

PNH



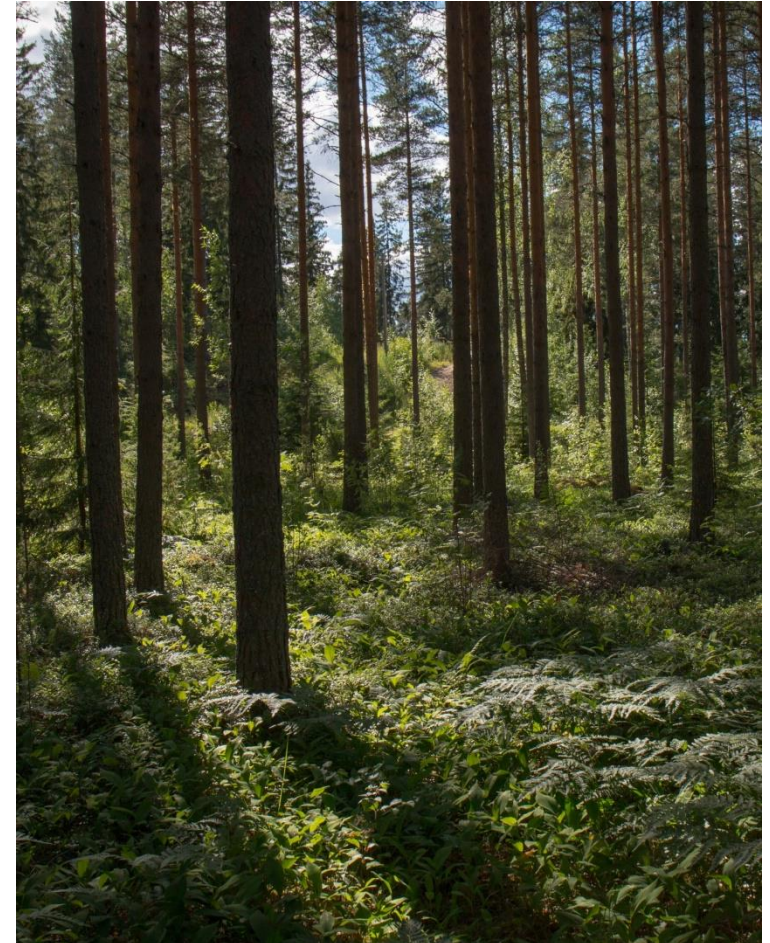
Vaikuttavaa metsäviestintää muuttuvassa maailmassa

Emmi Haltia

Lapin 62. Metsätalouspäivät 13.-14.2.2020

Muuttuva maailma ja metsäala

- Metsänomistajat muuttuvat muuan maailman mukana
 - Kaupungistuminen
 - Ikääntyminen
 - Palkkatyö, viljelijöitä entistä vähemmän
 - Ympäristötietoisuus ja suojelutavoitteet
- Toimintaympäristö
 - Puuntarve
 - Ilmastonmuutos – hillintää ja sopeutumista
 - Luonnon monimuotoisuus
 - Kansalaismielipide
- Muuttuvat palvelut
 - Uusia palveluiden tarjoajia
 - Verkkopalveluiden yleistyminen



Käyttätymistaloustiede?



Käyttäytymistaloustieteen näkökulma viestintään

- Heuristinen päätöksenteko (mm. peukalosäännöt, intuitio, maalaisjärki)
- Vakiintuneet toimintatavat ja uuden tiedon vastaanottaminen
 - usein vain omia näkemyksiä tukevaan tietoon kiinnitetään huomiota
- Pyrkimys vaikuttaa johonkin toimintaan tai käyttäytymiseen

