

Maaseutubarometri 2014

Tutkimusraportti

Pauliina Aho & Juho Rahkonen

17.1.2014

taloustutkimus oy

HYVÄ TIETÄÄ.

06%
kotitalouksista ostaa säännöllisesti luomupossua.

täysi-ikäisistä on nähnyt lottomainontaa viimeisen 6 kk:n aikana.

28%
kotitalouksista on ostanut reilun kaupan ananaksia.

14%
suomalaisista lukee näköisverkko-lehtiä.

04%
suomalaisista on erittäin tyytyväisiä seksielämänsä.

73%
suomalaisista EU-jäsenyyden puolesta.

04%
yrityksistä harkitsee parhaillaan pankin vaihtamista.

33%
matkustanut laivalla Ruotsiin viimeisen vuoden aikana.

19%
suomalaisista ei tiedä kuka on Stephen Elop.

12%
kotitalouksista ei käytä lainkaan luomutuotteita.

14%
suomalaisista lukee näköisverkko-lehtiä.

20%
suomalaisista kannattaa Suomen liittymistä Natoon.

04%
yrityksistä harkitsee parhaillaan pankin vaihtamista.

Maaseutubarometrin taustaa

21%
uutistoimittajista käyttää sosiaalista mediaa tiedonhankinnassa.

06%
kotitalouksista ostaa säännöllisesti luomupossua.

12%
kotitalouksista ei käytä lainkaan luomutuotteita.

14%
suomalaisista lukee näköisverkko-lehtiä.

38%
suomalaisista katsoo netti-tv:tä.

33%
pitää tuotteiden kotiin toimitusta verkkokaupan tärkeimpänä ominaisuutena.

19%
suomalaisista ei tiedä kuka on Stephen Elop.

48%
ympäristöasioista viestiminen ole uskottavaa.

04%
yrityksistä aikoo vuosittain.

12%
kotitalouksista ostaa säännöllisesti luomupossua.

75%
naisista uskoo ryppyvoiteiden tehoon.

28%
suomalaisista on kokenut vuoden aikana matkapuhelimen kuuluvuus-

20%

Maaseutubarometri

- Maaseutubarometrin tarkoituksena on selvittää suomalaisten, yrityspäätäjien, julkisen sektorin päättäjien, median sekä maaseutuasiantuntijoiden maaseutukäsitystä. Tavoitteena on myös löytää maaseudun uusia ilmiöitä ja mahdollisuuksia.
- Maaseutubarometri on jatkoa Sitran vuosina 2009 ja 2011 toteuttamille Maamerkit-barometreille.
- Barometrin kysymyksiä ja kysymysmuotoiluja on muutettu vuosittain. Vertailua aiempiin barometreihin on otettu mukaan niissä kysymyksissä ja aihealueissa, missä vertailu on mahdollista.
- Barometriin on sisällytetty mm. seuraavia teemoja
 - Hyvän elämän elementit
 - Mielikuvat maaseudusta
 - Oma maaseutusuhde
 - Elinkeinot ja yrittäminen, yrittäjäyys
 - Maaseudun kehittäminen
 - Maaseudun tulevaisuus, merkitys nyt ja tulevaisuudessa
- Taloustutkimus on toteuttanut Maaseutubarometrin työ- ja elinkeinoministeriön toimeksiannosta.

20%

suomalaisista kannattaa Suomen

80%
naisista on värjänyt hiuksensa viimeisen viiden vuoden aikana.

73%

suomalaisista käyttää internetiä päivittäin tai

parhaimminkin pankin vaihtamista.

38%

33%

pitää tuotteiden kotiin toimitusta verkkokaupan

17%
suomalaisista ei tiedä kuka on Stephen Elop.

21%

48%

suomalaisista vastustaa ydin-

04%

yrityksistä aikoo vuosittain hankkia

10%
kotitalouksista ostaa säännöllisesti luomupossua.

Tiedonkeruu

- Internet-kysely, yrityspäätäjät ja media (osin) rekrytoitu puhelimitse
- Ajankohta 17.9.-10.10.2013 (uusintakutsu 25.9.)
- Vastaajaryhmät

Vastaajamäärät

- **Kansalaiset** (15-79-vuotiaat suomalaiset) **1636**
- **Yrityspäätäjät** (toimitusjohtajat, kehitysjohtajat, talousjohtajat ja muut vastaavassa johtavassa asemassa olevat; teollisuus, rakentaminen, kauppa, palvelut) **213**
- **Päätäjät** (kansanedustajat, kaupungin/kunnanjohtajat, kaupungin/kunnanvaltuuston puheenjohtajat, maakuntajohtajat) **156**
- **Asiantuntijat** (Alue- ja rakennepolitiikan neuvottelukunta ARNE, ELY:t (päälliköt, yritysasioista vastaavat, maaseutuasioista vastaavat, ohjelmavastaavat, yritysasiantuntijat), kyläasiamiehet, maakunnan liittojen aluekehitysjohtajat ja maaseutuvastaavat, maaseudun kehittämissyksikkö, Maaseutupolitiikan yhteistyöryhmä YTR, maaseutuprofessorit, maaseutuverkostoyksikkö, SEKES, toimintaryhmät, YTR-sihteeristö, YTR-teemaryhmät) **269**
- **Media** (Päätoimittajat, uutispäälliköt, aluetoimittajat, toimituspäälliköt, politiikan toimittajat, toimittajat; lehdet, tv, radio) **67**



Taustaa suomalaisen maaseudun ymmärtämiselle

- Suomi on koko maailman mitassa harvaan asuttu maa. Meiltä kuitenkin puuttuvat vuoristojen ja autiomaiden kaltaiset asumiskelvottomat alueet, joten asutus on levittäytynyt eri puolille maata eikä se ole kovin keskittynyttä.
- Harva mutta suhteellisen tasainen asutus on syynä siihen, että Suomen (ja jossain määrin myös Ruotsin) maaseutu on perusolemukseltaan hyvin erilainen kuin Etelä- ja Keski-Euroopan maiden. Suomen maaseutu on voittopuolisesti metsätalousaluetta, jota täplittävät yksittäiset ja yleensä pienet asutuskeskittymät.
- Suomen maaseutu on monimuotoinen ja mosaiikkimainen.
- Maaseutu voidaan jakaa erityyppisiin alueisiin: Ydinmaaseutu, harvaan asuttu maaseutu ja kaupunkien läheinen maaseutu.



06%

kotitalouksista ostaa säännöllisesti luomupossua.

täysi-ikäisistä on nähnyt lottomainontaa viimeisen 6 kk:n aikana.

75%

kotitalouksista on ostanut reilun kaupan ananaksia.

28%

14%

suomalaisista lukee näköisverkko-lehtiä.

suomalaisista on erittäin tyytyväisiä seksielämäänsä.

96%

EU-jäsenyyden puolesta.

73%

suomalaisista

yrityksistä harkitsee parhaillaan pankin vaihtamista.

04%

matkustanut laivalla Ruotsiin viimeisen vuoden aikana.

33%

viinien käyttäjiä on alle 25-vuotiaita.

19%

suomalaisista ei tiedä kuka on Stephen Elop.

21%

uutistoimittajista käyttää sosiaalista mediaa tiedonhankinnassa.

06%

kotitalouksista ostaa säännöllisesti luomupossua.

12%

kotitalouksista ei käytä lainkaan luomutuotteita.

14%

suomalaisista lukee näköisverkko-lehtiä.

20%

12%

kotitalouksista ei käytä lainkaan luomutuotteita.

14%

suomalaisista lukee näköisverkko-lehtiä.

20%

suomalaisista kannattaa Suomen liittymistä Natoon.

04%

yrityksistä harkitsee parhaillaan pankin vaihtamista.

Mielikuvat maaseudusta

38%

suomalaisista katsoo netti-tv:tä

33%

pitää tuotteiden kotiin toimitusta verkkokaupan tärkeimpänä ominaisuutena

19%

suomalaisista ei tiedä kuka on Stephen Elop.

ympäristöasioista viestiminen ole uskottavaa.

48%

kotituokaa.

04%

yrityksistä aikoo vuosittain

kotitalouksista ostaa säännöllisesti luomupossua.

12%

75%

naisista uskoo ryppyvoiteiden tehoon

28%

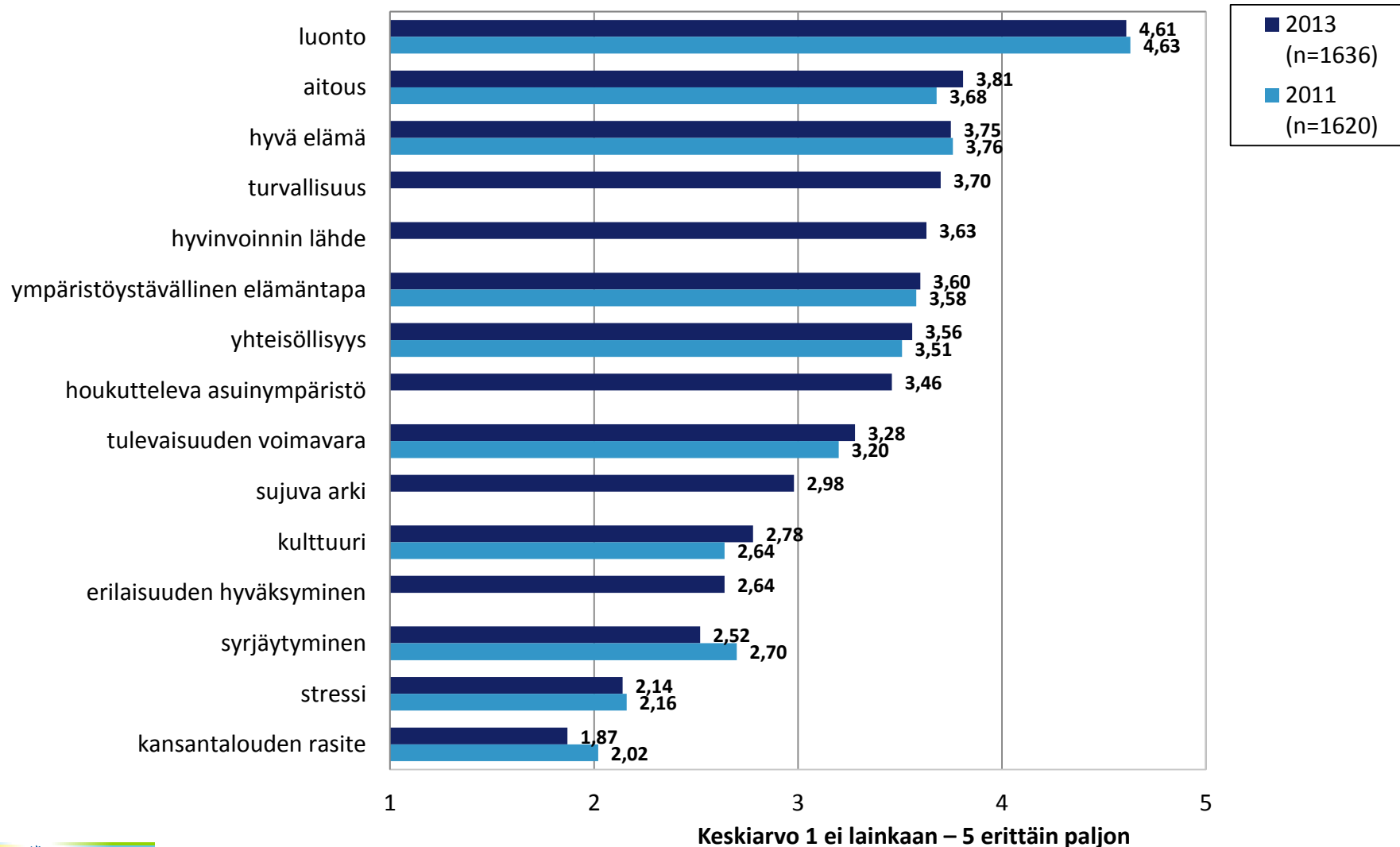
suomalaisista on kokenut vuoden aikana matkapuhelimen kuuluvuus-

Maaseudussa tärkeintä on luonto

- Tämä tutkimus selvittää, miten Suomen asukkaat – niin tavalliset kansalaiset kuin asiantuntijaryhmät – ymmärtävät maansa maaseudun olemuksen. Kysymys on monitahoinen, ja sitä lähestytään useasta eri näkökulmasta.
- Ensimmäiseksi kysyttiin, miten vahvasti erilaiset asiat liittyvät ihmisten mielissä maaseutuun.
- Suomalaisten mielikuva maaseudusta on yleisesti ottaen erittäin myönteinen: selvästi eniten maaseudusta tulee mieleen luonto. Myös aitouden ja hyvän elämän kaltaiset positiiviset määreet liitetään vaivatta maaseutuun.
- Sitä vastoin negatiivisia määreitä, kuten stressiä ja kansantalouden raskitteenä olemista, ei liitetä maaseutuun vahvasti.
- Ei kaikki hyvä sentään suomalaistenkaan mielessä ole maaseudulla: kulttuurissa, arjen sujuvuudessa ja erilaisuuden hyväksymisessä on toivomisen varaa.

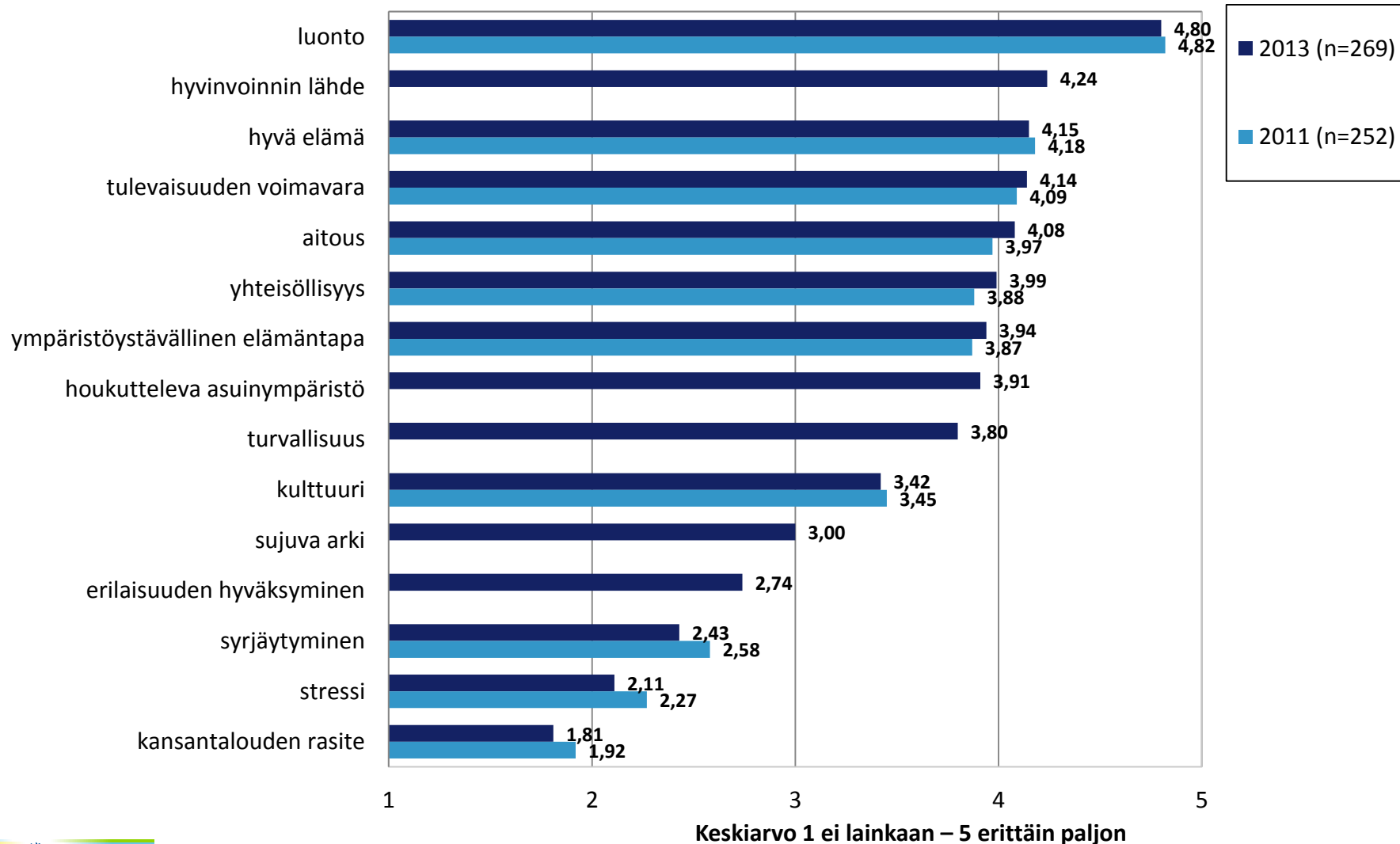
Mielikuvat maaseudusta - Kansalaiset

Miten vahvasti maaseutu tuo mieleesi seuraavia asioita? n=kansalaiset



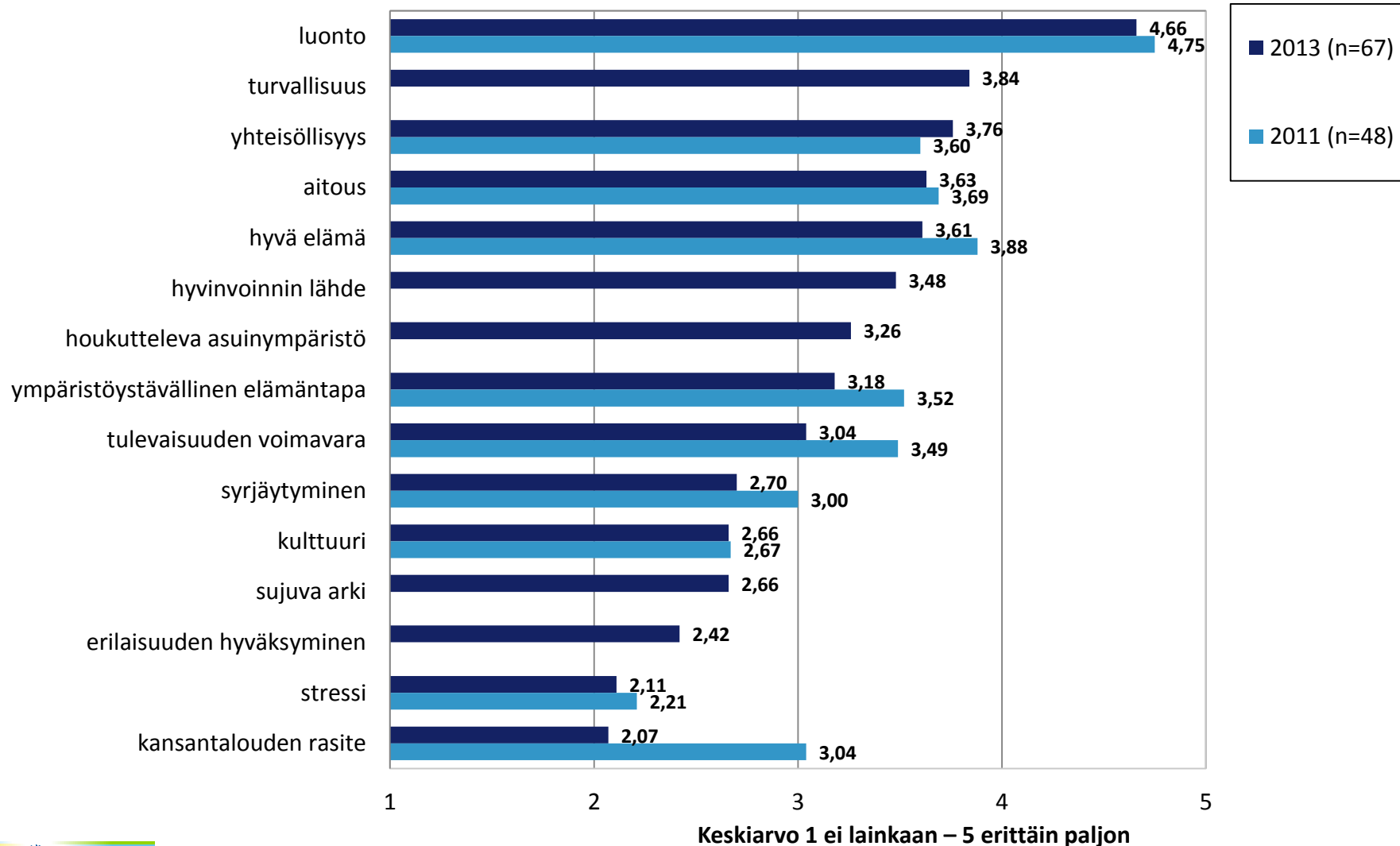
Mielikuvat maaseudusta - Asiantuntijat

Miten vahvasti maaseutu tuo mieleesi seuraavia asioita? n=asiantuntijat



Mielikuvat maaseudusta - Media

Miten vahvasti maaseutu/kaupunki tuo mieleesi seuraavia asioita? n=media



Maaseutu ja kaupunki täydentävät toisiaan

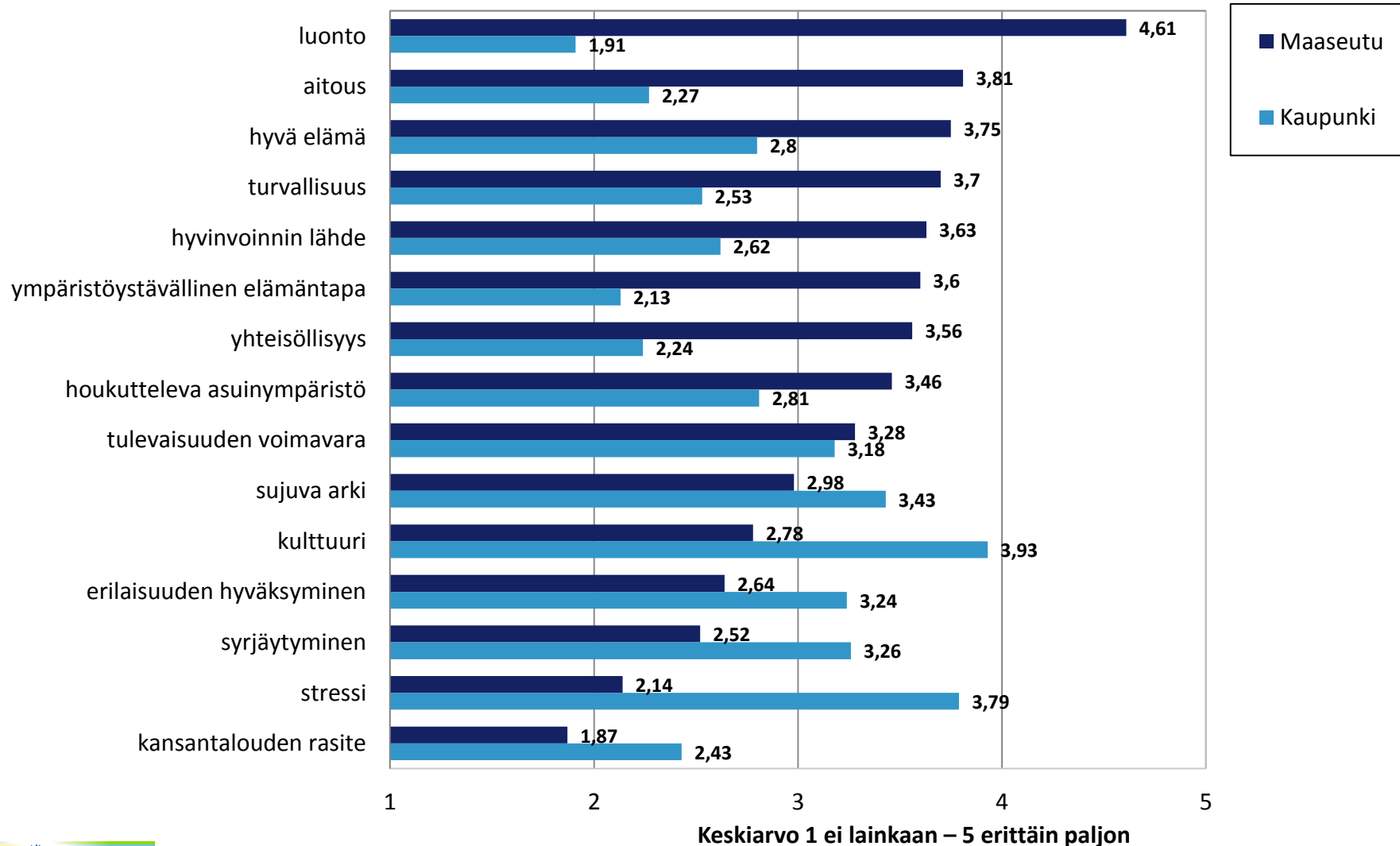
- Kun kansalaisilta kysytään, miten vahvasti eri tekijät liittyvät kaupunkiin, mielikuva on lähes päinvastainen maaseutuun verrattuna: luonto on pohjimmaisena, kun maaseudussa se on kirkkaasti ykkönen.
- Kaupunki tuo usealle mieleen stressin, kun taas maaseutu nähdään lähestulkoon stressivapaana vyöhykkeenä.
- Positiivisiksi luokiteltavissa asioissa kaupunkiin mielletään sujuva arki, kulttuuri ja erilaisuuden hyväksyminen.
- Kaupunkia ja maaseutua pidetään yhtäläillä tulevaisuuden voimavaroina.
- Vaikka esimerkiksi hallitusohjelmassa korostetaan tiiviin, kaupunkimaisen asutuksen ekologisuutta, kansalaisten mielissä ympäristöystävällinen elämäntapa liittyy selvästi enemmän maaseutuun kuin kaupunkiin.
- Kaupunkiin ja maaseutuun liitettävät tekijät ovat hyvin samankaltaiset kuin vuonna 2011 eli tässä suhteessa ei ole tapahtunut muutoksia ajattelussa kaupunkiin ja maaseutuun liitettävissä tekijöissä.

Miten asiantuntijat ja media mieltävät maaseudun ja kaupungin

- Maaseudun parissa työkseen toimivat asiantuntijat, kuten olettaa saattaakin, mieltävät maaseutuun myönteisiä asioita enemmän kuin mitä kansalaiset tai median edustajat.
- Erytisesti heillä on uskoa maaseutuun tulevaisuuden voimavarana ja hyvinvoinnin lähteenä sekä kulttuurin kehtona. He pitävät maaseudun elämäntapaa ympäristöystävällisenä, asuinympäristöä houkuttelevana ja yhteisöllisenä.
- Medialla on havaittavissa hienoista kaupunkimyönteisyyttä kansalaisiin ja maaseudun asiantuntijoihin verrattuna. Kuitenkin median edustajat vahvasti liittävät maaseutuun myönteisiä piirteitä kuten luonnon, turvallisuuden, yhteisöllisyyden, aitouden ja hyvän elämän.

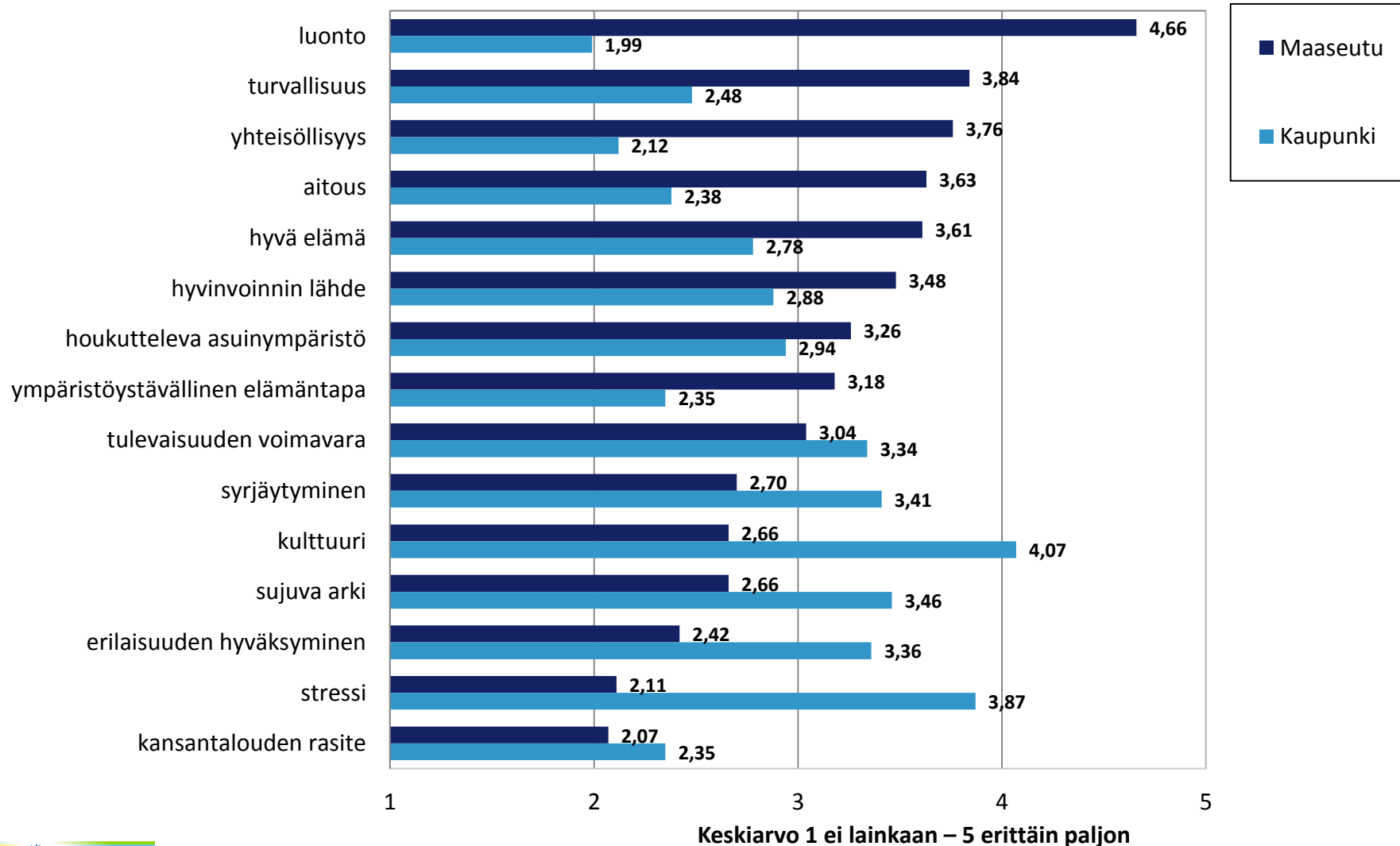
Mielikuvat maaseudusta ja kaupungista - Kansalaiset

Miten vahvasti maaseutu/kaupunki tuo mieleesi seuraavia asioita? Kansalaiset, n=1636



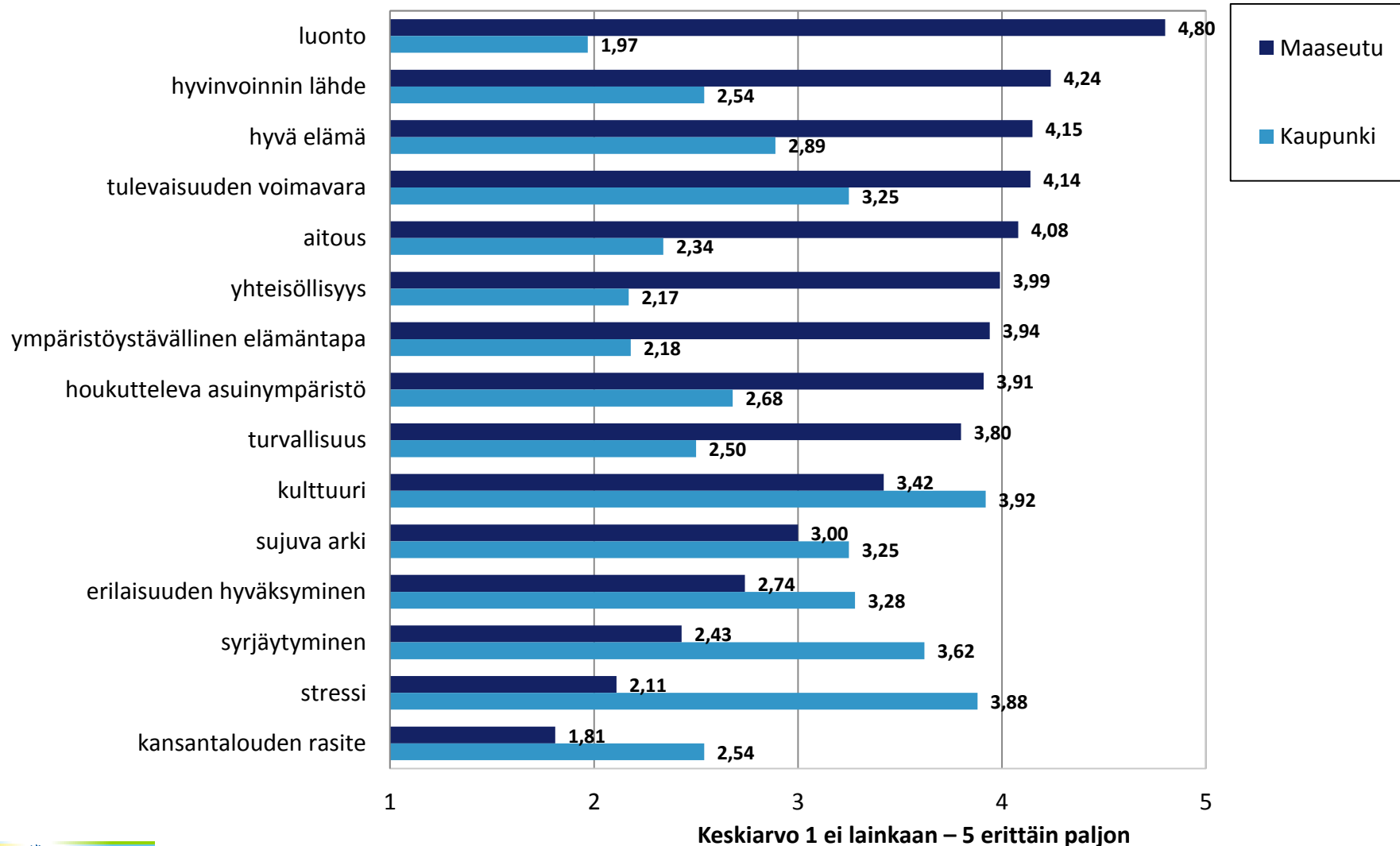
Mielikuvat maaseudusta ja kaupungista - Media

Miten vahvasti maaseutu/kaupunki tuo mieleesi seuraavia asioita? Media, n=67



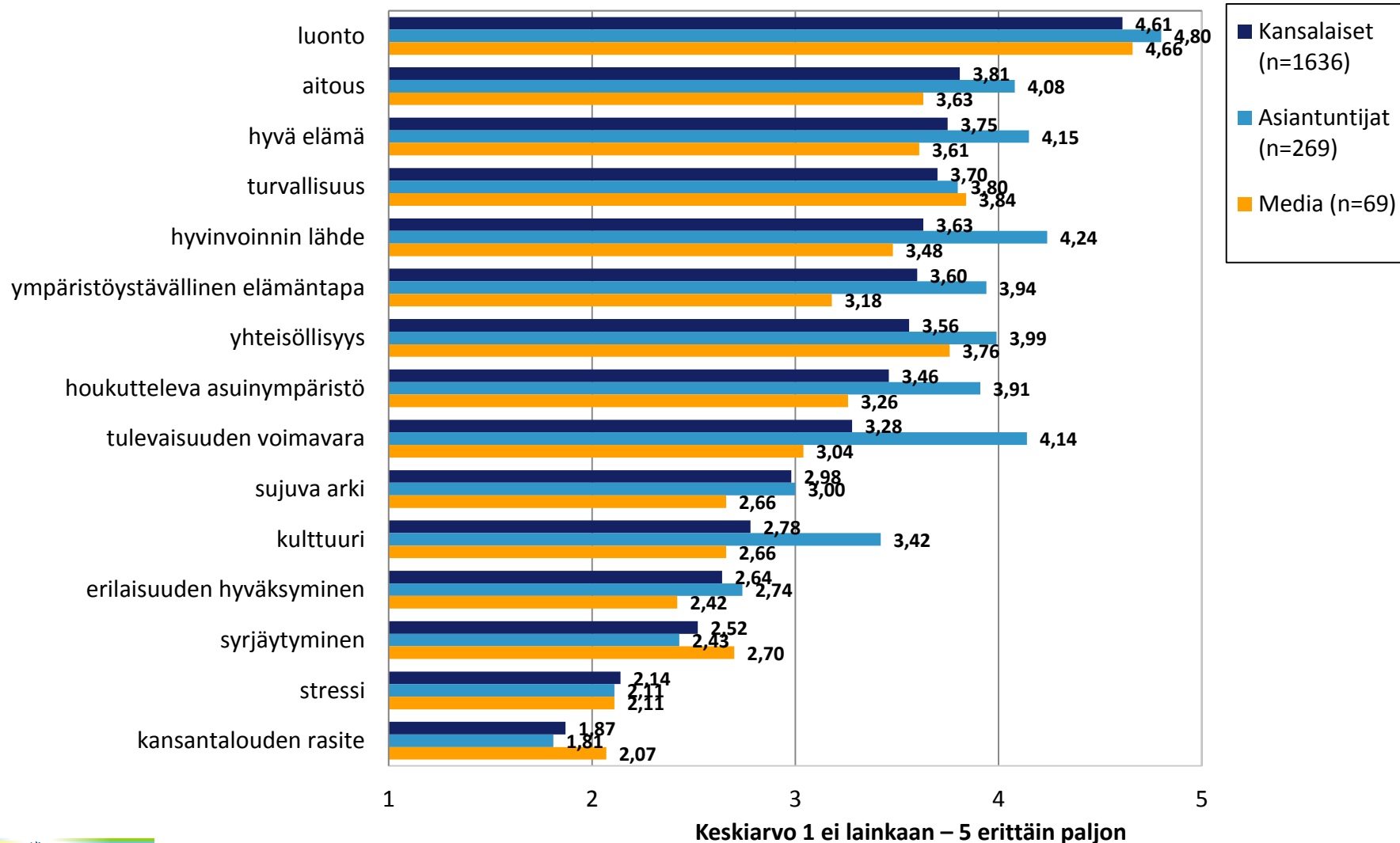
Mielikuvat maaseudusta ja kaupungista - Asiantuntijat

Miten vahvasti maaseutu/kaupunki tuo mieleesi seuraavia asioita? Asiantuntijat, n=269



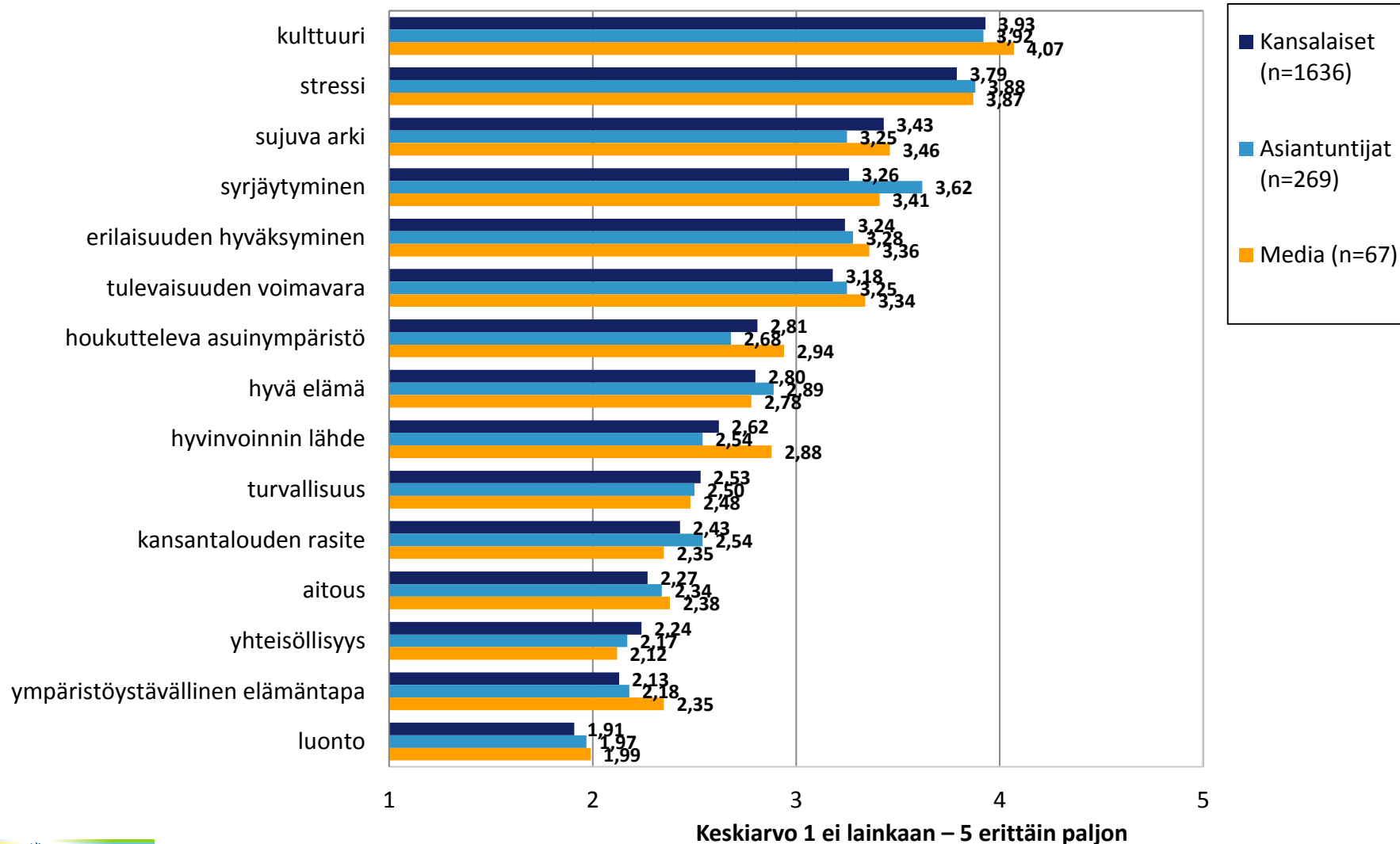
Mielikuvat maaseudusta

Miten vahvasti maaseutu tuo mieleesi seuraavia asioita? n=vastaajat



Mielikuvat kaupungista

Miten vahvasti kaupunki tuo mieleesi seuraavia asioita? n=vastaajat



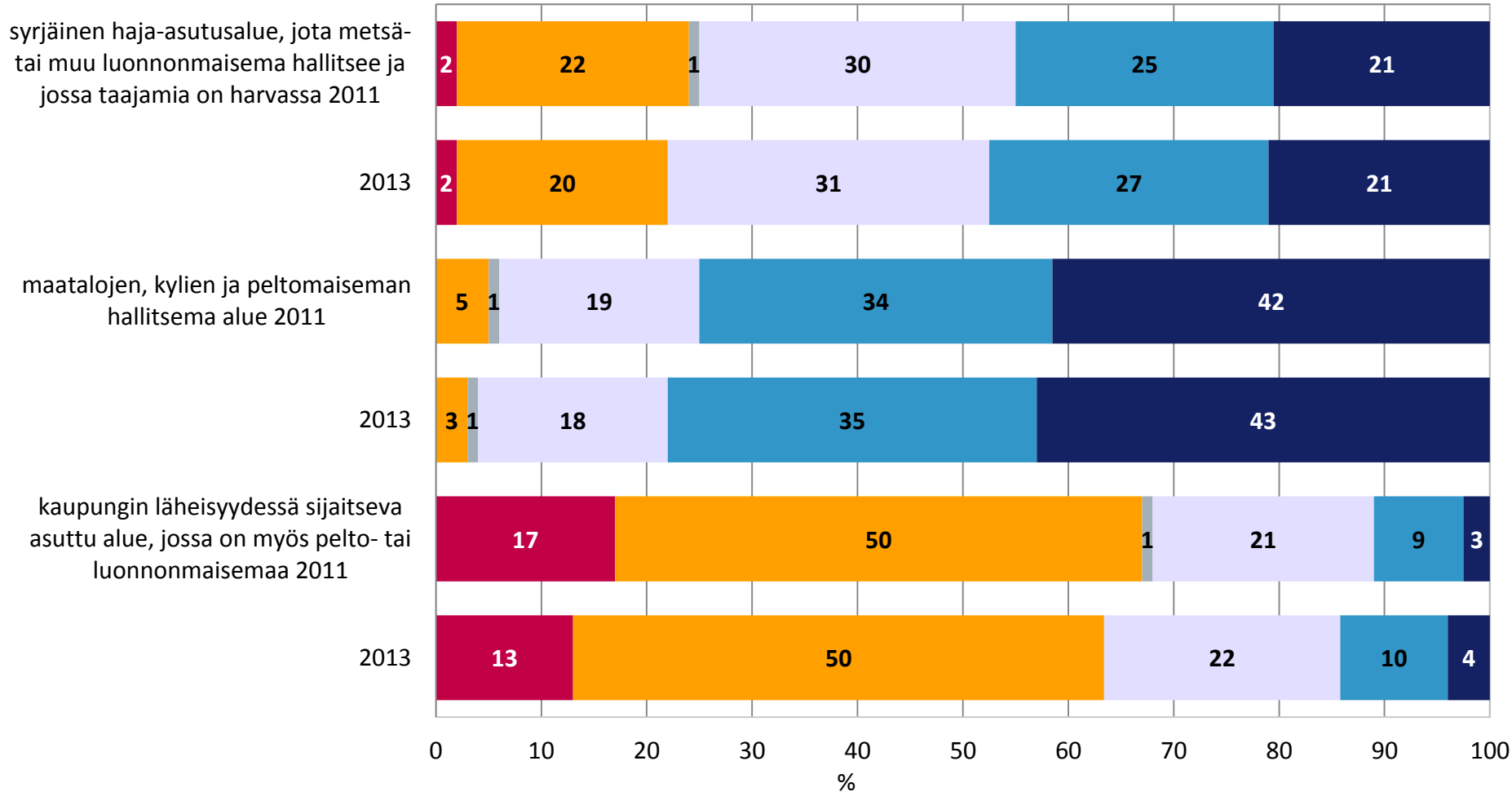
Mielikuvaa maaseudusta hallitsevat kylät ja peltomaisemat

- Lähes kaikki suomalaiset ovat ainakin jossain määrin sitä mieltä, että maaseutua on nimenomaan ”maatalojen, kylien ja peltomaiseman hallitsema alue”. Laveammat maaseudun määritelmät saavat selvästi vähemmän kannatusta.
- Vahvimmin maaseutuna pidetään perinteisesti maaseutuun liitettyjä seutukuvia eli kyliä, peltoaukeita ja metsäisiä erämaita. Myös kirkonkylät ja taajamat sekä haja-asutusalueet mielletään maaseudeksi. 45 vuotta täyttäneet mieltävät maaseutuun tätä nuorempia enemmän erilaisia alueita. Nuorempien aluemieliokuva maaseudusta on siis hieman suppeampi kuin mitä vanhemmilla on.
- Asiantuntijoiden mielikuva maaseudusta on selvästi erilainen, laajempi, kuin kansalaisten, päättäjien, yrittäjien tai median. Heille maaseutua ovat myös tunturit ja saaristot, lomakylät, pikkukaupungit, kaupunkien luonnonläheiset alueet, laskettelukeskukset ja ylipäätään alueet, jotka eivät ole tiivistä kaupunkialuetta.
- Päättäjistä osa on vaihtunut sitten vuoden 2012 kunnallisvaalien, mikä osaltaan selittää muutosta päättäjien mielikuvissa siitä, ovatko esim. saaristot ja tunturit, kaupunkien luonnonläheiset alueet tai pikkukaupungit maaseutua siinä määrin kuin aiemmat päättäjät ovat ajatelleet.

