

KARELIA-AMMATTIKORKEAKOULU
Metsätalouden koulutusohjelma

Ari Ojala

OSTON HANKINTAESIMIESTEN NÄKEMYKSET YHTEISMETSIS-
TÄ PUUKAUPPAMARKKINOILLA

Opinnäytetyö
Toukokuu 2013



OPINNÄYTETYÖ
Toukokuu 2013
Metsätalouden koulutusohjelma

Sirkkalantie12 A
80100 JOENSUU
p. (013) 260 6900

Tekijä(t)
Ari Ojala

Nimeke
Oston hankintaesimiesten näkemykset yhteismetsistä puukauppamarkkinoilla

Toimeksiantaja
Stora Enso Metsä

Tiivistelmä

Yhteismetsien määrä Suomessa on viime vuosina kasvanut huomattavasti. Yhteismetsät ovat Stora Enso Metsälle olleet aina tärkeä puukauppakumppani suurehkojen puukauppojen myötä.

Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää, millaisia näkemyksiä Stora Enso Metsän oston hankintaesimiehillä on yhteismetsistä puukauppamarkkinoilla. Tutkimuksen tulosten avulla etsittiin keinoja parantaa kaupankäynnin eri osa-alueita yhteismetsien kanssa.

Opinnäytetyö toteutettiin kvalitatiivisena tutkimuksena ja aineistonkeruumenetelmänä käytettiin puhelinhaastattelua. Haastattelut suunnattiin kaikille Stora Enso Metsän hankinta-alueille, joista haastateltiin 20 yhteismetsien kanssa puukauppaa tekeviä oston hankintaesimiehiä. Puhelinhaastattelun haastattelurungossa käytettiin strukturoitua ja puolistrukturoitua kysymyksiä.

Tulosten perusteella yhteismetsiä pidetään poikkeuksellisina yhteistyökumppaneina, joita kannattaisi huomioida nykyistä enemmän. Yhteismetsien leimikot ovat parempia kooltaan ja rakenteeltaan. Metsänhoitoyhdistyksillä on iso vaikutus yhteismetsäpuukauppoihin. Puukaupankäynti yhteismetsän kanssa on haasteellista leimikoiden hinnoittelun vuoksi, mutta sitä helpottaa neuvottelukumppanin ammattitaitoisuus.

Kieli
Suomi

Sivuja 44
Liitteet 2
Liitesivumäärä 5

Asiasanat
yhteismetsät, puukauppa, kvalitatiivinen tutkimus



THESIS
May 2013
Degree Programme in Forestry
Sirkkalantie 12 A
FI 80100 JOENSUU
FINLAND
Tel. 358-13- 260 6900

Author(s)
Ari Ojala

Title
Procurement Supervisors' Opinions about Jointly Owned Forests on Timber Trade Markets

Commissioned by
Stora Enso Metsä

Abstract

Number of jointly owned forests has increased significantly in the last few years in Finland. Jointly owned forests have always been an important timber trading partner for Stora Enso Metsä in larger timber transactions.

The aim of this thesis was to investigate the opinions of Stora Enso Metsä procurement supervisors have about jointly owned forests in timber trade markets. The results of this thesis were used to find ways to improve different sections in timber trading with jointly owned forests.

This thesis was made as a qualitative research and the method of material gathering was a phone interview. Interviews were directed at all Stora Enso Metsä procurement regions, interviewing 20 procurement supervisors who buy wood from jointly owned forests. In the framework of the phone interview structured and half structured questions were used.

On the basis of the results of this research, it can be concluded that jointly owned forests are exceptional cooperation partners that should be paid more attention to than now. The forests to be cut in jointly owned forests are better because of their size and structure compared to other forest owner groups. Forest management associations have a big influence on timber trade with jointly owned forests. Timber trading with jointly owned forest is challenging because of the pricing of stand to be cut, but it negotiation partners' professional expertise makes it easier.

Language
Finnish

Pages 44
Appendices 2
Pages of Appendices 5

Keywords
jointly owned forests, timber trade, qualitative research

Sisältö

Tiivistelmä

Abstract

1	Johdanto	5
2	Yksityismetsän omistajarakenteen muutos ja yhteismetsä puukauppaosapuolena.....	6
2.1	Yksityismetsän omistusrakenteen muutos	6
2.2	Yhteismetsä omistusmuotona	8
2.3	Yhteismetsä puukauppaosapuolena	10
3	Puukauppa.....	11
3.1	Puukauppamuodot.....	11
3.2	Puukaupan prosessi	12
3.3	Puukauppaan vaikuttavat tekijät	13
3.4	Puukaupan ongelmat nykyään puunostajan näkökulmasta	14
3.5	Puukaupan ”uudet tuulet”.....	14
3.6	Stora Enso Metsän Tähtiasiakkuus ja Premium-puukauppapalvelu	16
4	Opinnäytetyön tausta ja tavoitteet.....	17
5	Tutkimusaineisto ja menetelmät.....	17
5.1	Tutkimusmenetelmä.....	17
5.2	Aineiston hankinta ja analysointi	18
6	Tutkimuksen tulokset ja niiden analysointi	20
6.1	Taustatiedot	20
6.2	Väittämien tulokset.....	26
6.3	Avoimien kysymyksien tulokset.....	29
7	Johtopäätökset ja toiminnan kehittämismahdollisuudet	32
7.1	Johtopäätökset.....	32
7.2	Toiminnan kehittämismahdollisuudet	34
8	Pohdinta.....	35
	LÄHTEET	38

Liitteet

Liite 1 Haastattelurunko

Liite 2 Saatekirje

1 Johdanto

Suomessa on jo pitkään tapahtunut metsänomistajarakenteessa muutoksia epäsuotuisaan suuntaan metsäteollisuuden kannalta. Metsänomistajarakenteen muutoksien ohella on myös metsätiloissa tapahtunut negatiivista muutosta. Metsätilat ovat nykyään yhä enemmän pieniä ja kapeita sekä pirstaloituneita. Tähän on tultu kun isompia metsätiloja on jaettu usealle perijälle perinnönjaossa, eikä metsätilaa ole haluttu pitää yhtenäisenä.

Vuonna 2003 yhteismetsälakiin tuli muutoksi, jonka jälkeen uusia yhteismetsiä on perustettu kiihtyvään tahtiin. Yhteismetsät koetaan yhtenä keinona parantaa metsätilarakennemuutoksen suuntaa. Yhteismetsät ovat hyviä puukauppakumppaneita puunostoyrityksille. Stora Enso Metsälle yhteismetsä on aina ollut tärkeä puukauppakumppani suurehkojen puukauppojen myötä.

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää haastattelemalla 20 Stora Enso Metsän oston hankintaesimiestä ja selvittää minkälaisia näkemyksiä heillä oli yhteismetsistä puukauppakumppaneina ja miten ne eroavat muista metsänomistajaryhmistä. Tuloksien avulla etsittiin keinoja parantaa kaupankäynnin eri osa-alueita yhteismetsien kanssa.

2 Yksityismetsän omistarakenteen muutos ja yhteismetsä puukauppaosapuolena

2.1 Yksityismetsän omistusrakenteen muutos

Suomen metsänomistarakenteessa tapahtuu koko ajan muutoksi, joilla on vaikutusta puunkauppojen määriin ja puunmyynnin määrään. Vuoteen 2009 mennessä yksityismetsänomistajien keski-ikä on noussut 60 vuoteen, ja nousun on oletettu jatkuvan edelleen (Hänninen, Karppinen, Leppänen 2011.) Metsätilaomistajissa keski-ikä on noussut jo 62 vuoteen (Heikkinen, Sinkkilä, Tirola, Hänninen, Tilli, Tikakoski, Kokkonen, Islander, Sunabacka, Toivonen, Leppänen, Kokkonen, Talvitie & Pulkkinen 2012).

Ikärakenteen kasvun lisäksi on muutosta omistusmuodossa, jossa eläkeläis-, kaupunkilais- ja naismetsänomistajien määrä on kasvava. Eläkeläisten, naisten ja kaupunkilaisten metsänomistus on enemmän painottunut pienien alle 20 hehtaarin metsätiloihin. Kaupunkilaismetsänomistajien tilaomistus jakautuu kuitenkin tasaisemmin myös isompiin tilakokoihin. Isojen metsätilojen, yli 100 hehtaaria, omistus on pääasiassa maaseudulla. Isojen metsätilojen metsäalasta 77 prosenttia tulee maaseutujen metsänomistuksesta (Hänninen ym. 2011.) Hännisen ym. (2011) mukaan niin sanotun etämetsänomistajan etäisyys tilalleen on keskimäärin noin 190 kilometriä ja tilalla vietetään aikaa noin 40 vuorokautta vuodessa.

Yksityismetsänomistajien tavoitteet metsänomistukselle ovat muuttuneet ajan saatossa ja ovat nykyään enemmän monitavoitteisia. Monitavoitteisia tavoitteita on vähän alle kolmannes metsänomistajista. Maatalousyrittäjät erottuvat muista ryhmistä selvästi, lähes puolella on tavoitteet monitavoitteisia. Kaupungissa asuvat ja pienten tilojen omistajien tavoitteet ovat enemmän virkistyskäyttöön suunnatut. Alle 45-vuotiaiden ja eläkeikäisten sekä suurissa kaupungeissa asuvien tavoitteissa talouden turvaaminen on isoimmassa osassa. Tämän tavoite-ryhmän osuus kasvaa metsätilakoon kasvun myötä (Hänninen ym. 2011.)

Metsätilojen hallintamuodoissa noin 75 prosenttia on perheomistuksessa ja perikuntien ja yhtymien 12 prosenttia. Perikuntien metsät ovat yhtymiä pienempiä

ja yhtymillä on osakkaita vähemmän. Perikunta- ja yhtymämuotoisessa metsänomistuksessa palkansaajat ja esimerkiksi työttömät ja opiskelijat ovat keskimääräistä yleisempi ryhmä. Näiden hallintamuotojen omistajat asuvat kaukana tilasta, taajamissa tai kaupungeissa. Yhtymissä yli 100 hehtaarin metsätiloja on tavallista enemmän (Hänninen ym. 2011.) Metsänomistajista Hänninen ym. (2011) mukaan 45 prosenttia saa metsätilan perintönä tai lahjana. Ostamalla vanhemmilta tai sukulaisilta tilansa hankki 41 prosenttia ja vain 15 prosenttia vapailta markkinoilta. Maaseudulla asuvat ovat useammin ostaneet metsätilansa sukulaisilta tai vanhemmilta, kun taas taajamissa ja kaupungeissa asuvat ovat saaneet tilan perintönä tai lahjana (Hänninen ym. 2011). Päätoimisten maatalousyrittäjien metsänomistusosuus on romahtanut viimeisen reilun kahden kymmenen vuoden aikana kolmasosasta kuudesosaan (Hänninen ym. 2011).

Metsätilojen keskikoko on pienentynyt tasaisesti kahdessakymmenessä vuodessa ja on ollut vuonna 2008 30,3 hehtaaria. Metsänomistajarakenteen ja tilarakenteen muutosten pelätään pienentävän puunmyynnin määriä ja tämän takia Kansallisessa metsäohjelmassa on asetettu tavoitteeksi metsätilojen keskikoon nostaminen 50 hehtaariin nykyisestä noin 30 hehtaarista (Kansallinen metsäohjelma 2015 2010.)

Metsätilojen jakamisten myötä isoksi ongelmaksi on tullut myös niiden pirstoutuneisuus. Metsätilojen koossa pieniä, alle 20 hehtaarin ja suuria tiloja yli 200 hehtaarin on tullut lisää, mutta 20–99 hehtaarin tilat vähentyneet huomattavasti. Vaikka yli 500 hehtaarin tiloja onkin tullut lisää, on niiden pinta-alan määrä huomattavasti pienentynyt. Tämä johtuu tilojen määräälojen lohkomisista, perinnönjaossa tapahtuvissa kiinteistön halkomisista tai erillisistä kiinteistöjen ja oista perinnöllisten kesken sekä uusien yhteismetsien perustamisista (Hänninen & Sevola, 2010.)

Suurin osa metsänomistajista, 62 prosenttia, teki vuosien 2004–2008 aikana ainakin yhden puukaupan, näistä kuitenkin vain kahdeksan prosenttia teki puukaupan joka vuosi. Tilakoon kasvaessa kasvavat puunmyyntimäärät ja puukaupan todennäköisyys. Maatalousyrittäjät ovat huomattavasti aktiivisin ammattiryhmä puukaupassa, 80 prosenttia oli tehnyt kaupan. Muissa ryhmissä puukaupan määrä oli 60 prosenttia. Maatalousyrittäjät suosivat enemmän hankinta-

kauppoja ja sopimusasiakkuuskauppoja yhtiöiden kanssa. Sopimuskaupan todennäköisyys kasvaa metsätilan koon kasvaessa. Vastaavasti metsänhoitoyhdistysten valtakirjakauppaa suositaan enemmän pienien tilojen sekä eläkeläisten tekemissä puukaupoissa (Hänninen ym. 2011.)

Vuosina 2004–2008 yksityismetsänomistajat myivät puuta keskimäärin 530 kuutiometriä vuodessa ja keskimääräinen myyntiväli oli 3,4 vuotta. Maatalousyrittäjät ovat aktiivisimpia puunmyyjiä ja eläkeläiset sekä työttömät ja opiskelijat passiivisimpia (Hänninen ym. 2011.) Puunkauppatavoissa myyntiväleinä lyhyimmät aikavälit ovat Hännisen ym. (2010) mukaan hankintakauppa (2,8 vuotta) ja sopimuskauppa (2,7 vuotta). Sopimuskaupassa on yhdessä pystykaupan kanssa suurimmat puunmyyntimäärät, hieman yli 600 kuutiometriä. Kuitenkin pinta-alaakohtaisesti metsänhoitoyhdistysten valtakirjakaupalla myyntimäärä hehtaaria kohden on suurin (Hänninen ym. 2011.)

2.2 Yhteismetsä omistusmuotona

Yksityismetsänomistusmuoto yhteismetsä on kiinteistöille yhteisesti kuuluva alue, jolla ensisijaisesti harjoitetaan kestävästä metsätaloutta. Yhteismetsän omistavat sen osakaskiinteistöt, joiden omistajat saavat tuloa ylijäämästä osinkoina yhteismetsäosuuksien mukaan. Yhteismetsä maksaa tuloistaan veroa 28 prosenttia, mutta osakkaille osinkotulot ovat verovapaata tuloa. Yhteismetsillä on luonnollisen henkilön, kuolinpesän tai näiden muodostaman yhtymän tavoin ominaiset vähennysoikeudet. Vähennysoikeudet on määritelty tuloverolaissa. Yhteismetsä tekee tilikaudelta vain yhden veroilmoituksen, joka on tehtävä neljän kuukauden sisällä tilikauden päätyttyä (Havia 2012, 9.)

Yhteismetsälaki (109/2003) ohjaa yhteismetsien käytön ja hallinnon. Yhteismetsien muodostamista ja kiinteistön liittämistä yhteismetsiin ohjaa kiinteistölaki (554/1995). Näiden lakien lisäksi metsätalousmaiden käyttämiseen ja hoitamiseen sovelletaan metsälakia (1093/1996). (Metsätalouden kehittämiskeskus Tapio 2013.)