Toivotun toiminnan

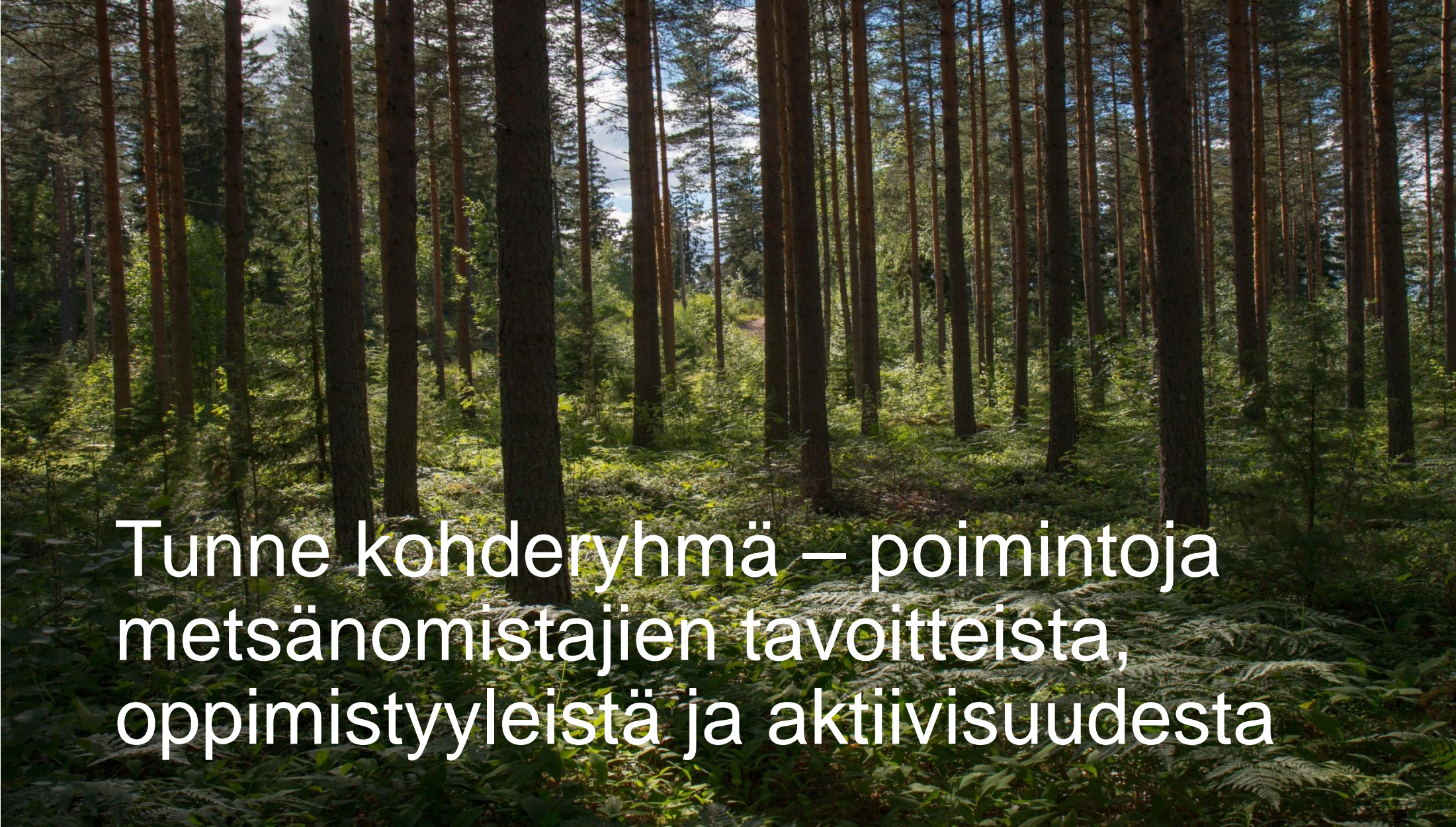
- Helppous
- Houkuttelevuus
- Yhteisöllisyys
- Oikea ajoitus



(Esimerkkinä EAST –malli, Behavioral Insights Team 2014)