Aluemieliokuva maaseudusta - Kansalaiset

Miten hyvin seuraavat alueet vastaavat mielikuvaasi maaseudusta? Kansalaiset, 2011 n=1620, 2013 n=1636

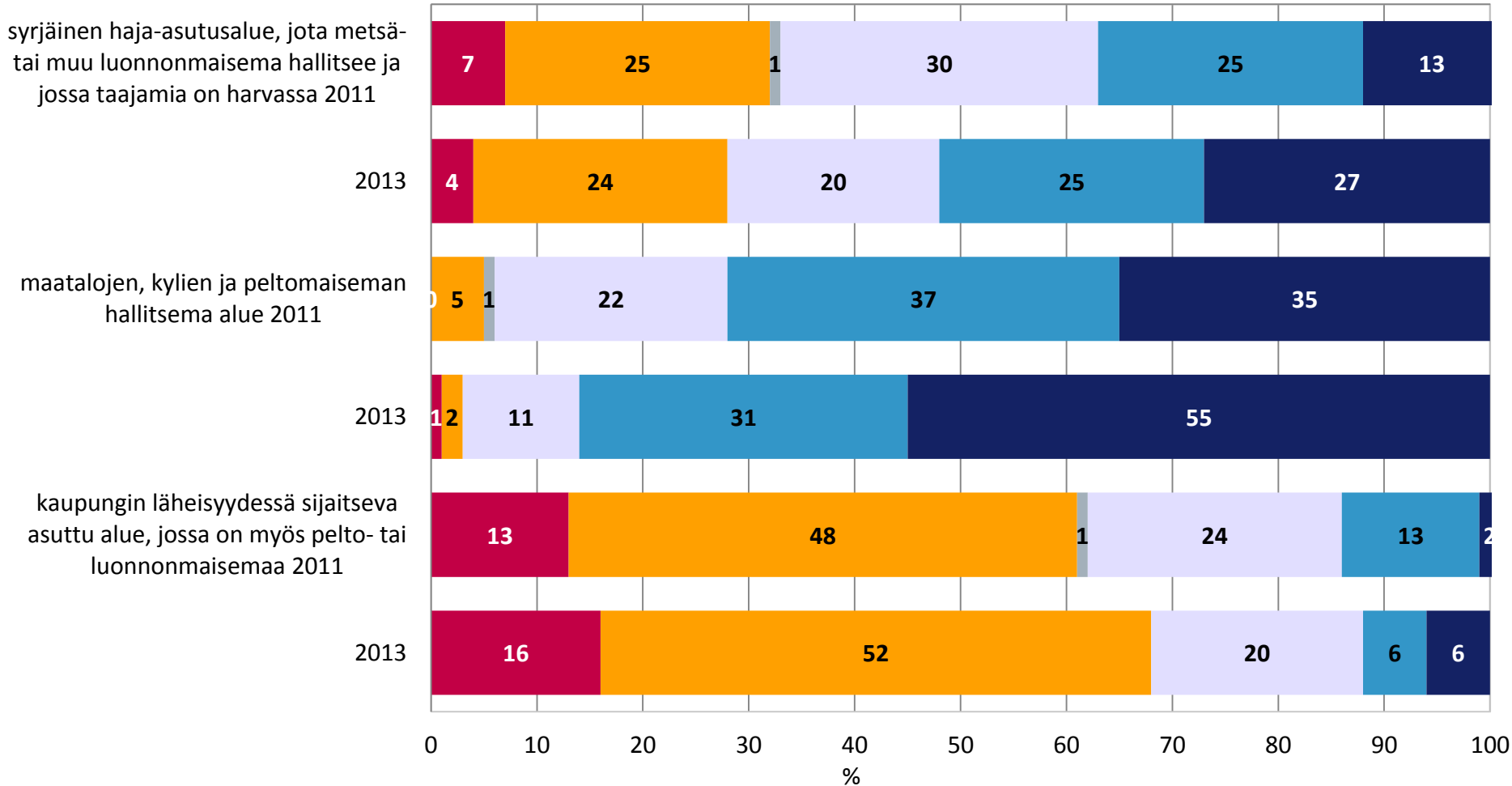
1 Ei lainkaan 2 Vähän Ei osaa sanoa 3 Melko paljon 4 Paljon 5 Erittäin paljon



Aluemieliokuva maaseudusta - Yritykset

Miten hyvin seuraavat alueet vastaavat mielikuvaasi maaseudusta? Yritykset, 2013 n=213, 2011 n=227

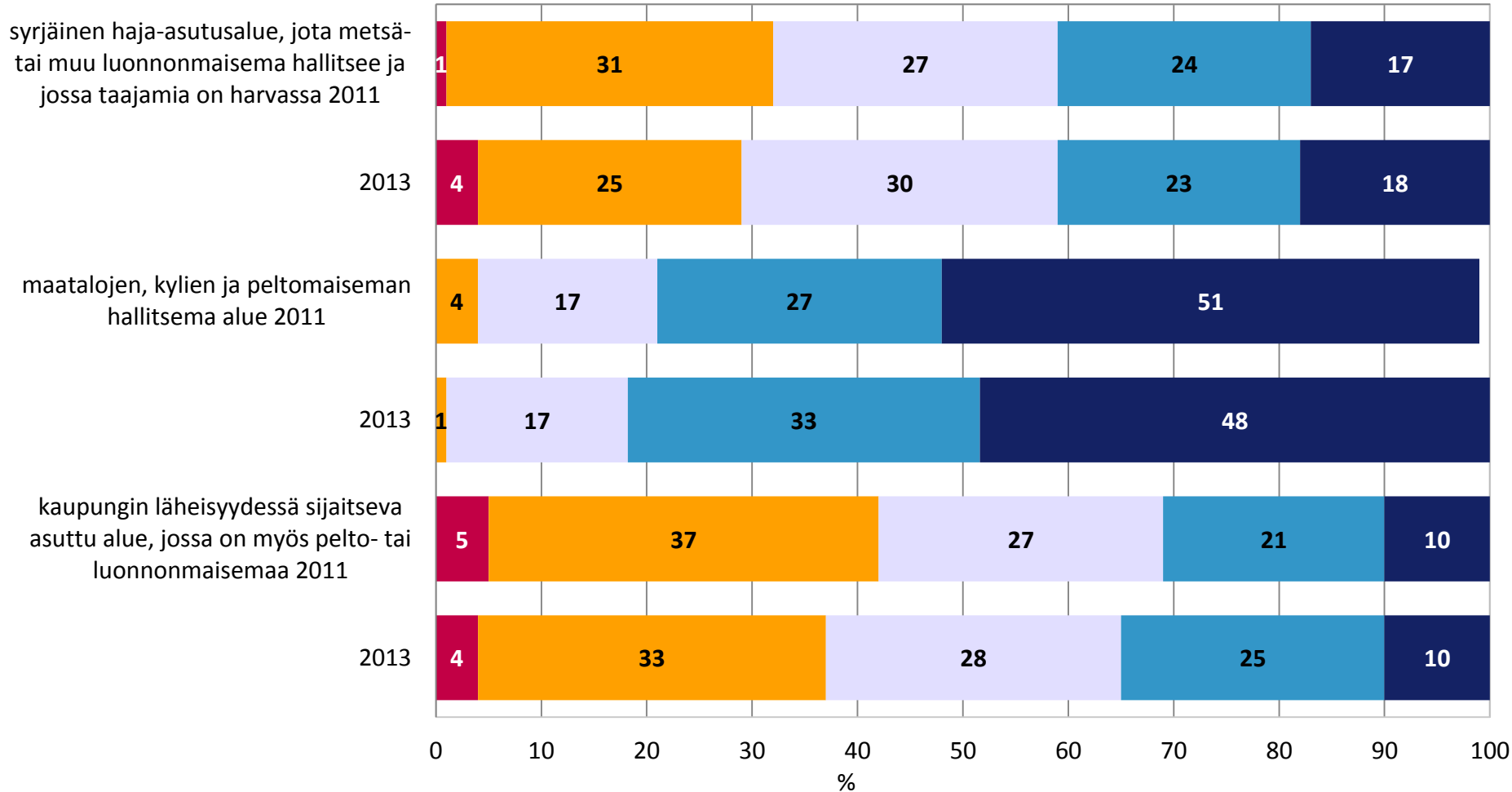
1 Ei lainkaan 2 Vähän Ei osaa sanoa 3 Melko paljon 4 Paljon 5 Erittäin paljon



Aluemieli kuva maaseudusta - Asiantuntijat

Miten hyvin seuraavat alueet vastaavat mielikuvaasi maaseudusta? Asiantuntijat, 2013 n=269, 2011 n=252

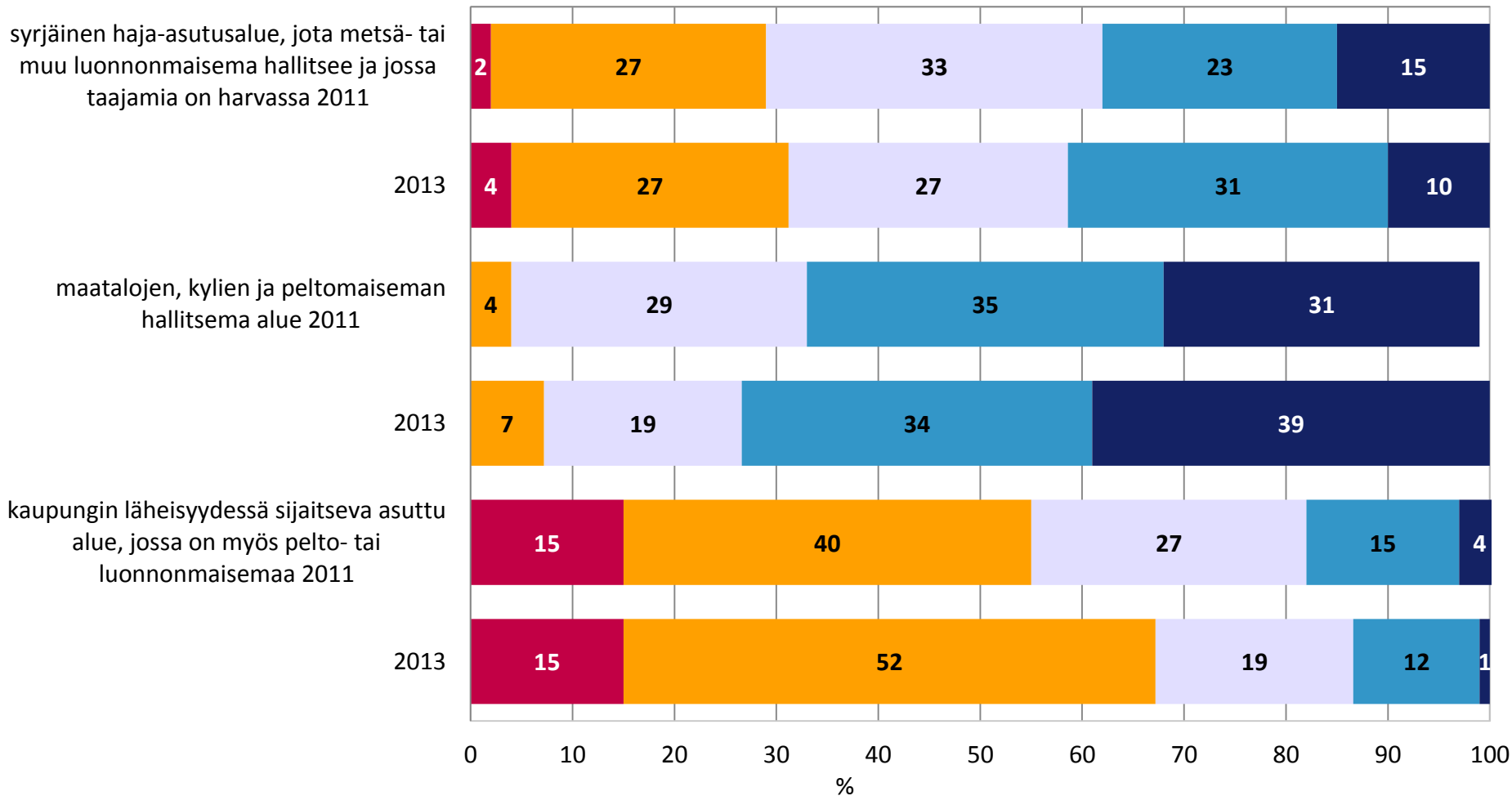
■ 1 Ei lainkaan ■ 2 Vähän ■ Ei osaa sanoa ■ 3 Melko paljon ■ 4 Paljon ■ 5 Erittäin paljon



Aluemieliokuva maaseudusta - Media

Miten hyvin seuraavat alueet vastaavat mielikuvaasi maaseudusta? Media, 2013 n=67, 2011 n=48

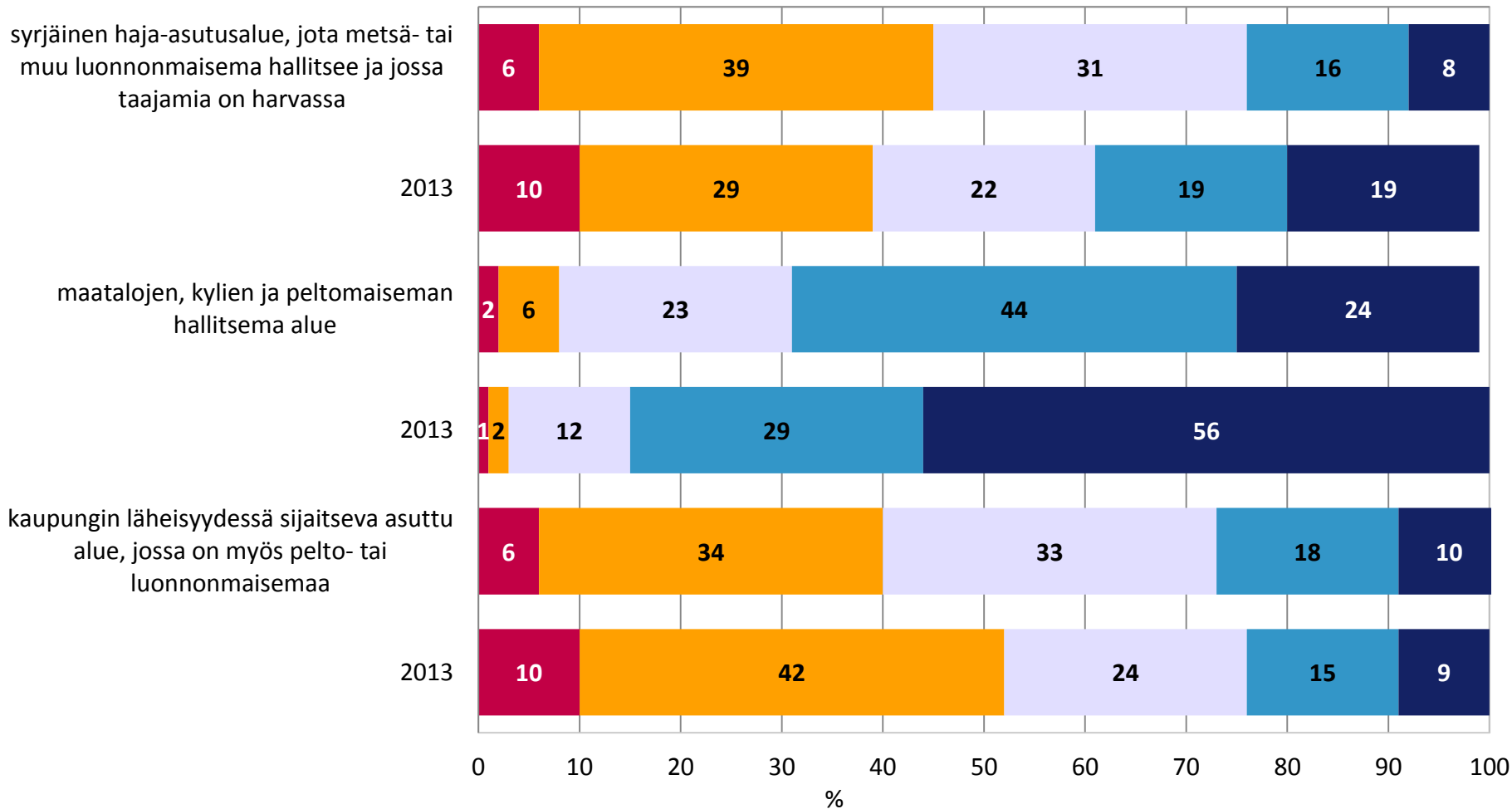
■ 1 Ei lainkaan ■ 2 Vähän ■ Ei osaa sanoa ■ 3 Melko paljon ■ 4 Paljon ■ 5 Erittäin paljon



Aluemieli kuva maaseudusta - Päättäjät

Miten hyvin seuraavat alueet vastaavat mielikuvaasi maaseudusta? Päättäjät, 2013 n=156, 2011 n=160

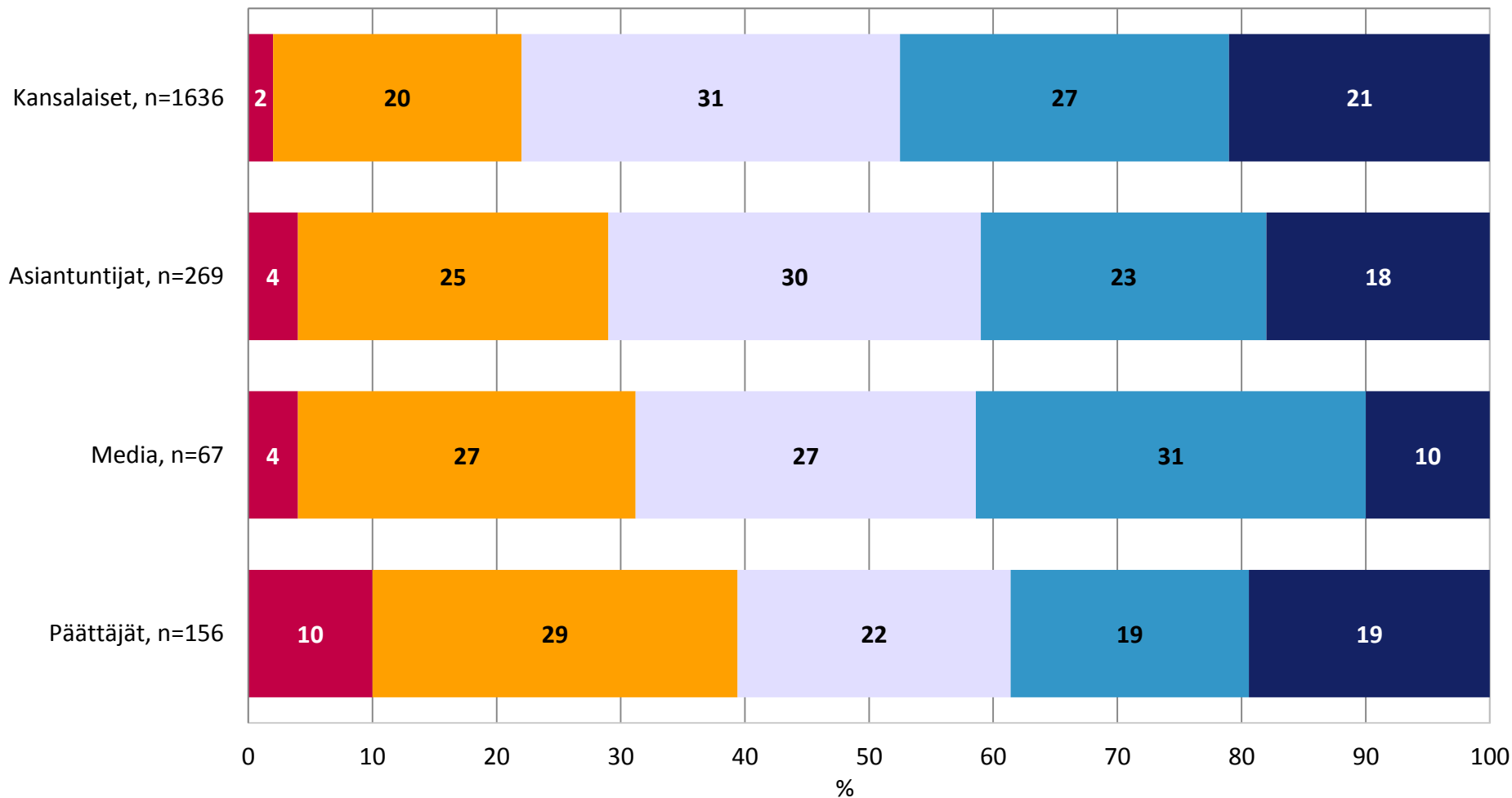
■ 1 Ei lainkaan ■ 2 Vähän ■ Ei osaa sanoa ■ 3 Melko paljon ■ 4 Paljon ■ 5 Erittäin paljon



Aluemieliokuva maaseudusta - syrjäinen haja-asutusalue, jota metsä- tai muu luonnonmaisema hallitsee ja jossa taajamia on harvassa

Miten hyvin seuraavat alueet vastaavat mielikuvaasi maaseudusta? n=kaikki vastaajat

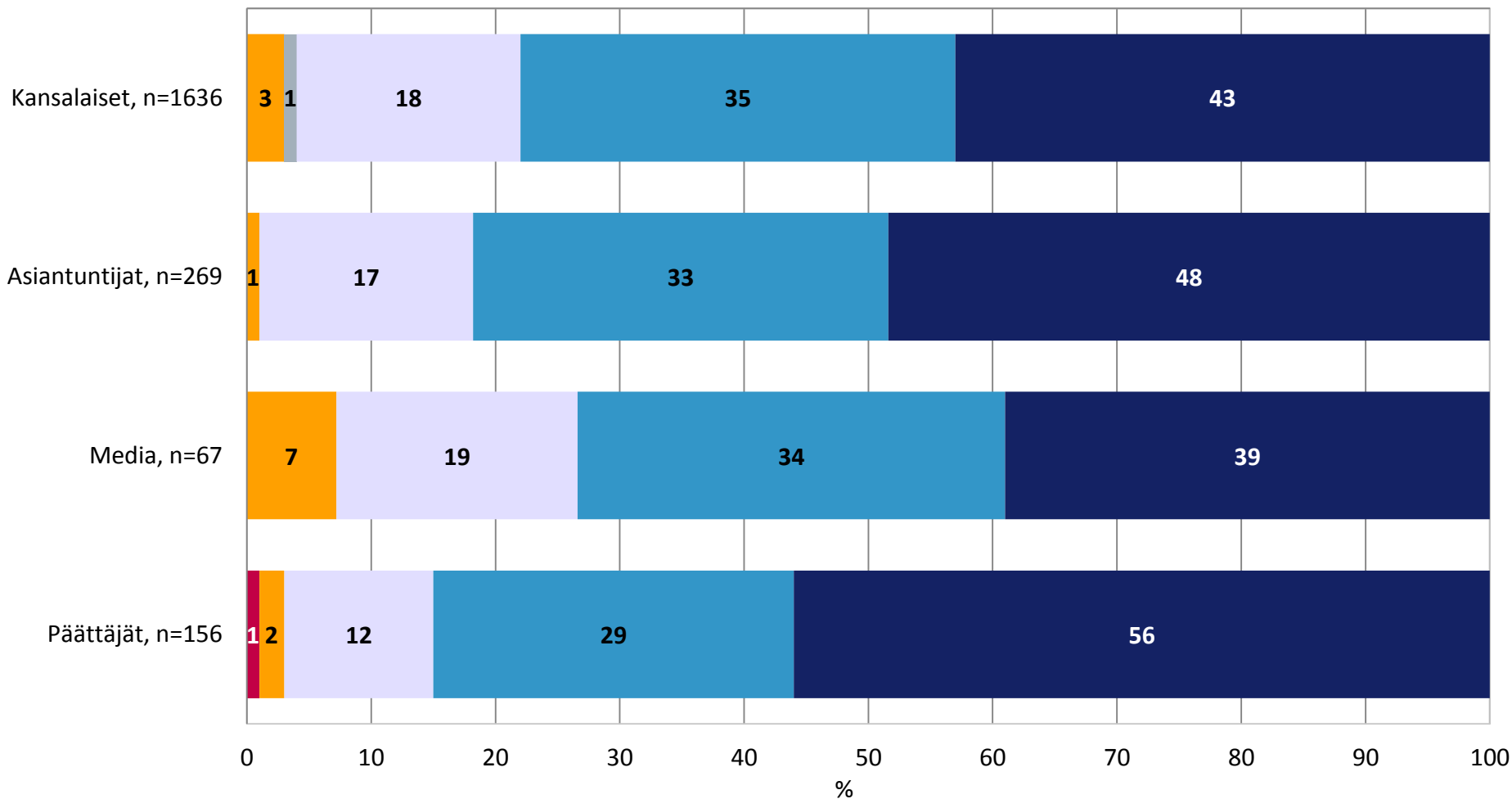
1 Ei lainkaan 2 Vähän Ei osaa sanoa 3 Melko paljon 4 Paljon 5 Erittäin paljon



Aluemieliokuva maaseudusta - maatalojen, kylien ja peltomaiseman hallitsema alue

Miten hyvin seuraavat alueet vastaavat mielikuvaasi maaseudusta? n=kaikki vastaajat

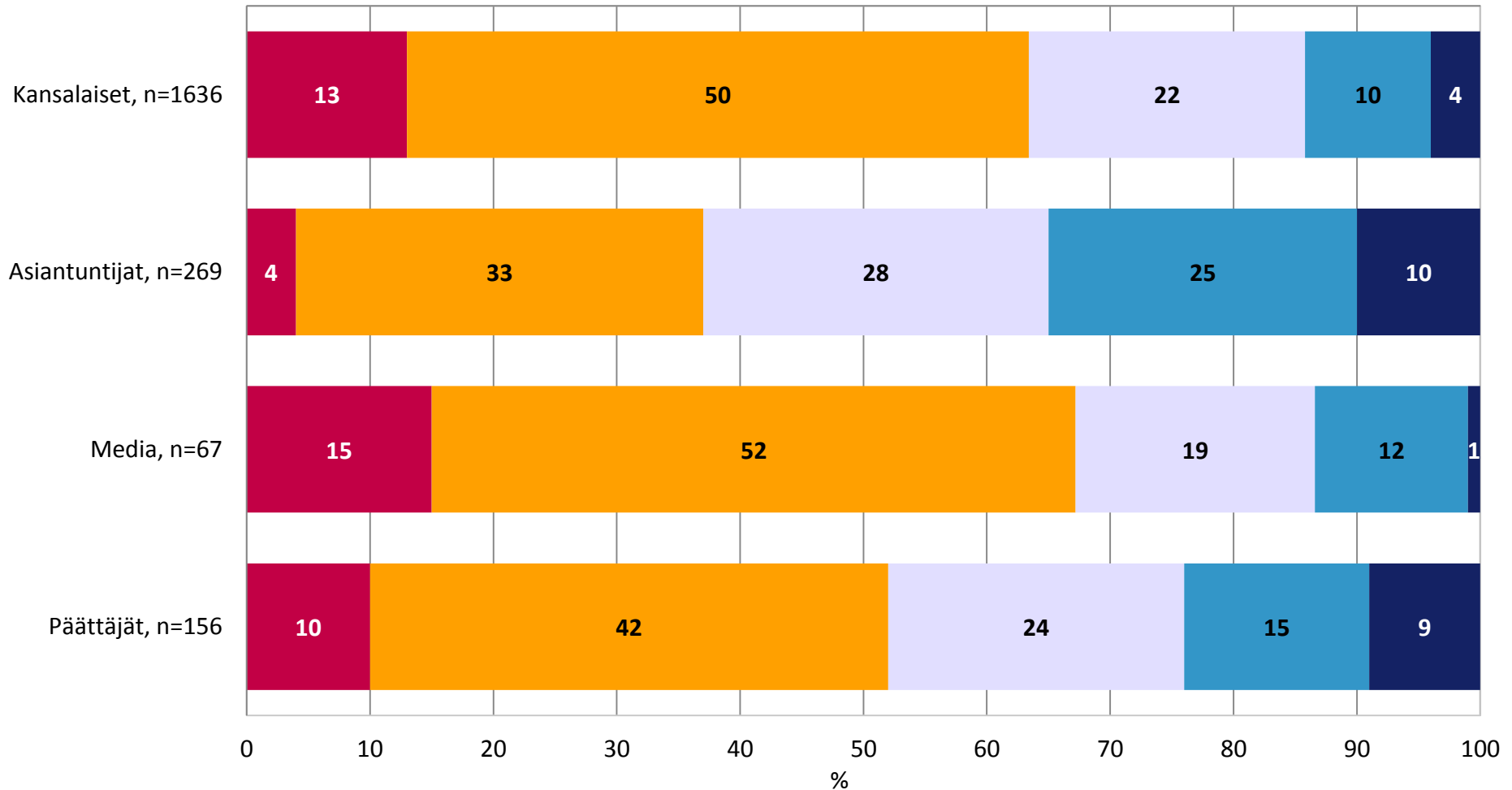
1 Ei lainkaan 2 Vähän Ei osaa sanoa 3 Melko paljon 4 Paljon 5 Erittäin paljon



Aluemieliokuva maaseudusta - kaupungin läheisyydessä sijaitseva asuttu alue, jossa on myös pelto- tai luonnonmaisemaa

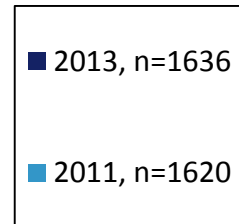
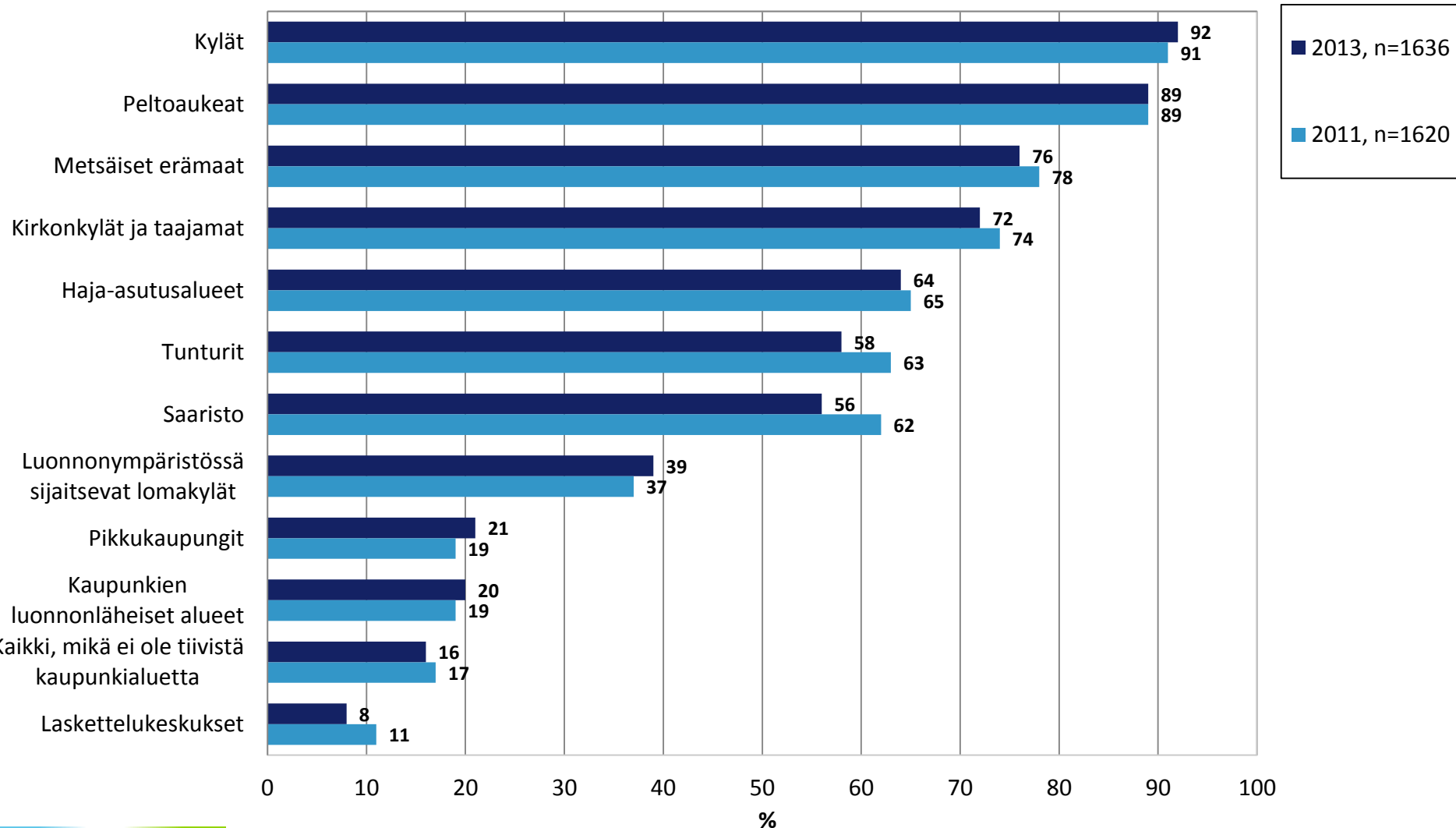
Miten hyvin seuraavat alueet vastaavat mielikuvaasi maaseudusta? n=kaikki vastaajat

1 Ei lainkaan 2 Vähän Ei osaa sanoa 3 Melko paljon 4 Paljon 5 Erittäin paljon



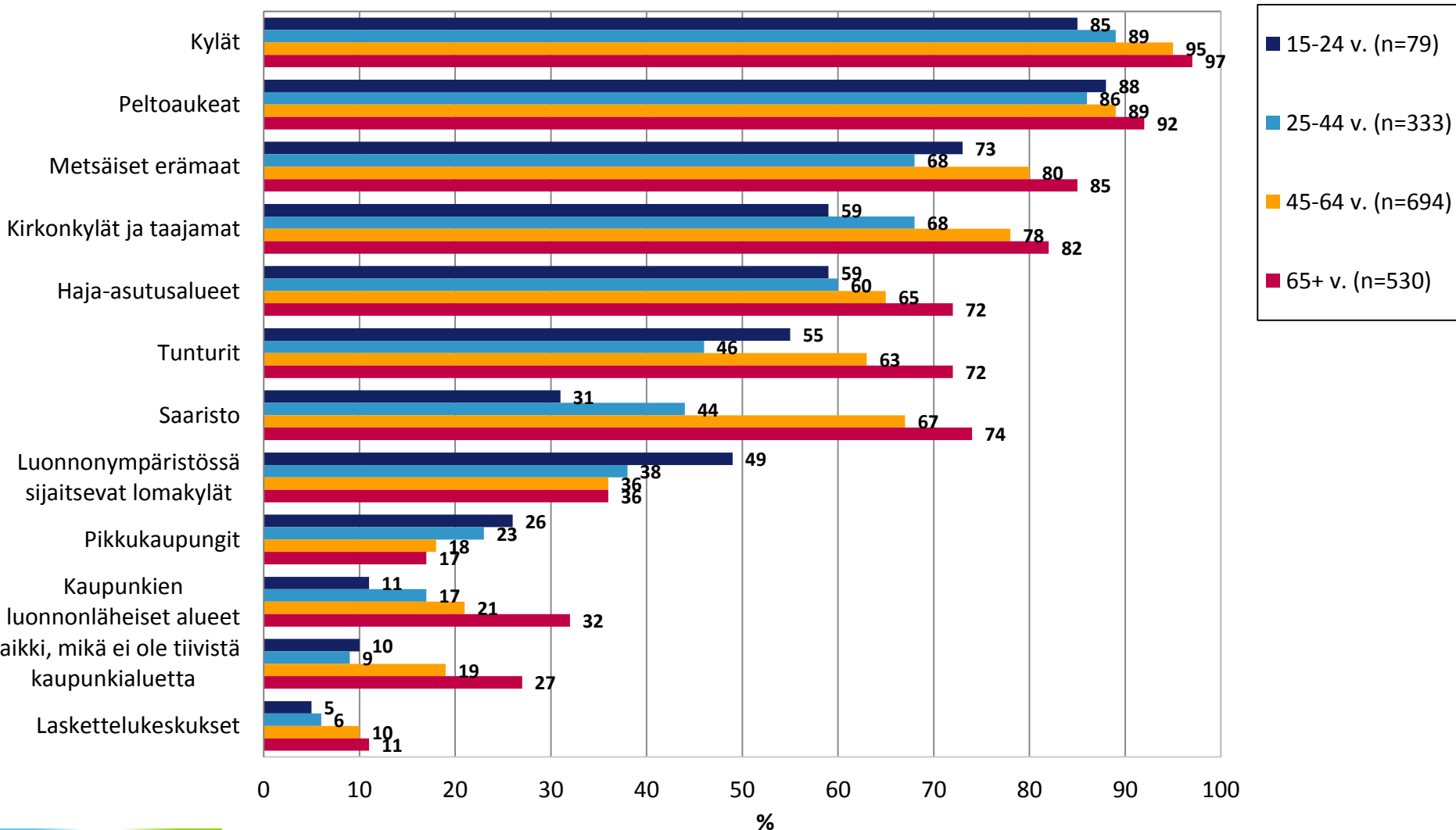
Mikä on maaseutua? Kansalaiset

Ovatko seuraavat paikat mielestäsi maaseutua? n=vastaajat



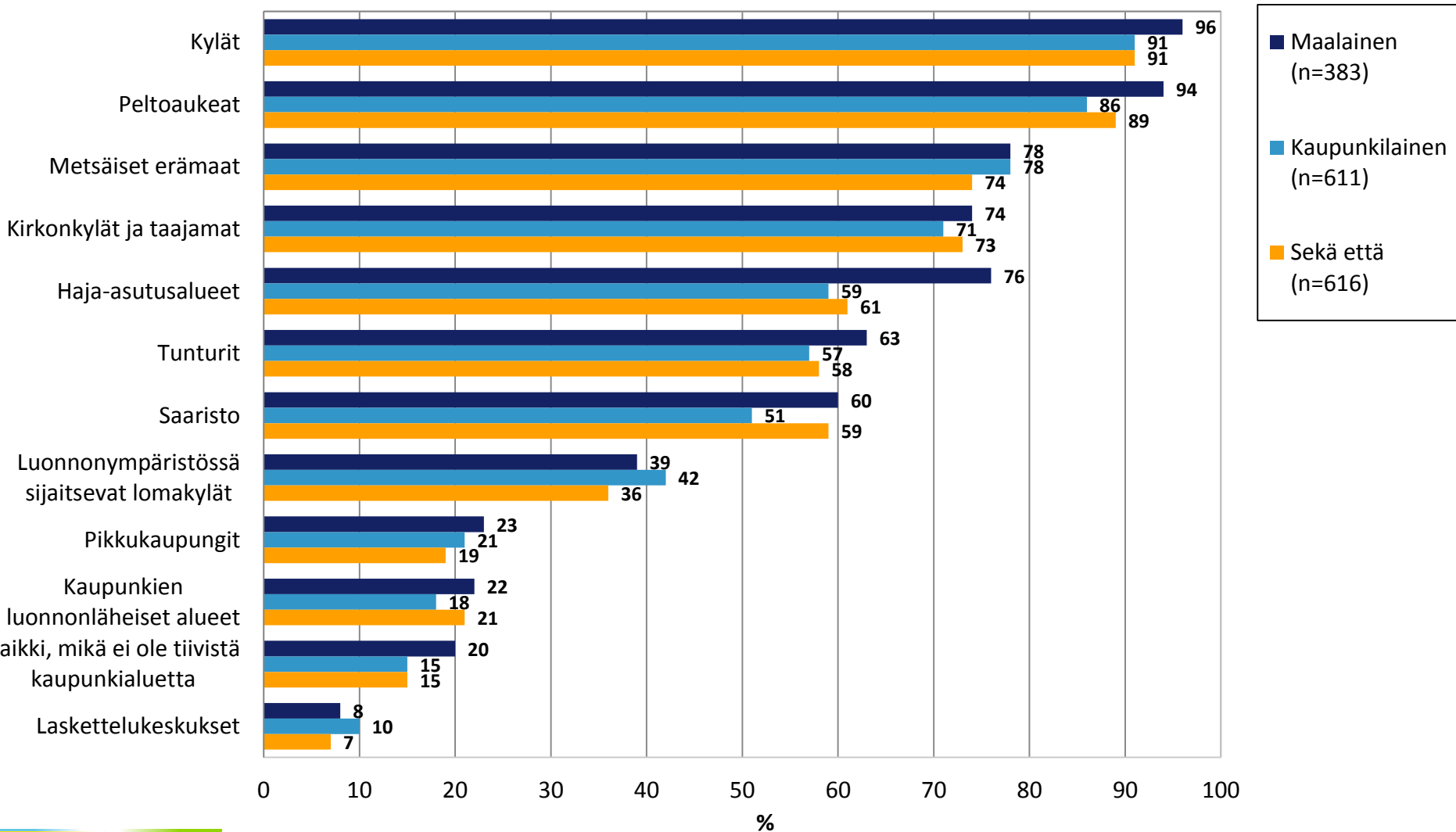
Mikä on maaseutua? Kansalaiset ikäryhmän mukaan

Ovatko seuraavat paikat mielestäsi maaseutua? n=kansalaiset



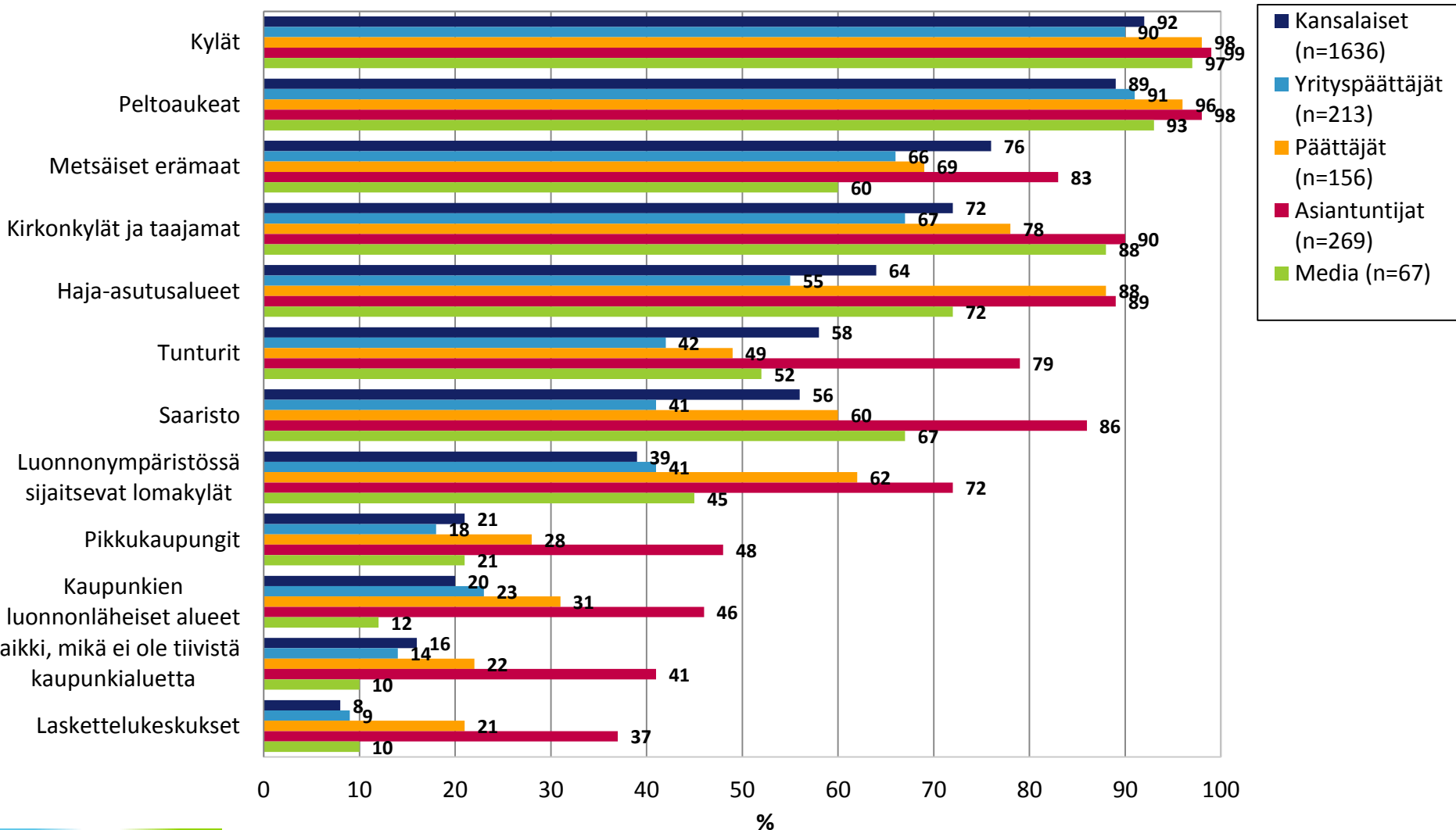
Mikä on maaseutua? Kansalaiset identiteetin mukaan

Ovatko seuraavat paikat mielestäsi maaseutua? n=kansalaiset



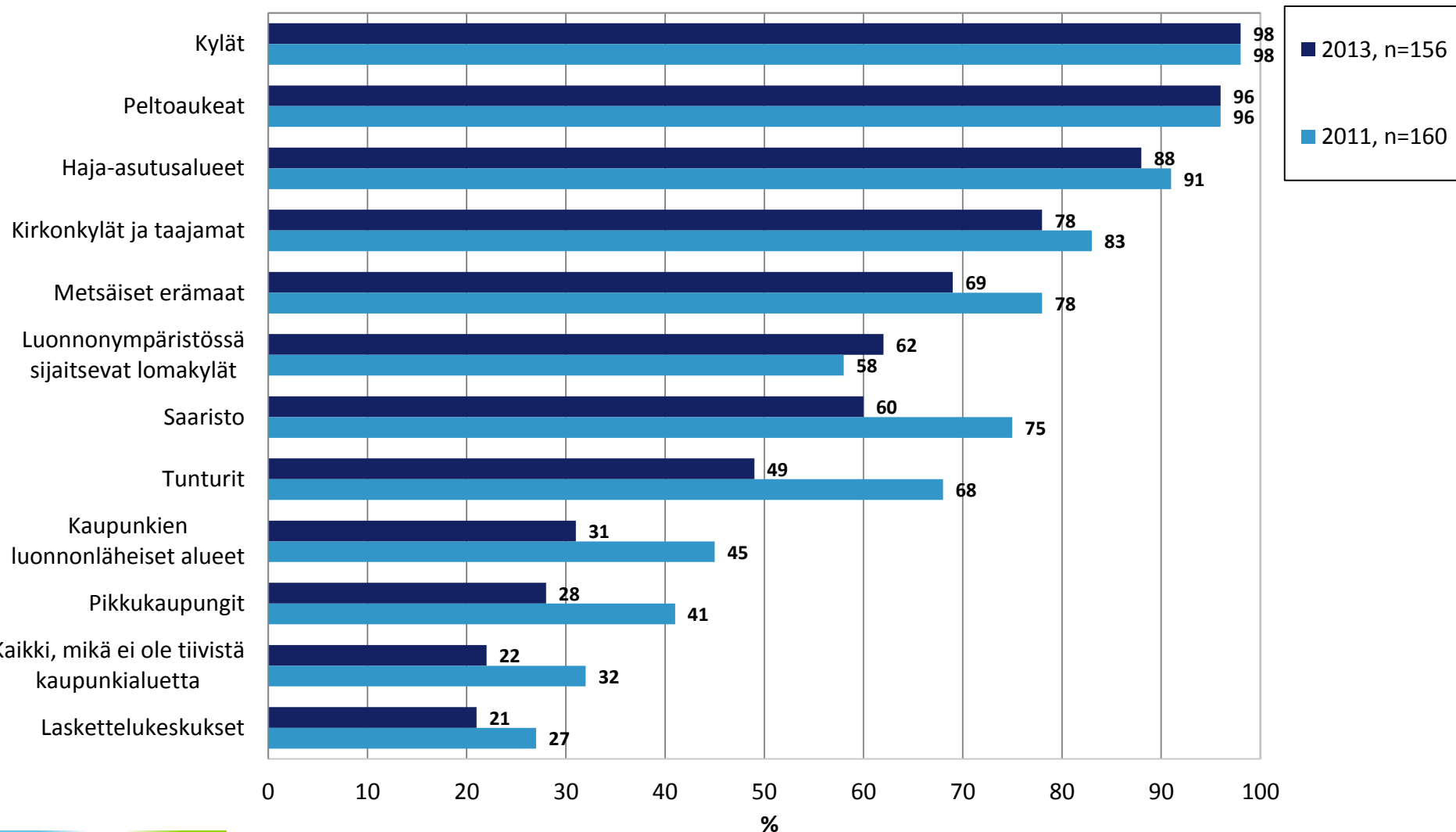
Mikä on maaseutua?

Ovatko seuraavat paikat mielestäsi maaseutua? n=vastaajat



Mikä on maaseutua? Päätäjät

Ovatko seuraavat paikat mielestäsi maaseutua? n=vastaajat



06%
kotitalouksista ostaa säännöllisesti luomupossua.

täysi-ikäisistä on nähnyt lottomainontaa viimeisen 6 kk:n aikana.

28%
kotitalouksista on ostanut reilun kaupan ananaksia.

14%
suomalaisista lukee näköisverkko-lehtiä.

04%
suomalaisista on erittäin tyytyväisiä seksielämäänsä.

73%
suomalaisista EU-jäsenyyden puolesta.

04%
yrityksistä harkitsee parhaillaan pankin vaihtamista.

33%
matkustanut laivalla Ruotsiin viimeisen vuoden aikana.

19%
suomalaisista ei tiedä kuka on Stephen Elop.

12%
kotitalouksista ei käytä lainkaan luomutuotteita.

14%
suomalaisista lukee näköisverkko-lehtiä.

20%
suomalaisista kannattaa Suomen liittymistä Natoon.

04%
yrityksistä harkitsee parhaillaan pankin vaihtamista.

Oma suhde maaseutuun

21%
uutistoimittajista käyttää sosiaalista mediaa tiedonhankinnassa.

06%
kotitalouksista ostaa säännöllisesti luomupossua.

12%
kotitalouksista ei käytä lainkaan luomutuotteita.

14%
suomalaisista lukee näköisverkko-lehtiä.