Yhteismetsän korkein päättävä elin on osakaskunnan kokous. Yhteismetsälaki säättää osakaskunnan kokouksessa päätettävistä asioista. Osakaskunnan muo-

dostavat osakaskiinteistöjen omistajat. Osakaskunta voi saada nimiinsä oikeuksia ja tehdä sopimuksia tehtävien suorittamiseksi, jotka ovat yhteismetsälaissa määritelty. Tällöin osakaskunta on yksityisoikeudellinen oikeushenkilö (Havia 2012, 20–21.)

Osakaskunta valitsee henkilöt hoitokuntaan, jonka tehtävänä on valmistella osakaskunnan kokoukset ja kokouksen koolle kutsumiset sekä kokouksien päätösten täytäntöönpanojen toteuttaminen. Lisäksi hoitokunta huolehtii yhteismetsän käytännön toiminnasta. Hoitokunnan tavoin tehtävien hoitamiseen voidaan valita toimitsija (Metsäntutkimuslaitos 2011.) Hoitokunnan jäsen tai varajäsen voidaan vapauttaa toimestaan, mikäli henkilö ei nauti osakaskunnan luottamusta. Muutoin hoitokunnan jäsenten toimikausi säädetään ohjesäännössä (Havia 2012, 22–23.)

Yhteismetsillä on oltava osakaskunnan hyväksymä metsäsuunnitelma, joka on hankittava pian toiminnan käynnistämisestä (Havia 2012, 18). Metsäsuunnitelman hankkimisen hoitaa hoitokunta ja sen on sisällettävä metsälain 4 a §:ssä säädettyt asiat (Havia 2012, 38). Yhteismetsään liitettävien alueiden metsäsuunnitelmista tarkistetaan niiden voimassa olo ja toimenpide-esitysten vastavuus ohjesääntöjen linjauksiin. Osakaskunnan kokouksessa hyväksytty metsäsuunnitelma toimitetaan metsäkeskukselle (Havia 2012, 18.)

Metsäsuunnitelmat yhteismetsissä laaditaan normaalisti 10 vuodeksi, mutta poikkeuksena ovat Pohjois-Suomen 15 vuoden ja Ylä-Lapin 20 vuoden metsäsuunnitelmat. Kuitenkin metsäsuunnitelmia voi laatia pitemmäksikin ajaksi, jos toimenpidetietojen, uusien toimenpide-ehdotusten ja puuston vuotuisen kasvun päivittämisestä huolehditaan. Vaikka metsäsuunnitelma on yhteismetsällä pakollinen, kuitenkin toimenpide-ehdotuksista voidaan poiketa erityisistä syistä, kuten esimerkiksi luonnontuhojen aiheuttamien korjuutöiden vuoksi. Luonnontuhojen myötä vuosittaisesta hakkuusuunnitteesta voi tulla normaalista poikkeava (Havia 2012, 38.)

Yhteismetsissä voidaan käyttää muuhunkin tarkoitukseen kuin metsätalouden harjoittamiseen, kun se on taloudellisesti tai muutoin tarkoituksenmukaista. Muita käyttötarkoituksia on esimerkiksi rakentamis- ja virkistyskäyttö. Virkistyskäytössä yleistä on metsästysoikeuksien vuokraus. Lisäksi tarkoituksena voi olla maa-aineksen otto tai suojele (Havia 2012, 35.)

Vuonna 2003 tuli muutos yhteismetsälakiin, joka mahdollisti uusien yhteismetsien perustamisen ilman viranomaisaloitetta. Tämä on helpottanut uusien yhteismetsien perustamista (Maa- ja metsätalousministeriö 2003.) Vuonna 2011 uusia yhteismetsiä on perustettu lisää noin 42 kappaletta ja vuoden 2012 aikana 30 kappaletta (Hänninen & Sevola 2010).

Suomessa on tällä hetkellä 257 kappaletta yhteismetsää, joiden pinta-ala on noin 564 000 hehtaaria. Yhteismetsät kattavat metsänomistuksesta noin neljä prosenttia. Suurimmat yhteismetsät sijaitsevat Koillismaalla. Kuusamon yhteismetsä on suurin yhteismetsä, pinta-alaltaan noin 85 000 hehtaaria (Metsätalouden kehittämiskeskus Tapio 2013.) Kurjen, Mutasen, Mikkolan, Leppäsen ja Hännisen (2012) mukaan vuoden 2011 yhteismetsien puunmyyntimäärät vaihteli 200 kuutiometristä 100 000 kuutiometriin ja keskiarvo oli 7 950 kuutiometriä.

2.3 Yhteismetsä puukauppaosapuolena

Yhteismetsät tekevät säännöllisesti vuosittain puukauppoja toimialueellaan, etenkin suurehkojen yhteismetsien toiminnassa on vuosittaiset hakkuusuunnitteet. Yhteismetsien puukaupat eivät juuri eroa yksityismetsänomistajien puukaupoista. Yhteismetsien puukauppojen kertamäärät puunmyynnissä ovat yksityismetsäomistajaan nähden huomattavasti suuremmat. Tämä tekee säännöllisten kauppojen kanssa yhteismetsät puunostajille kannattavaksi puukauppa-kumppaniksi. Näiden lisäksi etuja yhteismetsien puukaupoista löytyy muun muassa puunkorjuun puolelta, jossa etenkin korjuukustannusten pieneneminen hakattavien leimikkojen suuren pinta-alan ja läheisen sijainnin myötä, jolloin vähenevät korjuukoneiden siirroista syntyvät kulut. Puunkorjuuta helpottaa yleisesti myös hyvä tieverkosto yhteismetsän alueella.

Yhteismetsät ovat yleensä perustettu yksityismetsänomistajien tiluksista. Muutamat metsäyhtiöitä ja metsähallitus ovat lähteneet mukaan yhteismetsätoimintaan perustamalla omistamilleen maille yhteismetsiä. Valtion Etelä-Suomen metsistä yhdessä yksityismetsänomistajien metsien kanssa on perustettu oma yhteismetsä. Valtion metsiä on käytetty tukena yksityismetsänomistajien liittymiselle perustettavaan yhteismetsään, kuitenkin valtion omistusosuus pysyy alle puolessa ja lisäksi se pidättäytyy yhteismetsien toiminnallisesta vastuusta. Met-

sähallitus myy asteittain omistusosuuksiaan yksityisille metsänomistajille. Tällaiset metsähallituksen yhteismetsiä on vasta muutama Suomessa (Pouta, 2011.)

Lisäksi toimintaan on mukaan tullut metsänhoitoyhdistysvetoiset yhteismetsät, joita on ensimmäisinä perustettu Päijät-Hämeen ja Pohjois-Karjalan metsänhoitoyhdistysten alueille.

Metsäteollisuuden puolelta muun muassa UPM ja Metsä Group tarjoavat palveluissaan mahdollisuutta yhteismetsäosakkuuteen liittämällä metsiä. Näillä yhteismetsillä on puun etuosto-oikeudet ja metsäpalvelusopimukset perustajayrityksen kanssa. UPM on perustanut neljä yhteismetsää Suomeen, jotka sijaitsevat Itä-Suomessa, Keski-Suomessa, Länsi-Suomessa ja Pohjanmaalla (UPM Metsämaailma, 2013.)

3 Puukauppa

3.1 Puukauppamuodot

Puukauppatapoja Suomessa on pysty-, hankinta-, toimitus- tai käteiskauppa. Yleisimmin metsäteollisuudelle puutavara ostetaan pystykaupalla, jossa puunmyyjä tekee metsänhakkuusopimuksen puunostajan kanssa. Tässä sopimuksessa myydään hakkuuoikeus rajatuille metsikkökuviolle. Metsänhakkuusopimuksella puunostaja vastaa metsän hakkaamisesta ja puiden kuljettamisesta lähikuljetuspaikalle ja siitä eteenpäin teollisuuden käyttöön. Pystykaupassa voi olla erityyppisiä hakkuukohteita, jokaisen kohteen hinnoittelun ohjaa hakkuutapa. Uudistushakkuut ja harvennukset maksetaan erikseen, lisäksi hinnoitteluun vaikuttaa korjuuajankohta (Airaksinen 2008, 366.)

Kauppasopimuksessa arvioidaan myös hakattava puumäärä puutavaralajeittain. Hakkuusopimuksessa määritellyt puumäärät ovat vain ohjeellisia, tämän pohjalta puunostaja maksaa ennakkomaksun kaupasta puunmyyjälle. Puutavaralajimäärät arvioidaan kuvioita leimattaessa. Leimauksen voi tehdä metsänomistaja itse tai puunostaja. Puiden omistus siirtyy ostajalle puita kaadettaessa. Kauppa-

sopimuksessa sovitaan lisäksi puunkorjuuseen liittyvät kohdat kuten esimerkiksi puun mitta- ja laatumääritelmät, korjuuajan päättymispäivä, korjuumenetelmästä ja maksuaikataulusta (Räsänen 2010.)

Hankintakaupassa puunmyyjä sitoutuu toimittamaan ennakkoon sovitun mitta- ja laatuvaatimuksen mukaisia puutavaralajeja puunostajalle. Puunmyyjä toimittaa puut varastopaikalle tien varteen. Varastopaikan tulee sijaita kaukokuljetuskelpoisen tien varrella. Hakatut puut toimitetaan varastopaikalle sovittuun aikaan mennessä. Hakattu puuerä mitataan joko tienvarressa tai tehtaalla. Mittausmenetelmästä päätetään jo hankintasopimuksen teon yhteydessä (Metsäteollisuus ry 2013.)

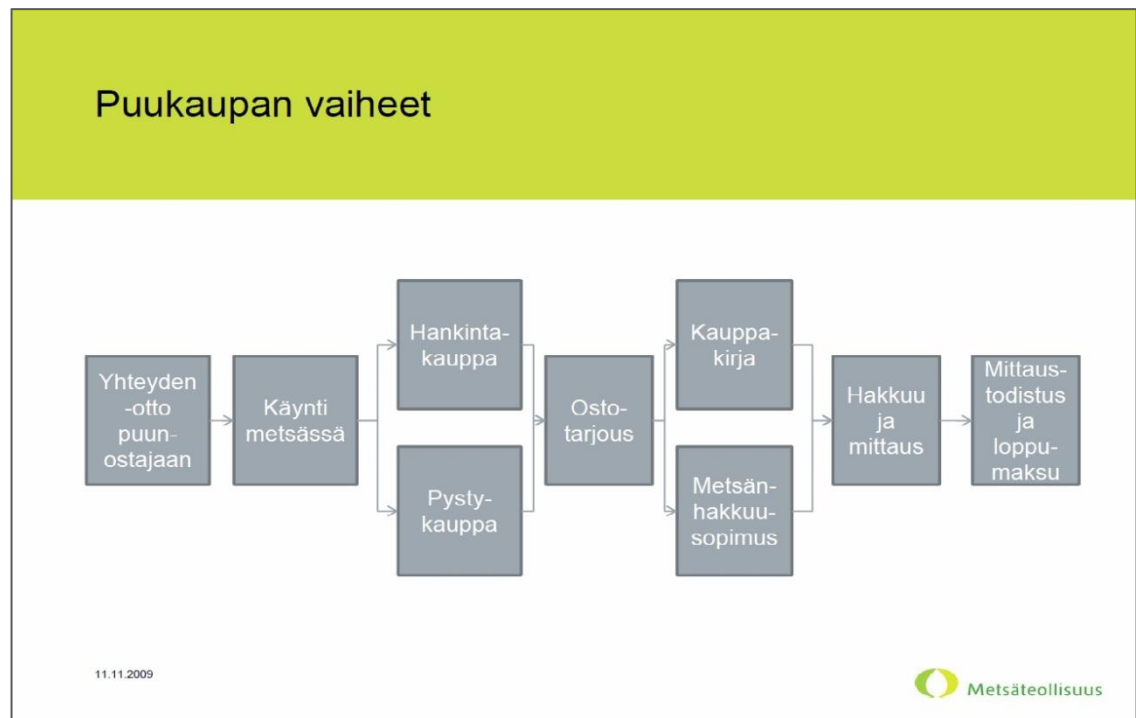
Käteiskaupassa tehdään kauppa puuerästä, jonka puunmyyjä on tehnyt valmiiksi varastopaikalle. Ennen puiden hakkuuta on puunmyyjällä oltava ennakkoon tiedossa tarvittavat apteeraustiedot, laatuvaatimukset ja toimitusajat (Räsänen 2010.)

Toimituskaupassa puunmyyjä toimittaa puutavaran ostajan nimeämään paikkaan ja vastaa kaikista toimitukseen liittyvistä kustannuksista. Metsähallitus tekee puukaupat tällä kauppataavalla. Yksityisten metsäomistajien toimituskaupat ovat vähäisiä (Räsänen 2010.)

3.2 Puukaupan prosessi

Puukaupan prosessi käynnistyy yleensä puunmyyjän tai ostajan yhteydenotolla (kuva 1). Puunmyyjää voi edustaa myös paikallinen metsänhoitoyhdistys. Yhteydenoton jälkeen käydään metsässä arvioimassa hakattavan puuston määrä. Puun ostaja tekee arvionsa perusteella puunmyyjälle ostotarjouksen. Hyväksytyt ostotarjouksen jälkeen tehdään metsänhakkuusopimus, jossa sovitaan kaupan ehdoista, muun muassa käytettävät puutavaralajien mitta- ja laatuvaatimukset, puutavaralajien hinnoittelu, korjuun aikamääreistä.

Sopimuksen allekirjoittamisen myötä maksetaan puunmyyjälle ennakkomaksu puukaupasta sekä voidaan aloittaa hakkuut. Hakkuiden jälkeen tehdään mittausodistus ja maksetaan toteutuneen hakkuun perusteella loppumaksu (Räsänen 2010.)



Kuva 1. Puukaupan vaiheet. Metsäteollisuus ry 2011.

3.3 Puukauppaan vaikuttavat tekijät

Katsottaessa kenen tahansa toimijan näkökulmasta puukaupan syntymisen syytä, yleisin syy on puun senhetkinen hinta. Yksityismetsänomistajien mielestä tukkipuun hinnan jälkeen metsähoidolliset syyt ja hakkuumahdollisuudet vaikuttivat eniten puukaupan syntymiseen. Lisäksi viime aikoina myrskyt ovat vaikuttaneet kaupan syntyyn erittäin paljon. Vähiten kaupantekoon vaikuttaa muiden kokemukset ja mielipiteet puukaupoista (Kurki ym. 2012.)

Muiden metsänomistajien, johon kuuluvat yhteismetsä, valtio, kunta, seurakunta ja yhtiö, puukaupan syntyyn vaikuttavia syitä Kurjen ym. (2012) mukaan ovat sen hetken tukki- ja kuitupuun myyntihinnat sekä metsanhoidolliset syyt. Yksityismetsänomistajista poiketen muiden metsänomistajien tärkeänä syynä oli kuitupuun myyntihetken hinta. Tämä syy tulee esille, koska muiden metsänomistajien ryhmälle on tärkeää saada puun myynnistä mahdollisimman paljon tuloa.

Puunostajien arviot puunmyyjien puunmyyntisistä tukkipuunhinnan jälkeen kokemukset aiemmista kaupoista ja odotukset hintakehityksestä poikkeavat sel-

västi verrattuna muiden kertomiin syihin (Kurki ym. 2012.) Puunostajien kertomat syyt kaupan syntymiselle ovat vain arvioita, jolloin niiden todenperäisyyttä on vaikea todeta oikeiksi.

