



Karelia-ammattikorkeakoulu
Metsätalousinsinööri (AMK)

Karjalan Puukauppojen asiakas- tyytyväisyys

Niklas Hiltula
Kasper Sivula

Opinnäytetyö, Toukokuu 2024

www.karelia.fi

 Karelia AMMATTIKORKEAKOULU	OPINNÄYTETYÖ Toukokuu 2024 Metsätalouden koulutus Tikkarinne 9 80200 JOENSUU +358 13 260 600
Tekijät Kasper Sivula Niklas Hiltula	
Nimeke Karjalan Puukauppojen asiakastyytyväisyys Toimeksiantaja Karjalan Puukaupat	
Tiivistelmä <p>Opinnäytetyössä selvitettiin Karjalan Puukauppojen asiakkaiden tyytyväisyyttä puukaupan asiakaspalvelun, korjuujäljen ja hinnan osalta. Tutkimustulos mahdollistaa Karjalan Puukaupoille puukauppaprosessin ja asiakaspalvelun kehittämisen. Karjalan Puukaupat ei ole aikaisemmin selvittänyt asiakastyytyväisyyttä kyselyllä, joten kyselylle oli tarvetta.</p> <p>Kyselylinkki lähetettiin vastaajille tekstiviestillä ja kysely toteutettiin sähköisellä kyselylomakkeella. Se lähetettiin henkilöille, jotka ovat tehneet puukauppaa Karjalan Puukauppojen kanssa. Vastausaikaa kyselyyn oli kaksi viikkoa. Se tavoitti 838 henkilöä ja vastauksia kyselyyn saatiin 148. Vastausprosentti oli 17,8 %.</p> <p>Kyselylomakkeessa oli 13 suljettua kysymystä. Tulokset analysoitiin määrällisillä analysointimenetelmillä. Tuloksista voidaan todeta, että vastaajat ovat yleisesti tyytyväisiä Karjalan Puukauppojen toimintaan sekä asiakaspalveluun. Kehitettävää löytyi esimerkiksi viestinnästä.</p> <p>Saatujen tutkimustulosten perusteella puunhankintayhtiön toimintaa voidaan kehittää paremmaksi, jotta asiakkaat ovat tyytyväisempiä Karjalan Puukauppojen toimintaan. Asiakastyytyväisyyttä kannattaa seurata jatkuvasti, jotta mahdollisiin ongelmiin voidaan reagoida nopeasti.</p>	
Kieli suomi	Sivuja 47 Liitteet 2 Liitesivumäärä 6
Asiasanat asiakaspalvelu, asiakastyytyväisyys, puukauppa	

 Karelia UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES	THESIS May 2024 Degree Programme in Forestry Tikkarinne 9 80200 JOENSUU FINLAND + 358 13 260 600
Authors Kasper Sivula Niklas Hiltula	
Title Customer Satisfaction for Karjalan Puukaupat Commissioned by Karjalan Puukaupat	
Abstract <p>The thesis investigated the customer satisfaction of the customers of Karjalan Puukaupat regarding customer service, logging quality, and pricing. The research findings enable Karjalan Puukaupat to improve the timber trading process and customer service. Karjalan Puukaupat has not previously assessed customer satisfaction through a survey, hence there was a need for the survey.</p> <p>The survey link was sent to the respondents via text message and the survey was conducted using an electronic questionnaire form. The survey was sent to people who have engaged in timber trading with Karjalan Puukaupat. The respondents were given two weeks to respond to the questionnaire. It reached 838 individuals and 148 responses were received. The response rate was 17.8 %.</p> <p>The survey questionnaire included 13 closed-ended questions. The results were analyzed using quantitative analysis methods. The results indicate that respondents are generally satisfied with the operations and customer service of Karjalan Puukaupat. For example, communications were one sector that could be improved.</p> <p>Based on the research findings, operations can be improved to enhance customer satisfaction with Karjalan Puukaupat. It is advisable to frequently observe customer satisfaction to swiftly address any potential issues.</p>	
Language Finnish	Pages 47 Appendices 2 Pages of Appendices 6
Keywords customer service, customer satisfaction, lumber trade	

Sisältö

1	Johdanto	5
2	Puukaupan historia	6
3	Puun hinta ja myyminen.....	8
3.1	Hinnan määräytyminen	8
3.2	Myyntierän mittaus.....	8
3.3	Puun myyntimuodot	9
3.4	Puukauppasopimus	10
4	Metsätalousmaan omistus	11
5	Asiakaspalvelu	12
5.1	Asiakaspalvelu käsitteenä	12
5.2	Asiakastyytyväisyys	13
6	Toimeksiantaja.....	14
6.1	Metsänhoitoyhdistys	14
6.2	Karjalan Puukaupat	14
7	Opinnäytetyön tavoite ja tehtävät.....	15
8	Menetelmälliset valinnat.....	16
8.1	Aineiston kerääminen	16
8.2	Analysointiprosessi	17
9	Tulokset	17
9.1	Taustamuuttajat	17
9.2	Asiakastyytyväisyys	20
9.3	Taustamuuttujien vaikutus tyytyväisyyteen	24
10	Pohdinta.....	30
10.1	Tulosten tarkastelu	30
10.2	Luotettavuus ja eettisyys	36
10.3	Johtopäätökset	37
	Lähteet.....	39

Liitteet

Liite 1	Saatetekstiviesti
Liite 2	Kyselylomake

1 Johdanto

Hyvä asiakaspalvelu on tärkeä osa vuorovaikutusta asiakkaan ja yrityksen välillä. Asiakaspalvelun merkitys korostuu toimialoilla, joissa tuotteilla on haastavaa erottua kilpailijoista. Sen takia asiakaspalvelu on puukauppa-alalla merkittävä asia. Hyvällä asiakaspalvelulla voi erottua edukseen markkinoilla, joissa tuotteilla erottautuminen on hankalaa. Tietoisuus asiakkaiden kokemuksista yrityksen toimintaan ja asiakaspalveluun on tärkeää. Yksittäiset palautteet puunmyyjiltä eivät anna riittävän kattavaa kokonaiskuvaa puunhankintayhtiön asiakaspalvelusta. Kattavan asiakastyytyväisyyskyselyn tuloksiin pohjautuen voidaan toimintaa muuttaa palvelemaan asiakkaan tarpeita paremmin.

Karjalan Puukaupat on Metsänhoitoyhdistyksen omistama puunhankintayhtiö, joka on toiminut noin vuoden ajan asiakasmarkkinoilla puun ostajana. Yhtiö ei ole aiemmin selvittänyt asiakastyytyväisyyttä kyselyllä. Palaute on tullut suoraan toimihenkilöille. Suora palaute toimihenkilöille ei anna kokonaiskuvaa asiakastyytyväisyydestä ja sen avulla on haastavaa tehdä kokonaisvaltaisia ratkaisuja toiminnan kehittämiseksi. Kattavan asiakastyytyväisyyskyselyn tuloksiin pohjautuen voidaan toimintaa muuttaa palvelemaan asiakkaan tarpeita paremmin.

Opinnäytetyössä selvitettiin Karjalan Puukauppojen asiakkaiden kokemuksia ja tyytyväisyyttä yrityksen toimintaan. Kattavan asiakastyytyväisyyskyselyn tuloksiin pohjautuen voidaan toimintaa muuttaa palvelemaan asiakkaan tarpeita paremmin. Kirjallisuuskatsauksessa käsitellään puukauppaa, metsätalousmaan omistusta, toimeksiantajaa sekä asiakaspalvelua.

Tämä opinnäytetyö on laadittu yhteistyössä Karjalan puukauppojen kanssa. Opinnäytetyön tavoitteena on tuottaa tietoa Karjalan Puukauppojen asiakkaiden kokemuksista yrityksen toimintaan ja asiakaspalveluun. Karjalan puukaupoilla on tutkimustiedon perusteella mahdollisuus kehittää puukauppaprosessia ja asiakaspalvelua.

2 Puukaupan historia

Suomessa on arvioiden mukaan ollut puukauppaa jo 1530-luvulla kahden vesisahan toimesta, jotka tuottivat lautatavaraa. Puutavaran-laaja alainen hankinta alkoi Suomessa kuitenkin vasta rautateollisuuden myötä. Rautateollisuuden puunhankinta pysyi merkittävimpänä aina 1800-luvulle asti eikä esimerkiksi sahateollisuutta edistetty merkittävästi. Terva oli merkittävin vientituote Suomelle 1600- ja 1700-luvuilla, mutta sen merkitys Suomen emämaalle Ruotsille ei ollut suuri. Raudan vientitulot olivat nelin- tai viisinkertaiset. (Kiviniemi 2006, 31–32)

Höyrysahojen myötä sahateollisuus kasvoi 1850-luvun jälkeen. Suomen puunjalostusteollisuuden keskusliitto ja nykyinen Metsäteollisuus Ry perustettiin vuonna 1919, josta alkoi Suomen metsäteollisuuden järjestäytyminen. (Kiviniemi 2006, 33–43)

1900-luvulla kemiallinen puunjalostus nousi sahateollisuuden rinnalle. Vuonna 1913 Suomessa toimi noin 600 sahaa ja metsäteollisuuden tuotanto muodosti 70 % Suomen kokonaisviennistä. Ensimmäisen maailmansodan myötä Suomen metsäteollisuus ja puukauppa romahti. Paperiteollisuuden vienti heikkeni 160 000 tonnista 24 tonniin kahdessa vuodessa. Suomeen perustettiin tehtailojien toimesta myyntikartelleja. Lännen markkinat avautuivat sotien jälkeen ja Suomen metsäteollisuus lähti jälleen nousemaan myös myyntikartellien avustuksella. (Ammattilehti 2014)

Suomen metsäteollisuus ja puukauppa kasvoivat ja kehittyivät vuodesta 1918 aina vuoteen 1929 asti, jolloin tapahtui New Yorkin pörssiromahdus ja sahateollisuuden vienti putosi 40 % vuonna 1932. Suomi oli ennen toista maailmansotaa yhdessä Ruotsin ja Kanadan kanssa maailman johtavia massa- ja paperiteollisuustuotteiden viejiä. Talvisota 1939–1940 romahdutti jälleen Suomen tuotannon ja puukaupan. Sodan päätyttyä Suomi joutui rauhanehtojen myötä luopumaan useista tärkeistä tuotantolaitoksesta. Naisten työpanos oli välirahan ja jatkosodan aikana merkittävä, koska tuotantoa kyettiin pitämään yllä. (Ammattilehti 2014)

Suomen metsäteollisuus lähti kovaan kasvuun jälleenrakennuksien vuosina sotien jälkeen. Myös ulkomaankauppa oli palautunut ennalleen. Metsäteollisuuden arvo Suomen viennistä 1950-luvulla oli noin 80 %. 1960-luvulla metsäteollisuuden painopiste siirtyi enenevässä määrin paperin- ja kartongin tuottamiseen. 1980–1990-luvulla Suomalaisessa metsäteollisuudessa alkoi voimakas keskittäminen. (Ammattilehti 2014)

1950-luvulla puunkorjuuta ja kuljetusmenetelmiä parannettiin merkittävästi, ja hakkuut ulotettiin aikaisempaa syrjäisemmille alueille puutavaran kysynnän kasvassa. 1960- ja 1970-luvuilla keskityttiin tehokkaaseen puuntuotantoon, johon kuului voimakas maanmuokkaus, taimikonhoito ja lannoitus. Metsätaloudessa otettiin myös koneellisia välineitä kuten autoja, metsätraktoreita ja moottorisahoja laajasti käyttöön. 1980-luvun jälkeen metsätaloudessa monitoimikoneet ja erilaiset tietojärjestelmät kehittyivät nopeasti. 1990-luvulla nämä teknologiat vakiintuivat osaksi päivittäistä toimintaa. Vuoteen 2003 mennessä noin 95 prosenttia hakkuista tehtiin monitoimikoneilla. (Metsähallitus 2024)

Suomessa suurin ostetusta puutavarasta päätyy kolmen kansainvälisen metsäkonsernin jalostettavaksi ja kuitupuun markkinasta ne vastaavat lähes kokonaan. Näitä ovat Stora Enso Oyj, UPM-Kymmene Oyj ja Metsäliitto Osuuskunta konserniyhtiöineen. Tukkipuuta ostavat myös useammat tahot kuten sahat ja tuotantolaitokset, jotka ovat keskittyneet erikoispuutavaralajeihin kuten pylväisiin, parrunaiheisiin, pikkutukkeihin tyvitukkeihin ja sorvikuusiin (Rantala 2018, 332)

Metsäteollisuuden pääasiallisia tuotteita ovat tänä päivänä sellu, paperi, kartonki, sahatavara ja vaneri. Sellusta noin 60 % käytetään kotimaassa ja loput menevät vientiin. Paperi, kartonki ja niistä valmistetut tuotteet menevät lähes kokonaan vientiin. Myös sahatavarasta ja vanerista valtaosa suuntautuu ulkomaisille markkinoille. Vuoden 2008 finanssikriisi nopeutti metsäteollisuuden ja puukaupan rakennemuutosta (Rantala 2018, 395)

Tulevaisuudessa puukaupassa tullaan kiinnittämään enenevässä määrin huomiota biotalouteen ja ilmastonmuutoksen hillitsemiseen. Biotalous tarkoittaa

metsätalouden muotoa, jossa uusutuvia luonnonvaroja käytetään kestävästi eri tuotteiden, palveluiden ja raaka-aineiden tuottamiseen. Biotuotteet voisivat tulevaisuudessa korvata muoveja, kemikaaleja sekä polttoaineita. Maailmantalouden- ja tuotteiden kysynnän kehitys näyttävät ennusteiden mukaan lupaavilta, jolloin puukaupan tulevaisuuden näkymät vaikuttavat lupaavilta (Rantala 2018, 408)

3 Puun hinta ja myyminen

3.1 Hinnan määrytyminen

Puun myynnistä saatava korvaus vaihtelee puutavaran laadun, myytävän erän suuruuden ja korjuumahdollisuuksien mukaan. Talouden suhdanteet vaikuttavat merkittävästi hintaan. Metsänomistajan kannattaa pyrkiä myymään puut korkeiden hintojen aikaan. (Perälä 2008, 101)

Puun myyjän on hyvä perehtyä puukauppasopimuksen hinnan muodostumiseen tai pyytää apua esimerkiksi metsänhoitoyhdistykseltä. Mitta- ja laatuvaatimukset määrittelevät pitkälti arvokkaimman puutavaralajin eli tukkipuun saannin. Tämä tarkoittaa sitä, että korkein hinta tukkipuulle ei automaattisesti ole paras tarjous. Myyjän olisi hyvä perehtyä millaista katkontaa eri ostajat käyttävät. Puun katkonta vaikuttaa siihen, kuinka paljon tukkipuuta eli arvokkainta puutavaralajia saadaan. Myös laatuvaatimukset vaikuttavat tukin saantiin. Myös hakkuuajankohta vaikuttaa puukaupan arvoon, koska kesähakkuista saa paremman hinnan. Kesäkohteilla korjuuvaurion riski on kuitenkin suurempi, jolloin tietyt kohteet kannattaa hakata maan ollessa roudassa. (Kiviniemi 2018, 48)

3.2 Myyntierän mittaus

Puun myyjä saa rahallisen korvauksen myytävän puuerän mittaustuloksen perusteella. Mittauksen suorittavat joko ostaja, myyjä tai molemmat yhdessä.

