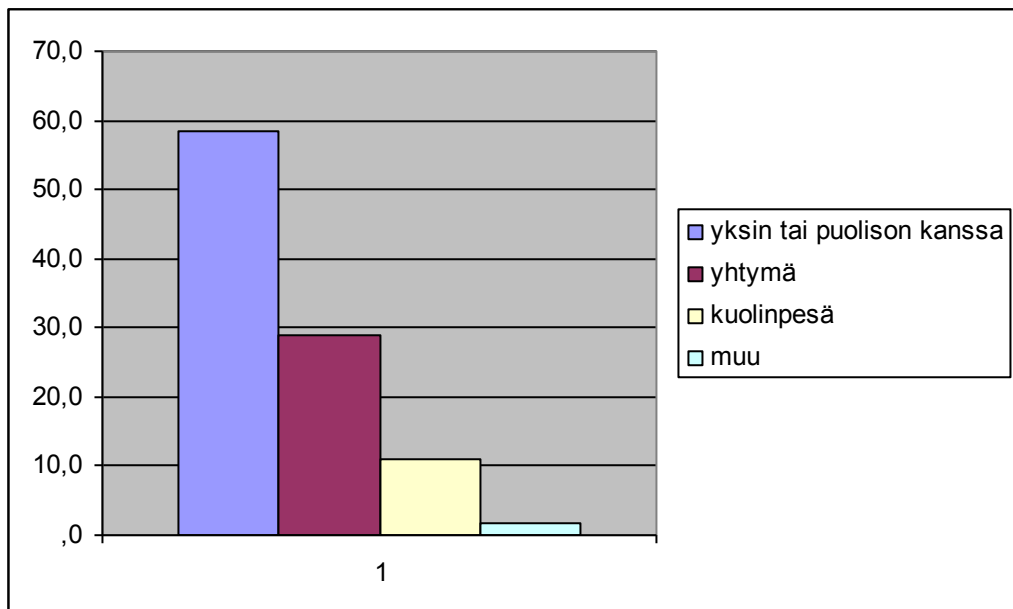
Toinen osa tätä tutkimusta oli puhelinhaastattelu passiivisille jäsenille. Alueneuvojat valitsivat omilta alueiltansa tiloja, joihin ei ole työmaamerkintöjä viimeisten kuuden vuoden aikana. Tavoitelluista yksi ei vastannut soittooni ja kaksi ei suostunut mukaan tutkimukseen ajan puutteeseen vedoten, näin haastattelin yhteensä yhdeksää metsänomistajaa. Keskeisenä tavoitteena oli selvittää näiden metsänomistajien osalta syy, minkä takia he eivät ole käyttäneet MHY:n palveluja, ja mikä on heidän suhtautumisensa metsänhoitoyhdistyksen jäsenyyteen.

Kyselyyn vastanneiden keski-ikä oli 60 vuotta, ja tilojen keskikoko 102 ha. Keskimääräinen tilakoko Metsänhoitoyhdistys Ylä-Kainuussa on noin 48 ha (Metsänhoitoyhdistys Ylä-Kainuu 2011). Vastaajien taustatietoja esitellään kaavioissa kuvioissa yksi ja kaksi. Vastaajista 41 % oli etämetsänomistajia, joilla oli keskimäärin 376 km matkaa tilallensa ja 79 % miehiä. Tilan omistusmuodoista yleisin oli yksin tai

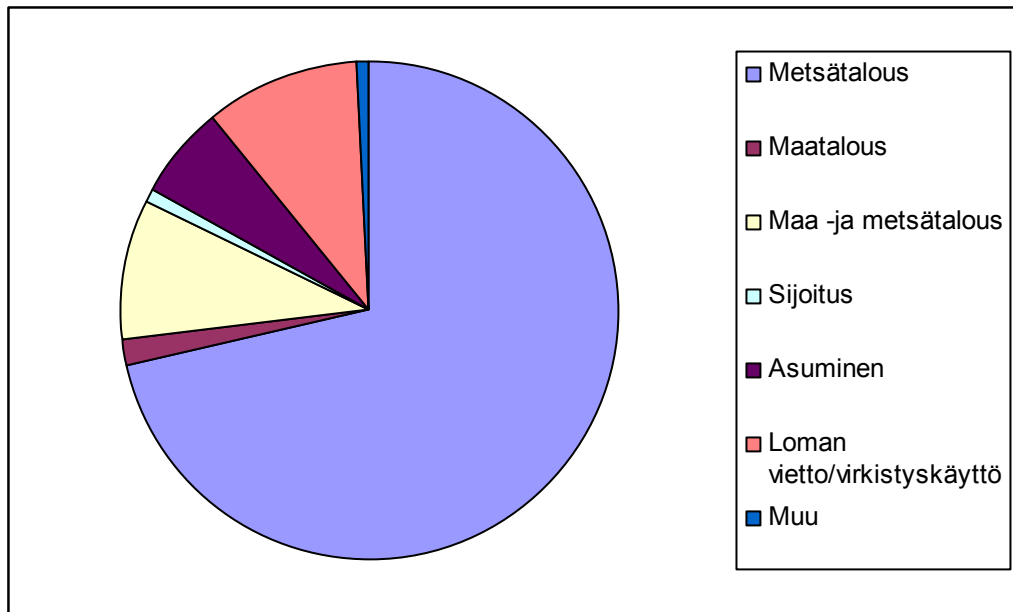
yhdessä puolison kanssa omistettu tila, ja yli 70 % vastaajista nimesi metsätalouden tärkeimmäksi tilan käyttötarkoitukseksi, kuitenkin niin että metsätalouden rinnalle 32 % vastanneista nosti myös loman vieton ja virkistyskäytön. Muuna tilan käyttötarkoituksena vastaajat mainitsivat säätiö – ja yritystoiminnan.



KUVIO 1. Vastaajien jakaantuminen asuinpaikkojen mukaan



KUVIO 2 Tilanomistusmuoto



KUVIO 3. Tilan käyttötarkoitus

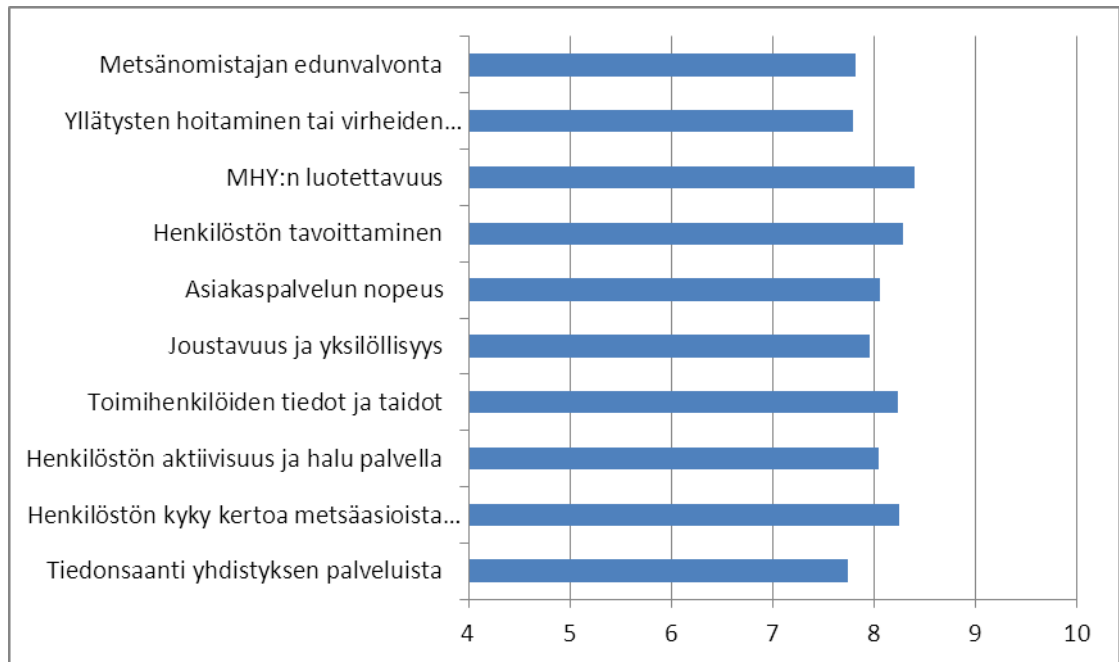
Kyselyssä käytetty otantamenetelmä oli riittävän laaja. Kyselyä lähetettäessä olisi kannattanut laittaa ylös, minkälaisille tiloille/metsänomistajille lomake lähti. Näin olisi pystynyt vertaamaan vastaamisen aktiivisuutta eri ryhmissä. Vastausprosentti jäi odotettua alhaisemmaksi, koska yhdistyksen edellisissä kyselyissä on takaisin saatu yli 40 % lähetetyistä lomakkeista. Vastausprosentin lisäksi tuloksen luotettavuutta heikentää kysymyksen kaksi osalta se, että metsänomistajat olivat pääsääntöisesti antaneet arvosanat vain kolmelle tärkeimpänä pitämistään MHY:n palveluista. Kirjalliseen kyselyyn vastanneiden keskuudessa oli myös tilakoko huomattavasti suurempi kuin MHY:n alueella keskimäärin. Näin kyselyn tuloksia voi pitää luotettavimpana nimenomaan metsää enemmän omistavien tilojen osalta.