38%
suomalaisista katsoo netti-tv:tä.

33%
pitää tuotteiden kotiin toimitusta verkkokaupan tärkeimpänä ominaisuutena.

19%
suomalaisista ei tiedä kuka on Stephen Elop.

48%
ympäristöasioista viestiminen ole uskottavaa.

04%
yrityksistä aikoo vuosittain.

12%
kotitalouksista ostaa säännöllisesti luomupossua.

75%
naisista uskoo ryppyvoiteiden tehoon.

28%
suomalaisista on kokenut vuoden aikana matkapuhelimen kuuluvuus-

20%

Moni tuntee olevansa sekä maalainen että kaupunkilainen

- Vähemmistö suomalaisista, 24 prosenttia, luokittelee itsensä identiteetiltään maalaisiksi. Tosin osuus on ollut tasaisessa nousussa vuodesta 2009, jolloin se oli alle viidennes kansasta.
- Kaupunkilaiseksi itsensä mieltäviä on selvästi enemmän (40 prosenttia) kuin maalaisia. Mitä nuoremmista vastaajista on kyse, sitä enemmän identiteetti on kaupunkilainen.
- Moni suomalaisista kokee olevansa sekä maalainen että kaupunkilainen, ja siksi 36 prosenttia ilmoittaa olevansa "sekä että".
- Median edustajissa maalaisiksi itsensä mieltäviä on kaikkein vähiten, vain 10 prosenttia kun taas päättäjistä valtaosa pitää itseään maalaisena.
- Maaseutuidentiteetin jakautumisen vahvistuminen näkyy mitä nuoremmista kansalaisista on kyse – ollaan joko maalaisia tai kaupunkilaisia.

Naisten maaseutuidentiteetti on jakautuneempi kuin miesten

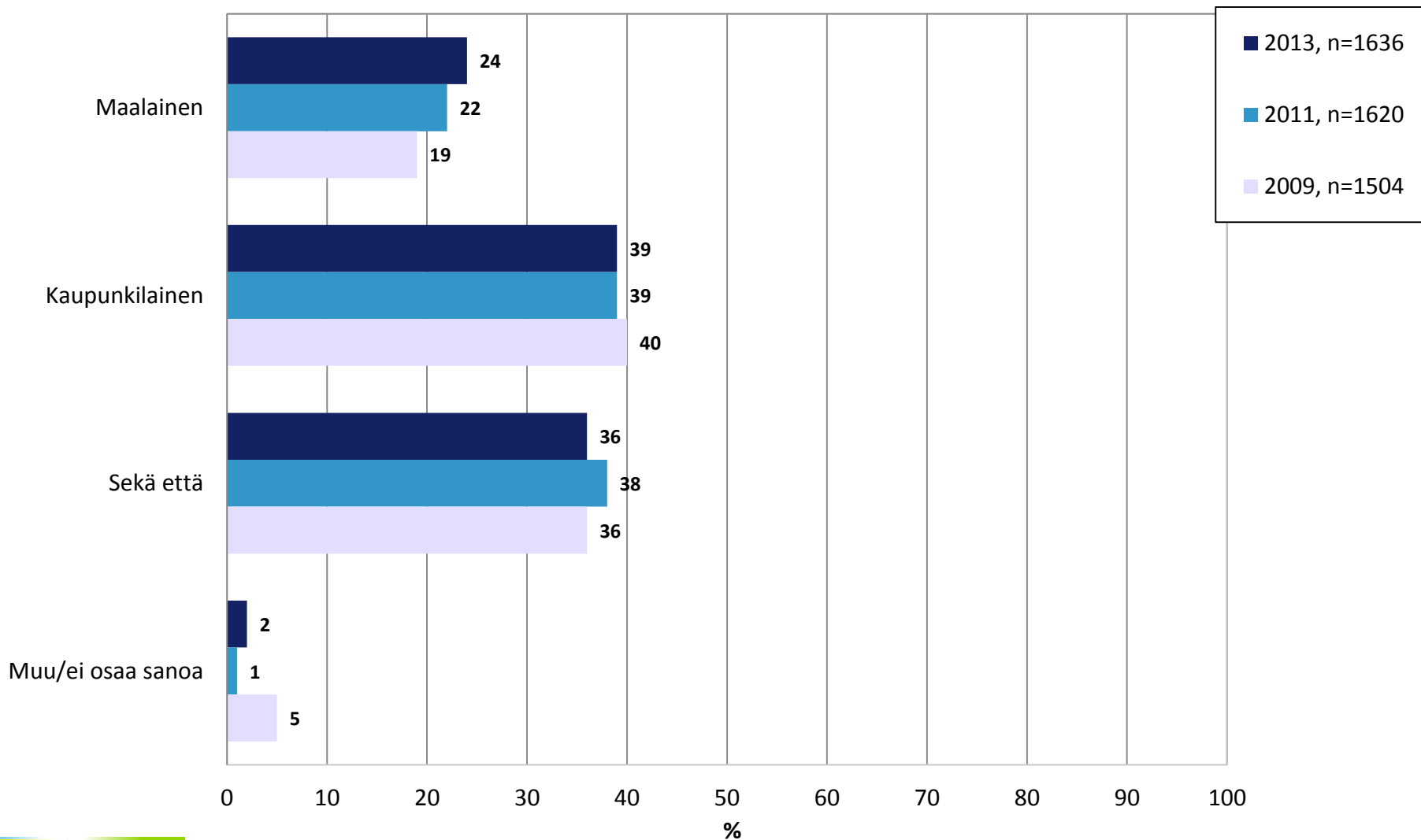
- Miehistä on hieman enemmän (25 prosenttia) maalaisiksi itsensä mieltäviä kuin naisista (22 prosenttia). Myös kaupunkilaisidentiteettiä miehet (40 prosenttia) tunnustavat hiukan enemmän kuin naiset (38 prosenttia).
- Sen sijaan naisista on selvästi enemmän (39 prosenttia) niitä, jotka mieltävät identiteettinsä sekä kaupunkilaiseksi että maalaisiksi. Miehistä näin ajattelee 33 prosenttia.
- Toisaalta kuitenkin naisille maaseutu/kaupunki-identiteetti on tärkeämpi kuin miehille. Voi olla, että miehille on vähemmän ominaista myöntää tai tunnistaa oma tunneperäinen sitoutumisensa johonkin paikkaan.

Alle puolet keskustan kannattajista on identiteetiltään maalaisia

- Tämän tutkimuksen mukaan suomalaiset liittävätkin luonnon ja ympäristöystävällisen asumisen nimenomaan maaseutuun. Kuitenkin vastaajien puoluekannan mukaan vihreät ovat ylivoimaisesti kauimpana maaseutuidentiteetistä. Vain kolme prosenttia vihreiden kannattajista katsoo olevansa identiteetiltään maalaisia ja 62 prosenttia kaupunkilaisia.
- Toiseksi kaupunkilaisin puolue on kokoomus, jonka kannattajista maalaisina itseään pitää 12 prosenttia ja kaupunkilaisina 53 prosenttia. Vasemmistoliiton kannattajien luvut ovat samansuuntaiset.
- SDP:n kannattajat ovat lähellä väestön keskiarvoa, kun taas perussuomalaiset ovat keskimääräistä maalaisempia: heistä 35 prosenttia kokee olevansa maalaisia, kun koko väestössä osuus on 24 prosenttia.
- Keskustan kannattajista maalaisina itseään pitää 47 prosenttia ja kaupunkilaisina 14 prosenttia, joten tästä näkökulmasta katsottuna keskusta on maalaisin puolue.
- Puolueiden kannattajista reilu kolmannes kokee olevansa sekä maalainen että kaupunkilainen. Perussuomalaisten identiteetti on selvemmin joko maalainen tai kaupunkilainen.

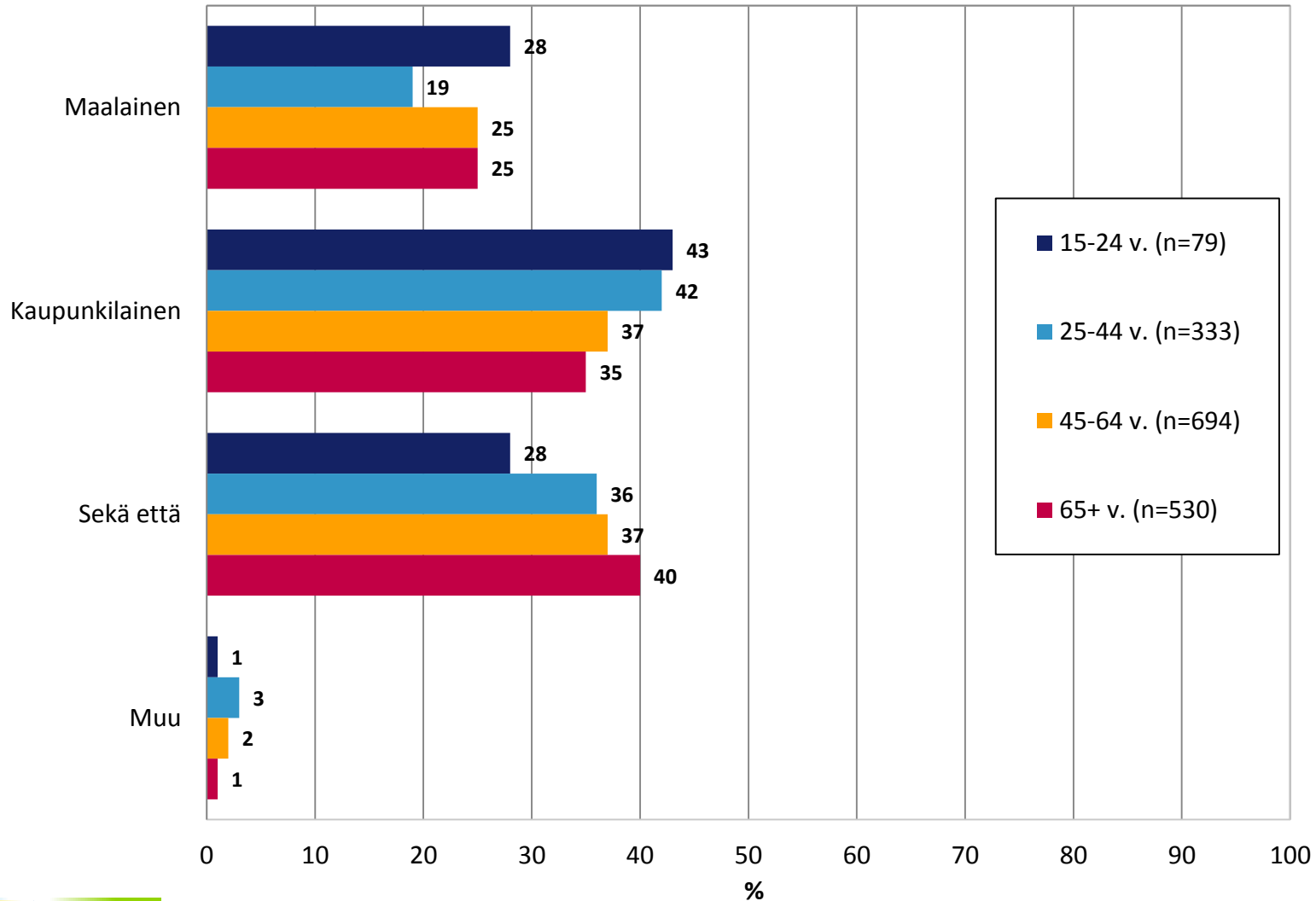
Identiteetti - Kansalaiset

Koetko itse olevasi..., n=kansalaiset



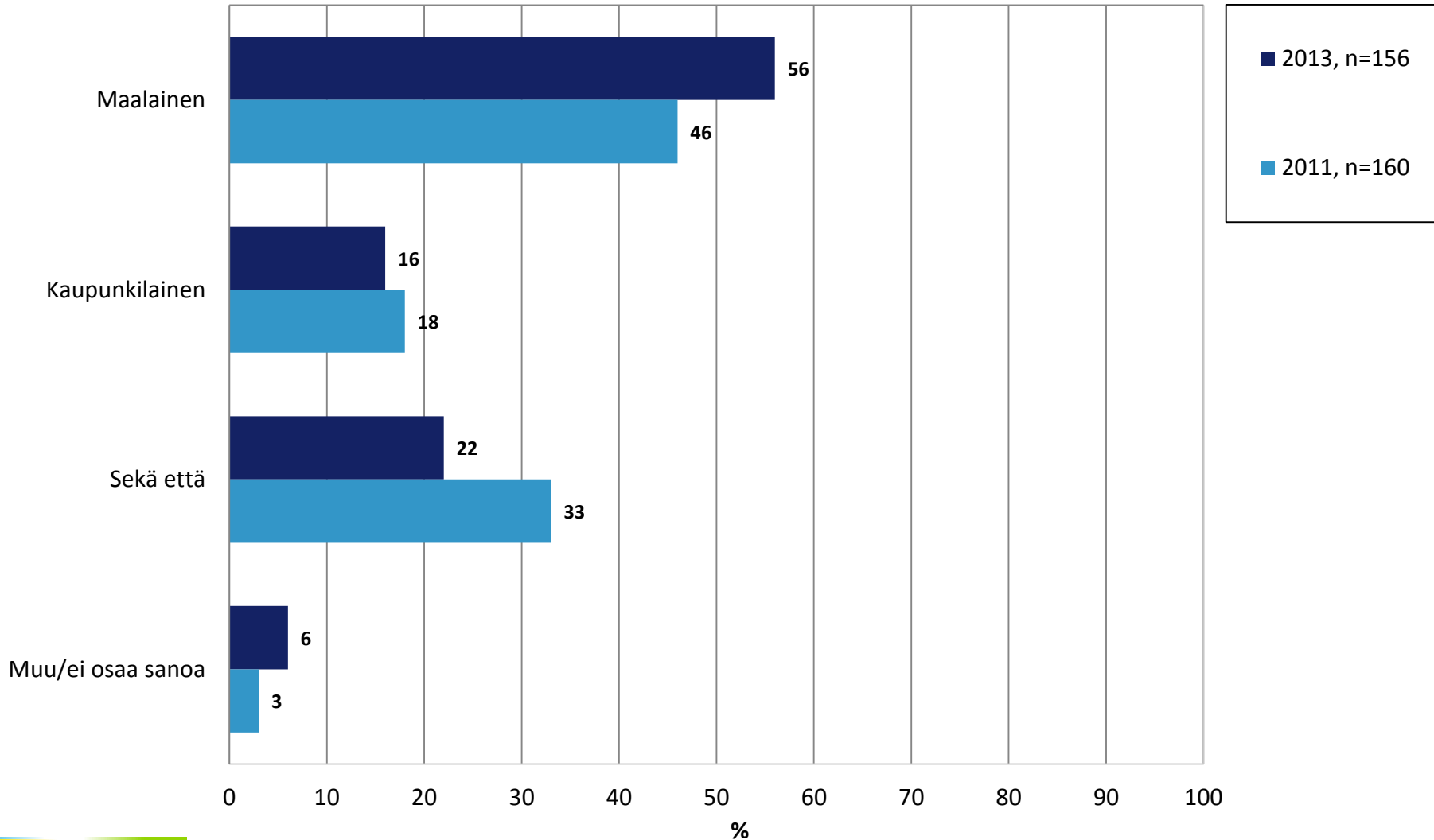
Identiteetti – Kansalaiset ikäryhmittäin

Koetko itse olevasi..., n=vastaajat



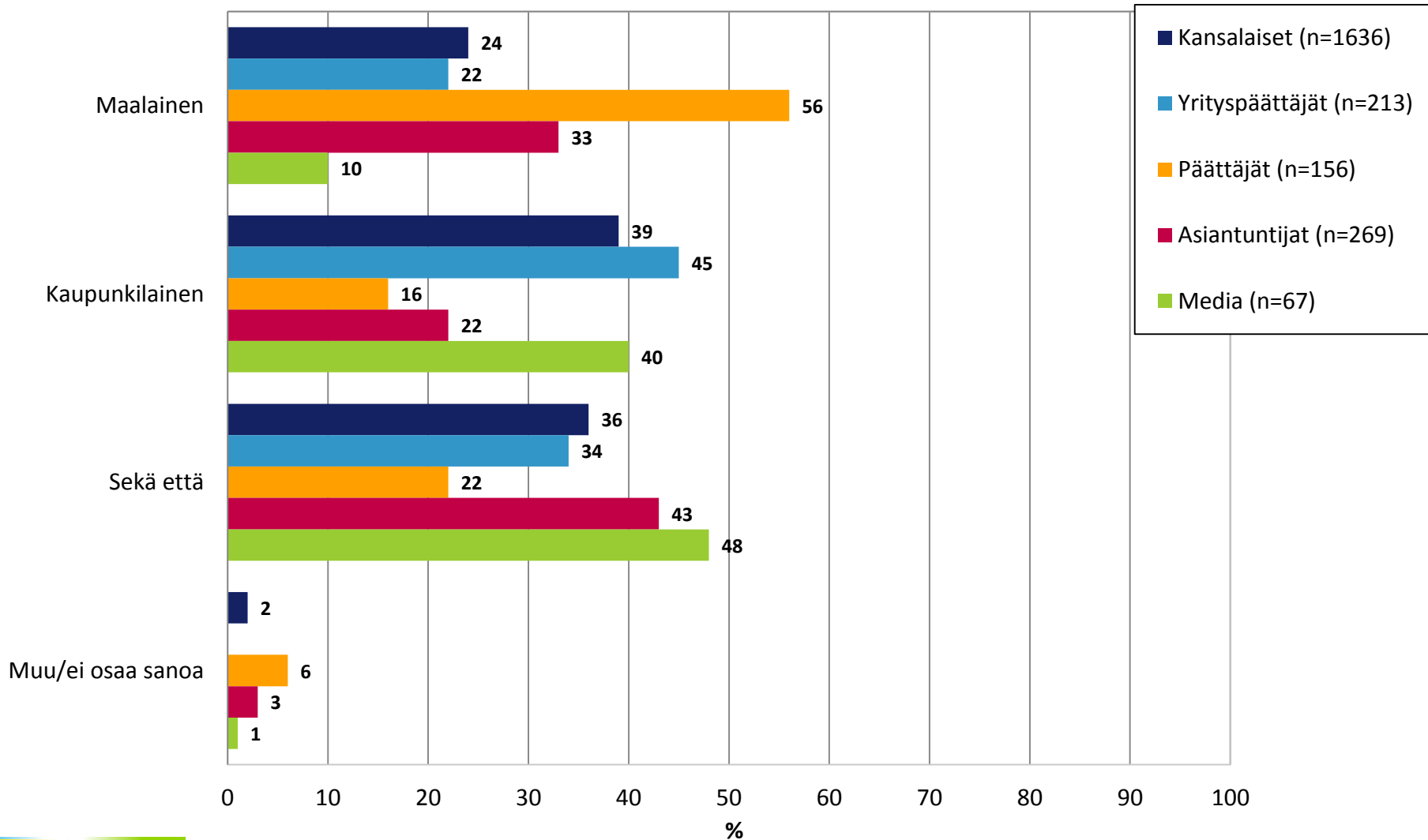
Identiteetti - Päätäjät

Koetko itse olevasi..., n=päätäjät



Identiteetti

Koetko itse olevasi..., n=vastaajat

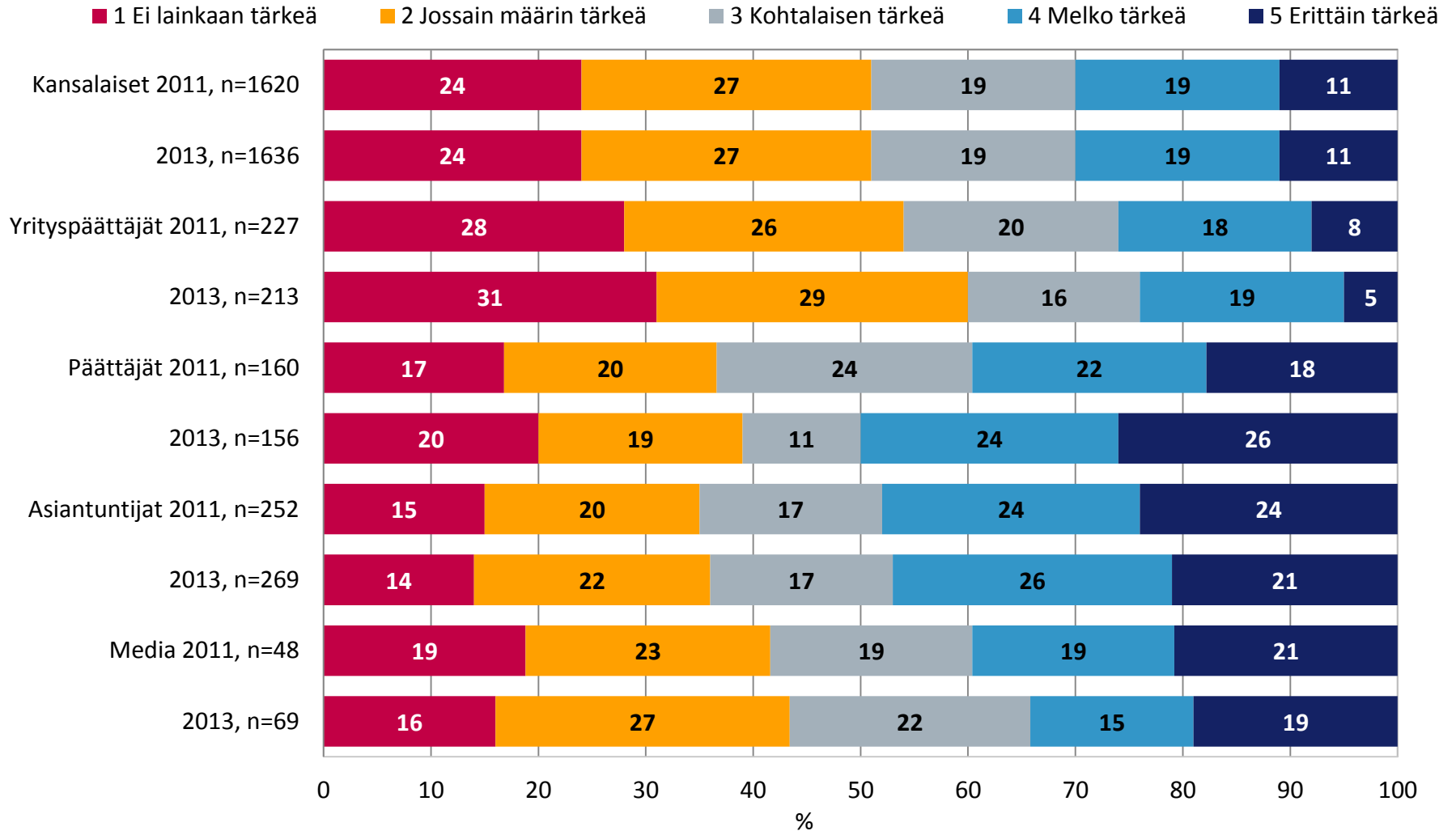


Maaseutu/kaupunki-identiteetti tärkein nuorille

- Kansalaisista maaseutu/kaupunki-identiteetti on tärkein nuorille, jotka jo muutoinkin ovat muita enemmän identiteetiltään maalaisia tai kaupunkilaisia. Identiteetti on siis nuorilla voimakas, oli se sitten maaseutu tai kaupunki.
- Itsensä maalaisiksi identiteetiltään mieltäville kansalaisille identiteetti on keskimääräistä tärkeämpi.
- Maaseutu/kaupunki-identiteetti on kansalaisiin verrattuna vieläkin tärkeämpi päättäjille ja maaseutuasiantuntijoille, joilla jo muutoinkin identiteetti on vahvemmin maalaishenkinen. Tässä voi toki pohtia, että johtuuko tulos siitä, että aseman puolesta olisi vastattu maaseutumyönteisemmin.
- Päättäjät-ryhmän vahva maaseutuidentiteetti selittyy sillä, että Suomessa on määrällisesti niin paljon pieniä maaseutukuntia.

Maaseutu/kaupunki -identiteetin tärkeys itselle

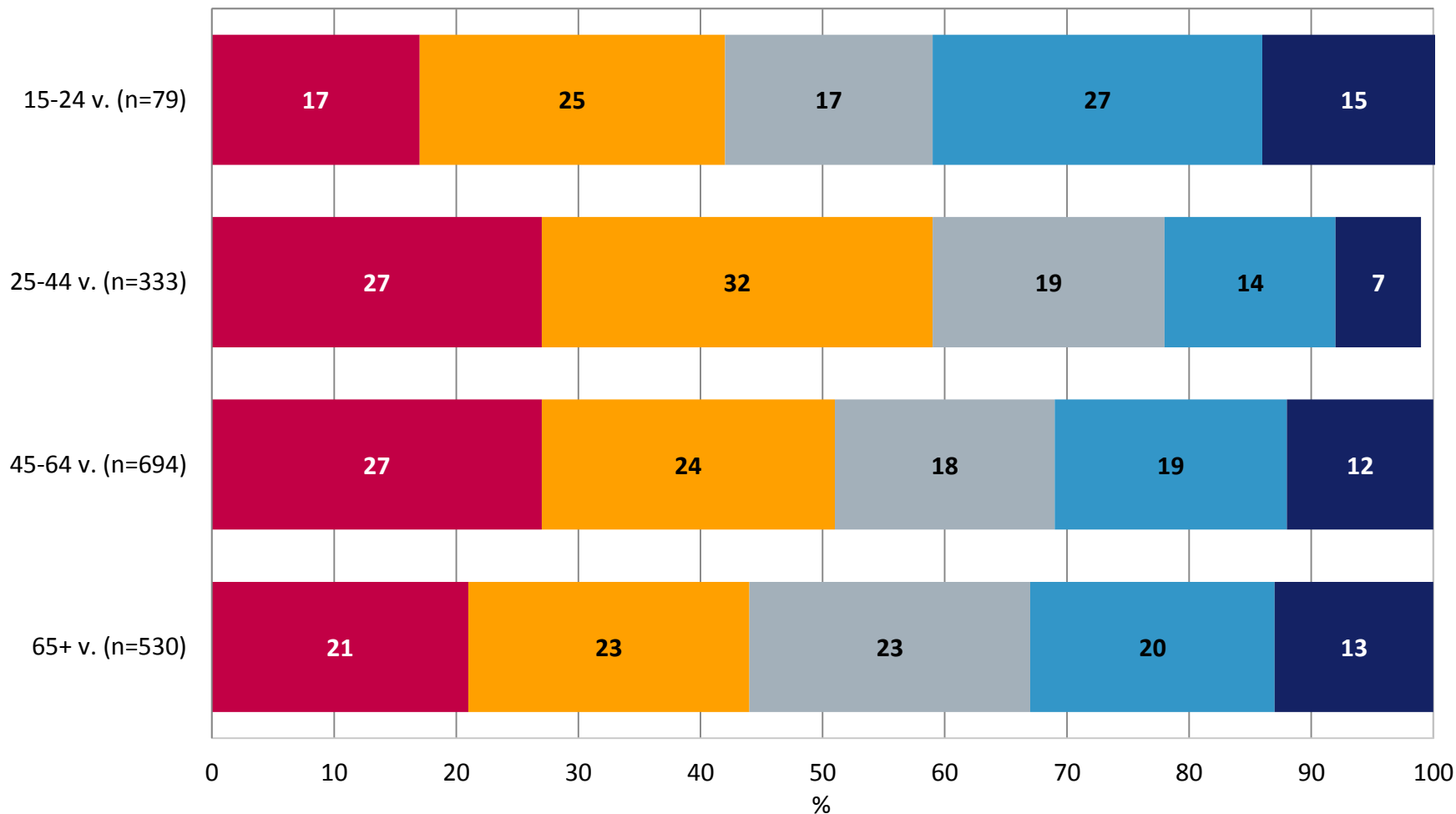
Kuinka tärkeäksi katsot maaseutu/kaupunki -identiteetin itsellesi, n=vastaajat



Maaseutu/kaupunki -identiteetin tärkeys itselle – Kansalaiset ikäryhmän mukaan

Kuinka tärkeäksi katsot maaseutu/kaupunki -identiteetin itsellesi, n=kansalaiset

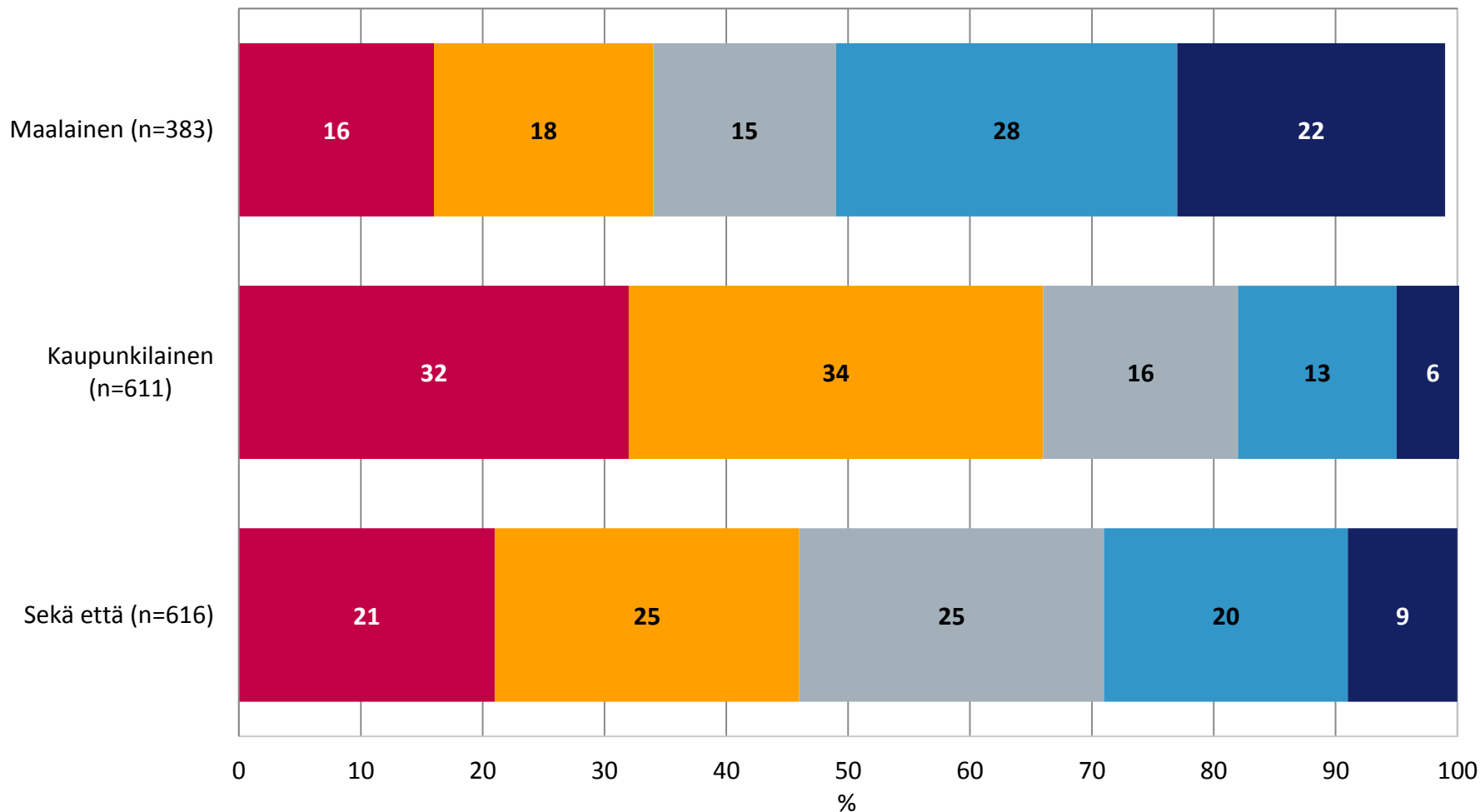
■ 1 Ei lainkaan tärkeä ■ 2 Jossain määrin tärkeä ■ 3 Kohtalaisen tärkeä ■ 4 Melko tärkeä ■ 5 Erittäin tärkeä



Maaseutu/kaupunki -identiteetin tärkeys itselle – Kansalaiset identiteetin mukaan

Kuinka tärkeäksi katsot maaseutu/kaupunki -identiteetin itsellesi, n=kansalaiset

■ 1 Ei lainkaan tärkeä ■ 2 Jossain määrin tärkeä ■ 3 Kohtalaisen tärkeä ■ 4 Melko tärkeä ■ 5 Erittäin tärkeä



06%

kotitalouksista ostaa säännöllisesti luomupossua.

täysi-ikäisistä on nähnyt lottomainontaa viimeisen 6 kk:n aikana.

75%

kotitalouksista on ostanut reilun kaupan ananaksia.

28%

14%

suomalaisista lukee näköisverkko-lehtiä.

suomalaisista on erittäin tyytyväisiä seksielämäänsä.

96%

EU-jäsenyyden puolesta.

73%

suomalaisista

yrityksistä harkitsee parhaillaan pankin vaihtamista.

04%

matkustanut laivalla Ruotsiin viimeisen vuoden aikana.

33%

viinien käyttäjiä on alle 25-vuotiaita.

19%

suomalaisista ei tiedä kuka on Stephen Elop.

21%

uutistoimittajista käyttää sosiaalista mediaa tiedonhankinnassa.

06%

kotitalouksista ostaa säännöllisesti luomupossua.

12%

kotitalouksista ei käytä lainkaan luomutuotteita.

14%

suomalaisista lukee näköisverkko-lehtiä.

20%

12%

kotitalouksista ei käytä lainkaan luomutuotteita.

14%

suomalaisista lukee näköisverkko-lehtiä.

20%

suomalaisista kannattaa Suomen liittymistä Natoon.

04%

yrityksistä harkitsee parhaillaan pankin vaihtamista.

Monipaikkaisuus

38%

suomalaisista katsoo netti-tv:tä

33%

pitää tuotteiden kotiin toimitusta verkkokaupan tärkeimpänä ominaisuutena

19%

suomalaisista ei tiedä kuka on Stephen Elop.

48%

ympäristöasioista viestiminen ole uskottavaa.

kotitalouksista

04%

yrityksistä aikoo vuosittain

kotitalouksista ostaa säännöllisesti luomupossua.

12%

75%

naisista uskoo rypyyvoiteiden tehoon

28%

suomalaisista on kokenut vuoden aikana matkapuhelimen kuuluvuus-

Maaseutuasuminen houkuttaa monia

- Suomalaisen henkiset juuret ovat maaseudulla, siitä ei ole epäilystäkään tämän tutkimuksen perusteella: jopa 41 prosentilla kansalaisista lapsuuden merkittävin ympäristö on maaseudun haja-asutusalueella. Jos mukaan lasketaan maaseudun taajamat, luku nousee lähes 60 prosenttiin.
- Vastaavasti vain seitsemällä prosentilla suomalaisista merkittävin lapsuuden ympäristö on ison kaupungin keskustassa. Laita-alueet mukaan lukien osuus nousee reiluun viidennekseen.
- Kun verrataan todellisuutta ja toiveita, kuva on samansuuntainen: joka kolmas suomalainen haluaisi asua vakituisesti maaseudulla, mutta tällä hetkellä se on todellisuutta vain viidennekselle kansasta.
- Yli puolet (51 prosenttia) kansalaisista asuu isossa kaupungissa – joko sen keskustassa tai laidoilla – mutta vain 38 prosenttia pitää sitä toiveidensa mukaisena asumisena.

Lapsiperheet viihtyvät maaseudulla ison kaupungin kupeessa

- Miehistä hieman useampi (20 prosenttia) kuin naisista (17 prosenttia) pitää mieluisimpana asuinpaikkanaan maaseudun haja-asutusalueita.
- Naiset ilmeisesti painottavat miehiä enemmän arjen sujuvuutta ja mukavuustekijöitä sekä kulttuuritarjontaa, koska he suosivat hieman enemmän kaupunkimaista asumista kuin miehet. Kaiken kaikkiaan sukupuolten välillä ei ole kuitenkaan suuria eroja.
- Talouden elinvaihe vaikuttaa mieltymyksiin odotetulla tavalla: lapsiperheillä vaakakupissa painavat oletettavasti edulliset asuineliöt ja rauhallinen ympäristö, joten heistä 23 prosenttia pitää toivepaikkanaan maaseudun haja-asutusalueita.
- Toisaalta lapsiperheiden vanhemmat asettuisivat mielellään myös ison kaupungin laiduille. Suomessa nämä ovat kuitenkin usein yksi ja sama asia: esimerkiksi Vantaalla tai Nurmijärvellä on paljon asemakaava-alueiden ulkopuolisia asuinalueita (siis maaseudun haja-asutusalueita), joka kuitenkin sijaitsee ison kaupungin laidalla.
- Sinkkuja maaseutu ei vedä puoleensa niin paljon: vain 11 prosenttia yksinäistalouksista pitää haja-asutusalueita toiveidensa täyttymyksenä.

Kokoomuslaiset viihtyvät kaupungissa

- Asuinpaikkatoiveiden suhteen maaseutuhenkisimpiä ihmisiä ovat keskustan, RKP:n ja perussuomalaisien kannattajat, joista noin kolmannes ilmoittaa toiveidensa asuinpaikaksi maaseudun haja-asutusalueen.
- Perussuomalaisilla ja keskustalaisilla maaseutuasuminen on myös monesti todellisuutta. Minkään muiden puolueiden kannattajista niin suuri osa ei asu maaseudun haja-asutusalueella kuin näiden kahden puolueen, joilla on toki yhteisiä historiallisia juuria SMP:n ja Maalaisliiton ajoilta.
- Kokoomuksen kannattajista haja-asutusalue vetää puoleensa vain seitsemää prosenttia; vihreilläkin luku on sentään 12 prosenttia. Vihreiden kannattajilla toiveiden ja todellisuuden ero on keskimääräistä suurempi, mikä selittyy paljolti kannattajakunnan ikärakenteella: nuori väki ei ole vielä päässyt taloudellisesti tai sosiaalisesti siihen asemaan, että pystyisi hakeutumaan toiveidensa mukaiseen asumismuotoon tai -paikkaan.
- Kokoomuksen kannattajat sen sijaan ovat tyytyväisiä kaupunkilaisia: yli viidennes heistä toivoisi asuvansa ison kaupungin keskustassa, ja laita-alueet mukaan lukien jopa puolet kokoomuksen kannattajista on kaupunkilaishenkistä väkeä.

Siteet maaseutuun syntyvät eri tavoin

- Vaikka suomalaisilla on paljon siteitä maaseutuun, ikäryhmiä tarkasteltaessa näkyy viitteitä siitä, että Suomi olisi muuttumassa hitusen kaupunkilaisempaan suuntaan.
- Nuorimmista, alle 45-vuotiaista vastaajista noin joka kolmannelle maaseudun haja-asutusalue on merkittävin lapsuuden ympäristö. Tätä vanhemmilla osuus on noin 47 prosenttia.
- Tarkasteltaessa pääasiallista asuinpaikkaa, on se alle 45-vuotiailla keskimääräistä useammalla kaupungissa tai ison kaupungin laidoilla. Myös työpaikat sijoittuvat samoille alueille.
- Tätä kehitystä on toki myötävaikuttanut yhteiskunnassa tapahtunut muutos asumisen ja työpaikkojen keskittymisen myötä.
- Maaseudun puolesta puhuu kuitenkin se, että haluttaisiin asua pikemminkin maaseutumaisessa asuinympäristössä kuin ison kaupungin keskustassa.
- Nykyisin siteet syntyvät yhä enemmän omakohtaisen kokemuksen kautta ja kysyntälähtöisesti.

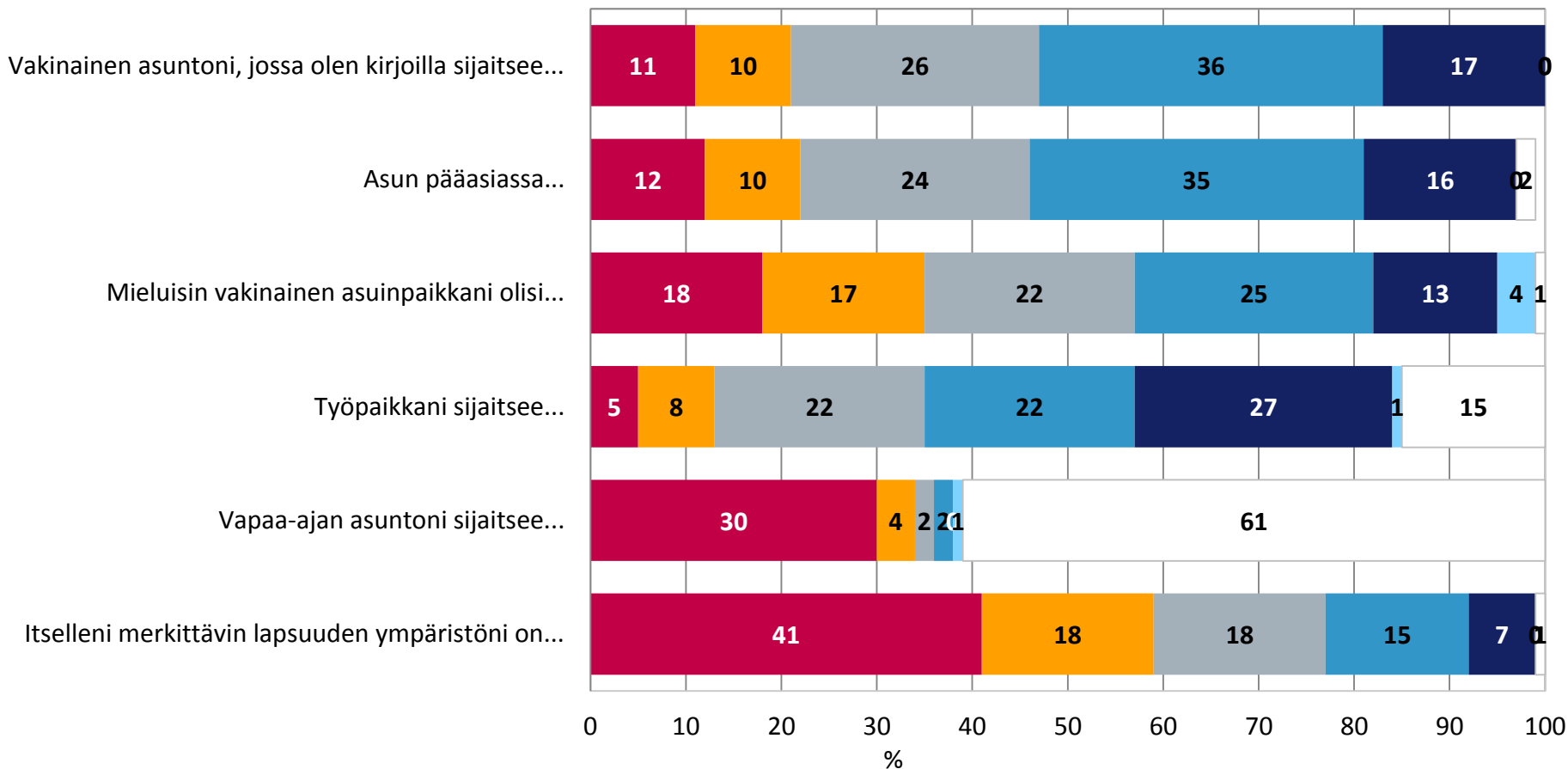
Monipaikkaista elämää, erityisesti vapaa-ajalla

- Suomalainen yhteiskunta on viime vuosikymmenten nopean kehityksen aikana muodostunut identiteetiltään liikkuvaiseksi ja monipaikkaiseksi: yli puolet on elämänsä aikana asunut useilla paikkakunnilla ja heillä on itselleen merkityksellisiä juuria sekä paljon ystäviä nykyisen asuinpaikkansa ulkopuolella.
- Lisäksi yli puolet viettää lomansa ja vapaa-aikansa vaihtelevissa paikoissa.
- Mutta kun katsotaan asiaa työelämän näkökulmasta, suomalainen yhteiskunta ei vaikutakaan kovin mobiililta: vain viidenneksellä koti ja työpaikka ovat eri paikkakunnilla, reilu kymmenesosa asuu osan viikosta muualla kuin kotonaan ja vaivaiset kuusi prosenttia tekee säännöllisesti etätyötä.
- Suomalainen ei vielä näytä olevan vetreä monipaikkalintu pääskysen tapaan; pikemminkin hän on läpi vuoden samoilla sijoillaan sinnittelevä hömötiainen, joka kuitenkin toisinaan lähtee vaellukselle elannon perässä.

Omaa tilannetta parhaiten kuvaava paikkakuntatyyppi

Valitse kuhunkin väittämään omaan tilannettasi parhaiten kuvaava paikkakuntatyyppi. Kansalaiset, n=1636

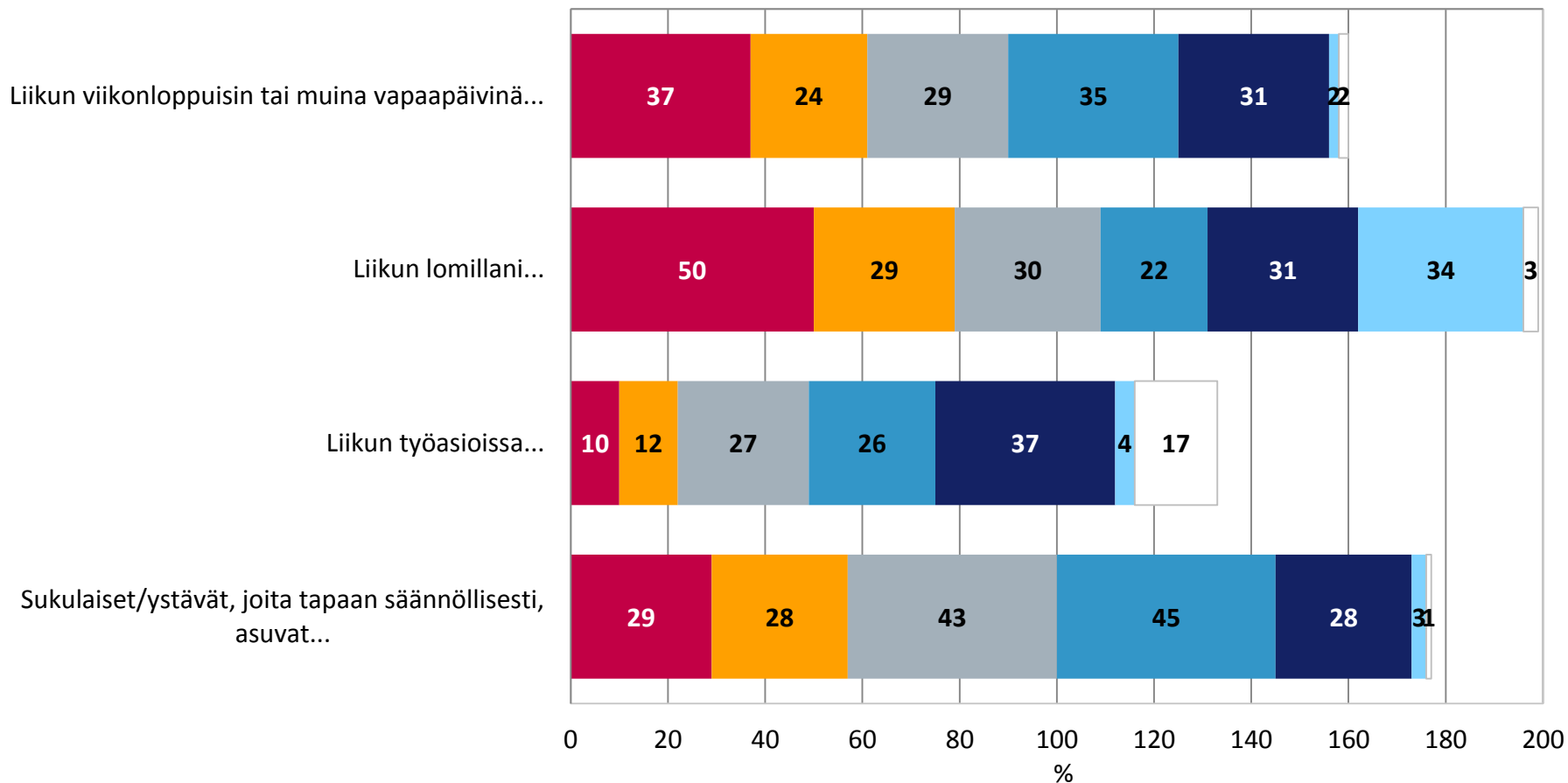
- Suomessa maaseudulla haja-asutusalueella
- Suomessa maaseudulla taajamassa
- Suomessa pikkukaupungissa
- Suomessa ison kaupungin laidoilla
- Suomessa ison kaupungin keskustassa
- Ulkomailla
- Ei osaa sanoa/ei vapaa-ajan asuntoa



Tämän hetkiseen elämäntapaan liittyvät paikat

Valitse kuhunkin väittämään ne paikkakuntatyytit, jotka liittyvät hyvin tämän hetkiseen elämäntapaasi. Kansalaiset, n=1636

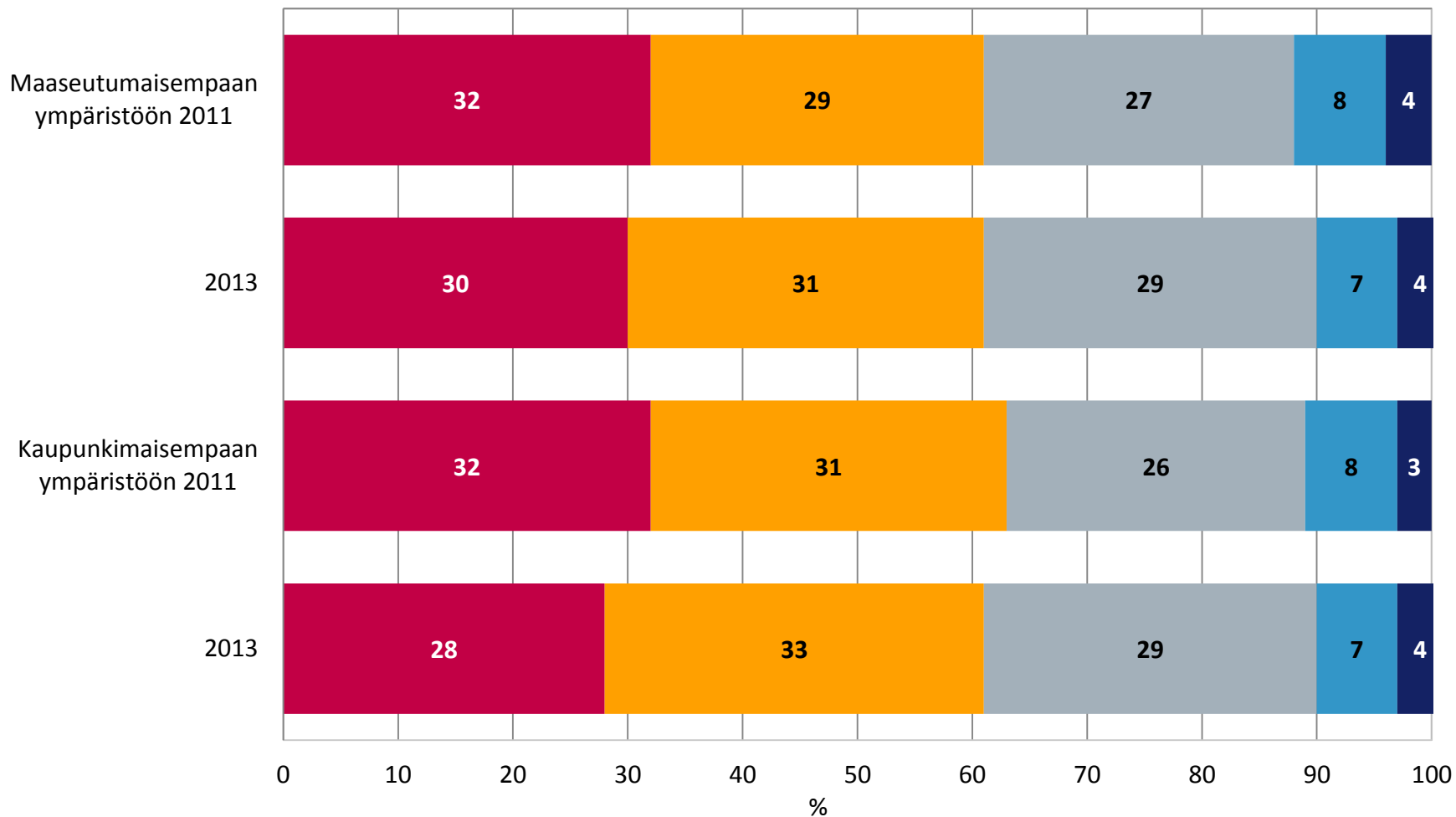
- Suomessa maaseudulla haja-asutusalueella
- Suomessa maaseudulla taajamassa
- Suomessa pikkukaupungissa
- Suomessa ison kaupungin laidoilla
- Suomessa ison kaupungin keskustassa
- Ulkomailla
- Ei osaa sanoa/ei liiku



Aikooko lähitulevaisuudessa muuttaa...