3.4 Puukaupan ongelmat nykyään puunostajan näkökulmasta

Puunostajat olivat Kurjen ym. (2012) mukaan tyytymättömmimpiä puukaupan toimivuuteen vuonna 2011. Puunostajilta kysyttäessä puukaupan toimivuuden heikentymiseen vaikuttaa yleisesti ottaen vaihtelu hinnoissa, tarjonnassa ja kysynnässä. Taannoisten hintapiikkien ja verohelpotusten vaikutus näkyy edelleen puukaupassa (Kurki ym. 2012.) On todennäköistä, että puunmyyjien muistissa on muun muassa vuoden 2008 puun hintapiikit ja toiveet samoista hinnoista vaikuttaisi puunmyyntiaktiivisuuteen.

Kurjen ym. (2012) mukaan puunmyyjät koettiin puunostajien mielestä haluttomiksi myymään puuta, tämän arveltiin johtuvan siitä, ettei metsäomaisuus ole tulonlähteenä tärkeä. Lisäksi puunmyyjien katsottiin odottavan sopivaa myyntiajankohtaa. Metsänhoitoyhdistysten vaikutuksia tutkittaessa tulokset olivat täysin vastakkaiset. Puunostajat kokivat metsänhoitoyhdistykset Kurjen ym. (2012) mukaan puumarkkinoita häiritseviksi, niiden toiminnan heterogeeniseksi ja läpinäkymättömäksi. Yksityismetsänomistajien mielestä metsänhoitoyhdistysten aktiivisuuden ja asiantuntevuuden koettiin lisänneen markkinoiden toimivuutta.

3.5 Puukaupan ”uudet tuulet”

Metsäntutkimuslaitos on tuonut vuodesta 2011 lähtien kantohintaindeksin maa- ja metsätalousministeriön perustaman puumarkkinatyöryhmän toimeksiannosta raakapuun hintakehityksen seurantaan sekä puun hinnoittelun apuvälineeksi. Kantohintaindeksissä kuvataan pääpuutavaralajeittain hintakehitystä koko Manner-Suomen alueella ja ne perustuvat Metsäteollisuus ry:n jäsenyritysten puukauppatietoihin. Metsäntutkimuslaitos tekee kantohintaindeksit joka kuukausi, kun puukaupan kuukausitilasto ilmestyy (Peltola & Aarne 2011.)

Puuteollisuuden puunoston yritykset pyrkivät vastaamaan puunmyyjien tarpeisiin kehittämällä jatkuvasti toimintaansa ja samalla saamaan asiakkaita pitkälle aikavälille. Puunostoyritykset kiinnittävät asiakkaita oman toiminnan piiriin sopimusasiakkuuksilla, joissa metsänomistajalle tarjotaan kaikki palvelut saman toimijan kautta. Sopimusasiakkuuksilla voidaan tehdä kauppaa helpommin ja tasaisemmillä aikaväleillä. Stora Enso Oyj on ottanut käyttöön uuden sopimusasiakkuuskauppatavan, Premiumin (ks. 3.6 Stora Enso Metsän Tähtiasiakkuus ja Premium-puukauppalvelu). Tällä kauppatavalla Stora Enso Metsä pystyy vastaamaan puunmyyjien toiveisiin puun hinnanvaihtelun tasaamisessa (Kurki ym. 2012).

Kurjen ym. (2012) tutkimuksessa on kysytty puunmyyjiltä ja -ostajilta kehittämiskohteita puukaupassa. Kehittämiskohteita esille tuli metsänomistajien ikärakenteessa, metsätalouden tuissa ja veropolitiikassa. Seuraavana varmana uutena läpimurtona Kurjen ym. (2012) tutkimuksen mukaan pidetään sähköistä puukaupankäyntiä, jonka arvellaan lisääntyvän 5–10 vuoden kuluttua. Sähköisen puukaupankäynnin katsotaan parantavan puukaupan tiedon laatua, kilpailullisuutta puukaupamarkkinoilla ja tehostavan toimintaa. Sähköisen puukaupan tulisi vastaajien mielestä olla toimiva molemmille osapuolille eikä vain olla puunmyyjien tarjontapaikka. Puunostajilta odotetaan sähköisessä puukaupankäynnissä tuovan esille heidän tarvitsemiaan puutavaralajeja, joihin puunmyyjät voisivat tarjota leimikoitaan (Kurki ym. 2012.)

Tällaisen sähköisen verkkopalvelun ensimmäisenä markkinoille on tuonut metsänhoitoyhdistykset yhdessä maa- ja metsätaloustuottajain keskusliiton kanssa. Puumarkkinat.fi -verkkopalvelu toimii puukaupan markkinapaikkana, jossa metsänhoitoyhdistyksien valtakirjakaupoilla myytävät kohteet esitellään palveluun rekisteröityneille puunostajille. Verkkopalvelusta näkee myös metsäntutkimuslaitoksen ylläpitämät aluekohtaiset puun keskihinnat. Myyntikohteiden lisääminen palveluun tapahtuu metsänomistajan suostumuksella. Puumarkkinat.fi -verkkopalvelu on aloittanut toimintansa 2013 keväällä, eikä sen takia ole vielä koko maan kattavassa käytössä. Puunostajia palvelussa on tällä hetkellä jo 36 kappaletta ja metsänhoitoyhdistyksiä 46 kappaletta. Ainoastaan Lapin alueelta puuttuu tällä hetkellä kohteita. Verkkopalvelussa mahdollistuu jatkossa myös metsänomistajien omatoiminen myyntikohteiden lisääminen ja kilpailuttaminen. Kyseisellä verkkopalvelulla pyritään lisäämään puumarkkinoiden toimivuutta ja

avoimuutta sekä vähentää syntyviä kustannuksia sekä ostajalta että myyjältä (Puumarkkinat.fi -verkkopalvelu, 2013.)

3.6 Stora Enso Metsän Tähtiasiakkuus ja Premium-puukauppapalvelu

Tähtiasiakkuus on kohdennettu kaikille metsänomistajille. Tähtiasiakkaissa aktiivinen metsänomistaja hyötyy palvelusta paljon. Etuina on muun muassa metsänhoitotöistä saatava alennus, kampanjatarjoukset ja asiakastapahtumat sekä hinnantarkistuksen. Hinnantarkistuksessa turvataan asiakkaalle ajantasainen hinta puutavaralajeille. Jos puunmyynnin jälkeen puutavaralajien alueelliset keskihinnat nousevat seuraavana vuonna, niin asiakkaalle maksetaan parempaa hintaa myymästä puusta (Stora Enso Metsä 2013a.)

Tähtiasiakkuudessa suoralla kaupalla myytävistä puista saadaan kahdenlaista hyötyä. Jättämällä osan puukaupan maksuista Tähtitilille, niin seuraavalle puukaupalle maksetaan bonusta. Toinen hyöty tulee Tähtitiliin jätetystä puukaupan maksusta. Kun osan myyntituloista asiakas sijoittaa Tähtitilille, sijoitukselle saa viiden prosentin kiinteän koron. Tähtitilissä voimassaoloaika sovitaan asiakkaan kanssa 1–5 vuodeksi kerrallaan, jonka jälkeen sopimusta voi jatkaa, kuitenkin sen voi lopettaa halutessaan. Tähtitilistä asiakkaalle ei tule lainkaan tilin hallinnointikuluja (Stora Enso Metsä 2013a.)

Premium-puukauppapalvelussa hinta sidotaan Metsäntutkimuslaitoksen ylläpitämään kantohintaindeksiin, jolloin puun hinta pysyy sopimusajan tasaisena ja oikeudenmukaisena. Kantohintaindeksi on jokaisella puutavaralajilla yksilöllisenä hinnan kertoimena. Premium-puukauppapalvelussa puunmyyjä voi halutessaan itse vaikuttaa kaupan maksujen aikaväliin. Tällä kauppataivalla puunmyyjä voi saada hyödynnettyä maksujen tasaisuutta verotuksessa (Stora Enso Metsä 2013b.)

4 Opinnäytetyön tausta ja tavoitteet

Stora Enso Metsän palveluksessa on noin 284 henkilöä. Oston hankintaesimiehiä näistä on 227 henkilöä, joista yhteismetsien kanssa puukauppaa tekeviä oston hankintaesimiehiä neljällä hankinta-alueellaan on noin 60 henkilöä (Kärhä K. 2013a.) Stora Enso Metsällä on tällä hetkellä noin 160 yhteismetsäkumppania, joiden kanssa oston hankintaesimiehet toimivat metsäsektorilla. Vuonna 2012 oston hankintaesimiehet ostivat puuta yhteismetsiltä noin 200 000 kuutiometriä (Kärhä K. 2013b.)

Tutkimus on osa Stora Enso Metsän yhteismetsiä koskevaa kokonaisvaltaista tutkimusta, jossa on lisäksi mukana Itä-Suomen yliopiston opiskelijan Lauri Hyytiäisen tutkimus yhteismetsien puukaupallisesta toiminnasta.

Tutkimuksellisen opinnäytetyön tarkoituksena oli tutkia, millaisia näkemyksiä Stora Enso Metsän oston hankintaesimiehillä on yhteismetsistä puukauppakumppaneina. Yhteismetsien määrän kasvamisen myötä on odotettavissa myös kasvua puukauppojen määrässä yhteismetsien kanssa. Opinnäytetyön tulosten avulla etsin keinoja parantaa kaupankäynnin eri osa-alueita yhteismetsien kanssa.

Tutkimuksessa käytetty aineistonkeruumenetelmänä oli haastattelu. Haastattelussa käytetyn haastattelurungon kysymykset laadittiin yhdessä Stora Enso Metsän kehityspäällikön Kalle Kärhän kanssa.

5 Tutkimusaineisto ja menetelmät

5.1 Tutkimusmenetelmä

Opinnäytetyön tutkimusmenetelmä on kvalitatiivinen tutkimus. Kvalitatiivinen eli laadullinen tutkimus on ihmisen ja hänen elämän tutkiminen erilaisten käytänteiden, lähestymistapojen ja aineistonkeruu- ja analyysimenetelmiä apuna käyttäen (Hirsjärvi & Hurme 2000, 16). Laadullisessa tutkimuksessa pyritään pitävyytensä otannan melko pienessä määrässä, jota pyritään analysoimaan mahdol-

lisimman perusteellisesti (Eskola & Suoranta 2000, 18). Tämä tukee myös tämän tutkimuksen tutkimusstrategian valintaa haastateltavien vähäisen määrän myötä, jolloin aineiston laatu on määrää tärkeämpi. Laadullisessa tutkimuksessa pyritään kuvaamaan jotain tapahtumaa ja ymmärtämään toimintaa tai teoreettisesti sopivasti tulkita ilmiötä (Eskola & Suoranta 2000, 61). Kvalitatiivisen tutkimuksen tuloksena saadaan yksinkertaisesti sanottuna kuvailevaa ei-numeraalista tietoa.

Tutkimusmenetelmän valintaa tukee tutkimusongelmassa esille tuleva ihmisten kokemusten tutkiminen. Tutkimuksen tiedonhankintastrategiana käytin tapaus-tutkimusta, jonka tutkimuskohteena olivat Stora Enso Metsän oston hankinta-esimiehet. Haastateltavat otin satunnaisotannalla Stora Enso Metsän rekisteristä niin, että otanta kattoi jokaiselta neljältä hankinta-alueelta oston hankintaesimiehiä. Tapaus-tutkimuksessa tapaus voi olla esimerkiksi yksittäinen yksilö, ryhmä tai joukko. Tämän tutkimuksen tapaus on joukko, josta pyrin koostamaan tietoa monipuolisesti ja eri tavoilla. Tapaus-tutkimuksella pyrin ymmärtämään ilmiötä syvällisesti (Metsämuuronen 2008, 16–17.) Laadulliseen tutkimukseen voidaan soveltaa myös aineiston määrällistä analyysia (Eskola & Suoranta 2000, 164).

Tapaus-tutkimuksessa etsitään tapauksesta toisaalta yhtäläisyyksiä ja toisaalta erityispiirteitä ja jotain uniikkia. Tapaus ei ole yleisesti ottaen yleistettävissä tapaus-tutkimuksessa, mutta tutkijalla on mahdollisuus löytää yhdistäviä tekijöitä tapausten välillä (Staken 2005; Metsämuuronen 2008, 18.) Yleistyksiä ei ole mahdollista tehdä aineistosta suoraan. Yleistykset tehdään aineistosta saaduista tuloksista, jolloin aineiston kokoaminen nousee yleistettävyyden kriteeriksi. Haastateltavia valittaessa olisi suotavaa, että heillä olisi melko samanlainen kokemusmaailma ja, että he omaisivat tutkimusongelmasta tekijän tietoa sekä olisivat kiinnostuneita tutkimuksesta (Eskola & Suoranta 2000, 66.) Tämän tutkimuksen tapausjoukolta löytyy kaikkia edellä mainittuja kriteerejä.

5.2 Aineiston hankinta ja analysointi

Opinnäytetyössä käytetty aineistonkeruumenetelmä oli haastattelu, jonka toteutin puhelinhaastatteluina. Haastattelulajina käytin pääosin strukturoitua haastat-

telua, jossa oli myös puolistrukturoituja kysymyksiä. Strukturoidulle haastattelulle on ominaista kysymysten sama muotoilu ja järjestys. Lisäksi haastatelluille on kysymyksissä vastausvaihtoehdot valmiina (Eskola & Suoranta 2000, 88.) Puolistrukturoitu haastattelu eroaa strukturoidusta haastattelusta kysymysten avoimuudessa. Haastateltava voi vastata kysymykseen omin sanoin (Eskola & Suoranta 2000, 88.)

Haastattelulajien valintaan vaikutti tutkimuksen tuloksien hyödyntämisen mahdollistaminen toimeksiantajan toimesta. Tämän tutkimuksen tulokset ovat kuitenkin osa isompaa kokonaisuutta (ks. 4 Opinnäytetyön tausta ja tavoitteet). Lisäksi opinnäytetyön aikataululliset tekijät vaikuttivat strukturoidumman haastattelun valintaan. Haastattelut toteutin puhelinhaastatteluina viikolla 15.

Haastateltavien joukko käsitti 20 Stora Enso Metsän oston hankintaesimiestä, jotka tekevät puukauppoja yhteismetsien kanssa ostoalueellaan. Haastattelun etuna Tuomen ja Sarajärven (2009, 73) mukaan on sen joustavuus. Haastattelun aikana haastattelijä voi selventää kysymystä tai toistaa sen, mikäli haastateltava ei ymmärrä kysymystä kunnolla.

Ennen varsinaisia haastatteluja tein kaksi koehaastattelua, joiden aikana huomasin muutaman parannusta tarvitsevan kohdan haastattelurungosta. Muutosten jälkeen lähetin haastattelurungon haastateltaville. Lähetin etukäteen haastattelussa käytettävän haastattelurungon (liite 1) ja saatekirjeen (liite 2), jotta he voivat tutustua kysymyksiin ennakkoon ja pohtia asioita etukäteen. Haastattelussa pyritään saamaan haastateltavalta mahdollisimman paljon tietoa tarvittavista kysymyksistä ja tätä edesauttaa kysymyksien ennakkotutustumisen mahdollisuus (Tuomi & Sarajärvi 2009, 73). Aineistonkeruumenetelmänä haastattelu antaa paremman edustavuuden tutkimukselle kuin, jos aineisto olisi kerätty pelkällä kyselylomakkeella (Hirsjärvi & Hurme 2000, 36.)

