

# ACTA FORESTALIA FENNICA

Vol. 157, 1977

YKSITYISMETSÄNOMISTAJIEN PUUNMYYNTI-  
ASENTEISIIN VAIKUTTAMINEN

*INFLUENCING PRIVATE FOREST OWNERS'  
ATTITUDES TOWARDS TIMBER SALES*

Heikki Juslin



SUOMEN METSÄTIETEELLINEN SEURA

## Suomen Metsätieteellisen Seuran julkaisusarjat

**ACTA FORESTALIA FENNICA.** Sisältää etupäässä Suomen metsätaloutta ja sen perusteita käsitteleviä tieteellisiä tutkimuksia. Ilmestyy epäsäännöllisin väliajoin niteinä, joista kukin käsittää yhden tutkimuksen.

**SILVA FENNICA.** Sisältää etupäässä Suomen metsätaloutta ja sen perusteita käsitteleviä kirjoitelmia ja lyhyehköjä tutkimuksia. Ilmestyy neljästi vuodessa.

Tilaukset ja julkaisuja koskevat tiedustelut osoitetaan Seuran toimistoon, Unioninkatu 40 B, 00170 Helsinki 17.

## Publications of the Society of Forestry in Finland

**ACTA FORESTALIA FENNICA.** Contains scientific treatises mainly dealing with Finnish forestry and its foundations. The volumes, which appear at irregular intervals, contain one treatise each.

**SILVA FENNICA.** Contains essays and short investigations mainly on Finnish forestry and its foundations. Published four times annually.

Orders for back issues of the publications of the Society, subscriptions, and exchange inquiries can be addressed to the office: Unioninkatu 40 B, 00170 Helsinki 17, Finland.

## ALKUSANAT

# YKSITYISMETSÄNOMISTAJIEN PUUNMYYNTI- ASENTEISIIN VAIKUTTAMINEN

HEIKKI JUSLIN

## SUMMARY:

### *INFLUENCING PRIVATE FOREST OWNERS' ATTITUDES TOWARDS TIMBER-SALES*

ISBN 951-691-033-9

HELSINKI 1977

YKSIYKSIMETÄNOMISTAJIEN PUUNMYNTI-  
ASENTEISIIN VAIKUTTAMINEN  
Suomen Metsätieteellisen Seuran julkaisusarjat

ACTA FORESTALIA FENNICA. Sisältää etupäässä Suomen metsätaloutta ja sen perustella käsitteleviä tieteellisiä tutkimuksia. Ilmestyy epäsäännöllisin väliajoin, jokaisesta julkaisusta sisältää yhden tutkimuksen.

SILVA FENNICA. Sisältää etupäässä Suomen metsätaloutta ja sen perustella käsitteleviä kirjoituksia ja lyhyitä tutkimuksia. Ilmestyy neljästi vuodessa.

Tilaukset ja julkaisuja koskevat tiedustelut osoitetaan Seuran toimistoon, Uusimäentie 40 B, 00170 Helsinki 17.

Publications of the Society for Forestry in Finland

INFLUENCING PRIVATE FOREST OWNERS' ATTITUDES  
TOWARDS TIMBER-SALES WITH  
FINNISH OWNERS. Each volume contains one treatise each.

SILVA FENNICA. Contains essays and short investigations mainly on Finnish forestry and its foundations. Published four times annually.

Orders for back issues of the publications of the Society, subscriptions, and exchange inquiries can be addressed to the office: Uusimäentie 40 B, 00170 Helsinki 17, Finland.

ISBN 951-651-032-9

Hämeenlinna 1977, Arvi A. Karisto Osakeyhtiön kirjapaino

# I. TUTKIMUKSEN TAUSTAA

## ALKUSANAT

Tämä tutkimusraportti on tuloksena siitä kiinnostuksesta metsänomistajien puunmyyntialttiuteen, jonka keskustelut työtovereitteni ja oppilaitteni kanssa ovat synnyttäneet. Erityisen merkittävänä pidän ostotyönjohtajien ja -tekniikoiden kanssa käymiäni keskusteluja Tammelassa pidetyillä täydennyskoulutuskursseilla vuosina 1971–1976. Lopullisen sysäyksen tämän julkaisun syntymiselle antoi Suomen Luonnonvarain Tutkimussäätiön apuraha. Työn välttämätön edellytys oli Jouko Virran keräämä aineisto, joka sopi hyvin myös tässä tutkimuksessa asetetun ongelman selvitte-lyyn.

Käsikirjoitukseen ovat tutustuneet profesori Päiviö Riihinen, dosentti Veli-Pekka Järveläinen ja MH Ilpo Tikkanen. Vuosien mittaan heidän kanssaan käymäni metsänomistajien käyttäytymiseen liittyvät teoreettiset ja metodiset keskustelut olen kokenut erityisen antoisiksi. Tutkimuksen englanninkielisen tiivistelmän on tarkastanut B. Sc. Ashley Selby.

Suomen Metsätieteellinen Seura mahdollisti työni tulosten julkaisun.

Kiitän kaikkia tutkimukseen vaikuttaneita.

Helsingissä 1976

HEIKKI JUSLIN

1	Summary
1	1. Background for the study
2	2. Purpose for the study
3	3. The framework of the study
4	4. The empirical material
5	5. The results
21	21. The general planning of influencing
22	22. The choice of the channels of influencing
24	23. The choice of the messages of influencing
25	Lähteet
26	LITTEET

# SISÄLLYS

Sivu

Alkusanat .....	3
1. Tutkimuksen ongelman taustaa .....	5
2. Tutkimuksen tarkoitus .....	6
3. Metsänomistaja päätöksentekijänä .....	7
31. Metsänomistaja ja hänen päätöksentekoympäristönsä .....	7
32. Alueellisten ja tilakohtaisten tekijöiden vaikutukset puunmyynteihin liittyviin päätöksiin .....	8
33. Puunmyynti ja asenteet .....	9
4. Asenteet ja niihin vaikuttaminen .....	10
41. Asenteiden olemus .....	10
42. Asenteiden olemus ja asennemuutos .....	10
43. Kommunikaatiokäyttäytyminen ja asenteisiin vaikuttaminen .....	12
431. Kommunikaatio .....	12
432. Asenteisiin vaikuttamisen perusteita .....	13
433. Vaikuttamisen kanavat ja sanomat .....	14
5. Yksityismetsänomistajien puunmyyntiasenteisiin vaikuttaminen .....	16
6. Tutkimusaineisto .....	18
7. Tutkimuksen tulokset .....	19
71. Yksityismetsänomistajien puunmyyntikäyttäytyminen .....	19
711. Myyntialttiuden kuvaus .....	19
712. Puunmyyntialtiudeltaan erilaisten metsänomistajien tunnistaminen .....	19
713. Puunmyyntikäyttäytyminen ja metsänomistuksen tavoitteet .....	20
72. Puunmyyntikäyttäytymiseen liittyvät asenteet .....	21
721. Asennealueet .....	21
722. Asenteet ja puunmyyntikäyttäytyminen .....	22
73. Yksityismetsänomistajien puunmyyntialttiuteen liittyvät epäviralliset normit .....	22
74. Puunmyyntikäyttäytyminen ja tiedonhankinta .....	23
75. Yksityismetsänomistajien kommunikaatiokäyttäytyminen .....	23
751. Kommunikaatiokäyttäytymisen kuvaus ja tärkeimmät tietolähteet .....	23
752. Kommunikaatiokäyttäytymiseltään erilaisten metsänomistajien tunnistaminen .....	14
753. Kommunikaatiokäyttäytyminen ja puunmyyntikäyttäytyminen .....	26
754. Kommunikaatiokäyttäytyminen ja asenteet .....	26
755. Kommunikaatiokäyttäytyminen ja normit .....	27
756. Kommunikaatiokäyttäytyminen ja tavoitteet .....	27
8. Tulosten yhteenvedo ja soveltaminen .....	28
81. Yleistä .....	28
82. Asenteisiin vaikuttamisen yleinen suunnittelu .....	28
83. Asenteisiin vaikuttamisen kanavien valinta .....	29
84. Asenteisiin vaikuttamisen viestien valinta .....	30
Summary .....	32
1. Background for the study .....	32
2. Purpose for the study .....	32
3. The framework of the study .....	32
4. The empirical material .....	33
5. The results .....	33
51. The general planning of influencing .....	33
52. The choice of the channels of influencing .....	33
53. The choice of the messages of influencing .....	34
Lähdeluettelo .....	35
LIITTEET .....	36

ISBN 951-681-011-9

Hännehdän 1977, Arvi A. Karisto-Oskari Kirjapaino

## 1. TUTKIMUKSEN ONGELMAN TAUSTAA

Puuntuotannon tehostaminen on 1960-luvun alusta lähtien ollut eräänä keskeisenä kansantaloudellisena tavoitteena metsätaloudessa. Ehkä tärkein puuntuotantoon ja ennen kaikkea raakapuun tarjontaan vaikuttavista tekijöistä on metsänomistajien metsätaloudellinen käyttäytyminen (SEPPÄLÄ 1974, s. 29). Metsänomistajien metsätaloudelliseen käyttäytymiseen vaikuttaminen nousee näin ollen yhdeksi tärkeimmistä keinoista pyrittäessä puuntuotannon tehostamiseen ja raakapuun tarjonnan lisäämiseen. Tämä vaikuttaminen on koettu erityisen ongelmalliseksi mm. siitä syystä, että on kysymys yli 300 000 metsänomistajan käyttäytymisestä.

Metsänomistajien metsätaloudellinen käyttäytyminen voidaan karkeasti jakaa metsänhoidolliseen käyttäytymiseen ja hakkuukäyttäytymiseen. Sekä metsänhoidollinen käyttäytyminen että hakkuukäyttäytyminen ovat merkittäviä tekijöitä pyrittäessä Suomen metsätalouden puuntuotantomahdollisuuksien täyteen hyväksikäyttöön. Useissa yhteyksissä on todettu, että huomattava osa metsänomistajista on passiivisia metsänhoito- ja metsänparannustoimenpiteisiin. He eivät myöskään käytä kaikkia hak-

kuumahdollisuuksia hyväkseen, mistä on seurauksena eräillä alueilla kuten etelän ja lännen rannikkomaakunnissa puuston ylikäistymistä ja lahoamistappioiden lisääntymistä.

Edellä mainittuihin ongelmiin vaikuttavina tekijöinä on useissa tutkimuksissa tuotu esiin tiedon taso ja asenteelliset kysymykset (HAHTOLA et al. 1973, SEPPÄLÄ 1974, VIRTÄ 1971). Metsätaloutta koskevan tiedon tason kohottaminen ja asenteisiin kohdistuva muokkaustyö ovat siten avainasemassa puuntuotannon tehostamispyrkimyksissä.

Metsänomistajien metsätaloudellisesta käyttäytymisestä ja metsätaloudellisista asenteista on olemassa huomattavan paljon empiirisiä tutkimustuloksia. Metsänomistajien käyttäytymiseen kohdistuvissa tutkimuksissa on kuitenkin kiinnitetty hyvin vähän huomiota siihen, kuinka tiedon tason kohottaminen ja asennemuokkaus voitaisiin tai tulisi käytännössä toteuttaa. Metsänomistajiin kohdistuvan tiedotuksen ja neuvonnan (tiedotusopillisia ja psykologisia) perusteita on selvitetty hyvin niukasti. Kaikenlaisen metsänomistajiin kohdistuvan tiedotuksen ja vaikuttamisen suunnittelu edellyttäisi kuitenkin tätä.

Muu  
keinot

Kuva 1. Metsänomistajan päätöksentekympäristö

Pääasiallinen metsänomistaja pyrkii tavoitteidensa kautta keinoja hyväksikäyttämään. Alueen oloja, kun päämäärät ovat tavalla tai toisella taloudellisia, on suurimmalla osalla metsänomistaja monilla tärkeillä tavoitteilla ja sitä kautta päämäärin päämääränsä. Näillä puolestaan voidaan jakaa kahteen toisistaan selvästi erotettavaan yksikköön: pelto ja metsä. Nykyisin ja suhteellisen suurella metsänomistajajoukolla (metsätalustalustajat) on muutamia keinoja tavoitteidensa saavuttamiseksi.

Metsänomistajien asenteet vaikuttavat siihen, millä tavalla tavoitteita ja päämääriä hän itselleen asettaa. Asteet vaikuttavat myös käytettävien keinojen valintaan. Yhteisesti ottaen asenteet vaikuttavat siihen tapaan, jolla ihminen suhtautuu ympäristöönsä, kuinka hän ympäristönsä havaitsee, kuinka sitä tulkitsee ja kuinka käyttäytyy vastaan tuleviin tilanteisiin.

Metsänomistaja tekee päätöksensä siitä muuttuneen yhteiskunnassa, jossa vallitsevat normit vaikuttavat sekä tarpeiden muo-





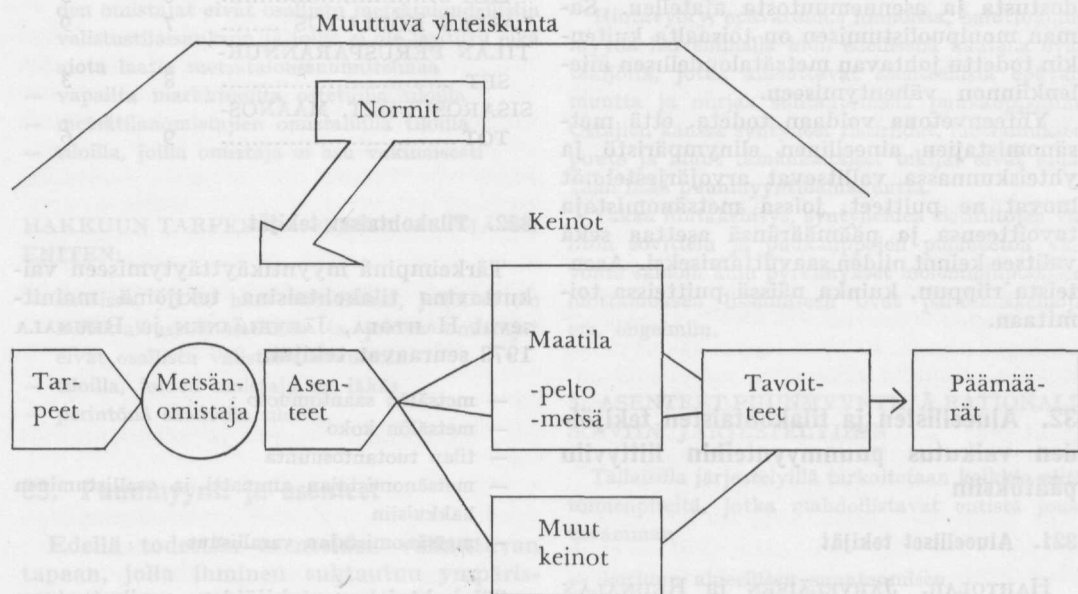
### 3. METSÄNOMISTAJA PÄÄTÖKSENTEKIJÄNÄ

#### 31. Metsänomistaja ja hänen päätöksentekoympäristönsä

Tarkasteltaessa metsänomistajaa puun myyjän roolissa on ehkä hedelmällisintä ajatella häntä päätöksentekijänä, joka myyntien yhteydessä joutuu tekemään sarjan tulevaisuuteen vaikuttavia päätöksiä. Ensimmäinen ja ehkä ratkaisevin päätös on myydäänkö puuta vai ei. Mikäli tämä päätös on myönteinen seuraavat sitä päätökset

esim. myyntitavasta, kaupanteon muodosta, hakkuuajasta, rahoitusjärjestelyistä, leimauksen suorituksesta jne. Mainittuihin päätöksiin vaikuttavat lukuisat metsänomistajaan ja hänen ympäristöönsä liittyvät tekijät ja ne ovat lisäksi voimakkaasti toisistaan riippuvia.

Oheisessa kuvassa on yksinkertaistetusti esitetty metsänomistaja *tarpeineen* tekemässä *päätöksiä* tiettyihin *päämääriin* pääsemistä varten.



Kuva 1. Metsänomistajan päätöksentekoympäristö

Päämääriin metsänomistaja pyrkii *tavoitteiden* kautta *keinoja* hyväksikäyttäen. Aina-kin silloin, kun päämäärät ovat tavalla tai toisella taloudellisia, on suurimmalle osalle metsänomistajia *maatila tärkein keino* tavoitteisiin ja sitä kautta päämääriin pääsemiseksi. Maatila puolestaan voidaan jakaa kahteen toisistaan selvästi erottuvaan yksikköön: pelto ja metsä. Nykyisin jo suhteellisen suurella metsänomistajajoukolla (metsätilanomistajat) on muitakin keinoja tavoitteiden saavuttamiseksi.

Metsänomistajien *asenteet* vaikuttavat siihen, minkälaisia tavoitteita ja päämääriä hän itselleen asettaa. Asenteet vaikuttavat myös käytettävien keinojen valintaan. Yleisesti ottaen asenteet vaikuttavat siihen tapaan, jolla ihminen suhtautuu ympäristöönsä; kuinka hän ympäristönsä havaitsee, kuinka sitä tulkitsee ja kuinka käyttäytyy vastaan tulevilla tilanteilla.

Metsänomistaja tekee päätöksiään alati *muuttuvassa yhteiskunnassa*, jossa vallitsevat *normit* vaikuttavat sekä tarpeiden muo-

toutumiseen että päämäärien asetteluun ja keinojen valintaan, siis asenteisiin. Yhteiskunnan kehitys vaikuttaa siinä toimivien yhteisöjen (esimerkiksi kyläyhteisöt) rakenteeseen sekä yhteisössä vallitseviin arvojärjestelmiin. Yhteiskunnan kehitys vaikuttaa näin ollen sekä metsänomistajan aineellisen elinympäristön kehittymiseen että hänen arvomaailmaansa.

Kuluvalla vuosisadalla on yhteiskuntamme rakennemuutoksen merkittävin kehityspiirre ollut kaupungistuminen. Kaupungistuminen on merkinnyt metsänomistajan sosiaalisen ympäristön normijärjestelmän vapautumista ja arvomaailman monipuolistumista. Tällä voisi kuvitella olevan edullinen vaikutus metsänomistajien asennemuodosta ja asennemuutosta ajatellen. Saman monipuolistumisen on toisaalta kuitenkin todettu johtavan metsätaloudellisen mielenkiinnon vähentymiseen.

Yhteenvedona voidaan todeta, että metsänomistajien aineellinen elinympäristö ja yhteiskunnassa vallitsevat arvojärjestelmät luovat ne puitteet, joissa metsänomistaja tavoitteensa ja päämääränsä asettaa sekä valitsee keinot niiden saavuttamiseksi. Asenteista riippuu, kuinka näissä puitteissa toimitaan.

### 32. Alueellisten ja tilakohtaisten tekijöiden vaikutus puunmyynteihin liittyviin päätöksiin

#### 321. Alueelliset tekijät

HAHTOLAN, JÄRVELÄISEN ja REUNALAN (1973, s. 168) mukaan puunmyyntikäyttämisen alueellinen vaihtelu näyttää kytkeytyvän lähinnä:

- 1) varallisuuden alueelliseen jakautumiseen
- 2) metsätulojen merkitykseen maatalouden rahoituksessa.

Yhteiskunnan rakenteen muuttuessa varallisuus kasautuu Etelä-Suomeen ja vaurastumisen myötä metsätulojen tarve välttämättömiin menoihin vähenee. Samoin metsätulojen suhteellinen osuus maatalouden perusparannusten rahoittajana pienenee. Näiden seurauksena hakkuut tulevat epä säännöllisemmiksi ja todennäköisesti niiden voimakkuus myös laskee.

Seuraava puutavaran myyntitulojen käyttöä kuvaava asetelma osoittaa havainnollisesti myyntikäyttämisen yhteydet alueellisiin tekijöihin (HAHTOLA 1970). Metsätulojen käyttökohteiden kohdalla olevat numerot kuvaavat ko. käyttökohteen tärkeyttä alueella.

Käyttökohde	Pohjois-Karjala	Uusimaa-Häme
<b>LAINOJEN LYHENNYS JA</b>		
KOROT .....	1	1
TYÖTILAISUUDET .....	2	7
PERHEEN ELATUS .....	3	8
RAKENNUSMENOT .....	4	2
VEROT .....	5	4
<b>KONEET JA KOTIELÄIMET</b>		
MET .....	6	5
LASTEN KOULUTUS .....	7	9
TILAN PERUSPARANNUKSET .....	8	3
<b>SISAROSUUDET, MAANOSTOT</b>		
TOT .....	9	6

#### 322. Tilakohtaiset tekijät

Tärkeimpinä myyntikäyttämisen vaikuttavina tilakohtaisina tekijöinä mainitsevat HAHTOLA, JÄRVELÄINEN ja REUNALA 1973 seuraavat tekijät:

- metsälön saantomuoto
- metsälön koko
- tilan tuotantosuunta
- metsänomistajan ammatti ja osallistuminen hakkuisiin
- metsänomistajan varallisuus

Tilakohtaisten tekijöiden vaikutustapa ilmenee seuraavasta yhteenvedosta, joka käsittelee myynnin voimakkuutta, säännöllisyyttä ja hakkuun tarpeessa olevien metsien määrää. Yhteenvedo on suora lainaus HAHTOLAN, JÄRVELÄISEN ja REUNALAN tutkimuksesta (1973).

#### MYYNIN VOIMAKKUUS ON PIENI:

- maatalouteen erikoistuneilla tiloilla (Etelä- ja Länsi-Suomi)
- pienissä metsälöissä 5–9 ha (Etelä- ja Länsi-Suomi)
- suurissa metsälöissä, yli 50 ha, joiden omistajat eivät osallistu valistustilaisuuksiin ja jolle

- ei ole laadittu metsätaloussuunnitelmaa eikä aiotakaan laatia
- perintönä saaduilla tiloilla
- perikuntien hallinnassa olevilla tiloilla
- tiloilla, joiden omistaja on iäkäs
- tiloilla, joiden omistajana on työväestöön lukeutuva metsänomistaja (Pohjois-Suomi).

#### MYYNIN SÄÄNNÖLLISYYS ON PIENI:

- maatalouteen erikoistuneilla tiloilla (Keski- ja Itä-Suomi)
- tiloilla, joita ei käytetä tulevaisuudessa tuotantoon tarkoituksiin (asuinpaikka, virkistystila jne.)
- pienissä metsälöissä (Etelä- ja Länsi-Suomi)
- sellaisissa suurissa, yli 50 ha:n metsälöissä, joiden omistajat eivät osallistu metsätaloudellisiin valistustilaisuuksiin ja joille ei ole laadittu eikä aiota laatia metsätaloussuunnitelmaa
- vapailta markkinoilta ostetuilla tiloilla
- metsätilanomistajien omistamilla tiloilla
- tiloilla, joilla omistaja ei asu vakinaisesti

#### HAKKUUN TARPEESSA OLEVIA METSIÄ ON ENITEN:

- suurissa, yli 50 ha:n metsälöissä, joilla ei ole metsätaloussuunnitelmaa ja joiden omistajat eivät osallistu valistustilaisuuksiin
- tiloilla, joiden omistaja on iäkäs
- perintönä saaduilla tiloilla.

### 33. Puunmyynti ja asenteet

Edellä todettiin asenteiden vaikuttavan tapaan, jolla ihminen suhtautuu ympäristöönsä; kuinka hän ympäristönsä havaitsee, kuinka hän sitä tulkitsee ja kuinka käyttäytyy vastaan tulevissa tilanteissa. Esitetystä asenteen luonnehdinnasta voidaan suoraan tehdä päätelmä asenteiden vaikutuksesta puunmyyntiin.

Puunmyynteihin liittyvät asenteet on alla jaettu kolmeen ryhmään:

- asenteet metsän tehtäviin,
- asenteet puunmyyntitapahtumaan ja
- asenteet puunmyyntejä rationalisoiviin järjestelyihin.

#### 1. ASEENTEET METSÄN TEHTÄVIIN

Tuntuu luonnolliselta olettaa, että puunmyyntialttiutta heikentävät sellaiset asenteet, joiden mukaan metsä on reservi, vararahasto tai »pankki», johon talletetaan yllättävien menojen tai pahan päivän varalta. Liiketaloudellinen ajattelu, suhtautuminen metsään tuotantoyksikkönä, lisää todennäköisesti myyntialttiutta.

#### 2. ASEENTEET PUUNMYYNTITAPAHTUMAAN

Hintavyöry, epävarmuus hinnoissa, haluttomuus myydä halvemmalla kuin edellisenä kautena ovat tekijöitä, jotka aiheuttavat asenteellista epävarmuutta ja nurjaa suhtautumista puukauppoihin. Ostajien kanssa syntyneet ristiriidat, luottamuksen puute ja muut tämänkaltaiset tekijät eivät ainkaan lisää puunmyyntihalukkuutta.

Vakaa hintakehitys; syntyneiden ristiriitojen välitön sovittelu ja puukauppojen puolueeton valvonta samoin kuin pyrkimykset molemminpuolisen luottamuksen lisäämiseen ovat parannuskeinoja em. ongelmiin.

#### 3. ASEENTEET PUUNMYYNTEJÄ RATIONALISOIVIIN JÄRJESTELYIHIN

Tällaisilla järjestelyillä tarkoitetaan kaikkia niitä toimenpiteitä, jotka mahdollistavat entistä joustavamman

- korjuun alueellisen suuntaamisen,
- korjuun ajoittamisen ja
- korjuun suorittamisen

Hintasuositussopimusjärjestelmä, erilaiset yhteistoimintamuodot, mittaus ja uudistuvat korjuumenetelmät ovat keinoja puukaupan rationalisointityössä. Työn onnistuminen tältä osin on ratkaisevasti riippuvaista metsänomistajien asenteista.

## 4. ASEENTEET JA NIIHIN VAIKUTTAMINEN

### 41. Asenteiden olemus

Yleisesti asenne voidaan määritellä *opituksi valmiudeksi* tuottaa tietynlaisia *reaktioita* tiettyjen *ympäristön ärsykkeiden* suhteen (INSKO 1967). Toisin sanoen asenne on opittu tapa käyttäytyä tietyllä tavalla tietynlaisissa tilanteissa.