Yleisin käytäntö on, että puun ostaja mittaa puut ja toimittaa myyjälle mittaustodistuksen, jossa määritellään mittaustapa. Puun myyjä voi halutessaan pyytää virallista mittausta metsäkeskukselta, mikäli epäilee mittaustuloksen oikeellisuutta. Myyjä vastaa kuitenkin mittauksen kustannuksista, jos alkuperäinen mittaustulos todetaan riittävän tarkaksi. (Kiviniemi 2018, 49)

Puutavaran mittauksesta on säädetty laissa. Laki pyrkii mahdollistamaan jalostamattoman puutavaran mittaustuloksen luotettavuuden. Laki säätelee käytettäviä menetelmiä sekä laitteiden toiminnan ja mittaustulosten luotettavuutta. ”Tämän lain tarkoituksena on turvata jalostamattoman «puutavaran» mittauksessa käytettävien menetelmien, laitteiden toiminnan ja mittaustulosten luotettavuus.” (Laki puutavaran mittauksesta 414/2013)

3.3 Puun myyntimuodot

Puuta voidaan myydä tuotantolaitoksille eri tavoin. Erilaisia myyntimuotoja ovat pystykauppa, hankintakauppa, toimituskauppa ja käteiskauppa. Pystykauppa on yksityisen metsänomistajan kannalta vaivattomin ja myös suosituin puukauppa-muoto. Pystykaupassa myyjä luovuttaa ostajalle oikeuden hakata ja kuljettaa metsänhakkuusopimuksen mukaisesti kaupan kohteena olevat puut pois metsästä sovitun ajan kuluessa. Kauppa rajoittuu sopimuksen mukaan tiettyyn alueeseen tai sovittuun määrään puuta, jonka laatuvaatimukset on sopimukseen kirjattu. (Ovaskainen & Schildt, 2022)

Hankintakaupassa myyjä toimittaa sovittuun varastopaikkaan sovituksessa ajassa tietyn puuerän, jonka laatukriteerit on kirjattu sopimukseen. Hankintakaupan sopimuksessa on yleensä määriteltä myös laadun varmistamiseksi alue, josta puut kaadetaan ja toimitetaan varastopaikalle. Puiden hakkuu ja kuljetus varastopaikalle tapahtuu myyjän kustannuksella. (Kiviniemi 2006, 244)

Yksityiset metsänomistajat harjoittavat hankintakauppaa tyypillisesti ensiharvennuksia tekemällä. Myyjä voi itse kaataa puut moottorisahalla, jolloin

korjuuvauriot ovat vähäisiä. Hankintahakkuiden työosuus on myös verovapaata 125 kiintokuutiometriin saakka. Metsänomistaja voi myös hakata rakennuspuuta ja polttopuuta oman käyttöön tai korjata ylispuita ja tuulenkaatoja. (Perälä 2008, 101)

Toimituskaupassa myyjä toimittaa sopimuksen mukaisen puutavaraerän sovittussa ajassa suoraan tuotantolaitokselle. Kaukokuljetuksen ja hakkuun kustannukset jäävät myyjän vastuulle. Suuret puutavaran myyjät, jotka kykenevät itse hoitamaan hakkuut ja kuljetukset, kuten metsähallitus, käyttävät toimituskauppaa. Teollisuuslaitokset haluavat lähtökohtaisesti itse organisoida puun korjuun ja kuljetuksen, jolloin pienien toimijoiden on hankala harjoittaa toimituskauppaa. (Kiviniemi 2006, 245)

Käteiskauppa eli valmiseräkauppa tarkoittaa puupinon myyntiä tien varresta. Kauppasopimus tehdään vasta silloin kun puut ovat pinossa varastopaikalla. Etu hankintakauppaan verratessa on se, että myyjän ei ole tarvinnut sitoutua aikataulullisesti puun toimitukseen. Haittana on se, että puuta ei välttämättä saada kaupaksi, jos kyseisellä puutavaralajilla ei ole sillä hetkellä kysyntää. (Kiviniemi 2006, 246)

Myös muita sopimustyyppisiä sovelletaan puukaupassa. Puun myyjä voi valtuuttaa asiakirjalla puun kilpailuttamisen metsänhoitoyhdistykselle. Ostajien kanssa voidaan tehdä myös sopimuksia, joihin on kirjattu osto- tai hintatakuuta. Myös hinnankorjaus- tai hyvitysmekanismeista voidaan sopia. Vastaavasti metsänomistaja tyypillisesti sitoutuu suosituimmuusaseman antamiseen kyseiselle yhtiölle puukaupassa. Puun myyntiä muille ostajille ei ole kuitenkaan kielletty, mutta alkuperäinen sopimuskumppani voi irtisanoa sopimuksen. (Kiviniemi 2018, 43)

3.4 Puukauppasopimus

Puukauppasopimuksia voidaan tehdä suullisesti, kirjallisesti tai sähköisesti. Riittaisat tilanteet pyritään ratkaisemaan sopimusehtojen perusteella. Jos sopimusehdoissa ei ole kirjattuna ratkaisua kyseiseen kiistaan niin riitatilanne

ratkaistaan kauppalain nojalla. Yleisissä sopimusoikeudellisissa kysymyksissä toimitaan oikeustoimilain mukaisesti. Puukauppaa ei koske kuluttajansuojalaki, koska puukauppaa ei mielletä kuluttajakaupaksi. (Kiviniemi 2018, 45)

Puukaupassa ei ole säädetty sopimusehtoja, jotka olisivat yhtenäisiä. Puuta ostavilla yhtiöillä on omat sopimuslomakkeet, joiden sopimusehdot ovat erilaisia keskenään. Yksi olennaisin sopimusehdoista puun myyjän kannalta on puutavararajan omistusoikeuden siirtyminen ostavalle taholle. Omistusoikeus voi siirtyä ostajalle joko kaadettaessa, mitatessa tai maksettaessa. Kaadettaessa ja mitatessa ehdot antavat puun ostajalle omistusoikeuden puuerään ennen maksua, jolloin myyjä antaa vakuutuksetonta luottoa puun ostajalle. Esimerkiksi pienille sahoille puun myyminen luotolla on riskialtista, koska sahojen taloudellinen väkkaus vaihtelee nopeasti. Jos saha menee konkurssiin ei puun myyjä välttämättä saa rahoja koskaan. Suurille yhtiöille myytäessä riskiä ei käytännössä ole lainkaan. (Kiviniemi 2018, 47)

4 Metsätalousmaan omistus

Puuston tilavuus metsä- ja kitumaalla on 2,6 miljardia kuutiometriä ja vuotuinen kasvu on noin 104 miljoonaa kuutiometriä. Suomen maapinta-alasta 86 % on metsätalousmaata. (Korhonen 2023)

Suurin omistajaryhmä ovat yksityiset henkilöt, jotka omistavat 43 % koko Manner-Suomen metsätalousmaan alasta. Yksityisiä metsänomistajia on yhteensä noin 633 000. Valtio omistaa metsämaasta 34 % ja yhtiöt 7,5 %. Muita metsänomistajia ovat mm. yhteismetsät, sijoitusrahastot, seurakunnat, säätiöt, kuolinpesät ja kunnat tai kuntainliitot. (Väisänen 2023.) Yksityisten metsänomistajien osuus on merkittävä Etelä- ja Keski-Suomessa noin 75 prosentin osuudella. Metsähallituksen eli valtion omistamat metsät sijaitsevat pääosin Pohjois- ja Itä-Suomessa. (MMM 2024)

Suomen kolme suurinta metsäyhtiötä, jotka ostavat puuta markkinoilta ovat Metsä Group, Stora Enso ja UPM-Kymmene. Kuitupuun ostosta nämä kolme konsernia vastaavat lähes kokonaan. Tukkipuulle on enemmän ostajia, sillä monet sahayritykset ostavat tukkipuuta suoraan markkinoilta. Sahateollisuus ry:n jäsenenä on noin 30 pienempää toimijaa, jotka toimivat paikallisesti. (Rantala 2018, 332)

Merkittävä puunostaja on myös metsänhoitoyhdistys (Mhy), joka toimii valtakunnallisesti ympäri Suomea. Mhy tarjoaa jäsenilleen korjuupalveluita ja puun korjuusta vastaavat yhdistyksen omat urakoitsijat. Puut kuljetetaan suoraan tuotantolaitoksille tai myydään hankintakauppana tien varresta. (Metsänhoitoyhdistys 2024a)

Yksityiset metsänomistajat ovat metsäyhtiöiden kannalta tärkein puuta myyvä taho. Yksityiset metsänomistajat tekevät vuosittain runsaat satatuhatta puukauppaa. Yksittäinen tila tekee puukaupan keskimäärin joka neljäs tai viides vuosi. Metsäteollisuus käyttää Suomessa noin 70 miljoonaa kuutiometriä puuta, josta noin 70 % saadaan yksityisiltä metsänomistajilta. (Perälä 2008, 101)

5 Asiakaspalvelu

5.1 Asiakaspalvelu käsitteenä

Palvelu on monitahoinen käsite, sillä se voi tarkoittaa erilaisia asioita. Yleismääritelmänä palvelu on jokin asia, jota voi myydä tai ostaa. Se koostuu toiminnoista. (Grönroos 2015, 77) Asiakaspalvelu on toimintoja, joiden tarkoituksena on antaa asiakkaalle lisäarvoa avun tai opastuksen merkeissä. Jokainen asiakas on erilainen ja jokaista pitäisi palvella yksilöllisesti ja joustavasti (Leppänen & Bergström 2023, 161–162)

Aloilla, joissa asiakkaalle tarjottavat tuotteet ovat samankaltaisia eri yrityksillä, asiakaspalvelulla on erittäin merkittävä rooli verrattuna aloihin, joilla tuotteen

eroilla voidaan kilpailla. Asiakaspalveluhenkilöstön tulee olla ammattitaitoista ja niitä tulee olla riittävästi, jotta voidaan taata asiakaspalvelun helppo saavutettavuus ja sujuvuus. Ammattitaitoinen asiakaspalvelija omaa alasta riippumatta hyvät sosiaaliset taidot, on kohtelias, ystävällinen ja oikeudenmukainen sekä omaa alan asiantuntemusta ja hyvät tuotetiedot. (Leppänen & Bergström 2023, 161–164)

5.2 Asiakastyytyväisyys

Asiakastyytyväisyys on yksilöllinen kokemus, jossa keskeisimpiä asioita ovat tuotteen laatu ja hinta, asiakkaan palvelu ja asiakkaan odotusten täyttyminen (Suomi.fi 2022). Jotta palvelun laatua voidaan kehittää, tulee olla tietoinen asiakastyytyväisyydestä. Lopulta asiakas on se, joka määrittelee ja arvioi palvelun tai yrityksen laatua. (Lecklin 2007, 105)

Asiakkaat, jotka ovat tyytymättömiä yrityksen toimintaan, ovat riski yritykselle. Tyytymättömät asiakkaat ovat herkemmin kertomassa huonoista kokemuksistaan kuin tyytyväiset hyvistä kokemuksistaan. Tämä voi aiheuttaa tyytyväisissä ja pitkäaikaisissa asiakkaissa epävarmuutta ja luoda negatiivista kuvaa yrityksen toiminnasta. Huonojen kokemusten vuoksi tyytymättömät asiakkaat helpommin kilpailevan yrityksen asiakkaiksi. (Lecklin 2006, 113)

Asiakaspalaute eli asiakastyytyväisyys on merkittävä asioiden edistämisessä ja kehittämisessä. Asiakaspalaute on arvokasta, koska sen avulla voidaan toimintaa kehittää asiakaskeskeisemmäksi. Asiakastyytyväisyyttä tutkittaessa selvitetään, mitkä asiat asiakas kokee positiivisiksi ja asiakkaan tarpeita ja kokemuksia palvelun asiantuntevuudesta, tuote- ja palveluvalikoimasta ja palvelun ystävällisyydestä. (Aarnikoivu 2005, 67)

6 Toimeksiantaja

6.1 Metsänhoitoyhdistys

Metsänhoitoyhdistys eli MHY on metsänomistajien oma yhdistys sekä etujärjestö. Metsänhoitoyhdistyksiä on Suomessa 56 ja ne sijaitsevat ympäri Suomea. Hallinnosta vastaavat vaaleilla valitut edustajat, jotka valvovat yhdistyksen taloutta ja päättävät jäsenmaksusta. (Metsänhoitoyhdistys 2024b)

Yhdistyksen tarkoituksena on auttaa metsänomistajia tarjoamalla erilaisia palveluita. Mhy työllistää noin tuhat metsäammattilaista, jotka antavat metsänomistajille neuvontaa, tekevät metsäsuunnitelmia ja kilpailuttavat puukauppasopimuksia. (Metsänhoitoyhdistys 2024b)

Laki metsänhoitoyhdistyksistä ohjaa Mhy:n toimintaa. ”Metsänhoitoyhdistys on metsänomistajien yhteisö, jonka tarkoituksena on edistää jäsentensä harjoittaman metsätalouden kannattavuutta ja heidän metsätaloudelleen asettamiensa muiden tavoitteiden toteutumista, edistää taloudellisesti, ekologisesti ja sosiaalisesti kestävää metsien hoitoa ja käyttöä sekä valvoa jäsentensä etua.” (Laki metsänhoitoyhdistyksistä 1090/2013)

6.2 Karjalan Puukaupat

Karjalan puukaupat on palvelu, joka ostaa puuta Metsänhoitoyhdistys Pohjois-Karjalan tytäryhtiö Karjala Metsätilat Oy LKV:n lukuun. Karjalan Puukaupat on toiminut Pohjois-Karjalan alueella vuodesta 2022 lähtien. Lisääntyvä kilpailu puun ostossa on myös metsänomistajien etu. Aiemmin hakkuutoiminta keskittyi pääasiassa PKS:n sähkölinjojen huoltohakkuihin. (Metsänhoitoyhdistys, 2022)

Karjalan puukaupat korjaa vuosittain noin 160 tuhatta kiintokuutiota puuta. Puun korjuusta ja kuljetuksesta vastaavat aliurakoitsijat. Myös toimihenkilöt ovat

alihankittuja. Puuta korjataan 14 koneketjun voimin ja kaukokuljetuksesta vastaa kolme kuljetusyritystä. Puuta toimitetaan noin kymmenelle eri toimijalle. (Lappalainen 2024)

Karjalan Puukaupat on Pohjois-Karjalan Mhy:n tytäryhtiö, mutta sen tarjous on yksi muiden joukossa Mhy:n valtakirjakaupoissa. Valtakirjakaupassa kilpailutuksen ja ostotarjouksen tekevät eri toimihenkilöt, jolloin kilpailutilanne on reilu. Kaupat voidaan tehdä myös suoraan ilman kilpailutusta. (Metsänhoitoyhdistys, 2022)

Metsänhoitoyhdistyksen toimintaa ohjaa myös laki, joka estää epäreilun kilpailu-aseman syntymisen. ” Metsänhoitoyhdistyksen tehtävänä on tarjota jäsenilleen metsän omistamiseen ja metsätalouden harjoittamiseen liittyviä palveluja. Metsänhoitoyhdistyksen oikeuteen harjoittaa taloudellista toimintaa sovelletaan, mitä yhdistyslain (503/1989) 5 §:ssä säädetään. (Laki metsänhoitoyhdistyksistä 1090/2013.)