Lopputyöstä julkaistiin tiedote Kainuun Metsänomistajien liiton lehdessä.

4 TULOKSET

4.1 Metsänhoitoyhdistys Ylä-Kainuun palvelut

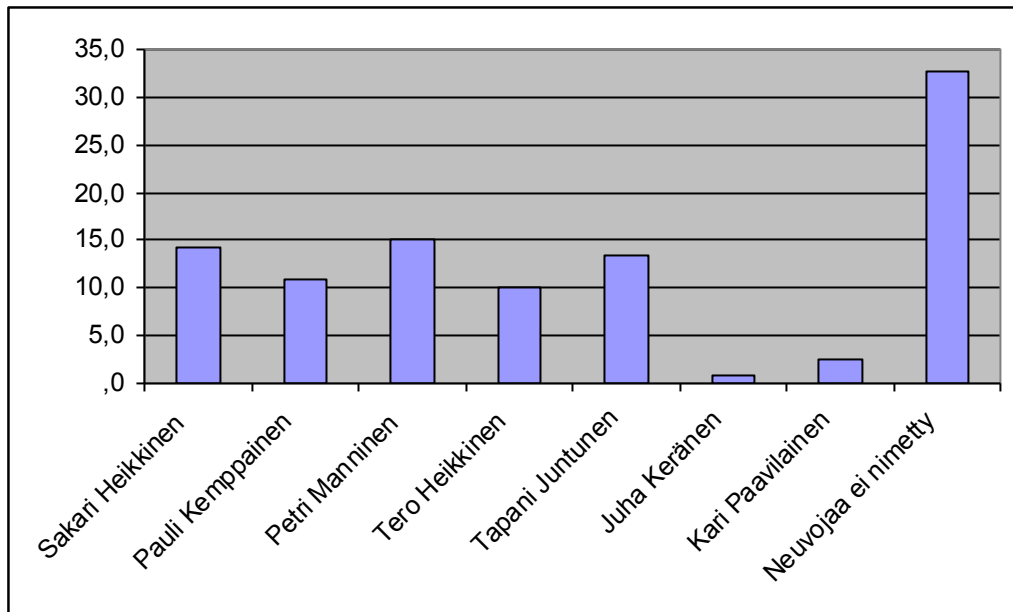
Kyselyssä pyydettiin metsänomistajia arvioimaan yhdistyksen toimintaa yhteensä 10 eri osa-alueen osalta kouluarvosanoin 4-10. Huonoin keskiarvo tuli tiedonsaannista, ja paras keskiarvo MHY:n luotettavuudesta.



KUVIO 3. MHY:n toiminnan kouluarvosanat.

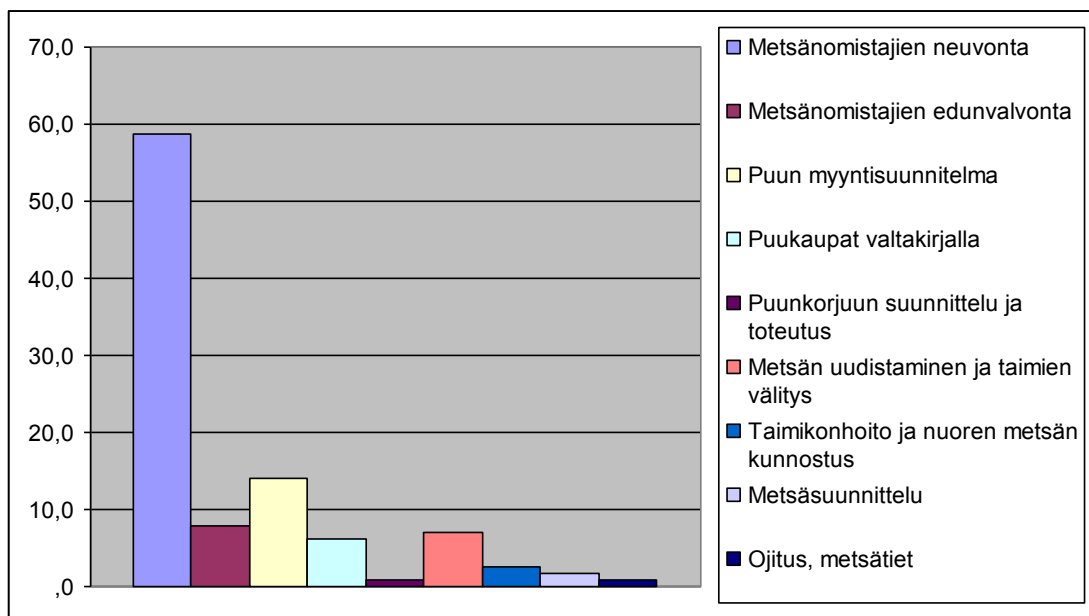
Kokonaisarvosanaksi toiminnasta yhdistys sai tyydyttävän kahdeksan. Huomattavaa on, että niiden vastaajien keskuudessa, jotka eivät osanneet neuvojaansa nimetä, kaikkien arvosanojen keskiarvo oli 7,7 ja taas keskiarvo vakituisten neuvojien (viisi neuvoojaa) kesken oli 8,2. MHY:n itse keräämän asiakaspalautteen keskiarvo oli vuonna 2011 9,1 (Metsänhoitoyhdistys Ylä-Kainuu 2011).

Yli 30 % vastaajista ei joko osannut nimetä tilansa metsäneuvoojaa, tai sitten jätti vastaamatta kysymykseen. Muutoin otantaan osuneet tilat näyttävät jakaantuneen tasaisesti eri puolille yhdistyksen toimialuetta. Yksi vastanneista ilmoitti, että haluaisi tietää, kuka hänen neuvojansa olisi. Kuviosta neljä selviää, miten vastaukset jakaantuivat eri neuvojien osalle.



KUVIO 4. Metsäneuvoja jäi monelta nimeämättä.

Kysely pyrki kartoittamaan, mitä MHY:n palveluista metsänomistajat pitävät tärkeänä, sekä selvittämään asiakkaan kokemuksia Metsänhoitoyhdistys Ylä-Kainuun palvelutarjonnasta (kouluarvosanoin 4-10). Kuvio viisi kertoo, että MHY:n neuvontatyö on metsänomistajille tärkeää.



KUVIO 5. MHY:n neuvontatyö on tärkeää metsänomistajille.

Metsänomistajilta pyydettiin arvosanaa MHY:n palveluista (4-10). Eri palvelut saivat seuraavat arviot:

TAULUKKO 1. Metsänomistajien arvosanat MHY:lle

Palvelu	Arvosana
Puukaupan toimeksianto	8,6
Metsän uudistaminen ja taimien välitys	8,5
Metsänomistajien neuvonta	8,4
Puunmyyntisuunnitelman laatiminen	8,3
Taimikonhoito ja nuoren metsän kunnostus	8,3
Tila-arviot ja LKV	8,3
Vero-palvelut	8,3
Metsä-suunnittelu	8,2
Metsänomistajien edunvalvonta	7,9
Ojitus, metsätiet	7,9
Puunkorjuun suunnittelu ja toteutus	7,8
Metsäympäristöhoito	7,7
Muu	6,0
<i>Keskiarvo</i>	<i>8,0</i>

Palveluista kohdassa muu mainittiin tiet ja sillat.