Eri tutkijat ovat ilmeisen yksimielisiä siitä, että asenteet ovat *opittuja*. Oppimisteoreetikot (psykologit) ovat esittäneet teorioita siitä, kuinka asenteita opitaan. On jopa esitetty, että koko asennekäsite voitaisiin hylätä sen epäselvyyden vuoksi, koska asennekäsitteen kattama käyttäytymisalue voitaisiin selittää oppimisteorioiden ja muiden psykologisten käsitteiden avulla. Mitä sosiologisemmaksi asenteen tarkastelu menee, sitä vähemmän yleensä kiinnitetään huomiota asenteiden syntymekanismiin pikupiirteisiin.

Eri tutkijoiden kesken on sensijaan suuria käsite-eroavuuksia siitä, minkälaiset valmiudet ja minkälaiset reaktiot kuuluvat asennekäsitteen piiriin. Erittäin laajan näkemyksen mukaan asenteet ilmenevät persoonallisuudessa. Tällöin asennekäsitteen piiriin kuuluvat lähes kaikki inhimilliset käyttäytymismuodot (INSKO 1967, s. 285–295). Suppeudessaan yksiselitteinen on Osgoodin käsitys asenteesta asenneobjektin arviointidimensiona (INSKO 1967, s. 112–140). Tähän käsitykseen ovat yhtyneet monet muutkin tutkijat kuten esim. FISHBEIN. FISHBEIN määrittelee tällöin asenteen objektiin liittyvien mielipiteiden avulla (FISHBEIN 1967).

Kun asenne käsitetään arvosteludimensiona (puolesta–vastaan, lähestymis–välttämis, positiivinen–negatiivinen) on se suoraan määritelmän kautta yksidimensionaalinen käsite.

Yksidimensionaalisuuden oletus sotii sitä vanhaa ja voimakasta käsitystä vastaan, jonka mukaan asenne jakautuu kolmeen komponenttiin: tunne, tieto, toiminta. Tämän käsityksen mukaan asenne on tiettyyn ympäristön kohteeseen suuntautuva, jatkuva ja säännönmukainen tunne-, tiedostus- ja toimintataipumus.

*Tietokomponentti* viittaa siihen informaatioon, jota henkilöllä on kyseessä olevasta asiasta. Nämä tiedot ovat varastoituneet aikaisempien kokemusten yhteydessä.

*Tunnekomponentti* viittaa asiaan liittyviin tunteisiin, kuten pitämiseen, hyljeksimiseen, arvostamiseen, väheksymiseen jne.

*Toimintataipumukset* ovat aikaisempien kokemusten yhteydessä opittuja tapoja toimia tietyissä tilanteissa.

Yksidimensionaalinen asennekäsite tekee määrittelyt ja mittaukset selviksi, mutta sen käyttökelpoisuus käyttäytymisen ennustamisessa on moneen kertaan todettu vähintään kyseenalaiseksi. Komponentoitu asennekäsite puolestaan on monessa suhteessa edellistä epäselvempi, mutta esim. FESTINGERIN kognitiivisen dissonanssin teoria osoittaa komponentoidun asennekäsitteen hedelmällisyyden etsittäessä siteitä asenteiden ja käyttäytymisen välille.

### 42. Asenteiden olemus ja asennemuutos

Edellä suoritettu asennekäsitteen analysointi osoitti, että asenteiden olemuksesta ja merkityksestä on olemassa monenlaisia näkemyksiä. Sosiaalipsykologian piirissä nämä näkemykset esiintyvät kehittelijöidensä nimiä kantavien teorioiden muodossa. Esimerkiksi INSKO (1976) esittelee neljätoista keskeistä teoriaa asennemuutoksista.

Asennemuutoksen tarkastelu kovin monen teorian valossa on hankalaa ja kokonaiskuvan muodostumista ajatellen ehkä epätarkoituksenmukaistakin. Asennemuutosta käsittelevien teorioiden yhteisiin piirteisiin nojautuen voidaan muodostaa muutamia mielikuvia ihmisestä. Nämä mielikuvat tiivistävät asennemuutosta koskevien teorioiden sisältämän informaation ja auttavat asenteiden olemuksen sekä niiden synty- ja muutosmekanismien ymmärtämisessä (ks. KING ja TIGERT).

Tarkasteltavat mielikuvat ihmisestä ovat

- »Luokitteleva ihminen»
- »Tasapainoon pyrkivä ihminen»
- »Oppiva ihminen»
- »Omaa minäkäsitystään ylläpitävä ja puolustava ihminen»

#### LUOKITTELEVA IHMINEN

Pystyäkseen tulemaan toimeen joutuu ihminen keräämään ja varastoimaan ympäristöstään tietoa, joka on hänelle merkityksellistä. Tämä tieto varastoituu esim. tapojen, stereotyyppien, asenteiden, periaatteiden ja erilaisten yleistysten muodossa (DAVISON 1964, s. 75). Stereotyyppit, asenteet ja periaatteet ovat luonteeltaan luokituksia, yleistyksiä monimutkaisesta ja monipuolisesta todellisuudesta. Asenteet tarjoavat valmiin työtäsäästävän tavan ympäristön havainnointiin. Ihminen kokee ympärillään olevan maailman hänelle luonteenomaisen luokituksen puitteissa. Uusia kokemuksiaan ihminen suhteuttaa entisten kokemusten pohjalta muotoutuneeseen »ajattelun viitekehykseen». Asenteet ovat varastoitua informaatiota; jonkunlainen peili tai kartta henkilöä ympäröivästä todellisuudesta (DAVISON 1964, s. 75). Ihminen on tavallaan muodostanut ajatuksiinsa »lokerot».

Eteen tulevat asiat sijoitetaan näihin lokeroihin muutamiin tunnusmerkkeihin nojautuen. Asennoituminen ko. asioihin on riippuvaista siitä millaisiin lokeroihin ne havaittujen tunnusmerkkin pohjalta joutuvat. Tähän luokitteluun (lokerointiin) liittyy sekä tiedollinen puoli että tunnepuoli.

Kun henkilön asenteisiin pyritään vaikuttamaan luokitteleva ihminen-mielikuvan pohjalta, ei hänen arvojärjestelmäänsä tai yleisiä asenteitaan pyritä muuttamaan. Asenteenmuutoksen aikaansaamiseksi tuodaan esiin uusia suostuteltavan kannalta myönteisiä näkökohtia asenneobjektissa. Suostuteltavan mielikuvaa asenneobjektista pyritään siis muuttamaan. Korostamalla tiettyjä piirteitä asenneobjektissa pyritään siihen, että suostuteltava hahmottaisi ko. objektin uudella tavalla. Asenneobjektin uudelleenahmotus voi saada suostuteltavan siirtämään ko. asian myönteisempään lokeroon ajattelunsa viitekehyksessä, ja asenteen muutos on tällöin tapahtunut. Esimerkiksi SHERIFIN, ASCHIN ja POSTMAN-BRUNERIN esittämät näkemykset havaitsemisesta ja normimuodostuksesta sisältävät mielikuvan luokittelevasta ihmisestä (SECORD ja BACKMAN 1964).

Luokitteleva ihminen — mielikuvaan perustuva asenteiden muokkaus edellyttää, että ollaan tar-

koin selvillä suostuteltavien asenteista, tiedoista ja heille luonteenomaisista luokittelusysteemeistä. On tiedettävä, mitä asioita suostuteltavat pitävät hyvinä, mitä pahoina, jotta näitä tietoja voitaisiin käyttää hyväksi asenteenmuutokseen tähtäävässä suostuttelussa.

#### TASAPAINOON PYRKIVÄ IHMINEN

Inhimillisen käyttäytymisen eräänä perusperiaatteena katsotaan olevan pyrkimys tasapainoon ja tasapainon säilyttämiseen. Asenteiden kannalta pyrkimys tasapainoon merkitsee esimerkiksi sitä, että ihminen pyrkii toiminnallaan varmistamaan tasapainon asenteen komponenttien (tieto, tunne, toiminta) välillä. Pyrkimys tasapainoon merkitsee myös sitä, että asenteet ovat sopusoinnussa arvojärjestelmän kanssa.

*Asenteen muutoksen kannalta tasapainoperiaate on hyvin keskeinen.* Pyrittäessä asennemuutoksiin vaikutetaan yleensä asenteen tieto- ja tunnekomponentteihin ja odotetaan muutoksia toiminta- taipumuskomponentissa.

Tasapainoperiaatteen mukaisen asenteenmuutoksen voidaan olettaa tapahtuvan seuraavasti:

Tieto .....	—	+	+	+
Tunne .....	—	-+	+	+
Toiminta .....	—	—	—	+
	1.	2.	3.	4.

Ensimmäinen vaihe kuvaa tasapainoista negatiivista asennetta asenneobjektiin. Toisessa vaiheessa on pyritty epätasapainoon välittämällä tunteeseen vedoten positiivista tietoa asenneobjektista. Kolmas vaihe kuvaa epätasapainoista asennetta, jossa henkilön toiminta (taipumus) poikkeaa hänen asenneobjektiin liittyvistä tiedoistaan ja tunteistaan. Neljännessä vaiheessa on saavutettu tasapaino muuttamalla myös toimintataipumusta ja asennemuutos on näin tapahtunut.

FESTINGERIN teoria kognitiivisesta dissonanssista sekä HEIDERIN balanssiteoria sisältävät näkemykset tasapainoon pyrkivästä ihmisestä.

Edellä esitetystä voidaan päätellä, että tunnesidonaiset, laajaan tietoaimekseen perustuvat asenteet ovat vaikkein muutettavissa. Asenteiden muokkaus edellyttää tietoja suostuteltavien asenteiden voimakkuudesta ja tasapainoisuudesta.

#### OPPIVA IHMINEN

Inhimillinen elämä on jatkuvaa uusiin kokemuksiin pohjautuvaa oppimista. Asenteiden omaksu- mista ja muuttamista voi pitää luonteeltaan oppi-

mistapahtumana. Asenteenmuutosyrityksen onnistuminen on riippuvainen siitä, ovatko olosuhteet oppimiselle otolliset. Oppimiselle otollisten olosuhteiden selvittely on opetusopillisen tutkimuksen tehtäväkenttää. Asenteenmuutokselle otollisten olosuhteiden luomisessa voidaan käyttää hyväksi esim. yleisiä didaktisia periaatteita.

Eräiden asenteiden omaksumistapojen esittely tuottaa mielikuvan siitä, kuinka ympäristöolosuhteet vaikuttavat asennemuodostukseen ja -muutukseen. Asenteita omaksutaan (opitaan) esimerkiksi seuraavilla tavoilla.

A. *»Liittymisen» tietä.* Sellaisiin kohteisiin, joihin on liittynyt miellyttäviä kokemuksia, syntyy positiivisia asenteita ja päinvastoin. Erityisen voimakasta tämäntyyppinen asenteiden omaksuminen on lapsuudessa ja nuoruudessa. Vanhempien ja elinympäristön vaikutus nuoren asenteiden muodostukseen on tällöin suuri.

B. *Tarvetyydytyksen kautta.* Kohde, joka tyydyttää yksilön tarpeita, koetaan palkitsevana ja syventyy positiivinen asenne. Kohteen arvo vaikuttaa syntyvän asenteen laatuun.

Tavoilla 1 ja 2 asenteita omaksutaan eniten pienryhmien jäsenten sosiaalisessa kanssakäymisessä.

C. *Siirtovaikutusten tietä.* Kun välitetään tieto, tulee siinä samalla välitetyksi usein myös asenne. Tiedottajan sanojen ja ilmaisumuotojen valinta vaikuttaa niihin asenteisiin, joita tiedotettavien asioiden suhteen omaksutaan. Siirtovaikutuksen kautta voidaan nykyisin asenteita omaksua hyvinkin laajassa mitassa joukkotiedotusvälineistä (radio, televisio ja lehdistö).

KELMAN on esittänyt seuraavanlaisen jaottelun asenteiden omaksumistapojen syvällisyydestä (SECORD ja BACKMAN 1964).

a. *Myöntyminen* on asenteiden omaksumisen pinnallisin muoto. Tällöin asenne omaksutaan palkinnon toivossa tai rangaistuksen pelossa. Myöntymällä omaksuttu asenne muuttuu uudestaan tilanteessa helposti toiseksi. Tällainen asenne ei välttämättä edellytä henkilön käyttäytymistä asenteen edellyttämällä tavalla.

b. *Samaistuminen* on myös epäitsenäinen asenteenomaksumismuoto. Näin omaksutaan asenteita sellaisilta henkilöiltä tai henkilöryhmiltä, jotka koetaan malleiksi. Myöntymisen ja samaistumisen kautta omaksutut asenteet eivät

sellaisenaan ole tyydytystä tuottavia, vaan tyydytys saadaan suhteista yksilöihin tai ryhmiin, joilta asenteet on omaksuttu.

c. *Sisäistäminen* on syvällisin asenteiden omaksumismuoto. Asenteiden sisäistäminen tapahtuu silloin, kun hankitaan oman arvomaailman mukaisia asenteita. Näin hankittu asenne ja sen mukainen käyttäytyminen ovat sellaisinaan palkitsevia.

HOVLANDin tutkimukset asennemuutoksista ovat ehkä tunnetuimpia oppimisteorioihin perustuvista asennemuutosten tarkasteluista (HOVLAND, JANIS ja KELLEY 1953).

### OMAA MINÄÄNSÄ YLLÄPITÄVÄ JA PUOLUSTAVA IHMINEN

Ihmisen olemukseen kuuluu tiettyjen tarpeiden olemassaolo. Minäkuvan ylläpitämiseen liittyvät tarpeet ovat keskeisiä ihmisen tarverakenteessa. Asenteet ovat apuna erilaisten tarpeiden tyydytyksessä. Asenteiden tarvepohjan ymmärtäminen on yksi niistä avaimista, jotka johtavat asenteiden muutoksen tai muutoksen vastustuksen ymmärtämiseen. Asenteilla on esim. seuraavanlaisia tehtäviä:

1. *Yksilön hyödyttäminen.* Ihminen omaksuu myönteisiä asenteita sellaisia asioita kohtaan, jotka ovat olleet hänelle palkitsevia (joista on ollut hänelle hyötyä).
2. *Yksilön omanarvontunnon kohottaminen.* Ihmisellä on positiiviset käsitykset niistä asioista, jotka suoranaisesti liittyvät häneen itseensä.
3. *Yksilön arvojen ilmaiseminen.* Ihminen omaksuu asenteita, jotka ovat hänen arvojärjestelmänsä mukaisia.
4. *Tietojen sitominen.* Yksilö havaitsee, käsittää ja muistaa asioita tavalla, joka on sopuisoinnussa hänen asenteidensa kanssa.

Edellä esitetyt asenteiden tehtävät sisältyvät KATZin funktionaaliseen asenneteoriaan.

### 43. Kommunikaatiokäyttäytyminen ja asenteisiin vaikuttaminen

#### 431. Kommunikaatio ja kommunikaatiokäyttäytyminen

LASSWELLin klassinen tapa määritellä kommunikaatiotapahtuma on hakea vas-

tauksia seuraaviin kysymyksiin (DEFLEUR 1966, s. 124):

Kuka	(lähettäjä)
sanoo mitä	(viesti)
mitä kanavaa käyttäen	(kanava)
kenelle	(vastaanottaja)
millä vaikutuksella?	(lähettäjän tavoite)

Esitetty kysymys palauttaa kommunikaatiotapahtuman tarkastelun kaikenkattavan perusongelmaan, mikä on kommunikaation vaikutus, kuinka kommunikaatio vaikuttaa tietoihin, mielipiteisiin, asenteisiin, käyttäytymiseen.

Asenteiden muuttuminen on yleensä seurausta yksilön ulkopuolelta tulevasta vaikutamisesta. Tämä vaikuttaminen puolestaan tapahtuu kommunikaation välityksellä. Asenteenmuutokseen pyrkivä kommunikoija pyrkii sopeuttamaan viestin ja kanavan vastaanottajaan ja ympäristöön saavuttaakseen tavoitteensa. Tämä sopeutustyö edellyttää kommunikaatiotapahtuman ja kommunikaatiokäyttäjän olemuksen ymmärtämistä.

Kommunikaation merkityksen analysoinnissa voidaan lähteä siitä yksinkertaisesta oletuksesta, että kaikki inhimillinen käyttäytyminen tähtää viime kädessä erilaisten tarpeiden tyydyttämiseen. Tarpeiden tyydytys on puolestaan ympäristöstä riippuvaista. *Kommunikaatio on yksilön side hänen ympäristöönsä* (DAVISON 1964).

Ympäristöön kiinnitetyn huomion selektiivisyys on tarvepohjaista. Huomio kiintyy herkemmin tarpeita tyydyttäviin kohteisiin. Kokemusten pohjalta opitaan uskomaan, että hyödylliset tiedot tulevat jostain tietystä lähteistä. Kommunikaatiokäyttäjän käyttäytyminen ei ole tilannekohtaista, sattumanvaraista, vaan kokemus ja oppimisprosessin tulos. Kommunikaatiokäyttäjän tulkinna ja sen syiden ymmärtämistä palvelevana viitekehystenä ovat McLEOD ja O'KEEFE (1972, s. 121–168) käyttäneet sosiolisaatiokäsitettä. Sosialisatiotarkastelun puitteissa on mahdollista ymmärtää niitä prosesseja, joiden kautta kommunikaatiokäyttäjän käyttäytyminen on opittu.

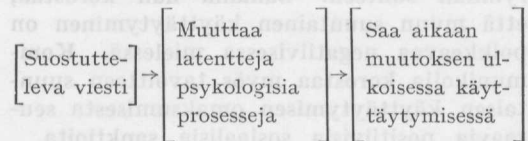
Metsänomistajien kommunikaatiokäyttäjän oletetaan olevan edelläkuvatunlaisen prosessin tulosta ja ilmenevän m.m. siinä, mistä he katsovat saaneensa tärkeitä

metsätaloudellista tietoa. Metsänomistajien tiedonhankinnan katsotaan siis olevan ilmentymää syvemmistä ja pysyvämmistä prosesseista, joita tässä yhteydessä kutsutaan kommunikaatiokäyttäjäksi. Kommunikaatiokäyttäjän operationaalista kuvausta varten sovelletaan tässä tutkimuksessa niitä ajatuksia, joita McQUAIL (1972, s. 83) esittelee massakommunikaation sosiologiaa tarkastellessaan. Vastaavanlainen sovellutus on tehty aikaisemmin omakotirakentajien kommunikaatiokäyttäjien tarkasteltaessa (JUSLIN 1975). Mainittujen ajatusten pohjalta tapahtuva metsänomistajien metsäasioihin liittyvän kommunikaatiokäyttäjän operationalisointi suoritetaan luvussa 751.

#### 432. Asenteisiin vaikuttamisen perusteita

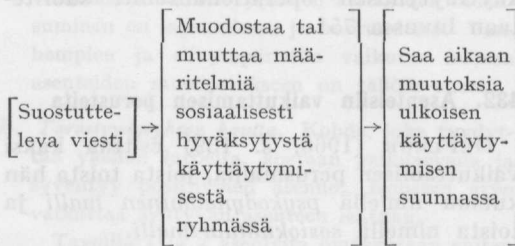
DEFLEUR (1966, s. 139) esittää kaksi vaikuttamisen perusmallia, joista toista hän kutsuu nimellä *psykodynaaminen malli* ja toista nimellä *sosiokulttuurimalli*.

Vaikuttamisen psykodynaaminen malli perustuu ajatukseen, että suostutteleva viesti vaikuttaa suoraan henkilön psykologiseen rakenteeseen sen toimintaa muuttavasti. Muutos yksilön psykologisessa rakenteessa saa aikaan suostuttelijan tarkoittamia muutoksia yksilön ulkoisessa käyttäytymisessä. Graafisesti DEFLEUR (1966, s. 141) kuvaa psykodynaamista mallia seuraavasti:



Motivaatio-, havainto- ja oppimispsykologian periaatteet ovat tällöin keskeisiä asennemuutoksiin ja sitä kautta käyttäytymismuutoksiin pyrittäessä. Viestin ja kanavan valinnassa pyritään siis yksittäisen ihmisen motivaatio-, havainto- ja oppimisprosessien hyväksikäyttöön ko. ihmisen psykologiseen rakenteeseen (esim. asenteisiin) vaikuttamiseksi. Edellä esitetty asenteiden olemuksen luonnehdinta korosti asenteiden yksilöpsykologisia funktioita. Tämä luonnehdinta antaa vihjeitä siitä, minkälaisia kanavan ja viestin ominaisuuksien tulisi olla asenteisiin vaikuttamista ajatellen.

Vaikuttamisen psykodynaaminen malli korostaa ihmisen käyttäytymisen yksilöperäisiä vaikuttimia. Käyttäytymisen sosiaaliin vaikuttimiin on alettu kiinnittää huomiota, kun on havaittu, että ihmisten työrooleilla, organisaatiojäsenyydellä, viiteryhmillä, kulttuurinormeilla ja primääriryhmien normeilla on selvät yhteydet heidän käyttäytymiseensä. Sosiaalisia normeja, arvoja, oletuksia ja uskonnoksia voidaan käyttää hyväksi myös vaikuttamiseen tähtäävää kommunikaatiota suunniteltaessa. DEFLEUR (1966, s. 144) kutsuu sosiaalisen ympäristön hyväksikäyttöön perustuvaa vaikuttamismallia sosiokulttuurimalliksi:



Viestin vastaanottaja johdatellaan siis uskomaan, että kommunikoiijan tavoitteena oleva käyttäytyminen on sosiaalisesti sanktioitua. Sosiokulttuurisen vaikutusmallin mukaisesti toimiva kommunikoiija voi esim. määrittellä tavoitteidensa mukaisen roolisolun. Hän voi osoittaa roolinhaltijalle tavoitteen ja korostaa sen normatiivisuutta ryhmän suhteen. Samalla hän korostaa, että muun suuntainen käyttäytyminen on poikkeavaa negatiivisessa mielessä. Kommunikoiija korostaa myös tavoitteen suuntaisen käyttäytymisen omaksumisesta seuraavia positiivisia sosiaalisia sanktioita.

### 433. Vaikuttamisen kanavat ja sanomat

Karkeasti yleistäen voidaan sanoa, että vaikuttamisella on onnistumisen mahdollisuuksia, jos:

- kommunikoiijan informaatiosta on hyötyä vastaanottajalle hänen tarpeidensa tyydytystä ajatellen (nämä tarpeet voivat olla fyysisiä, psyykkisiä tai sosiaalisia).
- vastaanottaja on alttiina niille kanaville, joita kommunikoiija käyttää.
- viesti sopii vastaanottajan psykofyysiseen rakenteeseen.

Informaatiota otetaan vastaan, jos sillä on jotain käyttöä. Käyttö puolestaan liittyy perimmältään tarpeiden tyydytykseen. DAVISON (1964) sanoo kommunikaation johdettavan käyttäytymiseen, kun se pystyy tiedottamaan merkityksellisistä muutoksista ympäristössä tai ennustamaan tuntemattoman faktan. Käyttäytymiseen voi johtaa informaatio, joka yhdistää tavoitteena olevan käyttäytymismuodon vastaanottajan tarvetyydytykseen. Vaikuttavaa voi olla myös informaatio, joka osoittaa vastaanottajalle uuden tavan hahmottaa ympäristönsä tarpeiden tyydytystä ajatellen. Selaisella tiedottajalla, jolla on kontrolli johonkin vastaanottajan tarpeiden tyydytystä ajatellen merkitykselliseen kohteeseen, on paremmat mahdollisuudet onnistua kuin tiedottajalla, jolla ei tällaista kontrollia ole. Edellä esitettyjen kovin yleisten kommenttien jälkeen voidaan vain todeta, että kommunikoiijan tulee ennen vaikuttamisyrityksiä analysoida minkälaiset tarpeet ja tarpeentyydytysprosessit liittyvät siihen käyttäytymisalueeseen, jolla hän käyttäytymismuutoksiin pyrkii.

Luvussa 431 todettiin kommunikaatiokäyttäytymisen olevan soiaaliumisprosessin tulosta. Ihmiset ovat oppineet saamaan tietystä lähteistä tietynlaista informaatiota. Ennen vaikutusyrityksiin ryhtymistä kommunikoiijalla tulee olla tiedot vastaanottajan kommunikaatiokäyttäytymisestä. Kommunikatiotutkimus on tuottanut eräitä yleisiä säännönmukaisuuksia kommunikaatiokanava-alttiudesta ja erilaisten kanavien vaikuttavuudesta.

Enemmän koulutusta saaneet ovat taipuvaisia lukemaan lehtiä hieman enemmän (BYCKLING 1969, s. 186, HADENIUS ja WEIBULL 1970, s. 299, NORDENSTRENG 1969, s. 24–27). Sähköisten välineiden, radion ja television, käyttö on puolestaan ylempillä koulutustasoilla vähäisempää kuin alemmilla.