7 Opinnäytetyön tavoite ja tehtävät

Opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää Karjalan puukauppojen asiakaskokemuksia ja asiakastyytyväisyyttä. Tutkimuksen tavoitteena on selvittää asiakkaiden näkemys siitä minkälaisena he ovat kokeneet toiminnan eri osa-alueilla.

Työn lopputuloksena on vastaus kysymyksiin:

- Ovatko puun myyjät tyytyväisiä puukaupprosessiin?
- Millä puukaupprosessin osa-alueilla on eniten kehitettävää?
- Ovatko puun myyjät tyytyväisiä asiakaspalveluun?
- Millä asiakaspalvelun osa-alueilla on eniten kehitettävää?

Tuloksien avulla Karjalan Puukaupat saavat hyvän kokonaisvaltaisen tilannekuvan palvelunsa laadusta. Tämä on tärkeää, koska kilpailu puukauppa-alalla on

kovaa ja suurimmat eroavaisuudet asiakkaan suuntaan näkyvät asiakaspalvelussa. Tulosten perusteella Karjalan puukaupat voivat tehdä ratkaisuja ja johtopäätöksiä toimintansa kehittämiseksi.

8 Menetelmälliset valinnat

8.1 Aineiston kerääminen

Opinnäytetyöhön aihetta miettiessä oltiin yhteydessä useampaan mahdolliseen toimeksiantajaan. Kun Metsänhoitoyhdistykseen oltiin yhteydessä, ehdotettiin aiheeksi asiakastyytyväisyyteen liittyvää tutkimusta. Mhy:n omistamalle Karjalan Puukaupoille aihe oli ajankohtainen, koska ovat tuore toimija asiakasmarkkinoilla. Opinnäytetyö aloitettiin tietoperustan laatimisesta. Siinä käsitellään keskeisiä puukauppaan ja asiakastyytyväisyyteen liittyviä asioita.

Kvantitatiivisessa eli määrällisessä tutkimuksessa saadaan numeerisia vastauksia tai laadulliset vastaukset jaotellaan numeerisiksi. Asioiden eroavaisuuksia ja suhteita voidaan selvittää kvantitatiivisessa tutkimuksessa. Määrällinen tutkimus vastaa usein kysymyksiin: Kuinka usein, kuinka moni ja kuinka usein. (Vilkkä 2007, 13–14) Tutkimustavaksi valittiin määrällinen kyselytutkimus, koska se on kustannustehokas ratkaisu asiakastyytyväisyyden selvittämiseen. Kysymyksistä tehtiin alustava versio, josta pyydettiin toimeksiantajan kommentteja. Kommenttien jälkeen lisättiin Mhy:n jäsenyyteen, puukaupan muotoon ja puukaupan ratkeamiseen liittyvät kysymykset sekä muotoiltiin hieman valmiiden kysymysten asettelua.

Kysely luotiin Webropol-työkalulla (Liite 2). Kysely lähetettiin toimeksiantajan kautta tekstiviestillä. Tekstiviestissä oli saateteksti ja linkki kyselyyn (Liite 1). Kysely lähetettiin 838 metsänomistajalle. Vastausmäärän tarkastettiin viikon kuluessa. Vastauksia ei ollut riittävästi, joten muistutustekstiviesti lähetettiin toimeksiantajan kautta. Kyselyyn vastanneilla oli mahdollisuus osallistua kolmen puolen

kuksan arvontaan, jolla pyrittiin lisäämään vastaajien määrää. Kyselyyn tuli 148 vastausta ja vastausprosentiksi muodostui 17,8 %.

8.2 Analysointiprosessi

Webropol-työkalulla toteutetusta sähköisestä kyselystä ladattiin tulokset Excel-tiedostoon. Tämä mahdollisti vastaajien taustatietojen systemaattisen järjestyksen ja analysoinnin taulukkolaskentaohjelmalla. Vastaajien taustatiedot luokiteltiin ja niistä laskettiin prosentuaaliset osuudet. Tuloksia kuvattiin pylväsdiagrammeilla.

Ristiintaulukointi on tilastollinen menetelmä, jota käytetään tutkittaessa kahden muuttujan välistä suhdetta tai riippuvuutta. Aineisto järjestetään taulukkomuotoon, jossa yhdellä akselilla ovat toinen muuttuja ja toisella akselilla toinen muuttuja. Aineiston solut täytetään vastaavien muuttujien yhdistelmillä ja niiden esiintymiskerroilla. Ristiintaulukoinnilla voidaan havainnollistaa erilaisten muuttujien välistä suhdetta tutkittaessa tyytyväisyyden tasoa esimerkiksi eri ikäryhmissä. (Vilka 2007, 119) Ristiintaulukoinnilla saimme paremman käsityksen asiakastyytyväisyyden eri taustoista.

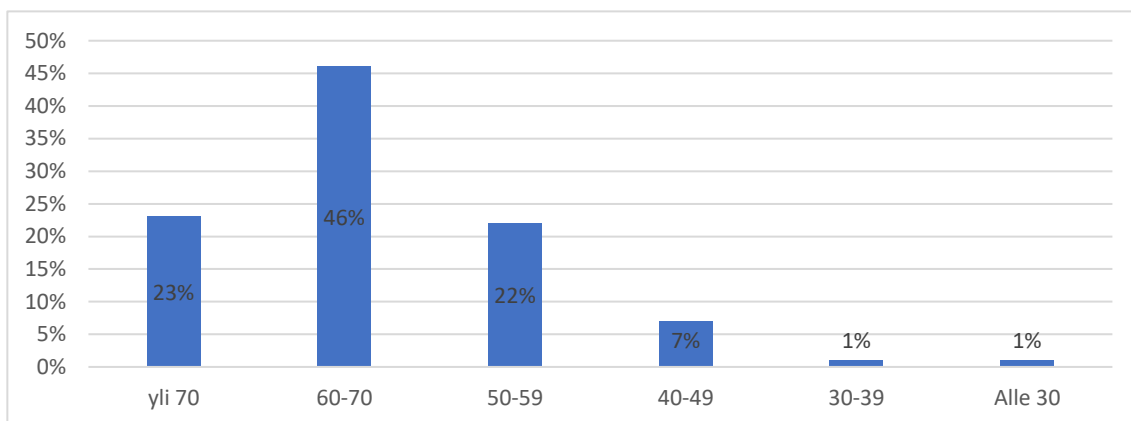
Ristiintaulukointia testattiin khiin neliö -testin avulla, jotta asian merkitsevyyttä kyettiin tarkastelemaan. Khiin neliötestillä pystyttiin arvioimaan kahden muuttujan välistä riippuvuutta toisiinsa. Khiin neliötesti antaa p-arvon. Jos p-arvo on alle 0,05 (5 %), riippuvuutta pidetään tilastollisesti merkitseväenä (Taanila 2021).

9 Tulokset

9.1 Taustamuuttujat

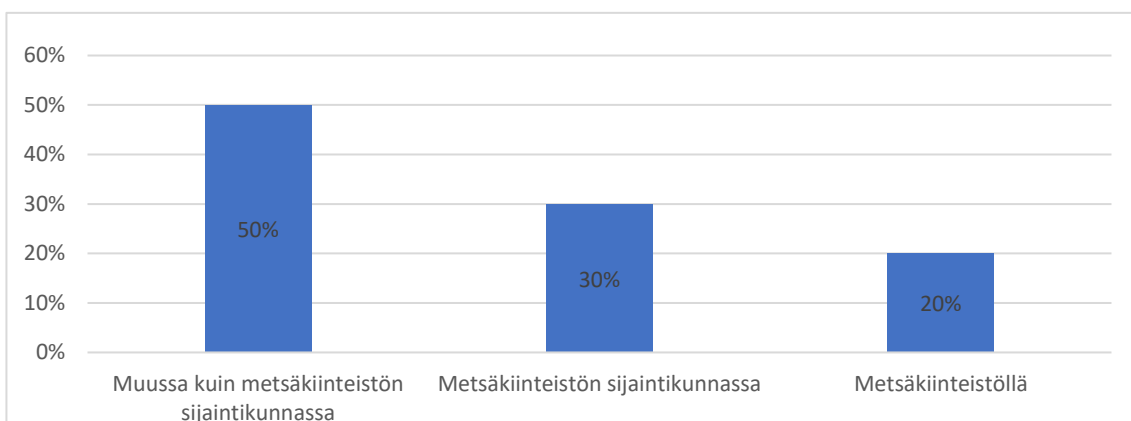
Webropolilla luotu sähköinen kysely lähetettiin tekstiviestillä 838 metsänomistajalle, joista 148 vastasi kyselyyn. Vastausprosentiksi muodostui 17,8 %.

Ikäluokkien jaottelu osoitti, että 60–70-vuotiaita vastaajia oli selvästi eniten, katamalla 46 % vastaajista. Alle 50-vuotiaita vastaajia oli vain 13 henkilöä. 50–59 ja yli 70-vuotiaita vastaajia oli lähes saman verran (Kuvio 1).



Kuvio 1. Kyselyyn vastanneiden metsänomistajien ikäjakauma (n=148).

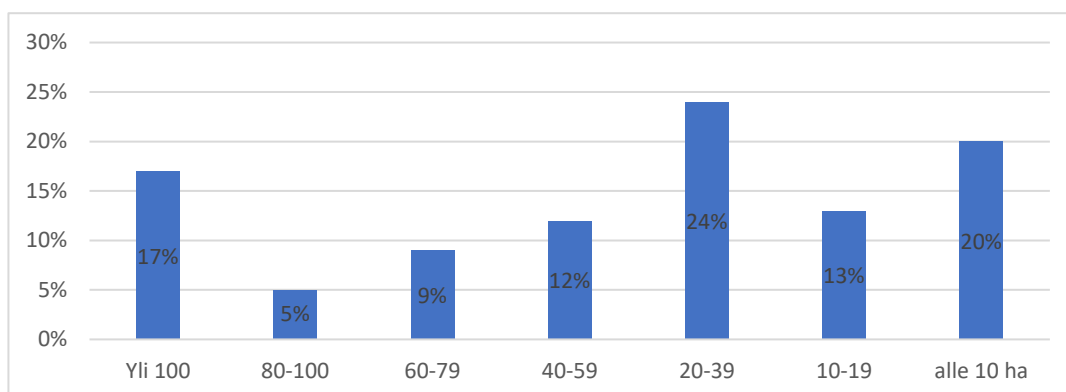
Kyselyssä kartoitettiin metsänomistajien asuinpaikkaa suhteessa metsäkiinteistöön. Vastausvaihtoehtoja oli kolme: Metsäkiinteistöllä, metsäkiinteistön sijaintikunnassa tai muussa kuin metsäkiinteistön sijaintikunnassa. Puolet vastanneista asuivat muualla kuin metsäkiinteistön sijaintikunnassa. 30 % asui metsäkiinteistön sijaintikunnassa ja 20 % metsäkiinteistöllä (kuvio 2).



Kuvio 2. Vastanneiden asuinpaikka suhteessa metsäkiinteistöön (n=148).

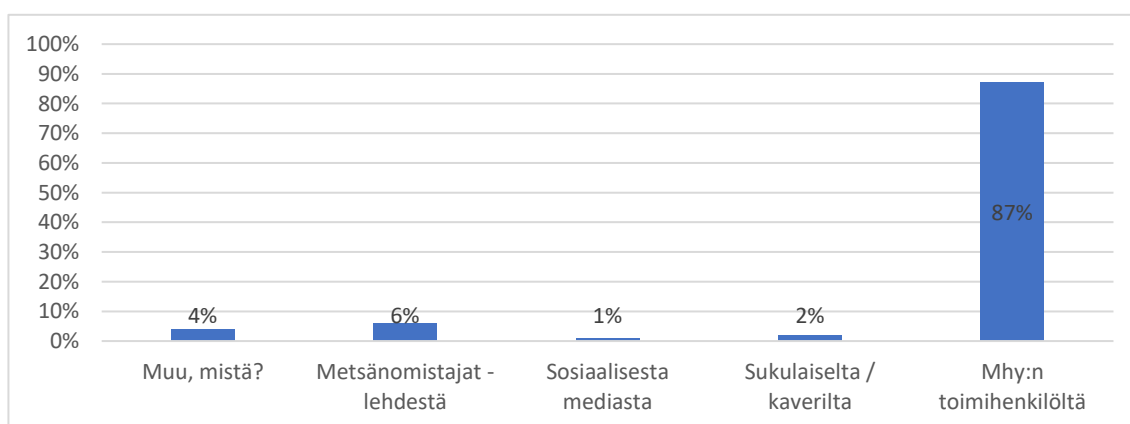
Kyselyyn vastanneiden metsänomistajien metsäkiinteistöjen pinta-alat jaettiin seitsemään eri kokoluokkaan. 24 % vastaajista omisti 20–39 hehtaaria metsää. Joka viides vastaajista omisti alle 10 hehtaaria ja kolmanneksi suurin omistusluokka oli yli 100 hehtaarin metsänomistus 17 % osuudella. Vähiten vastauksia saatiin kokoluokkaan 80–100 hehtaaria, jonka osuus oli vain 5 %. Muut

vastaukset jakautuivat kohtuullisen tasaisesti luokkiin 60–70 ha, 40–59 ha ja 10–19 ha (kuvio 3).



Kuvio 3. Vastanneiden metsänomistusmäärä pinta-alajakaumana (n=148).