Haastattelut nauhoitin ja litteroin litterointiohjelmalla. Haastattelujen nauhoittaminen ei olisi ollut välttämätöntä, mutta sen avulla pystyin keskittymään paremmin itse haastatteluun, eikä tarvinnut käyttää haastattelun yhteydessä niin paljoa aikaa avointen vastausten kirjoittamiseen. Haastateltavat henkilöt olivat tiedettävästi kiireisiä ja sen vuoksi haastatteluaika tuli käyttää tehokkaasti hyödyksi. Lisäksi nauhoittamisen avulla haastateltavilta sain paremmin muistiin

suoria lainauksia, joita käytin tuloksissa antamaan lisää kuvaavuutta vastauksiin.

Haastattelujen aineisto oli pääosin jäsennetty jo haastattelurungossa, jolloin se vaihe jäi vain avoimien kysymyksien osalta tehtäväksi. Avoimiin kysymyksiin käytin määrällistä analysointitapaa, kvantifiointia. Avoimien kysymysten suppeahkoon aineistosta laskin tuotosten pituuksia ja luokittelin erilaisten pituuksien mukaan eri luokkiin (Eskola & Suoranta, 2000, 164.) Avoimien kysymyksien vastaukset ensin tyypittelin, jonka jälkeen ne ryhmittelin eri luokkiin. Tyypittelyssä apuna käytin värikoodausta, jolla sain helpommin tyypittelyt ryhmiteltyä eri luokkiin. Luokittelua tarvitsi osin tarkastella uudelleen useampaan otteeseen, ennen sopivien luokkien löytymistä. Tämän jälkeen laskin vastauslukumäärät luokittain ja siten sain vastausten frekvenssit. Valinnaisten kysymysten ja väittämien osalta aineistosta loin erilaisia kaavioita, joita täydensin haastateltavien suorilla lainauksilla. Suorat lainaukset toivat hyvin kuvaavuutta kaavioihin.

Saatuja tutkimustuloksia vertasin pohdintaosiossa osin metsäntutkimuslaitoksen tutkimukseen ”Puumarkkinoiden toimivuus ja kehittämiskohteet” (Kurki ym. 2012). Kyseisessä tutkimuksessa on kartoitettu eri toimijoiden näkemyksiä puumarkkinoiden toimivuudesta ja tulevaisuuden puukauppoihin kehitysehdotuksia. Tutkimus on toteutettu Internet-kyselyllä ja siihen on vastannut 1 249 henkilöä, joista 73 prosenttia on ollut yksityismetsänomistajia, seitsemän prosenttia muita puunmyyjiä, 11 prosenttia puunostajia ja 8 prosenttia edustajia eri asiantuntija- ja neuvontaorganisaatioista (Kurki ym. 2012.)

6 Tutkimuksen tulokset ja niiden analysointi

6.1 Taustatiedot

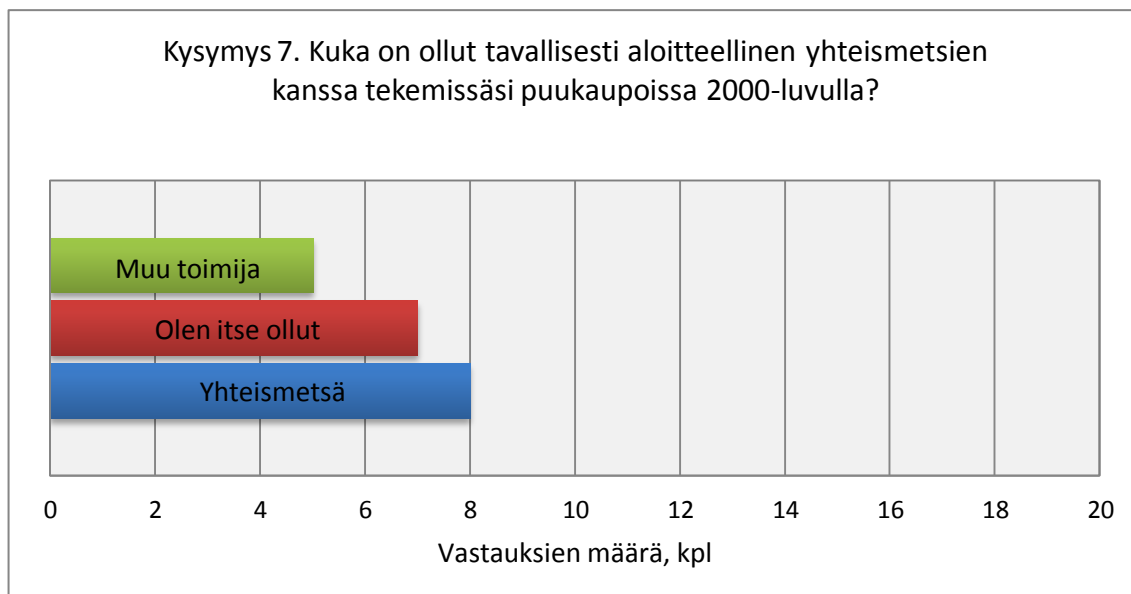
Tutkimuksen haastateltavien otanta jakautui neljälle hankinta-alueelle lähes tasan, Itä-Suomen ja Etelä-Suomen hankinta-alueilta oli haastateltavana neljä henkilöä, Länsi-Suomen hankinta-alueelta kolme henkilöä ja Pohjois-Suomen hankinta-alueelta kuusi henkilöä. Haastateltavien työkokemukset oston hankin-

taesimiehenä Stora Enso Metsällä olivat 2–29 vuoden välillä, keskiarvo työkokemuksissa on 8,7 vuotta.

Haastateltavat tekivät vuonna 2012 yhteensä 19 puukauppaa yhteismetsien kanssa, haastatelluista puukauppaa ei saanut tehtyä kahdeksan oston hankintaesimiestä. Puukauppojen määrä yhteismetsien kanssa oli keskimäärin vain yksi puukauppa oston hankintaesimiestä kohden. Keskimääräinen puukauppakoko 2012 oli 3 795 kuutiometriä, pienimmät ostetut puumäärät olivat vain 500 kuutiometriä ja suurimmat 12 400 kuutiometriä. Vuoden 2012 yhteismetsäpuukauppojen osuudet haastateltavien sen vuoden ostomäärästä vaihtelivat suuresti, suurimmat ostomäärät olivat lähes puolet vuoden ostomäärästä, 43 prosenttia ja pienimmät jäivät alle viisi prosenttiin. Keskiarvo vuoden ostomäärästä yhteismetsäpuukauppojen osuus oli 10,8 prosenttia.

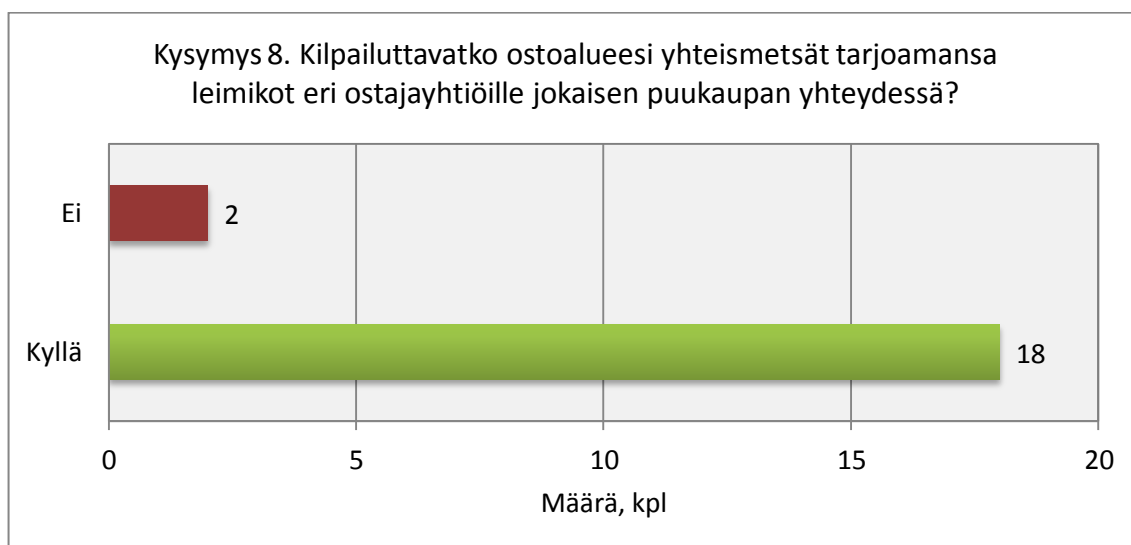
Haastateltavilta kysyttiin ostoalueensa yhteismetsien lukumäärää. Kokonaisuutena haastateltavat pystyivät kertomaan yhteensä 68 yhteismetsää. Yhteismetsien määrän arviointi tuotti osalle hankaluutta. Kun ostoalueen yhteismetsien määrä ylitti viiden, niin aivan täydellä varmuudella ei pystytty kertomaan lukumäärää. Lähivuosien uusien yhteismetsien perustamiset lisäsivät lukumäärän arvioinnin epävarmuutta. Suurin osa haastateltavista kertoi yhteismetsien lukumääräksi alle viisi kappaletta ostoalueellaan, neljännes haastateltavista kertoi määrän olevan yli viisi kappaletta.

Haastateltavien ostoalueiden yhteismetsien määrän keskiarvo oli 6,5 yhteismetsää. Haastateltujen vuonna 2012 tehtyjen yhteismetsäpuukauppojen määrä verrattuna ostoalueiden yhteismetsien määrään oli 28 prosenttia. Haastateltavia pyydettiin nimeämään ostoalueensa yhteismetsät, joiden kanssa oli tehnyt vuonna 2012 puukauppoja. Niillä, jotka eivät tehneet yhtään puukauppaa yhteismetsän kanssa vuonna 2012, kysyttiin kenen kanssa on ollut enemmän yhteyksissä viime aikoina. Haastatellut nimesivät ostoalueiltaan 25 yhteismetsää. Nimetyt yhteismetsät, joihin haastatellut olivat olleet enemmän yhteyksissä tai tehneet puukauppoja kattoi 37 prosenttia yhteismetsistä ostoalueilla.



Kuvio 1. Aloitteentekijänä toiminut osapuoli yhteismetsien kanssa tehdyissä puukaupoissa.

Haastateltavien tekemissä yhteismetsäpuukaupoissa kaupanteon aloitteellisuus jakaantuu tasaisesti oston hankintaesimiehen, yhteismetsän ja muun toimijan välillä (kuvio 1). Kahdeksan kahdestakymmenestä haastatelluista kertoi aloitteen tulevan yhteismetsän puolelta ja lähes saman määrän, seitsemän kahdestakymmenestä, aloitteen teon tapahtuvan oston hankintaesimiehen puolelta. Kuvion 1 muu toimija on metsänhoitoyhdistys, joka oli ainut toimija, jonka haastateltavat mainitsivat. Metsänhoitoyhdistyksen osuus haastatelluista aloitteen teossa oli viisi kahdestakymmenestä.

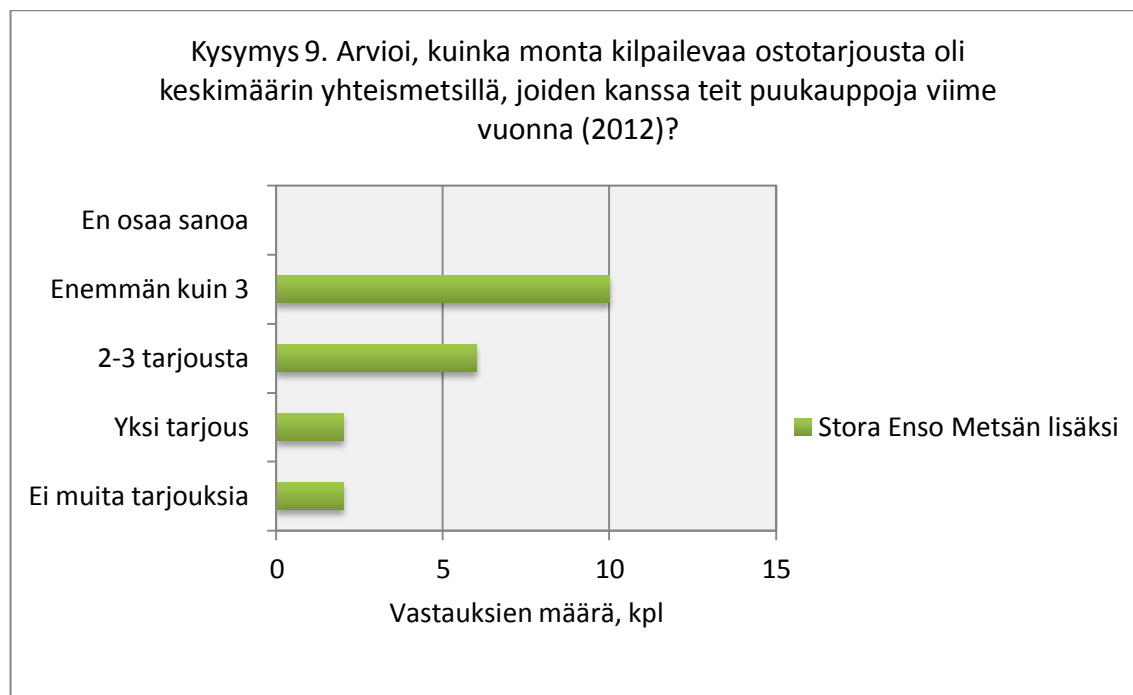


Kuvio 2. Yhteismetsien tarjoamien leimikkojen kilpailutus eri ostajayhtiöille.

Haastateltavien mukaan lähes kaikki yhteismetsät pyytävät kilpailevia ostotarjouksia tarjoamistaan leimikoista jokaisen puukaupan yhteydessä eri ostajayhtiöille.

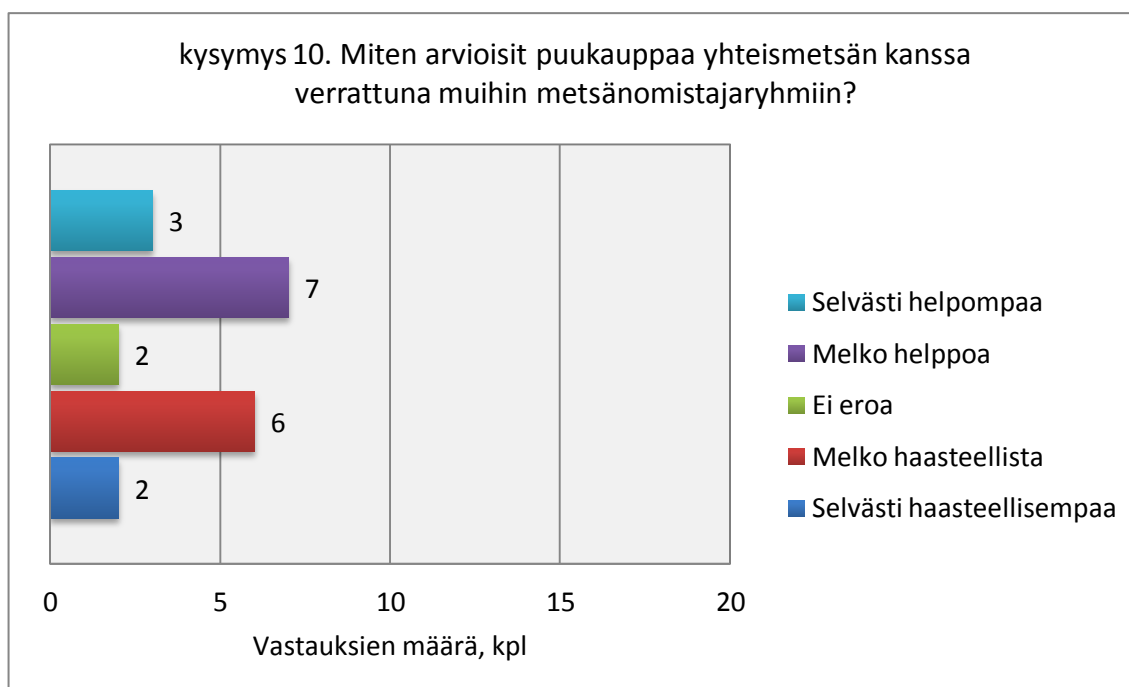
tä (kuvio 2). Yhteismetsät itse kilpailuttavat tai kilpailutus tulee metsänhoitoyhdistyksen kautta.

