



Enemmän metsästä: Utiskirje Metsäpalveluiden tarjonta: tilanne nyt ja tulevaisuudessa - syksy 2021

Enemmän metsästä -hankkeen tavoitteena on ollut selvittää edellytyksiä uudenlaisten metsäpalveluiden kehittämiseksi, jotta voitaisiin tavoittaa paremmin erilaisia metsänomistajaryhmiä. Hankkeessa on siten pyritty lisäämään metsäpalvelumarkkinoilla toimivien tai sinne haluavien yritysten kannattavuutta ja kilpailukykyä. Hanke on tulossa päätökseen, joten on aika pohtia, mitä on saavutettu. Tässä uutiskirjeessä tarkastellaan ensisijaisesti Merenkurkun alueen metsäpalvelumarkkinoiden tulevaisuutta, huomioiden myös tällä hetkellä tarjolla olevat palvelut sekä metsänomistajien sitoutuminen ja osaaminen. Pohdinnat keskittyvät palvelumarkkinoiden tulevaisuuteen, mahdollisiin haasteisiin ja kehitysmahdollisuuksiin.

Mitä palveluita on tarjolla tällä hetkellä?

Markkinoilla on saatavilla runsaasti metsään liittyviä palveluita (ks. työpaketti 1:n yhteen-veto), jotka ovat kuitenkin pääosin perinteisiä ja liittyvät puuntuotantoon. Viimeisten 15 vuoden aikana markkinoille on tullut myös yhä enemmän uusia tai uudelleen brändättyjä palvelukokonaisuuksia, jotka on suunnattu entistä monipuolisemmin eri metsänomistajaryhmille. Digitalisaation ohella erilaisten metsänomistajaryhmien voidaankin nähdä kiihdyttävän uusien palveluiden saapumista metsäsektorille. Kuitenkin monet alalla myydyistä palveluista ovat edelleen varsin perinteisiä

metsätalouteen ja puuntuotantoon suuntautuneita palveluita.

Kuka palveluita tarjoaa?

Suurin osa palveluista on edelleen suurten puunhankintaorganisaatioiden tarjoamia ja myymiä sekä usein pienten yritysten ja yrittäjien alihankintana toteuttamia. Tämä vaikuttaa käsitykseen mahdollisuuksista ja rajoituksista, joita liittyy palvelukehitykseen. Suurempien organisaatioiden hallitsevaa asemaa voidaan pitää resurssien ja markkinaosuuksien osalta sekä etuna että haasteena palvelukehitykselle. Etuna on se, että kehitykseen ja toteuttamiseen on käytettävissä enemmän resursseja. Haasteita sen sijaan voi ilmetä, kun tarkastellaan pienempien organisaatioiden kehitystä nykyisessä markkinarakenteessa ja suurten organisaatioiden hallitsemassa puutavaraan suuntautuneessa teollisuudessa.

Puunhankintaprosessiin tai siihen liittyvien metsäpalveluiden myynti muokkaa palveluita, niiden vuorovaikutusta ja yhteistyösuhteita sekä palvelumarkkinoiden ja palvelukehityksen mahdollisuuksia muun muassa hinnoittelun osalta.

“Ei ole kysyntää”

Sen perusteella, että kysyntää ja esimerkkejä uusista palveluista ei ole, voitaisiin väittää, että palvelumarkkinoita ole tarpeen monipuolistaa. Tämä oletus perustuu kuitenkin perinteiseen käsitykseen markkinoista, joita ohjaavat vain selvästi havaittava kysyntä ja

rationaaliset valinnat. Kun asiaa tarkastellaan monipuolisemmin ja huomioidaan palvelutarjontaan vaikuttavat olemassa olevat sosiokulttuuriset tekijät, kuten normit ja perinteet, voidaan todeta että, kysyntää muokkaavat myös tämänhetkinen tarjonta ja markkinoilla vallitsevat rakenteet ja toimijat. Kulttuurisen ja sosiaalisen ympäristön muuttuminen perinteisten metsäorganisaatioiden sisällä ja kasvava kiinnostus metsän "muita" arvoja kohtaan voi avata mahdollisuuden pienemmille asiakassegmenteille suuremmissa perinteisissä organisaatioissa. Kuitenkin se, miten tällaisia uusia ja räätälöityjä palveluita kehitetään, toteutetaan ja markkinoidaan, liittyy usein läheisesti organisaation vallitsevaan painopisteseen ja palveluvuorovaikutukseen, yhteistyösuhteisiin ja tarjontaan. Tämä merkitsee haasteita kehityksen, toteutuksen, integroinnin, markkinoinnin ja viestinnän osalta, kun muihin arvoihin keskittyvä palvelu voi esimerkiksi olla alempana palveluvalikoimassa ja siitä tiedotetaan harvemmin.