Innovaatioiden leviämistutkimuksissa on ilmennyt, että ammattilehdet ovat tehokkaimpia uusia toimintatapoja, välineitä yms. koskevan tiedon levityksessä. Mielenkiinnon herättämisessä ja harkintavaiheessa ovat naapurit ja vastaavat henkilökanavat vaikuttavimpia. Kokeilu- ja omaksumisvaiheessa tulevat kuvaan mukaan detaljitietoa tarjoavat esittelylehtiset. Innovaatioiden aikaiset omaksujat saavat tietonsa ei-henkilö-

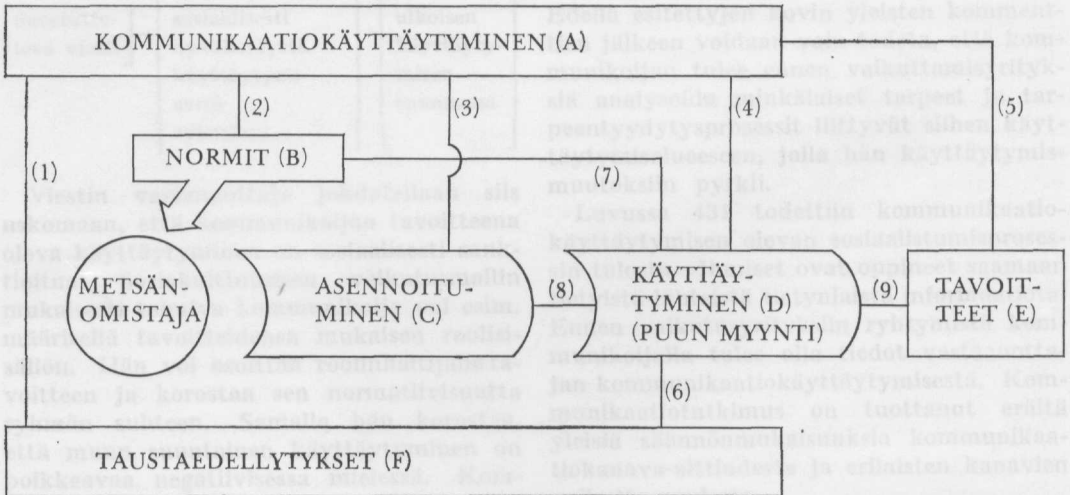




## 5. YKSITYISMETSÄNOMISTAJIEN PUUNMYYNTI-ASENTEISIIN VAIKUTTAMINEN

Mitään yhtenäistä teoriakehystä asenteisiin vaikuttamisesta ei ole olemassa. Ei myöskään ole yksiselitteisiä ohjeita siitä, kuinka tulisi menetellä tiettyyn vaikuttamistavoitteeseen pyrittäessä. Edellä, luvussa 3 on kuvailtu, minkälaisessa tilanteessa toimitaan pyrittäessä vaikuttamaan yksityismetsänomistajien puunmyyntialttiuteen liittyviin asenteisiin. Luvussa 4 annettiin yleinen ja hajanaiseksi jäänyt kuva asenteisiin vaikuttamisen teoreettisista perusteista.

Käyttäytymistieteellisten periaatteiden ja terveen järjen pohjalta tapahtuvan vaikuttamisen onnistumismahdollisuudet ovat sitä suuremmat, mitä enemmän on käytettävissä tietoa kohdejoukosta. Edellä suoritettu yksityismetsänomistajien puunmyyntialttiuteen liittyviin asenteisiin vaikuttamisen teoreettinen tarkastelu on johtanut kuvan 2 esittämään viitekehukseen empiirisesti selvitetävistä asenteisiin vaikuttamisen suunnittelua palvelevasta tiedosta.



Kuva 2. Viitekehys yksityismetsänomistajien puunmyyntiasenteisiin vaikuttamiseen liittyvistä tekijöistä.

Yksityismetsänomistajien puunmyyntialttiuteen liittyviin asenteisiin vaikuttamisen suunnittelua varten tuotetaan tässä tutkimuksessa seuraavanlaista tietoa.

### ASENTEISIIN VAIKUTTAMISEN PERUSSTRATEGIAN VALINTA

- Yksityismetsänomistajien puunmyyntialttiuteen liittyvät asenteet (C) (8)
- Yksityismetsänomistajien puunmyyntialttiuteen liittyvät epäviralliset normit (B) (7)

### ASENTEISIIN VAIKUTTAMISEN KANAVIEN VALINTA JA KOHDERYHMÄN TUNNISTAMINEN

- Yksityismetsänomistajien kommunikaatiokäyttäytyminen (A)
- Kommunikaatiokäyttäytymiseltään erilaisten metsänomistajien tunnistaminen taustamainaisuuksien suhteen (1)
- Kommunikaatiokäyttäytymisen ja puunmyyntialttiuden välinen yhteys (4)
- Puunmyyntialttiudeltaan erilaisten metsänomistajien tunnistaminen (6)

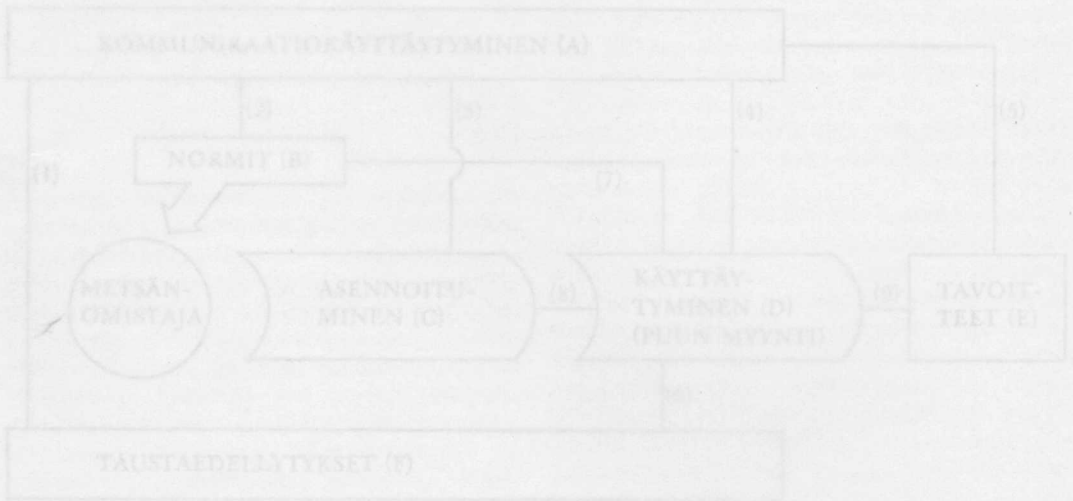


### 6. TUTKIMUSAINEISTO

Tutkimuksen empiiriset analyysit on suoritettu VIRRAN (1971) kokoamalla aineistolla. Tutkimusalueen muodostivat Länsi-Suomen luontainen puunhankinta-alue ja Keski-Suomen pohjoisosan eräät kunnat. Perusjoukon muodostivat luonnolliset henkilöt, henkilöyhtymät ja perikunnat, jotka omistivat yli viisi hehtaaria metsämaata tutkimusalueella. Perusjoukon luettelona käytettiin vuoden 1969 elokuun maatalouslaskennan peruslomakkeita.

Perusjoukosta poimittiin 500 metsälön otos siten, että ensin arvottiin näytekunnat (41), joista edelleen arvottiin näytemetsälöt.

Tässä tutkimuksessa analysoitavat tiedot on koottu metsänomistajia haastatteleamalla. Kato oli 5 % näytteestä. Perusjoukon, otanan, aineiston keruun ja kadon tarkempi esittely löytyy VIRRAN (1971, s. 11–14) tutkimusraportista.



Kuva 2. Yhteistyö metsänomistajien puunmyyntipäätöksiä ja tavoitteita seljittäessä.

Yhteistyömetsänomistajien puunmyyntipäätöksiin liittyy asenteisiin vaikuttamisen suunnittelu varten tuotetaan tässä tutkimuksessa seuraavanlaista tietoa.

#### ASENTEISIIN VAIKUTTAMISEN PERUSSTRATEGIAN VALINTA

- Yhteistyömetsänomistajien puunmyyntipäätöksiin liittyy asenteet (A) (8)
- Yhteistyömetsänomistajien puunmyyntipäätöksiin liittyy epäviralliset normit (B) (7)

#### ASENTEISIIN VAIKUTTAMISEN PERUSSTRATEGIAN VALINTA

- Yhteistyömetsänomistajien puunmyyntipäätöksiin liittyy asenteet (A)
- Normien vaikutus yhteistyömetsänomistajien puunmyyntipäätöksiin (B)
- Kommunikaatiivisuus ja puunmyyntipäätöksiin liittyvä yhteistyö (3)
- Puunmyyntipäätöksiin liittyvä metsänomistajien tunnistaminen (6)

## 7. TUTKIMUKSEN TULOKSET

### 71. Yksityismetsänomistajien puunmyyntikäyttäytyminen

#### 711. Myyntialttiuden kuvaus

Metsänomistajien myyntialttiutta kuvataan VIRRAN kehittämää myyntialttiusryhmittelyä käyttäen (VIRTA 1971 s. 15–16).

Myyntialttius on suuri, jos metsänomistajan ja/tai metsälön tunnusmerkit täyttävät samanaikaisesti ehdot:

- a) — nuoria metsiä < 30 % metsäpinta-alasta;
  - metsänhoidonneuvojan arvio »myyntialtis»;
  - normitetun kiertoajan ylittäneitä puustoja < 15 % metsäpinta-alasta;
  - hakkuut kasvua suuremmat;

tai jos tunnusmerkistössä täyttyvät samanaikaisesti ehdot:

- b) — nuoria metsiä > 30 % metsäpinta-alasta;
  - metsänhoidonneuvojan arvio »myyntialtis»;
  - ei ole normitetun kiertoajan ylittäneitä puustoja.

Myyntialttius on pieni, jos metsänomistajan ja/tai metsälön tunnusmerkistössä täyttyvät samanaikaisesti ehdot:

- a) — normitetun kiertoajan ylittäneitä puustoja > 5 % metsäpinta-alasta;
  - kasvu vähintään 1.50 k-m<sup>3</sup>/ha/v hakkuita suurempi;

tai jos tunnusmerkistössä täyttyvät samanaikaisesti ehdot:

- b) — normitetun kiertoajan ylittäneitä puustoja > 5 % metsäpinta-alasta;
  - kasvu vähintään 1.06 k-m<sup>3</sup>/ha/v hakkuita suurempi;
  - metsänomistaja itse arvioi myyvänsä vähän;
  - metsänhoidonneuvojan arvio on »myyntialttius pieni».

Myyntialttius on keskimääräinen, jos metsänomistajan ja/tai metsälöntunnusmerkistö ei kuulu kumpaankaan edellä määritellyyn ryhmään). Muodostettujen myyntialttiusryhmien osuudet tutkimusalueen metsälöi-

den lukumäärästä, metsäpinta-alasta ja raakapuun myyntimäärästä on esitetty toisaalla (VIRTA 1971, s. 15)

#### 712. Puunmyyntialtiudeltaan erilaisten metsänomistajien tunnistaminen

Metsänomistajien taustaominaisuuksien mittareina käytettiin varsin kirjavaa ruutujoukkoa (kysymykset: 7–13, 215–217, 221, 223, 228–230, ks. kyselylomake liitteessä 1). Myyntialtiudeltaan erilaiset metsänomistajat poikkeavat merkittävästi toisistaan kolmen taustamuuttujan suhteen.

Oheisessa asetelmassa tähtien määrät ilmentävät myyntialttiuden ja taustaominaisuuden riippuvuuden voimakkuutta: mitä enemmän tähtiä, sitä merkittävämpi riippuvuus.

\*\* (5) metsäpinta-ala

\*\*\* (177) metsänomistajan ikä

\*\* (189) metsänomistajan kontaktiheydet

Metsän pinta-ala, metsänomistajan ikä ja hänen sosiaaliset kontaktinsa ovat niitä tekijöitä, joiden avulla pienen myyntialttiuden ryhmä on tunnistettavissa. Lähes puolet pienen myyntialttiuden ryhmään kuuluvista omistaa metsää alle 20 ha. Yli 60 % pienen myyntialttiuden ryhmään kuuluvista on iältään yli 50 vuotta. Aktiivisuus puunmyynnissä ja sosiaalinen aktiivisuus (sosiaaliset kontaktit) näyttävät kuuluvan yhteen. Yksityiskohtaiset tiedot mainittujen muutujien jakautumisesta ovat liitteessä 2.

Erotteluanalyysin avulla haettiin monimuuttujaista kuvausta sille, kuinka myyntialtiudeltaan erilaiset metsänomistajat poikkeavat toisistaan taustaominaisuuksien suhteen.

Erotteluanalyysin tulosten mukaan vanhat, vähän sosiaalisia kontakteja omaavat metsänomistajat kuuluvat todennäköisimmin pienen myyntialttiuden ryhmään. Iäkkäät, sosiaalisesti passiiviset ihmiset ovat passiivisia myös metsänmyynneissään. Metsäomaisuuden pieni määrä korostaa vielä tätä vaikutussuhdetta. Erotteluanalyysin yksityiskohtaiset tulokset on esitetty liitteessä 3.

### 713. Puunmyyntikäyttäytyminen ja metsänomistuksen tavoitteet

Metsänomistukselle asetettuja tavoitteita mittaavat kysymykset 36—49 (muuttajat 19—32). Yleisempää taloudellista tavoitteenasettelua voidaan katsoa mittaavan kysymysten 63—70 (muuttajat 43—50) (ks. kyselylomake liitteessä 1).

Mainituista kolmestatoista metsänomistukselle asetetusta tavoitteesta kahdeksan liittyy merkitsevästi puunmyyntialttiuteen. Oheisessa asetelmassa ilmentää tähtien määrä riippuvuuden voimakkuutta; mitä enemmän tähtiä, sitä merkitsevämpi riippuvuus.

- \*\* (19) työtilaisuuksia omalle työvoimalle ja koneille
- \*\*\* (22) tuloja rakennusten peruskorj., rakentamiseen tai asunnon ostoon
- \*\*\* (23) tuloja maatalouskoneiden, kotieläinten tai auton ostoon
- \*\* (24) tuloja lainojen tai korkojen maksamiseen
- \* (25) turvaa lapsille tulevaisuudessa
- \*\*\* (27) tuloja maanostoon ja sisarosuuksien maksuihin
- \* (30) tuloja lasten koulutukseen
- \* (31) tuloja perusparannuksiin

Yleisesti ottaen kaikkia näitä tavoitteita pidetään keskisuuren ja suuren myyntialttiuden ryhmissä tärkeämpänä kuin pienen myyntialttiuden ryhmässä. *Tavoitteiden asettelu metsänomistukselle ja tavoitteiden tärkeiden kokemien luonnehtivat siis myyntialttiita metsänomistajia.*

Kolme tärkeimpänä pidettyä tavoitetta olivat samat pienen myyntialttiuden ryhmässä ja koko aineistossa. Ne olivat:

1. (29) turva pahan päivän varalta
2. (22) tulot rakennusten peruskorjauksiin, rakentamiseen tai asunnon ostoon
3. (25) turva lapsille tulevaisuudessa

Koko aineiston ja pienen myyntialttiuden ryhmän ero on se, että koko aineistossa turva pahan päivän varalle sekä tulot rakennusten peruskorjauksiin, rakentamiseen ja asunnon ostoon ovat yhtä tärkeitä pidetyjä tavoitteita kun taas pienen myyntialttiuden ryhmässä turva pahan päivän varalle on selvästi tärkein metsänomistukselle asetettu tavoite.

Yleistä taloudellista tavoitteenasettelua

mittaavista kahdeksasta muuttujasta kuusi liittyy merkitsevästi puunmyyntialttiuteen:

- \* (44) sijoitukset maatalouden perusparannuksiin
- \*\* (45) sijoitukset metsäpalstoihin
- \*\*\* (46) sijoitukset metsänparannus ja hoitotöihin
- \*\* (47) sijoitukset maatalouden koneisiin
- \*\*\* (48) sijoitukset muuhun elinkeinon
- \*\*\* (49) sijoitukset lasten koulutukseen

Jälleen yleisesti ottaen kaikkia näitä mainittuja sijoitusmuotoja pidetään keskimääräisen ja suuren myyntialttiuden ryhmissä houkuttelevampina kuin pienen myyntialttiuden ryhmässä. *Taloudellinen tavoiteasettelu ja myyntialttiutus näyttävät kuuluvan yhteen.*

Pienen myyntialttiuden ryhmässä *säästämistä* pidettiin houkuttelevimpana sijoitusmuotona. Toiseksi tulevat sijoitukset *metsänparannus- ja hoitotöihin* ja kolmanneksi sijoitukset *lasten koulutukseen*. Koko metsänomistajajoukossa sensijaan sijoituksia *metsänparannus- ja hoitotöihin* pidettiin houkuttelevimpana. *Lasten koulutus* oli toisena ja *säästäminen* vasta kolmantena. Pienen myyntialttiuden ryhmässä kaksi tärkeintä sijoitusmuotoa olivat aivan tasavertaiset, kun taas koko metsänomistajajoukossa sijoitukset *metsänparannus- ja hoitotöihin* nousivat selvästi muiden yläpuolelle.

*Säästäminen ja staattinen* (passiivinen) taloudenpito näyttivät luonnehtivan pienen myyntialttiuden ryhmää.

Jonkinlaista valdointia ja taustaa metsänomistajien esittämille tavoiteasetteluille antavat tiedot metsänomistajien todellisesta metsärahojen käytöstä. Kyselylomakkeen (ks. liite 1) kysymykset 129—138 (muuttajat 103—112) mittaavat metsärahojen käyttöä. Puunmyyntialttiudeltaan erilaiset metsänomistajat poikkeavat merkitsevästi toisistaan kolmen metsärahojen käyttökohteen suhteen.

- \*\*\* (103) tulot perheen elatukseen
- \*\*\* (107) tulot lainojen lyhennyksiin tai korkojen maksuun
- \* (109) tulot maanostoon tai sisarosuuksien maksuun

Perheen elatukseen käytettiin metsärahoja suhteellisesti eniten pienen myyntialttiuden

ryhmässä. Lainojen lyhennyksiin ja korkoihin meni metsärahoja eniten suuren myyntialttiuden ryhmässä. Samoin maanostoon ja sisäsuukien maksuun meni suhteellisesti suurin osuus metsärahoista suuren myyntialttiuden ryhmässä.

*Esitetyt tulokset tukevat edellä saatua kuvaa, että suuren myyntialttiuden ryhmässä taloudenpito on dynaamisinta, pienen myyntialttiuden ryhmässä staattisinta.*

Liitteessä 4 on esitetty taulukot, joista lukija saa yksityiskohtaisemmat tiedot esitettyjen tavoitemuuttujien jakautumisesta eri myyntialttiuseryhmässä.

Erotteluanalyysien avulla pyrittiin hakemaan niitä tavoitekombinaatioita, jotka parhaiten erottelevat myyntialttiuseryhmät toisistaan. Samalla oli tavoitteena ryhmien erojen yleisempi (monimuuttujainen) luonnehdinta. Erotteluanalyysien yksityiskohtaiset tulokset ovat liitteessä 5.

Pienen myyntialttiuden ryhmää luonnehtii se, että metsän tarjoamia tuloja rakentamiseen, asunnon ostoon, maatalouskoneiden ja auton hankintaan sekä velkojen maksuun ei pidetä tärkeinä (ilmeisesti staattisen taloudenpidon vuoksi). Suuren myyntialttiuden ryhmässä mainitut tulot koetaan tärkeinä. Keskisuurten myyntialttiuden ryhmälle on tunnusomaista, että samalla, kun metsä nähdään turvana pahan päivän varalle, sen antamia tuloja rakentamiseen ja asunnon ostoon pidetään tärkeinä. On kysymys jonkinlaisesta dynaamisesta turvallisuudesta.

Metsärahojen käytön tarkastelussa vahvistuu edellä muodostunut kuva. Mitä vähäisempi myyntialttius, sitä suurempi osuus metsärahoista käytetään perheen elannon hankkimiseen ja sitä pienempi osuus lainoihin, korkoihin ja maanostoon. Puunmyyntialttiuden lisääntyminen näkyy metsärahojen käytössä niin, että perheen elantoon menevä osuus pienenee ja lainoihin, korkoihin ja maanostoon menevä osuus kasvaa. Erotteluanalyysin yksityiskohtaiset tulokset ovat liitteessä 6.

## 72. Puunmyyntikäyttämiseen liittyvät asenteet

### 721. Asennealueet

Puunmyyntikäyttämiseen liittyviä asenteita mitattiin tutkimuksessa neljällä-

kymmenellä kysymyksellä (ks. liite 1, kyselylomakkeen kysymykset 87—126, muutajat 60—99).

Faktorianalyysin avulla selvitettiin, minkälaisiin asennekokonaisuuksiin, asennealueisiin ko. muuttujat kuuluvat (faktorianalyysin yksityiskohtaiset tulokset liitteessä 7).

Tässä tutkimuksessa käytetyn muuttujajoukon faktorianalyysin pohjalta voidaan todeta, että asennoituminen puunmyynteihin ilmenee kuutena dimensiona:

- |    |                |                                      |
|----|----------------|--------------------------------------|
| 1) | Asennoituminen | koneelliseen puunkorjukseen          |
| 2) | »              | valtakunnalliseen metsätaseeseen     |
| 3) | »              | metsänviljelyyn                      |
| 4) | »              | myyntien taloudellisiin aspekteihin  |
| 5) | »              | myyntien puukaupallisiin aspekteihin |
| 6) | »              | metsänhoidollisiin kysymyksiin       |

Mainitut dimensiot koostuvat seuraavalaista asennemuuttujista.

### 1. ASENNOITUMINEN KONEELLISEEN PUUNKORJUUSEEN

- (88) Koneiden käyttö puunkorjuussa on lisääntynyt  
 (62) Metsätöiden koneellistaminen heikentää metsänomistajien asemaa  
 (65) Metsätyökoneet aiheuttavat suurta vahinkoa jäljelle jäävälle puustolle

### 2. ASENNOITUMINEN VALTAKUNNALLISEEN METSÄTASEESEEN

- (76) Suomessa metsiä hakataan liian runsaasti  
 (86) Suomessa puustopääoma on vähentynyt huomattavasti

### 3. ASENNOITUMINEN METSÄNVILJELYYN

- (80) Tilan metsät ovat silloin kunnossa, kun järeää puuta on runsaasti  
 (71) On väärin, että metsänomistajilta pidetään avohakkuun yhteydessä rahaa hakkuualan uudistamiseen  
 (70) Puuta ei milloinkaan pitäisi myydä niin, että joutuu uudistamaan metsän keinollisesti

## 4. ASENNOITUMINEN MYYNTIEN TALOUDELLEISIIN ASPEKTEIHIN

- (97) Hankinta- ja leimikkolisän maksaminen
- (77) Metsänviljely on pitkällä tähtäimellä taloudellisesti erittäin edullista
- (95) Leimikon laadun mukainen hinnoittelu

## 5. ASENNOITUMINEN MYYNTIEN PUUKAUPALLISIIN ASPEKTEIHIN

- (89) Ostajien järjestäytyminen ja yhteistyö
- (99) Pienten sahojen toiminnan loppuminen
- (67) Puun hinta on liian epävaka

## 6. ASENNOITUMINEN METSÄNHOIDOLLEISIIN KYSYMYKSIIN

- (84) Neuvojat antavat usein ristiriitaisia tietoja
- (73) Metsänomistajat ovat aivan liian vähän kiinnostuneita metsäasioista
- (79) Puunmyyntituloja käytetään aivan liian vähän metsien hoitoon.

## 722. Asenteet ja puunmyyntikäyttäytyminen

Puunmyyntialttiudeltaan erilaiset metsänomistajaryhmät poikkeavat merkittävästi toisistaan seuraavien asennemuuttujien suhteen.

- \*\* (60) On vaikea tietää, onko metsässä myyntikelpoista puuta
- \*\*\* (62) Metsätöiden koneellistaminen heikentää metsänomistajien asemaa
- \* (63) Metsiä saa nykyisin hakata aivan riittävän vapaasti
- \*\* (64) Metsäteollisuus pyrkii syrjäyttämään metsänomistajan metsästään
- \* (65) Metsätyökoneet aiheuttavat suurta vahinkoa jäljelle jäävälle puustolle
- \*\*\* (67) Puun hinta on liian epävaka
- \*\* (70) Puuta ei milloinkaan pitäisi myydä niin, että joutuu uudistamaan keinollisesti
- \*\* (80) Tilan metsät ovat silloin kunnossa, kun järeää puuta on runsaasti
- \* (86) Suomessa puustopääoma on vähentynyt huomattavasti

(Muuttujien jakaumatiedot liitteessä 8)

*Koneelliseen puunkorjukseen, metsänviljelyyn ja myyntien kaupallisiin aspekteihin liittyvät asenteet näyttävät olevan erilaisia*

puunmyyntialttiudeltaan erilaisten metsänomistajien keskuudessa.

Selvästi muita useammin pienen myyntialttiuden ryhmässä katsotaan metsätöiden koneellistamisen heikentävän metsänomistajan asemaa ja metsätyökoneiden aiheuttavan suurta vahinkoa jäljelle jäävälle puustolle.

Pienen myyntialttiuden ryhmässä on muita useammin epätietoisuutta metsien hakuumahdollisuuksista. Muita alttiimpia ollaan myös hyväksymään väite, että metsiä saa hakata nykyisin aivan riittävän vapaasti. Pienen myyntialttiuden ryhmässä ollaan muita taipuvaisempia ajattelemaan, että puuta ei pitäisi koskaan myydä niin, että joutuu uudistamaan metsän keinollisesti. Nimenomaan keskisuuren myyntialttiuden ryhmässä ajatellaan, että tilan metsät ovat silloin kunnossa, kun järeää puuta on runsaasti.

Nimenomaan suuren myyntialttiuden ryhmässä ollaan taipuvaisia pitämään puun hintaa liian epävakaana. Pienen ja suuren myyntialttiuden ryhmät ovat keskimääräisen myyntialttiuden ryhmää taipuvaisempia uskoa, että metsäteollisuus pyrkii syrjäyttämään metsänomistajan metsästään.

Asennemuuttujilla suoritettun erottelu-analyysin mukaan pienen myyntialttiuden ryhmä erottuu suuren myyntialttiuden ryhmästä selvimmän koneelliseen puunkorjukseen ja metsänviljelyyn liittyvien asenteiden suhteen. *Pienen myyntialttiuden ryhmää luonnehtivat kielteiset asenteet koneelliseen puunkorjukseen ja avohakkuisiin sekä muita suurempi epätietoisuus metsän hakuumahdollisuuksista.*

*Keskisuuren myyntialttiuden ryhmää luonnehtivat muita myönteisemmät asenteet koneelliseen puunkorjukseen ja puun hinnan vakavuuteen sekä usko, että tilan metsät ovat kunnossa, kun järeää puuta on runsaasti.* Erotteluanalyysin yksityiskohtaiset tulokset ovat liitteessä 9.