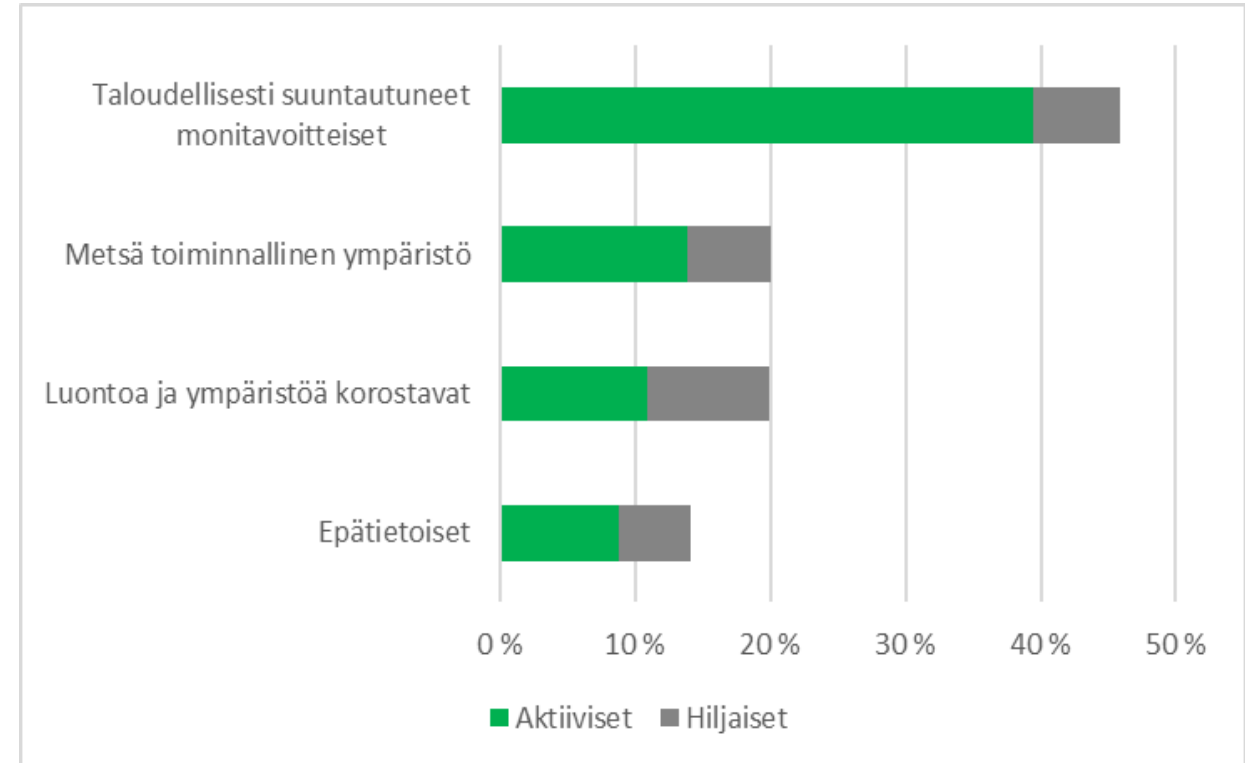
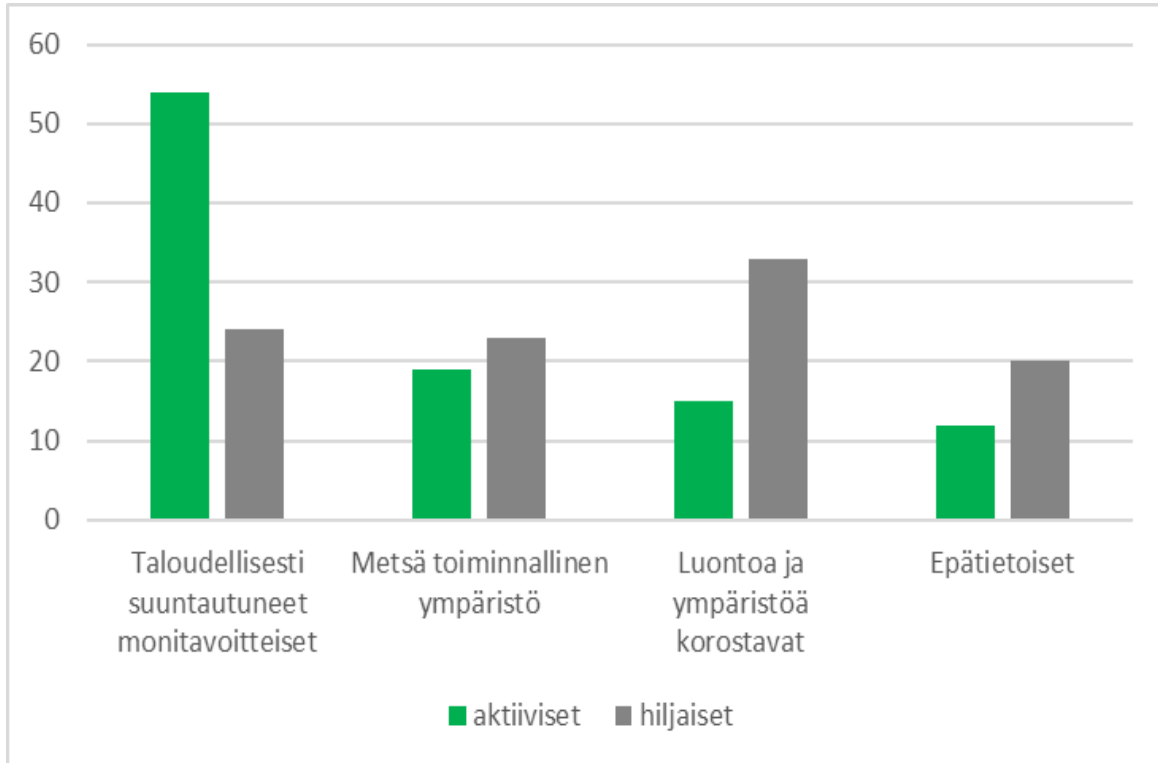
Tiedolla vaikuttamisen kehittämisprosessi