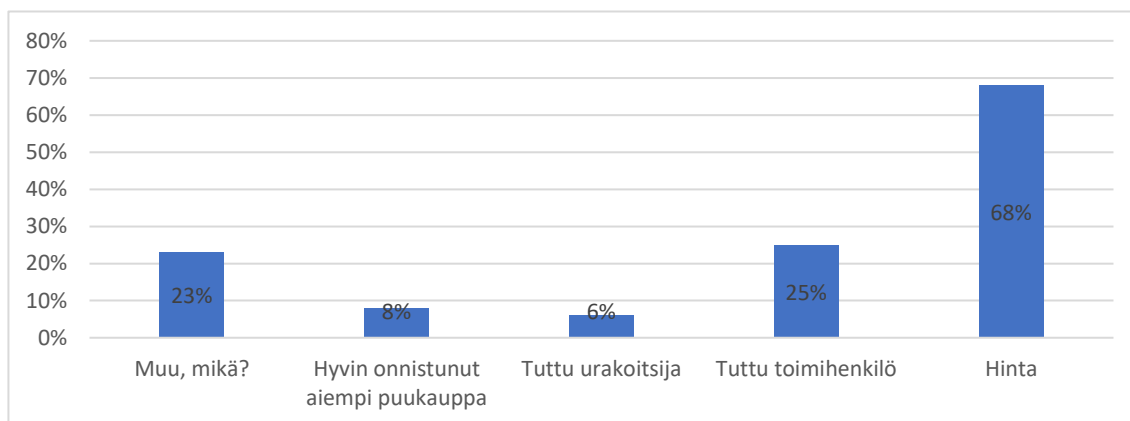
Kyselyyn vastanneista 84 % eli suuri osa kertoi olevansa metsänhoitoyhdistyksen jäsen. Kyselyyn vastanneista 87 % oli myös saanut tietoa Karjalan puukaupoista Mhy:n toimihenkilöltä. Metsänomistajat lehdestä tiedon oli saanut 6 %, sukulaiselta tai kaverilta 2 % ja sosiaalisesta mediasta 1 %. Vastajista 4 % oli saanut vastauksen muualta. Muualta saatu tieto oli pääasiassa peräisin sähköyhtiöltä (Kuvio 4).



Kuvio 4. Tiedon saanti Karjalan puukaupoista (n=148).

Kyselyyn vastanneista 74 % oli tehnyt Karjalan puukauppojen kanssa valtakirjakaupan. Suorakaupan osuudeksi jäi kyselyssä 26 %. Kysyimme metsänomistajilta mikä ratkaisi puukaupan teon karjalan puukauppojen kanssa.

Vaihtoehtoista pystyi valitsemaan yhden tai useamman Vastaajista 68 % piti hintaa ratkaisevana tekijänä valitessaan Karjalan puukaupat ostajaksi. Joka neljanteen vastaajaan vaikutti ratkaisevasti tuttu toimihenkilö. Hyvin onnistunut aiempi puukauppa oli 8 % mielestä ratkaisevassa asemassa ja 6 % piti tuttua urakoitsijaa ratkaisevana tekijänä. Loput tekivät ratkaisun muusta syystä, jossa merkittäväksi tekijäksi nousi sähköverkkoyhtiön linjahakkuu (Kuvio 5).

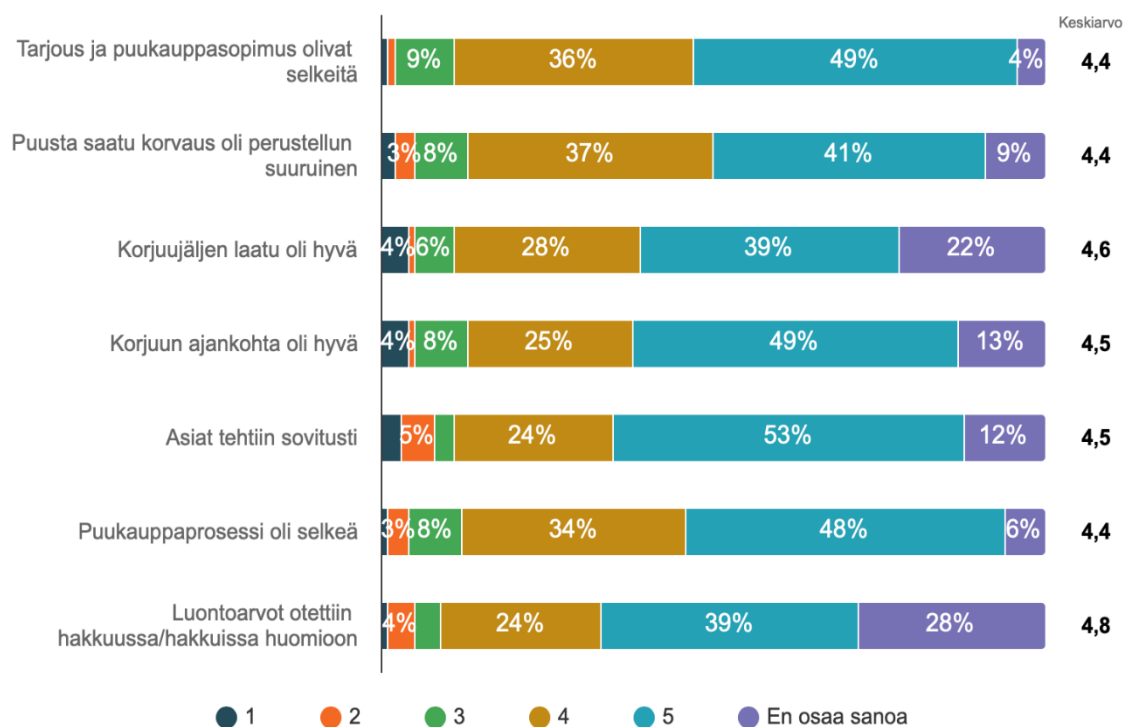


Kuvio 5. Mikä ratkaisi puukaupan teon Karjalan puukauppojen kanssa? (n=148).

9.2 Asiakastyytyväisyys

Kuudennessa kysymyksessä selvitettiin asiakkaiden tyytyväisyyttä puukauppaan Karjalan puukauppojen kanssa asteikolla 1–5. Osiossa oli seitsemän kysymystä (Kuvio 6). Yleisesti voidaan todeta, että Karjalan puukauppojen asiakkaat ovat tyytyväisiä puukauppaan. Keskiarvo kaikkiin väittämiin oli yli 4,3.

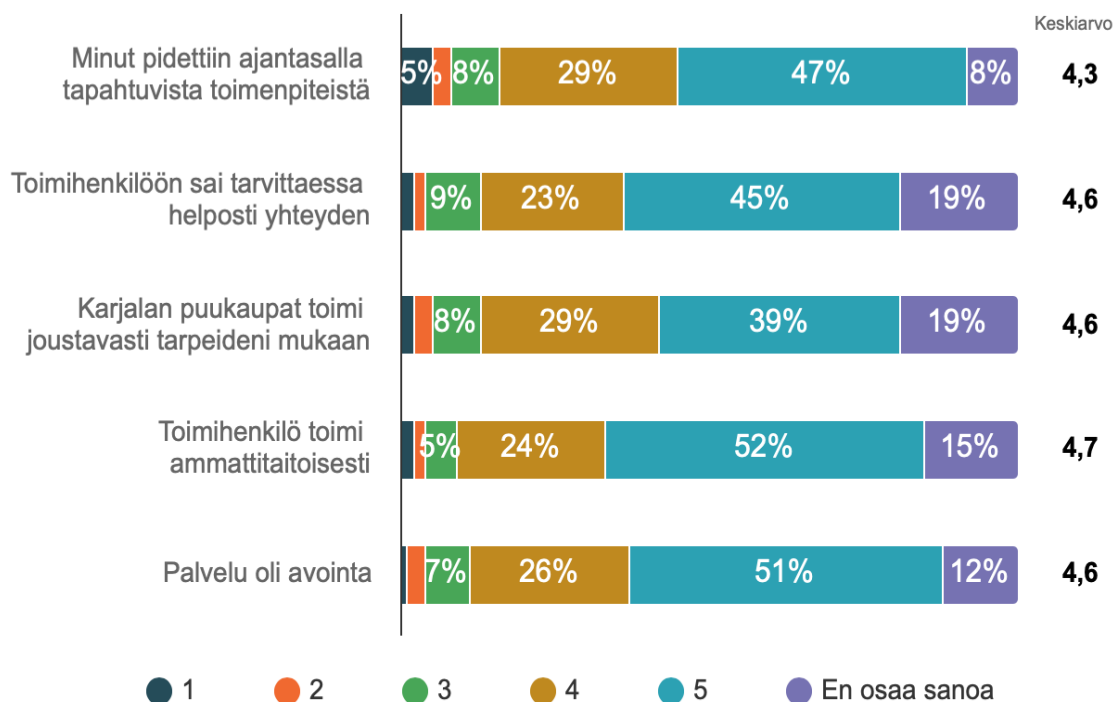
- Tarjous ja puukauppasopimus olivat selkeitä
- Puusta saatu korvaus oli perustellun suuruinen
- korjuujäljen laatu oli hyvä
- Korjuun ajankohta oli hyvä
- Asiat tehtiin sovitusti
- Puukaupprosessi oli selkeä
- Luontoarvot otettiin hakkuussa tai hakkuissa huomioon



Kuvio 6. Tyytyväisyys puukauppaan Karjalan puukauppojen kanssa

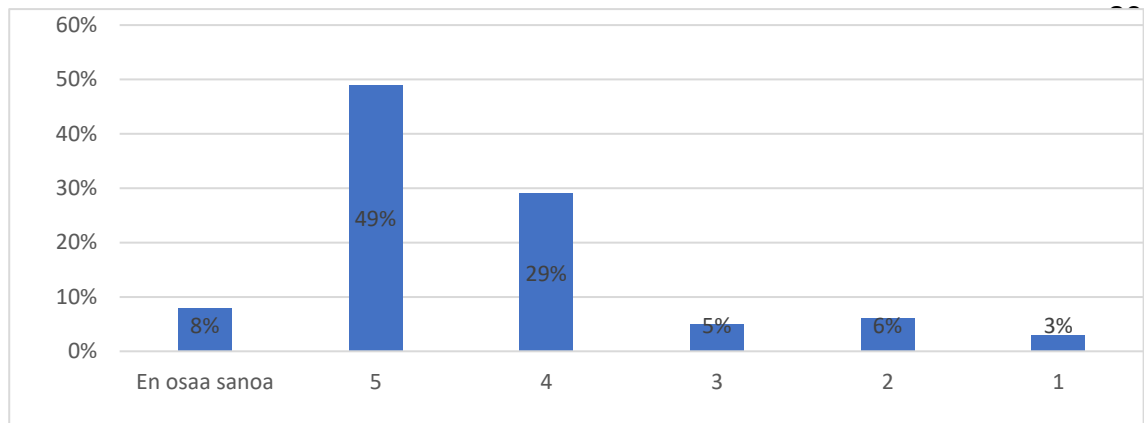
Seitsemännessä kysymyksessä selvitettiin asiakkaiden tyytyväisyyttä puukauppaan Karjalan puukauppojen kanssa asteikolla 1–5. Osiossa oli viisi kysymystä. Yleisesti voidaan todeta, että Karjalan puukauppojen asiakkaat ovat tyytyväisiä asiakaspalveluun Keskiarvo kaikkiin väittämiin oli yli 4,2 (kuvio 6).

- Minut pidettiin ajan tasalla tapahtuvista toimenpiteistä
- Toimihenkilöön sai tarvittaessa helposti yhteyden
- Karjalan puukaupat toimi joustavasti tarpeideni mukaan
- Toimihenkilö toimi ammattitaitoisesti
- Palvelu oli avointa



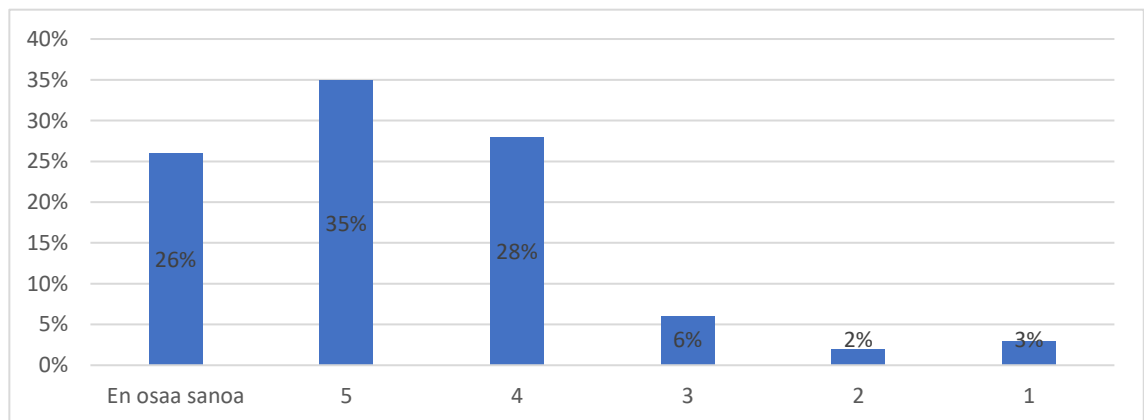
Kuvio 7. Tyytyväisyys Karjalan puukauppojen asiakaspalveluun

Kyselyssä asiakastyytyväisyyttä mitattiin asteikolla 1–5, jossa numero 1 tarkoittaa ei pidä lainkaan paikkaansa ja numero 5 pitää täysin paikkansa. Numero-luokituksella vastaaja kertoo mielipiteensä kyselyssä esiintyviin väittämiin. Kyselyyn vastanneet kertoivat mielipiteensä väittämään ”Minulle jäi Karjalan puukaupoista hyvä kokonaiskuva.” Kyselyyn vastanneista 49 % oli sitä mieltä, että heille jäi hyvä kokonaiskuva. Numero neljän valitsi 29 % vastaajista. Numero 3, 2 ja 1 osuudet olivat kaikki alle 10 %. Vastaajista 8 % ei osannut sanoa mikä kokonaiskuva heille jäi (Kuvio 8).



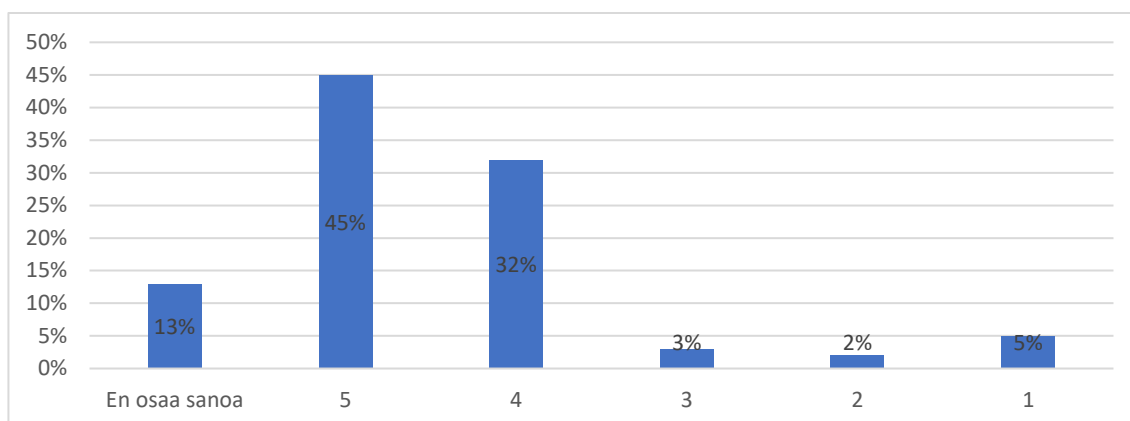
Kuvio 8. Minulle jäi hyvä kokonaiskuva Karjalan puukaupoista

Selvitimme kyselyssä vastaajien halukkuutta tehdä puukauppaa jatkossakin Karjalan puukauppojen kanssa. Vastaajista 35 % piti sitä erittäin todennäköisenä. Todennäköisenä sitä piti 28 % vastaajista ja 26 % ei osannut vastata. Numero 3 valitsi 6 %, numero 2 % ja numero yhden 3 % (Kuvio 9).