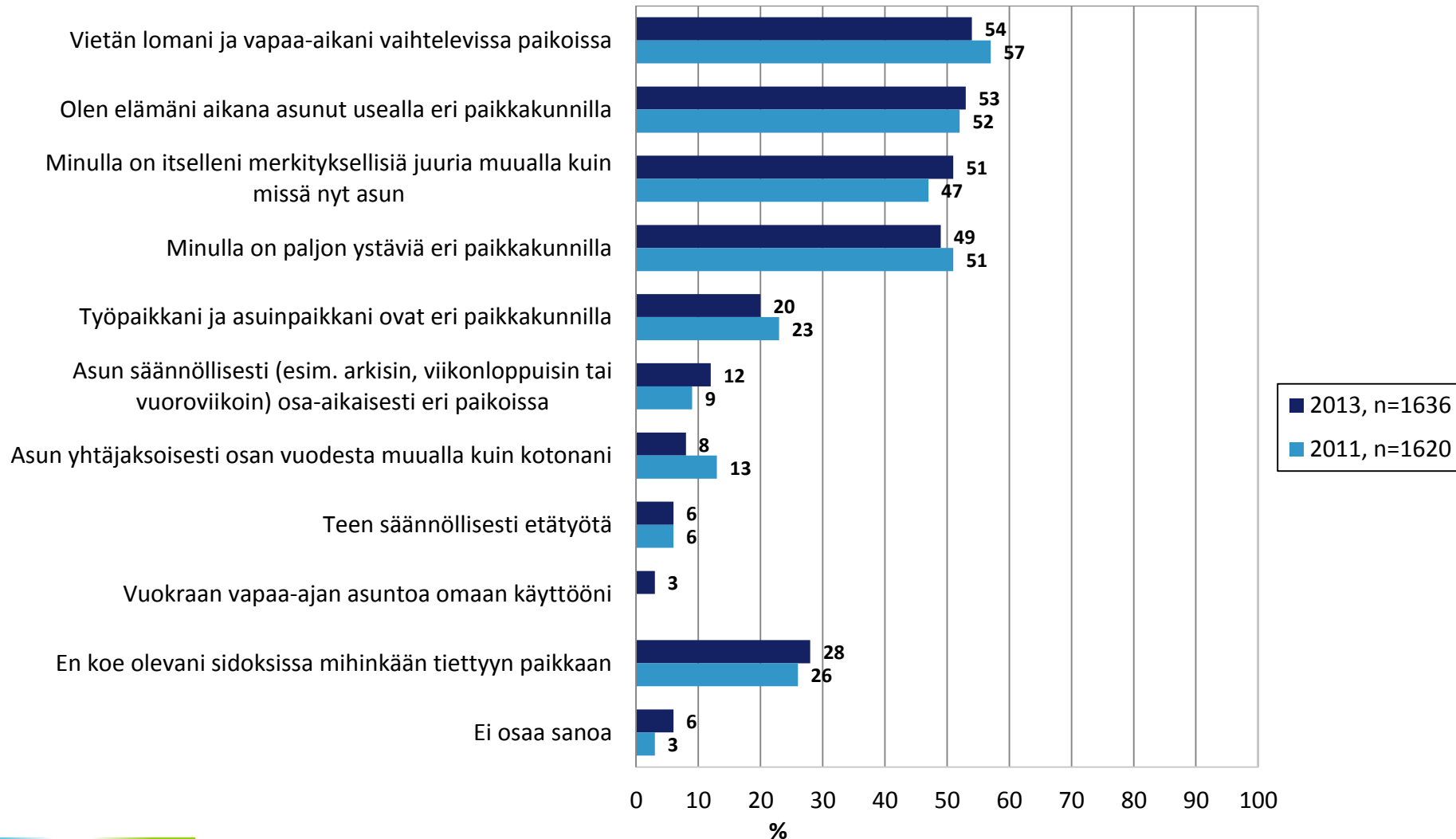
kansalaiset, 2013 n=1636, 2011 n=1620

■ 1 Täysin varmasti en muuta ■ 2 Melko varmasti en muuta ■ 3 Mahdollisesti ■ 4 Melko varmasti muutan ■ 5 Täysin varmasti muutan



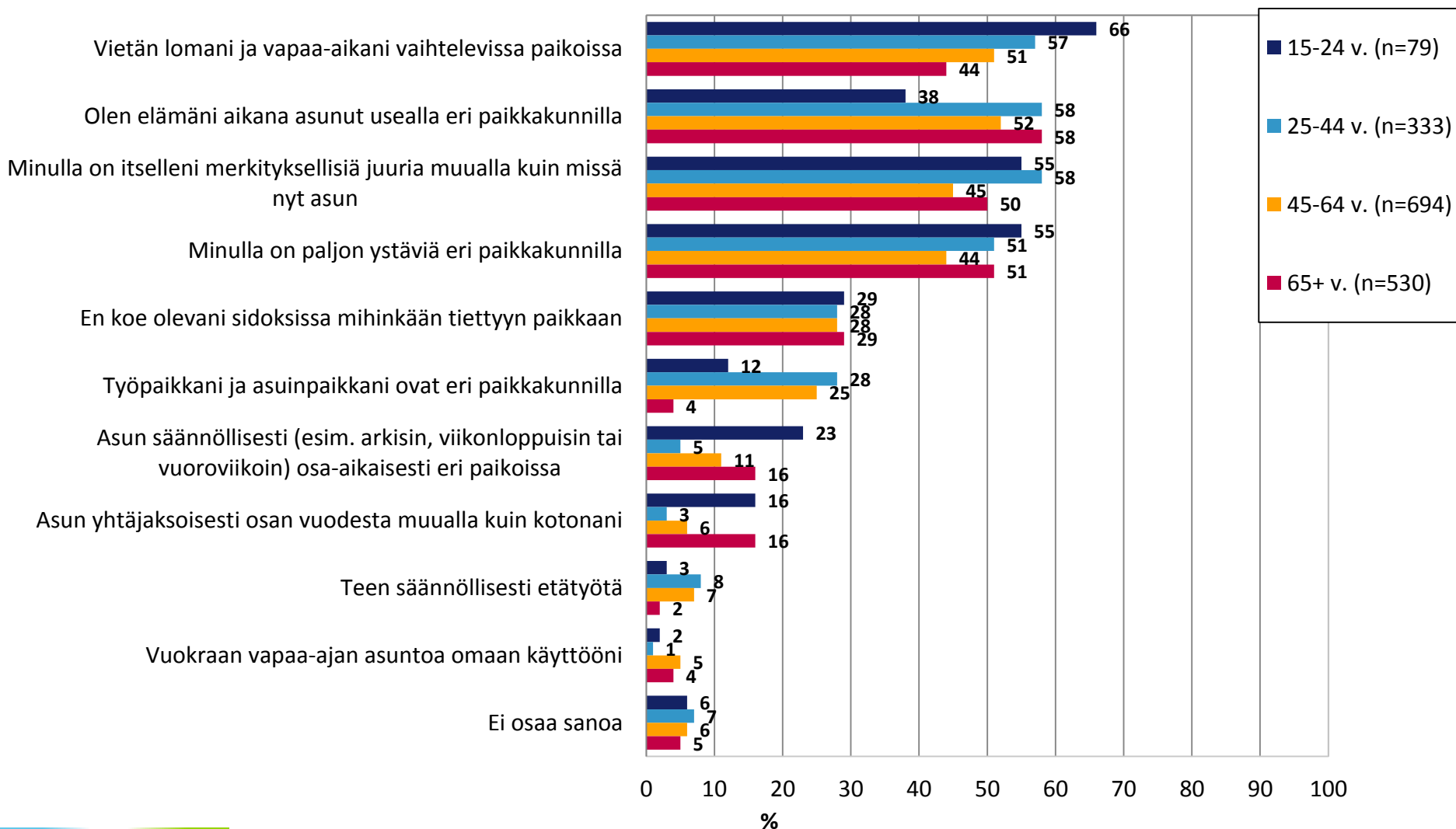
Eri paikkojen merkitys

Monilla paikoilla voi olla ihmisille erilaisia merkityksiä. Miten tämä ilmenee elämässäsi? n=Kansalaiset



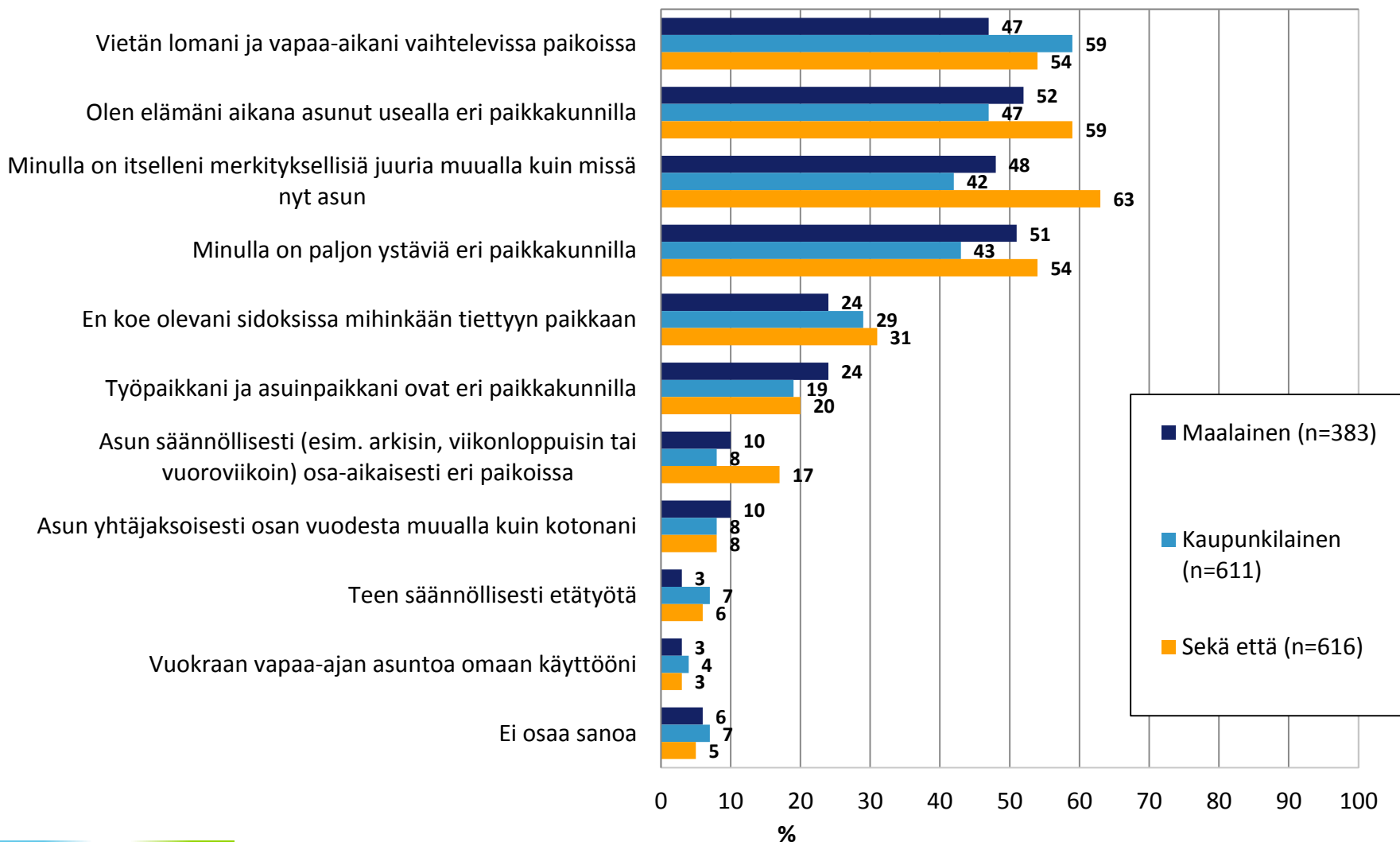
Eri paikkojen merkitys - Kansalaiset ikäryhmän mukaan

Monilla paikoilla voi olla ihmisille erilaisia merkityksiä. Miten tämä ilmenee elämässäsi? n=kansalaiset



Eri paikkojen merkitys - Kansalaiset identiteetin mukaan

Monilla paikoilla voi olla ihmisille erilaisia merkityksiä. Miten tämä ilmenee elämässäsi? n=kansalaiset



06%
kotitalouksista ostaa säännöllisesti luomupossua.

täysi-ikäisistä on nähnyt lottomainontaa viimeisen 6 kk:n aikana.

28%
kotitalouksista on ostanut reilun kaupan ananaksia.

14%
suomalaisista lukee näköisverkko-lehtiä.

04%
suomalaisista on erittäin tyytyväisiä seksielämäänsä.

73%
suomalaisista EU-jäsenyyden puolesta.

04%
yrityksistä harkitsee parhaillaan pankin vaihtamista.

33%
matkustanut laivalla Ruotsiin viimeisen vuoden aikana.

viinien käyttäjistä on alle 25-vuotiaita.

12%
kotitalouksista ei käytä lainkaan luomutuotteita.

14%
suomalaisista lukee näköisverkko-lehtiä.

20%
suomalaisista kannattaa Suomen liittymistä Natoon.

04%
yrityksistä harkitsee parhaillaan pankin vaihtamista.

Hyvän elämän elementit

19%
suomalaisista ei tiedä kuka on Stephen Elop.

21%
uutistoimittajista käyttää sosiaalista mediaa tiedonhankinnassa.

06%
kotitalouksista ostaa säännöllisesti luomupossua.

12%
kotitalouksista ei käytä lainkaan luomutuotteita.

14%
suomalaisista lukee näköisverkko-lehtiä.

38%
suomalaisista katsoo netti-tv:tä.

33%
pitää tuotteiden kotiin toimitusta verkkokaupan tärkeimpänä ominaisuutena.

19%
suomalaisista ei tiedä kuka on Stephen Elop.

ympäristöasioista viestiminen ole uskottavaa.

04%
yrityksistä aikoo vuosittain kotiutuokaa.

12%
kotitalouksista ostaa säännöllisesti luomupossua.

75%
naisista uskoo ryppyvoiteiden tehoon.

28%
suomalaisista on kokenut vuoden aikana matkapuhelimen kuuluvuus-

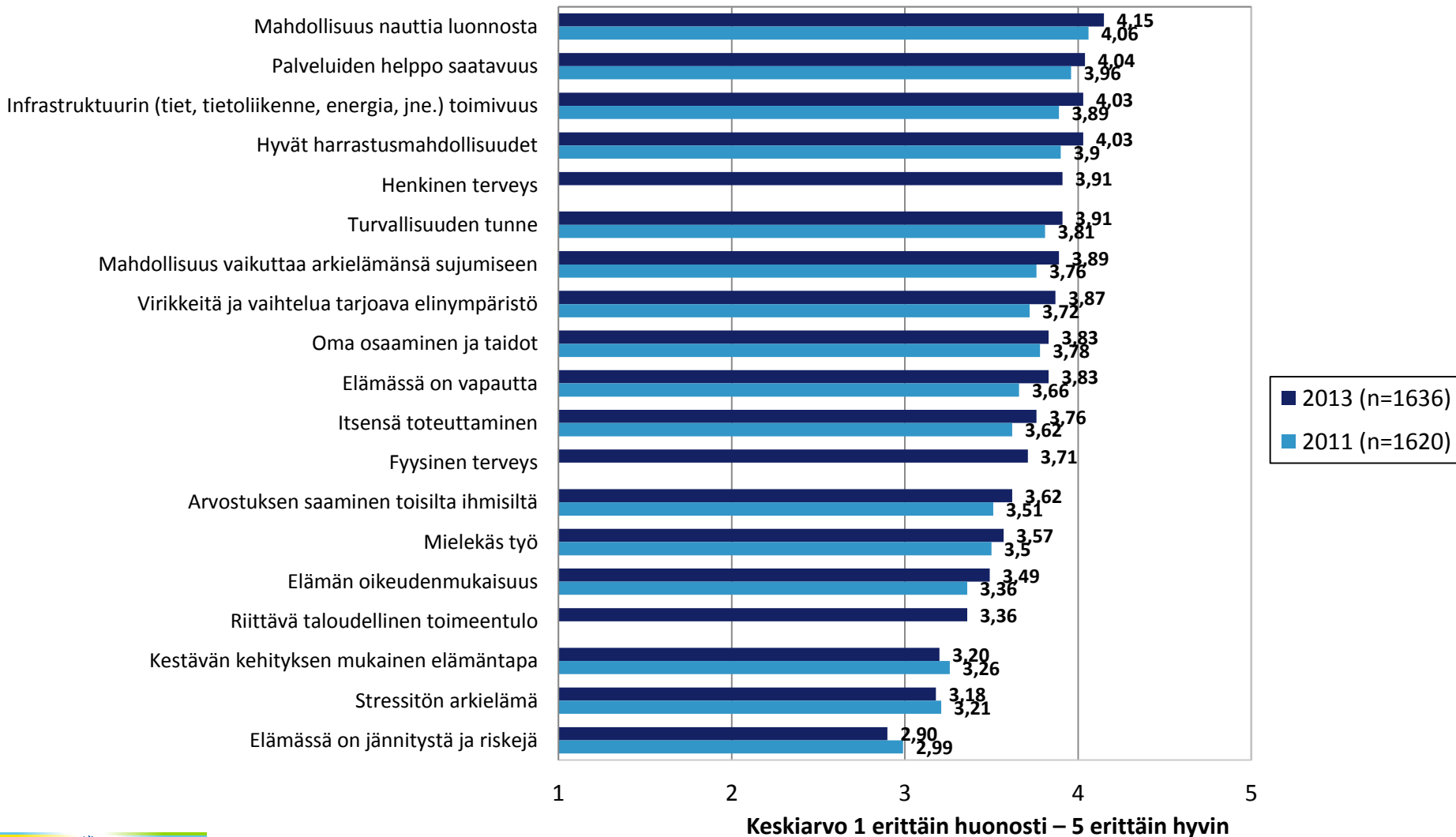
20%

Hyvä elämä – mistä se muodostuu?

- Maaseutuun liitetään vahvasti ajatus ”hyvästä elämästä”. Mitä sitten ovat tämän hyvän elämän elementit?
- Vuoden 2011 Maamerkit-barometrissa selvitettiin hyvän elämän elementtien tärkeyttä. Tällöin saatiin selville, että eniten merkitystä on terveydellä (sekä psyykinen että fyysinen).
- Eniten kansalaiset kokevat elämässään toteutuvan mahdollisuuden nauttia luonnosta, mikä toteutuu sitä vahvemmin, mitä harvempaan asutulla alueella asuu.
- Maaseudun vahvuutena voidaan pitää elämän vapautta sekä omaa osaamista ja taitoja, jotka ovat tärkeitä hyvän elämän elementtejä ja toteutuvat maaseudulla kaupunkimaista asuinympäristöä paremmin.
- Myös palvelujen helppo saatavuus toteutuu, mutta sitä paremmin, mitä kaupunkimaisemmalla alueella asutaan. Toimiva infrastruktuuri ja harrastusmahdollisuudet toteutuvat paremmin kaupunkimaisessa ympäristössä asuvilla kuin maaseudulla asuvilla.

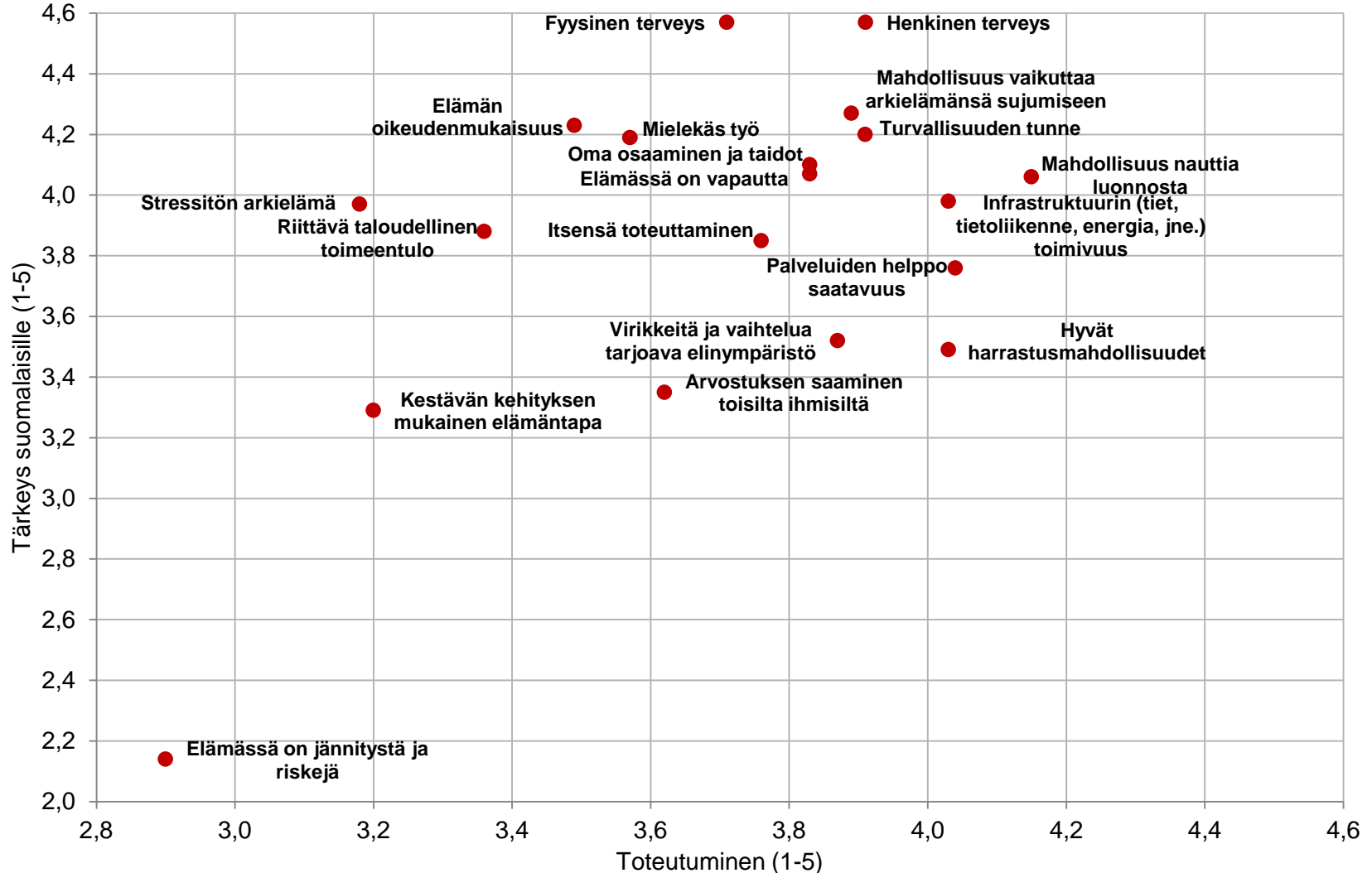
Hyvän elämän elementit - Kansalaiset

Miten hyvin seuraavat asiat toteutuvat elämässäsi? n=kansalaiset



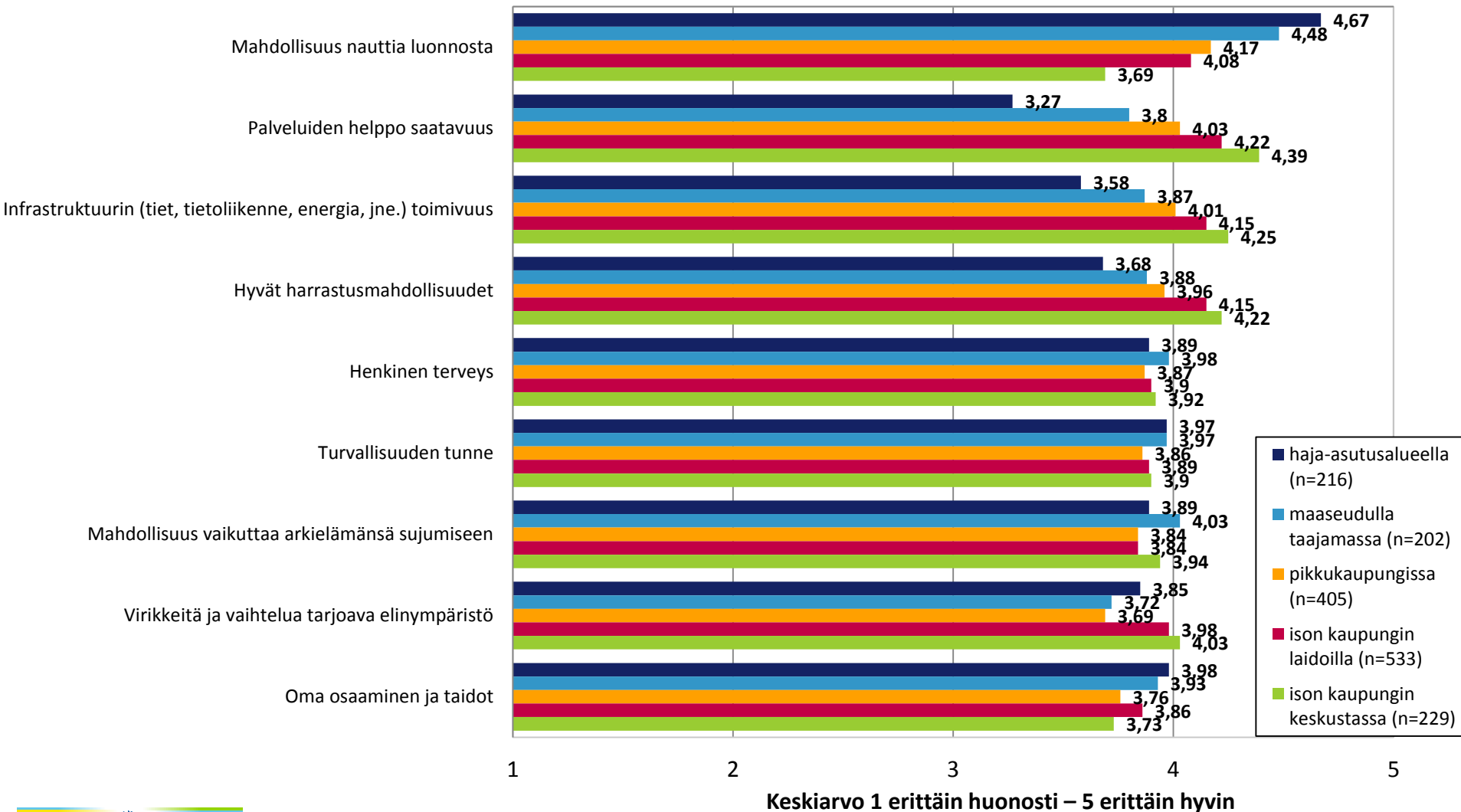
Hyvän elämän elementit – Kansalaiset

Miten hyvin seuraavat asiat toteutuvat elämässäsi? Kansalaiset n=1636, Tärkeys kysytty vuoden 2011 Maamerkit-barometrissa (n=1620)



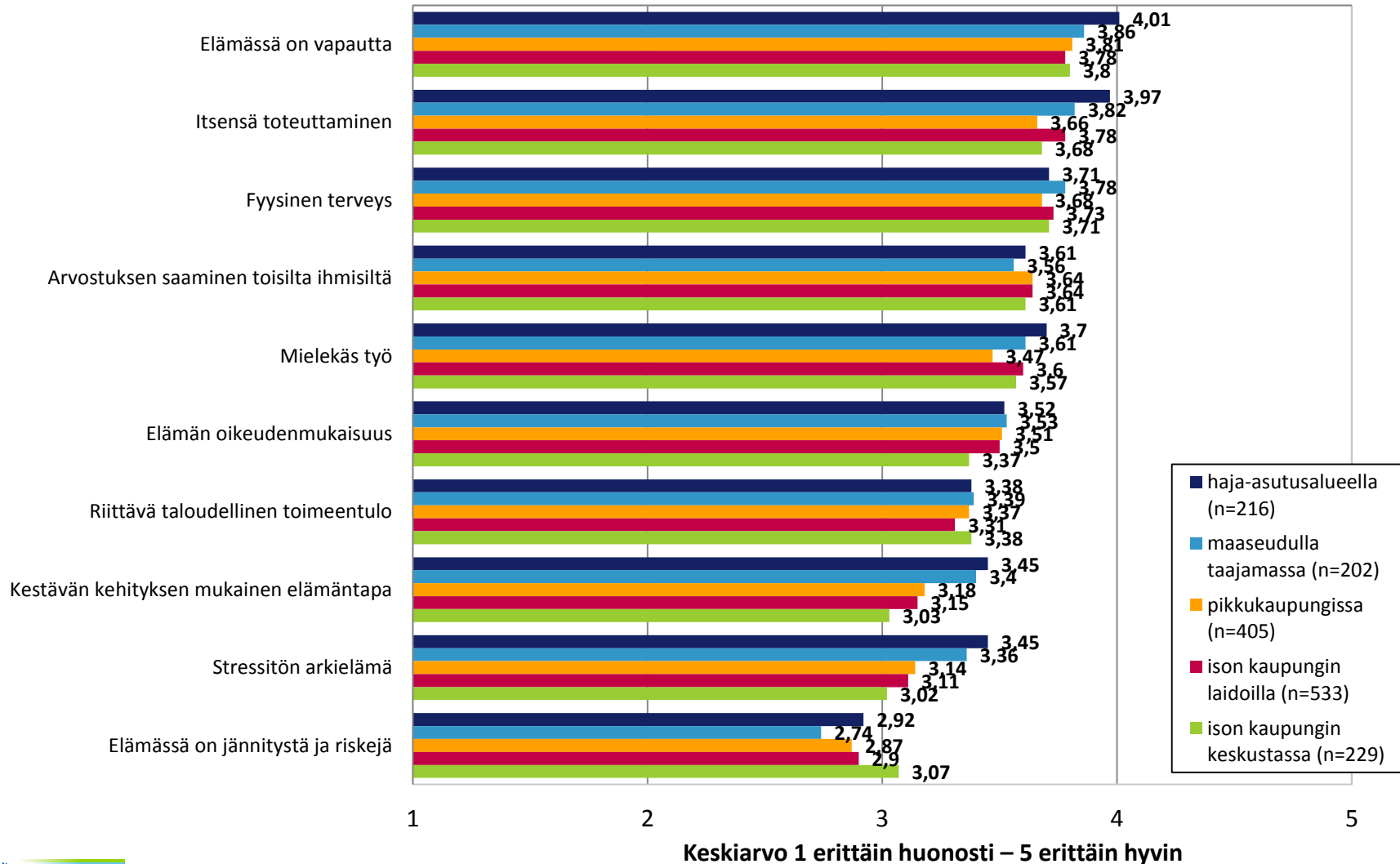
Hyvän elämän elementit - Kansalaiset asuinalueen mukaan (1/2)

Miten hyvin seuraavat asiat toteutuvat kohdallasi? n=kansalaiset



Hyvän elämän elementit - Kansalaiset asuinalueen mukaan (2/2)

Miten hyvin seuraavat asiat toteutuvat kohdallasi? n=kansalaiset



06%

kotitalouksista ostaa säännöllisesti luomupossua.

täysi-ikäisistä on nähnyt lottomainontaa viimeisen 6 kk:n aikana.

75%

kotitalouksista on ostanut reilun kaupan ananaksia.

28%

14%

suomalaisista lukee näköisverkko-lehtiä.

suomalaisista on erittäin tyytyväisiä seksielämäänsä.

96%

EU-jäsenyyden puolesta.

73%

suomalaisista

yrityksistä harkitsee parhaillaan pankin vaihtamista.

04%

matkustanut laivalla Ruotsiin viimeisen vuoden aikana.

33%

viinien käyttäjiä on alle 25-vuotiaita.

19%

suomalaisista ei tiedä kuka on Stephen Elop.

21%

uutistoimittajista käyttää sosiaalista mediaa tiedonhankinnassa.

06%

kotitalouksista ostaa säännöllisesti luomupossua.

12%

kotitalouksista ei käytä lainkaan luomutuotteita.

14%

suomalaisista lukee näköisverkko-lehtiä.

20%

12%

kotitalouksista ei käytä lainkaan luomutuotteita.

14%

suomalaisista lukee näköisverkko-lehtiä.

20%

suomalaisista kannattaa Suomen liittymistä Natoon.

04%

yrityksistä harkitsee parhaillaan pankin vaihtamista.

Maaseudun merkitykset

38%

suomalaisista katsoo netti-tv:tä

33%

pitää tuotteiden kotiin toimitusta verkkokaupan tärkeimpänä ominaisuutena

19%

suomalaisista ei tiedä kuka on Stephen Elop.

ympäristöasioista viestiminen ole uskottavaa.

48%

kotiruokaa.

04%

yrityksistä aikoo vuosittain

kotitalouksista ostaa säännöllisesti luomupossua.

12%

75%

naisista uskoo ryppyvoiteiden tehoon

28%

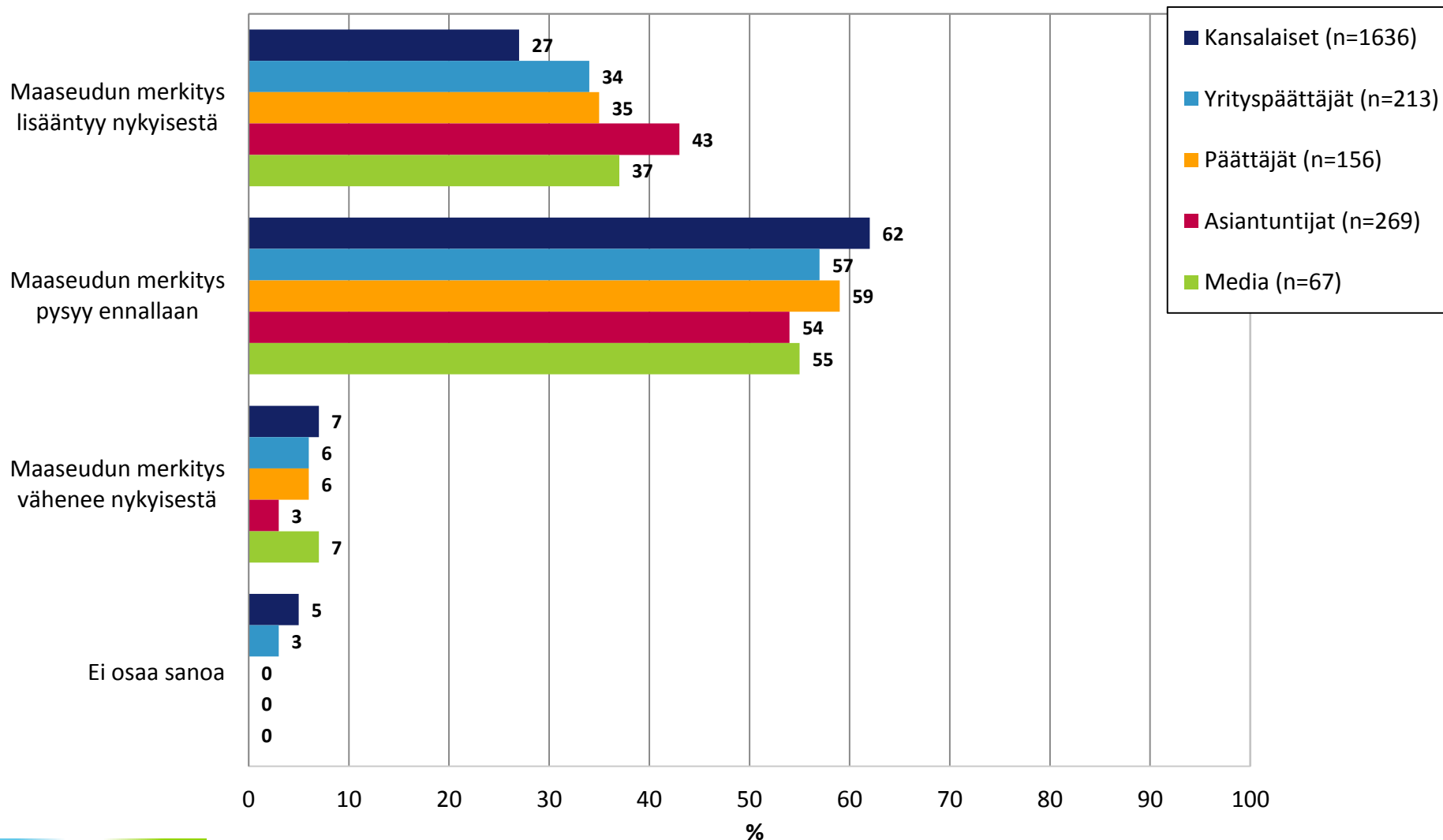
suomalaisista on kokenut vuoden aikana matkapuhelimen kuuluvuus-

Maaseudun merkitykset – nyt ja tulevaisuudessa

- Maaseudun merkitys pysyy vastaajien mukaan vähintäänkin nykyisellä tasolla tulevaisuudessa sekä itselle että Suomelle. Päättäjät ja asiantuntijat sekä yrittäjät uskovat vahvimmin maaseudun merkitykseen tulevaisuuden Suomessa.
- Kansalaisille maaseutu merkitsee puhdasta ja vastuullisesti tuotettua ruokaa, tärkeää osaa omaa kulttuuriperintöä, tilaa ja rauhaa sekä elämysten lähdeä. Nämä tekijät luokittevat tärkeiksi myös muille maaseutubarometrin vastaajaryhmille. Alle 45-vuotialle kansalaisille näillä on vahvaa merkitystä myös tulevaisuudessa, mikä on maaseutua ajatellen myönteistä.
- Kun katsotaan tulevaan (sekä merkityksiä että toiveita ja uskomuksia), arvioidaan edelleen saatavan puhdasta ja vastuullisesti tuotettua ruokaa; erityisesti luomu- ja lähiruokaa toivotaan ja uskotaan olevan saatavilla. Tosin uskotaan myös vahvasti, että maatalous on tehostunut entisestään. Tämä voi olla myönteistäkin, jos näin pystytään tuottamaan luomu- ja lähiruokaa. Maaseutu tarjoaa edelleen tilaa ja rauhaa, mutta uhkakuvana on jopa liiallinen autioituminen.