Tiedotuskanavista metsänomistajat pitivät tärkeimpänä henkilökohtaista yhteydenottoa ja jäsenkirjettä.

TAULUKKO 2. Metsänomistajan arvostamat tiedotuskanavat

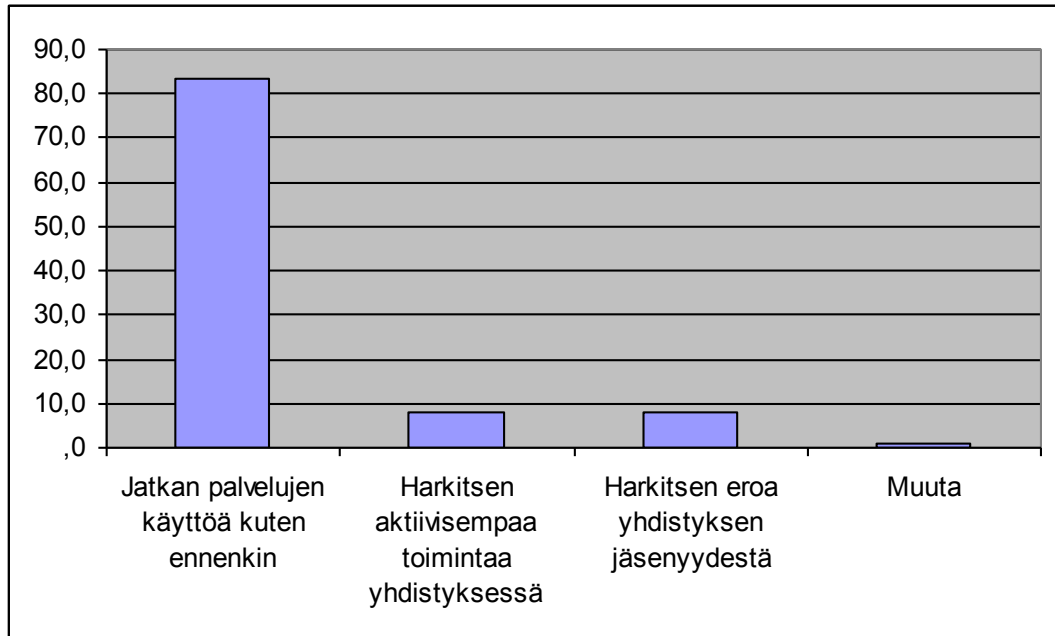
58,4 %	Henkilökohtainen kontakti
31 %	Jäsenkirje
10,4 %	Oma tiedotuslehti
8,7 %	Internetin välityksellä
5,5 %	Metsäalan artikkelit sanomalehdessä jne.
2,2 %	Lehtimainonta
4,2 %	Koulutus- ja yleisötilaisuudet, retket
2,2 %	Paikallisradion kautta

Arvosanaksi tiedotustyöstänsä MHY Ylä-Kainuu sai 7,5. Tämä luku on samansuuntainen, kuin kysymyksessä 2, jossa tiedonsaanti yhdistyksen palveluista sai huonoimman arvion. Jos metsänomistaja ei tuntenut omaa neuvojaansa, arvosana tiedotukselle oli 7 mutta sen sijaan asuinpaikan perusteella ei eroja tyytyväisyyden suhteen ollut.

4.2 Metsänomistaminen

Selkeä enemmistö vastanneista aikoi jatkaa MHY:n palvelujen käyttöä kuten ennenkin huolimatta lakimuutoksen tuomista mahdollisuuksista. Positiivista oli myös se, että on

myös metsänomistajia, jotka suunnittelevat jatkossa aktiivisempaa osallistumista yhdistyksen toimintaan. Yksi metsänomistaja vastasi käyttävänsä palveluja, jos niitä tarjotaan.



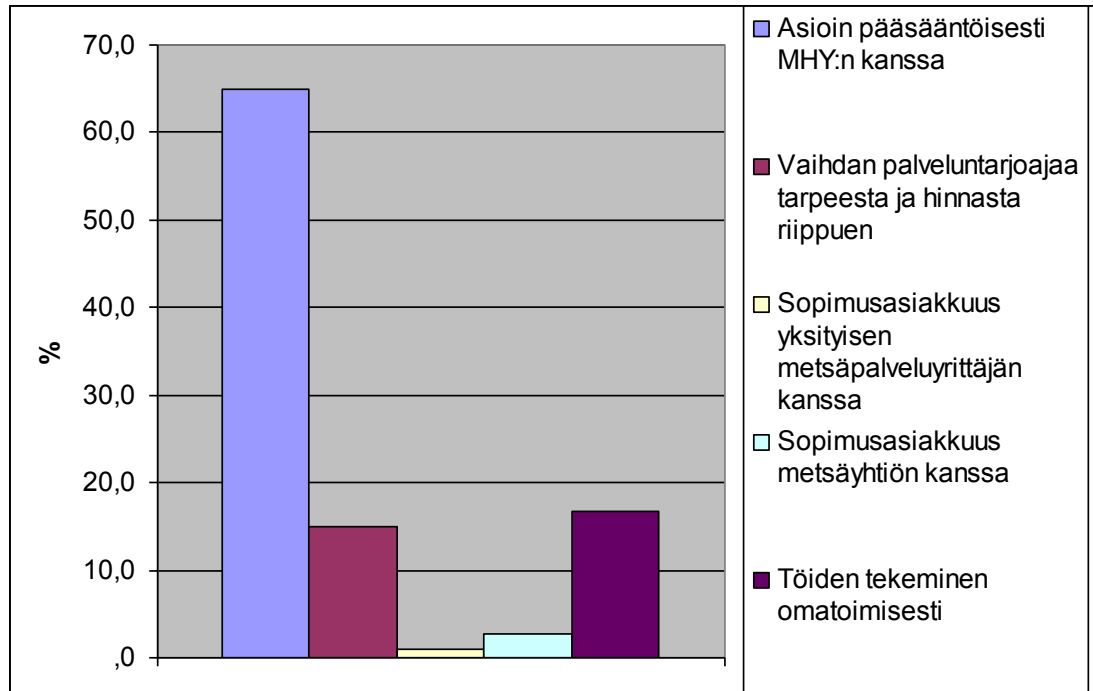
KUVIO 6. Lakimuutoksella vähäisiä vaikutuksia metsänomistajien palvelujen käyttöön.

Vastanneet pitivät sopivana pakollisen metsänhoitomaksun korvaavan metsänhoitoyhdistyksen jäsenmaksun suuruutena keskimäärin 0,80 €/ha. Vuonna 2011 metsänhoitomaksun suuruus oli Suomussalmella perusmaksun 22,30 € lisäksi 1,25 €/ha (Metsänhoitoyhdistys Ylä-Kainuu 2011). Taulukko kolme havainnollistaa, mitä nykyinen ja metsänomistajien esittämä hehtaarikustannus tekisivät tilakohtaisesti vuositasolla.

TAULUKKO 3. Metsänhoitomaksu – ja jäsenmaksukustannukset tilalle.

	Ha	€/tila nykyisellä metsänhoitomaksulla	€/vastanneiden määrittämä jäsenmaksu
Tilan keskikoko kyselyyn vastanneiden kesken	102	149,8	81,6
Kaikkien tilojen keskikoko MHY Ylä-Kainuussa	48	82,3	38,4

Metsäasioitansa tulevaisuudessa vastanneet suunnittelevat hoitavansa kuvion seitsemän kertomalla tavalla: selkeä enemmistö aikoo jatkossakin käyttää metsänhoitoyhdistyksen palveluja.



KUVIO 7. Enemmistö jatkaa MHY:n asiakkaana.

Taulukossa kolme on tärkeysjärjestyksessä asiat, jotka vaikuttavat metsänomistajan palveluntarjoajan valintaa koskevaan päätöksentekoon.

TAULUKKO 4: Hyvä palvelu ratkaisee palveluntarjoajaa valittaessa

1	Hyvä palvelu
2	Tuttu toimihenkilö
3	Paikallisuus
4	Laatu
5	Hinta
6	Joustava toimija
7	Sopiva palvelukokonaisuus

Valtakunnallinen taho metsänomistajien etuja ajamassa koetaan tähän kyselyyn vastanneiden keskuudessa todella tärkeäksi. Vastaajista 97 % vastasi kyllä tätä asiaa koskevaan kysymykseen.