Kuvio 9. Tulen jatkossakin tekemään puukauppaa Karjalan puukauppojen kanssa.

Vastaajista 45 % voisi suositella suurella todennäköisyydellä Karjalan puukauppoja toiselle metsänomistajalle. Luokan neljä oli valinnut 32 % vastaajista. Kolmannen luokan valitsivat 3 %, kahden 2 % ja numero yhden 5 %. Väittämään ei osannut ottaa kantaa 13 % vastaajista (Kuvio 10).



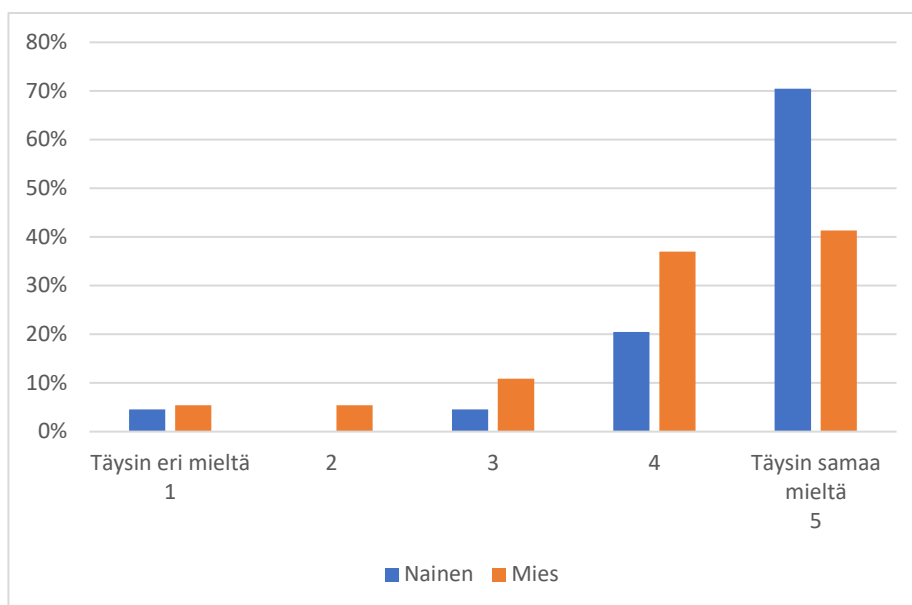
Kuvio 10. Voisin suositella Karjalan puukauppoja henkilölle, jolla on metsää.

9.3 Taustamuuttujien vaikutus tyytyväisyyteen

Tutkittaessa taustamuuttujien vaikutusta tyytyväisyyteen, analysoinnista jätettiin vastaukset en osaa sanoa pois. Avoimesta kysymyksestä selvisi, että osalla vastanneista prosessi oli vielä kesken, joten kaikkiin kysymyksiin ei ollut mielipidettä.

Suurimmassa osassa kysymyksistä ei ollut tilastollisesti merkitsevää eroa sukupuolien välillä. Tilastollisesti merkitsevä ero oli yhdessä kysymyksessä, joka kysyi, kuinka hyvin asiakasta on pidetty ajan tasalla.

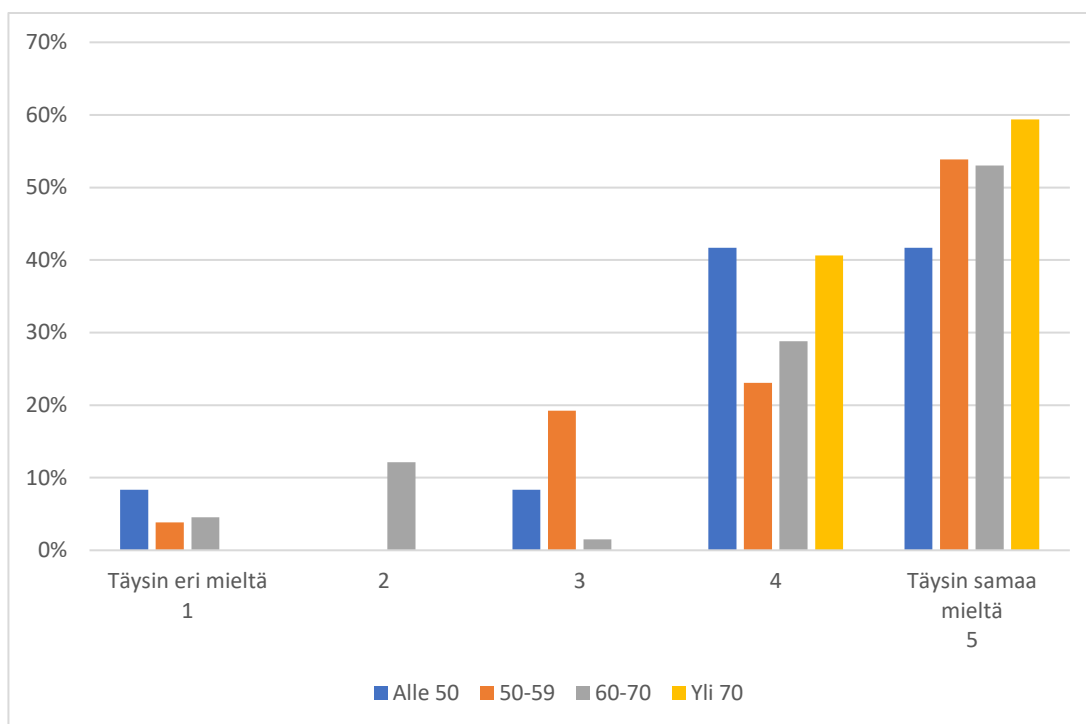
Kysymyksessä esitettiin väite, että minut pidettiin ajan tasalla tapahtuvista toimenpiteistä (Liite 2). Naisista 70 % vastasi 5 (Täysin samaa mieltä) ja Miehistä 41 %. Vastauksen 4 vastasi 20 % naisista ja 37 % miehistä. Naisista 5 % vastasi 3 ja miehistä 11 % ja vastauksen 2 vastasi naisista 0 % ja miehistä 5 %. Vastauksen 1 (Täysin eri mieltä) vastasi miehistä ja naisista 5 % Khiin neliö - testillä testattuna naisten (n=44) ja miesten (n=92) mielipiteet erosivat seuraavasti: $p=0,023$. Ero on tilastollisesti melkein merkitsevä.



Kuvio 11. Vastaukset sukupuolittain väitteeseen ”Minut pidettiin ajan tasalla tapahtuvista toimenpiteistä” (n=136)

län vaikutusta tyytyväisyyteen tutkittiin luokissa Alle 50-vuotiaat, 50–59-vuotiaat, 60–70-vuotiaat ja yli 70-vuotiaat. Luokassa alle 30-vuotiaat vastauksia oli vain 1, 30–39-vuotiaat vain 1, joten ne yhdistettiin luokkaan 40–49-vuotiaat. Tilastollisesti merkitsevä ero eri ikäryhmien vastauksissa oli vain yhden kysymyksen kohdalla. Suurimmissa osissa kysymyksistä ei ollut tilastollisesti merkitsevää eroa.

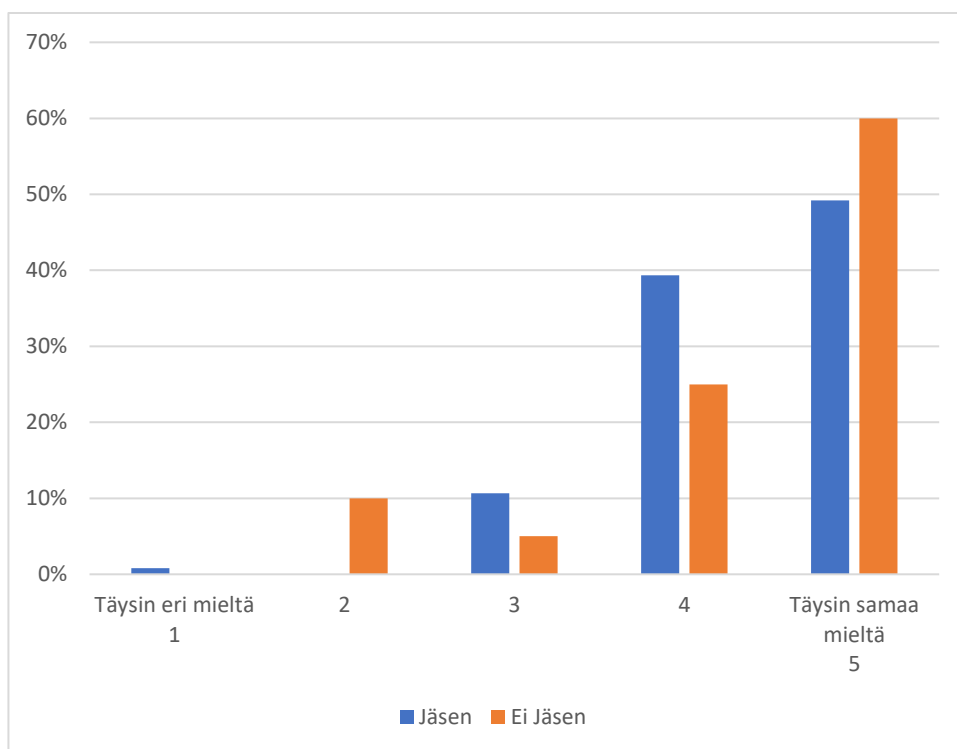
Vastaukset erosivat kysymyksessä, jossa väitettiin, että minulle jäi Karjalan Puukaupoista hyvä kokonaiskuva (Liite 2). Väitteeseen vastasi alle 50-vuotiaat 5 (Täysin samaa mieltä) 42 %. Muissa ikäluokissa vastauksen 5 vastasi 53–59 %. Alle 50- ja yli 70-vuotiaista 41–42 % vastasi 4. Ikäluokassa 50–59-vuotiaat vastauksen 4 antoi 23 % ja luokassa 60–70 saman vastauksen antoi 29 %. Vastauksen 3 vastasi luokassa 50–59-vuotiaat 19 % ja muissa luokissa 0–8 %. 60–70-vuotiaista 2 vastasi 12 %. Muissa luokissa samoja vastauksia tuli 0 %. Vastauksen 1 (Täysin eri mieltä) vastasi kaikissa luokissa 0–8 %. Khiin neliö - testillä testattuna alle 50-vuotiaiden (n=12), 50-59-vuotiaiden (n=26), 60-70-vuotiaiden (n=66) ja yli 70-vuotiaiden vastaukset erosivat seuraavasti: $p=0,009$. Ero on tilastollisesti merkitsevä.



Kuvio 12. Iän vaikutus vastauksiin väitteessä ”Minulle jäi Karjalan Puukaupoista hyvä kokonaiskuva.” (n=136).

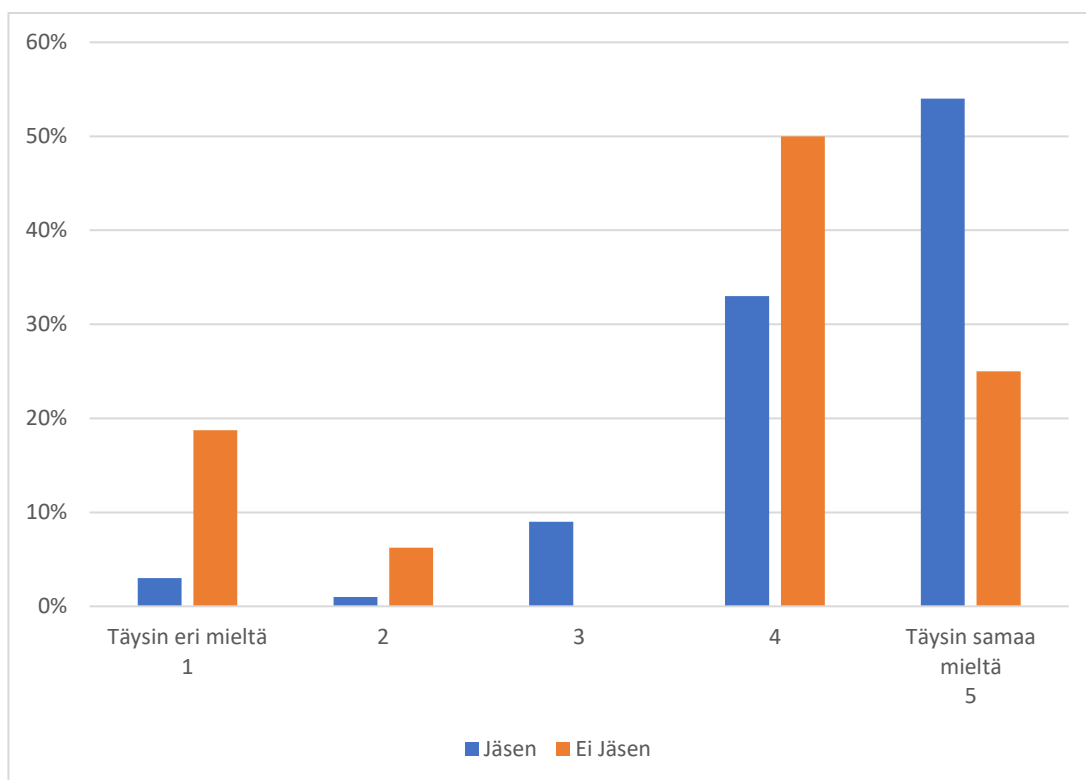
Asuinpaikan vaikutusta tyytyväisyyteen tutkittiin luokissa metsäkiinteistöllä, metsäkiinteistön sijaintikunnassa ja muussa kuin metsäkiinteistön sijaintikunnassa. Tutkimuksessa ei havaittu tilastollisesti merkitseviä eroja asuinpaikan suhteen. Vastaukset jakautuivat tasaisesti eri asuinpaikkojen välillä, eikä suuria eroja ollut minkään kysymyksen kohdalla.

Taustamuuttujan ollessa Metsänhoitoyhdistyksen jäsenyys, vastausten ja taustamuuttujan välinen riippuvuus tuli ilmi useamman kysymyksen kohdalla. Väitteeseen ”Tarjous ja puukauppasopimus olivat selkeitä” (Liite 2) jäsenistä 49 % vastasi 5 (Täysin samaa mieltä) ja ei jäsenistä 60 %. Vastauksen 4 antoi jäsenistä 39 % ja ei jäsenistä 25 %. Jäsenistä kukaan ei vastannut 2 ja ei jäsenistä 10 %. Muut vastausvaihtoehdot jäsenien ja ei jäsenien välillä olivat lähellä toisiaan (Kuvio 13). Khiin neliö -testillä jäsenten (n=122) ja ei jäsenten (N=20) tyytyväisyys erosi seuraavasti: $p=0,006$. Ero on tilastollisesti merkitsevä.