## 73. Yksityismetsänomistajien puunmyyntialttiuteen liittyvät epäviralliset normit

Puunmyyntialttiuteen liittyviä epävirallisia normeja mitattiin tiedustelemalla metsänomistajien mielipiteitä siitä, mikä on heidän ympäristössään vallitseva käsitys



toisaalta metsäänsä säästävistä toisaalta metsäänsä voimakkaasti hakkaavasta ja voimaperäistä metsänviljelyä harjoittavasta metsänomistajasta (kyselylomakkeen kysymykset 193—212, liitteessä 1). Mittari on tyypiltään Osgoodin semanttisen erottelun mittari.

Pienen myyntialttiuden ryhmässä on suhteellisesti eniten sellaisia, joiden mielestä ympäristö ei pidä metsäänsä voimakkaasti hakkaavaa ja voimaperäistä metsänviljelyä harjoittavaa metsänomistajaa esimerkiksi kelpaavana. Samalla pienen myyntialttiuden ryhmässä ollaan muita taipuvaisempia uskomaan, että ympäristö pitää metsäänsä säästävää metsänomistajaa köyhänä. Ympäristön normeja mittaavien muuttujien jakaumatarcastelun sekä erotteluanalyysin yksityiskohtaiset tulokset ovat liitteissä 10 ja 11.

#### 74. Puunmyyntikäyttäytyminen ja tiedonhankinta

Metsätaloutta koskevien tietojen hankintaa mittaavat kysymykset 173—182 (ks. kyselylomake liitteessä 1).

Muuttujakohtaisessa tarkastelussa havaitaan, että puunmyyntialttiudeltaan erilaiset metsänomistajaryhmät poikkeavat toisistaan kolmen tiedonhankintalähteen kohdalla (jakaumat liitteessä 12):

- \*\*\* (141) Keskusteluista mhy:n ja piirimetsälautakuntien neuvojen kanssa
- \* (142) Neuvontajärjestöjen opaskirjoista
- \* (143) Omasta kokemuksesta

Puunmyyntialttiit metsänomistajat ovat saaneet muita enemmän tärkeitä metsätaloutta koskevia tietoja metsänhoitoyhdistysten ja piirimetsälautakuntien neuvoilta ja omasta kokemuksestaan.

Neuvontajärjestöjen opaskirjat ovat keski-suuren myyntialttiuden ryhmälle tärkeämpiä tietolähteitä kuin muille.

Myös erotteluanalyysi (liite 13) osoittaa, että neuvoilta ja omasta kokemuksesta saadun tiedon enemmisyys luonnehtii suuren myyntialttiuden ryhmää ja erottaa sen nimenomaan pienen myyntialttiuden ryhmästä. Keski-suuren myyntialttiuden ryhmän erottaa muista metsätaloudellisilta

kursseilta ja radiosta ja televisiosta saadun tiedon enemmisyys.

Tiedonhankintakanavien yleinen tärkeysjärjestys on esitetty luvussa 751.

#### 75. Yksityismetsänomistajien kommunikaatiokäyttäytyminen

##### 751. Kommunikaatiokäyttäytymisen kuvaus ja tärkeimmät tietolähteet

Kommunikaatiokäyttäytymistä mitataan yhdellätoista metsätaloudellisen tiedon lähteitä kuvaavalla muuttujalla (ks. kyselylomakkeen kysymykset 173—182 (muuttujat 137—147) liitteessä 1).

Kommunikaatiokäyttäytymisen kuvausta varten tulee ensin selvittää, millaisista »kommunikaatio-ominaisuuksista» metsänomistajien tiedonhankinta on seurausta.

Tiedonhankintakanavien käytön taustalla olevat kommunikaatiokäyttäytymisen perusdimensiot selvitetään faktorianalyysillä. Faktorianalyysi paljasti seuraavat kaksi perusdimensiota (faktorianalyysin yksityiskohtaiset tulokset liitteessä 14):

##### METSÄTALOUEDELLISTEN KANAVIEN KÄYTTÖ (I faktori)

- (146) Tiedot metsätaloudellisilta kursseilta
- (142) Tiedot neuvontajärjestöjen opaskirjoista
- (145) Tiedot näyttelyistä, messuilta yms.
- (141) Tiedot mhy:n ja piirimetsälautakuntien neuvoilta

##### YLEISTEN KANAVIEN KÄYTTÖ (II faktori)

- (147) Tiedot radiosta ja televisiosta
- (140) Tiedot sanoma- ja aikakauslehdistä

Metsänomistajien kommunikaatiokäyttäytymistä kuvaamaan laaditaan luokitus, joka perustuu em. kahteen dimensioon. Faktoreista muodostetaan faktoripistemuuttujat, jotka puolitetään keskiarvoistaan. Näin saadut kaksi kaksiluokkaista muuttujaa ristiintaulukoidaan. Näin päästään neliluokkaiseen kommunikaatiokäyttäytymisen kuvaukseen. Kommunikaatiokäyttäytymisen kuvauksen ideaa selvittää oheinen kuva 3.



Kuva 3. Metsänomistajien kommunikaatiokäyt-  
tämisen kuvaus.

*Aktiivisia ja monipuolisia tiedonhankki-  
joita* ovat ne, jotka ovat saaneet keskimää-  
räistä enemmän tietoa kummankintyyppisten  
kanavien kautta.

*Metsätaloudellisten kanavien käyttäjiksi* lue-  
taan ne, jotka ovat saaneet keskimääräistä  
enemmän tietoa metsätaloudellisten kana-  
vien kautta, mutta keskimääräistä vähem-  
män tietoa yleisten kanavien kautta.

*Yleisten kanavien käyttäjiksi* luetaan ne,  
jotka ovat saaneet keskimääräistä enemmän  
tietoa yleisten kanavien kautta, mutta keski-  
määräistä vähemmän tietoa metsätaloudel-  
listen kanavien kautta.

*Passiivisia tiedonhankkijoita* ovat ne, jotka  
ovat saaneet keskimääräistä vähemmän tie-  
toa kummankintyyppisten kanavien kautta.

Metsänomistajien kommunikaatiokäyttä-  
ymisen tarkastelu tullaan jatkossa suoritta-  
maan edelläkuvatun luokituksen puitteissa.

Kolme tärkeintä tiedonhankintakanavaa  
koko metsänomistajajoukossa oli

- |  |        |
|--|--------|
| (143) Omasta kokemuksesta  | (52 %) |
| (141) Keskusteluista mhy:n ja piiri-<br>metsälautakuntien kanssa | (44 %) |
| (140) Sanoma- ja aikakauslehdistä                                | (31 %) |

Tärkeysjärjestys perustuu siihen, kuinka  
suuri osa (%) vastaajista ilmoitti saaneensa  
tärkeitä tietoja ko. kanavan välityksellä.

Puukauppoja koskevissa asioissa koettiin  
seuraavat kolme tietolähdettä selvästi ri-  
uita tärkeämmiksi:

1. (141) Keskusteluista mhy:n ja  
piirimetsälautakuntien neuvojien  
kanssa (35 %)

2. (144) Keskusteluista ostajien metsä-  
ammattimiesten kanssa (25 %)
3. (140) Sanoma- ja aikakauslehdistä (20 %)

Tärkeysjärjestys perustuu siihen, kuinka  
suuri osa (%) vastaajista piti ko. kanavaa  
tärkeimpänä puukauppoja koskevana tieto-  
lähteenä.

## 752. Kommunikaatiokäyttämistään eri- laisten metsänomistajien tunnistaminen

Kommunikaatiokanavien käytön suun-  
nittelua ajatellen on hyödyllistä tietää,  
kuinka eräiden helposti havaittavien tausta-  
ominaisuuksien suhteen erilaiset metsänomi-  
stajat poikkeavat kommunikaatiokanavien  
käytössä. Tässä yhteydessä tarkastellaan  
metsäpinta-alan, koulutuksen, iän, ammatin,  
tuottaja-aktiivisuuden ja yhteistyöaktiivi-  
suuden suhteen toisistaan poikkeavia met-  
sänomistajia. Tarkastelussa kiinnitetään  
huomio sekä yksittäisten kommunikaatio-  
kanavien käyttöön että yleiseen kommuni-  
kaatiokäyttämiseen.

### METSÄPINTA-ALA

Tarkasteltavat metsäpinta-alaluokat ovat, pie-  
net: alle 20 ha, keskisuuret: 20–49 ha, suuret:  
yli 50 ha.

Eri kokoisten metsälöiden omistajat poikkeavat  
merkittävästi toisistaan seuraavien tiedonhankinta-  
kanavien käytössä.

- \*\*\* (141) Mhy:n ja piirimetsälautakuntien neuvojat
- \*\* (143) Oma kokemus
- \*\* (145) Näyttelyt, messut yms.
- \*\*\* (146) Erilaiset metsätaloudelliset kurssit

*Neuvojilta, näyttelyistä ja messuilla* sekä *erilai-  
silla metsätaloudellisilla kursseilla* saadun tiedon  
määrä näyttää lisääntyvän tasaisesti metsälököön  
kasvaessa. Pienten metsälöiden omistajista löytyy  
eniten sellaisia, joilla ei ole *oman kokemuksen*  
mukanaan tuomaa metsätaloudellista tietoa.

### KOULUTUS

Koulutuksen luokitus on suoritettu niin, että  
vähän koulutusta saaneiden luokkaan kuuluvat  
vain kansakoulun käyneet, keskimmäiseen luok-  
kaan kuuluvat ammattikoulun tai muun kansa-

koulupohjaisen ammattitutkinnon suorittaneet. Ylimpään luokkaan kuuluvat loput.

Koulutukseltaan erilaiset metsänomistajat poikkeavat toisistaan seuraavien tiedonhankintakanavien käytössä.

- \* (138) Maatalousneuvojat
- \*\*\* (141) Mhy:n ja piirimetsälautakuntien neuvojat
- \*\*\* (143) Oma kokemus
- \* (144) Ostajien ammattimiehet
- \*\*\* (146) Metsätaloudelliset kurssit
- \*\*\* (147) Radio ja televisio

Vähän kouluja käyneet metsänomistajat katsovat saaneensa muita runsaammin tietoja *maatalousneuvojien, oman kokemuksen sekä radion ja television kautta.*

Koulutuksen lisääntyessä lisääntyy myös *mhy:n ja piirimetsälautakuntien neuvojlta sekä ostajan ammattimiehiltä saadun tiedon määrä.*

Keskimmäiseen koulutusluokkaan kuuluvat ovat saaneet muita enemmän tietoja erilaisista *metsätaloudellisilta kursseilta.*

Yleinen suunta näyttää olevan se, että koulutusta saaneet hankkivat tietonsa *metsätaloudellisista lähteistä.* Vähän koulutusta saaneet turvautuvat *yleisiin lähteisiin.*

Neuvojien merkitys tärkeiden *puukauppoja* koskevien tietojen lähteenä kasvaa selvästi ja voimakkaasti koulutuksen lisääntyessä. Ostajan ammattimiehet puukauppoja koskevien tietojen lähteenä ovat puolestaan vähän koulutusta saaneiden joukossa merkityksellisempiä kuin paljon koulutusta saaneiden joukossa.

## IKÄ

Käytetyt ikäluokat olivat seuraavat: luokka 1 = alle 40 vuotta, luokka 2 = 40–49 vuotta, luokka 3 = 50–59 vuotta ja luokka 4 = yli 60 vuotta.

Eri ikäiset metsänomistajat poikkeavat toisistaan vain seuraavien tiedonhankintakanavien suhteen:

- \*\* (139) Oma isä
- \*\* (143) Oma kokemus
- \*\* (147) Radio ja televisio

Nuorista metsänomistajista löytyy eniten sellaisia, jotka katsovat saaneensa runsaasti metsätaloudellista tietoa omalta isältään. Oman kokemuksen merkitys metsätaloudellisen tiedon tuojana

lisääntyy iän kasvaessa. Nuorimmassa metsänomistajaryhmässä on saatu muita vähemmän tietoa radion ja television välityksellä.

## AMMATTI

Metsänomistajat jaetaan tässä yhteydessä ammatin perusteella ainoastaan kahteen ryhmään: maanviljelijät ja ei-maanviljelijät.

Maatilanomistajat ja metsätilanomistajat poikkeavat toisistaan seuraavien tiedonhankintakanavien suhteen:

- \*\* (137) Naapurit ja tuttavat
- \*\*\* (138) Maatalousneuvojat
- \*\*\* (142) Neuvontajärjestöjen opaskirjat
- \*\*\* (143) Oma kokemus

Maatilanomistajat ovat saaneet metsätilanomistajia enemmän tärkeätä metsätaloudellista tietoa kaikkien yllämainittujen kanavien kautta.

## TUOTTAJA-AKTIIVISUUS

Kyselylomakkeen (liite) kysymys 215 mittaa tuottaja-aktiivisuutta.

Tuottaja-aktiivisuudeltaan erilaiset metsänomistajat poikkeavat tiedonhankinnaltaan merkittävästi toisistaan seuraavien kanavien suhteen:

- \* (138) Maatalousneuvojat
- \*\* (139) Oma isä
- \*\* (140) Sanoma- ja aikakauslehdet
- \*\*\* (141) Mhy:n ja piirimetsälautakuntien neuvojat
- \*\*\* (142) Neuvontajärjestöjen opaskirjat
- \*\*\* (143) Oma kokemus
- \*\*\* (145) Näyttelyt ja messut
- \* (146) Metsätaloudelliset kurssit
- \*\* (147) Radio ja televisio

*Aktiiviset tuottajajärjestöjen kannattajat ovat aktiivisia myös tiedonhankinnassaan.* Metsänomistajat, jotka eivät ole kiinnostuneita tuottajajärjestöistä eivät myöskään näytä olevan kiinnostuneita metsätaloudellisesta tiedosta.

Tuottaja-aktiiviset metsänomistajat kokevat *mhy:n* ja piirimetsälautakuntien neuvojat selvästi tärkeämpänä tietolähteenä *puukaupoissa* kuin passiiviset metsänomistajat. Tuottajajärjestöjen suhteen passiiviset metsänomistajat pitävät muita useammin ostajan metsäammattimiehiä tärkeimpänä tietolähteenä puukaupoissa.

## YHTEISTOIMINTA-AKTIIVISUUS

Yhteistoiminta-aktiivisuutta mittaa kyselylomakkeen (liite 1) kysymys 216.

Yhteistoiminta-aktiivisuudeltaan erilaiset metsänomistajat poikkeavat tiedonhankinnaltaan merkitsevästi toisistaan seuraavien kanavien suhteen:

- \* (141) Mhy:n ja piirimetsälautakuntien neuvot
- \*\*\* (142) Neuvontajärjestöjen opaskirjat
- \* (144) Ostajan metsäammattimiehet
- \*\* (145) Näyttelyt ja messut
- \* (146) Erilaiset metsätaloudelliset kurssit

Metsänomistajien yhteistoiminnan kannatuksen lisääntyminen näyttää merkitsevän lisääntyvää metsätaloudellisen informaation saantia metsätaloudellisten kanavien kautta.

Metsänomistajien taustaominaisuuksien ja kommunikaatiokanavien käytön välisiä suhteita kuvaavat ristiintaulukot ovat säilytettävänä Metsäntutkimuslaitoksen metsäekonomian tutkimusosaston arkistossa.

### 753. Kommunikaatiokäyttäytyminen ja puunmyyntikäyttäytyminen

Kommunikaatiokäyttäytymisen ja puunmyyntikäyttäytymisen välillä vallitsee tilastollisesti merkitsevä, muttei suoraviivainen eikä selväpiirteinen yhteys. Kommunikaatiokäyttäytymistä ja puunmyyntikäyttäytymistä kuvaavien muuttujien ristiintaulukko on liitteessä 15.

*Passiivisten tiedonhankkijoiden* joukosta löytyy yhtä paljon pienen myyntialttiuden ja suuren myyntialttiuden ryhmään kuuluvia.

*Metsätaloudellisten kanavien käyttäjistä* suhteellisesti suurin osa kuuluu suuren myyntialttiuden ryhmään.

*Yleisten kanavien käyttäjiä* on eniten (lievästi) keskisuuren myyntialttiuden ryhmässä.

*Aktiiviset ja monipuoliset tiedonhankkijat* löytyvät todennäköisimmin keskisuuren tai suuren myyntialttiuden ryhmistä.

### 754. Kommunikaatiokäyttäytyminen ja asenteet

Kommunikaatiokäyttäytymiseltään erilaiset metsänomistajaryhmät poikkeavat

merkitsevästi toisistaan seuraavien asenne-muuttujien suhteen.

- (62) Metsätöiden koneellistaminen heikentää metsänomistajan asemaa
  - (63) Metsiä saa nykyisin hakata aivan riittävän vapaasti
  - (64) Metsäteollisuus pyrkii syrjäyttämään metsänomistajan metsästään
  - (70) Puuta ei milloinkaan pitäisi myydä niin, että joutuu uudistamaan keinollisesti
  - (80) Tilan metsät ovat silloin kunnossa, kun järeää puuta on runsaasti.
- (Muuttujien jakaumatiedot liitteessä 16).

Passiiviset tiedonhankkijat näyttävät suhtautuvan metsätöiden koneellistamiseen kielteisimmän. Selvästi myönteisintä on suhtautuminen koneellistamiseen metsätaloudellisten kanavien käyttäjien joukossa.

Metsätaloudellisten kanavien käyttäjät hyväksyvät muita todennäköisemmin väitteen, että metsiä saa nykyisin hakata aivan riittävän vapaasti. Yleisten kanavien käyttäjät puolestaan hylkäävät sen muita todennäköisemmin.

Passiiviset tiedonhankkijat ovat muita halukkaampia uskomaan, että metsäteollisuus pyrkii syrjäyttämään metsänomistajan metsästään. Aktiiviset ja monipuoliset tiedonhankkijat edustavat muita todennäköisemmin juuri vastakkaista mielipidettä.

Keinollisen uudistamisen vastustajat löytyvät todennäköisimmin passiivisten tiedonhankkijoiden tai yleisten kanavien käyttäjien joukosta. Keinollisen uudistuksen kannattajat ovat todennäköisimmin metsätaloudellisten kanavien käyttäjiä tai aktiivisia ja monipuolisia tiedonhankkijoita.

Metsätaloudellisten kanavien käyttäjät ja aktiiviset ja monipuoliset tiedonhankkijat ovat muita taipuvaisempia hylkäämään väitteen, että tilan metsät ovat silloin kunnossa, kun järeää puuta on runsaasti.

Erotteluanalyysi (liite 17) osoitti, että selvän passiivisia tiedonhankkijoita ja metsätaloudellisten kanavien käyttäjiä erotteleva tekijä on metsän hakkuumahdollisuuksia koskeva tieto ja (kielteinen) suhtautuminen metsänviljelyyn. Mainittuja ryhmiä erotteleva dimensio rakentui asenneväittämisestä: »On vaikeaa tietää, onko metsissä myyntikelpoista puuta» ja »Puuta ei milloinkaan pitäisi myydä niin, että joutuu uudistamaan metsän keinollisesti».

**755. Kommunikaatiokäyttäytyminen ja normit**

Ympäristössä vallitsevien normien kokeamisen suhteen yleisten kanavien käyttäjät ja metsätaloudellisten kanavien käyttäjät poikkeavat toisistaan normidimensiolla, jota hallitsee käsitepari säästäväinen—tuhlaavainen. Tällä dimensiolla asettuvat yleisten kanavien käyttäjät ja aktiiviset ja monipuoliset tiedonhankkijat suhteellisen lähelle toisiaan. Passiiviset tiedonhankkijat ja metsätaloudellisten kanavien käyttäjät ovat muita taipuvaisempia uskomaan, että metsänsä voimakkaasti hakkaavaa ja hoitavaa metsänomistajaa pidetään tuhlaavaisena ja ehkä sen vuoksi ei kovin rikkaana (Erotteluanalyysin tulokset liitteessä 18).

Näyttää siltä, että passiiviset tiedonhankkijat ja metsätaloudellisten kanavien käyttäjät kokevat ympäristön normit traditionaalisempina tai heidän normiympäristönsä on traditionaalisempi. Aktiiviset ja monipuoliset tiedonhankkijat sekä yleisten kanavien käyttäjät kokevat puolestaan normiympäristönsä modernimpana ja/tai heidän normiympäristönsä on modernimpi. Tulos tukee yleisiä havaintoja normien ja joukkotiedotuksen suhteista.

Tässä tutkimuksessa metsänomistajan käyttäytymistä säätelevien normien tarkastelu on jäänyt kovin pinnalliseksi. Syvällisempi tarkastelu olisi edellyttänyt mm. alueellisen tarkastelukulman mukaanottoa.

**756. Kommunikaatiokäyttäytyminen ja metsänomistuksen tavoitteet**

Kommunikaatiokäyttäytymiseltään erilaiset metsänomistajaryhmät poikkeavat merkittävästi toisistaan seuraavien metsänomistukselle asetettujen ja yleisempien taloudellisten tavoitteiden suhteen. (Ristiintaulukot ovat liitteessä 19).

\*\*\* (19) työtilaisuuksia omalle työvoimalle ja koneille

- \*\*\* (22) tuloja rakennusten peruskorjaukseen, rakentamiseen tai asunnon oston
- \*\*\* (23) tuloja maatalouskoneiden, kotieläinten tai auton oston
- \*\*\* (24) tuloja lainojen tai korkojen maksamiseen
- \*\* (25) turvaa lapsille tulevaisuudessa
- \*\* (31) tuloja perusparannuksiin
- \*\* (43) viljelysmaan ostot
- \*\*\* (44) sijoitukset maatalouden perusparannuksiin
- \* (45) sijoitukset metsäpaloihin
- \*\*\* (46) sijoitukset metsänparannus- ja hoitotöihin
- \*\*\* (47) sijoitukset maatalouden koneisiin
- \*\* (48) sijoitukset muuhun elinkeinon
- \*\*\* (49) sijoitukset lasten koulutukseen

Yleisesti ottaen yllämainitut tavoitteet ovat tärkeämpiä metsätaloudellisten kanavien käyttäjien sekä aktiivisten ja monipuolisten tiedonhankkijoiden joukossa kuin passiivisten tiedonhankkijoiden ja yleisten kanavien käyttäjien joukossa. Tulot lainojen tai korkojen maksuun, sijoitukset metsäpaloihin ja sijoitukset muuhun elinkeinon muodostavat poikkeuksen. Näiden tavoite-ryhmien kohdalla ainoastaan passiiviset tiedonhankkijat poikkeavat muista niin, että ko. tavoite-ryhmät ovat heille vähemmän tärkeitä kuin muille.

Em. tavoitemuuttajat käyttäytyvät siinä määrin samansuuntaisesti, että erottelu-analyysissä koko muuttujajoukon sisältämän erotteluinformaation kuvaamiseen riittää kolme muuttujaa. Passiiviset tiedonhankkijat erottelee parhaimmin aktiivisista ja monipuolisista tiedonhankkijoista dimensio, jolla painottuvat muuttajat »työtilaisuuksia omalle työvoimalle ja koneille» sekä »sijoitukset metsänparannus- ja hoitotöihin». Nämä tavoiteluokat ovat nimenomaan passiivisille tiedonhankkijoille vähemmän tärkeitä kuin muille. (Erotteluanalyysin yksityiskohtaiset tulokset liitteessä 20).

## 8. TULOSTEN YHTEENVETO JA SOVELTAMINEN

### 81. Yleistä

Luvussa 5 esitettiin, ettei ole olemassa mitään yhtenäistä asenteisiin vaikuttamisen teoriakehystä. Ei ole myöskään olemassa mitään yksiselitteisiä ohjeita siitä, kuinka tulisi menetellä tiettyihin vaikuttamistavoitteisiin pyrittäessä.

Puunmyyntikäyttäytymiseen vaikuttamisen lähtökohtana on metsänomistajien päätöksentekotapahtuman ja siihen vaikuttavien alueellisten ja tilakohtaisten tekijöiden analysointi. Näistä asioista on olemassa jo jonkin verran tutkimustuloksia. Puunmyyntialttiuteen liittyviin asenteisiin vaikuttamisen suunnittelua ohjaavat tietyt käyttäytymistieteelliset periaatteet. Asenteisiin vaikuttamisen suunnittelussa tulevat keskeisimmille esille asennemuodostuksen, asenteiden muutoksen ja kommunikaatiokäyttäytymisen periaatteet.

Metsänomistajien käyttäytymistä koskevan tietämyksen, käyttäytymistieteellisten periaatteiden ja terveen järjen pohjalta tapahtuvan metsänomistajien puunmyyntialttiuteen liittyviin asenteisiin vaikuttamisen suunnittelun tueksi on tässä tutkimuksessa tuotettu informaatiota, joka liittyy asenteisiin vaikuttamisen yleiseen suunnitteluun, vaikuttamisen kanavien valintaan sekä vaikuttamisen viestien valintaan.

### 82. Asenteisiin vaikuttamisen yleinen suunnittelu

Luvussa 432 esiteltiin kaksi asenteisiin vaikuttamisen perusmallia; kaksi peruslähestymistapaa asenteisiin vaikuttamisessa. Vaikuttamisen *psykodynaaminen malli* perustuu ajatukseen, että suostutteleva viesti vaikuttaa suoraan henkilön psykologiseen rakenteeseen. Muutos yksilön psykologisessa rakenteessa saa sitten aikaan vaikuttajan tarkoittamia muutoksia yksilön ulkoisessa käyttäytymisessä. Tässä tutkimuksessa tarkastellaan asenteita ja motiiveja niinä henkilön psykologisen rakenteen piirteinä, joissa muutoksiin pyritään.

*Sosiokulttuurimallin* mukaisessa vaikuttamisessa viestin vastaanottaja johdatellaan uskomaan, että kommunikoidijan tavoitteena oleva käyttäytyminen on sosiaalisesti sanktioitua. Käyttäytymismuutoksiin siis pyritään käyttäen hyväksi ryhmässä ja yhteisössä vallitsevia käyttäytymiseen vaikuttavia normipaineita.