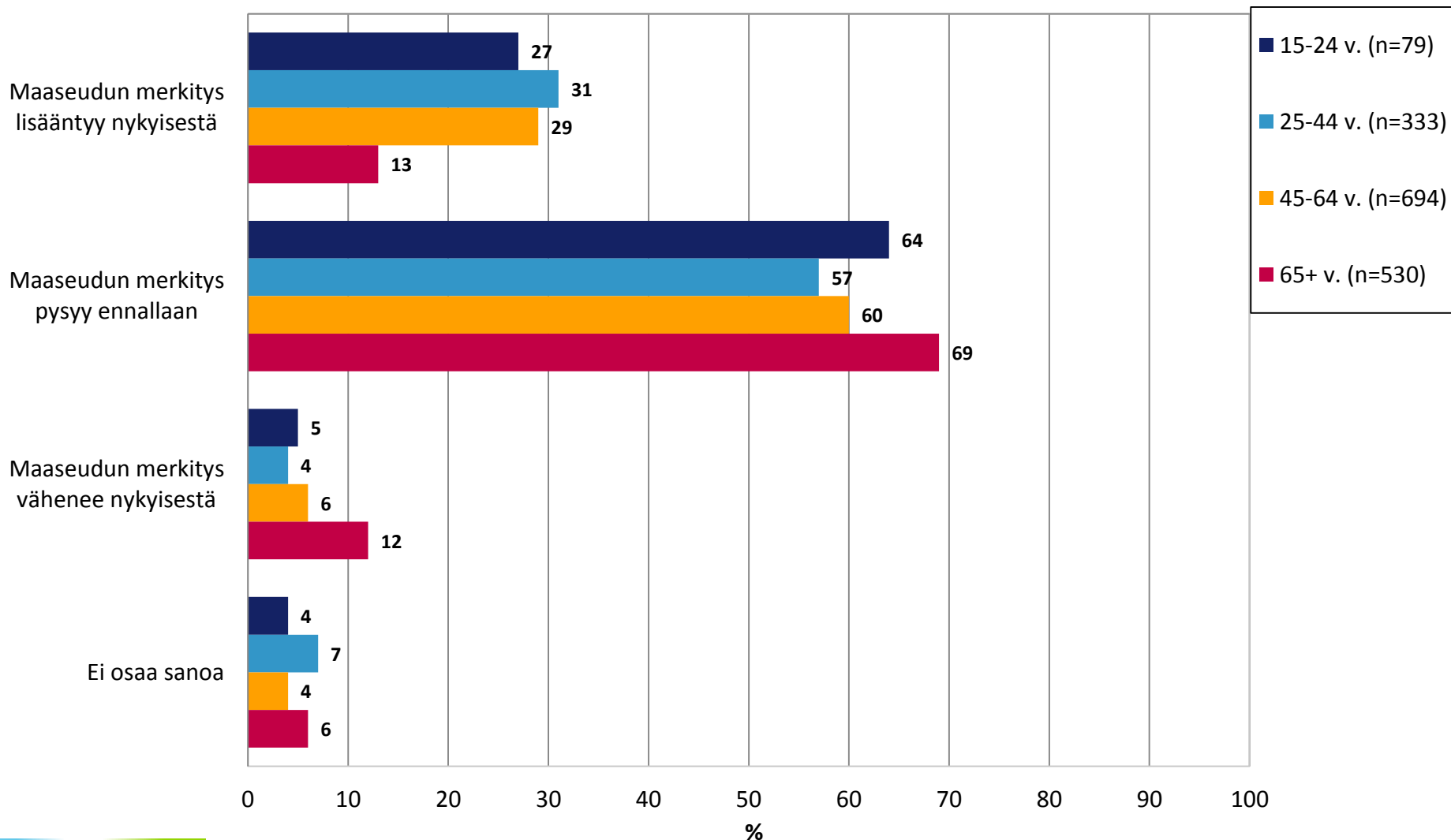
Maaseudun merkitys itselle tulevaisuudessa

Miten arvioit maaseudun merkityksen itsellesi muuttuvan tulevaisuudessa, n=vastaajat



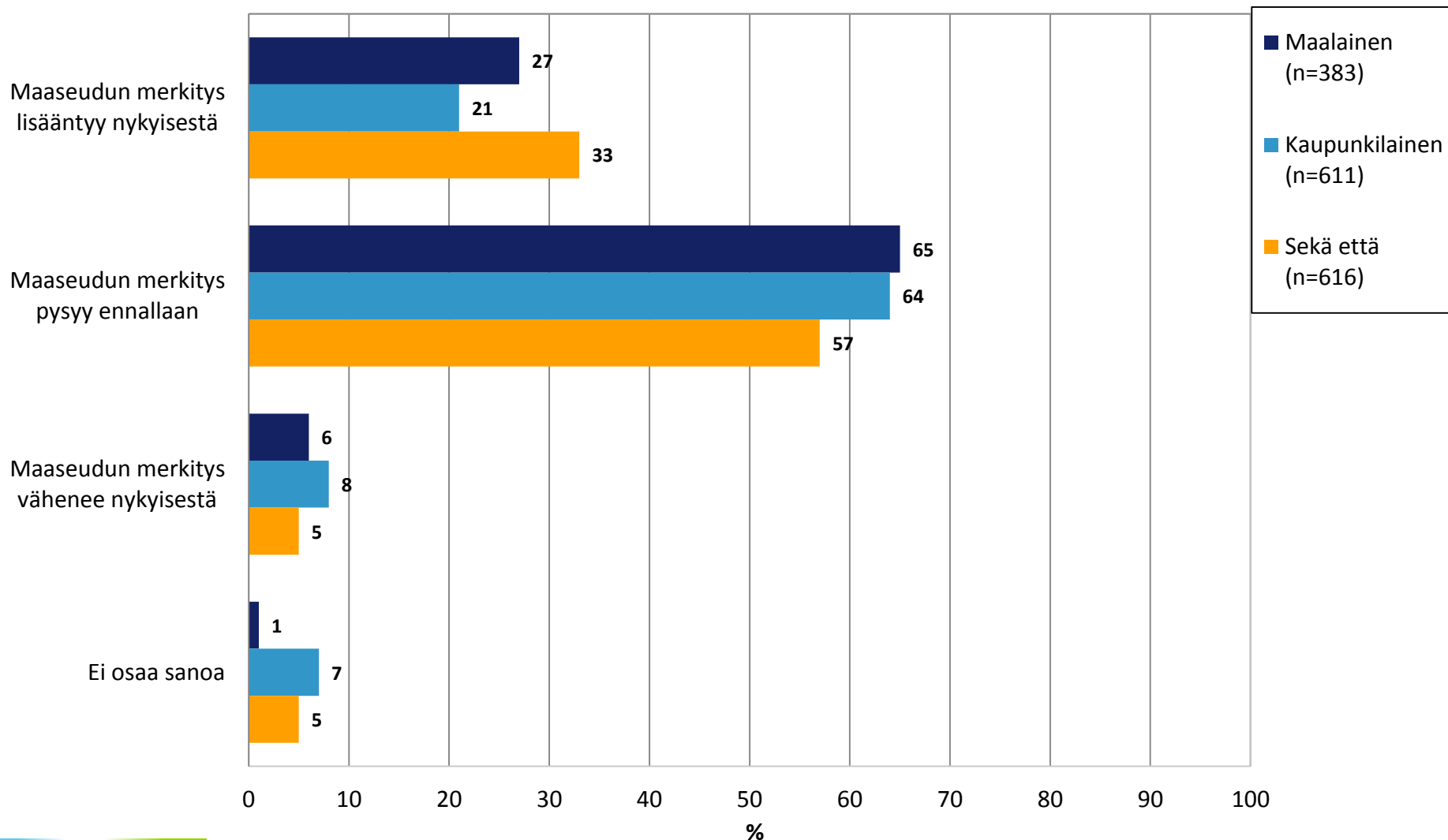
Maaseudun merkitys itselle tulevaisuudessa – Kansalaiset ikäryhmän mukaan

Miten arvioit maaseudun merkityksen itsellesi muuttuvan tulevaisuudessa, n=kansalaiste



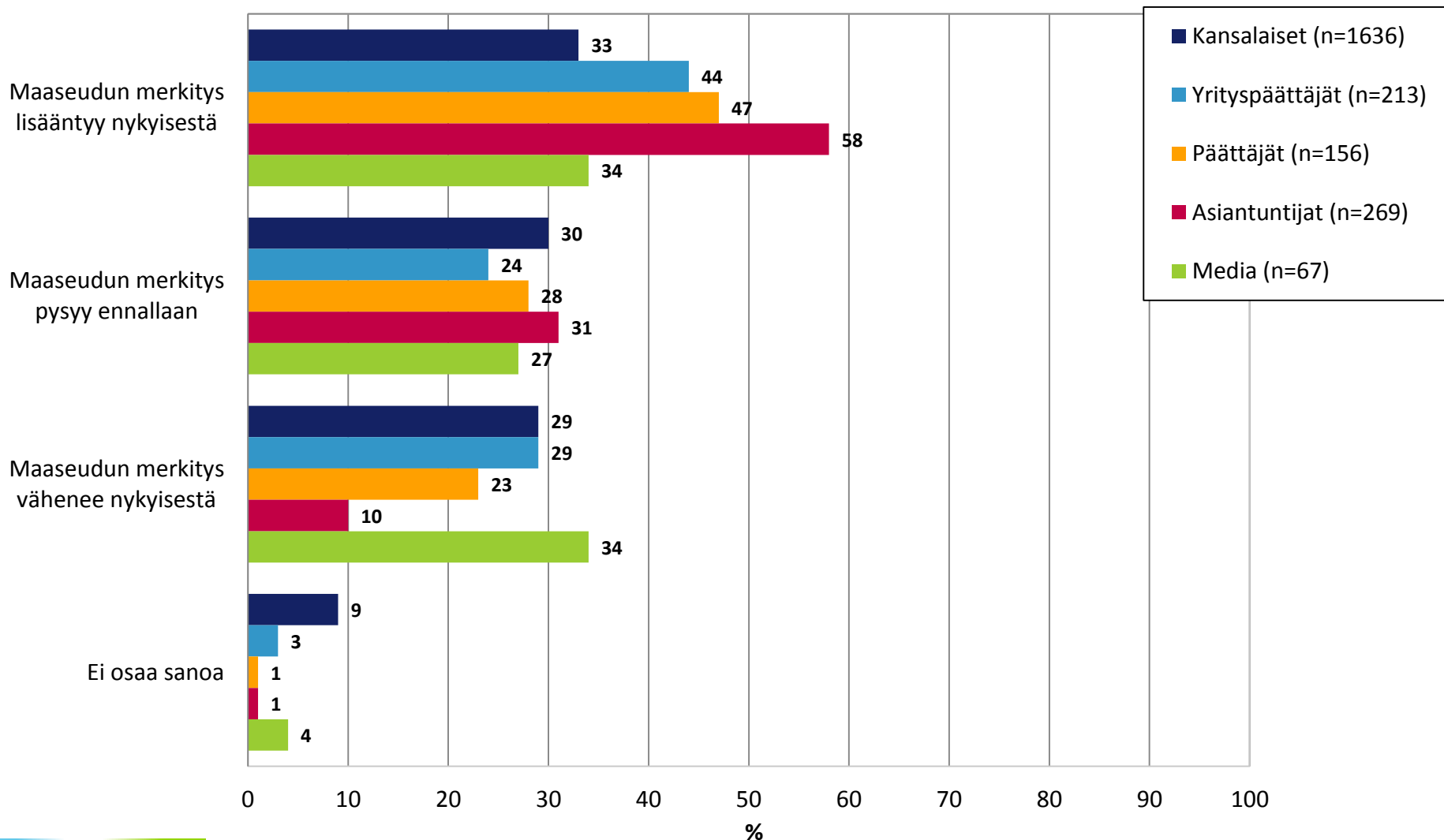
Maaseudun merkitys itselle tulevaisuudessa – Kansalaiset identiteetin mukaan

Miten arvioit maaseudun merkityksen itsellesi muuttuvan tulevaisuudessa, n=kansalaiset



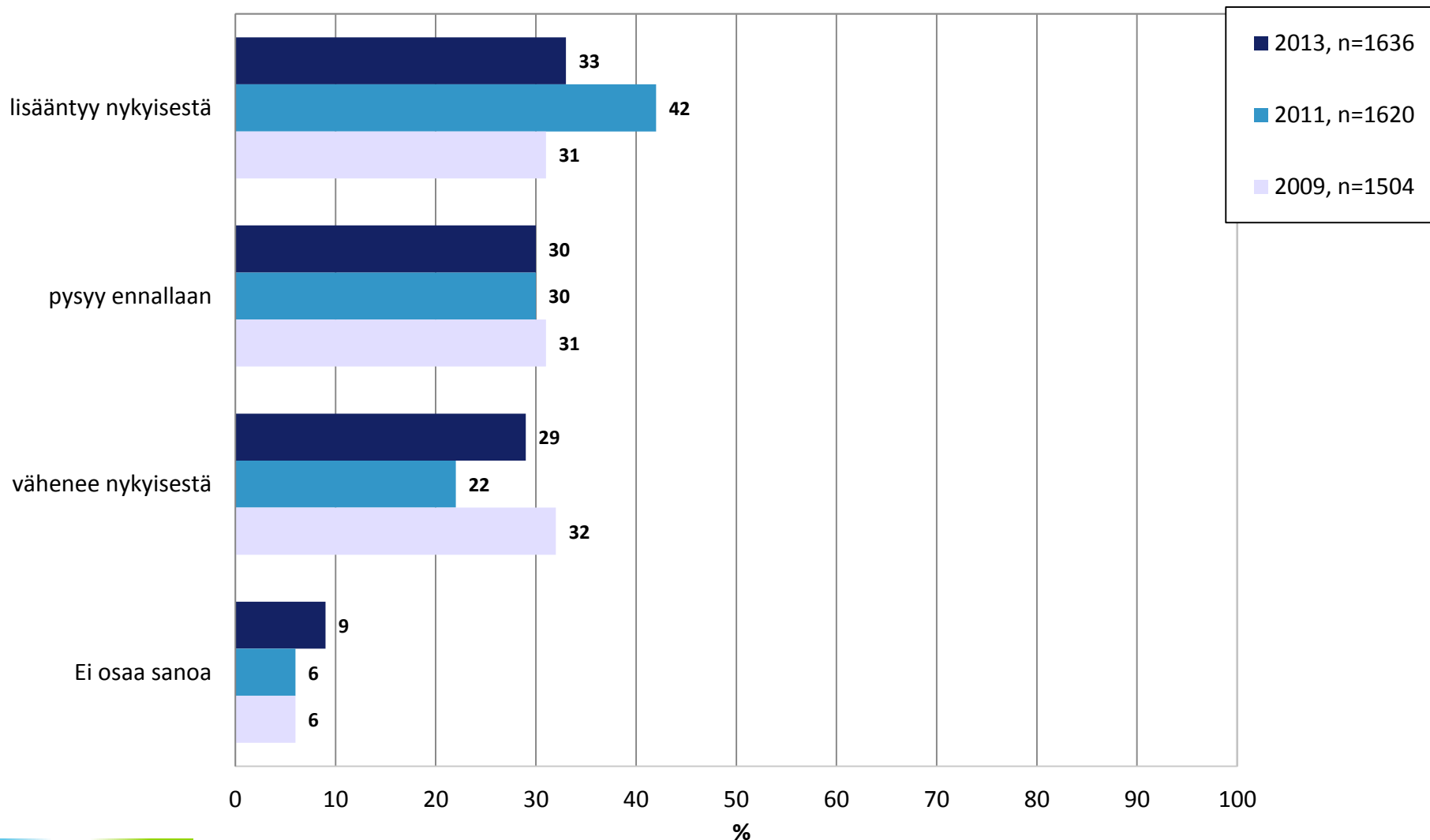
Maaseudun merkitys Suomelle tulevaisuudessa

Miten arvioit maaseudun merkityksen koko Suomelle muuttuvan tulevaisuudessa, n=vastaajat



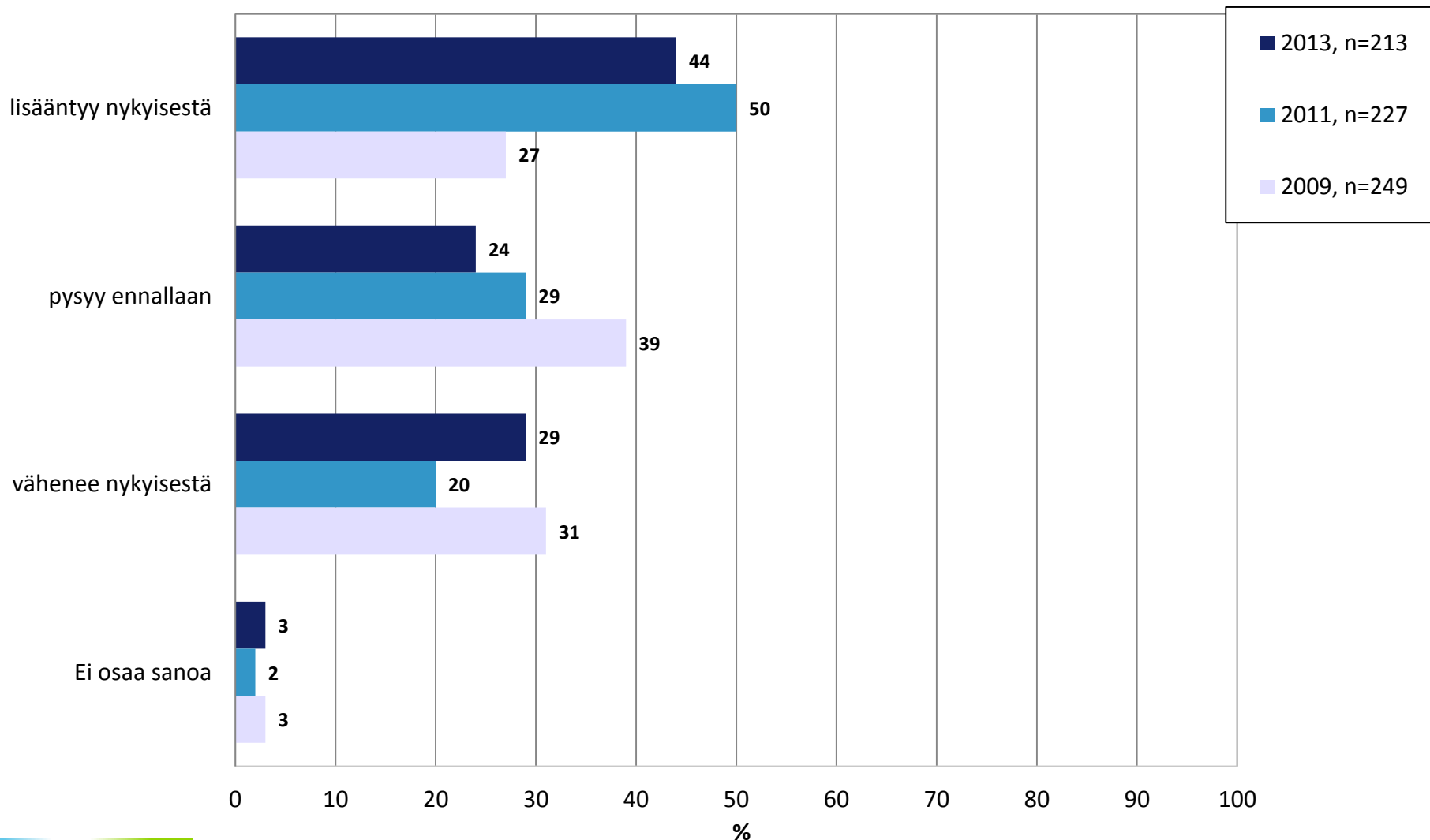
Maaseudun merkitys Suomelle tulevaisuudessa - Kansalaiset

Miten arvioit maaseudun merkityksen koko Suomelle muuttuvan tulevaisuudessa, n=kansalaiset



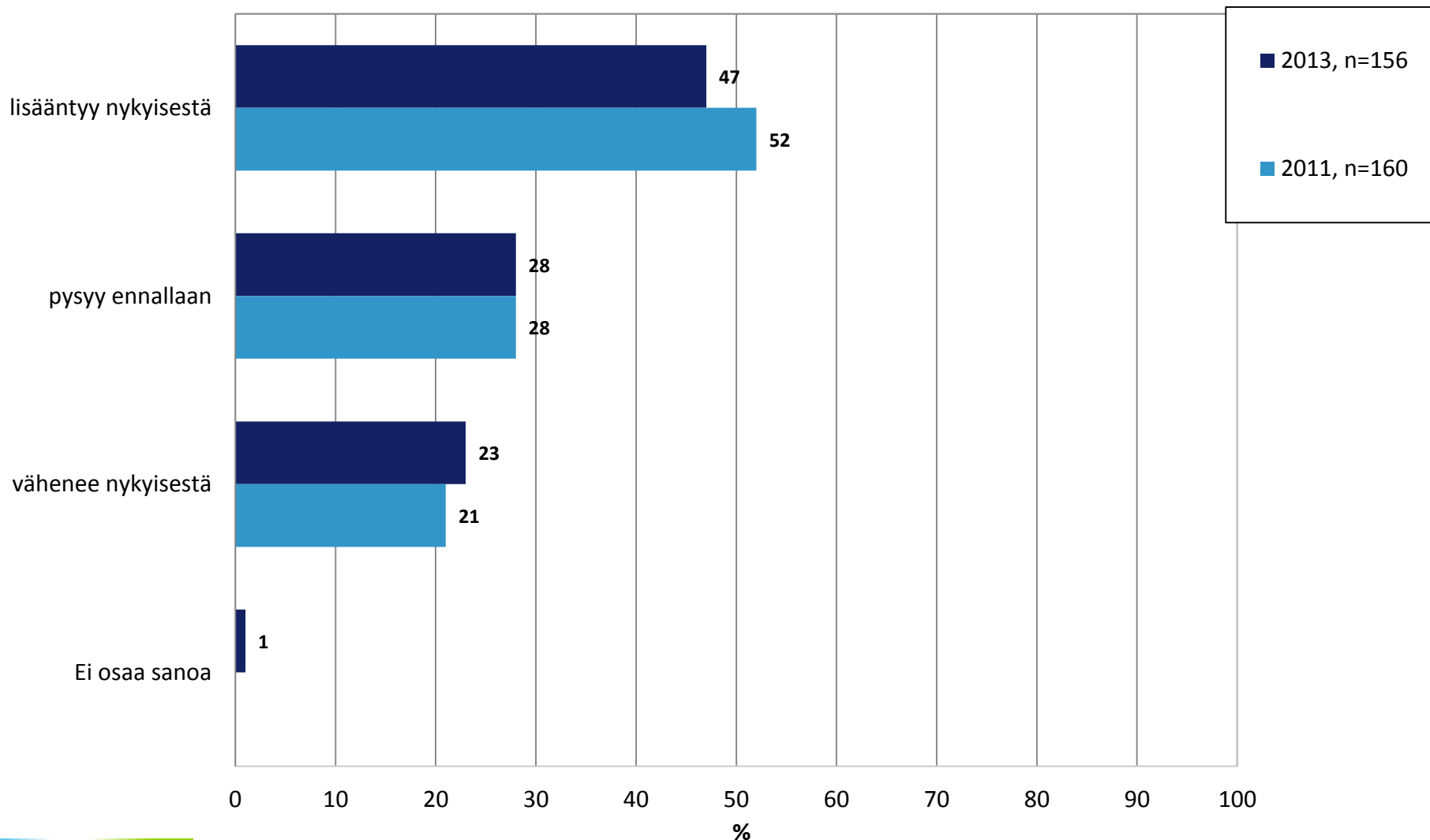
Maaseudun merkitys Suomelle tulevaisuudessa - Yrityspäätäjät

Miten arvioit maaseudun merkityksen koko Suomelle muuttuvan tulevaisuudessa, n=yrityspäätäjät



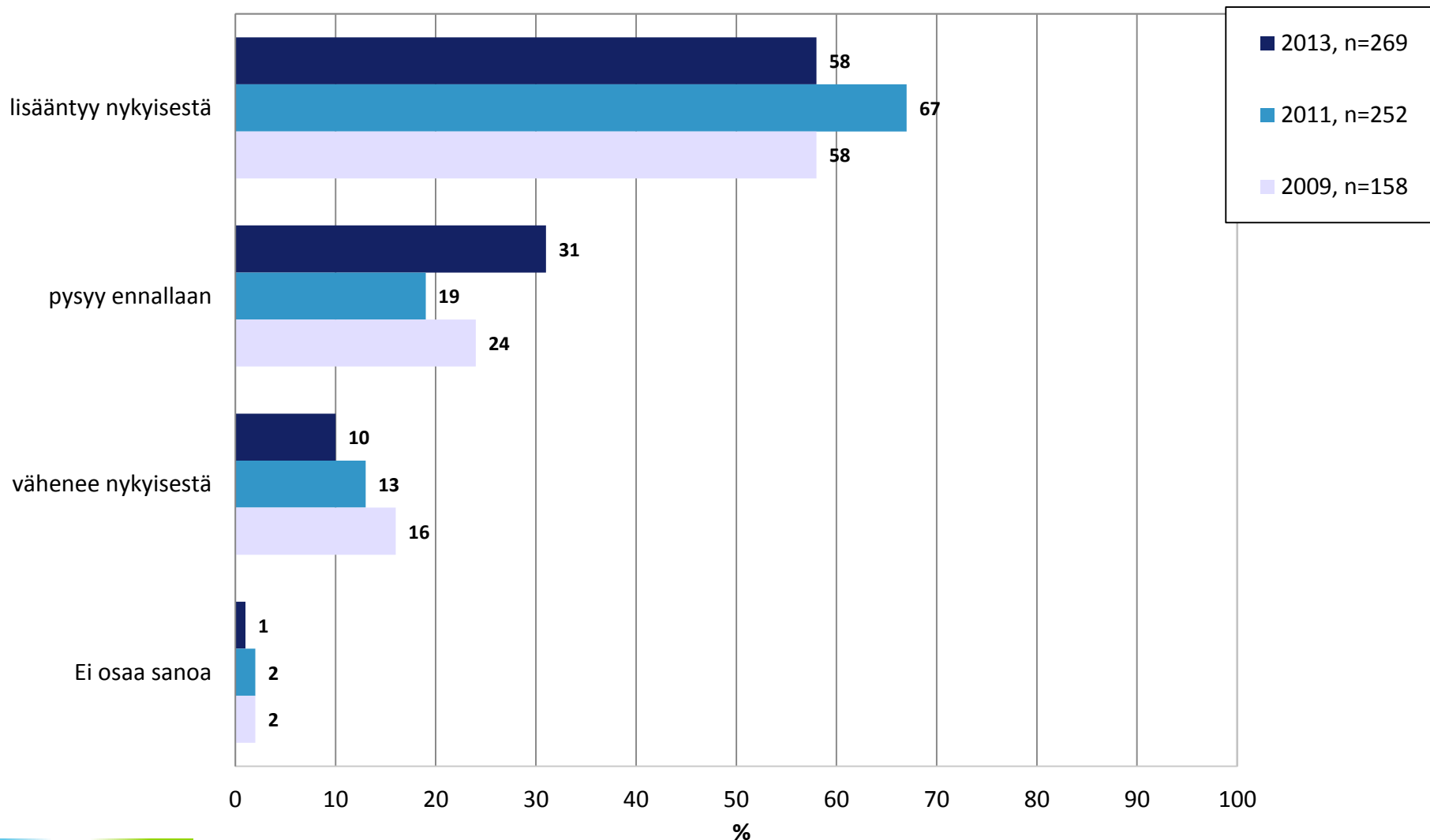
Maaseudun merkitys Suomelle tulevaisuudessa - Päättäjät

Miten arvioit maaseudun merkityksen koko Suomelle muuttuvan tulevaisuudessa, n=päättäjät



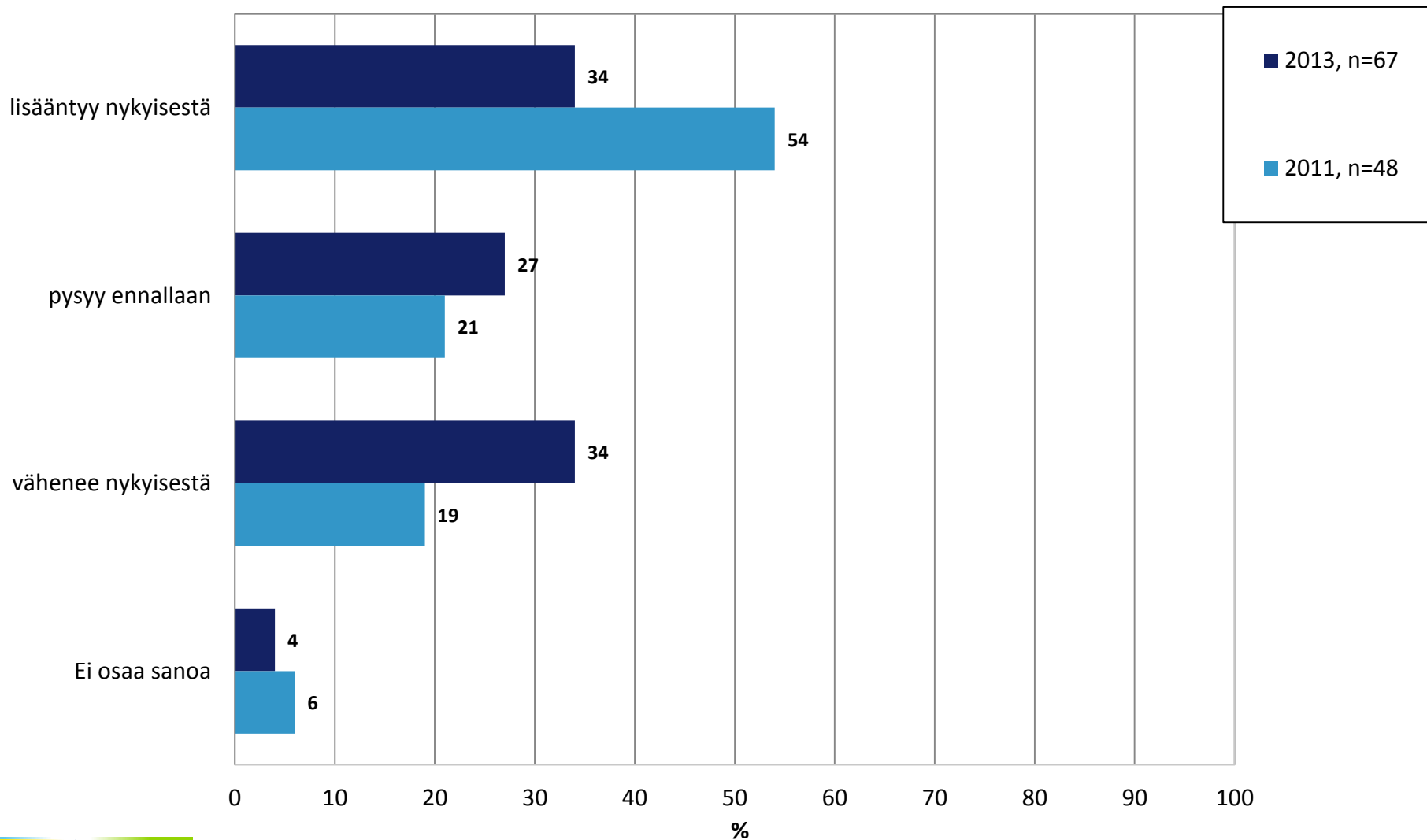
Maaseudun merkitys Suomelle tulevaisuudessa - Asiantuntijat

Miten arvioit maaseudun merkityksen koko Suomelle muuttuvan tulevaisuudessa, n=asiantuntijat



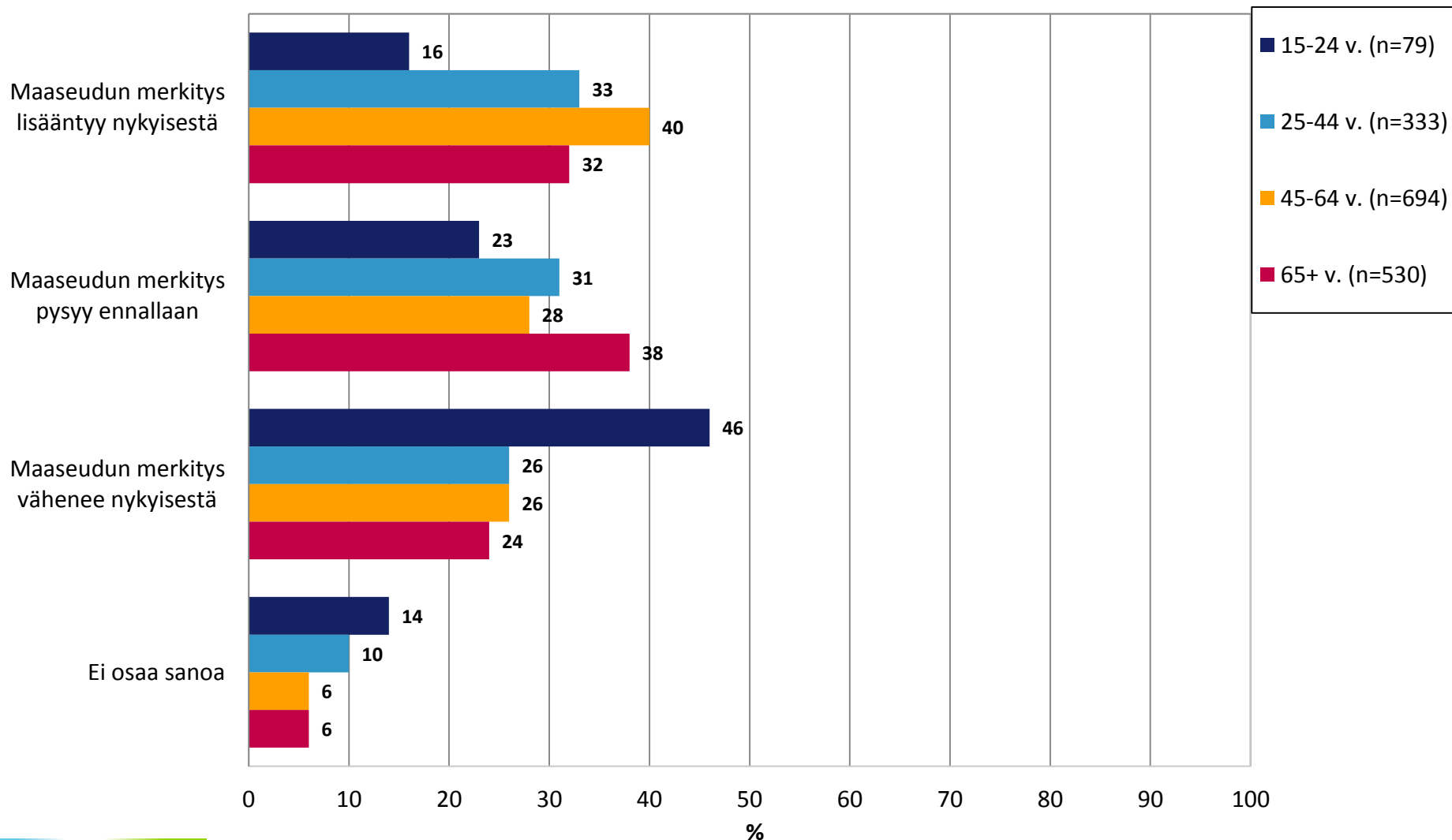
Maaseudun merkitys Suomelle tulevaisuudessa - Media

Miten arvioit maaseudun merkityksen koko Suomelle muuttuvan tulevaisuudessa, n=media



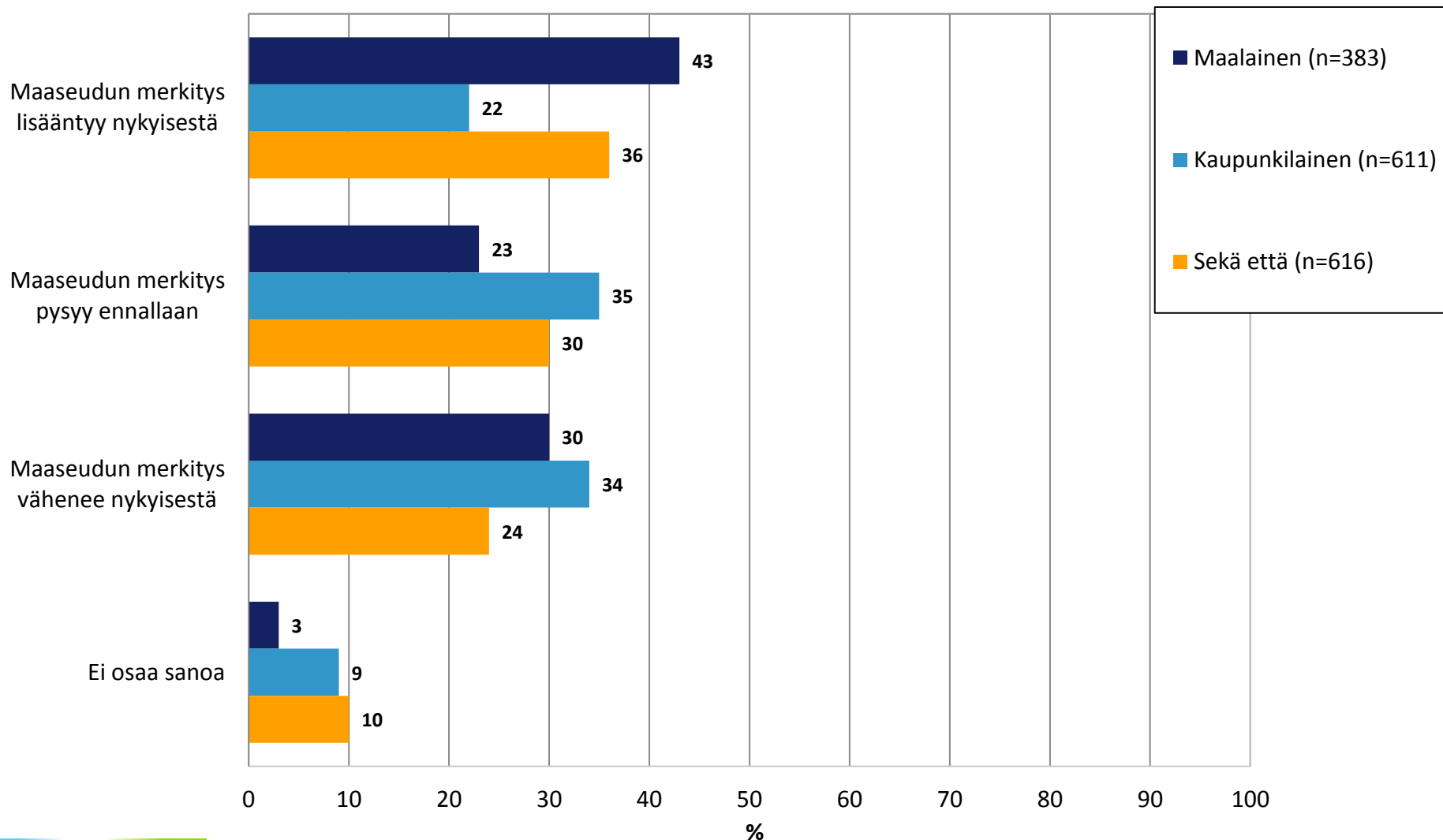
Maaseudun merkitys Suomelle tulevaisuudessa – Kansalaiset ikäryhmän mukaan

Miten arvioit maaseudun merkityksen Suomelle muuttuvan tulevaisuudessa, n=kansalaiset



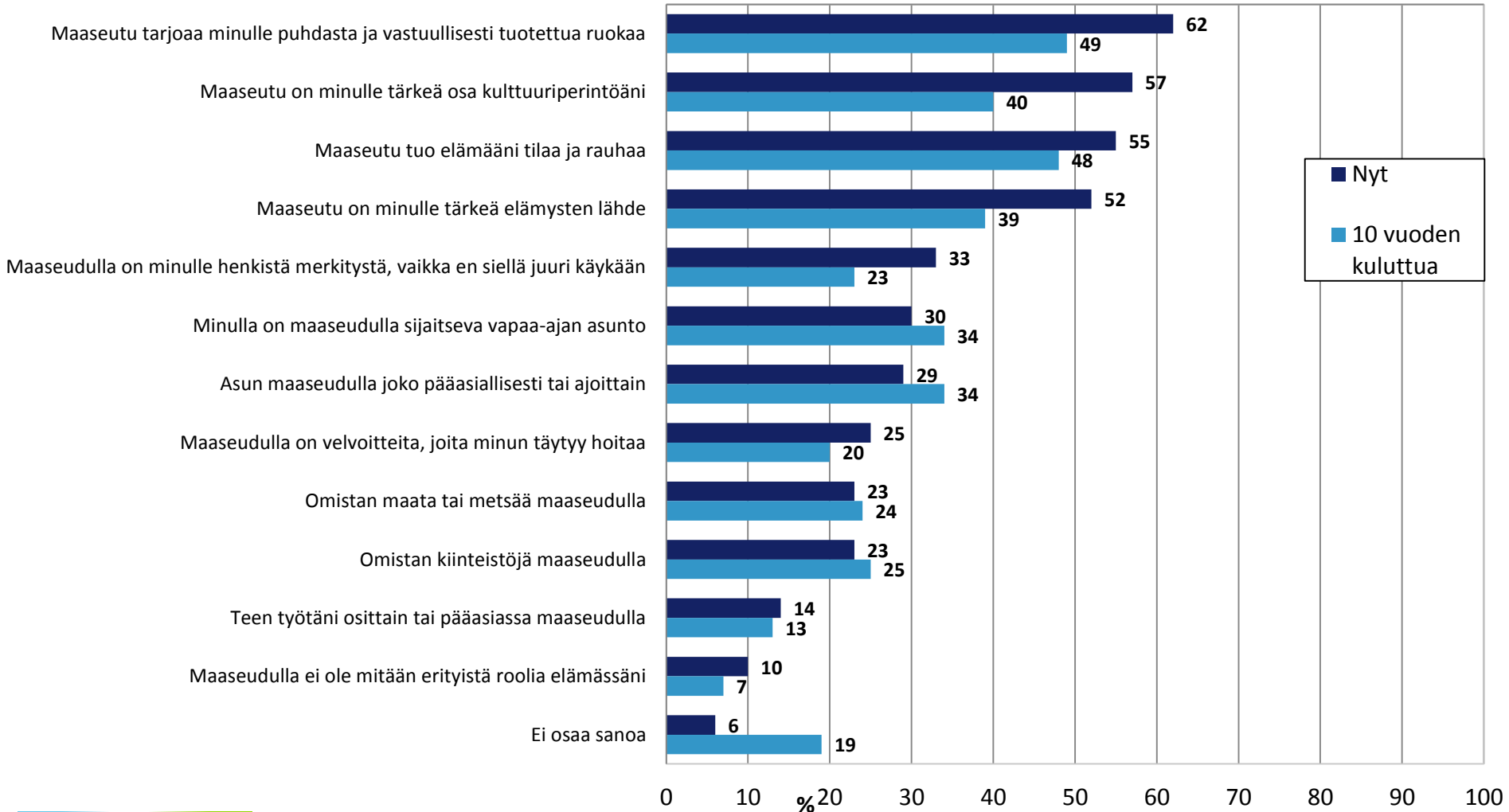
Maaseudun merkitys itselle tulevaisuudessa – Kansalaiset identiteetin mukaan

Miten arvioit maaseudun merkityksen itsellesi muuttuvan tulevaisuudessa, n=kansalaiset



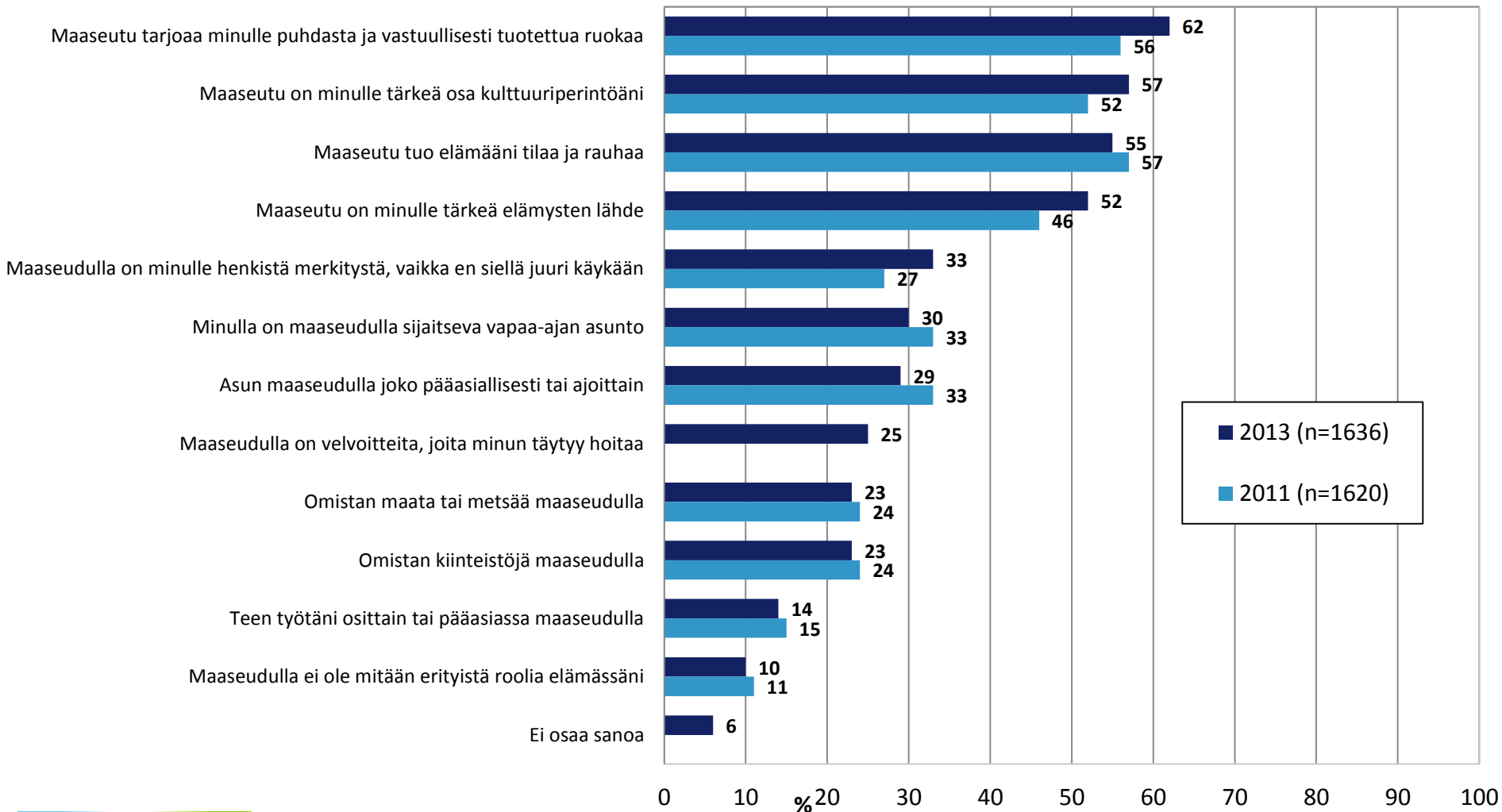
Maaseudun henkilökohtaiset merkitykset - Kansalaiset

Mitä maaseutu merkitsee sinulle tänä päivänä? Mitä arvelet maaseudun merkitsevän sinulle tulevaisuudessa noin 10 vuoden kuluttua? Kansalaiset n=1636



Maaseudun henkilökohtaiset merkitykset NYT - Kansalaiset

Mitä maaseutu merkitsee sinulle tänä päivänä? Kansalaiset n=1636



Maaseudun henkilökohtaiset merkitykset NYT - Kansalaiset ikäryhmän mukaan

Mitä maaseutu merkitsee sinulle tänä päivänä? n=kansalaiset

Maaseutu tarjoaa minulle puhdasta ja vastuullisesti tuotettua ruokaa

Maaseutu on minulle tärkeä osa kulttuuriperintöäni

Maaseutu tuo elämäni tilaa ja rauhaa

Maaseutu on minulle tärkeä elämysten lähde

Maaseudulla on minulle henkistä merkitystä, vaikka en siellä juuri käykään

Minulla on maaseudulla sijaitseva vapaa-ajan asunto

Asun maaseudulla joko pääasiallisesti tai ajoittain

Maaseudulla on velvoitteita, joita minun täytyy hoitaa

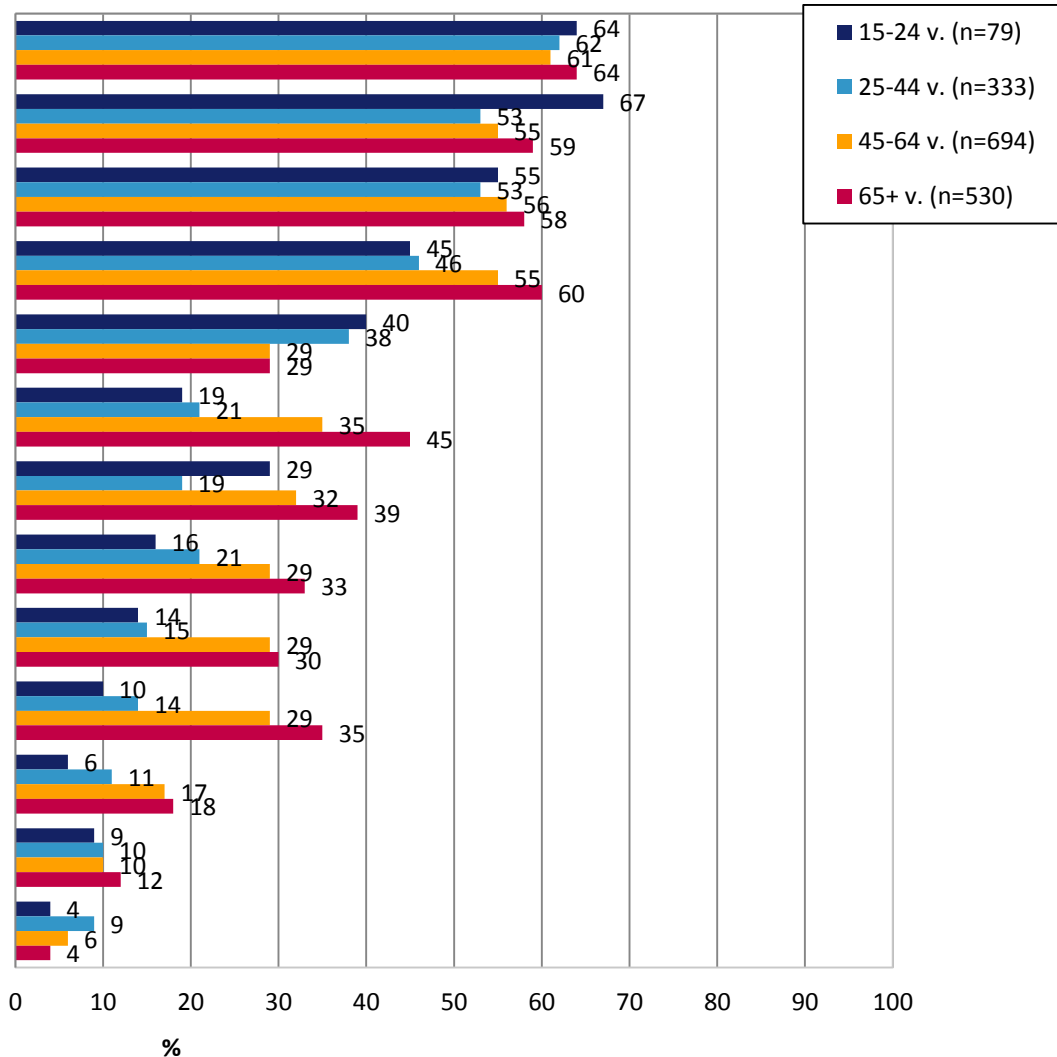
Omistan maata tai metsää maaseudulla

Omistan kiinteistöjä maaseudulla

Teen työtäni osittain tai pääasiassa maaseudulla

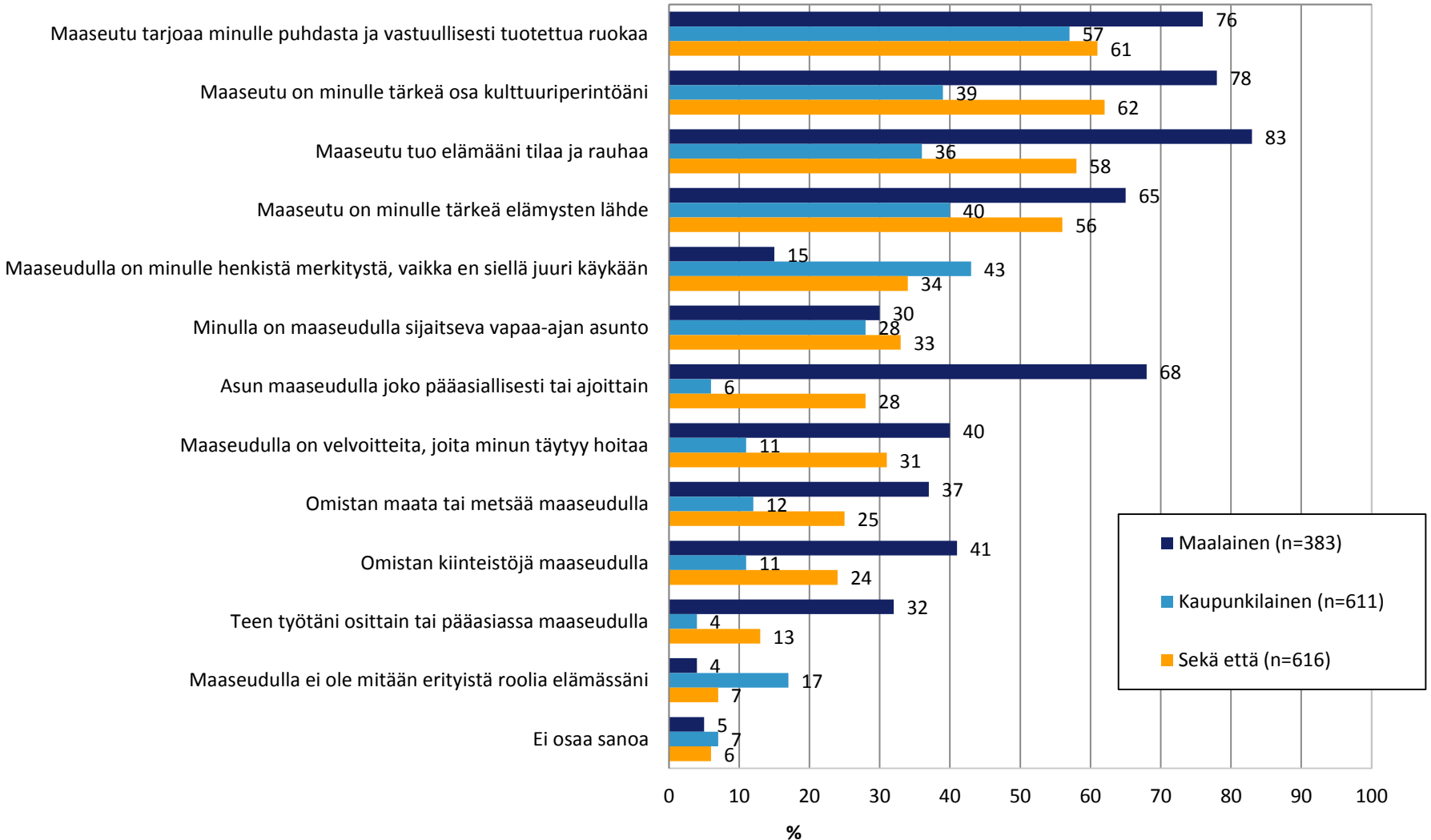
Maaseudulla ei ole mitään erityistä roolia elämässäni

Ei osaa sanoa



Maaseudun henkilökohtaiset merkitykset NYT - Kansalaiset identiteetin mukaan

Mitä maaseutu merkitsee sinulle tänä päivänä? n=kansalaiset



Maaseudun henkilökohtaiset merkitykset 10 vuoden kuluttua - Kansalaiset ikäryhmän mukaan