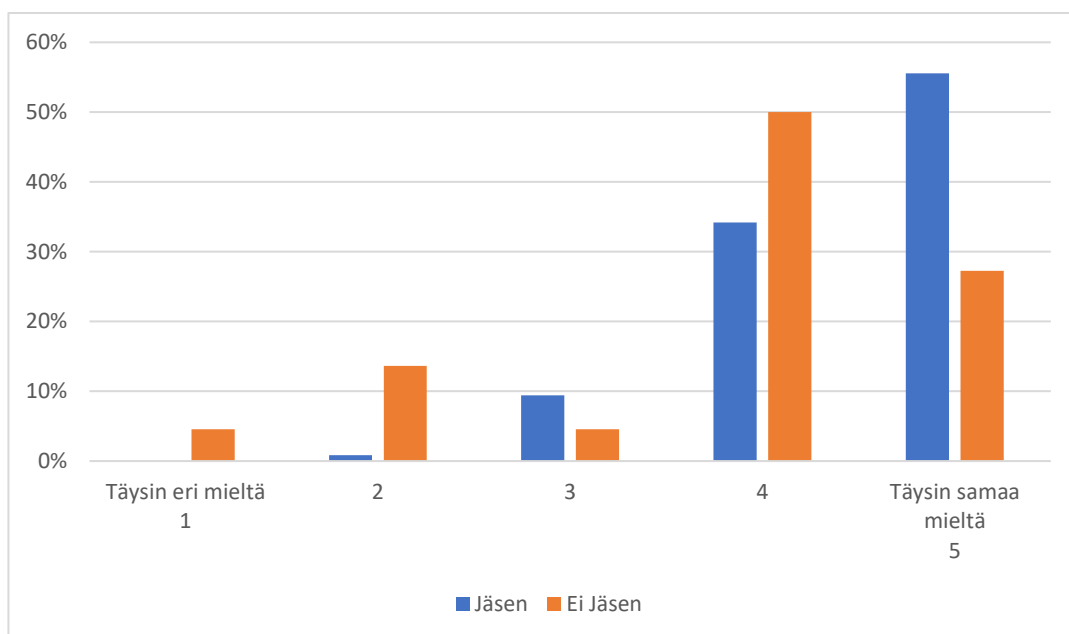
Kuvio 13. Mhy:n jäsenyyden vaikutus vastauksiin väitteessä "Tarjous ja puukauppasopimus olivat selkeitä" (n=142).

Mhy:n jäsenistä 54 % vastasi 5 (Täysin samaa mieltä) ja ei jäsenistä 25 % väitteeseen "Korjuujäljen laatu oli hyvä". Jäsenistä 33 % vastasi 4 ja ei jäsenistä 50 %. Jäsenistä 9 % vastasi 3, kun ei jäsenistä kukaan ei vastannut kyseistä vastausta. Vastauksen 1 (Täysin erimieltä) jäsenistä antoi 3 % ja ei jäsenistä saman vastauksen antoi 19 %. Khiin neliö -testillä jäsenten (n=100) ja ei jäsenten (n=16) tyytyväisyys erosi seuraavasti: $p=0,008$. Ero on tilastollisesti merkitsevä.



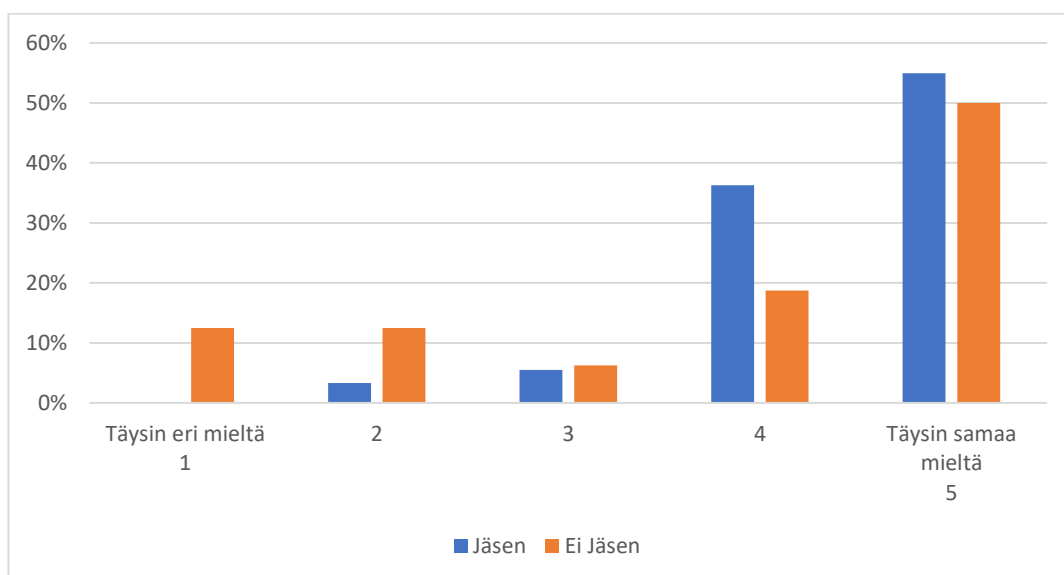
Kuvio 14. Mhy:n jäsenyyden vaikutus vastauksiin väitteessä "Korjuujäljen laatu oli hyvä" (n=116).

Väitteeseen "Puukauppaprosessi oli selkeä" (Liite 2) jäsenistä 56 % vastasi 5 (Täysin samaa mieltä) ja ei jäsenistä vastasi 27 %. Vastauksen 4 antoi 34 % Jäsenistä ja 50 % jäsenistä. Jäsenistä 1 % vastasi 2 ja ei jäsenistä 14 %. Muut vastaukset olivat jäsenillä ja ei jäsenillä lähellä toisiaan (Kuvio 15). Khiin neliö - testillä jäsenten (n=117) ja ei jäsenten (n=22) tyytyväisyys erosi seuraavasti: $p=0,0004$. Ero on tilastollisesti erittäin merkitsevä.



Kuvio 15. Mhy:n jäsenyyden vaikutus vastauksiin väitteessä ”Puukauppaprosessi oli selkeä” (n=139).

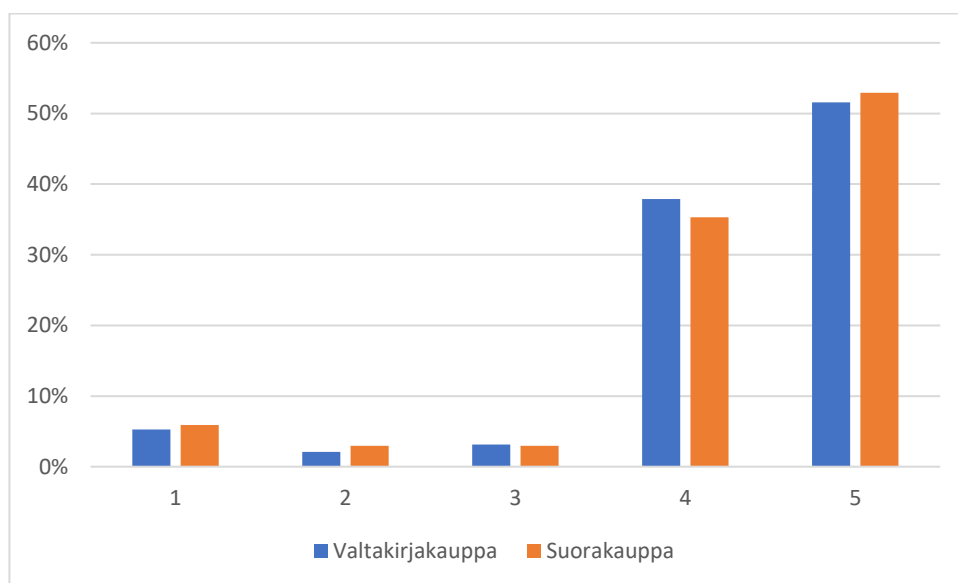
Jäsenistä 36 % vastasi 4 väitteeseen ”Luontoarvot otettiin hakkuussa/hakkuissa huomioon” kun ei jäsenistä saman vastauksen antoi 19 %. Vastauksen 2 antoi jäsenistä 3 % ja ei jäsenistä 13 %. Jäsenistä 0 % vastasi 1 (Täysin eri mieltä) ja ei jäsenistä 13 %. Muut vastaukset olivat lähellä toisiaan jäsenillä ja ei jäsenillä (Kuvio 16). Khiin neliö -testillä jäsenten (n=91) ja ei jäsenten (n=16) tyytyväisyys erosi seuraavasti: $p=0,004$. Ero on tilastollisesti merkitsevä.



Kuvio 16. Mhy:n jäsenyyden vaikutus vastauksiin väitteessä ”Luontoarvot otettiin hakkuussa/hakkuissa huomioon” (n=107).

Metsämaan pinta-alan vaikutusta tyytyväisyyteen tutkittiin luokissa Alle 10 ha, 10–19 ha, 20–39 ha, 40–59 ha, 60–79 ha, 80–100 ha ja yli 100 ha. Tutkimuksessa ei havaittu tilastollisesti merkitsevää eroa metsämaan pinta-alan suhteen. Vastaukset jakoutuivat tasaisesti eri metsämaan pinta-alaluokissa.

Vastausten ja kaupan muodon välillä ei ollut tilastollisesti merkitsevää riippuvuutta minkään kysymyksen kohdalla. Kauppamuotoa tutkittiin luokissa suora-kauppa ja valtakirjakauppa. Osassa kysymyksistä eroja ei ollut lainkaan. Väitteeseen ”Voisin suositella Karjalan Puukauppoja henkilölle, jolla on metsää” suoran kaupan ja valtakirjakaupan tehneet vastasivat samalla tavalla (Kuvio 17).



Kuvio 17. Kaupan muodon vaikutus vastauksiin väitteessä ”Voisin suositella Karjalan Puukauppoja henkilölle, jolla on metsää” (n=129)

10 Pohdinta

10.1 Tulosten tarkastelu

Asiakastyytyväisyys kyselyllä saadaan tuotettua Karjalan Puukaupoille arvokasta tietoa asiakkaiden näkemyksistä ja kokemuksista yrityksen toimintaan.

Tulosten avulla Karjalan Puukaupat voivat kehittää toimintaansa paremmaksi ja toisaalta näkevät, mitkä asiat ovat kunnossa. Asiakastyytyväisyys kyselyn merkitys korostuu, kun kyseessä on vain reilu vuoden ajan markkinoilla ollut toimija. Karjalan Puukaupat voivat valmiin kyselyn avulla jatkossa selvittää asiakastyytyväisyyden kehittymistä. Siten yritys pystyy paremmin reagoimaan mahdollisiin muutoksiin jo ennen kuin ne näkyvät merkittävästi kaupankäynnissä. Kyselytutkimusta voidaan tarvittaessa muokata, jos halutaan saada tiettyyn asiaan kohdennettua tietoa asiakaskokemuksista.

Kyselyyn vastanneista miehiä oli 67 % ja loput naisia. Metsänomistajista miehiä on 60 % ja naisia 40 %, joten kyselyyn vastanneista miesten osuus oli hieman ennakoitua suurempi. Ikäjakaumassa selkeästi suurin ikäluokka vastaajista oli 60–70-vuotiaat, joita oli 46 %. Metsänomistajien keski-ikä oli vuonna 2022 59,9 vuotta. Metsänomistajien keski-ikä myös nousee jatkuvasti, joten vastaajien ikäluokkien suhteet eivät ole yllättäviä. 91 % kyselyyn vastanneista oli yli 50-vuotiaita. (Metsäkeskus 2022)

Vastaajista puolet ilmoitti asuvansa muualla kuin metsäkiinteistön sijaintikunnassa. Karppisen ym. (2020, 22) tutkimuksessa vastaava luku oli 37 %, mikä on merkittävästi vähemmän. Tällaista metsänomistajaa pidetään etämetsänomistajana. Mitä suurempi metsätila on kyseessä, sitä yleisempää on, että metsänomistaja asuu tilan yhteydessä tai vähintäänkin samassa sijaintikunnassa. Etämetsänomistajien keskimääräinen etäisyys metsätilalle on noin 205 kilometriä ja verratessa lähimetsänomistajiin keskimääräisesti suurempi osuus etämetsänomistajista on naisia. (Karppinen 2020, 22)

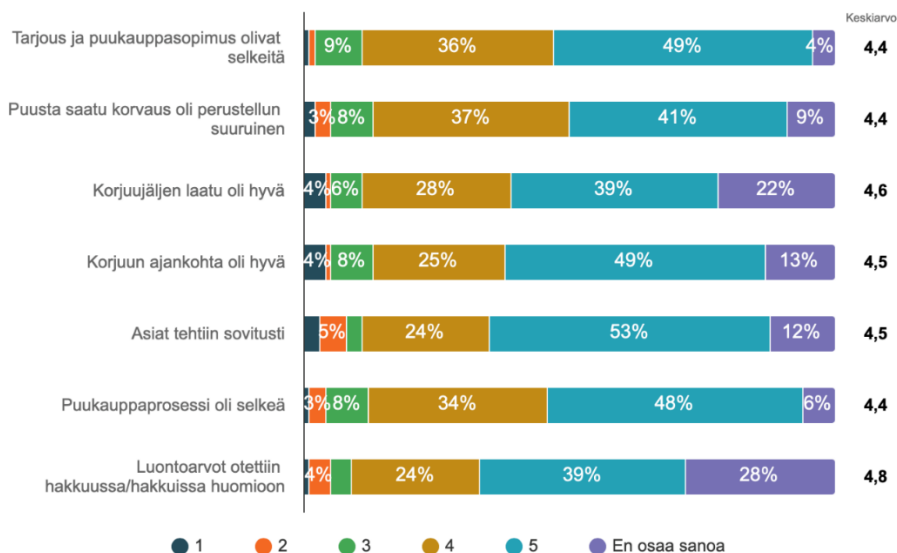
Vastaajista 84 % kertoi olevana Mhy:n jäsen. Osuus on huomattavasti suurempi kuin kaikkien metsänomistajien osuus. Yhdistykseen kuulumisen on ollut vapaaehtoista vuodesta 2015 alkaen, mutta edelleen suuri osa metsänomistajista kuuluu yhdistykseen. Jäsenmäärä on tosin ollut tasaisessa noin 1–2 % laskussa vuosittain. Jäsenmäärän laskusta huolimatta jäsenten metsien pinta-ala on pysynyt samana. Tämä johtuu metsämaan luokittelun muutoksesta ja siitä että yhdistyksestä eroavilla on usein vain pieniä tiloja. (Metsälehti 2022)

Yksityisten metsänomistajien metsäkiinteistöjen koko on keskimäärin noin 32 hehtaaria, ja alle yhdeksän prosenttia yksityisten omistamista metsäkiinteistöistä on yli sadan hehtaarin kokoisia. Kyselyyn vastanneista jopa 17 % ilmoitti omistavansa yli 100 hehtaaria metsää, joka on huomattavasti enemmän kuin koko Suomen keskiarvo. Alle kymmenen hehtaaria metsää omistavia oli kyselyyn vastanneista 20 %. (Metsäkeskus 2024)

Metsänhoitoyhdistyksen toimihenkilöillä on ollut merkittävin rooli metsänomistajien tiedonsaannissa. Kyselyyn vastanneista 87 % kertoi saaneensa tiedon Karjalan puukaupoista Mhy:n toimihenkilöiltä. Mhy:n toimihenkilön rooli nousee esiin valtakirjakaupassa, jossa Karjalan puukaupat on ollut yksi tarjouksen tekijöistä. Kyselyyn vastanneista 74 % kertoi tehneensä puukaupan valtakirjalla.