Kuviosta 2 huomataan, että vain kahden oston hankintaesimiehen mukaan os-
toalueensa yhteismetsät eivät pyydä kilpailevia ostotarjouksia muilta ostajayh-
tiöiltä. Tämä johtui suorasta puukaupasta yhtiölle.



Kuvio 3. Kilpailevien ostotarjousten määrä.

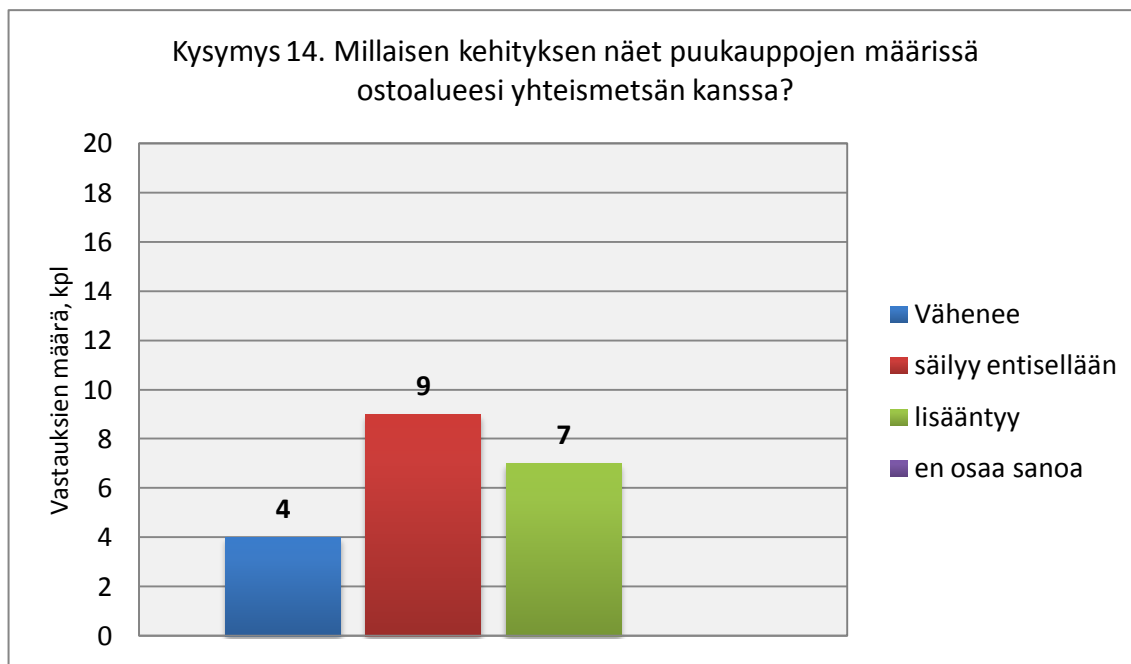
Kuviosta 3 nähdään kilpailevien ostomäärien jakaantuminen Stora Enso Metsän oman tarjouksen lisäksi. Puolet haastatelluista kertoi kilpailevien tarjouksien määrän olevan enemmän kuin kolme tarjousta. Kolmannes, kuusi henkilöä, kertoi kilpailevien tarjousten määräksi 2–3 tarjousta. Vaihtoehtoihin ”yksi tarjous” ja ”ei muita tarjouksia” molempiin tuli kaksi vastausta. Kilpailevien ostotarjousten määrään vaikutti alueella toimivien sahojen määrä sekä kilpailevien ostoyrityksien. Lisäksi tarjouksien määrään vaikutti yhteismetsän tarjoaman leimikon rakenne. Kun tarjous oli niin sanottu Tukkipuu-leimikko, niin tarjouksia oli enemmän kuin pelkissä kuitupuu-leimikoissa.



Kuvio 4. Yhteismetsän kanssa tehtävien puukauppojen haasteellisuus verrattuna muihin metsänomistajaryhmiin.

Kuviosta 4 huomataan, että haastatelluista kolmen mielestä puukauppa yhteismetsien kanssa on selvästi helpompaa verrattuna muihin metsänomistajaryhmiin ja seitsemän mielestä melko helppoa. Puukaupan yhteismetsän kanssa helpoksi teki haastateltujen mukaan yhteismetsän asiantuntemus puukaupassa ja siihen liittyvissä asioissa, jolloin asioiden hoitaminen on helppoa. Haastatelluista eräs kommentoi vastaustaan seuraavasti: *”asiat ovat tuttuja, ei tarte yhtään tankata, että mistä tässä on kysymys.”*

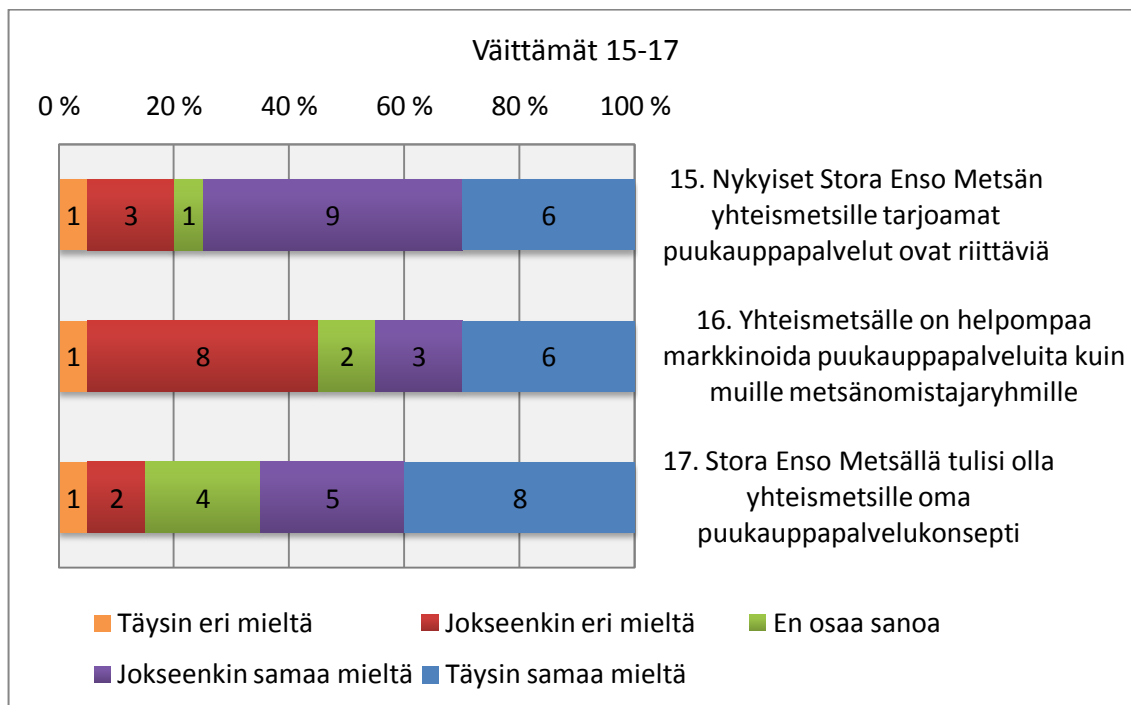
Kaksi haastateltavaa arvioi, ettei puukaupanteko eroa muista metsänomistajaryhmistä. Tähän vastannut oston hankintaesimies sanoi seuraavasti: *”Asiamiehen kanssa asioiminen on kuin tavallisen metsänomistajan kanssa asioimista”*. Haastatelluista kuusi arvioi puukaupan yhteismetsän kanssa melko haasteelliseksi ja kaksi selvästi haasteellisemmaksi. Haasteellisuutta puukauppaan toi haastateltujen mukaan leimikkojen tiukka kilpailutus ja sen hinnoittelu. Tulosten keskiarvo on 3,2.



Kuvio 5. Puukaupparamäärien arvioitu kehitys ostoalueella yhteismetsien kanssa.

Haastateltujen arviot puukauppojen määrien kehityksessä ostoalueensa yhteismetsien kanssa tulee esille kuviosta 5. Suurimmassa osassa määrä pysyy entisellään tai mahdollisesti kasvaa. Haastatelluista yhdeksän kahdestakymmenestä arvioi puukauppojen määrän säilyvän ennallaan tulevaisuudessa. Seitsemän kahdestakymmenestä haastatelluista arvioi puukauppojen yhteismetsien kanssa lisääntyvän ja vastaavasti neljä kahdestakymmenestä arvioi määrän vähenevän. Määrän kasvua haastateltavat perustelivat uusien yhteismetsien perustamisilla ostoalueelle tai yhteismetsän hakkuumahdollisuuksien kasvulla.

6.2 Väittämien tulokset



Kuvio 6. Väittämien 15–17 tulosten jakautuminen.

Kuviosta 6 nähdään haastateltujen vastausten jakautuminen väittämiin 15–17. Väittämän 15 mukaan suurin osa haastatelluista koki palvelujen olevan riittäviä. Haastatelluista yhdeksän henkilöä, oli jokseenkin samaa mieltä ja kuusi täysin samaa mieltä väittämän kanssa. Kuitenkin neljännes haastateltavista toivoi puukauppapalveluihin vielä jotain täydennystä. Näistä jokseenkin eri mieltä oli haastatelluista kolme ja täysin eri mieltä yksi henkilö.

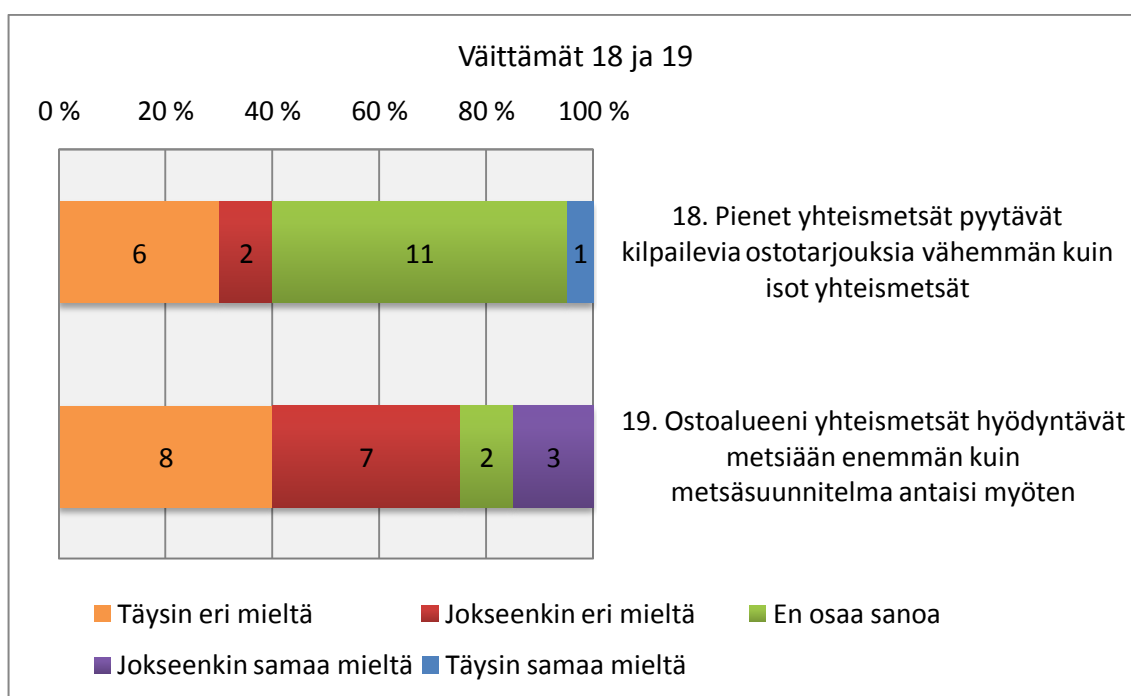
Väittämässä 16 tulokset jakoutuivat siten, että kahdeksan haastateltua oli jokseenkin eri mieltä ja yksi täysin eri mieltä. Metsänhoitoyhdistyksen vahva rooli puukaupassa koettiin vaikeuttavan markkinointia. Täysin samaa mieltä haastatelluista oli kuusi ja jokseenkin samaa mieltä kolme henkilöä. Kaksi haastatelluista ei osannut sanoa eroa, kummalle olisi helpompaa markkinoida puukauppapalveluita.

Haastatelluista 13 kannattaa yhteismetsille oman puukauppapalvelukonseptin perustamista (kuvio 6). Haastatelluista kahdeksan oli täysin samaa mieltä ja viisi jokseenkin samaa mieltä. Erään haastatellun kommentti väittämään oli, että: *”Yhteismetsät myy keskimääräistä suurempia leimikoita, niin kuuluisivat olla vähän eri karsinassa mitä nämä pienemmät myyjät.”* Väittämässä haastatel-

luista kaksi oli jokseenkin eri mieltä ja yksi täysin eri mieltä. Lisää oston hankintaesimiesten kommentteja väittämiin.

”Yhteismetsä on iso toimittaja, niin minä toivoisin, että hinnoittelussa voitaisiin yhteismetsää kohtaan tarjota selvästi parempia hintoja kuin normaalisti. Oma konsepti pitäisi olla.”

”Menee eläminen vaikeaksi, jos kaikille asiakasryhmille pitää olla omanlaisensa konsepti. Kauppa on kuitenkin kauppaa.”