Mitä maaseutu merkitsee sinulle tänä päivänä? n=kansalaiset

Maaseutu tarjoaa minulle puhdasta ja vastuullisesti tuotettua ruokaa

Maaseutu tuo elämäni tilaa ja rauhaa

Maaseutu on minulle tärkeä osa kulttuuriperintöäni

Maaseutu on minulle tärkeä elämysten lähde

Asun maaseudulla joko pääasiallisesti tai ajoittain

Minulla on maaseudulla sijaitseva vapaa-ajan asunto

Maaseutu on paikka, jossa omistan kiinteistöjä

Maaseutu on paikka, jossa omistan maata tai metsää

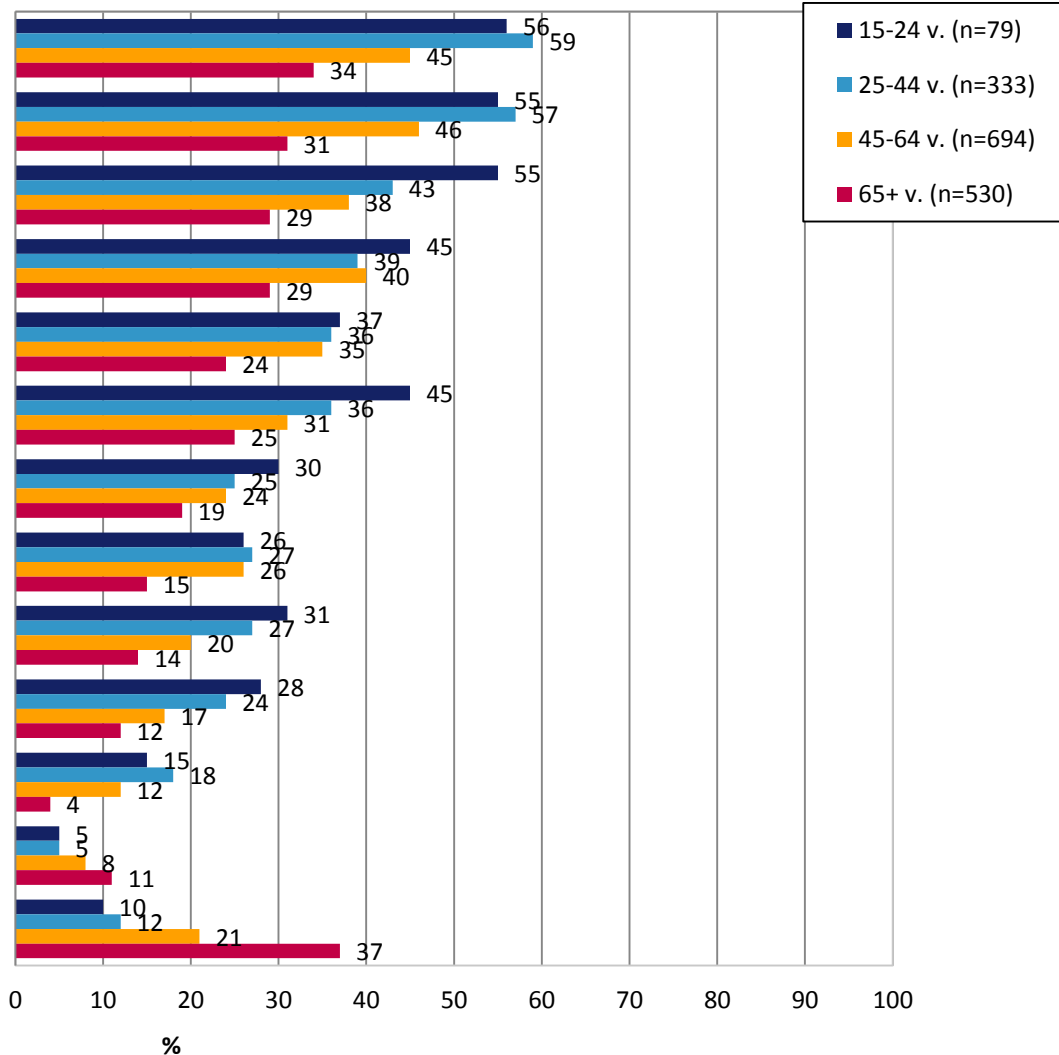
Maaseudulla on minulle henkistä merkitystä, vaikka en siellä juuri käykään

Maaseudulla on veloitteita, joita minun täytyy hoitaa

Teen työtäni osittain tai pääasiassa maaseudulla

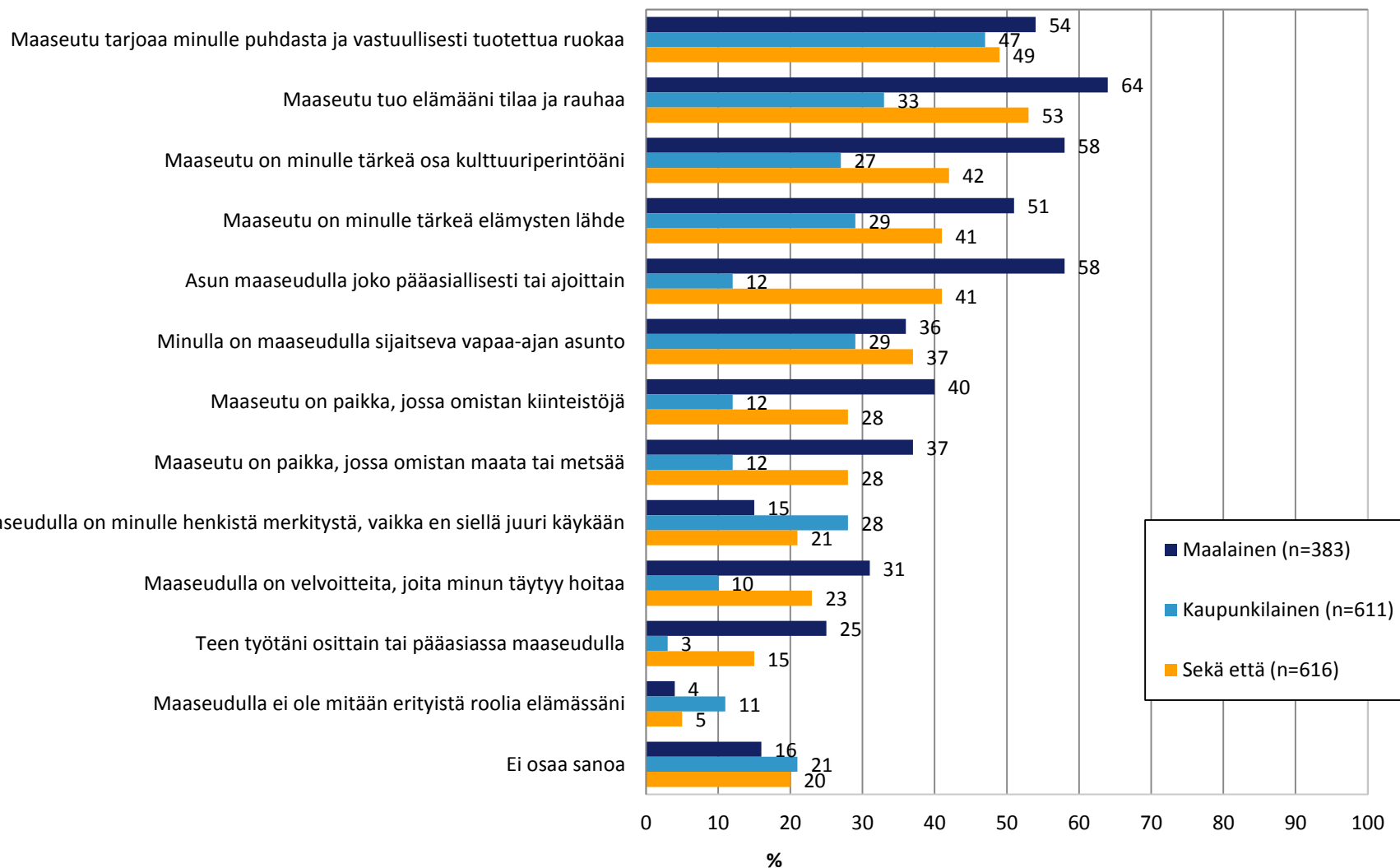
Maaseudulla ei ole mitään erityistä roolia elämässäni

Ei osaa sanoa



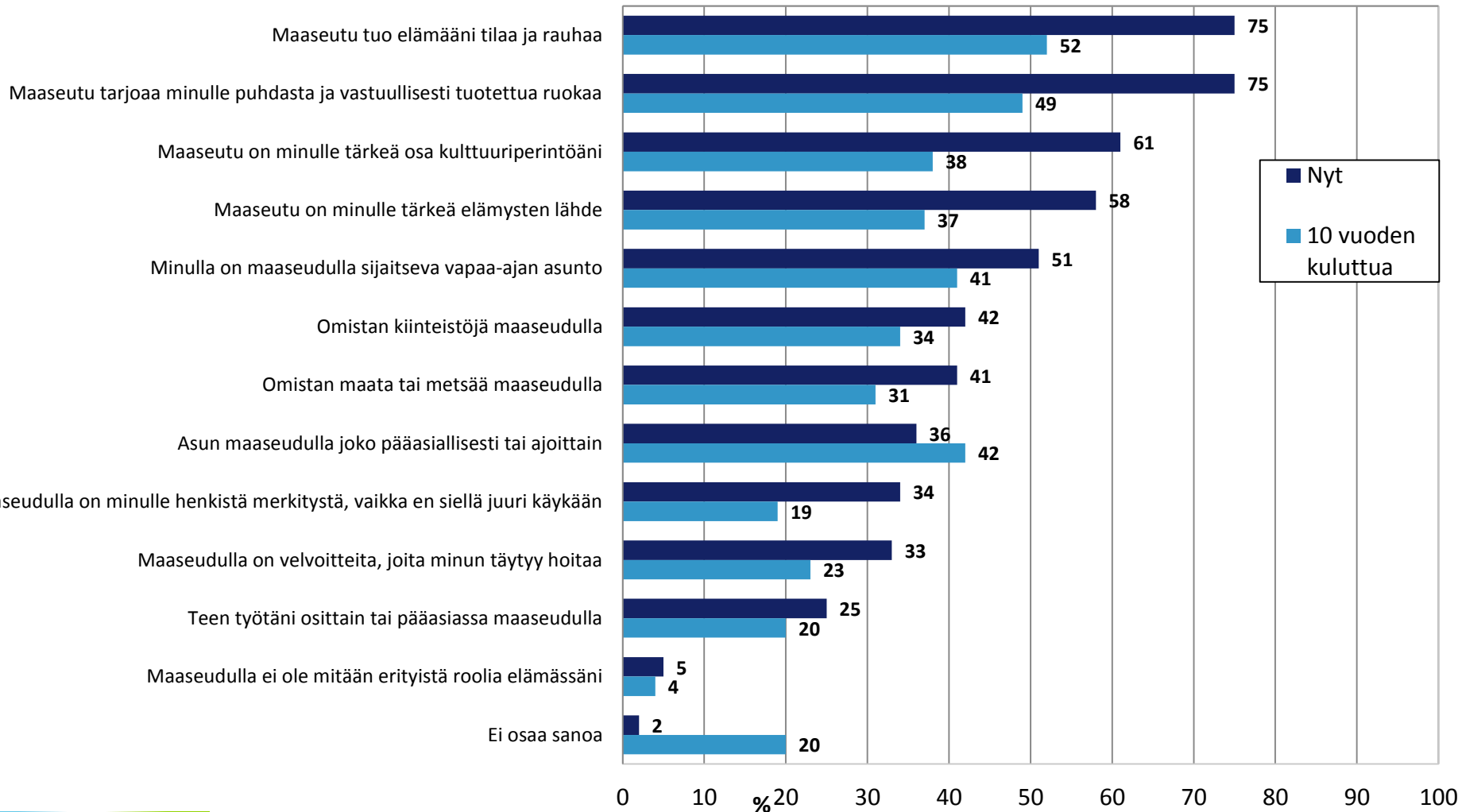
Maaseudun henkilökohtaiset merkitykset 10 vuoden kuluttua - Kansalaiset identiteetin mukaan

Mitä maaseutu merkitsee sinulle tänä päivänä? n=kansalaiset



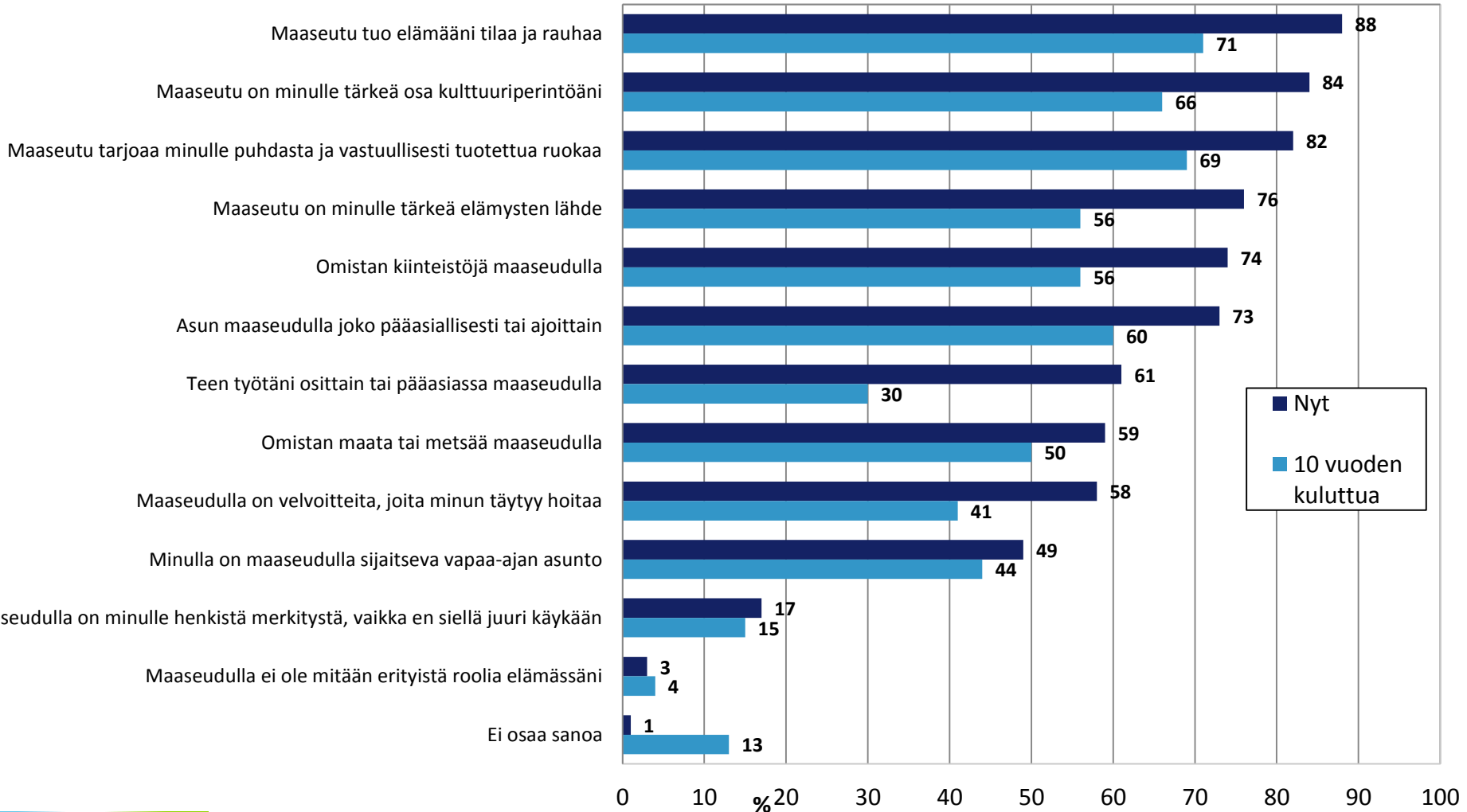
Maaseudun henkilökohtaiset merkitykset - Yrityspäätäjät

Mitä maaseutu merkitsee sinulle tänä päivänä? Mitä arvelet maaseudun merkitsevän sinulle tulevaisuudessa noin 10 vuoden kuluttua? Yrityspäätäjät n=213



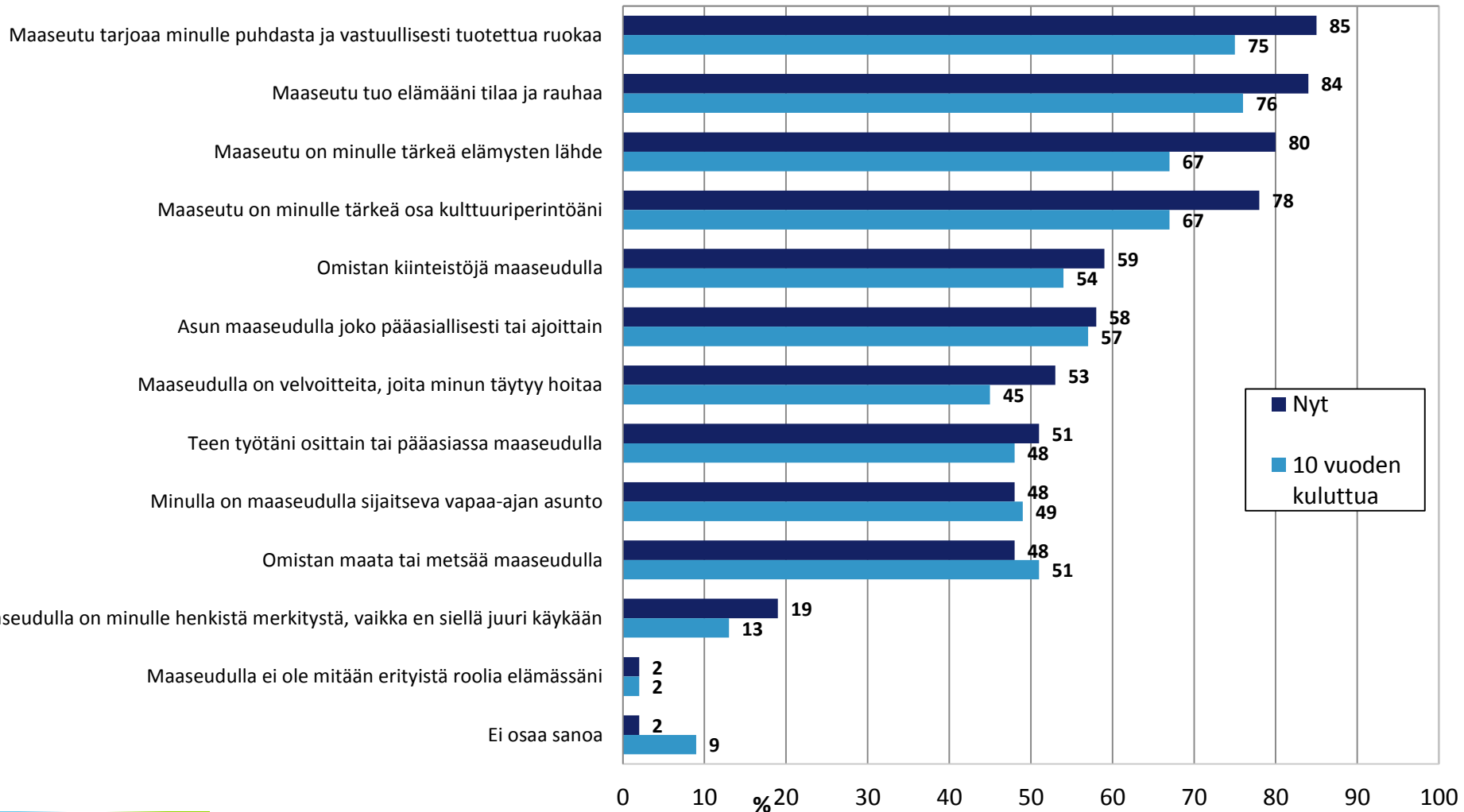
Maaseudun henkilökohtaiset merkitykset - Päätäjät

Mitä maaseutu merkitsee sinulle tänä päivänä? Mitä arvelet maaseudun merkitsevän sinulle tulevaisuudessa noin 10 vuoden kuluttua? Päätäjät n=156



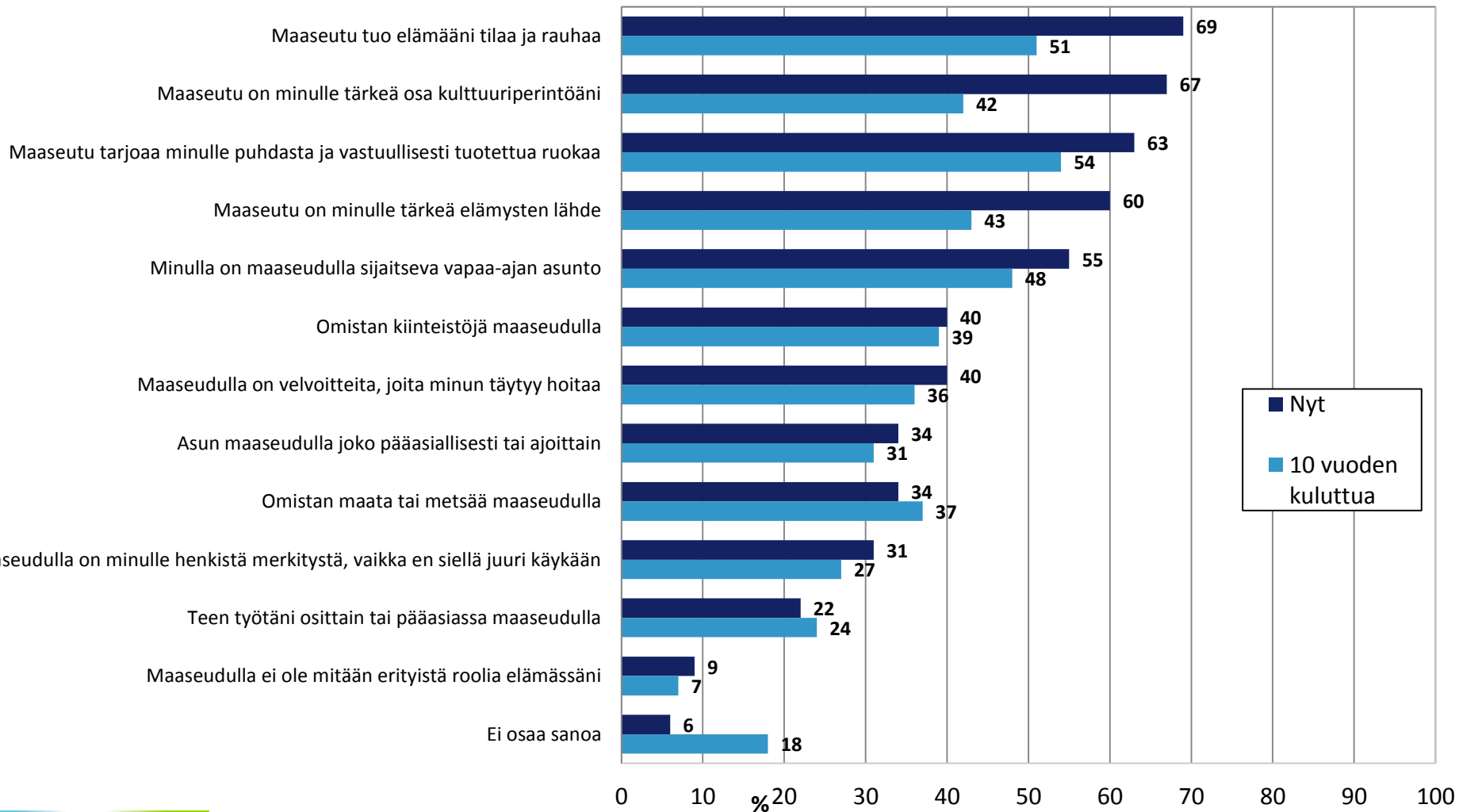
Maaseudun henkilökohtaiset merkitykset - Asiantuntijat

Mitä maaseutu merkitsee sinulle tänä päivänä? Mitä arvelet maaseudun merkitsevän sinulle tulevaisuudessa noin 10 vuoden kuluttua? Asiantuntijat n=269



Maaseudun henkilökohtaiset merkitykset - Media

Mitä maaseutu merkitsee sinulle tänä päivänä? Mitä arvelet maaseudun merkitsevän sinulle tulevaisuudessa noin 10 vuoden kuluttua? Media n=67



06%
kotitalouksista ostaa säännöllisesti luomupossua.

täysi-ikäisistä on nähnyt lottomainontaa viimeisen 6 kk:n aikana.

28%
kotitalouksista on ostanut reilun kaupan ananaksia.

14%
suomalaisista lukee näköisverkko-lehtiä.

04%
suomalaisista on erittäin tyytyväisiä seksielämänsä.

73%
suomalaisista EU-jäsenyyden puolesta.

04%
yrityksistä harkitsee parhaillaan pankin vaihtamista.

33%
matkustanut laivalla Ruotsiin viimeisen vuoden aikana.

19%
suomalaisista ei tiedä kuka on Stephen Elop.

12%
kotitalouksista ei käytä lainkaan luomutuotteita.

14%
suomalaisista lukee näköisverkko-lehtiä.

20%
suomalaisista kannattaa Suomen liittymistä Natoon.

04%
yrityksistä harkitsee parhaillaan pankin vaihtamista.

Toiveet ja uskomukset

21%
uutistoimittajista käyttää sosiaalista mediaa tiedonhankinnassa.

06%
kotitalouksista ostaa säännöllisesti luomupossua.

12%
kotitalouksista ei käytä lainkaan luomutuotteita.

14%
suomalaisista lukee näköisverkko-lehtiä.

38%
suomalaisista katsoo netti-tv:tä.

33%
pitää tuotteiden kotiin toimitusta verkkokaupan tärkeimpänä ominaisuutena.

19%
suomalaisista ei tiedä kuka on Stephen Elop.

48%
ympäristöasioista viestiminen ole uskottavaa.

04%
yrityksistä aikoo vuosittain.

12%
kotitalouksista ostaa säännöllisesti luomupossua.

75%
naisista uskoo ryppyvoiteiden tehoon.

28%
suomalaisista on kokenut vuoden aikana matkapuhelimen kuuluvuus-

20%

Maatalous – tehotuotantoa vai lähiruokaa tehokkaasti?

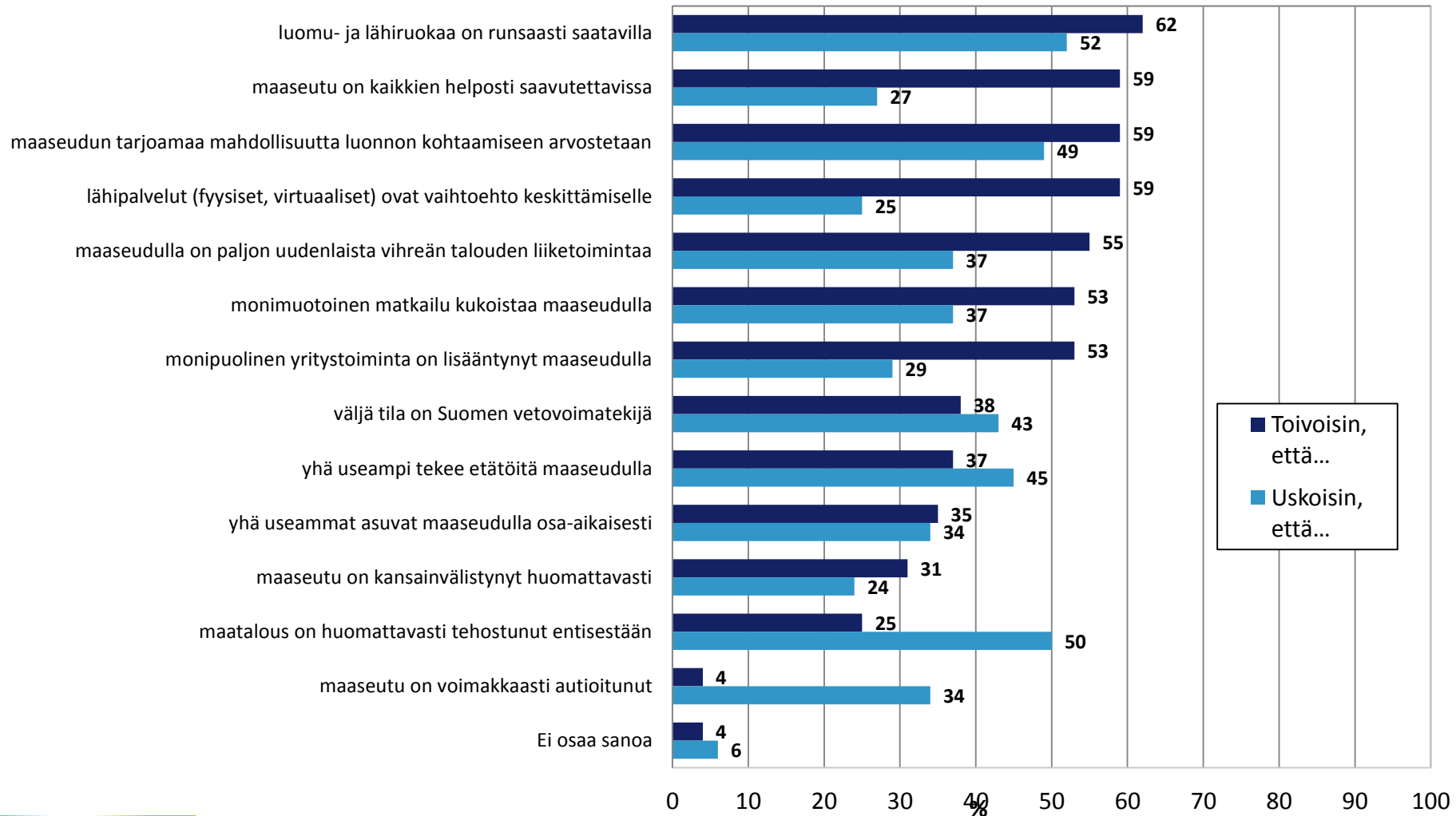
- Selvitettäessä toivomuksia ja uskomuksia maaseudun merkityksestä vuonna 2025 selviää, että vahvasti sekä uskotaan että toivotaan luomu- ja lähiruokaan.
- Kansalaiset uskovat luomu- ja lähiruokan merkitykseen jopa aiempaa enemmän. Erityisesti luomu- ja lähiruoka korostuu alle 45-vuotiailla. Liiketoimintamahdollisuuksista tuodaan esille tehotuotantoa enemmän luonnonmukainen tuotanto.
- Vaikka toiveet ovat luonnonmukaisessa tuotannossa, uskotaan kuitenkin vahvasti siihen, että maatalous tehostuu.
- Vahvana toiveena on, että maaseutu olisi helposti saavutettavissa. Kehittämistoimissa tätä tukevat toiveet infran (esim. tieverkoston) kehittämisestä.
- Kuten aiemmin on todettu, on luonto tärkeä ja sitä koetaan saavutettavan maaseudulla. Sitä myös arvostetaan ja toivotaan jatkossakin olevan saatavilla.

Mistä palvelut, mistä työtä?

- Kaupunkialueiden vahvuutena maaseutuun verrattuna on palvelujen helppo saatavuus. Lähipalvelujen kehittämistä (sekä fyysiset että virtuaaliset) toivotaan ja tällä tavoin olisi mahdollisuuksia helpottaa palvelujen saatavuutta maaseudulla. Valmiudet esim. virtuaalisten palvelujen käyttöön todennäköisesti ovat olemassa, sillä sähköiset päätelaitteet ovat enenevässä määrin jokaisen arkipäivää.
- Hyvän elämän merkityksellinen tekijä on mielekäs työ. Useat toivovat, että maaseudulla olisi tulevaisuudessa kukoistavaa monimuotoista matkailua sekä uudenlaista vihreän talouden liiketoimintaa. Myös yritystoiminnan monipuolistumista toivotaan. Nämä ovat myös päättäjien toivelistalla.

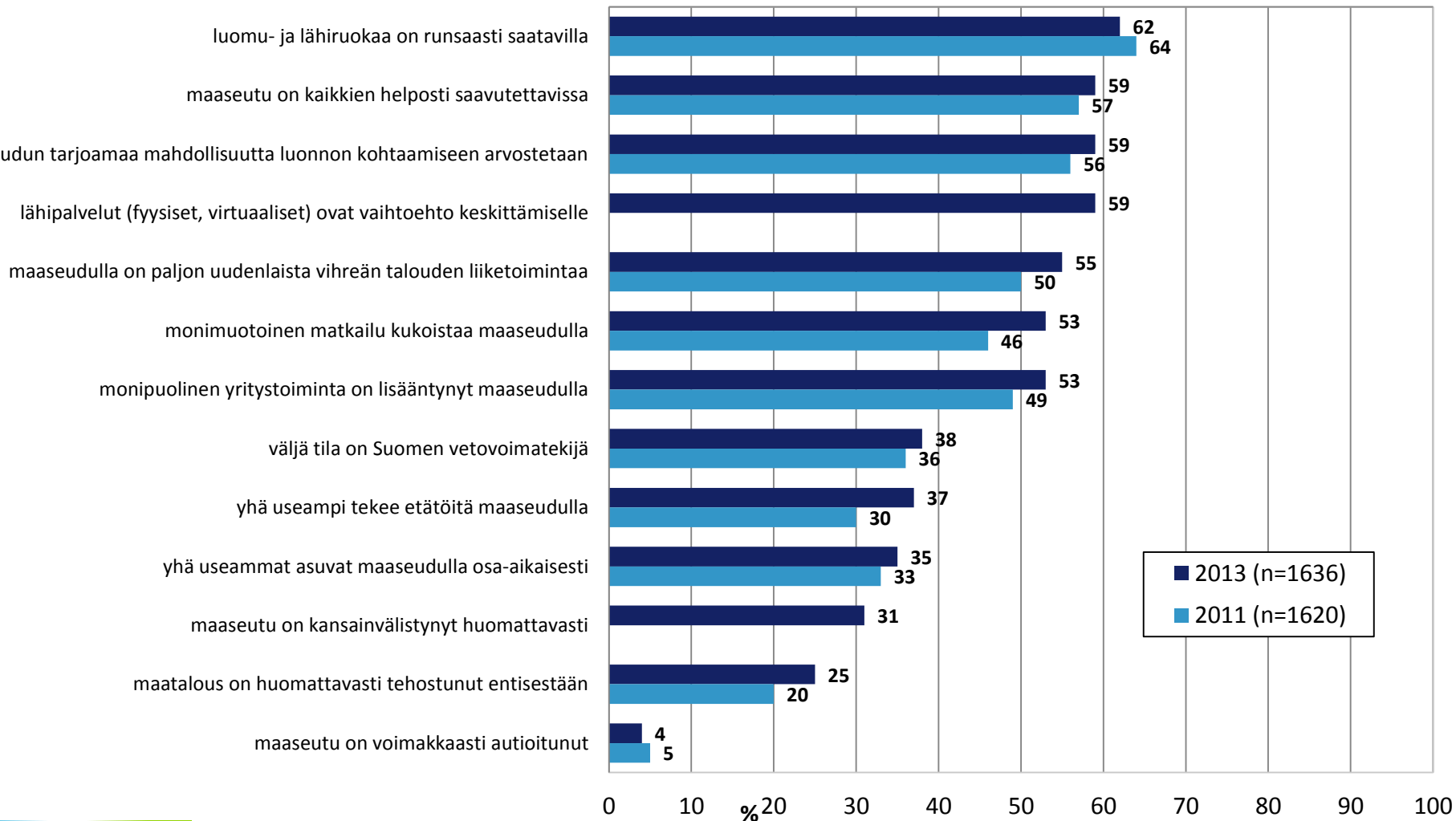
Toivomukset ja uskomukset - Kansalaiset

Mitkä seuraavista tulevaisuudenkuvista parhaiten vastaavat toivomustasi Suomen maaseudun merkityksestä vuonna 2025? Entä miten uskoisit asioiden olevan vuonna 2025? Kansalaiset n=1636



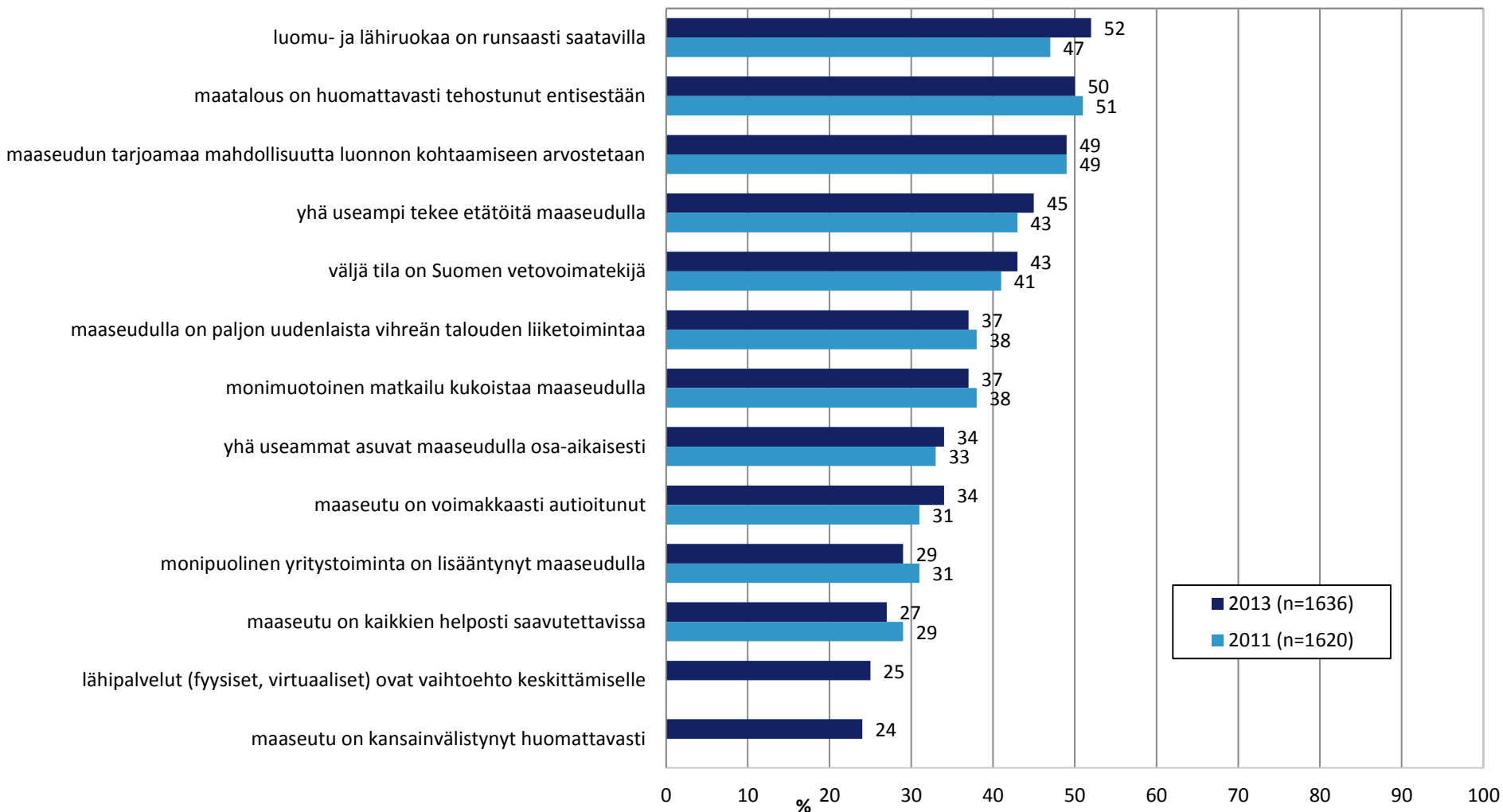
Toivomukset - Kansalaiset

Mitkä seuraavista tulevaisuudenkuvista parhaiten vastaavat toivomustasi Suomen maaseudun merkityksestä vuonna 2025? Entä miten uskoisit asioiden olevan vuonna 2025? n=kansalaiset



Uskomukset - Kansalaiset

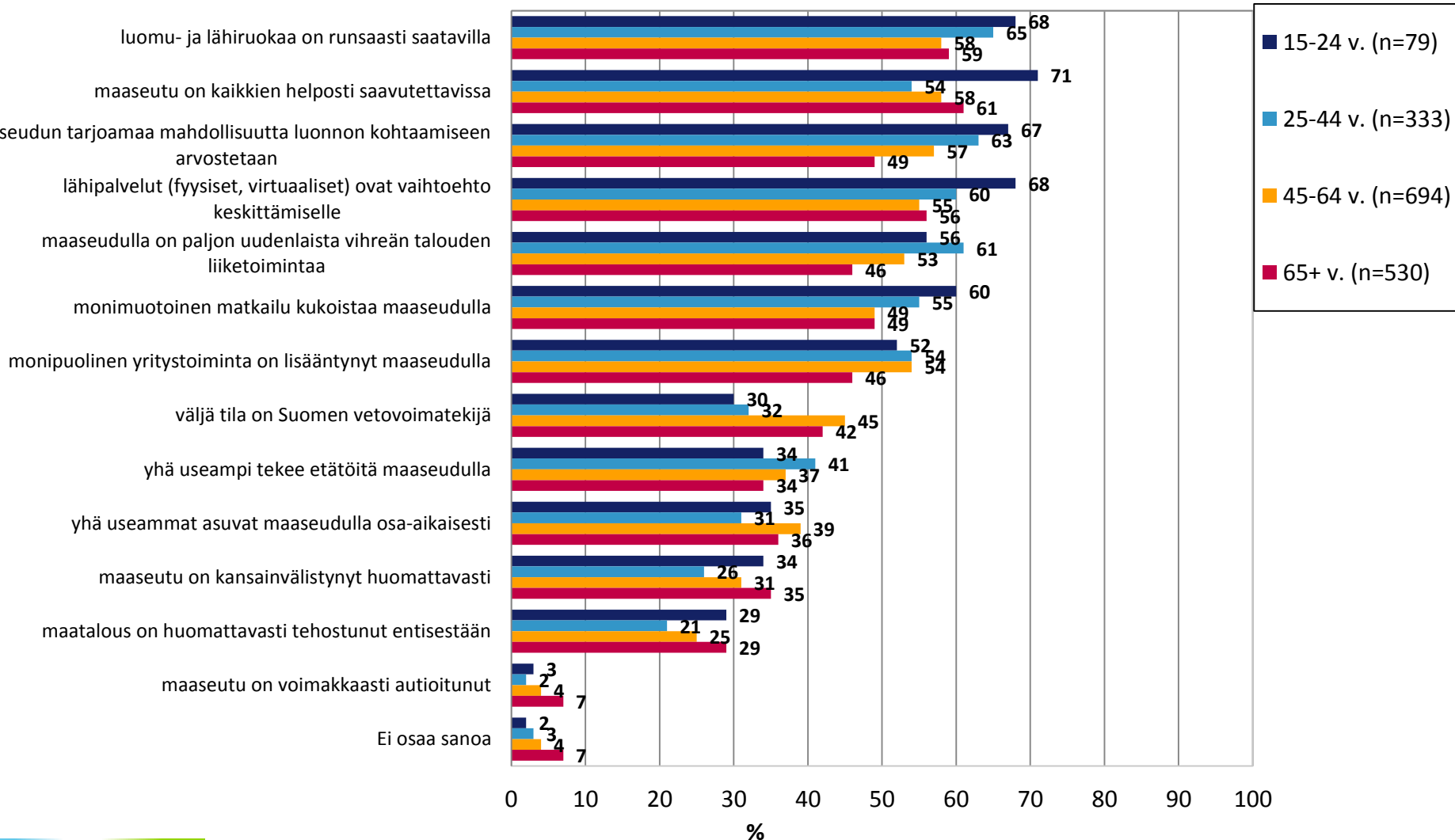
Mitkä seuraavista tulevaisuudenkuvista parhaiten vastaavat toivomustasi Suomen maaseudun merkityksestä vuonna 2025? Entä miten uskoisit asioiden olevan vuonna 2025? n=kansalaiset



Toivomukset – Kansalaiset ikäryhmän mukaan

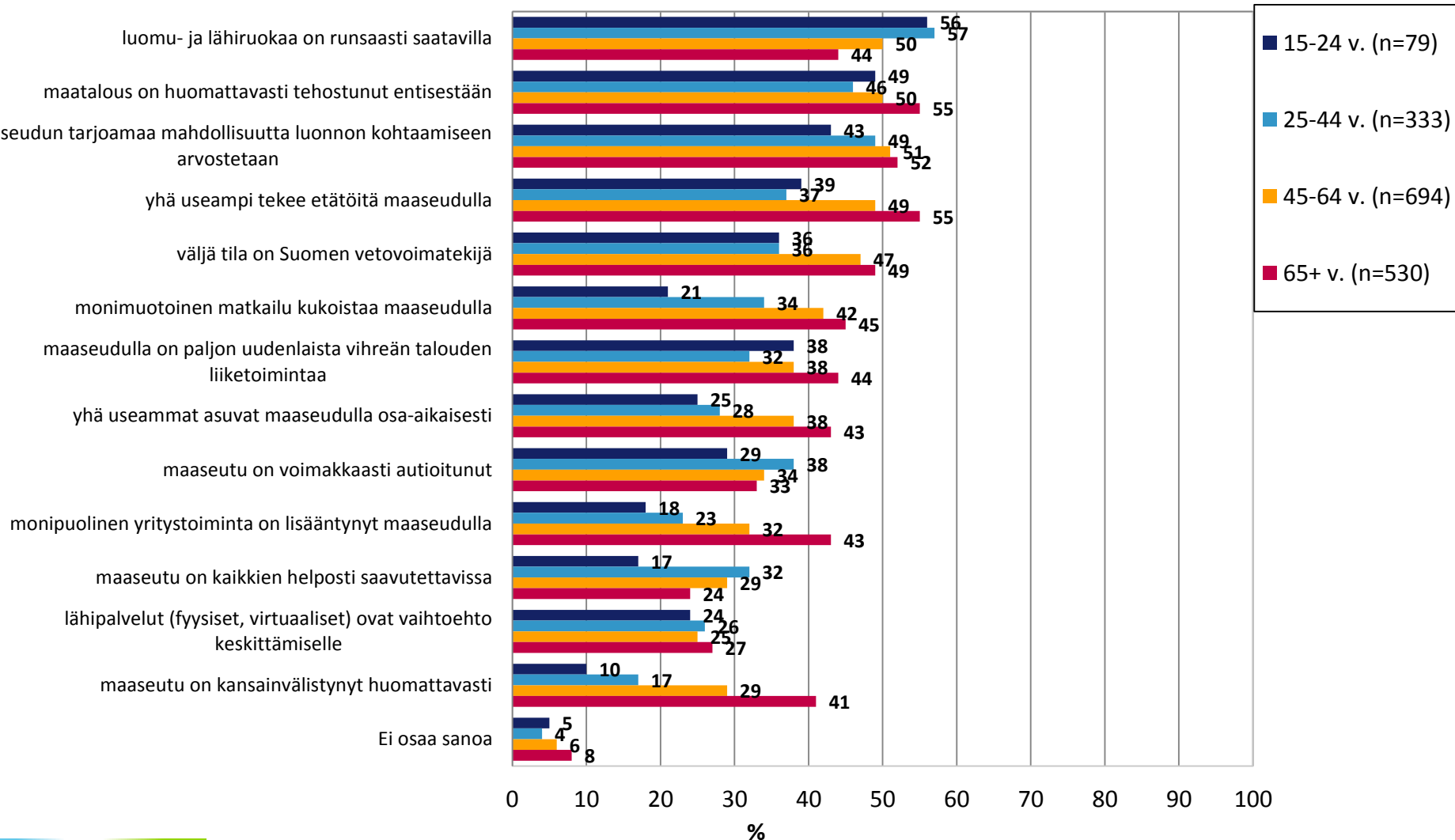
Mitkä seuraavista tulevaisuudenkuvista parhaiten vastaavat toivomustasi Suomen maaseudun merkityksestä vuonna 2025?