4.3 Vapaa sana

Kysymyksessä 9 metsänomistajilta kysyttiin tulevaisuuden tarpeita metsätilan osalta. Vastauslomakkeista yhteensä 61 % sisälsi yhden tai useamman ajankohtaisen asian, johon metsänomistaja lähivuosina tarvitsisi palveluja. Mainintoja eri työlajeista tuli seuraavasti: puukauppa (21), metsänhoitotyöt (24), harvennushakkuut (11), metsänuudistaminen (16), metsäsuunnitelma (13), neuvonta esim. verotusasioissa (12), tie – ja ojitusasiat (9), tila-arvio (5) ja sukupolvenvaihdos (4).

Kysymyksessä 10 metsänomistajilla oli mahdollisuus antaa vapaasti palautetta ja kehittämisideoita Metsänhoitoyhdistys Ylä-Kainuulle. Palautteista neljä oli tyytyväistä MHY:n toimintaan ja tämän lisäksi paikkakunnalla säilyvää yhdistystoimintaa piti tärkeänä kolme vastanneista. Kysymyksiä, toiveita ja kehittämisideoita löytyi yhteensä seitsemän kappaletta. Tiedottamispuolen tehostamista toivoi vapaaseen sanaan vastanneista kolme ja yksi selkeä yhteydenottopyyntö puhelinnumeroineen näiden lisäksi. Kannustusta tulevaisuuden haasteisiin, sekä aktiivisuuden lisäämistä toivottiin myös vastanneiden keskuudessa. Kriittistä palautetta antaa vain yksi vapaan sanaan osuuteen vastannut, ja kyselyn pohjalta tullut ainoa puhelinyhteydenotto viittasi tähän samaan asiaan, eli metsänomistaja koki metsäalan organisaatioiden olevan enemmän omalla asiallansa, kuin metsänomistajan asialla ylihinnoitelleessaan palvelujansa. Yhteensä 25 vastauksen sisältö löytyy liitteestä kolme.

4.4 Tutkimuksen puhelinhaastatteluosuus

Tutkimuksessa puhelinhaastatelluista jokainen aikoi säilyä MHY:n jäsenenä lakimuutoksen jälkeen, ja arvostivat yhdistyksen palveluja. Syy, miksi he eivät ole yhdistyksen palveluita käyttäneet, johtui siitä, että tilalla ei ole ollut tarvetta millekään. Metsänomistajat eivät kaivanneet yhdistyksen markkinointitoimia, vaan totesivat, että ottavat itse yhteyttä yhdistykseen sitten, kun metsätalalla on ajankohtaisia asioita. Metsätilat olivat pieniä, ja niiden merkityksen koki vastanneista vähäiseksi kaksi vastaajaa. Yksi metsänomistaja oli perinyt hyvin hoidetut metsät, ja hakkuusäästöt odottivat hetkeä, jolloin on rahalle tarvetta. Metsätalouden kannattavuutta epäili vastaajista kaksi henkilöä: heidän mielestensä kantohintojen

nousu ei ole pysynyt muun hintatason kehityksessä mukana. Metsistä huolehtimista piti jokainen puhelinhaastateltu tärkeänä.

5 JOHTOPÄÄTÖKSET

Metsänhoitoyhdistys Ylä-Kainuu voi tämän tutkimuksen perusteella luottaa siihen, että suurin osa metsänomistajista haluaa jatkossakin pysyä yhdistyksen jäsenenä, koska he arvostavat paikallista ja luotettavaksi koettua palvelua. Tämä näyttäisi pätevän myös pienempien ja vain vähän MHY:n palveluja käyttävien tilojenkin kohdalla. Aktiivinen ote on kuitenkin tarpeen, koska muut toimijat lähestyvät metsänomistajia entistä useammin. Kotler (2005, 182) toteaa, että uskollinenkin asiakas saattaa siirtyä toisen yrittäjän asiakkaaksi, jos hänelle luvataan enemmän nykyiseen tilanteeseen verrattuna. Jäsenyyden hinnoittelua tulee miettiä tarkkaan, jotta ei sorru ylihinnoitteluun vahvasta asemasta huolimatta.

Postitettuun kyselyyn vastasivat ne metsänomistajat, kenelle metsätalous on tärkeä asia. Tästä kertoo se, että vastanneiden keskuudessa tilojen keskikoko oli paljon isompi, kuin keskimäärin yhdistyksen alueella. Yhdistysten rakentaessa metsänomistajat -brändiänsä ei kuitenkaan voi unohtaa pienempiäkään tiloja. Puhelinhaastatteluista kuului se, että pienempien tilojen omistajat eivät pitäneet metsätalouttansa kovin merkittävänä. Näille pienemmille tiloille voisi hakea lisäarvoa tulevaisuudessa esim. yhteismetsien muodossa.

Ottaen huomioon, että metsänhoitoyhdistyskenttä rakentaa imagoansa nimenomaan metsänomistajat-brändin alle, on syytä kiinnittää huomiota siihen, että tässä kyselyssä Metsänhoitoyhdistys Ylä-Kainuu sai arvosanaksi metsänomistajien edunvalvontatyöstänsä 7,9, kun parhaaksi arvioitu puukaupan toimeksiantopalvelu sai arvosanan 8,6. Jos yhdistys haluaa profiloitua nimenomaan metsänomistajien asialla olevaksi organisaatioksi, tämän tulisi jatkossa asiakastyytyväisyyskyselyjen tämän osa-alueen parantuvina arvosanoina.

Aktiivinen tiedotuspolitiikka, mielellään henkilökohtaisten kontaktien kautta sekä palvelujen markkinointi on keskeisessä asemassa. Vastauksissa viitattiin siihen, että muiden taholta markkinointi on aktiivisempaa, ja eräs maanomistaja ilmoitti

käyttävänsä palveluja, kuten ennenkin, jos niitä tarjotaan. Oman neuvojan tietäminen tulisi tehdä mahdollisimman helpoksi esim. kotisivuilla. Yhdistyksen alueen karttaan voisi lisätä eri neuvojien alueiden rajat, sekä vaikka kuvan neuvojasta ja suoran linkin oikeaan sähköpostiosoitteeseen. Sähköiset säännöllisesti lähetettävät jäsenkirjeet voisivat toimia hyvänä tiedotuskanavana. Sanomalehtien kautta menevään tiedottamiseen ei voine luottaa entiseen malliin, ja niiden avulla etenkin etämetsänomistajien tavoittaminen on epävarmaa. Niirasen tutkimukseen viitaten (2012, liite 1/9) metsäalan julkaisut tavoittavat metsänomistajia hyvin, koska yli 50 % vastanneista ilmoitti saaneensa niiden kautta tietoa metsäpalvelujen tarjoajista. Ainakin muutamat metsänhoitoyhdistykset ovat lähteneet mukaan sosiaaliseen mediaan oman Facebook-profiilin myötä. Tätä vaihtoehtoa ei voi väheksyä. Yhdistyksen kotisivuille voisi tuoda mukavaa paikallisväriä joko neuvojien, luottamushenkilöiden tai metsänomistajien blog-kirjoitukset. Näkisin, että yhdistyksen kotisivuissa pitäisi olla enemmän paikallista henkeä, koska se koetaan nimenomaan paikalliseksi toimijaksi, ja se on sen ehdoton vahvuus.