*Vaikuttamisen yleinen suunnittelu, lähestymistavan valinta, edellyttää tietoja toisaalta asenteiden ja puunmyyntikäyttäytymisen toisaalta normien ja puunmyyntikäyttäytymisen välisistä suhteista.*

Tässä tutkimuksessa käytetyn muuttujajoukon faktorianalyysin pohjalta voidaan todeta, että asennoituminen puunmyyntien ilmenee kuutena ulottuvuutena.

- 1) Asennoituminen koneelliseen puunkorjuuseen
- 2) » valtakunnalliseen metsätaseeseen
- 3) » metsänviljelyyn
- 4) » myyntien taloudellisiin aspekteihin
- 5) » myyntien puukaupallisiin aspekteihin
- 6) » metsänhoidollisiin kysymyksiin

Puunmyyntihalukkuuteen ovat selvimmän yhteydessä *koneelliseen puunkorjuuseen, metsänviljelyyn ja myyntien kaupallisiin aspekteihin* liittyvät asenteet. Pienen myyntialttiuden ryhmää luonnehtivat kielteiset asenteet koneelliseen puunkorjuuseen ja avohakkuihin sekä muita suurempi epä-tietoisuus metsän hakkuumahdollisuuksista.

Pienen myyntialttiuden ryhmässä on suhteellisesti eniten sellaisia, joiden mielestä ympäristö ei pidä metsäänsä voimakkaasti hakkaavaa ja voimaperäistä metsänviljelyä harjoittavaa metsänomistajaa esimerkiksi kelpaavana. Samalla pienen myyntialttiuden ryhmässä ollaan muita taipuvaisempia uskomaan, että ympäristö pitää metsäänsä säästävää metsänomistajaa köyhänä.

Ympäristössä vallitsevien normien ja puunmyyntikäyttäytymisen yhteydet näyttävät olevan tämän tutkimuksen aineistossa vä-

häisiä ja vaikeaselkoisia verrattuna asenteiden ja puunmyyntikäyttäytymisen välisiin yhteyksiin.

Tämän tutkimuksen tulosten pohjalta voi vuosittella psykodynaamisen mallin mukaisen lähestymistavan valitsemista päästraregiaksi pyrittäessä vaikuttamaan metsänomistajien puunmyyntihalukkuuteen. *Pyritään siis aikaansaamaan muutoksia metsänomistajien asenteissa koneelliseen puunkorjuuseen, metsänviljelyyn sekä myyntien puukaupallisiin aspekteihin* (erityisesti hintatason vakavuus). Myönteisen asennoitumisen oletetaan sitten näkyvän myös puunmyyntikäyttäytymisessä. Toinen merkittävä puunmyyntikäyttäytymiseen yhteydessä oleva metsänomistajan psykologisen rakenteen piirre on heidän tavoiteasettelunsa (motiivinsa). Asennemuokkauksessa käytetään hyväksi tietoja metsänomistajien tavoiteasettelusta. Asennemuokkaukseen liittyy myös tavoiteasetteluun vaikuttamiuen. *Metsän hakkuumahdollisuuksiin liittyyvää tietoutta pitäisi myös pyrkiä lisäämään.*

### 83. Asenteisiin vaikuttamisen kanavien valinta

Vaikuttamisen kanavien valintaa suoritettaessa tarvitaan tietoa siitä, mitä kanavia käyttäen metsätaloudellista ja puukauppoihin liittyvää informaatiota hankitaan. Samoin tarvitaan tietoa metsänomistajien kommunikaatiokäyttäytymisestä yleensä sekä sen yhteyksistä puunmyyntikäyttäytymiseen ja metsänomistajien taustaan.

Kolme tärkeintä metsätaloudellisen tiedon kanavaa koko metsänomistajajoukossa oli:

- 1) Omasta kokemuksesta (52 %)
- 2) Keskusteluista mhy:n ja piirimetsälautakuntien neuvojien kanssa (44 %)
- 3) Sanoma- ja aikakauslehdistä (31 %)

Puukauppoja koskevissa asioissa koettiin seuraavat kolme kanavaa selvästi tärkeimmiksi:

- 1) Keskusteluista mhy:n ja piirimetsälautakuntien neuvojien kanssa (35 %)
- 2) Keskusteluista ostajien metsäammattimiesten kanssa (25 %)
- 3) Sanoma- ja aikakauslehdistä (20 %)

Kohdejoukon tunnistamista varten tarvitaan tietoa siitä, kuinka kanavien käyttö vaihtelee taustaominaisuuksiltaan erilaisten metsänomistajien keskuudessa. Neuvojilta, näyttelyistä sekä erilaisilta metsätaloudellisilta kursseilta saavat pienten metsälöiden omistajat vähemmän tietoa kuin muut. Pienten metsälöiden omistajista löytyy myös eniten sellaisia, joilla ei ole oman kokemuksen mukanaan tuomaa metsätaloudellista tietoa.

Pienten metsälöiden omistajien tavoittaminen on oleellista, sillä heidän joukostaan löytyy eniten niitä, joiden puunmyyntihalukkuuteen pitäisi vaikuttaa.

*Tärkeistä kanavista sanoma- ja aikakauslehdet sekä ostajien metsäammattimiehet ovat tavoittaneet yhtä lailla pienten kuin suurtenkin metsälöiden omistajat.*

Koulutuksen suhteen yleinen suunta näyttää olevan se, että kouluja käyneet hankkivat metsätaloudellista tietoa muita enemmän metsätaloudellisista lähteistä. Vähän kouluja käyneet katsovat saaneensa muita enemmän tietoja yleisistä lähteistä. Neuvojien merkitys tärkeiden puukauppoja koskevien tietojen lähteenä kasvaa selvästi ja voimakkaasti koulutuksen lisääntyessä. Ostajan ammattimiehet puukauppoja koskevien tietojen lähteenä ovat puolestaan vähän koulutusta saaneiden joukossa merkityksellisempiä kuin paljon koulutusta saaneiden joukossa.

Ikä on merkittävä puunmyyntihalukkuuteen liittyvä tekijä. Iän kasvaessa puunmyyntihalukkuus laskee. Oman kokemuksen merkitys metsätaloudellisen tiedon tuojana lisääntyy iän kasvaessa. Muiden tärkeimpien kanavien kohdalla ei eri-ikäisten metsänomistajien tiedonhankinnassa ole eroja.

Maatilametsänomistajat ovat saaneet metsätaloudenomistajia enemmän tärkeätä metsätaloudellista tietoa naapurien ja tuttavien, maatalousneuvojien, neuvontajärjestöjen opaskirjojen ja oman kokemuksen välityksellä.

Tuottaja-aktiivisuus on merkittävä puunmyyntihalukkuuteen liittyvä tekijä. Mitä aktiivisempi tuottajajärjestöjen kannattaja sitä aktiivisempi myyjä. Aktiiviset tuottajajärjestöjen kannattajat ovat aktiivisia myös tiedonhankinnassaan. Metsänomistajat, jotka eivät ole kiinnostuneita tuottajajärjes-

töistä, eivät myöskään näytä olevan kiinnostuneita metsätaloudellisesta tiedosta.

Tuottaja-aktiiviset metsänomistajat kokevat mhy:n ja piirimetsälautakuntien neuvot selvästi tärkeämpänä tietolähteenä puukaupoissa kuin passiiviset metsänomistajat. Tuottajajärjestöjen suhteen passiiviset metsänomistajat pitävät muita useammin ostajien metsäammattimiehiä tärkeimpänä tietolähteenä puukaupoissa.

Kommunikaatiokäyttättyminen ja puunmyyntikäyttätymisen välisestä suhteesta voidaan esittää seuraavat yleiset luonnehdinnat:

*Passiivisten tiedonhankkijoiden* joukosta löytyy yhtä paljon pienen myyntialttiuden ja suuren myyntialttiuden ryhmään kuuluvia.

*Metsätaloudellisten kanavien käyttäjistä* suhteellisesti suurin osa kuuluu suuren myyntialttiuden ryhmään.

*Yleisten kanavien käyttäjiä* on eniten (lievästi) keskisuuren myyntialttiuden ryhmässä.

*Aktiiviset ja monipuoliset tiedonhankkijat* löytyvät todennäköisimmin keskisuuren tai suuren myyntialttiuden ryhmistä.

Vaikuttamisen kanavien valinnassa törmätään ongelmaan, joka on tuttu kaikilla inhimillisen käyttäytymisen alueilla. Passiiviset ihmiset, joiden käyttäytymiseen tulisi vaikuttaa, ovat passiivisia myös tiedonhankinnassaan. Tietojen lisääminen ja asenteisiin vaikuttaminen on hankalaa vähäisten kanavakontaktien ja mahdollisen torjunnan vuoksi.

Henkilökohtainen kommunikaatio on todettu muita tehokkaammaksi pyrittäessä vaikuttamaan asenteisiin ja tätä kautta käyttäytymiseen. Tämän tutkimuksen tulosten mukaan näyttää siltä, että neuvokontaktia lisäämällä voitaisiin tehokkaimmin vaikuttaa puunmyyntialttiuteen. Toinen henkilökohtainen kanava on ostajan metsäammattimiehet, jotka ovat tavoitaneet metsätaloudellisesti passiivisimmatkin metsänomistajat. Laajempi ja syvällisempi metsätaloudellinen koulutus ja kurssitus merkitsee todennäköisesti lisääntyvää puunmyyntialttiutta mutta lienee vaikea toteuttaa laajassa mitassa.

Joukkotiedotusvälineet suovat mahdollisuuden suuren metsänomistajajoukon tavoittamiseen mutta niiden tehokkuus erityisesti asennemuutoksiin pyrittäessä voi olla kyseenalainen. Joukkotiedotusvälineillä on havaittu olevan nimenomaan olemassa olevia asenteita vahvistava vaikutus.

Henkilökohtainen vaikuttaminen tuottaja- ja yhteistoiminta-aktiivisuuden lisäämiseksi tuo mukanaan metsätaloudellista sitoutumista, mikä vaikuttaa positiivisesti sekä kommunikaatioalttiuteen että myyntialttiuteen. Sekä terve järki, käyttäytymistieteelliset teoriat että tämä tutkimus tukevat mainitunlaista ajatusta.

#### 84. Asenteisiin vaikuttamisen viestien valinta

Vaikuttamisen viestejä suunniteltaessa keskeisiä kysymyksiä ovat metsänomistajien asenteet ja normit, joita pitäisi muuttaa tai synnyttää sekä metsänomistukselle asetetut tavoitteet. Metsänomistajien tiedon tason kohottaminen luonnollisesti edellyttää käsitystä siitä, minkälaisia tietoja puuttuu. Kanavan ja viestin sopeuttaminen edellyttää tietoja em. asioiden ja kommunikaatiokäyttämisen suhteista.

Edellisissä luvuissa on esitetty, että asenteet koneelliseen puunkorjuuseen ja metsänviljelyyn ja tiedot metsän hakkuumahdollisuuksista ovat keskeisimpiä puunmyyntihalukkuutta ajatellen. Myyntihaluttomat metsänomistajat suhtautuvat negatiivisesti koneelliseen puunkorjuuseen ja metsänviljelyyn sekä ovat epätietoisia metsän hakkuumahdollisuuksista. Samat asennealueet näyttävät liittyvän selvästi myös kommunikaatiokäyttämiseen.

Passiiviset tiedonhankkijat (ne, jotka ovat saaneet vähiten tietoa) suhtautuvat *metsätöiden koneellistamiseen* kielteisimmin. Selvästi myönteisintä on suhtautuminen koneellistamiseen metsätaloudellisten kanavien käyttäjien joukossa. Passiiviset tiedonhankkijat ovat muita taipuvaisempia uskomaan, että *metsäteollisuus pyrkii syrjäyttämään metsänomistajan metsästään*. *Keinollisen uudistamisen vastustajat* löytyvät todennäköisimmin passiivisten tiedonhankkijoiden tai yleisten kanavien käyttäjien joukosta. Metsätaloudellisten kanavien käyt-



täjät ja aktiiviset ja monipuoliset tiedonhankkijat ovat muita taipuvaisempia hylkäämään väitteen, että tilan metsät ovat silloin kunnossa, kun *järeää puuta on runsaasti*.

Selvin passiivisia tiedonhankkijoita ja metsätaloudellisten kanavien käyttäjiä erottelava tekijä on *metsän hakkuumahdollisuuksia koskeva tieto ja suhtautuminen metsänviljelyyn*.

Edellä esitetty osoitti selvästi, mistä asioista metsänomistajille tulisi tiedottaa. Samalla se osoitti, että metsätaloudellisen tiedon hankkimisella ja saamisella on selvä yhteys puunmyyntihalukkuuteen liittyviin positiivisiin asenteisiin.

Kuten aikaisemmissa luvuissa on esitetty, käyttäytymiseen voidaan myös pyrkiä vaikuttamaan ympäristön normeihin vaikuttamalla. Tässä suhteessa toi tutkimus esiin muutaman huomionarvoisen näkökohdan. Pienen myyntialttiuden ryhmässä on suhteellisesti eniten sellaisia, joiden mielestä ympäristö ei pidä metsäänsä voimakkaasti hakkaavaa ja voimaperäistä metsänviljelyä harjoittavaa metsänomistajaa esimerkiksi kelpaavana. Näyttää siltä, että passiiviset tiedonhankkijat ja metsätaloudellisten kanavien käyttäjät kokevat ympäristön normit traditionaalisempina tai heidän normiympäristönsä on traditionaalisempi. Aktiiviset ja monipuoliset tiedonhankkijat sekä yleisten kanavien käyttäjät kokevat puolestaan normiympäristönsä modernimpana ja/tai heidän normiympäristönsä on modernimpi.

*Asenteisiin ja käyttäytymiseen on mahdollista vaikuttaa, mikäli asenne- ja käyttäytymismuutoksista on henkilölle jotain hyötyä, mikäli hän kokee ne tarpeellisiksi ja tarkoituksenmukaisiksi.* Metsänomistajien asenteisiin ja käyttäytymiseen vaikuttaminen edellyttää näinollen heidän tavoiteasettelunsa tuntemista.

Aivan yleisenä kommenttina voidaan esittää, että tavoitteiden asettelu metsänomistukselle ja tavoitteiden tärkeyden kokeminen luonnehtivat myyntialttiita metsänomistajia. Samoin yleinen taloudellinen tavoitteenasettelu ja myyntialttius näyttävät kuuluvan yhteen.

Metsän merkitys taloudellisen turvalli-

suuden lisääjänä on tärkeä kaikille metsänomistajille. Säästäminen ja staattinen (passiivinen) taloudenpito näyttävät luonnehtivan pienen myyntialttiuden ryhmää. Suuren myyntialttiuden ryhmässä taloudenpito on dynaamista.

Pienen myyntialttiuden ryhmää luonnehtii se, että metsän tarjoamia tuloja ei tarvita rakentamiseen, asunnon ostoon, maatalouskoneiden eikä auton hankintaan eikä myöskään velkojen maksuun (ilmeisesti sataattisen taloudenpidon vuoksi). Suuren myyntialttiuden ryhmässä mainitut tulot koetaan tärkeinä. Keskisuuren myyntialttiuden ryhmälle on tunnusomaista, että samalla, kun metsä nähdään turvana pahan päivän varalle, sen antamia tuloja rakentamiseen ja asunnon ostoon pidetään tärkeinä. On kysymys jonkinlaisesta dynaamisesta turvallisuudesta.

Edellä muodostunut kuva validoituu ja vahvistuu, kun tarkastellaan metsärahojen käyttöä. Mitä vähäisempi myyntialttius, sitä suurempi osuus metsärahoista käytetään perheen elannon hankkimiseen ja sitä pienempi osuus lainoihin, korkoihin ja maan ostoon. Myyntialttiuden lisääntymisen näkyy metsärahojen käytössä niin, että perheen elantoon menevä osuus pienenee ja lainoihin, korkoihin ja maan ostoon menevä osuus kasvaa.

Yhteenvetona voidaan todeta, että metsän tuoma turvallisuus on tärkeä asia kaikille metsänomistajille, erityisesti myyntihaluttomille ja siihen kannattaa vedota. Pelkkä säästäväisyyden korostaminen vähentää puunmyyntihaluja. Dynaamiseen turvallisuuteen kuuluu aktiivinen taloudenpito, johon puolestaan liittyvät myös puunmyynnit. Sekä metsätaloudellinen että yleinen taloudellinen tavoitteellisuus lisäävät puunmyyntihalukkuutta, kun taas tavoitteettomuus vähentää sitä.

Kommunikaatiokäyttäytymisen ja metsänomistuksen tavoitteiden välisten suhteiden tarkastelu tuo esiin muissakin yhteyksissä havaitun kasautumisilmion. Tavoitteettomat, taloudenpidoltaan passiiviset ja säästämistä korostavat metsänomistajat löytyvät todennäköisimmin passiivisten tiedonhankkijoiden joukosta.

## Summary:

### INFLUENCING PRIVATE FOREST OWNERS' ATTITUDES TOWARDS TIMBER-SALES

#### 1. Background for the study

Intensifying the production of timber has been one of the central aims in Finnish forestry since the beginning of 1960's. One of the most important factors influencing the supply of raw-wood is the cutting behavior of forest owners. Thus, influencing the cutting behavior of forest owners is one of the most important means of increasing the supply of raw-wood.

Many studies have revealed that the level of knowledge concerning forestry and attitudes to forestry are important factors influencing the behavior of forest owners. Very little attention has been paid to the problem how to raise the level of knowledge or how to change the attitudes. The bases for communicating to the private forest owners has been little analyzed.

#### 2. Purpose of the study

The purpose of this study is to produce information needed when planning the influencing of forest owners' cutting behavior. The study deals with the relationships between communication behaviour and cutting behaviour as well as the attitudes and norms connected with them.

#### 3. The framework of the study

In the theoretical part of the study the forest owner as a decision maker and the factors affecting decision making are analyzed. Goals and attitudes of the forest owner and the influencing of those attitudes have a central position in the analysis. As a background to the influencing of attitudes, several theoretical concepts of the nature of attitudes, attitude change and communication are presented.

There is no coherent theoretical framework concerning the influencing of behaviour. The attempts to influence has to be based on certain principles of behavioural science and on common sense. The chances of success are the better the more information on the target group is available. The theoretical examination of influencing private forest owners' attitudes towards timber-sales suggested the following framework. The framework describes the information needed when planning the influencing. At the same time it describes the information produced in this study.

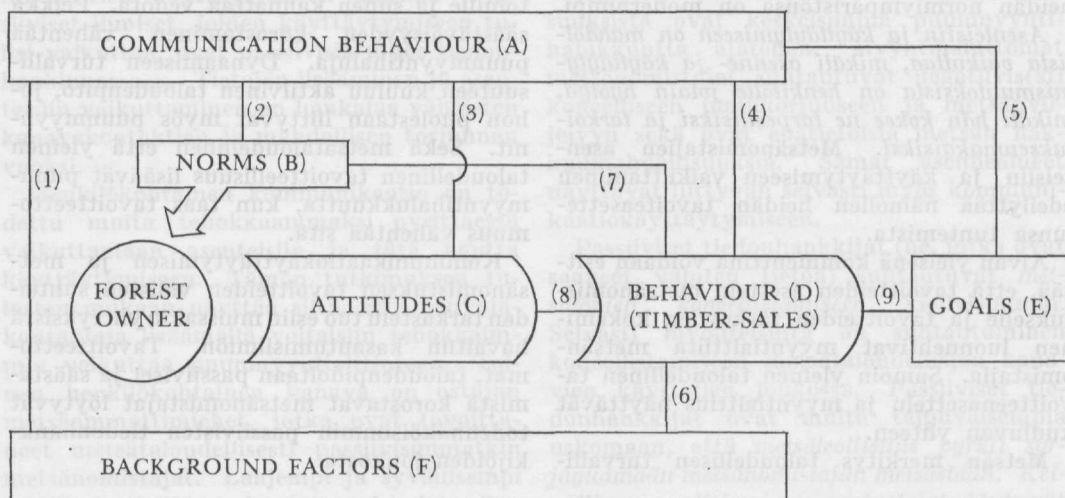


Figure 4. Framework of the factors associated with influencing private forest owners' attitudes towards timber-sales

The information produced in the study can be grouped into three categories: general planning of influencing, choice of the channels of influencing, choice of the messages of influencing.

#### *The general planning of influencing*

- Forest owners' attitudes to timber sales (C) (8)
- Norms regulating the timber sales (B) (7).

#### *The choice of the channels of influencing*

- The communication behaviour of private forest owners (A).
- Recognizing the forest owners with different communication behaviour on the basis of background factors (1).
- Relations between the communication behaviour and the timber-sales behaviour (4).
- Timber-sales behaviour of forest owners with different background factors (6).

#### *The choice of the messages of influencing*

- Relations between norms and the communication behaviour (2).
- Relations between attitudes and the communication behaviour (3).
- Relations between the timber sales behaviour and forest owners' goals (9)
- Relations between the communication behaviour and forest owners' goals (5).

## 4. The empirical material

The empirical analyses of this study has been performed using the data collected by VIRTA (1971). The population studied was composed of the forest owners in Western Finland. A sample of 41 communes was drawn, and from these a sample made of 500 hundred forest holdings. The data analyzed in this study has been collected by interviews. The loss was about five percent of the sample.

## 5. The results

### 51. The general planning of influencing

In the theoretical part of the study two models of influencing were introduced. *The psychodynamic* model of influencing is based on the idea that the message has properties capable of altering the psychological functioning of the individual. Change in the internal psychological structure of the individual will lead to changes in the manifest

overt behaviour as intended by the persuader. When using *the sociocultural* model of influencing, the recipient of the message is led to believe that the behavior suggested by the communicator is socially sanctioned.

On the basis of the results of this study, the choice of the psychodynamic model as the main strategy of influencing the timber sales propensity of forest owners can be recommended. This will mean changes in the forest owners' attitudes to mechanical harvesting methods, to artificial regeneration and to commercial aspects of the timber-sales (especially the stability of the price level). Positive attitudes are then supposed to manifest themselves in timber sales behaviour. Another remarkable feature of the forest owners' psychological structure is their goal setting (motives). Goal setting is significantly related to timber-sales behaviour. Information of forest owners' goal setting is utilized when planning the influencing the attitudes. On the other hand influencing the goal setting is one part of influencing the attitudes. Forest owners' abilities to determine whether there is saleable wood in their forest should also be increased.

### 52. The choice of the channels of influencing

When the channels of influencing are selected, information is needed concerning the channels through which forest owners receive their information about forestry and timber sales. Likewise, the information about forest owners' general communication behaviour and its connections to their timber sales behaviour and to their background characteristics is needed.

According to the results of this study, forest owners' regarded the following three channels as most important when receiving information about timber sales.

- 1) Experts of the forestry associations
- 2) Experts of the firms buying timber
- 3) Newspapers and magazines

When selecting the channels of influencing, there is a problem which is well-known in all the areas of human behaviour. Passive people, who should be influenced, are also passive in receiving information. Transmitting information and influencing attitudes is difficult because of their low exposure to communication channels and their possible resistance.

Personal communication has been recognized to be most effective when making efforts to influence

attitudes and thereby behaviour. According to the results of this study, it appears that the timber-sales propensity could be influenced most effectively by increasing the contacts between forest owners and the exports of the forestry associations. Another effective personal channel is the experts of the firms buying timber. This channel has reached even the most passive forest owners. Broader and deeper training in forestry will probably lead to increasing timber-sales propensity.

Mass communication channels make it possible to reach large audiences, but they are not very effective in changing attitudes. It has been recognized that mass media is effective in reinforcing the existing attitudes.

Personal influence in order to increase the producer- and co-operation-activity of forest owners brings with it involvement in forestry which has a positive effect on both the exposure to communication and timber-sales propensity. Common sense, theories of behavioral sciences and this study support the idea mentioned.

53. The choice of the messages of influencing

When planning the messages of influencing, central issues are the existing attitudes and norms to be changed, attitudes desired by the communicator and forest owners' goals connected with forestry. Disseminating of information naturally presupposes some idea about what kind of information is missing. Adapting the message to the channel presupposes knowledge of the relationships between attitudes, norms and general communication behaviour.

It has been mentioned above, that forest owners with low timber-sales propensity have negative attitudes to mechanical harvesting

methods and artificial regeneration, and their abilities to determine whether there is saleable wood in their forest are poor. The same attitudes seem also to be connected with the communication behaviour. Passive receivers of information (those, who have received least information) seem to have the most negative attitudes to the things mentioned above in connection with timber sales propensity. Active receivers of information (especially those using professional channels) have most positive attitudes, generally speaking. It therefore appears that acquiring and receiving information concerning forestry has a clear connection with the positive attitudes associated with timber-sales propensity.

It is possible to influence the attitudes or the behaviour if use can be made of the results of attitude or behavioural change. Influencing the attitudes and behaviour of forest owners presupposes knowledge concerning their goals.

Security based on the forest is an important thing to all forest owners, especially to those with low timber-sales propensity, and it is worth using as a means of appeal. Mere emphasis on security decreases the timber sales propensity. Dynamic security involves active economy which also involves sales of timber. In general those with a low achievement motivation have low timber sales propensity. Increasing the achievement motivation also means increasing timber-sales propensity.

Studies of the relationship between communication behaviour and forest owners' goals revealed a phenomenon of accumulation, also known in many other connections. Forest owners with low achievement motivation, passive in their economy and emphasizing saving are in all probability very passive in their communication behaviour.