n=vastaajat



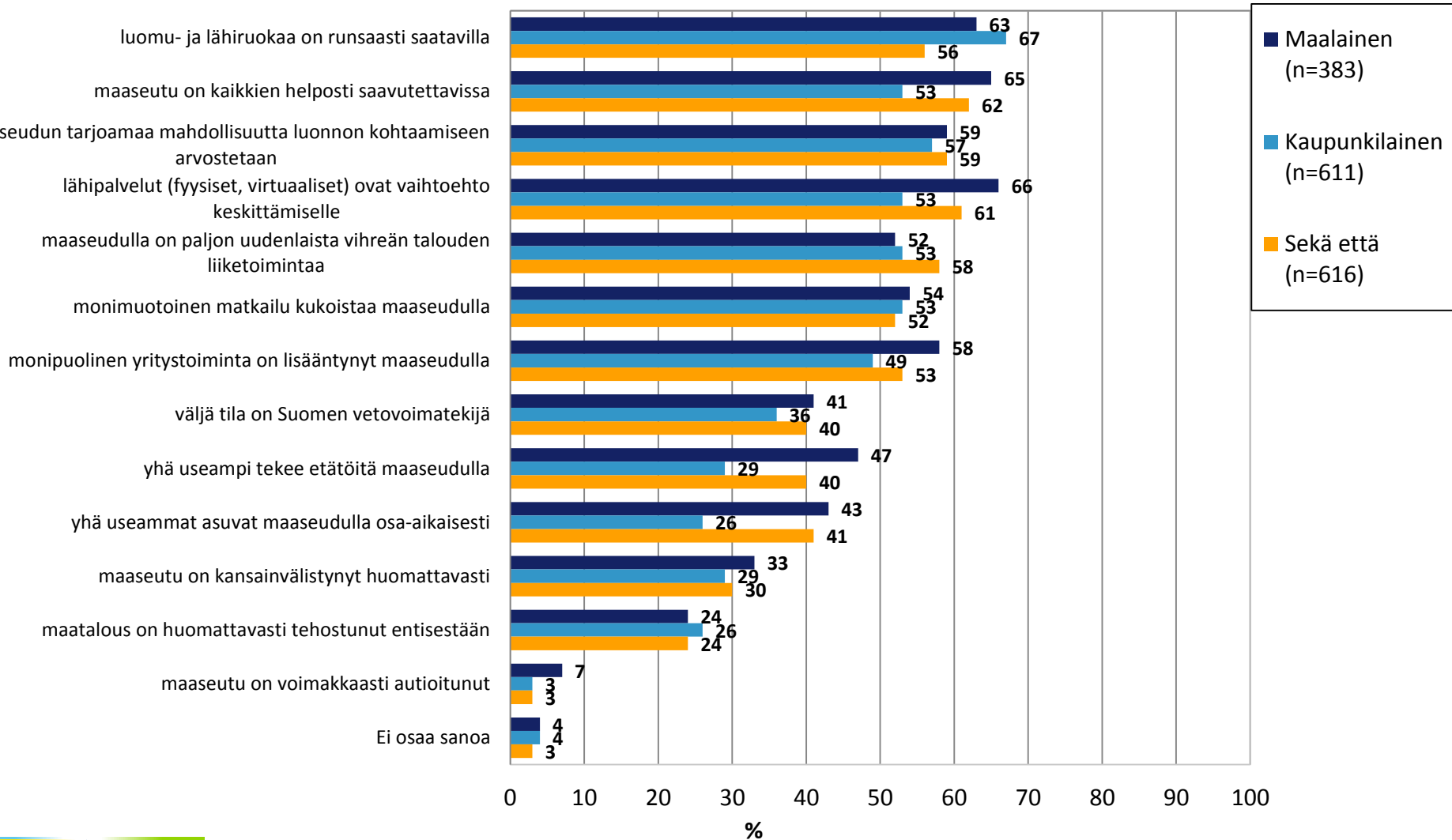
Uskomukset – Kansalaiset ikäryhmän mukaan

Entä miten uskoisit asioiden olevan vuonna 2025? n=vastaajat



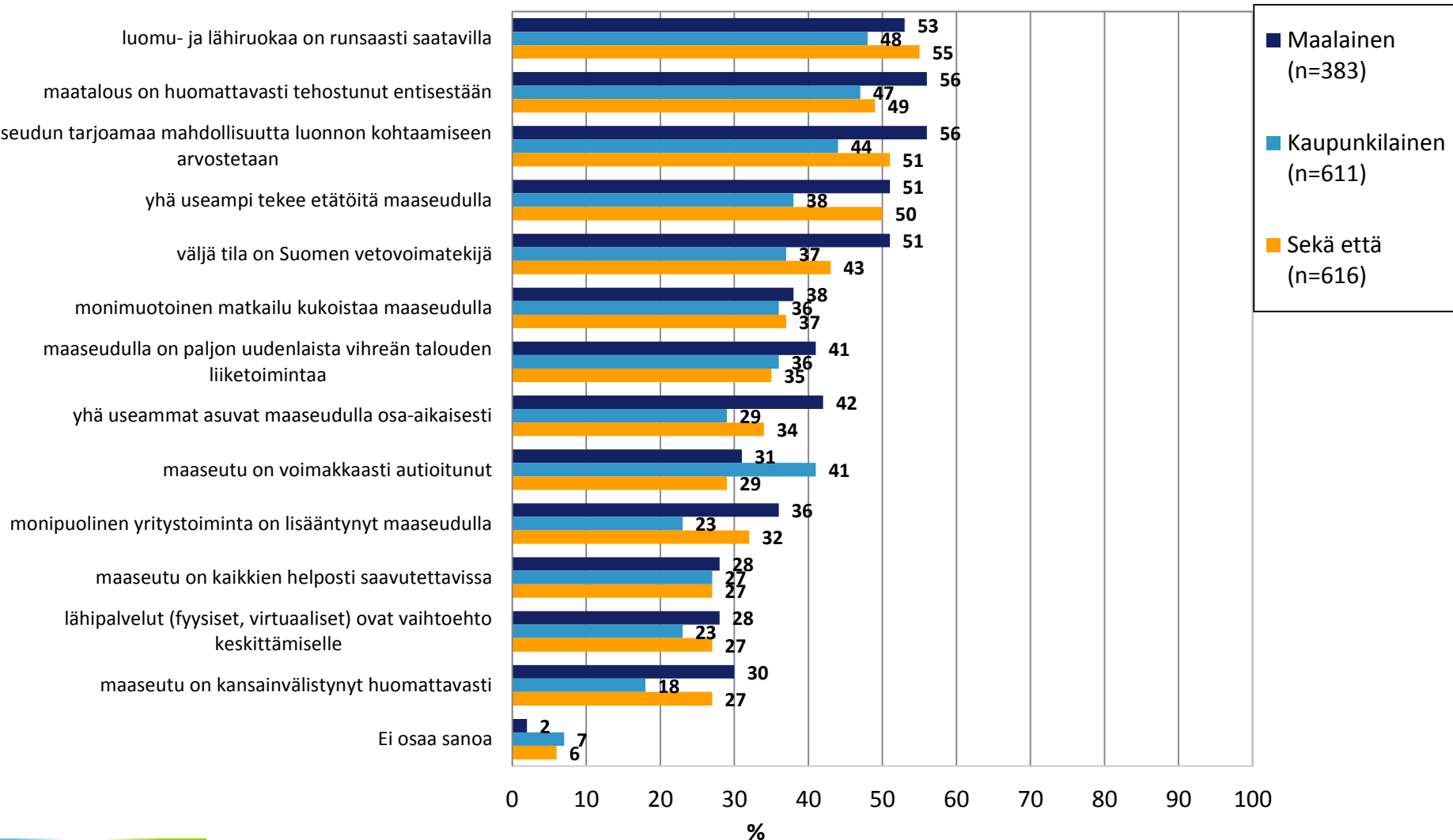
Toivomukset – Kansalaiset identiteetin mukaan

Mitkä seuraavista tulevaisuudenkuvista parhaiten vastaavat toivomustasi Suomen maaseudun merkityksestä vuonna 2025?
n=vastaaajat



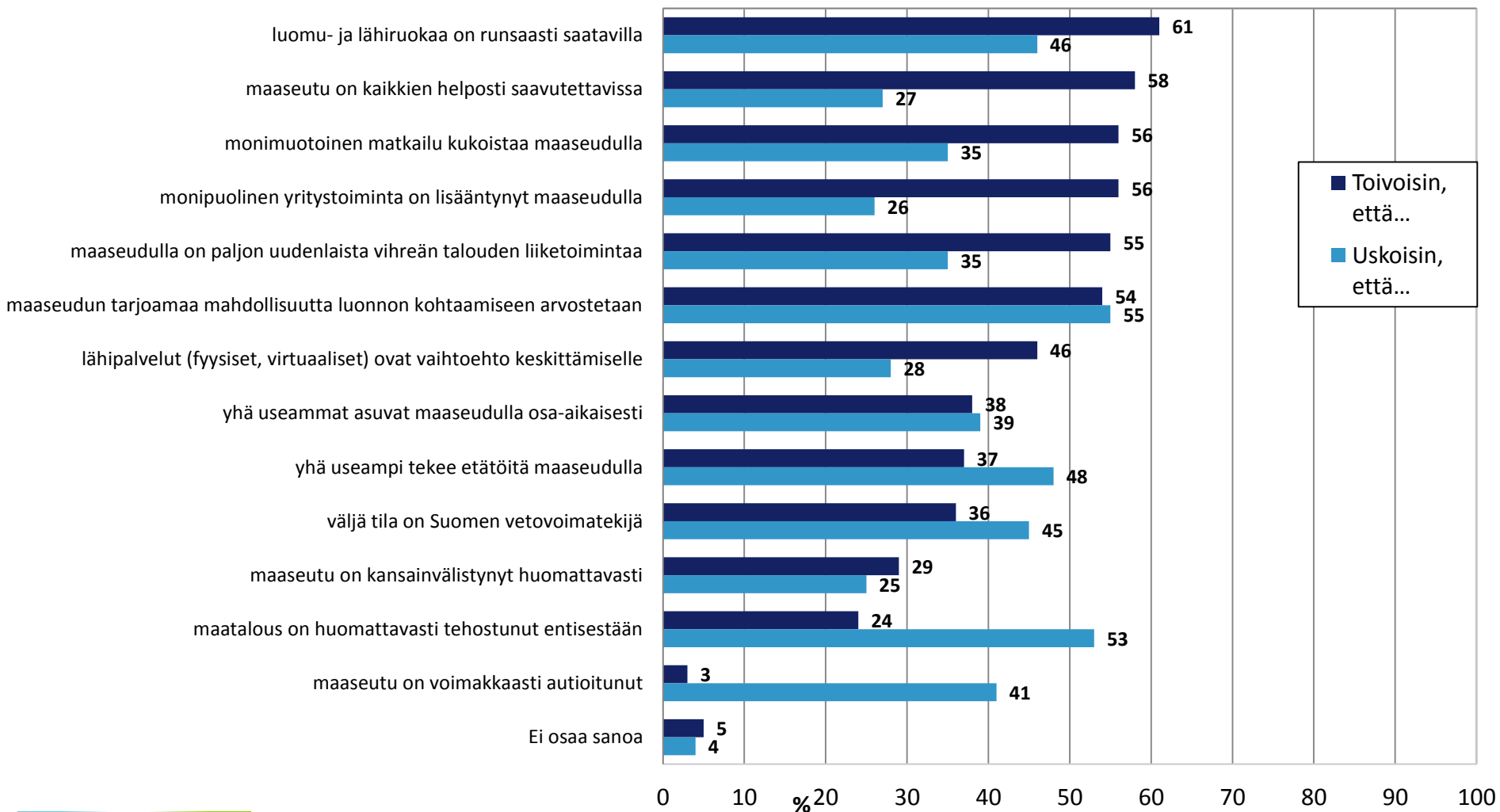
Uskomukset – Kansalaiset identiteetin mukaan

Entä miten uskoisit asioiden olevan vuonna 2025? n=vastaajat



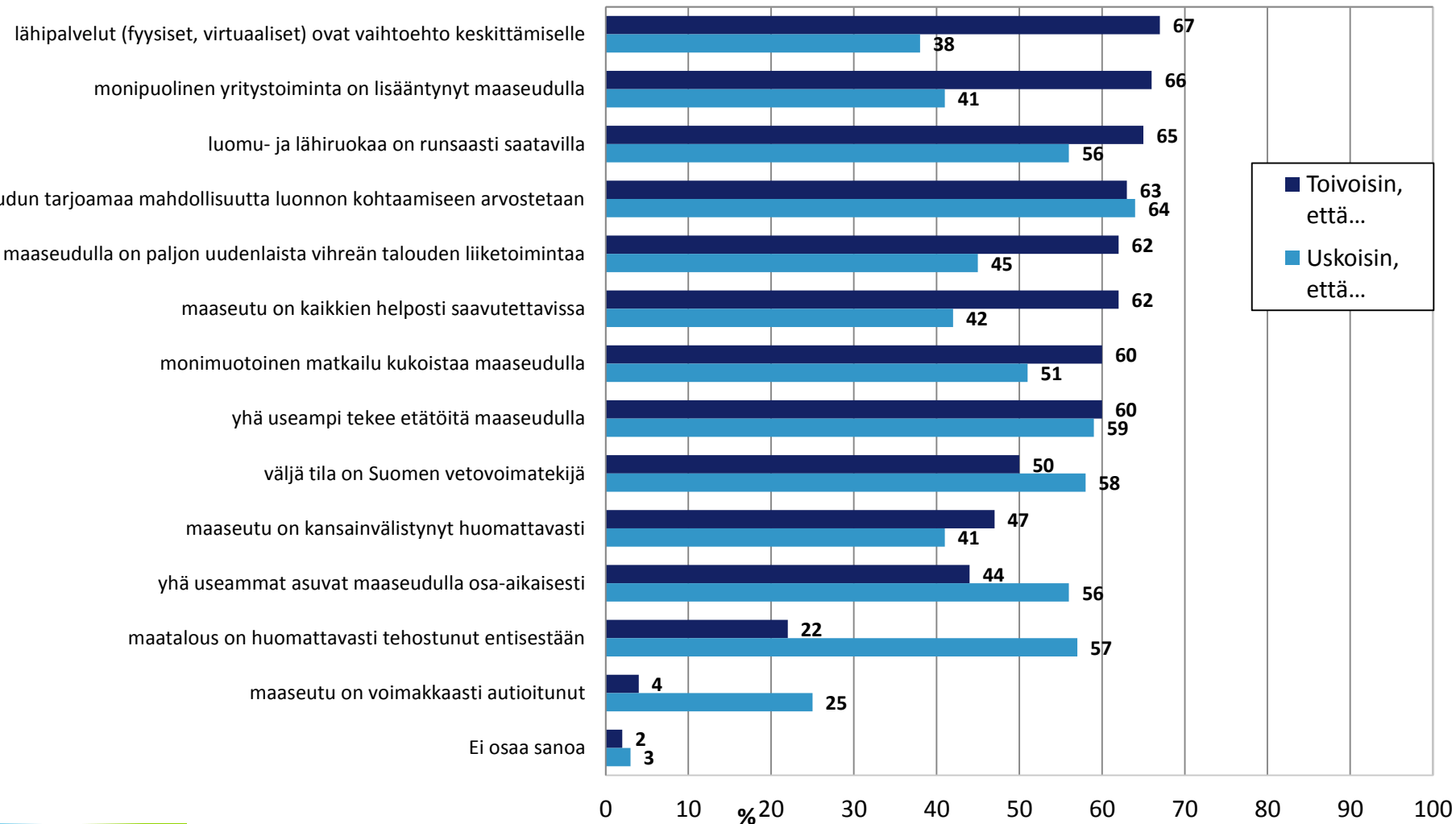
Toivomukset ja uskomukset - Yrityspäätäjät

Mitkä seuraavista tulevaisuudenkuvista parhaiten vastaavat toivomustasi Suomen maaseudun merkityksestä vuonna 2025? Entä miten uskoisit asioiden olevan vuonna 2025? Yrityspäätäjät, n=213



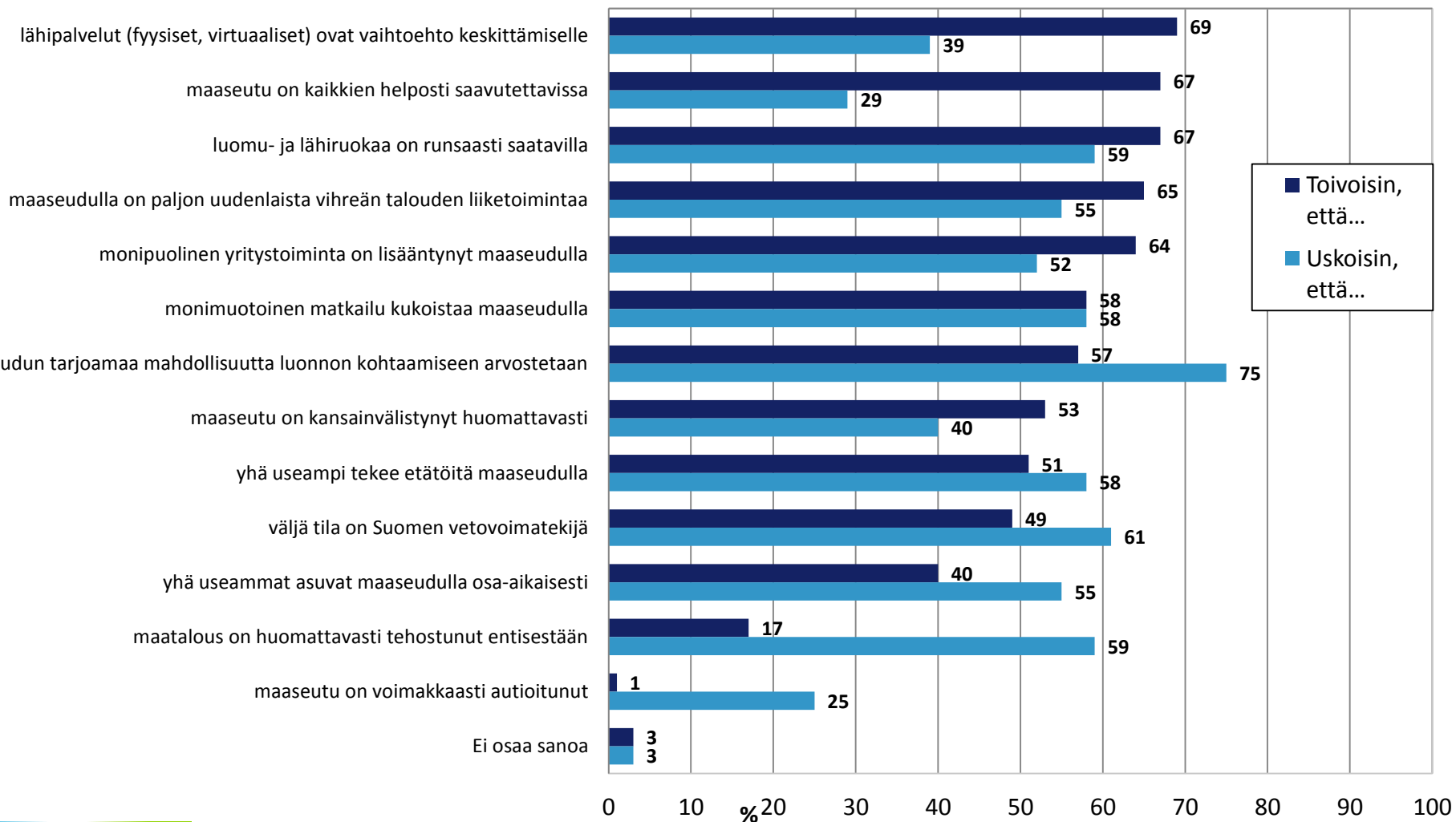
Toivomukset ja uskomukset - Päättäjät

Mitkä seuraavista tulevaisuudenkuvista parhaiten vastaavat toivomustasi Suomen maaseudun merkityksestä vuonna 2025? Entä miten uskoisit asioiden olevan vuonna 2025? Päättäjät, n=156



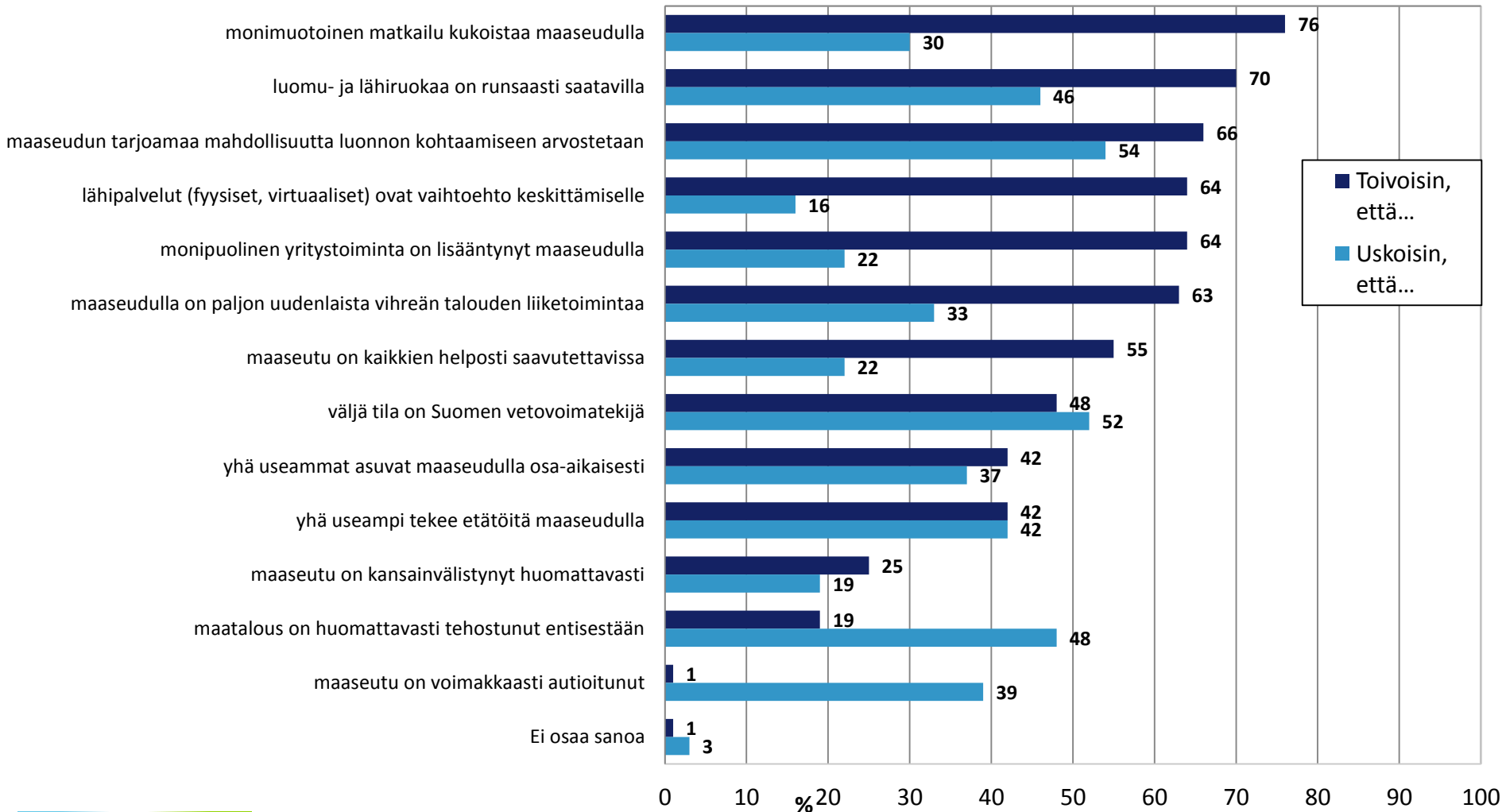
Toivomukset ja uskomukset - Asiantuntijat

Mitkä seuraavista tulevaisuudenkuvista parhaiten vastaavat toivomustasi Suomen maaseudun merkityksestä vuonna 2025? Entä miten uskoisit asioiden olevan vuonna 2025? Asiantuntijat, n=269



Toivomukset ja uskomukset - Media

Mitkä seuraavista tulevaisuudenkuvista parhaiten vastaavat toivomustasi Suomen maaseudun merkityksestä vuonna 2025? Entä miten uskoisit asioiden olevan vuonna 2025? Media, n=67



06%

kotitalouksista ostaa säännöllisesti luomupossua.

täysi-ikäisistä on nähnyt lottomainontaa viimeisen 6 kk:n aikana.

75%

kotitalouksista on ostanut reilun kaupan ananaksia.

28%

14%

suomalaisista lukee näköisverkko-lehtiä.

suomalaisista on erittäin tyytyväisiä seksielämäänsä.

96%

EU-jäsenyyden puolesta.

73%

suomalaisista

yrityksistä harkitsee parhaillaan pankin vaihtamista.

04%

matkustanut laivalla Ruotsiin viimeisen vuoden aikana.

33%

viinien käyttäjistä on alle 25-vuotiaita.

19%

suomalaisista ei tiedä kuka on Stephen Elop.

21%

uutistoimittajista käyttää sosiaalista mediaa tiedonhankinnassa.

06%

kotitalouksista ostaa säännöllisesti luomupossua.

12%

kotitalouksista ei käytä lainkaan luomutuotteita.

14%

suomalaisista lukee näköisverkko-lehtiä.

20%

12%

kotitalouksista ei käytä lainkaan luomutuotteita.

14%

suomalaisista lukee näköisverkko-lehtiä.

20%

suomalaisista kannattaa Suomen liittymistä Natoon.

04%

yrityksistä harkitsee parhaillaan pankin vaihtamista.

38%

suomalaisista katsoo netti-tv:tä

33%

pitää tuotteiden kotiin toimitusta verkkokaupan tärkeimpänä ominaisuutena

19%

suomalaisista ei tiedä kuka on Stephen Elop.

48%

ympäristöasioista viestiminen ole uskottavaa.

04%

kotitalouksista

yrityksistä aikoo vuosittain

12%

kotitalouksista ostaa säännöllisesti luomupossua.

75%

naisista uskoo ryppyvoiteiden tehoon

28%

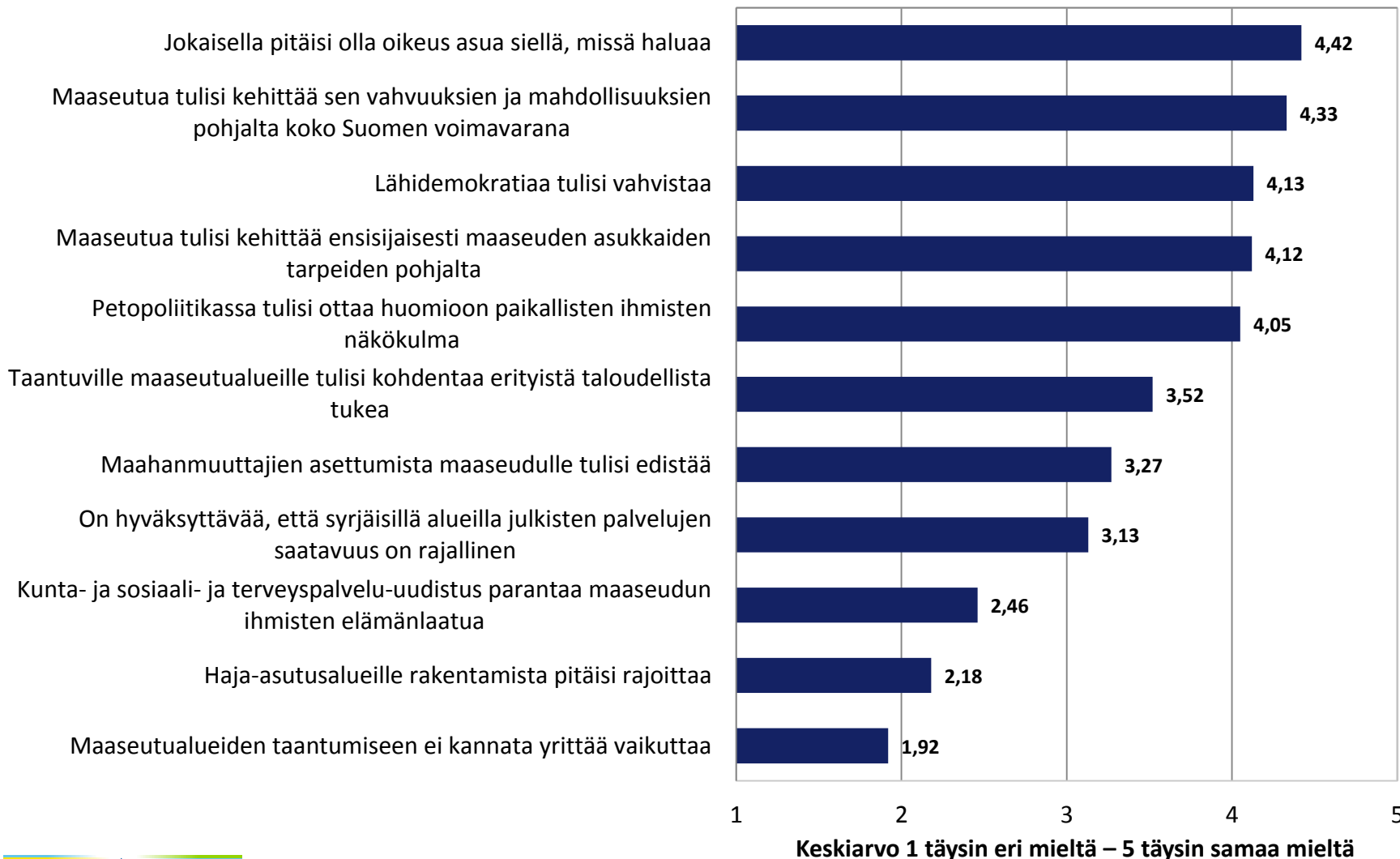
suomalaisista on kokenut vuoden aikana matkapuhelimen kuuluvuus-

Maaseudun kehittämistä kannatetaan vahvasti

- Kansalaisten vastaukset maaseudun kehittämistä koskeviin kysymyksiin ovat – maalaisjärjen mukaisia: lähes kaikkien mielestä jokaisella tulisi olla oikeus asua siellä, missä haluaa.
- Yleisesti ottaen maaseudun kehittäminen saa vahvaa kannatusta, sillä maaseudun kehittämisen myönteisten väittämien kanssa ollaan pitkälti samaa mieltä.
- Vähiten samaa mieltä ollaan negatiivisten väittämien kanssa, eli että maaseudun taantumiseen ei kannata yrittää vaikuttaa ja haja-asutusalueille rakentamista pitäisi rajoittaa.
- Kansalaiset ovat yleisesti ottaen varsin epäluuloisia sen suhteen, parantaako kuntauudistus maaseudun asukkaiden elämänlaatua; tosin yli 65-vuotiaat vastaajat ovat muita luottavaisempia tässä asiassa. Erityisesti päättäjät ja asiantuntijat suhtautuvat tähän kriittisesti.
- Asiantuntijat pitävät muihin ryhmiin verrattuna tärkeämpinä lähidemokratiaa ja maahanmuuttajien asettumisen edistämistä maaseudulle.

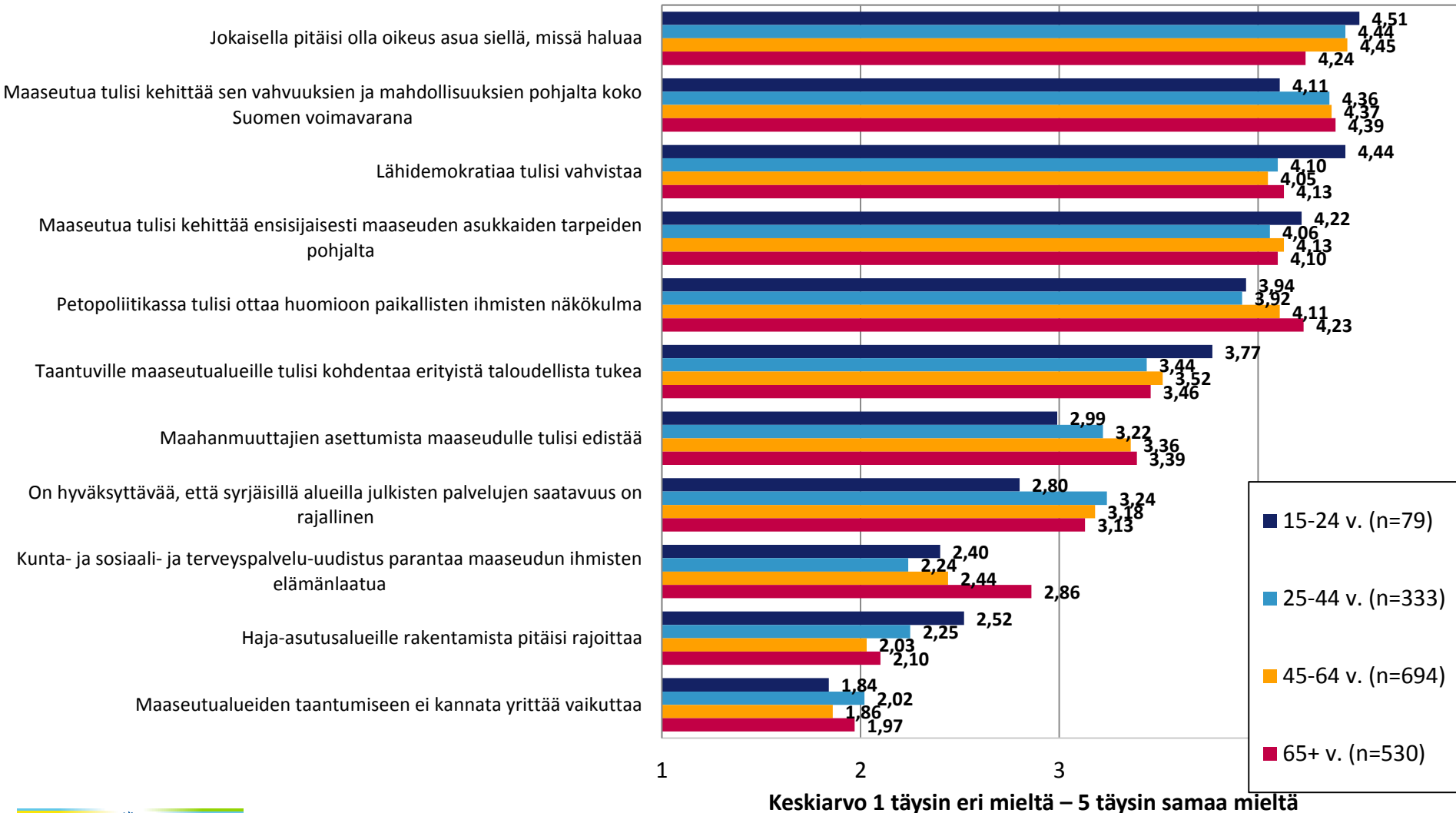
Maaseudun kehittäminen - Kansalaiset

Mitä mieltä olet seuraavista väittämistä? Kansalaiset, n=1636



Maaseudun kehittäminen – Kansalaiset ikäryhmän mukaan

Mitä mieltä olet seuraavista väittämistä? n=vastaajat



Keskiarvo 1 täysin eri mieltä – 5 täysin samaa mieltä

Maaseudun kehittäminen

Mitä mieltä olet seuraavista väittämistä? n=vastaajat

Jokaisella pitäisi olla oikeus asua siellä, missä haluaa

Maaseutua tulisi kehittää sen vahvuuksien ja mahdollisuuksien pohjalta koko Suomen voimavarana

Lähidemokratiaa tulisi vahvistaa

Maaseutua tulisi kehittää ensisijaisesti maaseuden asukkaiden tarpeiden pohjalta

Petopoliitikassa tulisi ottaa huomioon paikallisten ihmisten näkökulma

Taantuville maaseutualueille tulisi kohdentaa erityistä taloudellista tukea

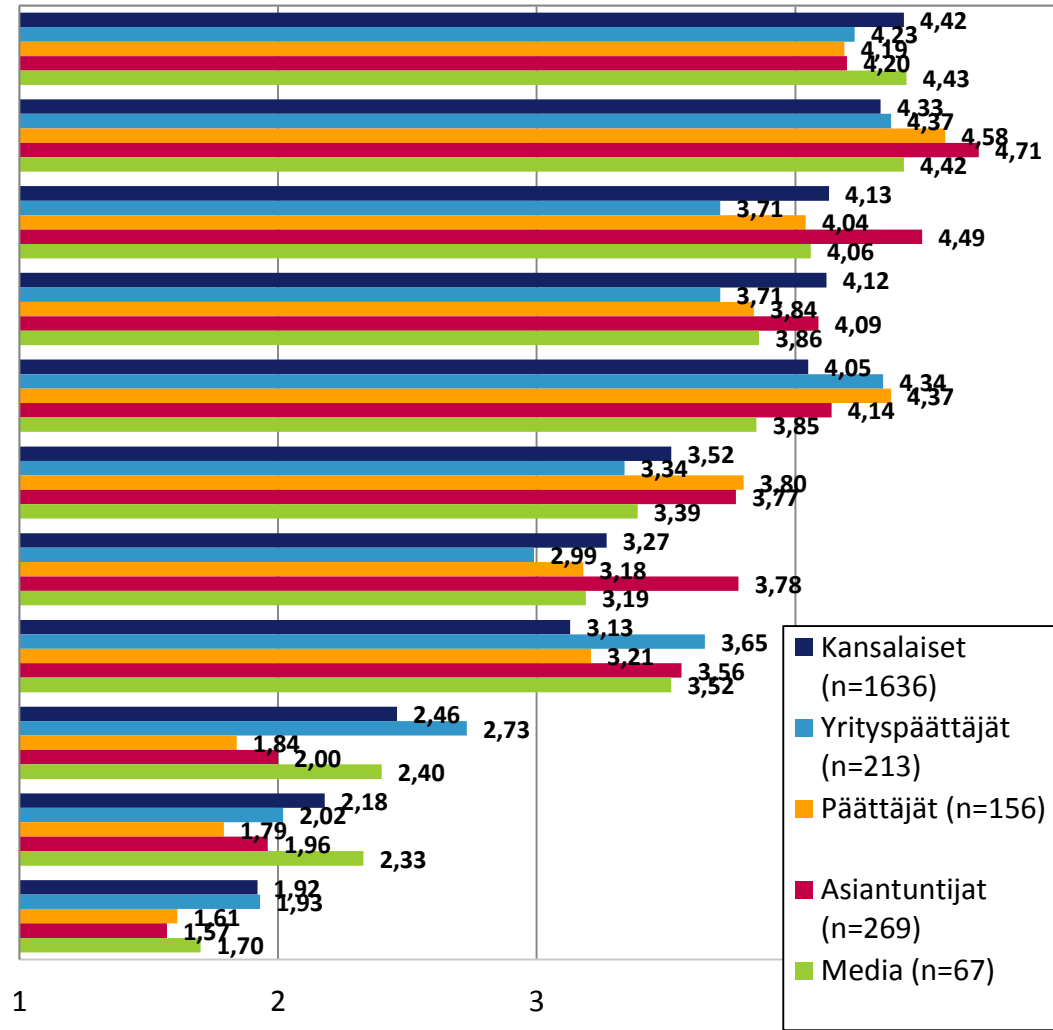
Maahanmuuttajien asettumista maaseudulle tulisi edistää

On hyväksyttävää, että syrjäisillä alueilla julkisten palvelujen saatavuus on rajallinen

Kunta- ja sosiaali- ja terveystalouden uudistus parantaa maaseudun ihmisten elämänlaatua

Haja-asutusalueille rakentamista pitäisi rajoittaa

Maaseutualueiden taantumiseen ei kannata yrittää vaikuttaa



Keskiarvo 1 täysin eri mieltä – 5 täysin samaa mieltä

Maaseudulla on hyvä imago

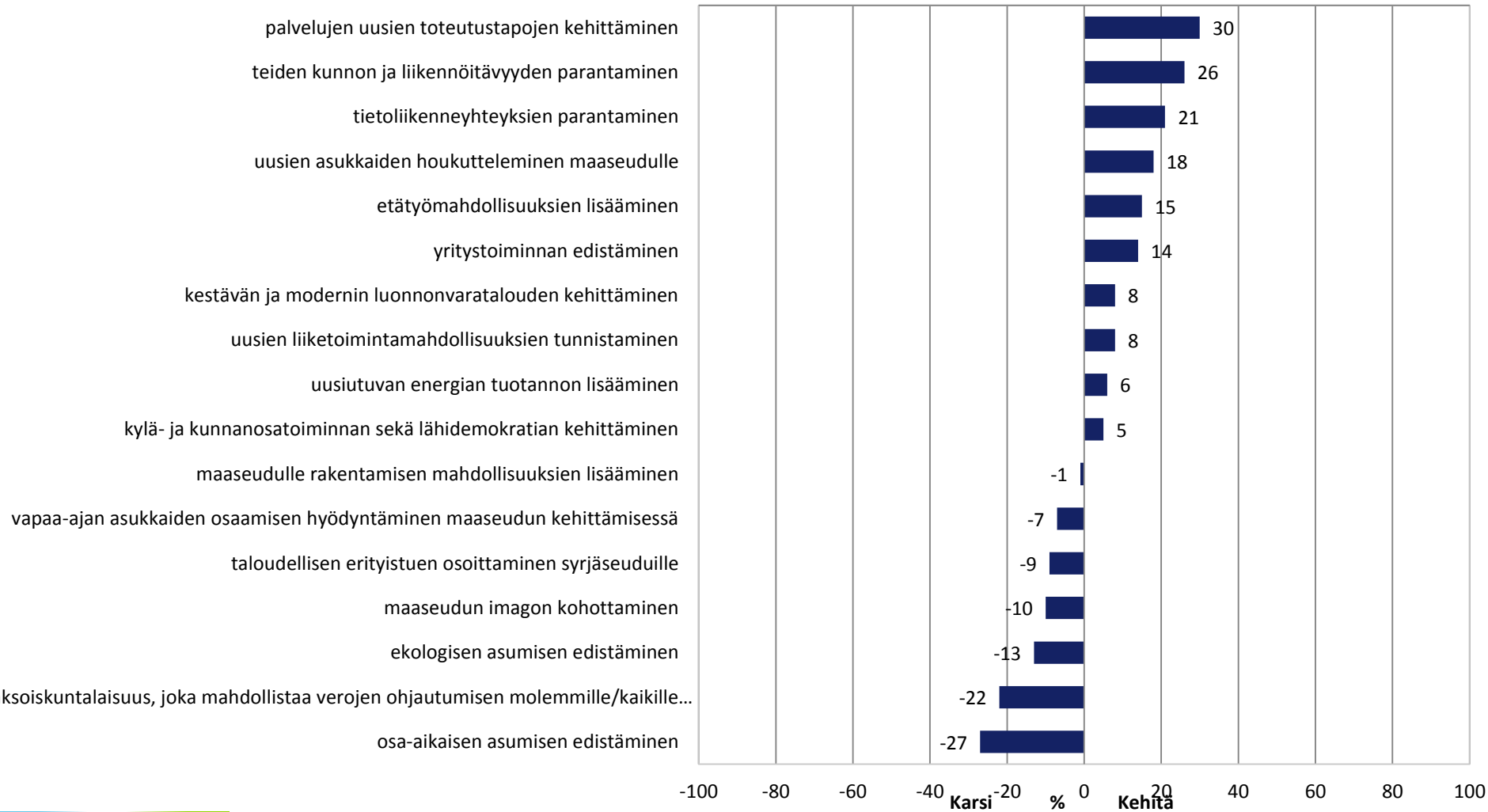
- Kansalaisten, päättäjien, asiantuntijoiden ja median suurimmat toiveet maaseudun kehittämistä liittyvät palveluihin ja infrastruktuuriin sekä tietoliikenneyhteyksiin. Yrityspäätäjät kiinnittävät huomion yritystoiminnan edistämiseen, uusien liiketoimintamahdollisuuksien tunnistamiseen ja etätyöhön.
- Päättäjillä uusiutuvan energian edistäminen nousee muita selvästi korkeammalle; ehkä he näkevät siinä myös elinkeinopoliittisia mahdollisuuksia oman alueensa menestyksen edistämiseksi.
- Yhteistä eri vastaajaryhmille on se, että maaseudun imagoa ei tarvitse heidän mielestään kohottaa. Taustalla on varmasti pragmaattinen ajattelutapa, jonka mukaan maaseudun menestys syntyy konkreettisista teoista: kun esimerkiksi tie- ja tietoliikenneyhteyksiä sekä palveluntuotantoa kehitetään, imagokin kirkastuu siinä samalla kuin itsestään.
- Toisaalta maaseudun imago on tämän tutkimuksen mukaan jo valmiiksi niin hyvällä tasolla, ettei sen kohottamiseen kannata erikseen suunnata rajallisia panostuksia.

”Ekologinen asuminen” – väärin ymmärretty pyrkimys?

- Tuloksista pistää silmään erikoinen seikka: vaikka uusiutuvan energian tuotannon lisäämistä kannatetaan ja pidetään toivottavana, ekologisen asumisen edistäminen ei saa suurta suosiota sen enempää kansalaisten kuin muidenkaan vastaajaryhmien keskuudessa.
- Tulosta voidaan selittää ainakin kahdella tavalla: ensinnäkin vastaajat ilmeisesti ajattelevat maaseudulla asumisen olevan jo niin ekologista, ettei ekologisuuutta ole tarpeen enää erikseen edistää. (Barometrin mukaanhan ihmiset yhdistävät ympäristöystävällisen elämäntavan nimenomaan maaseutuun – kaupungissa asumista pidetään vähemmän ympäristöystävällisenä.)
- Toisaalta ”ekologisella asumisella” saattaa olla ihmisten keskuudessa huono kaiku, koska se saatetaan liittää ylhäältä päin tulevaan sääntelyyn.