Kuluttajien ostopäätösprosessin tunteminen on tärkeätä yritysten toiminnan kannalta. Metsänomistaja on yhdistykselle asiakas ja kuluttaja, joka lähtee liikkeelle siitä, että hänellä on jokin tarve tai ongelma, esim. hän huomaa, että metsä on kasvanut ensiharvennusvaiheeseen. Seuraavassa vaiheessa metsänomistaja siirtyy keräämään tietoa: mitä pitää tehdä ja miten, että metsä saadaan harvennettua. Tiedonkeruu voi toisilla olla hyvinkin perusteellista, mutta se ei tarkoita, että ostopäätös perustuisi välttämättä järkisyyhin. Tiedonkeruun pohjalta kuluttaja vertailee vaihtoehtoja ja tekee ostopäätöksen. Metsänomistajan tyytyväisyys saamaansa palveluun vaikuttaa hänen ratkaisuihinsa tulevaisuudessa (Kuluttajat ja organisaatiot ostajina.) Etulyöntiasema metsänhoitoyhdistyksellä on ollut verrattuna moneen muuhun toimijaan, koska metsänomistajat ovat tottuneet ottamaan yhteyttä juuri sinne vaihtoehtoisten palveluntarjoajien puuttuessa. Nyt palveluntarjoajia, ja lakimuutosten myötä myös vaihtoehtoisia metsänkäsittelymenetelmiä, riittää ja metsänomistajalla on ostoprosessinsa tiedon keruu vaiheessa runsaasti eri vaihtoehtoja, mistä valita. Yhdistyksen toimihenkilöiden tulee herätellä metsänomistajia huomaamaan esim. metsänhoidon ajankohtaiset tai mahdollisesti rästiin jääneet työt jäämättä odottamaan metsänomistajan yhteydenottoa.

Metsänomistajista peräti 60 % on sellaisia, jotka haluavat tietoa ja pohtivat ratkaisujaan etsimänsä tiedon perusteella. Eli aika moni ihminen tekee niin, että esim. periessään metsää kirjoittaa googleen hakusanan metsä tai metsäpalvelu. Kokeilin näitä hakuja, ja metsänhoitoyhdistys ei ainakaan 26.4.2012 yltänyt linkkilistan ensimmäiselle sivulle. Edes sana metsänomistus ei tuonut metsänhoitoyhdistyksiä listan kärkeen. Kuinka monta linkkiä keskimääräinen googlettaja jaksaa aukaista tietoa etsiessään?

Kyselyssä näkyi selvästi se, miten paljon metsänomistajat mieltävät MHY:n neuvontaorganisaatioksi ja he myös arvostavat yhdistyksen neuvontapalveluja ja neuvontaosaamista. Jatkossa palvelujen hinnoittelu tulee olemaan haastavaa, koska useat metsänomistajat mieltänevät neuvontapalvelut ilmaisiksi. Ilmaisten neuvontapalvelujen säilyttäminen vaatisi jatkossa sen, että neuvontatilanteen tulisi johtaa kauppaan: metsänomistaja ostaisi yhdistykseltä palveluja. Tämän päivän kaupunkilaiset ovat tosin tottuneet maksamaan palveluistansa, ja moni maksaa hyvästä palvelusta mielellään. Kuitenkin, etenkin heikkoina taloudellisena aikana hyvääkään brändiä ja osaamista ei voi ylihinnoitella (Kotler 2005, 170-171). Nimenomaan hyvä palvelu tuli tässäkin tutkimuksessa (taulukko 3) tärkeimmäksi tekijäksi, kun metsänomistaja valitsee yhteistyökumppaninsa. Sen määrittelemisen, mikä on riittävän hyvää muodostuu mielestäni keskeiseksi: kaikkia metsänomistajia ei uudessa tilanteessa varmasti ehditä palvella tasapuolisesti. Kotler (2005, 9) kannustaakin kohtelevaan kutakin asiakasta hyvin, mutta ei välttämättä tasavertaisesti. Niinhän esim. elintarvikekauppiaatkin tekevät: hyvät asiakkaat saavat kotiinsa etukuponkeja, jonka avulla he saavat pienen alennuksen ostoksistansa. Yhdistyksen kannattaa pitää hyvää huolta hyvistä olemassa olevista asiakkaistansa, koska he ovat todennäköisimmin niitä, jotka tuovat yhdistyksen kassaan eniten rahaa. Asiakassegmentointi nousee keskeiseen asemaan jatkossa.

Muutamassa lomakkeessa sukupolvenvaihdosneuvontaa kaipasivat metsänomistajat, joiden ikä oli 89 ja 78 vuotta. Neuvonnan tulisi tavoittaa metsänomistajat vähän aiemmin. Tässäkin voisi auttaa pitkälle viety tuotteistaminen, selkeän sisällön omaava palvelupaketti, joka olisi esim. yhden hiiren klikkauksen takana. Sukupolvenvaihdokset hyvissä ajoin virkistäisivät varmasti jossakin määrin puukauppaakin. Monet vanhemmat ihmiset ovat tottuneet elämään säästeliäästi, ja mielellään jättävät tuleville sukupolville metsiensä uudistuskypsiä kuvioita.

Teppo Hujala (2012, 13) viittaa hyvien vuorovaikutustaitojen tarpeellisuuteen metsänomistajakunnan muuttuessa yhä heterogeenisemmäksi. Tiedotuspuolen arvosanat antavat ymmärtää, että Metsänhoitoyhdistys Ylä-Kainuu voi vielä parantaa vuorovaikutusta metsänomistajien kanssa. Käsitän vuorovaikutuksen kaksisuuntaisena toimintana. Ja lisäksi on todettava, niin puhelinhaastattelujeni kuin mm. Niirasen (2012) tutkimuksen perusteella, että metsänomistajat eivät välttämättä kaipaa toimijoilta yhteydenottoja, vaan pitävät mielellään aloitteen omissa käsissään. Näin näkisin, että yhdistyksen tulisi paitsi olla itse aktiivinen, niin myös tehdä yhteydenotto omaan neuvojaan mahdollisimman helpoksi. Voisiko tähän olla yksi konsti, että maanomistaja löytäisi oman tilansa neuvon rekisterinumeron avulla? Omassa olemassa olemisesta pitää muistaa sopivasti ääntä, jotta monista metsäalkuisista toimijoista juuri yhdistys olisi se, joka pysyisi ensisijaisena kumppanina: Osa metsänomistajista kaipaa aktiivisia yhteydenottoja metsänhoitoyhdistykseltä, mutta selkeästi joukossa on myös niitä, jotka haluavat itse olla avaavassa asemassa, sitten kun palveluita tarvitsee. Tämä vaatii yhdistyksen neuvojilta asiakkaidensa tuntemista, jotta tietää, miten toimia kunkin metsänomistajan kohdalla. Passiivisuuteen ei kuitenkaan ole varaa: yksityiset metsätoimistot ovat ryhtyneet mainostamaan mm. televisiossa ja koska monelle menee metsäalkuiset toimijat sekaisin ei metsänhoitoyhdistyksellä ole varaa luottaa siihen, että juuri heidät muistetaan sitten, kun metsänomistajalla palvelujen tarvetta ilmenee.

Vain muutama oli antanut vapaata palautetta ja kehittämideoita. Kannattaa hyödyntää niin heikkoja signaaleja, kuin muitakin tehtyjä vastaavanlaisia tutkimuksia, kun yhdistyskenttä miettii, miten metsänomistajia voi palvella entistä paremmin. Ongelmista ja virheistä voi ottaa opiksi, ja rakentaa niiden ympärille uusia palvelutuotteita. Metsänomistajalle pitäisi pystyä luomaan sellaisia palveluja, joita hän tarvitsee, vaikka ei itse osaisi niitä kaivatakaan. Monissa kirjoissa, lehtipuheissa ja seminaareissa saa lukea, että tarvitaan rohkeutta, luovuutta ja kykyä nähdä tulevaisuuteen haastavaan tulevaisuuteen suunnatessa. Muistan lukeneeni, jonkun autotehtailijan aikoinaan todenneen, että jos ihmisiltä kysytään, mitä he tarvitsevat, he toivoisivat parempia hevosia.

Tuotteistamista lähtisin miettimään ainakin seuraavien teemojen ympärille, koska nämä tarpeet tulivat esiin vapaan sanan osuudessa

- a) uuden metsänomistajan palvelupaketti
- b) metsätilan helahoito
- c) hallittu sukupolven vaihto

Niirasen (2012) vapaan sanan osuuden muutamasta kommentista voisi laittaa luovuuden laukkaamaan, ja miettiä samalla tämän hetken megatrendejä. Miksi ei metsänomistajille voisi markkinoida paketteja esim. teemoilla hyötyliikunnalla kuntoon tai metsä kasvuun luontoa kunnioittaen.

Valtakunnallista etujensa ajajaa piti tärkeänä 97 % vastanneista. Tämä ja johdantovaiheessa esitetty metsäpolitiikan ja EU-politiikan vaikutus metsätalouden kannattavuuteen ja puun käyttöön tulevaisuudessa tukevat MTK:n roolia metsänomistajat-brändin kokonaisuudessa. Lobbaustyötä on tehtävä vahvasti, koska omia etujansa vahvasti ajaa moni muukin taho päättävien elinten liepeillä.