## LÄHDELUETTELO

- BYCKLING, TIMO 1969. Sosiaalinen asema ja tiedotusvälineet. Joukkotiedotus ja yleisö. K. Nordenstreng, editor. Helsinki.
- DAVISON, W. PHILLIPS 1964. On the Effects of Communication. In: People, Society and Mass Communications. Dexter, Lewis, Anthony & White, David, Manning, editors. Glencoe.
- DEFLEUR, MELVIN 1966. Theories of Mass Communication. New York.
- FISHBEIN, MARTIN 1967. Behavior Theory Approach to the Relations between Beliefs about an Object and the Attitude toward the Object. In: Readings in Attitude Theory and Measurement. Fishbein, Martin, Editor. New York—London—Sydney.
- HADENIUS, STIG & WAIBULL, LENNART 1970. Press radio tv. En bok om massmedia i dagens samhälle. Stockholm.
- HAHTOLA, KAUKO 1970. Metsänomistajien päämäärät ja tavoitteet Pohjois-Karjalan ja Uusimaa-Hämeen alueella. Työteho-seuran metsätiedotus 153.
- » — 1973. The Rationale of Decision-Making by Forest Owners. Seloste: Metsänomistajien päätöksenteon perusteet. Acta Forest. Fenn. 130.
- » —, JÄRVELÄINEN, VELI-PEKKA & REUNALA, AARNE 1973. Metsänomistajien puunmyyntikäyttäytyminen. Summary: The Timber-Sales Behaviour of Private Forest Owners. Silva Fenn. 7(3): 173—187.
- HOVLAND, CARL I., JANIS, IRVING L. & KELLEY, HAROLD H. 1953. Communication and Persuasion. New Haven: Yale Univer.
- INSKO, CHESTER A. 1967. Theories of Attitude Change. New York.
- JUSLIN, HEIKKI 1975. Selection of Building Materials for Detached Houses: Marital Roles and Communication Behavior in Decision Making. Seloste: Päätöksenteko ja kommunikaatiokäyttäytyminen omakotitalon rakennusmateriaalien valinnassa. Commun. Inst. For. Fenn. 83.5.
- KATZ, ELIHU 1963. The Diffusion of New Ideas and Practices. In: The Science of Human Communication. W. Schramm, editor. New York.
- KING, CHARLES W. & TIGERT, DOUGLAS I. Attitude research reaches new heights. Marketing Research Techniques. Bibliography Series Number 14.
- MCLEOD, JACK N. & O'KEEFE, GARRET I. 1972. The Socialization Perspective and Communication Behavior. In: Current Perspectives in Mass Communication Research. Kline, G. & Tichenor P., editors. London.
- MCQUAIL, DENIS 1972. Towards a Sociology of Mass Communications. London.
- NORDENSTRENG, KAARLE 1969. Tiedotusvälineiden kulutus, levikki ja käyttömäärät. In: Joukkotiedotus ja yleisö. K. Nordenstreng, editor. Helsinki.
- SECORD, PAUL F. & BACKMAN, CARL W. 1964. Social Psychology. Tokyo.
- SEPPÄLÄ, Risto 1974. Yksityismetsänomistajien hakkuukäyttäytyminen Suomen itäosissa. Summary: Cutting Behaviour of Private Forest Owners in Eastern Finland. Folia Forest. 189.
- WHIO, OSMO A. 1973. Viestinnän perusteet. Tapiola.
- VIRTA, JOUKO 1971. Yksityismetsänomistajien puunmyyntialttius Länsi-Suomessa vuonna 1970. Summary: Timber Sales Propensity of Private Forest Owners in Western Finland. Folia Forest. 114.

## Liite 1. Haastattelulomake

YMT-70

HAASTATTELIJA .....

Haastattelu no .....

PÄIVÄYS ...../..... 1970

1-3. Haastattelu alkoi klo ..... NÄYTE no [ - - - ]

4. Kunta ..... TEOLL. aste [ - ]

5. Haastateltava ..... SUURUUSLUOKKA [ - ]

Postiosoite .....

Esittely: Olen ..... ja kokoon haastatteluja metsäntutkimuslaitoksessa suorittettavaan yksityismetsänomistajia koskevaan tieteelliseen tutkimukseen, jonka tarkoituksena on selvittää metsän asema omistajan taloudessa. Tutkimuksen onnistumisen kannalta on tärkeää saada Teidän oma käsityksenne asioista. Teidät on arvonnalla valittu haastateltavaksi. Antamanne tiedot käsitellään nimettöminä ja niitä käytetään vain tässä tutkimuksessa eikä tietoja anneta ulkopuolisille, joten toivon Teidän suhtautuvan kysymyksiin luottamuksellisesti.

7-13. Te omistatte maatalouslaskennan mukaan:

metsää (I-IV) [ - - - - ] ha

peltoa [ - - - - ] ha

14-15. Ja olette itse hallinneet nykyistä metsälöänne ..... v. [ - - ]

16-17. Miten olette saanut tilan hallintaanne? ..... [ - - ]

(jos useampia saantotapoja merkitään useampia rasteja)

1 perinyt vanhemmilta tai sukulaisilta

2 ostanut vanhemmilta tai sukulaisilta

3 ostanut vapailta markkinoilta

4 asutuslakien mukainen kauppa

5 muu saanto, mikä

Sitten pyytäisin Teitä vastaamaan seuraaviin kysymyksiin:

kyllä	ei osaa	ei	[ - ]
	sanoa		

18. a) Luuletteko metsälön jäävän perheenne hallintaan elinajaksenne

3 2 1

b) Suunnitteletteko metsälön jättämistä jonkun perheen jäsenen hallintaan

6 5 4

c) Arveletteko, että perijät tulevat pitämään metsälön jatkuvasti hallussaan

9 8 7

Metsälön sijainti:

19-20. Miten pitkä matka on omistamaltanne metsälöltä lähimpään normaalisti koko vuoden käytössä olevaan sahaan?

..... km [ - - ]

21-22. Entä lähimpään puumassatehtaaseen?

..... km [ - - ]

23-24. Miten pitkä on kuljetusmatka kaukokuljetusreitillä varteen keskimäärin Teidän metsälönne kohdalla? (Jos useissa palstoissa, eritellään)

..... ha ..... km, ..... ha ..... km, ..... ha ..... km [ - - ]

Millaisina pidätte puutavaran metsäkuljetusolosuhteita kohdallanne? [ - - ]

25. Ovatto ne:

1 erittäin hankalat

2 melko hankalat

3 normaalit

4 melko helpot

5 huomattavan helpot

Entä miten pitkä matka on asunnostanne:

26—27. Lähimmälle metsäpalstalle	..... sataa m	[ — — ]
28—29. Etäisimmälle metsäpalstalle	..... km	[ — — ]
30—31. Lähimpään naapuriin	..... sataa m	[ — — ]
32—33. Lähimpään kirkonkylään	..... km	[ — — ]
34—35. Lähimpään kaupunkiin	..... km	[ — — ]

36—49. Millaisia tavoitteita asetatte metsänomistukselle?

Pidättäkö metsän tarjoamia (KORTTI A)

		ei lainkaan			melko			hyvin		
		t ä r k e ä n ä								
		0	1	2	3	0	1	2	3	
36. Työtilaisuuksia omalle työvoimalle tai koneille ....	0	1	2	3	[---]					
37. Tuloja perheen elatukseen .....	0	1	2	3	[---]					
38. Tuloja verojen maksamiseen .....	0	1	2	3	[---]					
39. Tuloja rakennusten peruskorjauksiin tai rakentamiseen tai asunnon ostamiseen .....	0	1	2	3	[---]					
40. Tuloja maatalouskoneiden ja kotieläinten tai auton hankkimiseen .....	0	1	2	3	[---]					
41. Tuloja lainojen tai korkojen maksamiseen .....	0	1	2	3	[---]					
42. Turvaa lapsille tulevaisuudessa .....	0	1	2	3	[---]					
43. Tuloja matkailuun yms. virkistäytymiseen .....	0	1	2	3	[---]					
44. Tuloja maanostoon ja sisärosuuksien maksamiseen	0	1	2	3	[---]					
45. Tuloja TV:n, huonekalujen tai kodinkoneiden ostoon	0	1	2	3	[---]					
46. Turvaa pahan päivän varalta .....	0	1	2	3	[---]					
47. Tuloja lasten koulutukseen .....	0	1	2	3	[---]					
48. Tuloja perusparannuksiin (kuivatus, salaojitus, sähköistys jne.) .....	0	1	2	3	[---]					
49. Muita tavoitteita, mitä .....	0	1	2	3	[---]					

50—55. Mitä edellä mainituista metsänomistuksen tavoitteista pidätte tärkeimpänä?

50—51. Tärkeimpänä	no	[— —]
52—53. Toiseksi tärkeimpänä	no	[— —]
54—55. Vähiten tärkeänä	no	[— —]

56—60. Sitten pyytäisin arvioimaan seuraavien säästämismuotojen edullisuutta. KORTTI A

Arvioikaa edullisuus juuri omalla kohdallanne.

	ei lainkaan			erittäin					
	edullinen			edullinen					
	0	1	2	3	0	1	2	3	
56. Pankkiin säästäminen .....	0	1	2	3	( — )				
57. Obligatioiden ostaminen .....	0	1	2	3	( — )				
58. Säästäminen kasvavaan puustoon .....	0	1	2	3	( — )				
59. Asunto-osakkeiden ostaminen .....	0	1	2	3	( — )				
60. Säästäminen teollisuusosakkeisiin .....	0	1	2	3	( — )				
61. Miten perustelisitte edullisimman valinnan?									
Perustelu: .....	( — )								
62. Miten perustelisitte epäedullisimman valinnan?									
Perustelu: .....									

63—70. Elävässä elämässä joudumme usein valitsemaan rahan eri käyttömuotojen välillä. Miten houkuttelevalta Teistä tuntuvat seuraavat sijoitusmuodot: KORTTI A.

	ei lainkaan		hyvin		
	houkuttelevalta	houkuttelevalta	houkuttelevalta	houkuttelevalta	
63. Viljelysmaan ostot .....	0	1	2	3	( — )
64. Sijoitukset maatalouden perusparannuksiin .....	0	1	2	3	( — )
65. Metsäpalstojen ostot .....	0	1	2	3	( — )
66. Sijoitukset metsänparannus- ja hoitotöihin .....	0	1	2	3	( — )
67. Sijoitukset maatalouden koneisiin .....	0	1	2	3	( — )
68. Sijoitukset muuhun elinkeinon .....	0	1	2	3	( — )
69. Lasten koulutus .....	0	1	2	3	( — )
70. Säästäminen .....	0	1	2	3	( — )

71—73. Mitä edellä mainituista sijoitusmuodoista pidätte

- 71. houkuttelevimpana no ..... ( — )
- 72. toiseksi » no ..... ( — )
- 73. vähiten houkuttelevana no ..... ( — )
- 74. Miten perustelisitte houkuttelevimmalta tuntuvan vaihtoehdon?  
Perustelu: ..... ( — )
- 75. Miten perustelisitte vähiten houkuttelevan vaihtoehdon valinnan?  
Perustelu: ..... ( — )
- 76. Tuleeko metsään tehtävien sijoitusten (perusparannus- ja hoitotyöt) kannattavuus mielestänne tulevaisuudessa  
1 huononemaan [---]  
2 säilymään ennallaan vai  
3 paranemaan

**KYSYTÄÄN VAIN MAATILAMETSÄNOMISTAJILTA:**

- 77. Te omistatte eräänlaisen kaksoisyriyksen, omistatte sekä peltoa että metsää. Millainen on pellon merkitys mielestänne metsään verrattuna? Onko: [---]  
1 pelto täysin toisarvoinen  
2 pelto jokseenkin toisarvoinen  
3 pelto ja metsä ovat periaatteessa saman arvoisia  
4 metsä on jokseenkin toisarvoinen  
5 metsä on täysin toisarvoinen
- 78. Miten arvelette tulevaisuudessa pellon ja metsän välisen merkityksen *Teidän kohdallanne* muuttuvan? Tuleeko: [---]  
1 pellon merkitys kasvamaan  
2 pellon ja metsän merkitys säilymään ennallaan  
3 metsän merkitys kasvamaan

**KYSYTÄÄN VAIN METSÄTILAN OMISTAJILTA:**

- 77. Millainen asema metsällä on taloudessanne? Onko se: [---]  
1 merkityksetön  
2 pienten lisätulojen antaja  
3 melko merkittävien tulojen antaja  
4 merkittävien tulojen antaja  
5 muuta, mitä .....



78. Miten arvelette metsän merkityksen Teidän kohdallanne tulevaisuudessa muuttuvan?

Tuleeko:

[---]

- 1 metsän merkitys pieneneeseen
- 2 metsän merkitys säilymään ennallaan
- 3 metsän merkitys kasvamaan

Esitän muutamia väittämiä metsätalouden alalta. Pyydän Teitä esittämään niistä mielipiteenne yksinomaan oman käsityksenne mukaisesti. Käyttäkää oheiselle kortille merkittyjä vastausvaihtoehtoja. (KORTTI B)

	aivan samaa mieltä	jokseenkin samaa mieltä	ei osaa sanoa	jokseenkin eri mieltä	aivan eri mieltä	
87. On vaikea tietää, onko metsässä myyntikelpoista puuta	1	2	3	4	5	( - )
88. Raakapuun ostajiin voi nykyisin luottaa	5	4	3	2	1	( - )
89. Metsätöiden koneellistaminen heikentää metsänomistajan asemaa.	1	2	3	4	5	( - )
90. Metsiä saa nykyisin hakata aivan riittävän vapaasti.	5	4	3	2	1	( - )
91. Metsäteollisuus pyrkii syrjäyttämään metsänomistajan metsästään.	1	2	3	4	5	( - )
92. Metsätyökoneet aiheuttavat suurta vahinkoa jäljelle jäävälle puustolle.	1	2	3	4	5	( - )
93. On aivan oikein myydä metsää niin usein kuin mahdollista.	5	4	3	2	1	( - )
94. Puun hinta on liian epävakaa.	1	2	3	4	5	( - )
95. Arvopuuta tulee metsässä säästää.	1	2	3	4	5	( - )
96. Myös pelkkien pinotavaraleimikoiden myynti kuuluu tavanomaiseen metsänkäyttöön.	5	4	3	2	1	( - )
97. Puuta ei milloinkaan pitäisi myydä siten, että joutuu uudistamaan metsän keinollisesti.	1	2	3	4	5	( - )
98. On väärin, että metsänomistajilta pidätetään avohakkauksen yhteydessä rahaa hakkuualan uudistamiseen.	1	2	3	4	5	( - )
99. Metsänviljely epäonnistuu aivan liian usein.	1	2	3	4	5	( - )
100. Metsänomistajat ovat aivan liian vähän kiinnostuneita metsäasioista.	5	4	3	2	1	( - )
101. Metsä on hakkuun jälkeen kovin epämieluisaa katseltavaa.	1	2	3	4	5	( - )
102. Taimikon hoitaminen on työlästä ja kannattamatonta.	1	2	3	4	5	( - )
103. Suomessa metsiä hakataan liian runsaasti.	1	2	3	4	5	( - )
104. Metsänviljely on pitkällä tähtäimellä taloudellisesti erittäin edullista.	5	4	3	2	1	( - )
105. Metsänhoitoyhdistystoiminta ei ole erityisen kannatettavaa.	1	2	3	4	5	( - )
106. Puutavaran myyntituloja käytetään liian vähän metsien hoitoon.	5	4	3	2	1	( - )
107. Tilan metsät ovat silloin kunnossa kun järeää puuta on runsaasti.	1	2	3	4	5	( - )
108. Metsiä pitäisi saada hakata vapaammin kuin mitä nykyisin on mahdollista.	1	2	3	4	5	( - )
109. On vaikeaa saada yhteyttä ostajiin, kun haluaa myydä puuta.	1	2	3	4	5	( - )
110. Metsien hoitoon ja käyttöön liittyviä neuvontatilaisuuksia on liian vähän.	5	4	3	2	1	( - )
111. Neuvojat antavat usein ristiriitaisia tietoja.	1	2	3	4	5	( - )
112. Metsien hoito kannattaa paremmin kuin maanviljelys/ muu elinkeino	5	4	3	2	1	( - )
113. Suomessa puustopääoma on vähentynyt huomattavasti.	1	2	3	4	5	( - )
114. Puun myyminen kuuluu aivan normaaliin metsänhoitoon.	5	4	3	2	1	( - )



141–149. Oletteko joskus kuitenkin tuntenut jääneenne epäoikeudenmukaisesti häviölle puunostajien kanssa toimiessanne

KORTTI A

Oliko kyseessä:	ei lainkaan		törkeä		
141. Kasvavan puuston vahingoittuminen	0	1	2	3	[ - ]
142. Aitojen särkyminen	0	1	2	3	[ - ]
143. Tien vaurioituminen tai varastopaikan vuokra	0	1	2	3	[ - ]
144. Maksujärjestelyt tai rahojen saanti yleensä	0	1	2	3	[ - ]
145. Erimielisyys luovutusmittauksessa	0	1	2	3	[ - ]
146. Erimielisyys laatuluokittelussa	0	1	2	3	[ - ]
147. Erimielisyys myydyistä puista (koskee vain pystykauppoja)	0	1	2	3	[ - ]
148. Ostajan ylimielinen suhtautuminen yleensä	0	1	2	3	[ - ]
149. Muu tilanne, mikä .....	0	1	2	3	[ - ]

150. Onko mielestänne varmempaa käyttää mhy:n tai muuta ammattimiestä leimaajana kuin antaa ostajan ammattimiehen leimata?

1 Kyllä 2 Ei [ - ]

151. Käytättekö luovutusmittauksen yhteydessä yleensä apunanne metsäammattimiestä?

1 Kyllä 2 Ei [ - ]

152. Olisiko mielestänne metsänomistajien edun kannalta varmintaa saattaa puukauppa laajemmin puolueettomien elinten valvontaan?

1 Kyllä 2 Ei [ - ]

153–154. Miten muistatte viime vuosina myymänne puumäärät?

Kuinka paljon olette myynyt viitenä viime hakkuuvuonna.

[ - ]

	HAVUTUKIT	KOIVUTUKIT	HAVUPAP.	LEHTIPAP.	HALOT KOTITARVE
65/66	.....	.....	.....	.....	.....) Tukit Pinopuu
66/67	.....	.....	.....	.....	.....)
67/68	.....	.....	.....	.....	.....)
68/69	.....	.....	.....	.....	.....)
69/70	.....	.....	.....	.....	.....)
Kerroin	0.043	0.034	0.72	0.63	0.5 = km:nä .....

155. Oletteko tähän mennessä tehnyt yleensä

- 1 hankintakaupan vai  
2 pystykaupan

( - )

156. Kummalla kauppamuodolla uskotte olevan itsellenne soveliaamman tulevaisuudessa?

- 1 hankintakaupan vai  
2 pystykaupan

( - )

157. Millaista on mielestänne puun ostajien ostotoiminta?

Onko se:

- 1 erittäin aktiivista  
2 aktiivista  
3 normaalia  
4 laimeahkoa  
5 aivan liian laimeata

( - )

158. Miten arvelette puun hinnan muuttuvan tulevaisuudessa verrattuna yleensä muiden hyödykkeiden hintaan?

Tuleeko se:

- 1 nousemaan  
2 säilymään ennallaan  
3 laskemaan

( - )

159. Entä miten arvelette paikkakuntanne puun kysynnän muuttuvan tulevaisuudessa? ( - )  
Tuleeko se:  
1 vilkastumaan  
2 säilymään ennallaan  
3 laimenemaan
167. Mitä arvelette metsänhoitoyhdistystoiminnasta yleensä? ( - )  
Onko se:  
1 aivan tarpeetonta  
2 melko tarpeetonta  
3 melko hyödyllistä  
4 hyvin hyödyllistä
168. Onko Teille tuottanut vaikeuksia saada haluamaanne aikaan puunkorjuussa tarvittavaa työvoimaa?  
1 Kyllä 2 Ei ( - )
169. Entä onko metsänviljelyssä tarvittavan työvoiman hankinnassa ollut vaikeuksia?  
1 Kyllä 2 Ei ( - )
170. Oletteko saanut haluamaanne ammattiavun puukauppoja koskevista asioista Teitä tyydyttävällä tavalla?  
1 Kyllä 2 Ei ( - )
171. Entä oletteko saanut leimaajan aina silloin kun olette halunneet? (Luonnollisesti koh- tuullisen tilausajan jälkeen)  
1 Kyllä 2 Ei ( - )
172. Oletteko saanut tarvitsemanne metsänviljelymateriaalin ajallaan?  
1 Kyllä 2 Ei
- 173—182. Mistä olette saanut tärkeimmät metsätaloutta koskevat tietonne? Arvioi-kaa jo- kaisen vaihtoehdon tärkeys käyttämällä kortilla B olevaa asteikkoa.
- |   | En ole saanut tärkeitä tietoja |   |   | Olen saanut tärkeitä tietoja |   |  |       |
|---|--------------------------------|---|---|------------------------------|---|--|-------|
| 173. Keskusteluista naapurien ja tuttavien kanssa                   | 2                              | 1 | 0 | 1                            | 2 |  | [---] |
| 174. Keskusteluista maatalousneuvojen kanssa .....                  | 2                              | 1 | 0 | 1                            | 2 |  | [---] |
| Omalta isältä   | 2                              | 1 | 0 | 1                            | 2 |  | [---] |
| 175. Sanoma- ja aikakauslehdistä .....                              | 2                              | 1 | 0 | 1                            | 2 |  | [---] |
| 176. Keskusteluista mhy:n ja piirimetsälautakuntien neuvojen kanssa | 2                              | 1 | 0 | 1                            | 2 |  | [---] |
| 177. Neuvontajärjestöjen opaskirjoista                              | 2                              | 1 | 0 | 1                            | 2 |  | [---] |
| 178. Omasta kokemuksesta  | 2                              | 1 | 0 | 1                            | 2 |  | [---] |
| 179. Keskusteluista ostajien metsäammattimiesten kanssa             | 2                              | 1 | 0 | 1                            | 2 |  | [---] |
| 180. Näyttelyistä, messuilta yms.                                   | 2                              | 1 | 0 | 1                            | 2 |  | [---] |
| 181. Erilaisilta metsätaloudellisilta kurseilta                     | 2                              | 1 | 0 | 1                            | 2 |  | [---] |
| 182. Radiosta ja televisiosta                                       | 2                              | 1 | 0 | 1                            | 2 |  | [---] |
- 183—188. Mikä edellä mainituista tiedonlähteistä kokemuksenne mukaan
- 183—184. on paras ..... (merkitään joku em. numeroista) [---]
- 185—186. entä toiseksi paras ..... » » » [---]
- 187—188. ja mikä on huonoin ..... » » » [---]
- 189—192. Entä mitä tietolähteitä käytätte hyväksenne puukauppoja koskevista asioista?
- 189—190. tärkein ..... [---]
- 191—192. toiseksi tärkein ..... [---]

- 193—202. Millaisena täälläpäin pidetään sellaista metsänomistajaa, joka antaa metsänsä kasvaa eikä näytä sille kirvestä laisinkaan?
- 193 Säästäväinen ---: ---: ---: ---: ---: ---: ---: ---: Tuhlaavainen [ — ]
- 194 Ahkera ---: ---: ---: ---: ---: ---: ---: ---: Laiska [ — ]
- 195 Ajattelee lapsiaan ---: ---: ---: ---: ---: ---: ---: ---: Ei ajattele lapsiaan [ — ]
- 196 Uudenaikainen ---: ---: ---: ---: ---: ---: ---: ---: Vanhanaikainen [ — ]
- 197 Esimerkiksi kelpaava ---: ---: ---: ---: ---: ---: ---: ---: Esimerkiksi kelpaamaton [ — ]
- 198 Taitava ---: ---: ---: ---: ---: ---: ---: ---: Taidoton [ — ]
- 199 Köyhä ---: ---: ---: ---: ---: ---: ---: ---: Rikas [ — ]
- 200 Osaava ---: ---: ---: ---: ---: ---: ---: ---: Vähän osaava [ — ]
- 201 Vastuuntuntonen ---: ---: ---: ---: ---: ---: ---: ---: Vastuuntunnoton [ — ]
- 202 Voimakas ---: ---: ---: ---: ---: ---: ---: ---: Heikko [ — ]
- 203—212. Entä millaisena täälläpäin pidetään metsänomistajaa, joka hoitaa metsänsä hakkaamalla sitä voimakkaasti sekä harjoittamalla voimaperäistä metsänviljelyä?
- 203 Säästäväinen ---: ---: ---: ---: ---: ---: ---: ---: Tuhlaavainen [ — ]
- 204 Ahkera ---: ---: ---: ---: ---: ---: ---: ---: Laiska [ — ]
- 205 Ajattelee lapsiaan ---: ---: ---: ---: ---: ---: ---: ---: Ei ajattele lapsiaan [ — ]
- 206 Uudenaikainen ---: ---: ---: ---: ---: ---: ---: ---: Vanhanaikainen [ — ]
- 207 Esimerkiksi kelpaava ---: ---: ---: ---: ---: ---: ---: ---: Esimerkiksi kelpaamaton [ — ]
- 208 Taitava ---: ---: ---: ---: ---: ---: ---: ---: Taidoton [ — ]
- 209 Köyhä ---: ---: ---: ---: ---: ---: ---: ---: Rikas [ — ]
- 210 Osaava ---: ---: ---: ---: ---: ---: ---: ---: Vähän osaava [ — ]
- 211 Vastuuntuntonen ---: ---: ---: ---: ---: ---: ---: ---: Vastuuntunnoton [ — ]
- 212 Voimakas ---: ---: ---: ---: ---: ---: ---: ---: Heikko [ — ]
- 213 Entä millaisia metsänomistajat sitten ovat täälläpäin?  
Sellaisia jotka hoitavat metsänsä sitä paljon hakkaamatta Sellaisia jotka käyttävät voimakkaasti kirvestä metsässään [ — ]
- 214 Sitten siirrymme teitä itseänne koskeviin kysymyksiin:
- Jos näiden portaiden ylimmällä askelmalla olisi metsänomistaja, joka hakkaa metsänsä erittäin rohkeasti (lähellä metsän rauhottamisen rajaa) ja alimmalla askelmalla metsänomistaja, joka hakkaa metsänsä erittäin vähän, niin mille portaalle sijoittaisitte itsenne? [ — ]
- 215 Entä jos näiden portaiden ylimmällä askelmalla olisi aktiivinen tuottajajärjestön kannattaja ja alimmalla metsänomistaja, joka ei laisinkaan ole kiinnostunut tuottajajärjestöistä, niin mille portaalle sijoittaisitte itsenne? [ — ]
- 216 Jos taas näiden portaiden ylimmällä askelmalla on innokas metsänomistajien yhteistoiminnan kannattaja ja alimmalla suurin vastustaja, niin mille portaalle sijoittaisitte itsenne? [ — ]

- Lopuksi tiedustelen vielä henkilötietojanne:
- 217 Mikä on ikänne? 1 alle 20 vuotta [ - ]  
 2 20—29 »  
 3 30—39 »  
 4 40—49 »  
 5 50—59 »  
 6 60—69 »  
 7 70—79 »  
 8 yli 80 »
- Entä perheenne koko?
- 218 aikuisia ..... kpl [ - ]  
 219 lapsia ..... » [ - ]  
 220 lapsista alle 15 vuotiaita ..... kpl [ - ]  
 221 Mitä kouluja olette käynyt? [ - ]  
 222 Puoliso [ - ]
- 1 kansakoulu 1  
 2 ammattikoulu tai muu kansakoulupohjainen ammattitutkinto 2  
 3 keskikoulu 3  
 4 keskikoulupohjainen ammattitutkinto 4  
 5 ylioppilas 5  
 6 ylioppilaspohjainen ammattitutkinto 6  
 7 akateeminen loppututkinto 7
- 223 Mikä on nykyinen ammattinne? (ellei Teillä tällä hetkellä ole ammattia, merkitään entinen) [ - ]  
 .....
- 224 Miten monta vuotta olette kouluttanut lapsianne? [ - ]  
 (ei oppivelvollisuuskouluja)  
 — ensimmäistä ..... vuotta toista ..... vuotta [ - ]  
 — kolmatta ..... vuotta neljättä ..... vuotta  
 — viidettä ..... vuotta kuudetta ..... vuotta  
 Yhteensä ..... vuotta
- 225 Onko kotitaloudessanne: [ - ] [ - ]  
 pölynimuri [ - ]  
 jääkaappi [ - ]  
 pesukone [ - ]  
 pakastearkku [ - ]  
 astianpesukone [ - ]  
 ei mitään [ - ]
- 226 Entä onko Teillä [ - ]  
 radio [ - ]  
 puhelin [ - ]  
 televisio [ - ]  
 auto [ - ]  
 ei mitään [ - ]
- 227 Onko asunnossanne [ - ] [ - ]  
 sähkö [ - ]  
 vesijohto [ - ]  
 viemäri [ - ]  
 ei mitään [ - ]
- 228 Miten monta tilattua sanomalehteä ja aikakauslehteä tulee perheeseen tällä hetkellä ..... kpl. [ - ]

- 229 → Miten usein tapaatte naapureita tai tuttavampia muutoin kuin puhtaasti työasioissa? (kysymyksessä tarkoitettuun tapaamiseen liittyy keskustelu ko. henkilön kanssa) [ - ]
- 7 useita kertoja päivässä  
6 noin kerran päivässä  
5 lähes joka päivä  
4 ainakin kerran viikossa  
3 joitakin kertoja kuussa  
2 noin kerran kuussa  
1 harvemmin kuin kerran kuussa
- 230 → Milloin viimeksi ..... [ - ]

## KIITOKSET

Haastattelu päättyi klo ..... ja kesti siten ..... tuntia ..... min. Kuljettu matka ..... km

## METSÄNTUTKIMUSLAITOS

Metsäekonomian osasto

Yksityismetsänomistajatutkimus

Näyte no (---)  
(Koodimerkinnot tehdään tutkimuslaitoksessa)

Metsälön sijaitsemiskunta .....