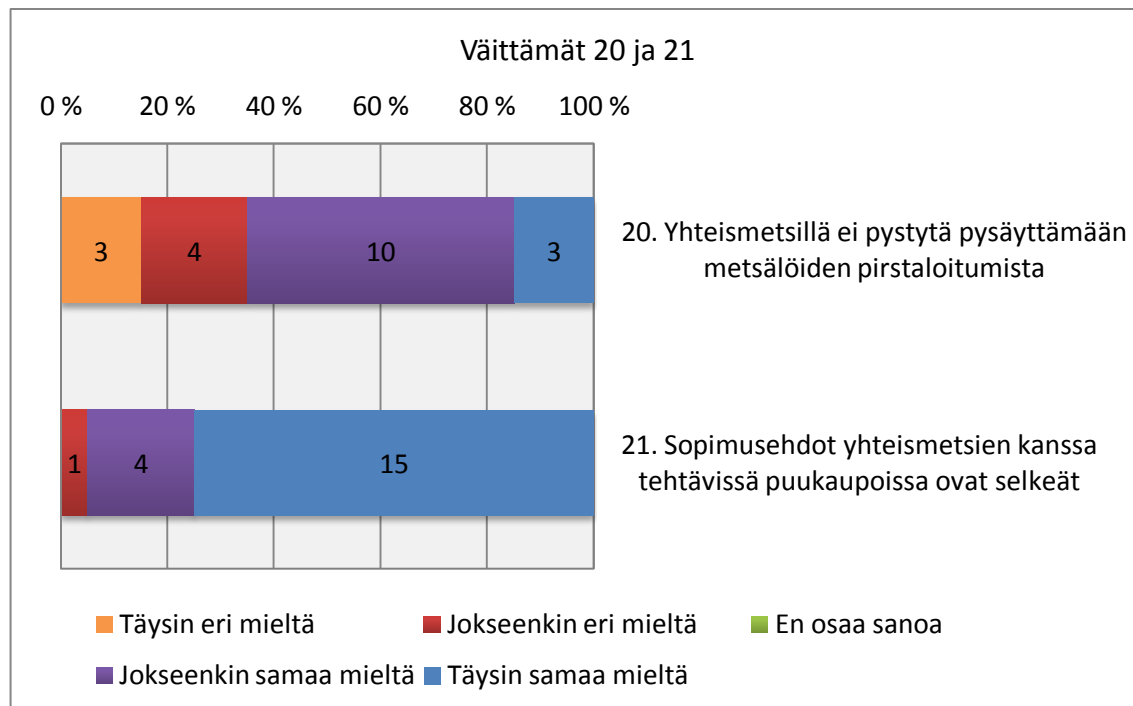


Kuvio 7. Väittämien 18 ja 19 tulosten jakautuminen.

Väittämän 18 tuloksissa suurin osa, 11 haastateltua, ei osannut sanoa eroa kilpailevien ostotarjouksien määrässä (kuvio 7). Suurimmalla osalla tämän valinneilla oston hankintaesimiehillä ei ollut ostoalueella sellaisia yhteismetsiä, joihin olisi pystynyt vertaamaan. Yhteismetsien kilpailevien ostotarjouksien pyynnissä haastateltavat eivät nähneet eroavaisuutta yhteismetsän eri koissa. Haastatelluista täysin eri mieltä oli kuusi ja jokseenkin eri mieltä kaksi henkilöä. Vain yhden haastatellun mielestä pienet yhteismetsät pyytävät kilpailevia ostotarjouksia vähemmän kuin isot yhteismetsät.

Oston hankintaesimiesten mielestä ostoalueiden yhteismetsät eivät hyödynnä metsiään metsäsuunnitelmaa enempää (kuvio 7). Haastatelluista kahdeksan henkilöä oli täysin eri mieltä ja seitsemän jokseenkin eri mieltä väittämässä 19. Eriävää mieltä olevien haastateltujen mukaan yhteismetsillä olisi mahdollisuus

korottaa hakkuusuunnitetta. Eräs oston hankintaesimies sanoi: ”Yhteismetsä hakannut vähemmän kuin kestävä hakkuusuunnite antaisi myöten”. Kaksi haastatelluista ei osannut sanoa eroa väittämään ja kolme oli jokseenkin samaa mieltä. Yhtään vastausta ei tullut kohtaan ”Täysin samaa mieltä”.

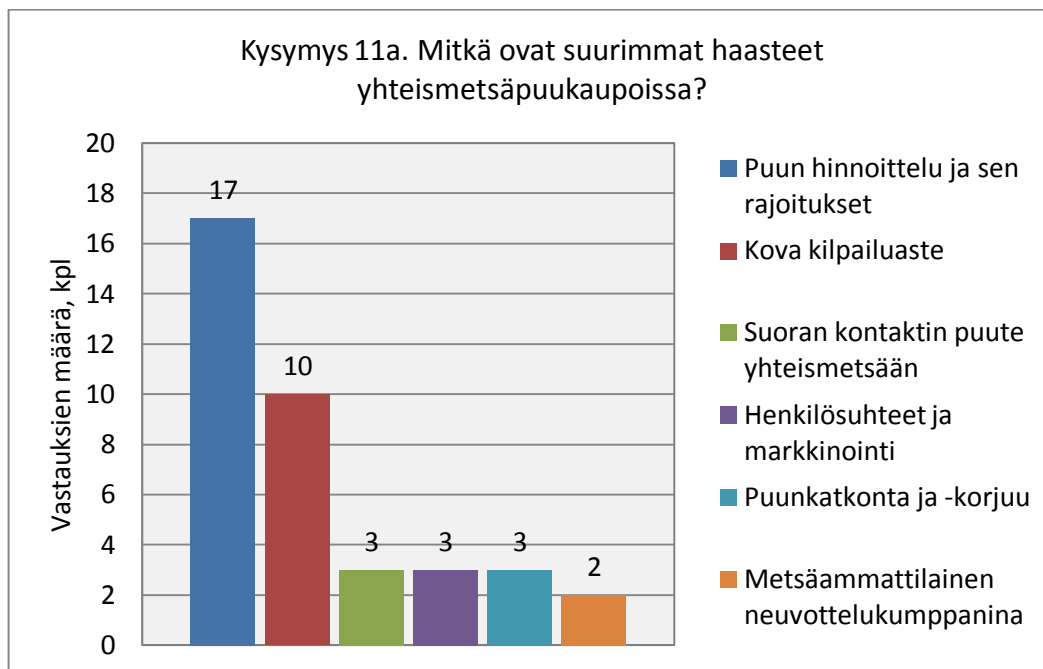


Kuvio 8. Väittämien 20 ja 21 tulosten jakautuminen.

Väittämän ”Yhteismetsillä ei pystytä pysäyttämään metsälöiden pirstaloitumista” kanssa isoin osa oli samaa mieltä, haastatelluista 10 oli jokseenkin samaa mieltä ja kolme täysin samaa mieltä (kuvi 8). Kahden samaa mieltä olleen oston hankintaesimiehen kommentit väitteeseen: ”Kyllähän se varmasti auttaa osaltaan, mutta ei tarpeeksi”, ”Voi hidastaa sitä, mutta ei pysäytä”. Jokseenkin eri mieltä oli haastatelluista neljä ja täysin eri mieltä kolme henkilöä. Eräs eriävää mieltä ollut haastateltu totesi asiasta: ”kyllä, tähän jos mikä pysäyttää”.

Väittämässä 21 tulokset jakautuivat kolmeen osaan (kuvi 8). Suurin osa haastatelluista koki sopimusehdot todella selkeiksi. Haastatelluista 15 oli täysin samaa mieltä, neljä jokseenkin samaa mieltä ja yksi jokseenkin eri mieltä. Samaa mieltä ollut haastateltu kommentoi yksinkertaisesti väittämää: ”Ne on niin selkeät, kuin ne vaan voi olla”. Jokseenkin eriä mieltä ollut haastattelijan mielestä sopimusehtojen käytänteitä tulisi tarkastella Premium-puukauppapalvelua käytettäessä.

6.3 Avoimien kysymyksen tulokset



Kuvio 9. Suurimmat haasteet yhteismetsäpuukaupoissa.

Kysymyksessä 11 kysyttiin yhteismetsäpuukauppojen helppoudesta ja haastavuudesta. Kysymyksen vastaukset ryhmiteltiin eri luokkiin, kysymys 11a kuuteen ja kysymys 11b seitsemään vastausluokkaan.

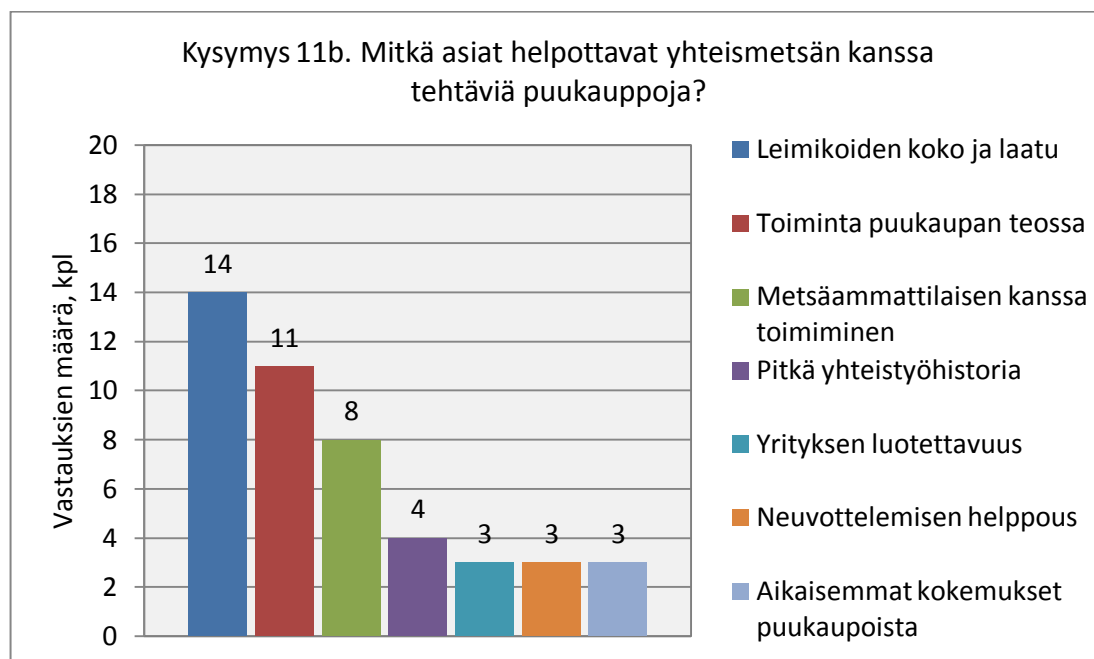
Kysymyksen 11a (kuvio 9) suurimmaksi haasteeksi haastateltujen vastauksissa erottui selvästi puun hinnoitteluun liittyvät asiat. Luokkaan ”Puun hinnoittelu ja sen rajoitukset” tuli vastauksia 17. Toinen selvästi muista erottuva asia oli yhteismetsäpuukaupan kova kilpailu. Luokkaan ”Kova kilpailuaste” sijoittui 10 vastausta. Puun hinnoittelussa haasteen tekee leimikon puumäärien vaikutus kokonaiskustannukseen. Lisäksi haastetta puun hinnoitteluun tuo, että saa tehtyä puukaupan yrityksen kannalta mahdollisimman edulliseen hintaan.

Puun hinnoittelusta eräs haastateltava sanoi:

”Yhteismetsällä on välillä kohteita, mitkä tarvii selkeän talvikorjuun, mutta kuitenkin helposti niistä pitäis maksaa samaa hintaa kuin paremmista kesäkohteista. Haasteellista hinnoitella ne, niin sanotusti saman leimikon sisällä on kahden hintaisia kohteita.”

Pienempiä haasteita olivat luokkaan ”Suoran kontaktin puute yhteismetsään” ja ”Henkilösuhteet ja markkinointi” sekä ”Puunkatkonta ja -korjuu”, joihin kaikkiin

tuli kolme vastausta ja luokkaan ”Metsäammattilainen neuvottelukumppanina” kaksi vastausta.

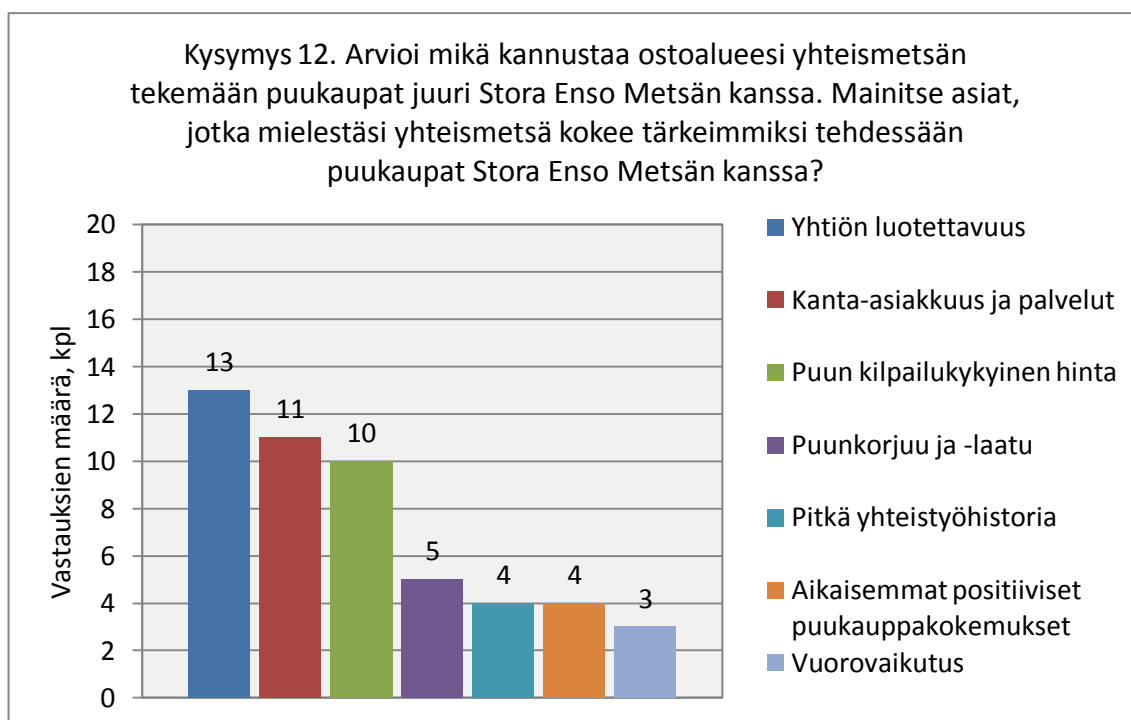


Kuvio 10. Puukauppoja yhteismetsän kanssa helpottavat asiat.

Kysymyksen 11b (kuvio 10) puukaupan tekoa helpottavimpina asioina esille tuli haastateltavien vastauksissa leimikon kokoon ja sen laatuun liittyvissä asioissa. Haastateltavien vastauksista 14 tuli luokkaan ”Leimikoiden koko ja laatu”. Eräs oston hankintaesimies sanoi seuraavasti kertoessaan leimikoista: *”Ei tarvi alkaa pohtimaan mistä ja miten hakataan”*. Toisena helpottavana asiana tuli esiin toiminta puukaupassa, jonka luokkaan ”Toiminta puukaupan teossa” tuli 11 vastausta. Lisäksi muista vastausluokista erottui ”Metsäammattilaisen kanssa toimiminen”, johon tuli kahdeksan vastausta.

Muita puukauppaa helpottavia asioita koettiin olevan ”Pitkä yhteistyöhistoria”, johon tuli neljä vastausta. Tämän lisäksi luokka ”Yrityksen luotettavuus” ja ”Neuvottelemisen helppous” sekä ”Aikaisemmat kokemukset puukaupoista”, kaikkiin näihin luokkiin tuli kolme vastausta. Eräs oston hankintaesimies kommentoi napakasti kysymykseen seuraavasti.

”Ne oikeastaan haastaa joka rintamalla, hinnassa, katkonnassa ja korjuujäljessä. Eli jos kaikki niinku tavalliset metsänomistajan ongelmakohdat, mistä joutuu keskustelemaan ja väittelemään, ne niinku täytyy nostaa potenssiin kymmenen.”