6 LOPUKSI

Asiakaskyselyn neuvojakohtaisen annin purkaminen jää yhdistyksen eteenpäin vietäväksi. Jokainen neuvoja voi näin rauhassa tutustua saamaansa palautteeseen, ja vetää siitä tarpeelliset johtopäätökset ja käydä läpi niitä organisaation kehityskeskusteluissa.

Tämän kyselytutkimuksen toteuttaminen oman työn ohella osoittautui haastavaksi. Jokaiseen vaiheeseen jäi parantamisen varaa. Jos kyselykaavakkeen laatimiseen olisi ollut enemmän resursseja käytettävissä, ja taustatyötä tehty, olisi kyselystä saatu enemmän asiaa irti. Kyselyä lähetettäessä oli harkinnassa, että luvataanko vastanneiden kesken palkintoarvontaa. Aikataulullisistakin syistä päätettiin, että näin ei tehdä. Mahdollinen palkinto olisi kuitenkin saattanut parantaa vastausprosenttia, joka nyt jäi aika alhaiseksi. Myös on syytä miettiä, kertooko alhainen vastausprosentti yleensäkin kiinnostuksen vähenemisestä metsäasioita kohtaan. Lopputyön koostamisen pitkäksi venynyt aikataulu johti siihen, että kokonaisuuden hallinta jäi puutteelliseksi. Vuorovaikutus MHY:n suuntaan olisi voinut olla paljon tiiviimpää. Toivottavasti työni antaa kuitenkin joitakin uusia eväitä Metsänhoitoyhdistys Ylä-Kainuun tulevia vuosia ajatellen. Tutkimuksen yksi tärkeä tehtävä on poikia lisätutkimusta. Näissä merkeissä esim. säännöllinen asiakastytyväisyyden

mittaaminen, markkinointitutkimus, SWOT-analyysi, yhteiskuntavastuu yhdistysten markkinoinnissa, markkinointisuunnitelman tekeminen, tuotteistaminen yhdistyksissä ja tutkimus siitä, miten täysin ummikko metsänomistaja lähtee luovimaan metsäpalvelumarkkinoilla olisivat muutamia teemoja joiden ympärille voisi rakentaa uutta tutkimus – ja selvitystyötä. Näissäkin näkisin, että huolimatta valtakunnallisesta ulottuvuudesta paikalliset ominaispiirteet olisi kyettävä säilyttämään, joten mahdolliset koko Suomea koskevat selvitykset eivät poista paikallisen jatkotutkimuksen tarvetta.

Lopputyöni viime metreillä soittamani puhelu yhdistyksen hallituksen puheenjohtajalle Heikki Moilaselle jätti positiivisen mielen. Muutos näyttää kääntyvän mahdollisuudeksi ja eteenpäin menemisen meiningiksi.

LÄHTEET

Hakkarainen, Juha 2012. Uusiutuva mhy-laki avaa uusia mahdollisuuksia. Metsänomistajat 3/2012, 4.

Hujala, Teppo ym. 2012. Vuorovaikutteisuus on houkuttelevan metsäpalvelun ydin. Metsätalous 6/2012, 13-15.

Huttunen, Jarmo 2012. Kohti parempia aikoja. Metsänomistajat 3/2012, 2.

Kallioniemi, Eliisa 2013. Puun ylituotanto uhkaa Ruotsia. Metsälehti 8/2013, 8.

Kotler, Philip 2005. Markkinoinnin avaimet. Jyväskylä: Gummerus kirjapaino Oy.

Kuluttajat ja organisaatiot ostajina. WWW-dokumentti. <http://www.joensuu.fi/taloustieteet/markkinointi/kuluttajamarkkinointi/kul2.htm>. Luettu 26.4.2013.

Laki metsänhoitoyhdistyksistä 1998/534. WWW-dokumentti. <http://www.finlex.fi>.

Lehto-Isokoski, Hanna 2013. Metsänomistaja selätti valtion. Makasiini 1/2013 5-8.

Markkinointi ja sen toimintaympäristö. WWW-dokumentti. <http://www.joensuu.fi/taloustieteet/markkinointi/kuluttajamarkkinointi/kul1.htm>. Luettu 11.5.2013.

Markkinointiopas yrittäjälle. WWW-dokumentti. <http://lahti.uusyrityskeskus.fi/sites/lahti.uusyrityskeskus.fi/files/markkinointiopas.pdf>. Luettu 11.5.2013.

Metsänhoitoyhdistys Ylä-Kainuu. 2011. Toimintakertomus.

Metsänomistajien liitto Pohjois-Suomi 2012. Toimintakertomus.

Metsätutka 2008. MTK Metsäryhmä.

MMM 2012:7. Metsänkäsittelymenetelmien monipuolistaminen – jatkotyöryhmän muistio.

MMM 2013. Maa –ja metsätalousministeriön tiedotteet. http://www.mmm.fi/fi/index/etusivu/tiedotteet/120524_mhy.html.

Niiranen, Tiina 2012. Yksityiset metsänomistajat metsäpalveluiden käyttäjänä. Kymenlaakson ammattikorkeakoulu. Metsä –ja puutalouden markkinointi. Opinnäytetyö.

Palokallio, Jarmo. Maaseudun Tulevaisuus 20.3.2013.

Pilhjerta, Kari. Tapion taskukirja. 2008. Metsäkustannus Oy. Hämeenlinna. Kariston kirjapaino Oy.

Rahko, Heikki 2012. Metsänomistajat –brändillä parempaa palvelua ja edunvalvontaa. Metsänomistajat 3/2012, 2.

Rantala, Satu. Tapion taskukirja. 2008. Metsäkustannus Oy. Hämeenlinna: Kariston kirjapaino Oy.

LIITE 1 METSÄNOMISTAJAKYSELY

Saatekirje

Tämä kysely on osa opinnäytetyötäni, jonka teen metsäalan lakiopintojeni (metsätalousinsinööri amk) yhteydessä. Kysely tehdään Metsänhoitoyhdistys Ylä-Kainuun jäsenille ja sen tavoitteena on kerätä metsänomistajilta palautetta ja aloitteita toiminnan kehittäminen mielessä pitäen. Toivon runsasta osanottoa (14.11 mennessä).

Tämä kysely lähetetään yhteensä 450 metsänomistajalle. Tulen julkaisemaan tiivistelmän tutkielman annista yhdistyksen kotisivuilla ja paikallislehti Ylä-Kainuussamme. Ohessa palautuskuori.

Suomussalmella 15.10.2012

Ulla Lehtonen

p. 040 7599282

ulla.lehtonen@pp5.inet.fi

OSA 1 TILA –JA OMISTAJATIEDOT

Tilan omistaminen

<input type="checkbox"/>	Omistan tilan yksin tai yhdessä puolison kanssa
<input type="checkbox"/>	Tilan omistusmuoto on yhtymä
<input type="checkbox"/>	Tilan omistusmuoto on kuolinpesä
<input type="checkbox"/>	Tilan omistusmuoto on muu, mikä _____

Asuinpaikka

<input type="checkbox"/>	Asun tilalla
<input type="checkbox"/>	Asun Suomussalmella tai Hyrynsalmella, mutta en tilalla
<input type="checkbox"/>	Olen etämetsänomistaja (etäisyys tilalta _____ km)

Vastaajan ikä _____

Sukupuoli _____ mies

_____ nainen

Tilan pinta-ala _____ ha

Tilan pääasiallinen käyttötarkoitus

	Metsätalous
	Maatalous
	Maa -ja metsätalous
	Sijoitus
	Asuminen
	Loman vietto/virkistyskäyttö
	Muu, mikä

OSA 2 METSÄNHOITOYHDISTYS YLÄ-KAINUUN PALVELUT

1. Arvioi Metsänhoitoyhdistys Ylä-Kainuun toimintaa arvosanoin (4-10)

	Arvosana MHY:lle (4-10)
Toimihenkilöiden tiedot ja taidot	
Tiedonsaanti yhdistyksestä ja palveluista	
Henkilöstön kyky kertoa metsäasioista ymmärrettävästi	
Henkilöstön aktiivisuus ja halu palvella	
Joustavuus ja yksilöllisyys	
Asiakaspalvelun nopeus	
Henkilöstön tavoittaminen	
Metsänhoitoyhdistyksen luotettavuus	
Yllätysten hoitaminen tai virheiden korjaaminen avoimesti ja tehokkaasti	
Metsänhoitoyhdistyksen maine	