1. **Lopputuloks**, johon halutaan päästä. **Käyttäytyminen tai ajattelu**, joka johtaa tähän lopputulokseen.
2. **Tutustutaan ilmiöön** niiden ihmisten näkökulmasta, joiden näkemyksiä tai käyttäytymistä halutaan muuttaa.
3. **Kehitetään vaikutuskeinot**, joita työstetään edellisiä vaiheita toistamalla ja asiantuntijapalautteen perusteella.
4. **Vaikutuskeinoja** testataan käytännössä ja vaikutuksia mitataan. Valitaan laajempaan käyttöön toimivimpia menetelmiä.



Tunne kohderyhmä – poimintoja
metsänomistajien tavoitteista,
oppimistyyleistä ja aktiivisuudesta

Tavoitteet – aktiiviset ja hiljaiset metsänomistajat



Suhtautuminen oppimiseen ja neuvontaan

Aktiivisuusryhmät				
Oppimisryhmä	Aktiiviset		Hiljaiset	
	Täysaktiiviset n=400	Osittain aktiiviset n=391	Itselliset n=581	Passiiviset n=166
	% metsänomistajista			
Monipuolista apua haluavat (32% metsänomistajista)	<u>30</u>	33	<u>30</u>	34
Ammattilaisiin luottavat (29% metsänomistajista)	33	25	18	22
Oppimishaluiset itsenäiset (26% metsänomistajista)	25	<u>31</u>	33	<u>28</u>
Itsenäiset (12% metsänomistajista)	12	11	19	16

Suhtautuminen oppimiseen ja neuvontaan tavoiteryhmittäin

Oppimisryhmä	Tavoiteryhmät			
	Luontoa ja ympäristöä korostavat	Metsä toiminnallinen ympäristö	Epätietoiset	Taloudellisesti suuntautuneet monitavoitteiset
		% metsänomistajista		
Monipuolista apua haluavat (32% metsänomistajista)	42	26	38	27
Ammattilaisiin luottavat (29% metsänomistajista)	24	37	27	30
Oppimishaluiset itsenäiset (26% metsänomistajista)	21	18	22	35
Itsenäiset (12% metsänomistajista)	14	19	13	9

Metsäasioiden hoitamista rajoittaa

Metsäasioiden hoitoa rajoittava tekijä	Aktiiviset %			Hiljaiset%		
	Alle 55 v (n=134-135)	55-74 v (n=381)	75 tai yli (n=42)	Alle 55 v (n=199-200)	55-74 v (n=742-746)	75 tai yli (n=209-223)
	rajoittaa tuntuvasti, % vastaajista					
Omat tiedot ja taidot metsäasioissa	8	6	12	14	16	19
Metsätilan etäinen sijainti asuinpaikkaan nähden	10	8	14	22	16	17
Oma terveydentila	5	11	22	5	15	39
Käytettävissä oleva aika	51	20	5	45	19	12
Oma kiinnostus metsäasioihin	1	1	0	9	6	9

Mitä metsänomistajat haluavat päätöksenteon tuelta?

- Nykyisiä toimintoja pitävät hyödyllisinä erityisesti puuntuotantoa painottavat metsänomistajat.
- Monitavoitteiset ja luontoarvoja painottavat olivat tyytymättömmimpiä.
- Metsänomistajat odottavat ja toivovat tukipalveluiden tunnistavan heidän moninaiset tavoitteensa metsien omistamisessa ja hoidossa.
- Luottamuksellinen ilmapiiri
- Tunne kumppanuudesta
- Kokonaisvaltaista, metsien kokonaiskuvaa ymmärtävää palvelua

”Kohdataanko metsä vai metsänomistaja?”