Metsänomistajien osallistumisen lisääminen

Kaupungistuminen, digitalisaatio ja uusien metsänomistajien monimuotoistuminen ovat osaltaan muuttaneet ja haastaneet perinteisiä puuntuotantoon ja tiedonvaihtoon liittyviä näkemyksiä. Muutokset vaikuttavat asiakkaiden käyttäytymiseen, mikä puolestaan tuottaa metsäalan palveluntarjoajille ja kehittäjille sopeutumishaasteita. Muutokset näkyvät pääasiassa asiakkaiden tarpeena osallistua ja sitoutua myyntiprosessiin ja palveluvuorovaikutukseen, mikä mahdollistaa sekä kaupankäynnin että arvojen yhteistuotannon. Metsänomistajien osallistumista voidaan vahvistaa muun muassa kehittämällä palveluiden tilaamisen taitoa sekä huomaamalla ja poistamalla mahdollisia osallistumisen esteitä. Tämä on elintärkeää palvelun laadun parantamiseksi sekä palveluvuorovaikutuksen monimutkaisuuden hallitsemiseksi. Metsänomistajien osallistuminen palveluun tulisi siksi nähdä tärkeänä tiedon lähteenä sekä arvolupauksen että pitkäaikaisten yhteistyösuhteiden kehittämisen kannalta.

Digitaaliset palvelut - kenelle ja miksi?

Digitalisaation hyödyntäminen palveluiden kehityksessä on ensisijaisesti keskittynyt häivyttämään palveluntuottajan ja kuluttajan eli metsänomistajan välistä fyysistä etäisyyttä erilaisten teknisten ratkaisujen ja alustojen avulla.

Monet näistä uusista palveluista ja sovelluksista voidaan kuitenkin pääosin luokitella perinteisten metsäpalveluiden, kuten metsänhoitosuunnitelmien, ja itsepalvelualustojen digitalisoinniksi. Ne tuotetaan usein samankaltaisissa muodoissa kuin muidenkin alojen kuluttajapalvelut ja alustat saavutettavuuden ja tuttuuden tunteen lisäämiseksi. Itsepalvelualustoja käytetään usein metsänomistajien aktivoimiseen ja samalla heitä voidaan "varata" tai "varastoida" odottamaan kaupankäyntiä, mikä voi heikentää luottamuksen ja hyväksynnän välistä tasapainoa yhteistyösuhteessa. Digitalisaatio on merkinnyt myös parempaa pääsyä suuriin tietomääriin.

Vaikka tiedolle on kova tarve, sen hallinnan ja hyödyntämisen resurssit ja osaaminen ovat pääosin suurempien metsäorganisaatioiden hallussa. Iso osa käyttöön otetuista teknologioista on suurten metsäyhtiöiden kehittämiä ja käyttämiä, ja ne tuodaan yksityisten metsänomistajien saataville. Tämä kehitysprosessi myös korostaa entisestään nykyisten markkinoiden arvoja ja painopistettä.

Molemminpuolista luottamusta ja hyötyä (win-win)?

Myyntiprosesseja, arvolupauksia ja viestintää on mukautettava eri markkinasegmenttejä ajatellen. Lisäksi on huomioitava, että metsänomistajien päätöksentekoprosessiin vaikuttavat käsitykset rationaalisista valinnoista sekä se mitä käytännössä tarkoittaa tiedon saaminen metsänomistajan näkökulmasta. Siksi kokemukset koko palveluprosessista tulee huomioida vuorovaikutuksessa asiakkaiden kanssa. Lisääntynyt kilpailu, metsänomistajien kasvavat vaatimukset ja odotukset sekä yhteiskunnan odotukset alaa kohtaan edellyttävät entistä suurempaa panostusta yritysten yhteiskuntavastuuseen sekä kestävien ja pitkäaikaisten luottamukseen perustuvien yhteistyösuhteiden rakentamiseen.

Yhteistyösuhteiden rakentaminen ja johtaminen ei ole uutta metsäalalla. Näiden suhteiden sosiokulttuuriset puitteet ja perusta ovat kuitenkin monissa tapauksissa muuttuneet, mikä muuttaa myös yhteistyösuhteiden ominaispiirteitä, vaatimuksia ja vakiintumista. Tämä näkyy ensisijaisesti arvojen ja metsäosaamisen muutoksissa, jotka heikentävät luottamuspohjaa. Tämän ratkaisemiseksi tarvitaan entistä kehittyneempää palveluvuorovaikutusta, jossa metsänomistaja, hänen tarpeensa ja tietonsa huomioidaan koko prosessin ajan.