Tilanne alueneuvojana toimii:

2. Tärkeimmät palvelut metsätilalleni (valitse kolme tärkeintä ja anna arvosana MHY:lle eri palveluista)

Valitse kolme sinulle tärkeintä	MHY:n palvelut
	Metsänomistajien neuvonta
	Metsänomistajien edunvalvonta
	Puun myyntisuunnitelman laatiminen (hakuun suunnittelu, määrä- ja hinta-arvio)
	Puukaupan toimeksianto
	Puunkorjuun suunnittelu ja toteutus (hankinta- ja korjuupalvelu)
	Metsän uudistaminen ja taimien välitys
	Taimikonhoito, harvennukset
	Metsäsuunnittelu
	Tila-arviot ja LKV
	Veropalvelut
	Metsäympäristönhoito
	Yhteiskunnan tukemien hankkeiden hoito (nuoren metsän hoito, ojitus, metsätiet)
	Muu, mikä

3. Paras tiedotuskanava metsäasioissa olisi mielestäni (tärkeysjärjestys, 1 = tärkein)

	Jäsenkirje
	Lehtimainonta
	Metsäalan artikkelit sanomalehdessä
	Artikkelit metsäalan lehdissä
	Henkilökohtainen kontakti
	Paikallisradion kautta
	Koulutus- ja yleisötilaisuudet, retket
	Internetin välityksellä

Miten MHY Ylä-Kainuu on onnistunut tiedotuksessansa (arvosana 4-10): _____

Palautetta yhdistykselle tiedottamiseen liittyen

--

OSA 3 METSÄNOMISTAMINEN

4. Laki metsänhoitoyhdistyksistä on muuttumassa mm. lisäten metsänomistajan valinnanmahdollisuuksia. Valitse seuraavista todennäköisin vaihtoehto

	Jatkan palvelujen käyttöä kuten ennenkin
	Harkitsen aktiivisempaa toimintaa yhdistyksessä
	Harkitsen eroa yhdistyksen jäsenyydestä
	Muuta, mitä:

5. Metsänhoitomaksun korvaavan metsänhoitoyhdistyksen jäsenmaksun sopiva suuruus olisi mielestäni tilalleni _____ euroa.

6. **Todennäköisin** vaihtoehto metsäasioitteni hoitoon tulevaisuudessa

	Asioin pääsääntöisesti metsänhoitoyhdistyksen kanssa
	Vaihdan palveluntarjoajaa tarpeesta tai hinnasta riippuen
	Sopimusasiakkuus yksityisen metsäpalveluyrittäjän kanssa
	Sopimusasiakkuus metsäyhtiön kanssa
	Töiden tekeminen omatoimisesti

7. Palveluntarjoajan valintaan vaikuttavat seikat (tärkeysjärjestys, 1=tärkein)

	Paikallisuus
	Tuttu toimihenkilö
	Hyvä palvelu
	Joustava toimija
	Sopiva palvelukokonaisuus
	Hinta
	Laatu
	Muu, mikä

8. Mielestäni on tärkeää, että on olemassa valtakunnallinen taho metsänomistajien etuja ajamaan

Kyllä

Ei

9. Mitä palveluja tarvitset metsätilallesi lähivuosina?

10. Palautetta ja kehittämisideoita Metsänhoitoyhdistys Ylä-Kainuulle

Kiitos yhteistyöstänne

LIITE 2 VAPAA SANA: MITÄ PALVELUJA TARVITSET METSÄTILALLESI LÄHIVUOSINA

Metsänuudistaminen, taimikonhoito
Metsäsuunnitelma, tila-arvio
Taimikonhoito, metsäsuunnittelu, veropalvelut
Neuvontaa metsänhoitoon liittyvissä asioissa, metsäsuunnitelma, metsänuudistaminen
Harvennuksiaa suometsiin
Siemenpuiden poisto, ojien perkaus
Puukauppalvelut
Tilan myynti
Kylvöt, istutukset, taimikonhoito
Metsäsuunnitelman uusinta
Puukaupan teko, metsänuudistustyöt, metsäsuunnitelma
Puunmyyntisuunnitelma
Harvennushakkuita, puuta kotitalouskäyttöön
Raivaussuunnitelma, hakkuusuunnitelma
Taimikonhoito
Metsäsuunnitelman uusinta ja sukupolven vaihto
Taimien välittäminen, harvennushakkuu
Metsänuudistaminen, nuorenmetsänkunnostus, taimikonhoito
Metsänuudistaminen
Puun taimia
Ensiharvennus
Tila-arvio
Sukupolvenvaihdos
Kemera-avustusten hakeminen
Hakkuusuunnitelmat, raivaukset
Metsäsuunnitelman päivitys, nuorenmetsänhoito, taimikonhoito
Metsänistutukseen taimia
Puunkorjuun suunnittelu ja toteutus
Ensiharvennus, harvennushakkuu
Taimikonhoito, harvennus, päätehakkuu, metsänuudistus, metsätiet, piennartiet, ojitus, veropalvelut, energiapuunkorjuu, lakipalvelut jne.
Nuoren metsän hoitoa
Nuorenmetsänkunnostus
Puukauppa, istutus, harvennus, opastus ko. toimissa, neuvontaa metsänhoidossa, verotuksesta ja eri vaihtoehdoista
Ojitus, metsätiet, harvennushakkuut
Metsänhoitotoimenpiteiden ja hakkuiden järjestämistä
Metsäsuunnitelma
Raivausta
Puunmyyntisuunnitelman arvioiminen
Puukaupan toteuttaminen, metsänhoidon neuvoja
Kylvö, istuttaminen
Puunkorjuuta, NMH, taimikonhoito

Taimikonhoito, nuoren metsänkunnostus
Metsäsuunnitelma, taimikonhoito
Hankintapalvelu
Leimikkojen tekoa, metsänuudistamispalveluja, veroilmoituksen tekopalveluja
Neuvonta metsänhoitotöissä
Kaikkia yhdistyksen tarjoamia palveluja
Verotuspalvelut
Uusi metsäsuunnitelma, uuden suunnitelman töiden toteutus
Metsäsuunnitelman päivitys, taimia
Metsänuudistaminen, puunkorjuu, puukauppa, taimikonhoito
Taimikonhoitoon ja puukauppaan liittyvät asiat
Metsänharvennus, taimikonraivaus
Puunmyynti ja hinta-arviot
Taimikonhoito, ojitustyöt, harvennus
Taimien toimitusta ja penkkatien tekoa.
Sukupolvenvaihdos
Uudistus, harvennus, taimikonhoito
Hakkuun suunnittelua, hinta-arviota
Metsäsuunnitelma, hoitotarpeen määrittely
Harvennushakkuu, ojalinjosten aukaisu ja kaivu
Nuoremetsän kunnostaminen, kemera-avustushakemusten tekeminen
Puunmyyntisuunnitelman laatiminen
Taimikonhoitoon liittyvät asiat
Mahdollisesti puunkorjuun suunnittelu
Neuvontatoiminnat sukupolvenvaihto - ja perintötilanteissa. Neuvonta yhteismetsän perustamisessa (jopa kattavan yhteismetsän perustaminen Suomussalmella)
Metsäsuunnitelma, maanmuokkaus, taimet
Kaikki työt nyt tehty. 5-10 vuoden kuluttua puukauppa ja kenties taimikon varhaishoitoa.
Metsäojien katselmusta ja entisten: onko tarpeen uusia.
Neuvontaa mm. myynnissä, eri toimijoiden vertailua/tiedotusta, ajantasalla pitäminen, missä NYT mennään, mm. uusien toimintatapojen esille tuontia.
Uusi metsäsuunnitelma, ojien perkaus ja uutta ojitusta, puukaupan teko
Tukea ja palveluja metsänhoitotöiden järjestämiseen
Puunmyyntisuunnitelman laatiminen, metsänuudistaminen ja taimien välitys