Metsänomistajien palvelupäällikkö Veikko Iittainen, Metsäkeskus, Metsälehti Makasiinissa 1/2020.

(Hujala ja Tikkanen 2008; Tapio Kannustavaa metsäviestintää 2019; Pynnönen 2020)

Esimerkkejä metsänomistajaviestinnästä



Henkilökohtainen viestintä

- Metsäkeskuksen asiakasneuvojat olivat yhteydessä vuonna 2019 noin 8500 metsänomistajaan.
- Apua päätöksentekoon, mm. metsätalouden toimenpiteet ja ympäristötukikohteet
 - 62 % Metsää.fi-palvelu käyttöön
 - 41 % metsänkäyttöilmoitus tai Kemera-hakemus
- Kuinka tavoitetaan metsänomistajat? Kuinka saadaan tavoitettu metsänomistaja käyttämään hetki aikaa asian miettimiseen?
- Muilla toimijoilla myös yksityiskohtaisempia tavoitteita
 - Osataanko myydä esimerkiksi metsäpalveluja?

Metsänomistajien metsäsuhteet

TIETOA TAPIOSTA YHTEYSTIEDOT

TAPIO 

METSÄNOMISTAJAT AMMATTILAISET LUONNOSSA LIIKKUJAT AJANKOHTAISTA KAUPPA