Puukaupassa hinta on yleisesti merkittävin tekijä. Metsänomistaja myy todennäköisimmin puut sille toimijalle, joka maksaa puusta parhaan hinnan. Muitakin ratkaisevia tekijöitä on kuten hyvä aiempi asiakaskokemus. Kyselyyn vastanneista kuitenkin 68 % piti hintaa ratkaisevana tekijänä. Joka neljännes kertoi tutun toimihenkilön vaikuttaneen ratkaisevasti puukauppaan, joten toimihenkilön rooli nousi hinnan lisäksi merkittäväksi tekijäksi.

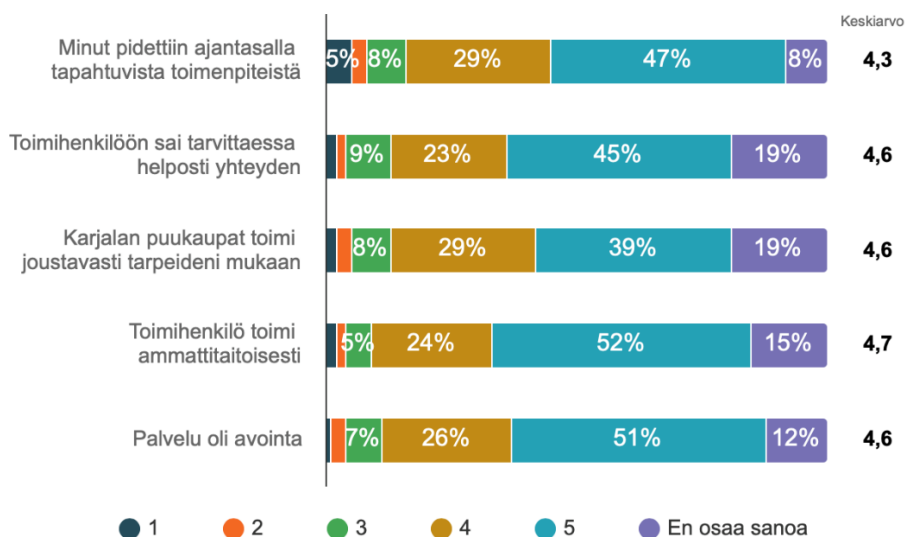
Kyselyn yksi painopiste oli asiakkaiden tyytyväisyys puukaupan eri osa-alueisiin. Tyytyväisyys oli kaikilla osa-alueilla hyvällä tasolla keskiarvon ollessa jokaisessa väittämässä yli 4,3 numero viiden ollessa paras. ”Luontoarvot otettiin hakuussa huomioon”, väittämän keskiarvo oli isoin 4,8. Tutkimuksen tuloksista voidaan todeta, että luontoarvojen huomioon ottamisessa on onnistuttu parhaiten. Muista puukauppaprosessin osa-alueista ei voida selkeästi nimetä yksittäisiä kehityskohteita (Kuvio 18).



Kuvio 18. Tyytyväisyys puukauppaan Karjalan puukauppojen kanssa

Kyselyssä kysyttiin asiakkaiden tyytyväisyyttä asiakaspalveluun viidellä eri osa-alueella. Toimihenkilön ammattitaidolla 52 % antoi parhaan mahdollisen arvostuksen. Eniten parannettavaa jäi metsänomistajan tiedottamisesta tapahtuvista toimenpiteistä, jossa keskiarvo oli 4,3. Yleisarvosanaa voidaan pitää hyvänä, mutta verratessa vastauksia muihin kysymyksiin, nousi asiakkaan tiedottaminen selkeäksi kehityskohteeksi. 16 % kyselyyn vastanneista oli antanut tiedottamisesta arvostuksen 1 tai 2. Tiedottamisen puutteellisuus nousi esille myös avoimen kysymyksen vastauksissa. Jokaisessa asiakaspalvelun osa-alueessa päästiinkin kuitenkin hyvälle tasolle keskiarvon ollessa, joka väittämässä yli neljä.

Yksi keskeisistä asiakasuskollisuuteen vaikuttavista tekijöistä on asiakkaan pitäminen ajan tasalla. Tämä tarkoittaa, että asiakasta tulee informoida tulevista ja parhaillaan tapahtuvista toimenpiteistä. Karjalan puukauppojen toiminnassa on kyse yksittäisen henkilön omaisuuden käsittelystä, jolloin on tärkeää, että asiakas tietää mitä hänen omaisuudelleen kulloinkin ollaan tekemässä. Kun asiakas on hyvin informoitu, hän tuntee itsensä arvostetuksi ja tärkeäksi osaksi yrityksen toimintaa. Tämä lisää asiakkaan luottamusta yritykseen ja vahvistaa sitoutumista, mikä puolestaan johtaa suurempaan uskollisuuteen (Peuhkurinen & Raulas 2005, 39–40)



Kuvio 19. Tyytyväisyys Karjalan puukauppojen asiakaspalveluun

Vastausten ja taustamuuttujien välisiä riippuvuus suhteita tutkittiin ristiintaulukomalla ja testaamalla sen tilastollista merkitsevyyttä khiin neliö -testillä. Suurelta osin kysymyksissä ei ollut havaittavissa tyytyväisyyden ja taustamuuttujan välistä riippuvuutta. Kuitenkin joitakin tilastollisesti merkitseviä riippuvuussuhteita löytyi.

Tutkittaessa sukupuolen ja vastausten riippuvuussuhdetta, ei tilastollisesti merkitseviä eroja juurikaan löytynyt. Ainoastaan väitteessä ”Minut pidettiin ajan tasalla tapahtuvista toimenpiteistä” oli tilastollisesti merkitsevä ero. Miehet olivat vähemmän samaa mieltä väitteen kanssa kuin naiset. Naiset kokivat paremmin, että heitä pidettiin ajan tasalla prosessin edetessä. Naiset olivat kokonaisuudessaankin hieman miehiä enemmän samaa mieltä väitteiden kanssa. Naisten kaikkien vastausten keskiarvo oli 4,5 ja miesten keskiarvo 4,2.

Tutkimuksessa löytyi yhdessä kysymyksessä tilastollisesti merkitsevä riippuvuus, kun taustamuuttujana oli ikä. Väitteessä ”Minulle jäi Karjalan Puukauposta hyvä kokonaiskuva” vastaukset erosivat merkitsevästi toisistaan. Alle 50-vuotiaat eivät olleet niin tyytyväisiä kuin muut ikäluokat, mutta heidänkin vastausten keskiarvo oli kuitenkin 4,1. Nuoria vastaajia kyselyyn ei ollut montaa, joten heidän mahdolliset muut näkemyseronsa toisiin metsänomistajiin verrattuna, eivät tulleet ilmi.

Tyytyväisyyden ja asuinpaikan välillä ei ollut tilastollisesti merkitsevää riippuvuutta. Puukauppaprosessissa on onnistuttu tasaisesti asuinpaikasta riippumatta. Toiminta on tasolla, jossa asuinpaikalla, suhteessa metsään, ei ole väliä palvelun laadun kanssa.

Metsänhoitoyhdistyksen jäsenyydellä oli tilastollisesti merkitsevä riippuvuus useamman kysymyksen kohdalla. Kysymyksissä, joissa tilastollinen riippuvuus suhde löytyi, jäsenet olivat tyytyväisempiä kuin vastaajat, jotka eivät olleet Mhy:n jäseniä. Tilastollisesti merkitsevä ero oli kysyttäessä tarjouksen, puukauppasopimuksen ja puukauppaprosessin selkeyttä, luontoarvojen huomioon ottamisesta ja korjuun laadusta (Liite 2). Eroja selittänee se, että jäseneksi liittyneet suhtautuvat lähtökohtaisestikin myönteisemmin Metsänhoitoyhdistykseen ja sen toimintaan. Tämä vaikuttaa myös Karjalan Puukauppoihin, koska se on Mhy:n omistama puunhankintayhtiö. Toisaalta jäsenyyden ulkopuolella olevat asiakkaat eivät ole niin sitoutuneita Metsänhoitoyhdistykseen ja herkemmin tarkastelevat toimintaa kriittisesti.

Metsämaan pinta-alan ja tyytyväisyyden välillä ei havaittu tilastollisesti merkitsevää eroa. Kuitenkin monissa kysymyksissä paljon metsää omistavat ja vähän metsää omistavat vastasivat hieman enemmän vastauksia 1 ja 2 ollen vähemmän tyytyväisiä kuin 20–80 hehtaaria metsää omistavissa luokissa. Tämä saattaa johtua siitä, että pienille metsänomistajille oma metsä voi olla merkittävämpi taloudellisesti ja muutenkin tarkemman tarkkailun kohteena kuin enemmän metsää omistavilla. Enemmän metsää omistavat ovat monesti tietoisempia metsään liittyvistä asioista ja siten huomaavat ja reagoivat puutteisiin ja virheisiin.

Kaupan muoto ei tilastollisesti merkitsevästi vaikuttanut tyytyväisyyteen. Sekä valtakirjalla, että suoraan kauppaa tehneet olivat yhtä tyytyväisiä kaikkien kysymysten kohdalla. On hyvä, että Karjalan Puukaupat kohtelee asiakkaitaan samalla tavalla riippumatta siitä, onko kauppa tullut suoraan vai valtakirjan kautta.

10.2 Luotettavuus ja eettisyys

Tämä opinnäytetyö on toteutettu noudattaen hyvän tieteellisen käytännön kriteerejä. Hyvä tieteellinen käytäntö rakentuu luotettavuuteen, rehellisyyteen, arvostukseen ja vastuunkatoon. (Tutkimuseettinen neuvottelukunta 2023).

Toimeksiantosopimus laadittiin yhdessä Metsänhoitoyhdistyksen kanssa. Tutkimuskysely luotiin yhteistyössä toimeksiantajan kanssa ja se lähetettiin tekstiviestillä. Vastausaikaa oli kaksi viikkoa. Lähetettiin reilu viikon jälkeen myös muistutustekstiviesti toimeksiantajan kautta. Kysely toteutettiin siten että vastaajien henkilöllisyys pysyi salassa ja vastaajista ei pidetty rekisteriä. Kyselyssä on pyritty välttämään johdattelevaa kysymysten asettelua. Kyselylomakkeesta luotiin selkeä ja ymmärrettävä kokonaisuus. Kyselyn ohessa metsänomistajat saivat saatekirjeen, jossa kerrottiin mihin kyselyn tuloksia käytetään.

Kysely lähetettiin 838 metsänomistajalle, joista 148 vastasi kyselyyn. Kyselyn vastausprosentiksi muodostui 17,8 %. Mitä suurempi vastausprosentti kyselyyn saadaan, sitä luotettavampi tutkimustulos saadaan. Korkeammalla vastausprosentilla kyselytutkimus olisi ollut luotettavampi. Palautteen perusteella kaikki metsänomistajat eivät kuitenkaan halunneet vastata sähköiseen kyselylomakkeeseen, joka laski vastausprosenttia. Kaikkien metsänomistajien leimikoissa ei ollut myöskään tehty hakkuita, mikä vaikutti myös negatiivisesti vastausprosenttiin. Kyselytutkimus oli Karjalan puukauppojen asiakkaille ensimmäinen. Tämä saattoi vaikuttaa siten, että vastaajat eivät kokeneet vastaamista luontevaksi. (Vilkka 2007, 17).

Kyselylomakkeen lähetysajankohta on merkittävässä roolissa, jotta vastauksia saadaan mahdollisimman paljon (Vilkka 2007, 17). Tähän asiaan kiinnitettiin huomiota, kun lähetettiin kysely ja muistutustekstiviesti. Kyselyssä vastaajien määrä ylitti suositeltavan arvon. Suositeltavana vastaajien vähimmäismääränä pidetään 100 vastausta (Vilkka 2007, 17). Tämän rajan kysely ylitti saaden 148 vastausta.

Ristiintaulukoinnissa eroavaisuuksien testaaminen Khiin neliö -testillä ei ole niin luotettavaa, jos odotetun taulukon frekvenssit ovat pieniä. Yksiselitteisiä rajoja testauksen luotettavuudelle ei kirjallisuudessa ole. (Taanila 2021) Kyselyn pienen koko aiheutti odotetuissa taulukoissa pieniä frekvenssejä, mikä vähentää testauksen luotettavuutta. Testaamisen luotettavuus heikkeni sellaisten taustamuuttujien kohdalla, joissa oli paljon luokkia. Näitä taustamuuttujia olivat omistetun metsämaan pinta-ala ja metsänomistajien ikä. Näissä taustamuuttujissa ei juurikaan löytynyt tilastollisesti merkitseviä eroja, joten virheellisiä eroavaisuuksia tutkimuksessa ei tullut esille. Testaamisen heikompi luotettavuus voi kuitenkin johtaa siihen, että tutkimuksessa ei huomattu kaikkia merkittäviä eroja näissä taustamuuttujissa.

10.3 Johtopäätökset

Asiakastyytyväisyys oli pääosin hyvää, eikä toimintamalleihin ja -tapoihin ole tarpeellista tehdä suuria muutoksia. Puukauppaprosessi on Karjalan Puukaupoissa kokonaisuudessaan onnistunut ja asiakaspalvelun laatu on korkealla tasolla. Tutkimuksissa selvisi kuitenkin myös asioita, johon olisi hyvä kiinnittää huomiota. Näin toimintaa voidaan joiltain osin kehittää laadukkaammaksi.

Asiakkaan pitäminen ajan tasalla tapahtuvista toimenpiteistä nousi selkeäksi kehityskohteeksi. Asiakkaan tiedottaminen etukäteen tulevista toimenpiteistä vahvistaa luottamusta. Mahdollisista muutoksista on myös tärkeää kertoa metsänomistajalle, jotta hän pysyy ajan tasalla. Metsänomistaja ei ole tyytyväinen, jos etukäteen sovitusta ajankohdasta poiketaan ja aloitusilmoitus saapuu tekstiviestillä yllättäen puhelimeen. Automaattisten aloitusilmoitusten tulee olla myös paikkansa pitäviä ja kertaluontoisia. Avoimessa palautteessa moni metsänomistaja kertoi saaneensa useita aloitus- ja lopetusilmoituksia samasta toimenpiteestä. Toimihenkilöillä olisi hyvä olla selkeä ja yhdenmukainen linja asiakkaan tiedottamisessa. Tämä mahdollistaa selkeän toimintamallin.