LIITE 3 PALAUTTEET JA KEHITTÄMISIDEAT

Olen aina saanut hyvää ja asiallista palautetta. Kiitos!
Olen kiinnostunut oman metsän hoidosta. Miten voi edistää luonnon hyvinvointia?
Koulutustilaisuuksia, opintokäyntejä, tiedottamista, yhdistyksen näkyvyys
On hyvä, että MHY:n palveluita löytyy Suomussalmelta, toivottavasti tulevaisuudessakin. Varmasti kannattaa panostaa sähköisiin palveluihin (netti tai kännykkä), koska tilat pirstoutuu ja omistajat asuvat ympäri Suomea. Eli tiedotusta kannattaa parantaa etämetsänomistajille.
Uusia metsänomistajia voisi informoida metsänhoitoon ja omistamiseen liittyvistä asioista esim. infopakettilla (verotus).
Metsätiloja on ympäri Suomea missä hoidetaan kaikki asiat kerralla. Olemme etämetsänomistajia, emme halua hoitaa netin kautta tai Arkadianmäeltä metsäasioita.
Otettava rohkea ote puukaupasta, korjuuketjuja rohkeasti lisättävä
Tiedottaminen
Metsänhoitoyhdistykset säilytettävä omalla paikkakunnalla
Teiden/siltojen ylihinnottelu. Tientekoasiat: Metsäkeskus ja MHY eivät ole metsänomistajien asialla, vaan rahastavat näillä asioilla. (Kemera- tuet, eipä taida saada tien tai sillan teosta, jos itse teet)
Haluaisin apua metsänhoitoyhdistykseltä metsäni kunnostamiseen. Haluaisin, että metsäni hoidetaan hyvin, itselläni ei ole voimia työn hoitamiseen. Yhteydenottopyyntö
Asiat ovat hoituneet kiitettävästi
Metsänhoitoasiat ovat täysin uusi ja tuntematon asia. Itse en tiedä mitä kysyä, ja miten toimia asioiden hyväksi. Henkilöstön tulisi kertoa rohkeasti eri vaihtoehdoista ja mahdollisuuksista metsänhoidossa. "Metsänaiset" - koulutus oli hyvä.
Olen saanut hyvää ja asiantuntevaa palvelua
Kilpailu metsäyhtiöitten kanssa on varmasti kovaa. MHY:n tulisi mielestäni skarpata ja keskittää toimintaansa ja löytää oma markkinarakonsa, koska työtä varmasti riittää. Minun kaltaiseni etämetsänomistaja ei voi toimia monen kumppanin kanssa ainakaan päällekkäisissä toiminoissa.
Voisi käydä tilalla vaikka ei akuuttia asiaa ole
metsäkäyntejä ja suunnittelua yhdessä metsänomistajan kanssa
Aktiivisuutta!
Metsänhoitoyhdistys on erinomainen asia varsinkin niille, jotka eivät asu vakituisesti maatilallaan.
Palveluiden tarjoaminen vähäistä ja ote lepsua verrattuna esim. Metsäkeskukseen ja Metsägroupiin
Yhteismyynti pienten palstojen osalta

Työniloa muuttuvassa toimintaympäristössä!
En ole käyttänyt MHY:n palveluita, käytän metsäyhtiöiden palveluksia.
Ulkomaisten poimijoiden neuvonta yksityismetsiin ei jokamiehen oikeudella!
Olen tyytyväinen yhdistyksen ja neuvojien toimintaan.

LIITE 4 LEHDISTÖTIEDOTE

Metsänomistajakysely MHY Ylä-Kainuussa:

METSÄNOMISTAJAT ARVOSTAVAT PAIKALLISTA TOIMIJAA

Loppuvuodesta 2012 MHY Ylä-Kainuun jäsenille tehtiin asiakaskysely.

Metsänomistajilta tiedusteltiin heidän tyytyväisyyttään yhdistyksen toimihenkilöiden toimintaan, sekä yhdistyksen tarjoamiin palveluihin. Kysely postitettiin yhteensä 349 metsänomistajalle ja vastauskuoria tuli takaisin 34 % postitetuista. Aktiivisempia vastaajia olivat etämetsänomistajat, jotka omistavat tilan joko yksin tai yhdessä puolisonsa kanssa. Vastanneille metsätalous oli selkeästi tärkein tilan käyttötarkoitus ja tilojen keskikoko nousi yli 100 hehtaarin, kun se koko yhdistyksessä on noin 48 ha.

Arvosanaksi toiminnastansa yhdistys työntekijöineen sai hyvän kahdeksikon.

Korkeimmat arvosanat tulivat luotettavuudesta ja toimihenkilöiden ammattitaidosta.

Neuvojat ovat hyvin tavoitettavissa, ja osaavat kertoa metsäasioista ymmärrettävällä tavalla. Metsänomistajien edun olisi oltava vielä selkeämmin yhdistyksen toimintojen päämäärä ja mahdolliset virheet tulisi hoitaa entistä avoimemmin ja tehokkaammin.

Yhdistyksen tiedotustoiminnasta löytyi tämän kyselyn perusteella eniten parannettavaa. Tiedonsaanti yhdistyksen palveluista tulisi olla nykyistä helpompaa ja mieluisimpia tiedotuskanavia tätä varten olisivat vastanneiden mielestä oman neuvojan henkilökohtainen yhteydenotto tai jäsenkirje.

Yhdistyksen palveluista selkeästi tärkeimmäksi koettiin metsänomistajien neuvontatyö.

Valtaosa vastaajista aikoi jatkaa yhdistyksen palvelujen käyttöä, kuten ennenkin, huolimatta lähivuosien lakimuutosten sisällöstä. Pakollisen metsänhoitomaksun poistuessa usea metsänomistaja harkitsi jopa nykyistä aktiivisempaa toimintaa yhdistyksessä: Yhdistys koetaan selkeästi metsänomistajien omaksi asiaksi ja tärkeäksi toimijaksi. Kun metsänomistaja valitsee kenen kanssa asioida, hyvä palvelu ja tuttu toimihenkilö painavat vaakakupissa paljon.

Metsänomistajat toivovat yhdistykseltä aktiivisuutta ja reipasta otetta uusien tilanteiden edessä. Metsänhoitoyhdistyksen vahvuuksiin ja brändiin on hyvä nojata, mutta on myös hyvä muistaa, että vain vierivä kivi ei sammaloidu. Side omaan metsänhoitoyhdistykseen ei ole uusilla metsänomistajasukupolvilla niin vahva kuin edeltäjillä, joten uudet avaukset ovat tarpeen. Löytyisikö oma yhdistys ja neuvoja paremmin, jos olisi palvelu, johon syöttää oman tilan nimi ja rekisterinumero? Tai yhdistyksen sivuilla kartta, jossa olisi neuvojien alueiden rajat? Vaikka metsänomistajat haluavat valtakunnallisen tahon etujansa ajamaan, yksilöllinen ja laadukas palvelu paikallistasolla osoittautui arvostetuksi asiakksi. Yhdistyksen kotisivuille voisi tuoda paikallista väriä esim. neuvojien kuvat ja vaikka tervehdyssanat. Palvelujen tuotteistaminen voisi näkyä jo kotisivuilla. Voisiko otsikkoina olla esim. uuden metsänomistajan info-palvelu ja sukupolvenvaihdos hallitusti ja harkiten? Näissä kahdessa asiassa löytyi eniten neuvojen tarvetta.

Kyselyssä tuli selkeästi esille se, että metsänomistajat haluavat pitää metsänsä hoidettuina iästä, sukupuolesta ja asuinpaikasta huolimatta: lähivuosien varalle oli useimmilla kyselyyn vastanneilla jo suunniteltuna asiat, joihin on sopiva aika tarttua. Metsänomistajien omille ratkaisuvaihtoehdoille on kuitenkin jätettävä tilaa ja tähän suuntaan lakimuutoksetkin ovat metsäasioita viemässä. Metsänhoitoyhdistys Ylä-Kainuulla tulee riittämään jatkossakin töitä täällä metsäisessä maakunnassamme!

Tämä kysely on tehty opinnäytetyönä Mikkelin ammattikorkeakoulun Nikkarilan toimipisteessä metsäalan lakiasiantuntijaopintojen yhteydessä.

Suomussalmella 27.1.2013

Ulla Lehtonen