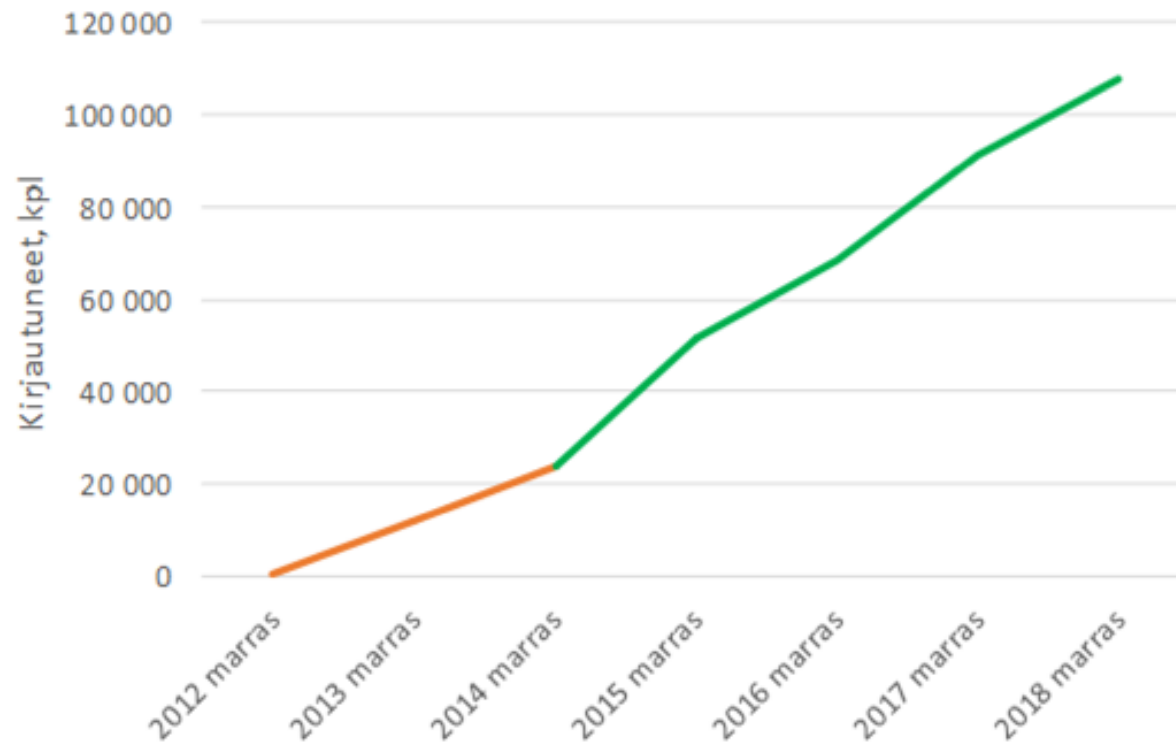


**Harkitseva hyödyntäjä vai
seurallinen filistelijä?
Metsänomistajien
metsäsuhteista uutta tietoa**

Esimerkkikysymyksiä
metsänomistajan
metsäsuhteen kuunteluun

- ❖ Kenen tehtävä on mielestäsi hoidon tavoitteiden asettaminen?
- ❖ Kuinka suunnitelmallisesti tavoitteita tulisi tehdä?
- ❖ Teetkö itse tavoitteita metsäsi hoitamiseen?
- ❖ Pyritkö saavuttamaan tavoitteita metsänhoidossa hyvin suunnitelmallisesti?
- ❖ Entä millä keinoin seuraat niiden toteutumista?

Sähköiset palvelut - esimerkki Metsään.fi

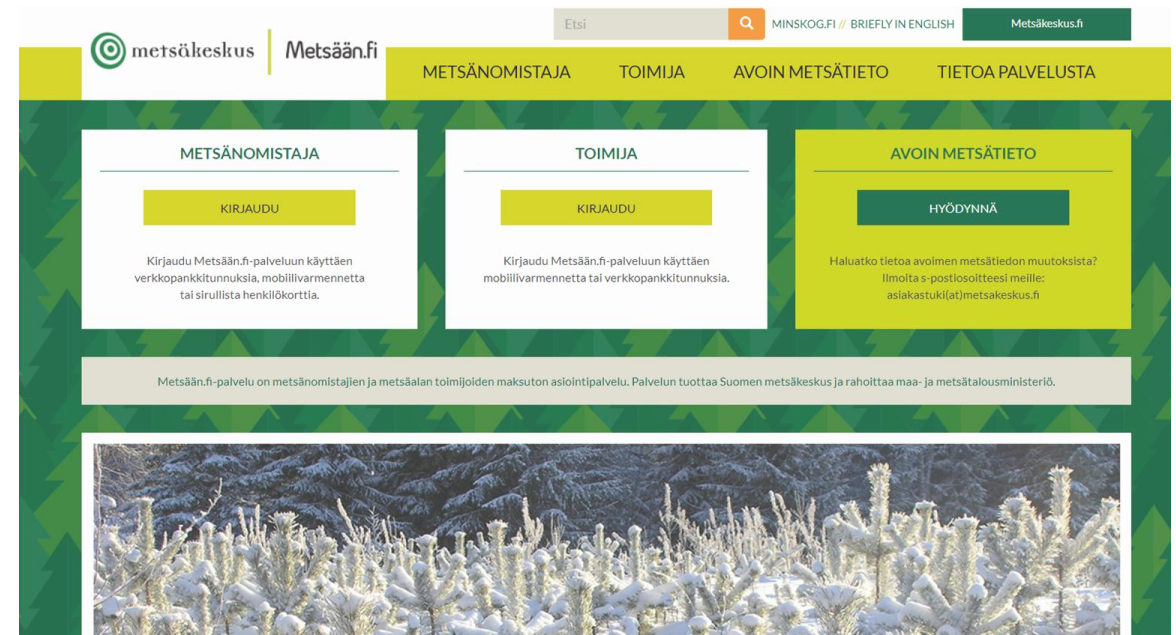


- Käyttöaktiivisuutta lisäsivät
 - suuri metsäpinta-ala
 - omistaja oli mies
 - tavoitteiden painottuminen puuntuotantoon tai monitavoitteisuuteen
 - palvelun toimenpide-ehdotusten kokeminen omien tavoitteiden mukaisiksi
 - korkea koulutus

(Valonen ym. 2019)