Metsälön omistaja .....

Tarkka postiosoite .....

(osoite, josta omistajan voi tavoittaa)

Paikallistuntemukseni perusteella voin sanoa, että yllämainitun tilan metsät (veroluokat I—V) jakautuvat seuraavasti:

1. Uudistusalat, taimikko- ja riukuvaiheenmetsät ..... (---)  
(rengasta oikea vaihtoehto)
- |              |              |
|--------------|--------------|
| 1. alle 10 % | 6. 30—34.9 % |
| 2. 10—14.9 % | 7. 35—39.9 % |
| 3. 15—19.9 % | 8. 40—44.4 % |
| 4. 20—24.9 % | 9. yli 45 %  |
| 5. 25—29.9 % |              |
11. Uudismetsityksen tuloksena syntynyttä edellä kohdassa 1. tarkoitettua nuorta metsää on tilan kokonaismetsäpinta-alasta (sama perusarvo kuin edellä kohdassa 1.) ..... (---)  
----- %
2. Tilan metsistä on harvennus-, väljennys- tai päätehakkuihin käsiteltävissä olevaa tai harvennus-/väljennyshakkuihin käsiteltäviä metsiä ..... (---)
- |              |              |
|--------------|--------------|
| 1. alle 10 % | 6. 50—59.9 % |
| 2. 10—19.9 % | 7. 60—69.9 % |
| 3. 20—29.9 % | 8. 70—79.9 % |
| 4. 30—39.9 % | 9. 80—89.9 % |
| 5. 40—49.9 % |              |
22. Tilan metsistä on yli-ikäisiä (= kasvupaikan normaalin kiertoajan ylittäneitä) ..... (---)
- |              |              |
|--------------|--------------|
| 1. alle 5 %  | 6. 25—29.9 % |
| 2. 5—9.9 %   | 7. 30—34.9 % |
| 3. 10—14.9 % | 8. 35—39.9 % |
| 4. 15—19.9 % | 9. yli 40 %  |
| 5. 20—24.9 % |              |

3. Tilan metsistä on vajaatuottoisia (hakamaita, lepikoita) (---)

- 1. alle 10 %
- 2. 10-19.9 %
- 3. 20-29.9 %
- 4. 30-39.9 %
- 5. yli 40 %

4. Tähän kysymykseen voit vastata ensivaikutelmasi perusteella - turhia miettimättä. Kokemukseni perusteella pitäisin yllä mainittua metsänomistajaa:

- 1. erittäin halukkaana
  - 2. melko halukkaana
  - 3. melko haluttomana
  - 4. erittäin haluttomana puunmyyjänä (---)
- [ ] en osaa sanoa

METSÄNTUTKIMUSLAITOS  
Metsäekonomian osasto  
Yksityismetsänomistajatutkimus

Näyte no (---)  
(Koodimerkinnot tehdään tutkimuslaitok-  
sessa)

Metsälönsijaitsemiskunta ..... (---)

Metsänomistaja .....

Tarkka postiosoite .....

(osoite, josta omistajan voi tavoittaa)

Tämä tiedustelu koskee vuoden 1968 verotusta

Yllä mainitun tilanomistajan/perikunnan/yhtymän jäsenten

- 0 verotettava kokonaistulo valtionverotuksessa on ..... mk (---)
- ./ metsän laskettu puhdas tuotto ..... mk (---)
- 1. Erotus (lasketaan tutkimuslaitoksessa) ..... mk (---)
- 2. Kokonaisomaisuuden/perusteella maksuunpantu vero  
Kaiken omaisuuden/ ..... mk (---)
- 3. Kokonaistulon perusteella maksuunpantu vero ..... mk (---)
- 4. Vähennyskelpoiset velat ..... mk (---)  
(ei kiinteistösyitenkejä)

Lomakkeen täytti

\_\_\_\_\_ (nimi)

KIITOS



Liite 2. Metsänomistajien puunmyyntialttiuden ja heidän eräiden taust ominaisuuksiensa suhteita kuvaavat ristiintaulukot (%).

A = Myyntialttius

- 1 = pieni
- 2 = keskim.
- 3 = suuri

F = Metsäpinta-ala

A \ F	Hehtaaria		
	1 0-19	2 20-49	3 50-
1	48	31	20
2	35	38	27
3	28	39	33
****	36	37	27

CHI SQUARE = 14.78 D.F. = 4

F = Metsänomistajan kontaktitiheydet

A \ F	Kontaktitiheydet						
	vähän 1	2	3	4	5	6	paljon 7
1	0	4	8	31	21	28	9
2	1	1	6	17	29	29	17
3	1	1	3	23	28	26	18
****	0	2	5	23	26	28	15

CHI SQUARE = 23.05 D.F. = 12

Liite 3. Puunmyyntialttiuden eräiden metsänomistajien eräiden taust ominaisuuksiensa suhteita kuvaavat ristiintaulukot (%).

F = Metsänomistajan ikä

A \ F	Ikävuosia			
	1 -39	2 40-49	3 50-59	4 60-
1	13	26	29	33
2	26	27	29	18
3	28	31	26	14
****	23	28	27	21

CHI SQUARE = 24.67 D.F. = 6

CHI SQUARE = 23.05 D.F. = 12

CHI SQUARE = 12.17 D.F. = 6

F = Tulojen merkittävyyden, kalliuden tai auton osuus

A \ F	Tulojen merkittävyyden tärkeys				
	1 pieni	2	3	4 suuri	Yht
1	47	19	18	16	100
2	26	22	36	16	100
3	26	22	27	25	100
****	32	21	25	19	100

CHI SQUARE = 27.94 D.F. = 6

F = Tulojen merkittävyyden ja arvokkuuden merkitys

A \ F	Tulojen merkittävyyden tärkeys				
	1 pieni	2	3	4 suuri	Yht
1	66	16	22	13	100
2	42	19	26	13	100
3	51	17	21	11	100
****	53	16	20	11	100

CHI SQUARE = 17.92 D.F. = 6

Liite 3. Puunmyyntialttiudeltaan erilaisten metsänomistajaryhmien erottelu taustaominaisuuksien suhteen.

*Erottelun voimakkuus*

WILKS'in lambda = .916

F(6,928) = 6.97 Prob. = 1.00

*Ryhmien tasoerojen suuruus*

Erottelijat	I	II
Ominaisarvot .....	.083	.008
Erott. % .....	91	9
Khi <sup>2</sup> -arvot .....	37.80	3.76
Vapausasteita .....	4	2
Merkitsev. todennäk.	1.00	.85

*Ryhmien keskiarvot ja hajonnat (suluisissa) erottelijalla*

Metsänomistajaryhmän myyntialttius	Erottelija I
Pieni .....	-.43 (1.04)
Keskimääräinen .....	.12 (.99)
Suuri .....	.24 (.98)

*Ryhmien välisten peruserojen laatu*

Muuttuja	Erottelija	
	korrell.	painok.
(5) Metsäpinta-ala	.34	.28
(177) Metsänomistajan ikä	-.81	-.78
(189) Metsänomistajan kontaktih.	.54	-.16

Liite 4. Metsänomistajien puunmyyntialttiuden ja tavoiteasettelun suhteita kuvaavat ristiintaulukot (%)

A = Puunmyyntialttius

- 1 = Pieni  
2 = Keskimääräinen  
3 = Suuri

F = Työtälisuuksia omalle työvoimalle ja koneille

A \ F	Tavoitteiden tärkeys				
	pieni 1	2	3	suuri 4	Yht.
1	34	24	26	16	100
2	21	23	30	26	100
3	28	19	21	33	100
****	28	22	25	25	100

CHI SQUARE = 16.56 D.F. = 6

F = Tuloja rakennusten peruskorjaukseen, rakentamiseen tai asunnon ostoon

A \ F	Tavoitteiden tärkeys				
	pieni 1	2	3	suuri 4	Yht.
1	18	14	31	36	100
2	4	14	35	47	100
3	9	9	37	45	100
****	10	12	35	43	100

CHI SQUARE = 20.58 D.F. = 6

F = Tuloja maatalouskoneiden, kotieläinten tai auton ostoon

A \ F	Tavoitteiden tärkeys				
	pieni 1	2	3	suuri 4	Yht.
1	47	19	18	16	100
2	26	22	36	16	100
3	26	22	27	26	100
****	32	21	28	19	100

CHI SQUARE = 27.24 D.F. = 6

F = Tuloja lainojen tai korkojen maksamiseen

A \ F	Tavoitteiden tärkeys				
	pieni 1	2	3	suuri 4	Yht.
1	44	27	20	9	100
2	27	33	23	17	100
3	27	25	31	17	100
****	32	28	25	25	100

CHI SQUARE = 19.43 D.F. = 6

F = Turvaa lapsille tulevaisuuden

A \ F	Tavoitteiden tärkeys				
	pieni 1	2	3	suuri 4	Yht.
1	28	21	27	24	100
2	15	21	31	33	100
3	15	24	33	28	100
****	10	22	30	29	100

CHI SQUARE = 12.17 D.F. = 6

F = Tuloja maanostoon ja sisarosuuksien maksuun

A \ F	Tavoitteiden tärkeys				
	pieni 1	2	3	suuri 4	Yht.
1	66	10	13	11	100
2	42	19	24	15	100
3	51	17	17	15	100
****	53	16	18	13	100

CHI SQUARE = 17.92 D.F. = 6

*F = Tuloja lasten koulutukseen*

A \ F	Tavoitteiden tärkeys				
	pieni	2	3	suuri	Yht.
	1	2	3	4	Yht.
1	54	23	13	9	100
2	38	26	22	15	100
3	37	26	23	14	100
****	42	25	20	13	100

CHI SQUARE = 12.47 D.F. = 6

*F = Tuloja perusparannukseen*

A \ F	Tavoitteiden tärkeys				
	pieni	2	3	suuri	Yht.
	1	2	3	4	Yht.
1	38	23	24	15	100
2	25	26	28	22	100
3	25	21	35	19	100
****	29	23	29	19	100

CHI SQUARE = 12.38 D.F. = 6

*F = Sijoitukset maatalouden perusparannuksiin*

A \ F	Sijoitusmuodon houkuttelevuus				
	pieni	2	3	suuri	Yht.
	1	2	3	4	Yht.
1	33	22	33	12	100
2	21	19	36	24	100
3	27	19	31	23	100
****	27	20	33	20	100

CHI SQUARE = 11.37 D.F. = 6

*F = Sijoitukset metsäpaloisiin*

A \ F	Sijoitusmuodon houkuttelevuus				
	pieni	2	3	suuri	Yht.
	1	2	3	4	Yht.
1	30	21	31	18	100
2	19	26	31	24	100
3	23	17	27	33	100
****	24	21	30	25	100

CHI SQUARE = 13.45 D.F. = 6

*F = Sijoitukset metsänparannus- ja hoitotöihin*

A \ F	Sijoitusmuodon houkuttelevuus				
	pieni	2	3	suuri	Yht.
	1	2	3	4	Yht.
1	15	25	46	14	100
2	6	17	47	29	100
3	5	15	48	32	100
****	8	19	47	26	100

CHI SQUARE = 25.77 D.F. = 6

*F = Sijoitukset maatalouden koneisiin*

A \ F	Sijoitusmuodon houkuttelevuus				
	pieni	2	3	suuri	Yht.
	1	2	3	4	Yht.
1	44	23	25	8	100
2	29	22	34	15	100
3	28	27	32	13	100
****	33	24	30	12	100

CHI SQUARE = 13.49 D.F. = 6

*F = Sijoitukset muuhun elinkeinoon*

A \ F	Sijoitusmuodon houkuttelevuus				
	pieni	2	3	suuri	Yht.
	1	2	3	4	Yht.
1	72	18	8	3	100
2	54	26	15	6	100
3	51	21	18	11	100
****	58	22	14	7	100

CHI SQUARE = 21.36 D.F. = 6

*F = Sijoitukset lasten koulutukseen*

A \ F	Sijoitusmuodon houkuttelevuus				
	pieni	2	3	suuri	Yht.
	1	2	3	4	Yht.
1	33	13	30	24	100
2	22	12	28	38	100
3	18	9	40	32	100
****	24	11	33	32	100

CHI SQUARE = 17.49 D.F. = 6

Liite 5. Puunmyyntialtiudeltaan erilaisten metsänomistajaryhmien erottelu tavoiteasettelun suhteen.

*Erottelun voimakkuus*

Wilks'in lambda = .981

F(8,926) = 4.198 Prob. = 1.00

*Ryhmien tasoerojen suuruus*

Erottelijat	I	II
Ominaisarvot .....	.058	.015
Erott. % .....	80	20
Khi <sup>2</sup> -arvot .....	26.41	6.76
Vapausasteita .....	5	3
Merkitsev. todenn. .	1.00	.92

*Ryhmien keskiarvot ja hajonnat (suluissa) erottelijoilla*

Metsänomistajaryhmän myyntialttius	Erottelija I	Erottelija II
Pieni .....	.36 ( 1.06)	-.04 (1.07)
Keskimääräinen .....	-.10 (.97)	.16 (.87)
Suuri .....	-.21 (.98)	-.12 (1.05)

*Ryhmien välisten peruserojen laatu*

Muuttuja	Erottelija I		Erottelija II	
	korell.	painok.	korell.	painok.
22 Tulot rakennusten perusk. ....	-.67	-.36	.55	.61
23 Tulot maatalouskoneiden yms. ost. ....	-.80	-.54	-.06	-.42
24 Tulot lainojen ja korkojen maks. ....	-.76	-.48	-.03	-.25
25 Turvaa pahan päivän varalle.....	-.14	.20	.77	.82

<sup>1)</sup> Kyölylomake liitteessä 1.



Liite 7. Asennemuuttujien faktorianalyysi. Kuuden faktorin varimax-ratkaisu<sup>1)</sup>

Kysymys	Muuttuja	1	2	3	4	5	6	****
87	60	.029	.104	.383	.043	-.072	-.010	.165
88	61	-.020	-.105	.003	-.175	-.329	.055	.153
89	62	.554	.049	.113	-.040	.199	.089	.371
90	63	-.004	-.075	-.189	-.112	-.171	.032	.084
91	64	.226	.020	.015	.032	.334	.035	.166
92	65	.552	.141	.065	.048	-.005	.103	.342
93	66	.037	-.235	-.044	-.055	-.137	.180	.113
94	67	-.054	.048	.183	-.051	.337	.089	.163
95	68	.062	.122	.204	-.200	.214	-.181	.179
96	69	.097	-.136	-.045	-.365	.020	.072	.169
97	70	.148	-.007	.455	.095	.006	.123	.253
98	71	.038	-.193	.478	.043	.118	.035	.284
99	72	.018	.066	.275	.188	.268	.187	.223
100	73	-.056	.117	.102	-.060	.109	.404	.206
101	74	.035	.232	.311	-.009	.108	.155	.188
102	75	-.081	-.037	.306	.107	-.118	.129	.143
103	76	.111	.700	-.024	.080	.049	.106	.523
104	77	.078	.013	-.040	-.440	-.155	.119	.240
105	78	.307	-.097	.199	.133	.168	.305	.282
106	79	.001	.264	.065	-.176	-.076	.319	.212
107	80	.049	.062	.479	-.101	-.072	-.069	.256
108	81	.062	-.254	.427	.119	.204	.066	.311
109	82	-.011	.096	.131	.178	.116	.041	.073
110	83	.149	.037	-.033	-.078	-.005	.281	.110
111	84	.170	-.044	.216	.165	.192	.430	.326
112	85	-.051	.033	.162	-.328	.005	-.059	.141
113	86	.148	.657	.084	.015	.028	.145	.483
114	87	.033	-.193	-.086	-.379	-.074	.193	.232
115	88	.574	.055	.055	.130	.116	.004	.366
116	89	.145	-.096	-.174	.006	.513	.029	.325
117	90	.157	-.093	.065	.243	.252	.067	.165
118	91	.206	-.010	-.053	.099	.239	-.032	.113
119	92	.252	-.063	.152	-.046	.100	-.285	.184
120	93	.263	.085	.286	.008	-.061	-.173	.192
121	94	.113	.048	.181	.313	.024	.056	.149
122	95	.262	-.120	.141	.408	-.111	.033	.283
123	96	.225	-.212	.132	.318	.013	-.117	.228
124	97	.245	-.082	.086	.449	.004	.048	.278
125	98	.120	.053	.337	.106	.082	-.038	.150
126	99	.017	.033	.009	-.060	.473	.027	.230
	****	1.669	1.477	1.891	1.550	1.415	1.054	9.057

<sup>1)</sup> Kyselylomake liitteessä 1.

Liite 8. Metsänomistajien puunmyyntialttiuden ja puunmyynteihin liittyvien asenteiden suhteita kuvaavat ristiintaulukot (%).

A = Puunmyyntialttius

- 1 = Pieni  
2 = Keskimääräinen  
3 = Suuri

F = On vaikea tietää onko metsässä myyntihelpoista puuta

A \ F		Mielipiteen voimakkuus					Yht.
		samaa mieltä 1	2	3	4	eri mieltä 5	
1		5	9	8	19	59	100
2		4	6	3	31	56	100
3		3	4	2	20	70	100
****		4	6	4	23	62	100

CHI SQUARE = 19.30 D.F. = 8

F = Metsätöiden koneellistaminen heikentää metsänomistajien asemaa

A \ F		Mielipiteen voimakkuus					Yht.
		samaa mieltä 1	2	3	4	eri mieltä 5	
2		19	33	17	19	11	100
3		14	19	13	30	23	100
****		16	22	12	31	19	100
****		16	24	14	27	18	100

CHI SQUARE = 21.19 D.F. = 8

F = Metsiä saa nykyään hakata aivan riittävän vapaasti

A \ F		Mielipiteen voimakkuus					Yht.
		samaa mieltä 1	2	3	4	eri mieltä 5	
1		30	28	8	18	16	100
2		35	22	4	20	19	100
3		33	15	4	22	27	100
****		33	21	5	20	21	100

CHI SQUARE = 14.84 D.F. = 8



*F = Metsäteollisuus pyrkii syrjäyttämään metsänomistajan metsästään*

F \ A		Mielenpiteen voimakkuus					Yht.
		samaa mieltä 1	2	3	4	eri mieltä 5	
1		12	19	29	22	17	100
2		8	20	21	22	29	100
3		13	24	17	29	16	100
****		11	21	22	25	21	100

CHI SQUARE = 18.58 D.F. = 8

*F = Metsätyökoneet aiheuttavat suurta vahinkoa jäljelle jäävälle puustolle*

F \ A		Mielenpiteen voimakkuus					Yht.
		samaa mieltä 1	2	3	4	eri mieltä 5	
1		43	39	8	6	4	100
2		35	35	10	14	7	100
3		31	45	5	12	8	100
****		36	40	7	11	6	100

CHI SQUARE = 13.84 D.F. = 8

*F = Puun hinta on liian epävakaa*

F \ A		Mielenpiteen voimakkuus					Yht.
		samaa mieltä 1	2	3	4	eri mieltä 5	
1		31	32	14	18	5	100
2		27	37	6	22	8	100
3		45	29	8	16	2	100
****		35	33	9	18	5	100

CHI SQUARE = 25.42 D.F. = 8

*F = Puuta ei milloinkaan pitäisi myydä niin, että joutuu uudistamaan keinollisesti*

F \ A		Mielipiteen voimakkuus					Yht.
		samaa mieltä 1	2	3	4	eri mieltä 5	
1		26	21	4	26	23	100
2		20	17	4	25	34	100
3		19	9	6	27	40	100
***		21	15	5	26	33	100

CHI SQUARE = 18.20 D.F. = 8

*F = Tilan metsät ovat silloin kunnossa, kun järeää puuta on runsaasti*

F \ A		Mielipiteen voimakkuus					Yht.
		samaa mieltä 1	2	3	4	eri mieltä 5	
1		11	16	8	43	21	100
2		23	17	8	28	24	100
3		15	14	10	31	30	100
****		16	16	9	34	25	100

CHI SQUARE = 16.15 D.F. = 8

*F = Suomessa puustopääoma on vähentynyt huomattavasti*

F \ A		Mielipiteen voimakkuus					Yht.
		samaa mieltä 1	2	3	4	eri mieltä 5	
1		26	34	30	9	2	100
2		24	39	26	9	2	100
3		29	27	23	16	15	100
****		26	33	26	11	11	100

CHI SQUARE = 14.21 D.F. = 8

1		30	28	6	13	16	100
2		25	22	4	20	19	100
3		33	15	4	22	27	100
****		33	21	5	20	21	100

CHI SQUARE = 14.84 D.F. = 8

Liite 9. Puunmyyntialttiudeltaan erilaisten metsänomistajaryhmien erottelu puunmyynteihin liittyvien aseiden suhteen.