Kuvio 11. Yhteismetsän tärkeimmiksi kokemat tekijät puukaupan syntymiseen haastatellun mielestä.

Kysymyksessä 12 (kuviokuva 11) vastaukset luokiteltiin seitsemään eri luokkaan, joista kolme luokkaa erottui muista selkeästi. Haastateltavien arvioiden mukaan yhtiön luotettavuus on tärkein asia puukaupan syntyyn. Tähän luokkaan tuli 13 vastausta. Erään haastatellun kommentti luotettavuudesta: *”Yhteismetsät tosiaan sitä tietynlaista varmuutta arvostaa siinä, koska kumminki isoja puumääriä monesti on”*.

Toisena asiana esille tuli kanta-asiakkuus ja palvelut. Kanta-asiakkuudessa esille tuli eniten tähtitili. Haastateltujen vastauksista 11 tuli luokkaan ”Kanta-asiakkuus ja palvelut”. Kolmas esille noussut asia oli puunhinta. Luokkaan ”Puun kilpailukykyinen hinta” tuli 10 vastausta. Eräs haastateltava kommentoi puun hinnoittelusta näin: *”Hintaorientoituneita ovat keskimääräistä enemmän kuin normi mettänomistaja. Hinta tulee olla haarukassa”*

Muita tärkeäksi lueteltuja luokkia ovat ”Puunkorjuu ja -laatu”, johon tuli viisi vastausta. Luokkiin ”Pitkä yhteistyöhistoria” ja Aikaisemmat positiiviset puukauppakokemukset” sekä ”Vuorovaikutus” tuli kuhunkin kolme vastausta.

Kysymyksessä 13 ”Mitä puukauppapalveluita Stora Enso Metsästä mielestäsi kannattaisi tarjota yhteismetsille nykyistä enemmän?” esille tuli kaksi palvelua. Premium-puukauppapalvelu, jonka toi esille 10 haastatelluista. Toinen esille

tullut puukauppapalvelu oli Tähtitili-palvelu, joka mainittiin kahdeksan kertaa. Haastatteluista tuli esille myös kokonaan uuden puukauppapalvelun tuote-ehdotus, yhteismetsille suunnattu oma bonusjärjestelmä. Bonusjärjestelmä olisi yhteismetsille yhden haastatellun mukaan: *”hintakannuste myytäviin motteihin nähden”*. Puukauppapalvelujen ulkopuolelta esille haastateltavat toivat myös metsäpalveluita. Metsäpalvelut tulivat esille kuuden haastatellun osalta. Kolme haastatelluista oli sitä mieltä, että tällä hetkellä ei tarvitse tarjota mitään puukauppapalvelua nykyistä enempää.

Haastateltaville annettiin haastattelun lopuksi vapaa sana kertoa yhteismetsistä, yhteismetsäpuukaupoista tai muusta yhteismetsiin liittyvästä. Seuraavassa on muutamia lainauksia haastateltujen mietteistä.

”Hyviä puukauppoja ja hyviä puukauppakumppaneita, pitäis haalia lisää. Isoja kokonaisuuksia, volyymia tulee kerralla enemmän. Helpottaa ostajan työtä”

”Jos nyt yleensä ostetaan puuta niin, niitten kanssa pitäis pystyä tekemään ne kaupat. Oli markkinatilanne mikä hyvänsä ja hinta mikä hyvänsä. Eliikkä ei liian tiukkoja hinnoitteluohjeita, mahdollisimman halvalla tietenkin ostetaan ne puut, mutta tehdään kuitenkin se puukauppa.”

”Ne on hyviä asiakkaita ja helppohoitoisia, mutta saada paperille niitä kauppoja, niin siinä on se ongelma. Meidän osuus on minun mielestä huonontunut ja pienentynyt mitä se joskus oli. Onko tullut nuukempi maksaja vai”

7 Johtopäätökset ja toiminnan kehittämismahdollisuudet

7.1 Johtopäätökset

Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää miten Stora Enso Metsän oston hankintaesimiehet näkevät yhteismetsät puukauppakumppanina puukauppamarkkinoilla ja miten ne eroavat muista metsänomistajaryhmistä. Haastateltujen oston hankintaesimiesten näkemykset yhteismetsistä puukauppakumppaneina olivat

pääasiassa positiiviset. Haastatellut pitivät yhteismetsiä poikkeuksellisina yhteistyökumppaneina, joita kannattaisi huomioida nykyistä enemmän.

Yhteismetsät eroavat muista metsänomistajaryhmistä leimikkojen hyvän rakenteen ja isojen kokonaisuuksien perusteella. Leimikot ovat hyvin hoidettuja eikä niissä ole hoitorästejä. Yhteismetsien leimikot toimivat hyvänä operatiivisena runkona alueella, josta puunkorjuu ja puuvirran tasaisuus on helpompaa järjestää hyvien tierakenteiden ansiosta.

Toiminta puukaupan teossa eroaa positiivisena puolena yhteismetsien kanssa. Yhteismetsälle puukaupassa toimiminen ja sen tekeminen on tuttua toimintaa ja silloin asiat sujuvat paremmin, eikä tarvitse kaikkia asioita selvittää perin pohjin kuten useasti yksityismetsänomistajan kanssa joutuu tekemään. Toiminnan sujuvuutta edistää myös esille tullut metsäammattilaisen kanssa toimiminen ja neuvottelemisen yhden asiamiehen kanssa. Tällöin ei tarvitse selvittää asioita monen henkilön kanssa kuten esimerkiksi tehtäessä puukauppaa yhtymän kanssa.

Yhteismetsät eroavat muista metsänomistajaryhmistä myös tarjottavien leimikkojen kovan kilpailuttamisen myötä, joka tuo puunostajalle puunhinnoitteluun haastavuutta. Pienikin hintaero puutavaralajeissa vaikuttaa paljon isossa puukaupassa kaupan loppusummaan. Yhteismetsillä on varmasti tarkoitus aina saada myytävälle puutavaralle mahdollisimman hyvä hinta, jos kaupan teossa ei painotu mikään muu asia.

Oston hankintaesimiehiä haastateltaessa useassa tapauksessa yhteismetsän kanssa toimimisessa alueelliset käytänteet vaikuttivat tuloksiin. Osassa ostoalueilla metsänhoitoyhdistyksellä on suuri vaikutus puukaupankäyntiin, tämän koettiin muun muassa estävän suoran kontaktin yhteismetsään ja on siten negatiivinen tekijä kaupan syntymiseen. Tämä tulos on samansuuntainen Kurki ym. (2012) tutkimuksen tulosten kanssa metsänhoitoyhdistyksen toiminnan vaikutuksesta markkinoilla. Pohjois-Suomen hankinta-alueen Lapin tiimin länsialueilla Ruotsin vahva puunostokyky koettiin erittäin suurena negatiivisena tekijänä puukaupan syntymiseen. Alueen yhteismetsät myyvät puut Ruotsiin paremman hinnan turvin, johon haastateltavat eivät yksinkertaisesti ole voineet vastata hinnoittelussa hintakattonsa tullessa vastaan.

Puunkaupan syntymiseen yhteismetsän kanssa esille tuli kolme asiaa (kuvio 11), joista yhtiön luotettavuus markkinoilla arvioitiin tärkeimmäksi asiaksi. Tämän lisäksi kanta-asiakkuus tuli toisena asiana esille. Kanta-asiakkuudessa haastateltavat mainitsivat eniten tähtitilin. Kolmantena esille nousseista asioista oli puun kilpailukykyinen hinta. Isojen yhteismetsien kanssa puukauppaa tekevät oston hankintaesimiehet korostivat tärkeimmiksi puunkaupan syntymissyyksi pitkää yhteistyöhistoriaa puun kilpailukykyisen hinnan ohella.

Tutkimuksen tuloksissa tärkeimmistä puunkaupan syntyyn yhteismetsän kanssa vaikuttavista asioista löytyy yhtäläisyyksiä metsäntutkimuslaitoksen tekemän tutkimuksen ”Puumarkkinoiden toimivuus ja kehittämiskohteet” tuloksien kanssa (Kurki ym. 2012). Molempien tutkimuksien tuloksissa puunhinta nousee paljon esille sekä aikaisempiin puukauppoihin liittyvät kokemukset. Kurki ym. (2012) tutkimuksen tuloksissa aikaisemmat kokemukset puukaupoista ovat vaikutukseltaan arvioitu suuremmaksi kuin tämän tutkimuksen tuloksissa.

Puukauppapalvelujen tarjonnassa yhteismetsille nykyistä enemmän esille tuli Tähtitili ja Premium-puukauppapalvelu. Tähtitili on hyvä kannustin puukauppaan ja sillä saa sitoutettua puunmyyjää paremmin Stora Enso Metsään. Tähtitili on hyvä vaihtoehto yhteismetsille, joilla ei ole puunmyynnistä saaduille rahoille tarvetta heti laittaa johonkin muuhun käyttöön.

Premium-puukauppapalvelu haluttiin nostaa esille, vaikka kukaan ei ollut vielä saanut siitä käytännön kokemuksia yhteismetsäpuukaupoista. Mutta haastateltujen mielestä siinä on potentiaalia myös yhteismetsille, jota kannattaa tarjota lisävaihtoehtona.

7.2 Toiminnan kehittämismahdollisuudet

Tarkasteltaessa haastateltujen oston hankintaesimiesten aktiivisuutta yhteydenpitoon ostoalueen yhteismetsiin huomataan, että sen prosentuaalinen osuus jää alle puoleen, 37 prosenttia. Tässä on selvästi parantamisen varaa. Haasteena on löytää sopiva lähestymiskeino, jolla saadaan tavoitettua passiiviset yhteismetsät. Haastatelluilta esiin tuli toive, että suunniteltaisiin yhteismetsille suunnattu lähestymistyökalu markkinoinnin toimesta tai järjestettäisiin markkinointiti-

laisuuksia, joissa päästäisiin suoraan kontaktiin myös yhteismetsän hoitokuntaan ja osakkaisiin.

Yhteismetsäpuukaupan saanti ”haaviin” koetaan haastavaksi kilpailun ja haastavan hinnoittelun vuoksi. Tehokkaalla Tähtitilin markkinoinnilla yhteismetsille voitaisiin saada sitoutettua ostoalueen yhteismetsät yritykseen. Tämä kuitenkin tarvitsee rinnalle toimiakseen onnistuneen kaupan, joka voisi toteuttaa yhden tai kahden puukaupan yhteydessä normaalia korkeammalla hinnoittelulla. Ehtona korkeammalle hinnalle voisi olla jossain määrin pakollinen Tähtitilin käyttö. Yhteismetsät kokisivat Tähtitilin kannattavaksi palveluksi kaikkine etuineen ja jatkaisivat palvelun käyttöä jatkossakin.

Tutkimuksen tuloksissa esille tuli yhteismetsille kohdennettu bonusjärjestelmä. Tällainen kannustin voisi toimia yritykseen sitouttavana tekijänä. Bonusjärjestelmä voisi olla esimerkiksi porrastettu hinnan lisäys myytävää kuutiomäärää kohden. Porrastuksessa voisi olla 500 kuutiometrin pykälät ja aina saavutettua pykälän puukaupan loppusummaan lisätään bonus. Bonus laskettaisiin siten, että myytävä puumäärä kerrotaan jollain euromääräisellä luvulla. Tämän bonusjärjestelmän käytön edellytykseksi voitaisiin liittää Tähtitilin käyttö ja sen muuttaman vuoden käyttö.

8 Pohdinta

Opinnäytetyön tutkimusmenetelmävalinta onnistui osittain hyvin tutkimuksen tavoitteisiin nähden. Tutkimuksella saatiin hyvin tuotua esille oston hankintaesimiesten näkemyksiä yhteismetsistä puukauppakumppanina. Kuitenkin saatujen tuloksien avulla on vaikea löytää suoranaista keinoa, jolla saataisiin parannettua jotain kaupankäynnin osa-aluetta. Mutta tuloksien avulla saatiin hyvin esille selvästi isoimmat ongelmakohdat puukaupankäynnissä. Tämän tutkimuksen jälkeen on helpompi tehdä jatkotutkimusta ongelmakohdista.

Haastattelurungossa käytetyt kysymykset olivat hyviä ja etenivät selkeästi ensin taustatiedoista puukaupan tekoon yhteismetsän kanssa, jonka jälkeen tuli eroavaisuuksien kysyminen muihin metsänomistajaryhmiin nähden. Tämän jälkeen tuli asiakkuutta parantavien puukauppatuotteiden tai -palveluiden kysymykset ja

ennen väittämiä tulevaisuutta katsastavat kysymykset. Haastatellut ymmärsivät kysymykset yleisesti ottaen hyvin tai sitten eivät kehdanneet pyytää tarkennusta tarvittaessa. Haastattelujen loppuvaiheilla huomasin, että muutamaa käytettyä kysymystä olisi pystynyt lyhentämään tai selkeyttämään. Kysymyksiä en enää siinä vaiheessa alkanut muuttamaan kun oli jo suurimmalta osalta saatu vastaukset. Kysymyksen muuttaminen olisi mahdollisesti vaikuttanut tulokokonaisuuteen kyseisen kysymyksen osalta.

Mielestäni tutkimuksen tulokset jäivät jossain määrin pinnallisiksi. Kun kysyttiin miten yhteismetsä eroaa muista metsänomistajaryhmistä, niin ennakkolemmukset vastauksista olivat jokseenkin samantyyliisiä tulosten kanssa.

Käyttämällä aineistonhankintamenetelmänä teemahaastattelua olisi voitu saada syvällisempää ja laadukkaampaa aineistoa kerättyä haastatelluilta. Teemahaastattelulla olisi mielestäni myös päästy samaa tulokseen, jopa ehkä vähän parempaan lopputulokseen.

Tutkimuksen luotettavuutta tutkittaessa esiin tulee tukevana tekijöinä esille aineiston keruuseen liittyvät tekijät. Tutkimuksessa haastateltiin 20 Stora Enso Metsän oston hankintaesimiestä, jotka tekevät pääasiassa puukaupat yhteismetsien kanssa. Tällöin aineiston lähteinä on ainoita mahdollisia, kun peilataan tutkimuksen tarkoitusta (ks. 5.1 Tutkimusmenetelmät) ja lisää siten luotettavuutta. Puhelinhaastattelun avulla saadaan vastausprosentti suureksi, jolloin parannetaan tutkimuksen luotettavuutta. Haastateltavien määrä oli kolmannes kaikista Stora Enso Metsän oston hankintaesimiehistä, jolloin aineiston saturaatio eli kylläntyminen tuli suurella todennäköisyydellä vastaan, lisähaastatteluilla ei olisi voitu saada tuloksiin uutta relevanttia tietoa.

Haastateltaville lähetettiin etukäteen tarkasteltavaksi käytettävä haastattelurunko ja sovittiin haastateltavalle sopiva ajankohta haastatteluun, mikäli ensimmäisellä soittokerralla haastateltava ei ole kerinnyt kunnolla tutustumaan haastattelurunkoon tai haastateltavan sijainti ei ole sopiva haastatteluun. (Hirsjärvi & Hurme 2000, 64.) Haastateltavista moni oli ennen haastattelua vain lukenut läpi haastattelurungon kysymykset, mutta eivät olleet sen enempää pohtineet vastauksia ennakkoon. Tämä vähentää varmasti hieman aineiston laatua.