Metsään.fi – helppous ja monipuolisuus

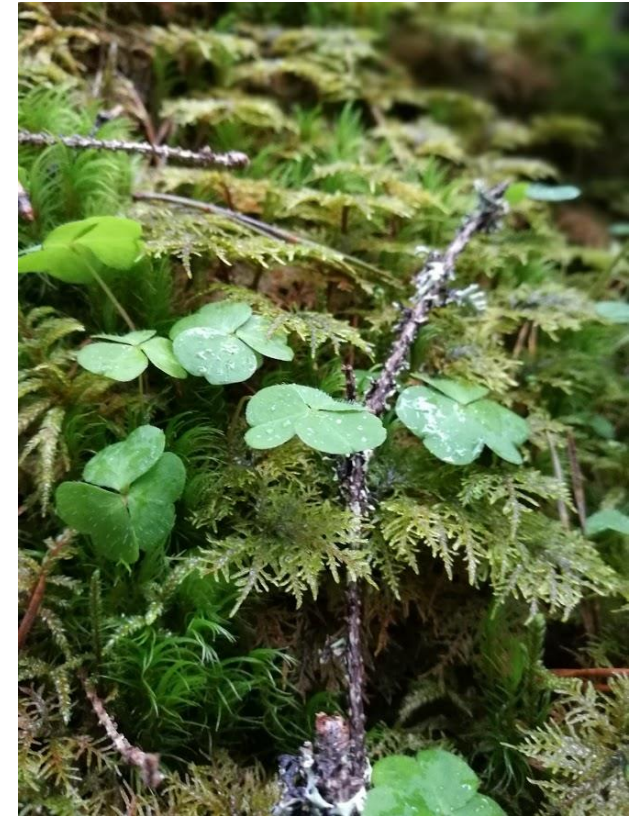
- Palvelun käytettävyys on avainasemassa
 - perustason käytön helppous ja selkeys
 - kirjautuminen ensimmäinen askel palvelun käyttöönottoon
- Metsänomistajakunnan rakenne ja tavoitteet ovat monipuolistumassa
 - luonto- ja virkistysarvoihin liittyvät aineistot
 - monipuolisemmat metsänkäsittelyehdotukset



(Valonen ym. 2019)

Monikanavaiset hankkeet

- Sykettä Keski-Suomen metsiin (2016-2019)
- Metsäkeskus koordinoi
- EU:n maaseuturahasto
- Tavoitteet
 - Tietoa metsänomistajille
 - Lisää hakijoita metsäkoulutukseen
 - Luontotietoa metsäkoneenkuljettajille ja muille ammattilaisille
 - Yksityistiet kuntoon
 - Lisää tietoa metsien hoidosta, käytöstä ja luonnon monimuotoisuudesta jokaiselle Keski-Suomessa
- Kirjeitä ja sähköposteja metsänomistajille, mainoksia lehdissä, tiedotteita ja medianäkyvyyttä, näkyvyyttä messuilla ym. tapahtumissa, metsäretkeilyjä, metsäpäiviä koululaisille jne.





Vaikuttavuuden arviointi

Oliko viestinnän kehittämisellä vaikutusta?

- Systemaattista arviointia tehdään vain harvoin
- Monia tapoja ja mittareita on käytetty - rekisteriseuranta, kyselyt ennen ja jälkeen
- Luotettavimpia tapoja **kontrolliryhmät**
- Suunnittelu ja toteutus viestintähankkeen alkuvaiheessa
- Tulosten analyysi ja toiminnan kehittäminen



Johtopäätöksiä



- Metsänomistajilla on hyvin erilaisia tavoitteita ja toiveita metsänomistukselleen, samoin tavoitteet ja toiveet metsäpalveluiden suhteen eroavat paljon
 - Pitää kysellä ja selvittää
- Nykyinen järjestelmä ja toimintatavat palvelevat hyvin metsänomistajia, jotka painottavat puuntuotantoa. Luontotavoitteiset ja monitavoitteiset metsänomistajat ovat tyytymättömämpiä saamiinsa palveluihin ja neuvontaan
 - Monipuolisuuden lisääminen, erilaisiin tavoitteisiin vastaaminen
- Nuoremmilla metsänomistajilla ajan puute on keskeinen metsäasioiden hoitamista rajoittava tekijä
 - Helppoa, houkuttelevaa
- Metsätaloudellisesti passiivisimmat metsänomistajat tunnistavat tarvitsevansa apua ja luottavat ammattilaisiin

- Metsänomistajia on mahdollista tavoittaa kaikille kansalaisille suunnatuilla kampanjoilla
- Monissa tapauksissa hyviä tuloksia on saatu, kun viestitään monia kanavia pitkin
 - Viesti vahvistuu, eri ihmisiin vetoaa eri välineet
- Kaikessa viestinnässä on tärkeää kunnioittaa erilaisia näkökulmia – tieto sivuutetaan, jos se on liian jyrkässä ristiriidassa aiempien käsitysten kanssa
- Vaikuttavuus voidaan varmistaa vain huolellisella arvioinnilla



Kiitos!



emmi.haltia@ptt.fi