Erottelun voimakkuus

WILKS'in lambda = .89

F(10,924) = 5.40 Prob. = 1.00

Ryhmien tasoerojen suuruus

Erottelijat	I	II
Ominaisarvot .....	.07	.04
Erott. % .....	62	38
Khi <sup>2</sup> -arvot .....	32.60	20.00
Vapausasteita .....	6	4
Merkitsev. todenn.	1.00	1.00

Ryhmien keskiarvot ja hajonnat (suluissa) erottelijoilla

Metsänomistajaryhmien myyntialttius	Erottelija I	Erottelija II
Pieni .....	.38 (.92)	.12 (.99)
Keskimääräinen .....	-.03 (1.03)	-.30 (1.05)
Suuri .....	-.28 (1.03)	.17 (.96)

Ryhmien välisten peruserojen laatu

Muuttuja	Erottelija I		Erottelija II	
	korrell.	painok.	korrell.	painok.
(60) On vaikea tietää onko metsässä myyntikelpoista puuta .....	-.45	-.41	.17	.15
(62) Metsätöiden koneellistaminen heikentää metsänomistajan asemaa .....	-.57	-.54	-.53	-.46
(67) Puun hinta on liian epävakaa .....	.38	.47	-.65	-.64
(70) Puuta ei pitäisi myydä niin, että joutuu uudistamaan keinollisesti .....	-.63	-.55	.05	-.05
(80) Tilan metsät ovat kunnossa, kun järeää puuta on runsaasti .....	.03	.23	.57	.60

A	Erottelija I		Erottelija II	
	korrell.	painok.	korrell.	painok.
1	3	3	3	3
2	3	2	3	2
3	1	2	3	2
4	4	2	3	2

Liite 10. Metsänomistajien puunmyyntialttiuden ja puunmyyntejä säätelevien normien suhteita kuvaava ristiintaulukko (%)

$A = \text{Puunmyyntialttius}$

- 1 = Pieni  
2 = Keskimääräinen  
3 = Suuri

$F = \text{Metsäänsä hakkaava metsänomistaja on:}$

A \ F	Normidimensio							
	Esimerkiksi kelpaava						Esimerkiksi kelpaamaton	Yht.
	1	2	3	4	5	6	7	
1	27	31	12	15	6	7	1	100
2	37	37	13	5	2	5	2	100
3	33	33	22	5	3	2	2	100
****	32	34	16	8	4	4	2	100

CHI SQUARE = 28.98 D.F. = 12

Liite 11. Puunmyyntialttiudeltaan erilaisten metsänomistajaryhmien erottelu puunmyyntejä säätelevien normien suhteen

*Erottelun voimakkuus*

WILKS'in lambda = .966

$F(4,930) = 4.012$  Prob. 1.00

Erottelijat	I	II
Ominaisarvot .....	.035	.00
Erott. % .....	99	1
Khi <sup>2</sup> -arvot .....	15.84	.12
Vapausasteita .....	8	1
Merkitsev. todenn.	1.00	.27

*Ryhmien välisten peruserojen laatu*

Muuttuja	Erotteliija I	
	korrell.	painok.
(159) Metsäänsä säästävä metsänomistaja on: köyhä — rikas	-.63	-.61
(167) Metsäänsä hakkaava metsänomistaja on: esimerkiksi kelpaava — esimerkiksi kelpaamaton	.80	.79

*Ryhmien keskiarvot ja hajonnat (suluissa) erottelijoilla*

Metsänomistajaryhmän myyntialttius	Erotteliija I
Pieni .....	.28 (1.05)
Keskimääräinen .....	-.16 (.99)
Suuri .....	-.08 (.97)

Liite 12. Metsänomistajien puunmyyntialttiuden ja tiedonhankintakanavien käytön suhteita kuvaavat ristiintaulukot (%).

*A = Puunmyyntialtisuus*

- 1 = Pieni  
2 = Keskimääräinen  
3 = Suuri

*F = Keskusteluista mhy:n ja piirimetsälautakuntien neuvojen kanssa*

A \ F	Saadun tiedon määrä					
	Ei ollenk. 1	2	3	4	Paljon 5	Yht.
1	17	9	10	33	31	100
2	17	6	9	23	45	100
3	8	3	5	30	53	100
****	14	6	8	28	44	100

CHI SQUARE = 25.11 D.F. = 8

*F = Neuvontajärjestöjen opaskirjoista*

A \ F	Saadun tiedon määrä					
	Ei ollenk. 1	2	3	4	Paljon 5	Yht.
1	49	6	15	20	11	100
2	32	10	12	33	13	100
3	37	6	16	28	13	100
****	39	7	14	27	12	100

CHU SQUARE = 14.99 D.F. = 8

*F = Omasta kokemuksesta*

A \ F	Saadun tiedon määrä					
	Ei ollenk. 1	2	3	4	Paljon 5	Yht.
1	9	3	8	30	50	100
2	3	2	10	35	51	100
3	1	2	6	38	53	100
****	4	2	8	35	52	100

CHI SQUARE = 14.74 D.F. = 8

Liite 13. Puunmyyntialttiudeltaan erilaisten metsänomistajaryhmien erottelu tiedonhankintakanavien käytön suhteen.

*Erottelun voimakkuus*

WILKS'in lambda = .926

F(8,926) = 4.477 Prob. 1.00

*Ryhmien tasoerojen suuruus*

Erottelijat	I	II
Ominaisarvot .....	.059	.019
Erott. % .....	75	25
Khi <sup>2</sup> -arvot .....	26.50	8.83
Vapausasteita .....	5	3
Merkitsev. todenn.	1.00	.97

*Ryhmien keskiarvot ja hajonnat (suluissa) erottelijoilla*

Metsänomistajaryhmän myyntialttius	Erottelija I	Erottelija II
Pieni .....	.27 (1.08)	-.14 (1.06)
Keskimmääräinen .....	.09 (1.06)	.19 (.95)
Suuri .....	-.30 (.87)	-.06 (.99)

*Ryhmien välisten peruserojen laatu*

Muuttuja	Erottelija I		Erottelija II	
	korell.	painok.	korell.	painok.
(141) Mhy:n ja pml:n neuvojat .....	-.86	-.84	.05	-.25
(143) Oma kokemus .....	-.47	-.46	.33	.23
(146) Metsätaloudelliset kurssit .....	-.24	.00	.83	.86
(147) Radio ja televisio .....	.22	.37	.51	.43

Liite 14. Kommunikaatiokäyttäjymisen kuvaus faktorianalysilla. Kahden faktorin varimax-ratkaisu<sup>1)</sup>.

Kysymys	Muuttuja	1	2	***
173	137	.222	.176	.080
174	138	.437	.199	.231
175	139	.254	.060	.068
176	140	.156	.596	.379
177	141	.495	.116	.259
178	142	.609	.193	.408
179	143	.076	.249	.068
180	144	.396	.133	.174
181	145	.557	.252	.373
182	146	.614	-.019	.377
183	147	.090	.630	.406
	****	1.802	1.021	2.823

<sup>1)</sup> Kyselylomake liitteessä 1.

Liite 15. Kommunikaatiokäyttäjymisen ja puunmyyntikäyttäjymisen suhdetta kuvaava ristiintaulukko (%).

A = Kommunikaatiokäyttäjyminen (212)

4 = Passiiviset tiedonhankijat

5 = Metsätaloudellisten kanavien käyttäjät

6 = Yleisten kanavien käytöt

7 = Aktiiviset ja monipuoliset tiedonhankijat

F = Puunmyyntialttius

A \ F	Puunmyyntialttius			
	pieni 1	2	suuri 3	Yht.
4	39	22	39	100
5	22	33	44	100
6	32	36	31	100
7	27	37	36	100
****	30	33	37	100

CHI SQUARE = 12.25 D.F. = 6

Liite 16. Kommunikaatiokäyttäjien ja asenteiden välisiä suhteita kuvaavat ristiintaulukot (%)

*A = Kommunikaatiokäyttäjien (212)*

4 = Passiiviset tiedonhankkijat

5 = Metsätaloudellisten kanavien käyttäjät

6 = Yleisten kanavien käyttäjät

7 = Aktiiviset ja monipuoliset tiedonhankkijat

*F = Metsätöiden koneellistaminen heikentää metsänomistajan asemaa*

A \ F	Mielipiteen voimakkuus					
	samaa mieltä 1	2	3	4	eri mieltä 5	Yht.
4	17	29	22	16	16	100
5	14	15	14	37	21	100
6	18	24	16	25	17	100
7	16	27	8	31	18	100
****	16	24	14	27	18	100

CHI SQUARE = 22.82 D.F. = 12

*F = Metsiä saa nykyään hakata aivan riittävän vapaasti*

A \ F	Mielipiteen voimakkuus					
	samaa mieltä 1	2	3	4	eri mieltä 5	Yht.
4	28	22	11	19	19	100
5	49	15	5	16	15	100
6	30	20	3	22	25	100
7	30	24	3	21	21	100
****	33	20	5	20	20	100

CHI SQUARE = 23.10 D.F. = 12

*F = Metsäteollisuus pyrkii syrjäyttämään metsänomistajan metsästään*

A \ F	Mielipiteen voimakkuus					
	samaa mieltä 1	2	3	4	eri mieltä 5	Yht.
4	11	15	29	28	17	100
5	17	22	10	32	19	100
6	8	23	29	19	21	100
7	11	22	17	24	25	100
****	11	21	22	25	21	100

CHI SQUARE = 25.65 D.F. = 12

*F = Puuta ei milloinkaan pitäisi myydä niin, että joutuu uudistamaan keinollisesti*

F \ A		Mielenpiteen voimakkuus					Yht.
		samaa mieltä 1	2	3	4	eri mieltä 5	
4		25	24	3	22	25	100
5		19	10	9	19	44	100
6		24	17	6	26	27	100
7		17	11	2	33	37	100
****		21	15	5	26	33	100

CHI SQUARE = 30.15 D.F. = 12

*F = Tilan metsät ovat silloin kunnossa, kun järeää puuta on runsaasti*

F \ A		Mielenpiteen voimakkuus					Yht.
		samaa mieltä 1	2	3	4	eri mieltä 5	
4		18	16	12	38	17	100
5		7	16	11	41	25	100
6		18	17	10	33	22	100
7		18	14	5	29	34	100
****		16	16	9	34	25	100

CHI SQUARE = 20.06 D.F. = 12

F \ A		Mielenpiteen voimakkuus					Yht.
		samaa mieltä 1	2	3	4	eri mieltä 5	
4		17	28	20	12	20	100
5		19	32	10	21	18	100
6		21	19	20	23	17	100
7		23	24	17	17	19	100
****		21	23	21	21	14	100

CHI SQUARE = 23.8 D.F. = 12



Liite 17. Kommunikaatiokäyttätymiseltään erilaisten metsänomistajien erottelu asennemuuttujien suhteen.

*Erottelun voimakkuus*

Wilks'in lambda = .951  
F(6,928) = 3.88 Prob. = .999

*Ryhmien tasoerojen suuruus*

Erottelijat	I	II
Ominaisarvot .....	.08	.01
Erott. % .....	89	11
Khi <sup>2</sup> -arvot .....	20.56	2.55
Vapausasteita .....	4	2
Merkitsev. todenn.	1.00	.72

*Ryhmien keskiarvot ja hajonnat (suluissa) erottelijoilla*

Kommunikaatiokäyttätyminen	Erottelija I
Passiiviset tiedonhankkijat	-.26 (1.08)
Metsätaloudellisten kanavien käyttäjät	.31 (.76)
Yleisten kanavien käyttäjät	-.15 (1.09)
Aktiiviset ja monipuoliset tiedonhankkijat	.15 (.96)

*Ryhmien välisten peruserojen laatu*

Muuttuja	Erottelija I	
	korell.	painok.
(60) On vaikea tietää onko metsässä myyntikelpoista puuta	.77	.65
(70) Puuta ei milloinkaan pitäisi myydä niin, että joutuu uudist. keinollisesti	.78	.66

Liite 18. Kommunikaatiokäyttätymiseltään erilaisten metsänomistajien erottelu normimuuttujien suhteen

*Erottelun voimakkuus*

Wilks'in lambda = .93  
F(12,1222) = 2.84 Prob. = .999

*Ryhmien tasoerojen suuruus*

Erottelijan	I	II
Ominaisarvot .....	.37	.30
Erott. % .....	50	41
Khi <sup>2</sup> -arvot .....	16.72	13.69
Vapausasteita .....	6	4
Merkitsev. todenn.	.990	.992

*Ryhmien keskiarvot ja hajonnat (suluissa) erottelijoilla*

Kommunikaatiokäyttätymistä kuvaava luokitus	Erottelija I	Erottelija II
Passiiviset tiedonhankkijat	.18 (.96)	-.30 (1.01)
Metsätaloudellisten kanavien käyttäjät	.31 (1.08)	.23 (1.04)
Yleisten kanavien käyttäjät	-.12 (.95)	.08 (1.01)
Aktiiviset ja monipuoliset tiedonhankkijat	.17 (1.02)	-.02 (.96)

## Ryhmien välisten peruserojen laatu

Muuttuja (Metsäänsä hakkaava metsänomistaja on)	Erottelija I		Erottelija II	
	korell.	painok.	korell.	painok.
(163) Säästäväinen — tuhlaavainen	.95	.87	-.05	-.01
(166) Uudenaikainen — vanhanaikainen	.20	-.13	-.64	-.89
(169) Köyhä — Rikas	-.52	-.28	.28	.50
(172) Voimakas — Heikko	.52	.12	.34	.86

Liite 19. Kommunikaatiokäyttäjien ja metsänomistukselle asetettujen sekä yleisempien taloudellisten tavoitteiden suhteita kuvaavat risiintaulukot (%).

A = Kommunikaatiokäyttäjien (212)

4 = Passiiviset tiedonhankkijat

5 = Metsätaloudellisten kanavien käyttäjät

6 = Yleisten kanavien käyttäjät

7 = Aktiiviset ja monipuoliset tiedonhankkijat

F = Työtillaisuuksia omalle työvoimalle ja koneille

A \ F	Tavoitteiden tärkeys				
	pieni	2	3	suuri	Yht.
	1	2	3	4	
4	46	19	19	16	100
5	20	27	33	20	100
6	32	23	23	23	100
7	15	20	28	37	100
****	28	22	25	25	100

CHI SQUARE = 42.99 D.F. = 9

F = Tuloja rakennusten peruskorj., rakentamiseen tai asunnon ostoon

A \ F	Tavoitteiden tärkeys				
	pieni	2	3	suuri	Yht.
	1	2	3	4	
4	19	12	39	31	100
5	5	11	44	40	100
6	9	13	33	45	100
7	9	13	28	50	100
****	10	12	35	43	100

CHI SQUARE = 20.56 D.F. = 9

F = Tuloja maatalouskoneiden, kotieläinten tai auton ostoon

A \ F	Tavoitteiden tärkeys			
	pieni	2	3	suuri
	1	2	3	4
4	47	17	22	14
5	26	27	28	19
6	33	24	27	16
7	25	17	31	27
****	32	21	28	19

CHI SQUARE = 22.02 D.F. = 9

F = Tuloja lainojen tai korkojen maksamiseen

A \ F	Tavoitteiden tärkeys			
	pieni	2	3	suuri
	1	2	3	4
4	42	31	18	9
5	22	43	26	9
6	36	23	25	15
7	27	24	29	21
****	32	28	25	15

CHI SQUARE = 27.11 D.F. = 9

*F = Sijoitukset maatalouden perusparannuksiin**F = Turvaa lapsille tulevaisuudessa*

A \ F	Tavoitteiden tärkeys			
	pieni 1	2	3	suuri 4
4	32	22	21	25
5	11	23	38	27
6	17	25	29	29
7	18	17	34	31
*****	19	22	30	29

CHI SQUARE = 19.28 D.F. = 9

A \ F	Sijoitusmuodon houkuttelevuus			
	pieni 1	2	3	suuri 4
4	38	20	26	16
5	16	16	48	20
6	30	26	28	16
7	22	16	35	27
*****	27	20	33	20

CHI SQUARE = 28.67 D.F. = 9

*F = Tuloja perusparannuksiin*

A \ F	Tavoitteiden tärkeys			
	pieni 1	2	3	suuri 4
4	37	21	31	12
5	15	28	38	19
6	34	23	27	16
7	27	21	27	26
*****	29	23	29	19

CHI SQUARE = 21.05 D.F. = 9

*F = Sijoitukset metsäpalstoihin*

A \ F	Sijoitusmuodon houkuttelevuus			
	pieni 1	2	3	suuri 4
4	36	22	24	18
5	14	23	37	26
6	24	20	29	27
7	22	20	30	29
*****	24	21	30	25

CHI SQUARE = 15.23 D.F. = 9

*F = Viljelysmaan ostot*

A \ F	Sijoitusmuodon houkuttelevuus			
	pieni 1	2	3	suuri 4
4	60	15	12	14
5	40	22	25	14
6	60	12	14	15
7	42	16	24	18
*****	51	15	18	16

CHI SQUARE = 21.28 D.F. = 9

*F = Sijoitukset metsänparannus- ja hoitotöihin*

A \ F	Sijoitusmuodon houkuttelevuus			
	pieni 1	2	3	suuri 4
4	17	34	40	9
5	2	14	58	26
6	10	18	49	22
7	5	12	44	39
*****	8	19	47	26

CHI SQUARE = 54.55 D.F. = 9

F = Sijoitukset maatalouden koneisiin

		Sijoitusmuodon houkuttelevuus			
		pieni 1	2	3	suuri 4
4		45	18	24	13
5		22	32	40	6
6		42	20	27	12
7		22	29	33	16
****		33	24	30	12

CHI SQUARE = 29.81 D.F. = 9

F = Sijoitukset lasten koulutukseen

		Sijoitusmuodon houkuttelevuus			
		pieni 1	2	3	suuri 4
4		35	9	29	26
5		14	14	36	37
6		32	6	33	29
7		14	16	34	35
****		24	11	33	32

CHI SQUARE = 27.84 D.F. = 9

F = Sijoitukset muuhun elinkeinoon

		Sijoitusmuodon houkuttelevuus			
		pieni 1	2	4	suuri 5
4		69	12	8	11
5		52	25	16	7
6		53	27	16	4
7		60	21	14	6
****		58	22	14	7

CHI SQUARE = 16.98 D.F. = 9

Liite 20. Kommunikaatiokäyttäjyysasteen erilaisten metsänomistajien erottelu tavoitemuuttujien suhteen.

Erottelun voimakkuus

WILKS'in lambda = .886

F(9,1126) = 9.500 Prob. = 1.00

Ryhmiä tasoerojen suuruus

Erottelijat	I	II
Ominaisarvot .....	.16	.026
Erott. % .....	85	13
Khi <sup>2</sup> -arvot .....	10.05	11.76
Vapausasteita .....	5	3
Merkitsev. todenn.	1.00	.992

Ryhmiä keskiarvot ja hajonnat (suluissa) erottelijoilla

Kommunikaatiokäyttäjyysasteen kuvaava luokitus	Erottelija I	Erottelija II
Passiiviset tiedonhankkijat	-.66 (1.06)	.026 (.99)
Metsätaloudellisten kanavien käyttäjät	.24 (.89)	.33 (1.01)
Yleisten kanavien käyttäjät	-.14 (1.00)	-.092 (1.02)
Aktiiviset ja monipuoliset tiedonhankkijat	.43 (1.02)	-.11 (.98)

*Ryhmien välisten peruserojen laatu*

Muuttuja	Erottelija I		Erottelija II	
	korell.	painok.	korell.	painok.
(19) Työtilaisuuksia omalle työvoimalle ja koneille .....	.69	.56	-.32	-.25
(36) Pankkiin säästämisen edullisuus .....	-.14	-.21	-.97	-.95
(46) Sijoitukset metsänparannus- ja hoitotöihin .....	.84	.73	-.02	.05



JUSLIN, HEIKKI

O.D.C. 721.1: 923.4

1977. Influencing private forest owners' attitudes towards timber sales.  
ACTA FORESTALIA FENNICA 157. 67 p. Helsinki.

The purpose of the study is to produce that information which is needed when planning the influencing the timber sales propensity of private forest owners. The study deals with the relations between communication behavior and cutting behavior as well as the attitudes and norms connected with them. On the basis of the results of this study the choice of psychodynamic model can be recommended as a main strategy of influencing the timber sales propensity of forest owners. The paper gives the information basis for the choice of channels and messages of influencing.

Author's address: The Finnish Forest Research Institute, Kornetintie 8, SF-00380 Helsinki 38, Finland.

JUSLIN, HEIKKI

O.D.C. 721.1: 923.4

1977. Influencing private forest owners' attitudes towards timber sales.  
ACTA FORESTALIA FENNICA 157. 67 p. Helsinki.

The purpose of the study is to produce that information which is needed when planning the influencing the timber sales propensity of private forest owners. The study deals with the relations between communication behavior and cutting behavior as well as the attitudes and norms connected with them. On the basis of the results of this study the choice of psychodynamic model can be recommended as a main strategy of influencing the timber sales propensity of forest owners. The paper gives the information basis for the choice of channels and messages of influencing.

Author's address: The Finnish Forest Research Institute, Kornetintie 8, SF-00380 Helsinki 38, Finland.

JUSLIN, HEIKKI

O.D.C. 721.1: 923.4

1977. Influencing private forest owners' attitudes towards timber sales.  
ACTA FORESTALIA FENNICA 157. 67 p. Helsinki.

The purpose of the study is to produce that information which is needed when planning the influencing the timber sales propensity of private forest owners. The study deals with the relations between communication behavior and cutting behavior as well as the attitudes and norms connected with them. On the basis of the results of this study the choice of psychodynamic model can be recommended as a main strategy of influencing the timber sales propensity of forest owners. The paper gives the information basis for the choice of channels and messages of influencing.

Author's address: The Finnish Forest Research Institute, Kornetintie 8, SF-00380 Helsinki 38, Finland.

JUSLIN, HEIKKI

O.D.C. 721.1: 923.4

1977. Influencing private forest owners' attitudes towards timber sales.  
ACTA FORESTALIA FENNICA 157. 67 p. Helsinki.

The purpose of the study is to produce that information which is needed when planning the influencing the timber sales propensity of private forest owners. The study deals with the relations between communication behavior and cutting behavior as well as the attitudes and norms connected with them. On the basis of the results of this study the choice of psychodynamic model can be recommended as a main strategy of influencing the timber sales propensity of forest owners. The paper gives the information basis for the choice of channels and messages of influencing.

Author's address: The Finnish Forest Research Institute, Kornetintie 8, SF-00380 Helsinki 38, Finland.





# ACTA FORESTALIA FENNICA

## EDELLISIÄ NITEITÄ — PREVIOUS VOLUMES

- VOL. 144, 1975. YRJÖ ILVESSALO ja MIKKO ILVESSALO.  
Suomen metsätyypit metsiköiden luontaisen kehitys- ja puuntuotto-  
kyvyn valossa. Summary: The Forest Types of Finland in the Light  
of Natural Development and Yield Capacity of Forest Stands.
- VOL. 145, 1975. PEKKA KILKKI ja MARKKU SIITONEN.  
Metsikön puuston simulointimenetelmä ja simuloituun aineistoon pe-  
rustuvien puustotunnusmallien laskenta. Summary: Simulation of  
Artificial Stands and Derivation of Growing Stock Models from This  
Material.
- VOL. 146, 1975. SEPPO KELLOMÄKI.  
Forest Stand Preferences of Recreationists. Seloste: Ulkoilijoiden  
metsikköarvostukset.
- VOL. 147, 1975. SEPPO KELLOMÄKI and VARPU-LEENA SAASTAMOINEN.  
Trampling Tolerance of Forest Vegetation. Seloste: Metsäkasvilli-  
suuden kulutuskestävyys.
- VOL. 148, 1975. PENTTI ALHO  
Metsien tuoton alueellisista eroista Suomessa. Summary: Regional  
Differences in Forest Returns within Finland.
- VOL. 149, 1975. TAUNO KALLIO.  
Peniophora Gigantea (Fr.) Masee and Wounded Spruce (*Picea abies*  
(L) Karst.) Part II. Seloste: Peniophora gigantea ja kuusen vauriot  
osa II.
- VOL. 150, 1976. LEO HEIKURAINEN ja JUKKA LAINE.  
Lannoituksen, kuivatuksen ja lämpöolojen vaikutus istutus- ja luon-  
nontaimistojen kehitykseen rämeillä. Summary: Effect of fertilizat-  
ions, drainage, and temperature conditions on the development of  
planted and natural seedlings on pine swamps.
- VOL. 151, 1976. JORMA AHVENAINEN.  
Suomen paperiteollisuuden kilpailukyky 1920- ja 1930-luvulla. Sum-  
mary: The competitive position of the Finnish paper industry in the  
inter-war years.
- VOL. 152, 1976. YRJÖ KANGAS.  
Die Messung der Bestandesbonität. Seloste: Metsikön boniteetin mit-  
taaminen.
- VOL. 153, 1976. YRJÖ ROITTO.  
The economic transport unit size in roundwood towing on Lake Iso-  
Saimaa (in Eastern Finland). Résumé: Le volume Economique du  
remorquage de bois ronds sur le lac Iso-Saimaa, en Finlande orientale.  
Tiivistelmä: Taloudellinen kuljetusyksikkö Ison-Saimaan nippulautta-  
hinauksessa.
- VOL. 154, 1977. NIILLO SÖYRINKI, RISTO SALMELA ja JORMA SUVANTO.  
Oulangan kansallispuiston metsä- ja suokasvillisuus. Summary: The  
forest and mire vegetation of the Oulanka national park, Northern  
Finland.
- VOL. 155, 1977. EERO KUBIN.  
The effect of clear cutting upon the nutrient status of a spruce forest  
in Northern Finland (64° 28' N). Seloste: Paljaaksihakkuun vaikutus  
kuusimetsän ravinnetilaan Pohjois-Suomessa (64° 28' N).
- VOL. 156, 1977. JUKKA SARVAS.  
Mathematical model for the physiological clock and growth. Seloste:  
Fysiologisen kellon ja kasvun matemaattinen malli.

KANNATTAJAJÄSENET — UNDERSTÖDANDE MEDLEMMAR

CENTRALSKOGSNÄMNDEN SKOGSKULTUR  
SUOMEN METSÄTEOLLISUUDEN KESKUSLIITTO  
OSUUSKUNTA METSÄLIITTO  
KESKUSOSUUSLIIKE HANKKIJA  
SUNILA OSAKEYHTIÖ  
OY WILH. SCHAUMAN AB  
OY KAUkas AB  
KEMIRA OY  
G. A. SERLACHIUS OY  
KYMIN OSAKEYHTIÖ  
KESKUSMETSÄLAUTAKUNTA TAPIO  
KOIVUKESKUS  
A. AHLSTRÖM OSAKEYHTIÖ  
TEOLLISUUDEN PUUYHDISTYS  
OY TAMPELLA AB  
JOUTSENO-PULP OSAKEYHTIÖ  
KAJAANI OY  
KEMI OY  
MAATALOUSTUOTTAJAIN KESKUSLIITTO  
VAKUUTUSOSAKEYHTIÖ POHJOLA  
VEITSILUOTO OSAKEYHTIÖ  
OSUUSPANKKIEN KESKUSPANKKI OY  
SUOMEN SAHANOMISTAJAYHDISTYS  
OY HACKMAN AB  
YHTYNEET PAPERITEHTAAT OSAKEYHTIÖ  
RAUMA-REPOLA OY  
OY NOKIA AB, PUUNJALOSTUS  
JAAKKO PÖYRY & CO  
KANSALLIS-OSAKEYHTIÖ  
OSUUSPUU  
THOMESTO OY