Pitämällä haastattelupäiväkirjaa sain jonkin verran helpotettua aineiston myöhempiä tulkintaa. Päiväkirjaan pystyin kirjoittamaan muistiin esimerkiksi haas-

tateltaville hankaluutta aiheuttaneet kysymykset tai vastaavasti kysymykset, jotka toimivat hyvin. (Hirsjärvi & Hurme 2000,184.)

Haastattelut nauhoitin ja kerätyn haastatteluaineiston litteroin jokaisen haastattelun jälkeen, ennen seuraavaa haastattelua. Kerätyn aineiston käsittelyn luotettavuutta saadaan parannettua Hirsjärven ja Hurmeen (2000, 185) mukaan litteroimalla haastattelut mahdollisimman nopeasti haastattelun jälkeen.

Tutkimuksen luotettavuutta heikentää mahdollisesti käytettävissä ollut tiukahko aikataulu tulosten analysoinnissa. Teknisten ongelmien vaikutusta luotettavuuden heikentävyyteen vähensin laitteiden ennakkotestaamisella.

Opinnäytetyön aihe oli mielenkiintoinen ja ajankohtainen, jonka vuoksi tutkimuksen tekeminen oli mukavaa. Tutkimuksessa haastattelujen tekeminen oli minulle todella mielekästä. Oli mukavaa haastatella erilaisia ja sanavalmiita ihmisiä ympäri Suomea.

Opinnäytetyön tekemisellä olen oppinut, että tehtäessä kvalitatiivisia tutkimuksia, tulee todella hyvin perehtyä laadullisen tutkimuksen eri aineistohankintastrategioihin. Lisäksi kvalitatiivista tutkimusta tehtäessä tulee olla käytettävissä paljon aikaa, etenkin aineiston analysointivaiheessa.

Opinnäytetyön haastatteluista ja tuloksista esille tuli pari kohtaa, jotka voisivat olla kiinnostavia jatkotutkimuksen kohteita. Tutkittavina asioina voisi olla haastateltavien paljon esille tuoman Premium-puukauppapalvelun tutkiminen, jonka tutkiminen olisi ajankohtaista muutaman vuoden käytön jälkeen. Tutkimuksella nähtäisiin, että saatiinko yhteismetsät kiinnostumaan Premium-puukauppapalvelun hyödyntämisestä.

Haastatteluista esille tuli eri ostoalueiden ja hankinta-alueiden eroavaisuus käytänteissä kun tehdään puukauppaa yhteismetsän kanssa. Tämä voisi olla toinen jatkotutkimuksen kohde.

LÄHTEET

- Airaksinen, P. 2008 Puukauppa. Teoksessa S. Rantala (toim.) Tapion taskukirja. Hämeenlinna: Karisto. 366.
- Eskola, J. & Suoranta, J. 2000. Johdatus laadulliseen tutkimukseen. Jyväskylä. Gummerus kirjapaino Oy. 18, 61, 66, 88, 164.
- Havia, P. 2012. Yhteismetsä, Hämeenlinna. Metsäkustannus Oy. 9, 18, 20–23, 35, 38.
- Hirsjärvi, S., Hurme, H. 2000. Tutkimushaastattelu. Helsinki. Yliopistopaino. 16, 36, 64, 184, 185.
- Heikkinen, E., Sinkkilä, T., Tirola, M., Hänninen, H., Tili, T., Tikakoski, S., Kokkonen, M., Islander, A., Sunabacka, S., Toivonen, R., Leppänen, J., Kokkonen, A., Talvitie, V. & Pulkkinen, P. 2012. Metsätilakoon ja rakenteen kehittäminen–Työryhmän loppuraportti. Työryhmämuisti mmm 2012:1. Helsinki. 3.2.2013.
- Hänninen, H., Karppinen, H. & Leppänen, J. 2011. Suomalainen metsänomistaja 2010. Metsäntutkimuslaitos. Vantaa. <http://www.metla.fi/julkaisut/workingpapers/2011/mwp208.htm>. 3.2.2013.
- Hänninen, H. & Sevola, Y. 2010. Metsätilastotiedote 48/2010. Metsäntutkimuslaitos. Vantaa. 3.2.2013.
- Kurki, P., Mutanen, A., Mikkola, E., Leppänen, J. & Hänninen, R. 2012. Puumarkkinoiden toimivuus ja kehittämiskohteet. Metsäntutkimuslaitos. Vantaa. <http://www.metla.fi/julkaisut/workingpapers/2012/mwp242.htm>. 3.2.2013.
- Kärhä, K. 3.5.2013a. Sähköpostiviesti SE Metsän hankintaesimiesten määrään liittyen. Ari_ojala@hotmail.com. 3.5.2013.
- Kärhä, K. 11.4.2013b. Sähköpostiviesti haastattelurungon saatekirjeeseen liittyen. Ari_ojala@hotmail.com. 11.4.2013.
- Maa- ja metsätalousministeriö. 2003. Tiedote 13.2.2003. Uusi yhteismetsälaki voimaan 1.3.2003. Helsinki: Maa- ja metsätalousministeriö. <http://wwwb.mmm.fi/tiedotteet/tiedote.asp?nro=1117>. 10.2.2013.
- Maa- ja metsätalousministeriö. 2010. Kansallinen metsäohjelma 2015. Helsinki: Maa- ja metsätalousministeriö. 25.
- Metsämuuronen, J. 2008. Laadullisen tutkimuksen perusteet. Jyväskylä. Gummerus kirjapaino Oy. 16–18.
- Metsäntutkimuslaitos. 2011. Metsätilan sukupolvenvaihdos ja omistusjärjestelyt–Yhteismetsä. <http://www.metsanomistus.fi/om-yhteismetsa.htm>. 2.2.2013.
- Metsätalouden kehittämiskeskus Tapio. 2013. Suomen yhteismetsät kunnittain. http://www.tapio.fi/files/tapio/yhteismets_kuvat/Yhteismets_t_kunnittain_10012013.pdf. 2.2.2013.

- Metsäteollisuus ry. 2013. Miten teen puukaupan?
<http://www.metsateollisuus.fi/Infokortit/puukaupanteko/Sivut/default.aspx>. 25.1.2013.
- Peltola, A. & Aarne, M. 2011. Puutavaralajien nimelliset kantohintaindeksit. Metsäntutkimuslaitos. Vantaa.
<http://www.metla.fi/metinfo/mo/kantohintaindeksit-laatu.htm>. 3.2.2013.
- Pouta, T. 2011. Metsähallituksen metsien käyttö yhteismetsissä. Metsäntutkimuslaitos. Vantaa.
http://www.metla.fi/hanke/7362/pdf/TPou_Metsahallituksen_metsien_kaytto_yhteismetsissa.pdf. 14.4.2013.
- Puumarkkinat.fi -verkkopalvelu. 2013. Puukaupan markkinapaikka.
<https://www.puumarkkinat.fi/>. 14.5.2013.
- Räsänen, T. 2010. Metsätehon puuhuolto-opas. Metsäteho oy.
- Stora Enso Metsä. 2013a. Tähtiasiakkuus.
<http://www.storaensometsa.fi/Metsanomistajat/Palvelut/Tahtiasiakkuus/Tahtiasiakkuus>. 17.5.2013.
- Stora Enso Metsä. 2013b. Premium–uusi puukauppa.
<http://www.storaensometsa.fi/Metsanomistajat/Palvelut/Puukauppa/Premium>. 3.2.2013.
- Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2009. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Helsinki: Tammi.
- UPM Metsämaailma. 2013. Metsäpalvelut ja puukauppa.
<https://www.metsamaailma.fi/fi/ForestInformation/ForestLibrary/Documents/Yhteismets%C3%A4%20UPM.pdf>. 10.4.2013.

Haastattelurunko

Kysymykset koskettavat vain ostoalueesi yhteismetsiä.

Taustatietoja

- 1) Mikä on hankinta-alueesi ja -tiimisi?
- 2) Kuinka monta vuotta olet ollut oston hankintaesimiehenä?
- 3) Kuinka monta puukauppaa teit yhteismetsien kanssa viime vuonna (2012)?
- 4) Kuinka suuri osuus (% ja m³) ostomäärästäsi tuli yhteismetsistä viime vuonna (2012)?

Millaisia yhteismetsiä on ostoalueellasi?

- 5) Kuinka monta yhteismetsää on ostoalueellasi?
- 6) Voisitko nimetä ostoalueellasi olevat yhteismetsät, joiden kanssa teit puukauppoja viime vuonna (2012)?

Minkälaista on puukaupanteko yhteismetsän kanssa?

- 7) Kuka on ollut tavallisesti aloitteellinen yhteismetsien kanssa tekemissäsi puukaupoissa 2000-luvulla? (*Valitse yksi vaihtoehto, joka kuvaa parhaiten puukauppojasi.*)
 - a) Yhteismetsä on ollut ja ottanut yhteyttä minuun.
 - b) Olen itse ollut ja ottanut yhteyttä yhteismetsään.
 - c) Muu toimija, mikä/kuka?
- 8) Kilpailuttavatko ostoalueesi yhteismetsät tarjoamansa leimikot eri ostajayhtiöille jokaisen puukaupan yhteydessä?
 - a) Kyllä
 - b) Ei
 - c) En osaa sanoa

- 9) Arvioi, kuinka monta kilpailevaa ostotarjousta oli keskimäärin yhteismetsillä, joiden kanssa teit puukauppoja viime vuonna (2012)? (*Valitse yksi, kuvaavin vaihtoehto*).
- a) Ei muita, vain Stora Enso Metsän ostotarjous
 - b) Yksi tarjous Stora Enso Metsän tarjouksen lisäksi
 - c) 2-3 tarjousta Stora Enso Metsän tarjouksen lisäksi
 - d) Enemmän kuin 3 tarjousta Stora Enso Metsän tarjouksen lisäksi
 - e) En osaa sanoa

Millaisena näet puukaupanteon yhteismetsän kanssa verrattuna muihin metsänomistajaryhmiin?

- 10) Miten arvioisit puukauppaa yhteismetsän kanssa verrattuna muihin metsänomistajaryhmiin? *Asteikolla 1–5.*

- 1= Selvästi haasteellisempaa
- 2= Melko haasteellista
- 3= Ei eroa
- 4= Melko helppoa
- 5= Selvästi helpompaa

- 11) Mistä johtuu yhteismetsäpuukaupan helppous/haastavuus?

- a) Mitkä ovat suurimmat haasteet yhteismetsäpuukaupoissa?

- b) Mitkä asiat helpottavat yhteismetsän kanssa tehtäviä puukauppoja?

Millaisella puukauppatuotteella tai -palvelulla voisi parantaa asiakkuutta yhteismetsän kanssa?

- 12) Arvioi mikä kannustaa ostoalueesi yhteismetsän tekemään puukaupat juuri Stora Enso Metsän kanssa. Mainitse asiat, jotka mielestäsi yhteismetsä koee tärkeimmiksi tehdessään puukaupat Stora Enso Metsän kanssa?

- 13) Mitä puukauppalalveluita Stora Enso Metsästä mielestäsi kannattaisi tarjota yhteismetsille nykyistä enemmän?

Millaisena näet tulevaisuuden yhteismetsistä puukauppakumppaneina?

- 14) Millaisen kehityksen näet puukauppojen määrissä ostoalueesi yhteismetsän kanssa?
- a) Puukauppojen määrä vähenee. Miksi?
 - b) Puukauppojen määrä säilyy entisellään
 - c) Puukauppojen määrä lisääntyy. Miksi?
 - d) En osaa sanoa

Väittämät

Valitse mielestäsi sopivin vaihtoehto

- 15) Nykyiset Stora Enso Metsän yhteismetsille tarjoamat puukauppapalvelut ovat riittäviä.
- a) Täysin eri mieltä
 - b) Jokseenkin eri mieltä
 - c) En osaa sanoa
 - d) Jokseenkin samaa mieltä
 - e) Täysin samaa mieltä
- 16) Yhteismetsälle on helpompaa markkinoida puukauppapalveluita kuin muille metsänomistajaryhmille.
- a) Täysin eri mieltä
 - b) Jokseenkin eri mieltä
 - c) En osaa sanoa
 - d) Jokseenkin samaa mieltä
 - e) Täysin samaa mieltä
- 17) Stora Enso Metsällä tulisi olla yhteismetsille oma puukauppapalvelukonsepti.
- a) Täysin eri mieltä
 - b) Jokseenkin eri mieltä
 - c) En osaa sanoa
 - d) Jokseenkin samaa mieltä
 - e) Täysin samaa mieltä

- 18) Pienet yhteismetsät pyytävät kilpailevia ostotarjouksia vähemmän kuin isot yhteismetsät.
- a) Täysin eri mieltä
 - b) Jokseenkin eri mieltä
 - c) En osaa sanoa
 - d) Jokseenkin samaa mieltä
 - e) Täysin samaa mieltä
- 19) Ostoalueeni yhteismetsät hyödyntävät metsiään enemmän kuin metsäsuunnitelma antaisi myöten.
- a) Täysin eri mieltä
 - b) Jokseenkin eri mieltä
 - c) En osaa sanoa
 - d) Jokseenkin samaa mieltä
 - e) Täysin samaa mieltä
- 20) Yhteismetsillä ei pystytä pysäyttämään metsälöiden pirstaloitumista.
- a) Täysin eri mieltä
 - b) Jokseenkin eri mieltä
 - c) En osaa sanoa
 - d) Jokseenkin samaa mieltä
 - e) Täysin samaa mieltä
- 21) Sopimusehdot yhteismetsien kanssa tehtävissä puukaupoissa ovat selkeät.
- a) Täysin eri mieltä
 - b) Jokseenkin eri mieltä
 - c) En osaa sanoa
 - d) Jokseenkin samaa mieltä
 - e) Täysin samaa mieltä

Lopuksi, haluatko sanoa vielä jotakin yhteismetsistä, yhteismetsäpuukaupoista tai muusta? Sana on vapaa, ole hyvä!

Arvoisa hankintaesimies

Stora Enso Metsällä on runsaat 150 yhteismetsäpuukauppakumppania. Viime vuonna Sinä ja ostajakollegasi teitte yhteismetsien kanssa lähes 200 000 m³ puukauppoja. Yhteismetsät ovat siis tärkeä metsänomistajaryhmä Stora Enso Metsälle. Haluamme syventää puukauppasuhdettamme yhteismetsiin.

Olen Ari Ojala Karelia-ammattikorkeakoulusta Joensuusta. Teen opinnäytetyötä aiheesta Oston hankintaesimiesten näkemykset yhteismetsistä puukauppa-markkinoilla.

Tutkimuksen tavoitteena on selvittää miten oston hankintaesimies näkee yhteismetsän puukauppakumppanina ja löytää keinoja tehostaa puukauppaa yhteismetsien kanssa.

Opinnäytetyön aineiston kerääminen tapahtuu kyselytutkimuksella. Kysely toteutetaan puhelinhaastatteluna oheisen kyselylomakkeen pohjalta. Haastattelut tehdään viikoilla 15–16.

Kaikki haastattelussa saadut tiedot ovat luottamuksellisia ja niitä käsitellään luottamuksellisesti, eikä saateta kolmannen osapuolen tietoon.

Kiitoksia vaivannäöstäsi ja ajastasi!

Ystävällisin terveisin,
Ari Ojala

Puhelin: 040 8491 571
Sähköposti: ari.ojala@edu.karelia.fi

Toimeksiantaja

Stora Enso Metsä,
Kehityspäällikkö, Kalle Kärhä