Hankkeessa on havaittu tarvetta itsenäisemmille ja objektiivisemmille palvelukäsityksille. Taustalla voi olla luottamuksen puutetta, joka syntyy, jos asiakas ei täysin koe, että hänen arvonsa ja toiveensa ovat palveluntarjoajan kanssa yhteneväisiä ja, että niitä pidettäisiin "järkevinä" ja oikeutettuina. Kokemus palvelusta, sen arvoista ja ominaisuuksista ei siis ole vain palvelun lopputulos, vaan myös palveluprosessi kokonaisuudessaan sekä sen muodostava sosiaalinen ja kulttuurinen ympäristö.

Tuotteiden tuotantoa laajempi näkökulma? Yhdenvertaisuus tarjoaa ratkaisuja

Metsäpalvelumarkkinoiden tulevaisuuden kannalta keskeistä on se, kuinka hyvin uusia näkökohtia sisällytetään arvolupauksiin. Tällä hetkellä tarjottujen palveluiden ja arvojen sekä niiden tarpeiden, joita nämä palvelut täyttävät, välillä on pientä vaihtelua. Palvelutarjonta ei heijasta vain asiakkaiden tarpeita, vaan ohjaa myös käyttäytymistä, kysyntää ja johtamista. Markkinat koostuvat monista vaihtoista instituutioista ja suurista organisaatioista, joilla on resurssit muutokseen, mutta osaltaan ne voivat olla myös haasteena muutokselle ja kehitykselle, mikäli ne ovat kiinnostuneita pääasiassa puunhankinnasta.

Muuttuvien yhteiskunnallisten normien ja asetusten myötä lisääntyvä palvelutarjonnan monimuotoisuus haastaa perinteiset yhteistyösuhteet, arvot ja viestinnän, joihin alan on

sopeuduttava. Yksi keino on lisätä ymmärrystä metsänomistajien päätöksentekoprosesseista, kasvattaa heidän palveluiden tilaamistaitoaan ja nähdä palvelu myyntivuorovaikutuksen lisäksi tiedon saamisen ja tuottamisen lähteenä. Kustannustehokkuuden ja markkinarakenetta tähän asti muovanneen standardoinnin tasapainottaminen sekä monimutkainen ymmärrys palvelutarpeista keskinäisenä yhteistyösuhteena voivat muuttaa tulevaisuuden palvelumarkkinoita tavaran tuotannon kaltaisia näkökulmia pidemmälle.

Metsäpalvelumarkkinoiden kehittämiseksi ja tunnistettujen haasteiden voittamiseksi on pohdittava, millaisia toimenpiteitä ja muutoksia tarvitaan ja mitkä ovat niiden erityiset odotukset ja vaikutukset. Tärkeimmät tunnistetut toimenpiteet voitaisiin tiivistää neljään kategoriaan, jotka keskittyvät markkinoiden eri osa-alueisiin ja toimijoihin:

- Kehitystä voi edistää se, että metsänomistajat tekevät tietoisempia päätöksiä ja valintoja.
- Hyviä esimerkkejä ja vaihtoehtoja metsään liittyvistä palveluista tulee nostaa esille.
- Valtiolta odotetaan vahvempaa osallistumista, jotta voidaan varmistaa ympäristötavoitteisiin liittyvien palvelujen saatavuus.
- Lisääntynyt rajat ylittävä oppiminen ja markkinoiden yhdentyminen voivat inspiroida kehitystä.

Yhteenvetona voidaan todeta, että tulevaisuuden haasteiden monimutkaisuus on sovitettava yhteen vielä monimutkaisempien käsitysten ja toimenpiteiden kanssa. Tämä edellyttää uusia ja monipuolisia näkökulmia metsäpalveluihin ja yhteistyösuhteisiin. Tarvitaan näkökulmia, jotka haastavat perinteisen käsityksen ja tiedon ohjauksen näissä prosesseissa, mukaan lukien jaon metsänomistajan ja asiantuntijan välillä, arvionluonnin optimimiseksi.

Opi lisää ja seuraa hanketta sosiaalisessa mediassa tai:
www.shu.se/rikareskog



EUROOPAN UNIONI

Interreg
Botnia-Atlantica

Euroopan aluekehitysrahasto



Enemmän metsästä

Asiakaslähtöisiä palveluita metsänomistajille