Puukaupan muodon ja asiakastyytyväisyyden välistä riippuvuutta tutkittaessa ilmeni, että puukaupan muodolla ei ole vaikutusta tyytyväisyyteen.

Valtakirjakaupan ja suoran kaupan tehneet olivat todella samaa mieltä suuressa osassa kysymyksiä. Karjalan Puukauppojen toiminta on järjestetty hyvin puukaupan muodosta riippumatta, eikä sitä ole tarpeellista huomioida toiminnan kehittämisesä.

Taustamuuttujien vaikutusta tyytyväisyyteen tutkittaessa suuria eroja tyytyväisyydessä löytyi Metsänhoitoyhdistyksen jäsenyydestä. Jäsenet olivat monessa kysymyksessä tilastollisesti merkitsevästi tyytyväisempiä Karjalan Puukauppojen toimintaan kuin jäsenyyden ulkopuoliset asiakkaat. Toimintaa kehittäessä olisi hyvä tarkastella, miten jäsenyyden ulkopuolella olevat asiakkaat kohdellaan ja miten sitä voitaisiin kehittää. Tällä voitaisiin saavuttaa parempaa tyytyväisyyttä asiakasryhmässä ei jäsenet ja mahdollisesti hyvin palvellut asiakkaat voivat liittyä jäseneksi

Muissa taustamuuttujissa ei ilmennyt selviä kehityskohteita. Karjalan Puukauppojen asiakkaat olivat kokonaisuudessaan todella tyytyväisiä yrityksen toimintaan, ja siitä on hyvä kehittää toimintaa vielä paremmaksi, jotta asiakastyytyväisyys saadaan vielä paremmalle tasolle. Jatkossa tilannetta voidaan seurata toteuttamalla sama kysely uudelleen ja tyytyväisyyttä olisikin hyvä seurata jatkosakin tyytyväisyyskyselyillä. Tyytyväisyyden seurantaan voidaan käyttää tämän tutkimuksen kyselyä, tai kyselyä voidaan muokata tarpeisiin sopivaksi. Esimerkiksi jos halutaan tietoa jostain asiasta tai osa-alueesta, jota tässä kyselyssä ei ollut. Samalla tyylillä tehtäessä muokkaaminen on helppoa, eikä vaadi suuria resursseja.

Lähteet

- Aarnikoivu, H. 2005. Onnistu asiakaspalvelussa. Helsinki: Talentum.
Alma Talent. 3.4.2024.
- Ammattilehti.fi. 2014. Metsäteollisuus:
Terva oli ensimmäinen metsästä saatu menestystuote.
<https://www.ammattilehti.fi/uutiset.html?>
- Bergström, S. & Leppänen, A. 2021. Yrityksen asiakasmarkkinointi. Helsinki:
Edita.
- Grönroos, C. 2015. Palveluiden johtaminen ja markkinointi. 5. uudistettu painos.
Helsinki: Talentum.
- Hellman, K., Peuhkurinen, E., Raulas, M., Peuhkurinen, H. & Peuhkurinen, E.
2005. Asiakasjohtamisen työkirja. Helsinki: WSOY. 19.5.2024.
- Karppinen, H., Hänninen, H. & Horne, P. 2020. Suomalainen metsänomistaja
2020. Luonnonvara- ja biotalouden tutkimus 30/2020. Luonnonva-
rakeskus. Helsinki. <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-326-961-3>
30.5.2024.
- Kiviniemi, K. 2006. Puukauppa. Hämeenlinna: Metsäkustannus Oy 22.2.2024.
- Kiviniemi, M. 2018. Näin se on. Porvoo: Metsäkustannus Oy 27.2.2024.
- Korhonen, K. 2023. Maakunnittaiset metsävaratiedot Luken tilastoportaalissa
päivitetty – puuston määrä lisääntyi erityisesti Pohjois-Suomessa.
Luonnonvarakeskus. [https://www.luke.fi/fi/uutiset/maakunnittaiset-
metsavaratiedot-luken-tilastoportaalissa-paivitetty-puuston-maara-
lisaantyi-erityisesti-pohjoissuomessa](https://www.luke.fi/fi/uutiset/maakunnittaiset-metsavaratiedot-luken-tilastoportaalissa-paivitetty-puuston-maara-lisaantyi-erityisesti-pohjoissuomessa) 22.2.2024.
- Lahtinen, J. & Isoviita, A. 2001. Asiakaspalvelun ja markkinoinnin perusteet. No-
kia: Avaintulos Oy.
- Laki metsänhoitoyhdistyksistä. 1090/2013. [https://finlex.fi/fi/laki/al-
kup/2013/20131090](https://finlex.fi/fi/laki/al-kup/2013/20131090). 15.3.2024.
- Laki puutavaran mittauksesta. 414/2013. [https://finlex.fi/fi/laki/al-
kup/2013/20130414](https://finlex.fi/fi/laki/al-kup/2013/20130414). 17.3.2024.
- Lappalainen, M. 2024. Toimitusjohtaja. Karjalan Puukaupat. Puhelinhaastattelu.
3.4.2024.
- Lecklin, O. 2006. Laatu yrityksen menestystekijänä. Helsinki: Talentum.

Maa- ja metsätalousministeriö (MMM) 2024. Suomen metsävarat.

<https://mmm.fi/metsat/suomen-metsavarat>. 22.2.2024.

Metsähallitus. 2024. Metsätalouden kehitys kruununmetsistä monikäyttömetsiin.

<https://www.metsa.fi/metsahallitus/nain-toimimme/historia/metsatalouden-kehitys/>. 25.5.2024.

Metsäkeskus. 2022. Kuolinpesien metsänomistus on kääntynyt kasvuun. Kuolinpesien metsänomistus on kääntynyt taas kasvuun Metsäkeskus (metsakeskus.fi). 13.5.2024.

Metsäkeskus. 2024. Yksityiset metsänomistajat asuinpaikan mukaan.

<https://www.metsakeskus.fi/fi/avoin-metsa-ja-luontotieto/tietoa-metsien-omistuksesta/yksityiset-metsanomistajat-asuinpaikan-mukaan>. 15.5.2024.

Metsälehti. 2022 Metsänhoitoyhdistysten jäsenmäärät laskussa, pinta-aloissa ei juuri muutoksia. <https://www.metsalehti.fi/uutiset/metsanhoitoyhdistysten-jasenmaarat-laskussa-pinta-aloissa-ei-juuri-muutoksia/#aedc1815>. 13.5.2024.

Metsänhoitoyhdistys. 2022. Karjalan puukaupat metsänomistajien uusi kumppani. <https://www.mhy.fi/pohjois-karjala/uutiset/karjalan-puukaupat-metsanomistajien-uusi-kumppani>. 14.3.2024.

Metsänhoitoyhdistys. 2024a. Puunkorjuu. <https://www.mhy.fi/puukauppa/puunkorjuu>. 2.4.2024.

Metsänhoitoyhdistys. 2024b. Metsänhoitoyhdistykset. <https://www.mhy.fi/metsanhoitoyhdistykset>. 14.3.2024.

Ovaskainen & Schildt. 2022. Korjuun suunnittelu. <https://puuhuolto.fi/korjuun-suunnittelu/puukauppa/kauppamuodot/pystykauppa/>. 27.2.2024.

Paavola, H. 2006. Asiakasuskollisuuden jaetut merkitykset.

<https://urn.fi/urn:isbn:951-44-6561-X>. 14.3.2024.

Perälä, R. 2008. Meidän metsä. Helsinki: Alfamer Oy.

Rantala, S. 2018. Tapion Taskukirja. Helsinki. Metsäkustannus Oy.

Suomi.fi. 2022. Asiakastyytyväisyys ja laatu.

<https://www.suomi.fi/yritykselle/liiketoiminnan-kehittaminen/laadunhallinta/opas/tuotteen-laatu/asiakastyytyvaisyys-ja-laatu>. 1.3.2024.

- Taanila, A. 2021. Akin menetelmäblogi. Ristiintaulukointi ja khiin neliö -testi.
<https://tilastoapu.wordpress.com/2011/10/14/6-ristiintaulukointi-ja-khiin-nelio-testi/>. 17.5.2024.
- Tutkimuseettinen neuvottelukunta. 2023. <https://tenk.fi/fi/hyva-tieteellinen-kaytanto-htk>. 14.3.2024.
- Vehkalahti, K. 2014 Kyselytutkimuksen mittarit ja menetelmät. <https://helda.helsinki.fi/server/api/core/bitstreams/bc1c2c8a-0eb8-4881-ba8f-510ce386b810/content>. 14.3.2024.
- Vilkkä, H. 2007. Tutki ja mittaa. Määrällisen tutkimuksen perusteet.
https://trepo.tuni.fi/bitstream/handle/10024/98723/Tutki-ja-mittaa_2007.pdf?sequence=1&isAllowed=y. 14.3.2024.
- Väisänen, J. 2023. Metsätalousmaan omistus omistajaryhmittäin.
<https://app.powerbi.com/view?r=eyJrl-joiYTI2OWU1ZTEtZDBmOS00MzUxLTg2ZGYtNG-MxMDgzMzcyZGU1IiwidCI6ImVhMjQwMTY4LTU1NjAtNDYyMC05NmI1LWE4MjMxOWNiODBhMSIsImMiOiJ9>. 22.2.2024.

Saatetekstiviesti

Arvoisa metsänomistaja,

Kutsumme teidät osallistumaan Karjalan Puukauppojen asiakkaille suunnattuun tyytyväisyyskyselyyn. Yhteystiedot on saatu Karjalan Puukaupoilta. Vastaamalla kyselyyn autatte Karjalan Puukauppaa kehittämään toimintaansa.

Kyselyn ovat laatineet Kasper Sivula ja Niklas Hiltula Joensuun ammattikorkeakoulusta opinnäytetyön tutkimusta varten. Vastaaminen kyselyyn on vapaaehtoista ja kaikki vastaukset käsitellään luottamuksellisesti ilman henkilötietojen keräämistä tai luovuttamista kolmansille osapuolille.

Vastaaminen vie vain muutaman minuutin ja kyselyyn vastanneilla on mahdollisuus osallistua kolmen puisen kuksan arvontaan! Kiitämme jo etukäteen vastauksestanne.

Linkki kyselyyn:

(Linkki)

Ystävällisin terveisin,

Kasper Sivula


Niklas Hiltula

Metsätalousinsinööriopiskelijat

Karelia Ammattikorkeakoulu

Kyselylomake

Karjalan Puukauppojen asiakastyytyväisyys

 Pakolliset kysymykset merkitty tähdellä (*)

Arvoisa metsänomistaja,

Olemme kaksi metsätalousopiskelijaa Joensuun ammattikorkeakoulusta. Toteutamme Karjalan Puukauppojen toimeksiannosta kyselytutkimuksen asiakastyytyväisyydestä. Osallistumalla kyselyyn autat Karjalan Puukauppoja kehittämään toimintaansa. Kyselyn tuloksia käytetään myös opinnäytetyön tutkimuksessa. Kysely lähetetään henkilöille, jotka ovat tehneet puukauppaa Karjalan puukauppojen kanssa.

Kyselyyn vastaaminen on vapaaehtoista ja vastaukset käsitellään luottamuksellisesti. Emme yksilöi vastauksia eikä vastauksia luovuteta kolmansille osapuolille. Vastausaikaa kyselyyn on kaksi viikkoa. Vastaukset hävitetään hyvän tavan mukaisesti opinnäytetyön valmistuttua.

Kyselyn lopussa vastanneilla on mahdollisuus osallistua kolmen puisen kuksan arvontaan antamalla yhteystiedot. Yhteystietoja käytetään ainoastaan voittajien tavoittamiseen, minkä jälkeen ne hävitetään hyvän tavan mukaisesti. Jos kyselyyn liittyen on kysytävää ole yhteydessä.

Kiitämme jo etukäteen vastauksestanne!

Ystävällisin terveisin,

Kasper Sivula
Niklas Hiltula
Metsätalousinsinööriopiskelijat
Karelia Ammattikorkeakoulu
kasper.sivula@edu.karelia.fi
niklas.hiltula@edu.karelia.fi

1. Sukupuoli *

- ☐ Nainen
- ☐ Mies
- ☐ Muu / En halua kertoa

2. Ikä *

- ☐ Alle 30
- ☐ 30-39
- ☐ 40-49
- ☐ 50-59
- ☐ 60-70
- ☐ yli 70

3. Asuinpaikka *

- ☐ Metsäkiinteistöllä
- ☐ Metsäkiinteistön sijaintikunnassa
- ☐ Muussa kuin metsäkiinteistön sijaintikunnassa

4. Metsän omistusmäärä *

- ☐ alle 10 ha
- ☐ 10-19
- ☐ 20-39
- ☐ 40-59
- ☐ 60-79
- ☐ 80-100
- ☐ Yli 100

5. Oletko Mhy:n jäsen *

- ☐ Kyllä
- ☐ En

6. Mistä sait tiedon Karjalan Puukaupoista puun ostajana? *

- ☐ Mhy:n toimihenkilöltä
- ☐ Sukulaiselta / kaverilta
- ☐ Sosiaalisesta mediasta
- ☐ Metsänomistajat -lehestä
- ☐ Muu, mistä?

7. Minkälaisen puukaupan olet tehnyt Karjalan Puukauppojen kanssa? *

- ☐ Valtakirjakaupan
- ☐ Suorakaupan

*

Seuraava

Miten koet kohdallasi toteutuvan seuraavat väittämät?

1 Ei pidä lainkaan paikkansa, 5 Pitää täysin paikkansa

9. Tyytyväisyys puukauppaan Karjalan Puukauppojen kanssa. *

[illegible]

10. Tyytyväisyys Karjalan puukauppojen asiakaspalveluun. *

[illegible]

11. Minulle jäi Karjalan Puukaupoista hyvä kokonaiskuva. *

- ☐ 1
☐ 2
☐ 3
☐ 4
☐ 5
☐ En osaa sanoa

12. Tulen todennäköisesti tekemään jatkossakin puukauppaa Karjalan Puukauppojen kanssa.

- ☐ 1
☐ 2
☐ 3
☐ 4
☐ 5
☐ En osaa sanoa

13. Voisin suositella Karjalan Puukauppoja henkilölle jolla on metsää. *

- ☐ 1
☐ 2
☐ 3
☐ 4
☐ 5
☐ En osaa sanoa

14. Onko jotain muuta sanottavaa Karjalan Puukauppojen toimintaan liittyen?

Edellinen

Seuraava

Arvontaan osallistuminen

Arvontaan osallistuminen on vapaaehtoista. Yhteystietoja käsitellään luottamuksellisesti vain arvonnän voittajan tavoittamiseen, jonka jälkeen ne poistetaan. Kuitenkin viimeistään kahden viikon kulluttua kyselyn vastausajan loppumisesta.

15. Lisää puhelinnumero tai sähköposti osallistuaksesi arvontaan.

Matkapuhelin

Sähköposti