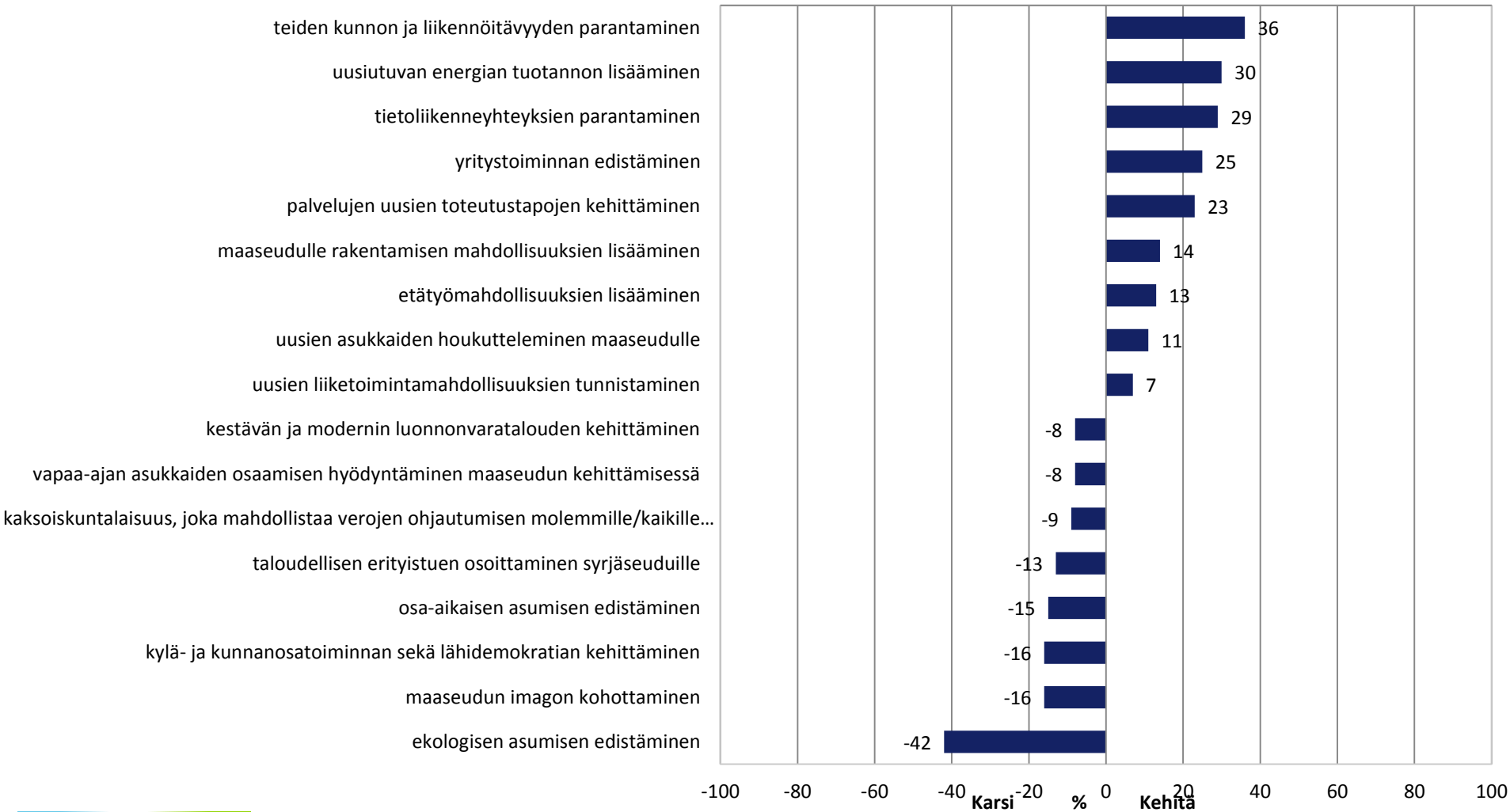
Kehitä ja karsi - Kansalaiset

Mitkä ovat polttavimmat/karsittavimmat kehittämistarpeet maaseutuun liittyen? Kansalaiset, n=1636



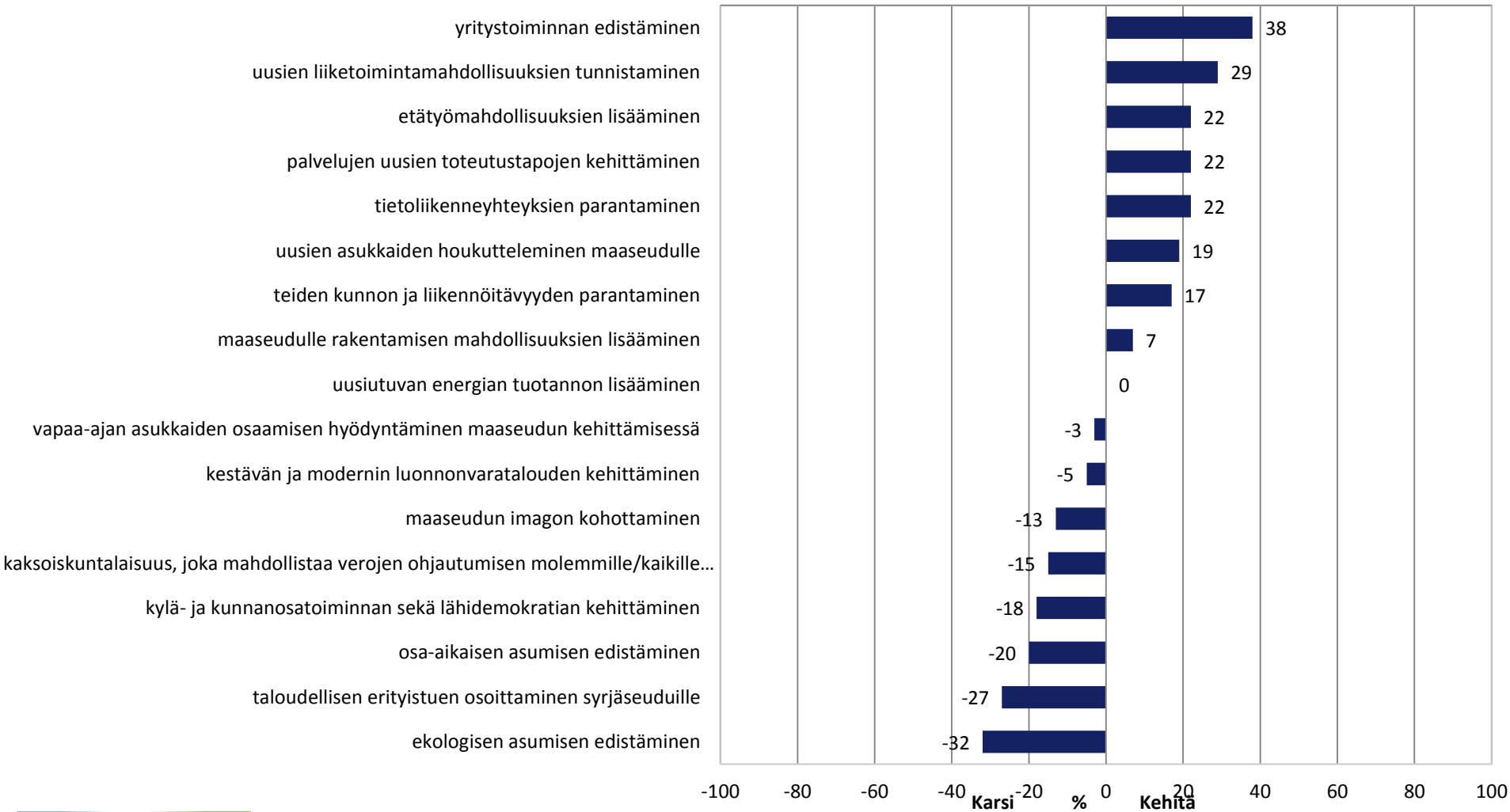
Kehitä ja karsi - Päättäjät

Mitkä ovat polttavimmat/karsittavimmat kehittämistarpeet maaseutuun liittyen? Päättäjät, n=156



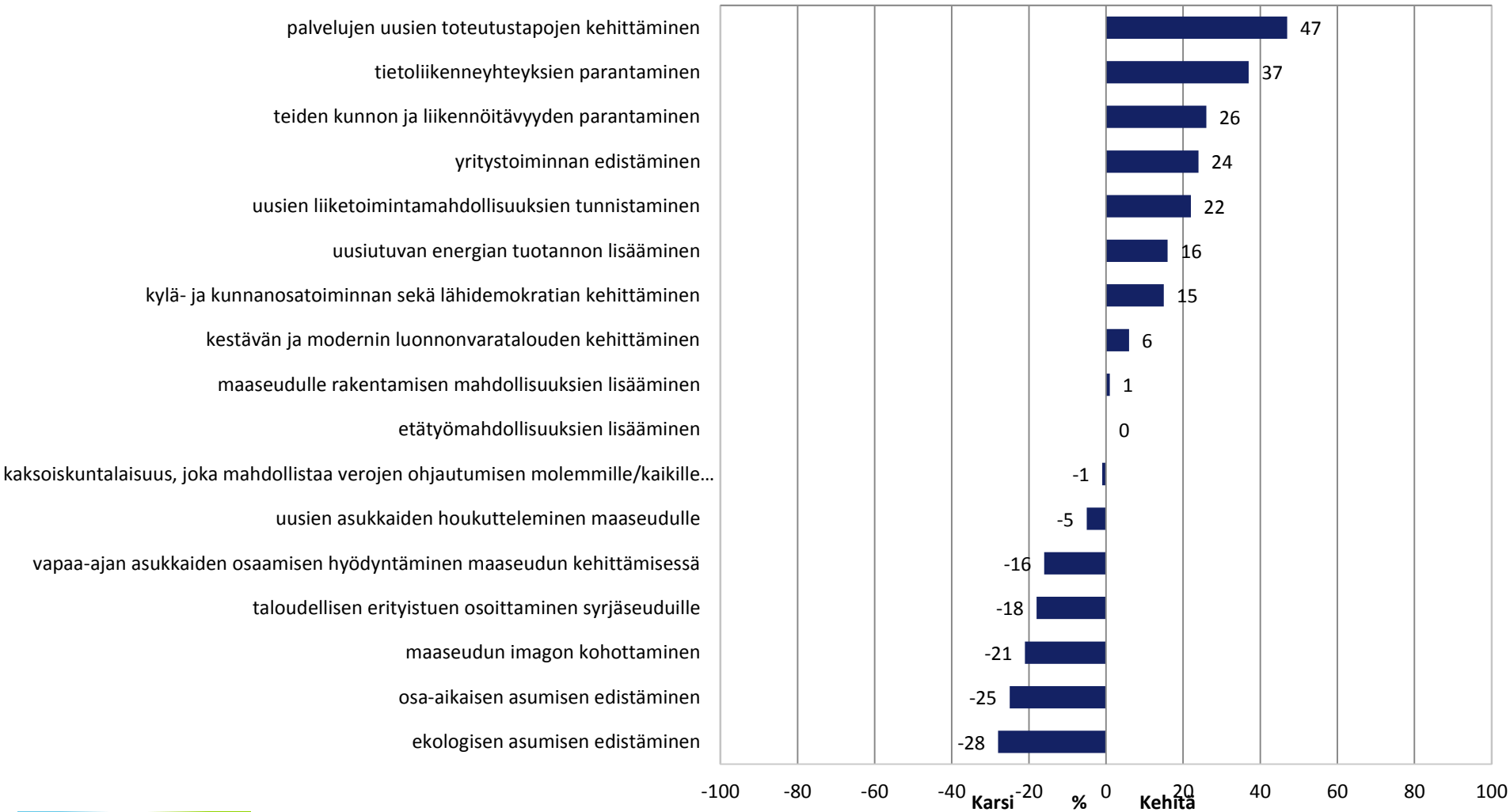
Kehitä ja karsi - Yrityspäätäjät

Mitkä ovat polttavimmat/karsittavimmat kehittämistarpeet maaseutuun liittyen? Yrityspäätäjät, n=213



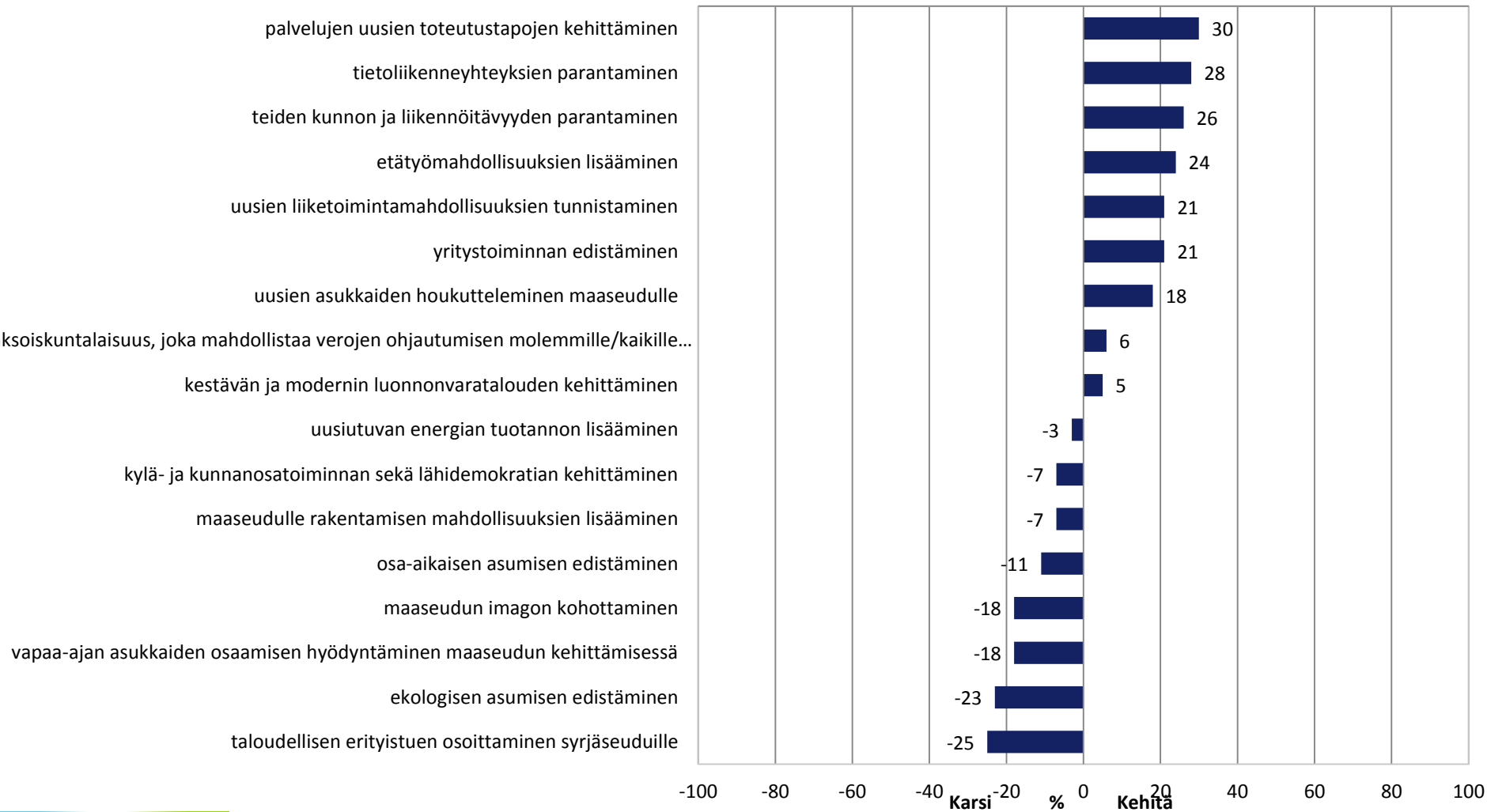
Kehitä ja karsi - Asiantuntijat

Mitkä ovat polttavimmat/karsittavimmat kehittämistarpeet maaseutuun liittyen? Asiantuntijat, n=269



Kehitä ja karsi - Media

Mitkä ovat polttavimmat/karsittavimmat kehittämistarpeet maaseutuun liittyen? Media, n=67



06%

kotitalouksista ostaa säännöllisesti luomupossua.

täysi-ikäisistä on nähnyt lottomainontaa viimeisen 6 kk:n aikana.

75%

kotitalouksista on ostanut reilun kaupan ananaksia.

28%

14%

suomalaisista lukee näköisverkko-lehtiä.

suomalaisista on erittäin tyytyväisiä seksielämänsä.

96%

EU-jäsenyyden puolesta.

73%

suomalaisista

yrityksistä harkitsee parhaillaan pankin vaihtamista.

04%

matkustanut laivalla Ruotsiin viimeisen vuoden aikana.

33%

viinien käyttäjiä on alle 25-vuotiaita.

19%

suomalaisista ei tiedä kuka on Stephen Elop.

21%

uutistoimittajista käyttää sosiaalista mediaa tiedonhankinnassa.

06%

kotitalouksista ostaa säännöllisesti luomupossua.

12%

kotitalouksista ei käytä lainkaan luomutuotteita.

14%

suomalaisista lukee näköisverkko-lehtiä.

20%

12%

kotitalouksista ei käytä lainkaan luomutuotteita.

14%

suomalaisista lukee näköisverkko-lehtiä.

20%

suomalaisista kannattaa Suomen liittymistä Natoon.

04%

yrityksistä harkitsee parhaillaan pankin vaihtamista.

38%

suomalaisista katsoo netti-tv:tä

33%

pitää tuotteiden kotiin toimitusta verkkokaupan tärkeimpänä ominaisuutena

19%

suomalaisista ei tiedä kuka on Stephen Elop.

48%

ympäristöasioista viestiminen ole uskottavaa.

kotituokaa.

04%

yrityksistä aikoo vuosittain

kotitalouksista ostaa säännöllisesti luomupossua.

12%

75%

naisista uskoo ryppyvoiteiden tehoon

28%

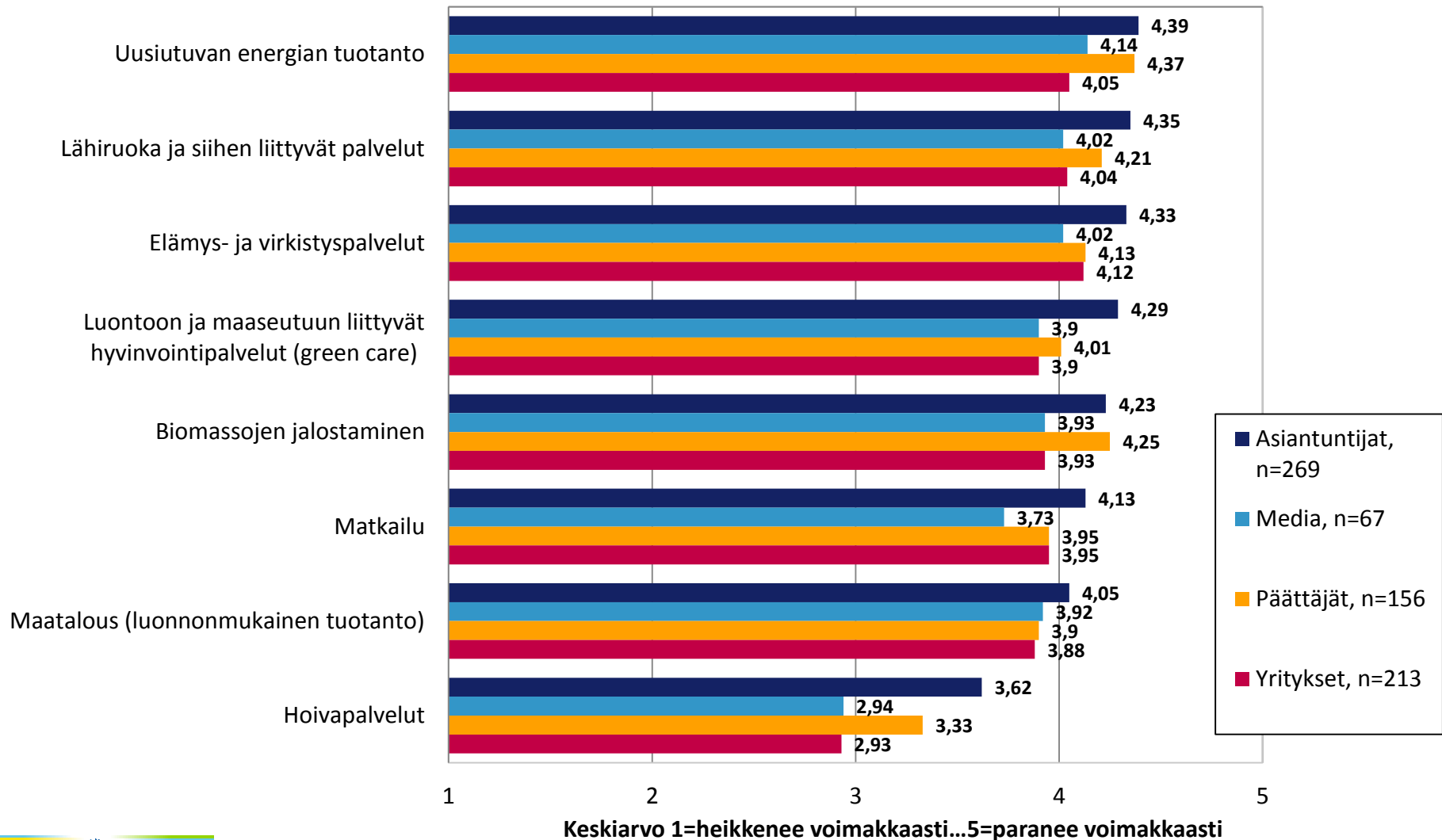
suomalaisista on kokenut vuoden aikana matkapuhelimen kuuluvuus-

Uusien liiketoiminta-alueiden tunnistaminen

- Kehittämistoimissa erityisesti yrittäjät peräänkuuluttavat uusia liiketoimintamahdollisuuksia. Kysyttäessä eri liiketoimintamahdollisuuksien kehittymisestä maaseudulla nousivat esille vahvimmin uusiutuvan energian tuotanto, lähiruoka ja siihen liittyvät palvelut, elämys- ja virkistyspalvelut, luontoon liittyvät hyvinvointipalvelut, biomassojen jalostaminen, matkailu ja luonnonmukainen maatalous.
- Muihin tuloksiin peilattaessa tulos ei yllätä. Näitä samoja teemoja tuodaan esille muuallakin, joten näistä voisi löytää alueita, joissa saataisiin menestyksestä liiketoimintaa maaseudulle.
- Asiantuntijoiden ja päättäjien usko useimpiin liiketoiminta-alueisiin on vahvempaa kuin yritysten ja median edustajilla.
- Talvivaaran myötä keskustelua aiheuttanut kaivostoiminta ei ole vuoden 2011 tapaan eniten kannatusta saaneiden listalla. Kaivostoimintaan uskovat lähinnä päättäjät.

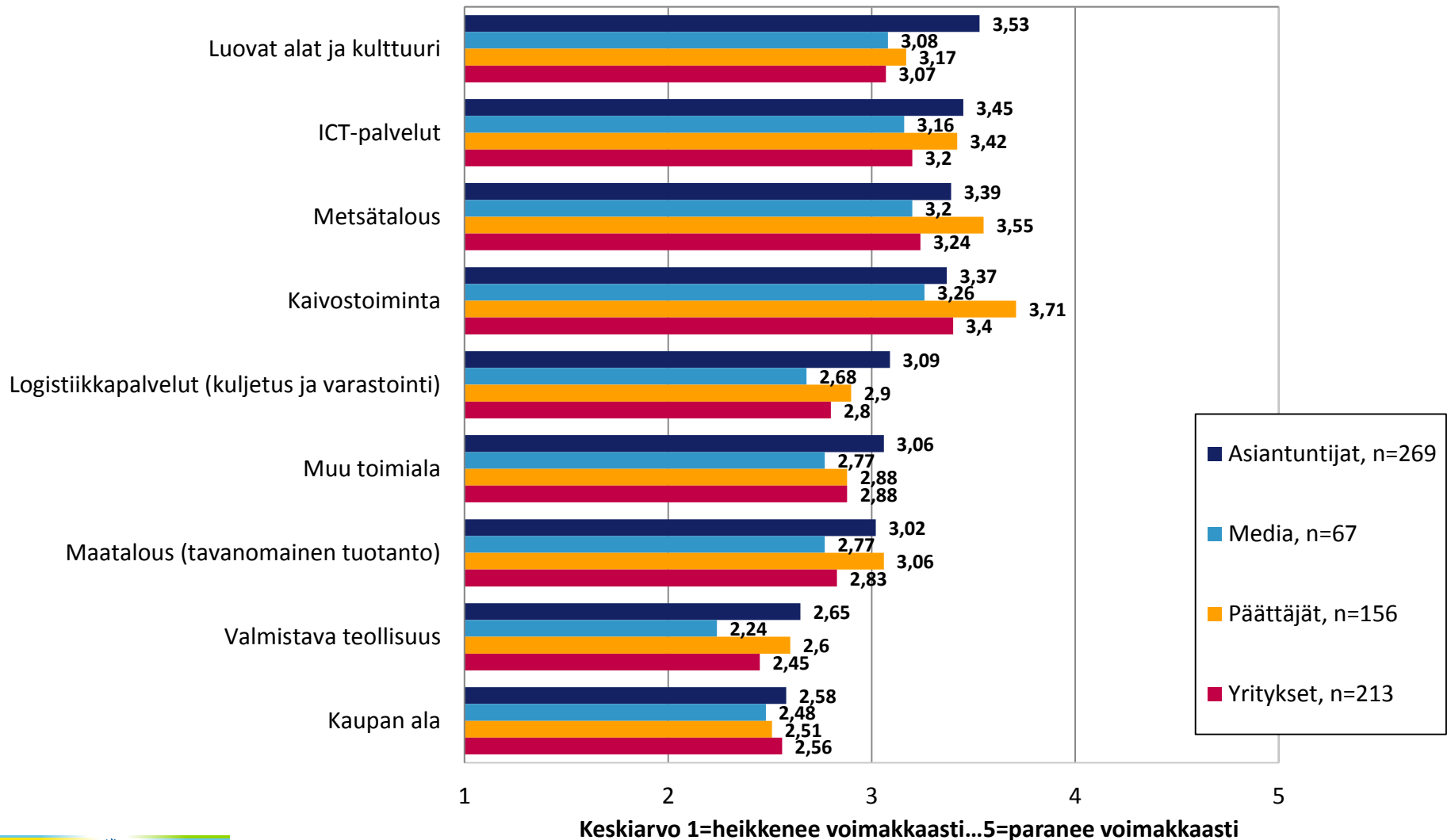
Liiketoimintamahdollisuuksien kehittyminen maaseudulla (1/2)

Miten arvioit seuraavien alojen liiketoimintamahdollisuuksien kehittyvän maaseudulla? n=vastaajat



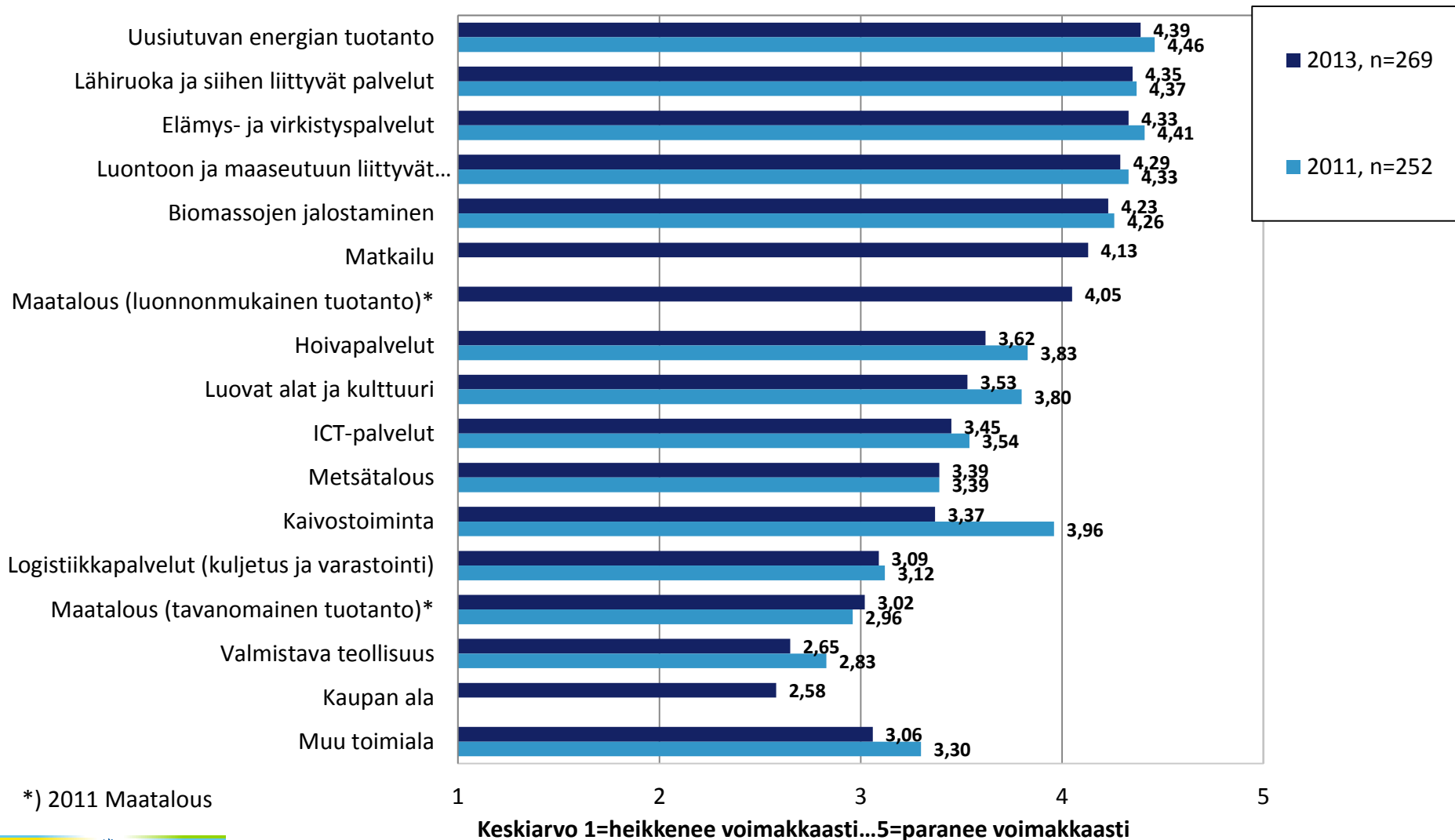
Liiketoimintamahdollisuuksien kehittyminen maaseudulla (2/2)

Miten arvioit seuraavien alojen liiketoimintamahdollisuuksien kehittyvän maaseudulla? n=vastaajat



Liiketoimintamahdollisuuksien kehittyminen maaseudulla - Asiantuntijat

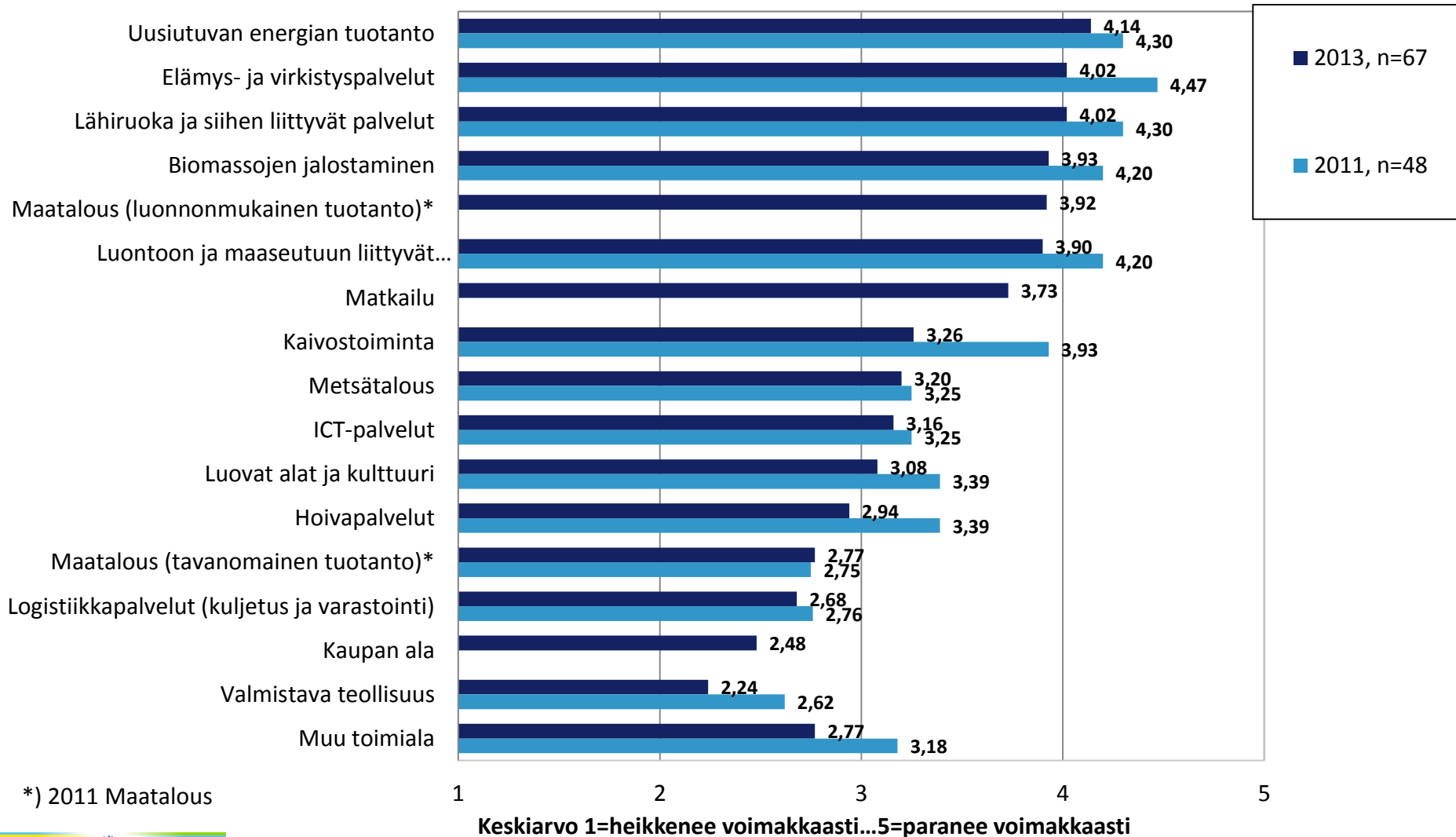
Miten arvioit seuraavien alojen liiketoimintamahdollisuuksien kehittyvän maaseudulla? n=Asiantuntijat



*) 2011 Maatalous

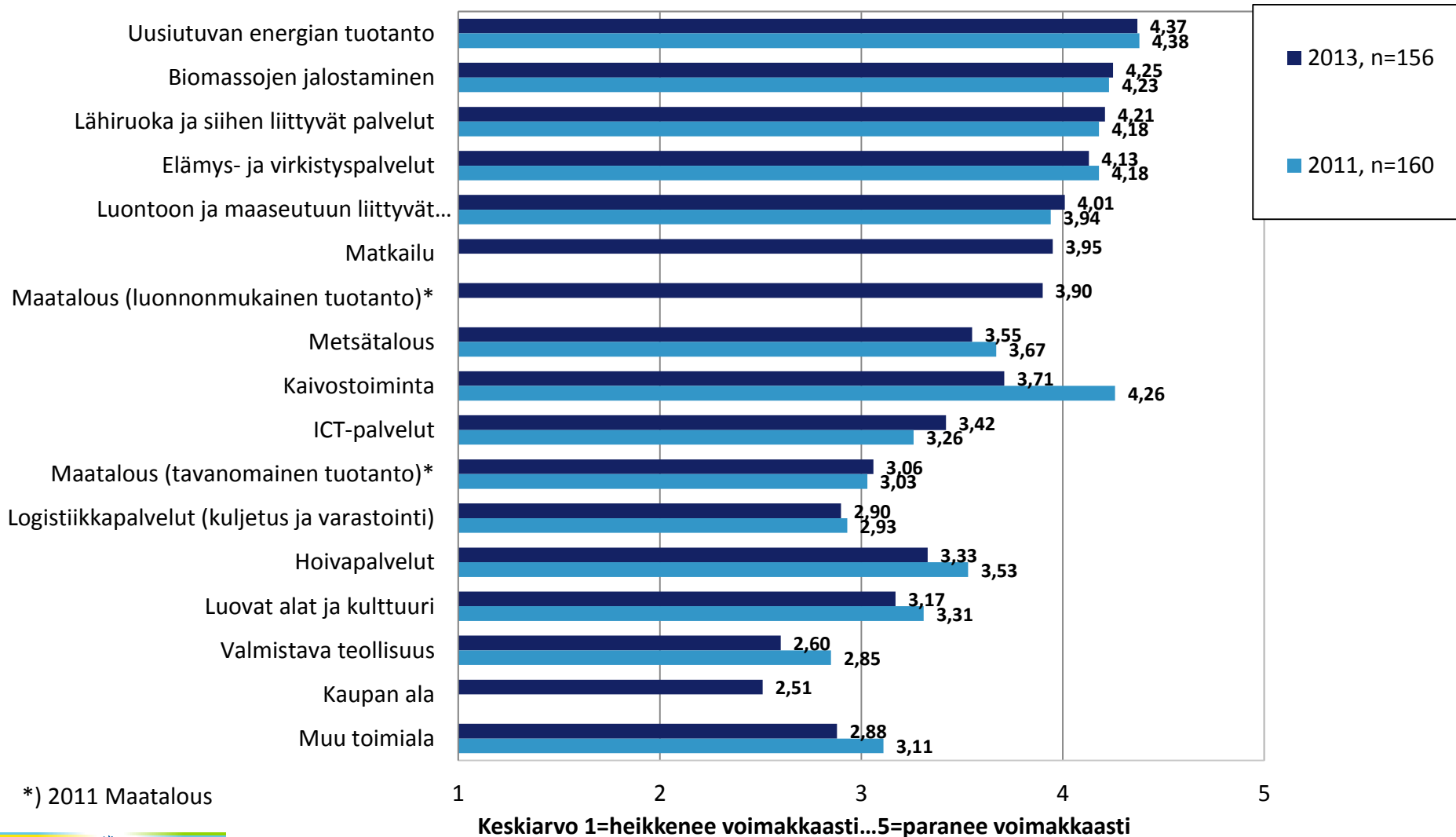
Liiketoimintamahdollisuuksien kehittyminen maaseudulla – Media

Miten arvioit seuraavien alojen liiketoimintamahdollisuuksien kehittyvän maaseudulla? n=Media



Liiketoimintamahdollisuuksien kehittyminen maaseudulla - Päätäjät

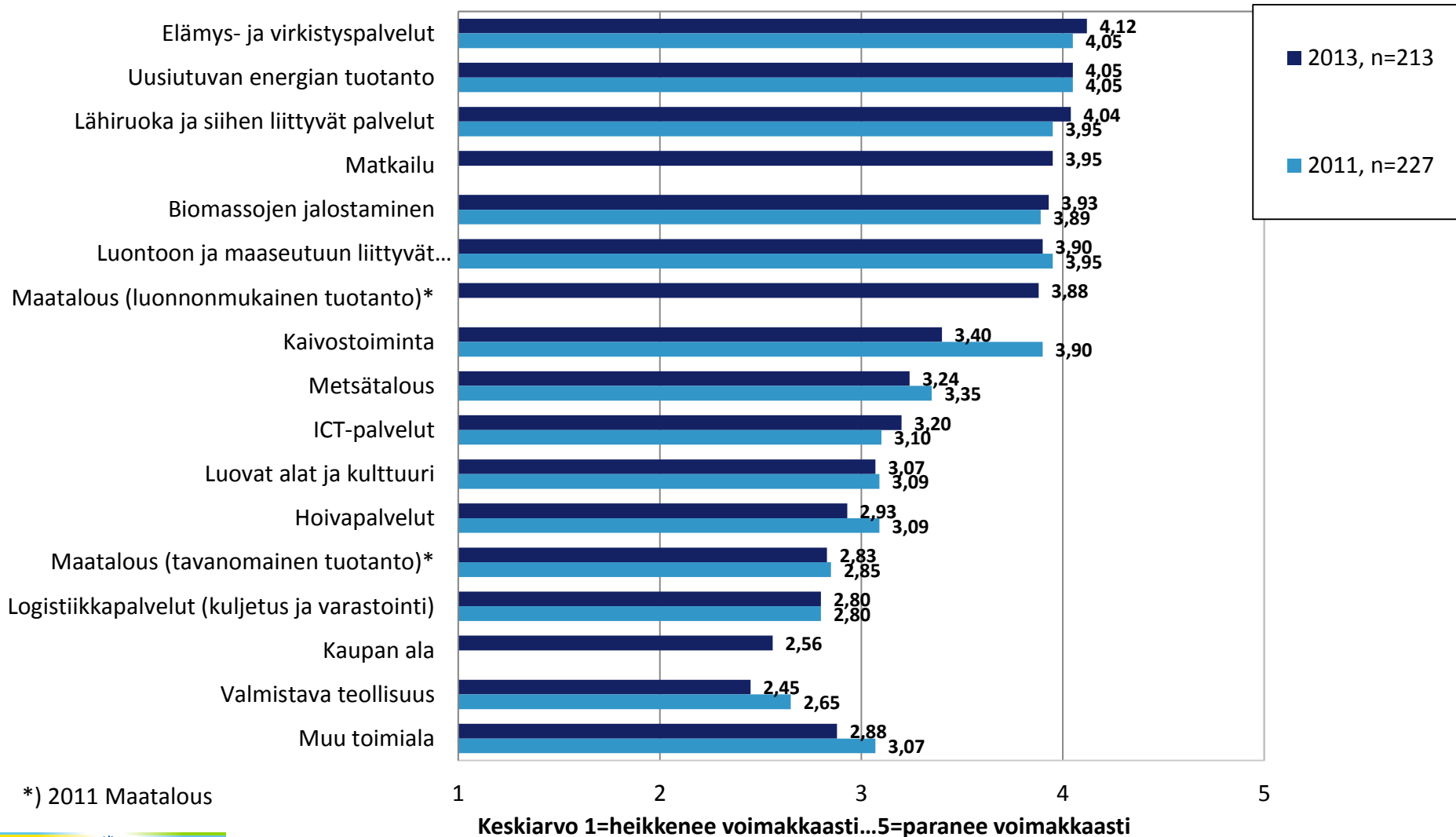
Miten arvioit seuraavien alojen liiketoimintamahdollisuuksien kehittyvän maaseudulla? n=Päätäjät



*) 2011 Maatalous

Liiketoimintamahdollisuuksien kehittyminen maaseudulla - Yritykset

Miten arvioit seuraavien alojen liiketoimintamahdollisuuksien kehittyvän maaseudulla? n=Yritykset



Yrittäjyyden edistäminen ja maaseutu

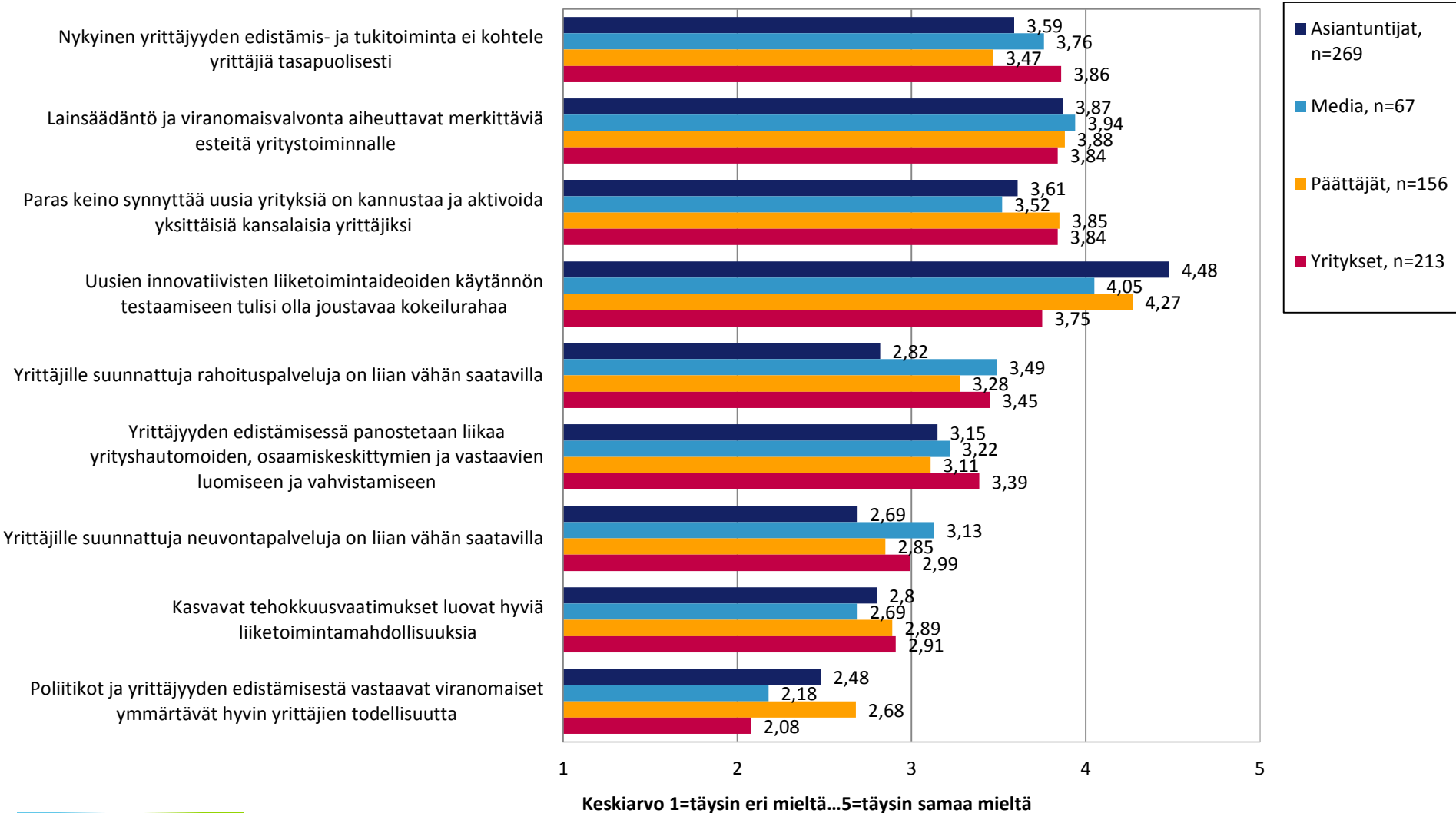
- Yrityspäätäjät mieltävät vahvimmin, että nykyinen yrittäjyyden edistämisen- ja tukitoiminta ei kohtele yrittäjiä tasapuolisesti, lainsäädäntö ja viranomaistoiminta aiheuttavat merkittäviä esteitä yritystoiminnalle, paras keino synnyttää uusia yrityksiä on kannustaa ja aktivoida kansalaisia yrittäjiksi sekä tulisi olla uusien innovatiivisten liiketoimintaideoiden käytännön testaamiseen tarkoitettu kokeiluraha. Näitä kannattavat myös asiantuntijat, päättäjät ja median edustajat.
- Poliitikot ja asiantuntijat mieltävät poliitikkojen ja yrittäjyyden edistämisestä vastaavien viranomaisten ymmärtävän hyvin yrittäjien todellisuutta. Yrittäjät itse ovat asiasta hieman eri mieltä.
- Linkitetessä yrittäjyys maaseutuun tuodaan esille se, etteivät kaupungeissa toimivat yritykset hyödynnä maaseudun mahdollisuuksia siinä määrin kuin olisi mahdollista. Maaseutua pidetään hyvänä toimintaympäristönä innovatiiviselle yrittäjyydelle sekä siellä koetaan olevan runsaasti hyödyntämättömiä liiketoimintamahdollisuuksia.

Yrittäjyyden edistäminen ja maaseutu

- Maaseutubarometriin vastanneista yrityspäätäjistä viidennes toimii yrittäjänä maaseudulla tai maaseudun mahdollisuuksia hyödyntäen.
- Yhtenä yrittäjyyden kehitystoimena esille nousi kansalaisten kannustaminen ja aktivoiminen yrittäjiksi. Kansalaisista erityisesti nuoremmat, alle 45-vuotiaat ovat harkinneet yrittäjäksi ryhtymistä maaseudulle tai sen mahdollisuuksia hyödyntäen. Harkinneita on lähes joka viides. Vakavampia aikomuksia tähän on kuitenkin huomattavasti harvemmillä. Identiteetiltään maalaiset ovat muita potentiaalisempia maaseutua hyödyntäviä yrittäjiä.
- Yrityspäätäjistä yli puolet harkitsee lisäinvestointeja ja lisähenkilöstön palkkaamista, mutta harkinnasta on vielä matkaa toteutumiseen.
- Arviot työvoiman riittäväydestä ja maahanmuuttajien palkkaamisesta herättävät keskustelua. Maaseutubarometriin vastanneet yrittäjät, erityisesti liikevaihdoltaan yli 1 miljoonan yrityksissä, suhtautuvat melko myönteisesti maahanmuuttajan palkkaamiseen tilanteessa, jossa lisähenkilöstölle on tarvetta.

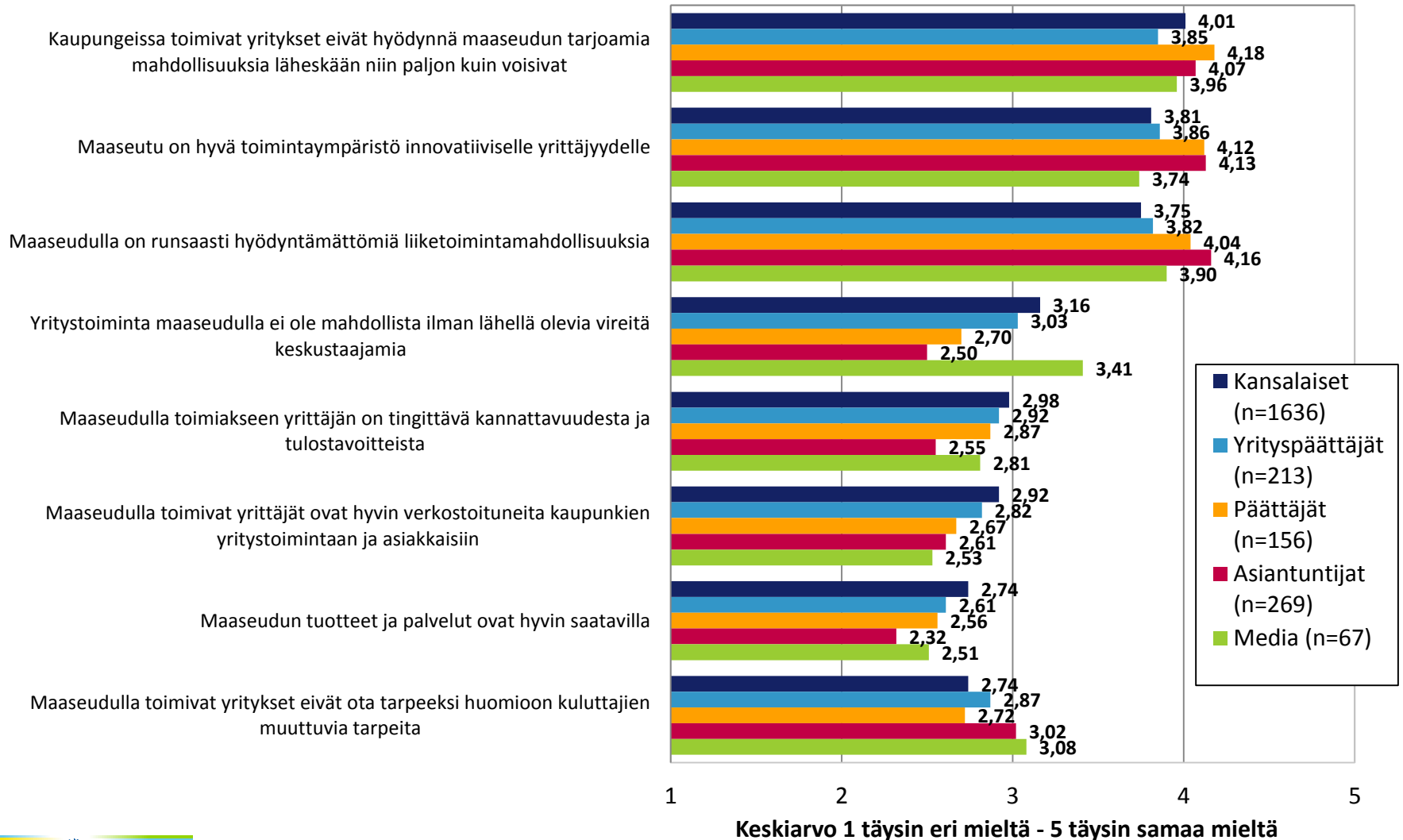
Yrittäjyyden yleiset väittämät

Mitä mieltä olet seuraavista yrittäjyyden yleistä kehittämistä koskevista väittämistä, yrityksen sijaintipaikasta riippumatta?
n=vastaaajat



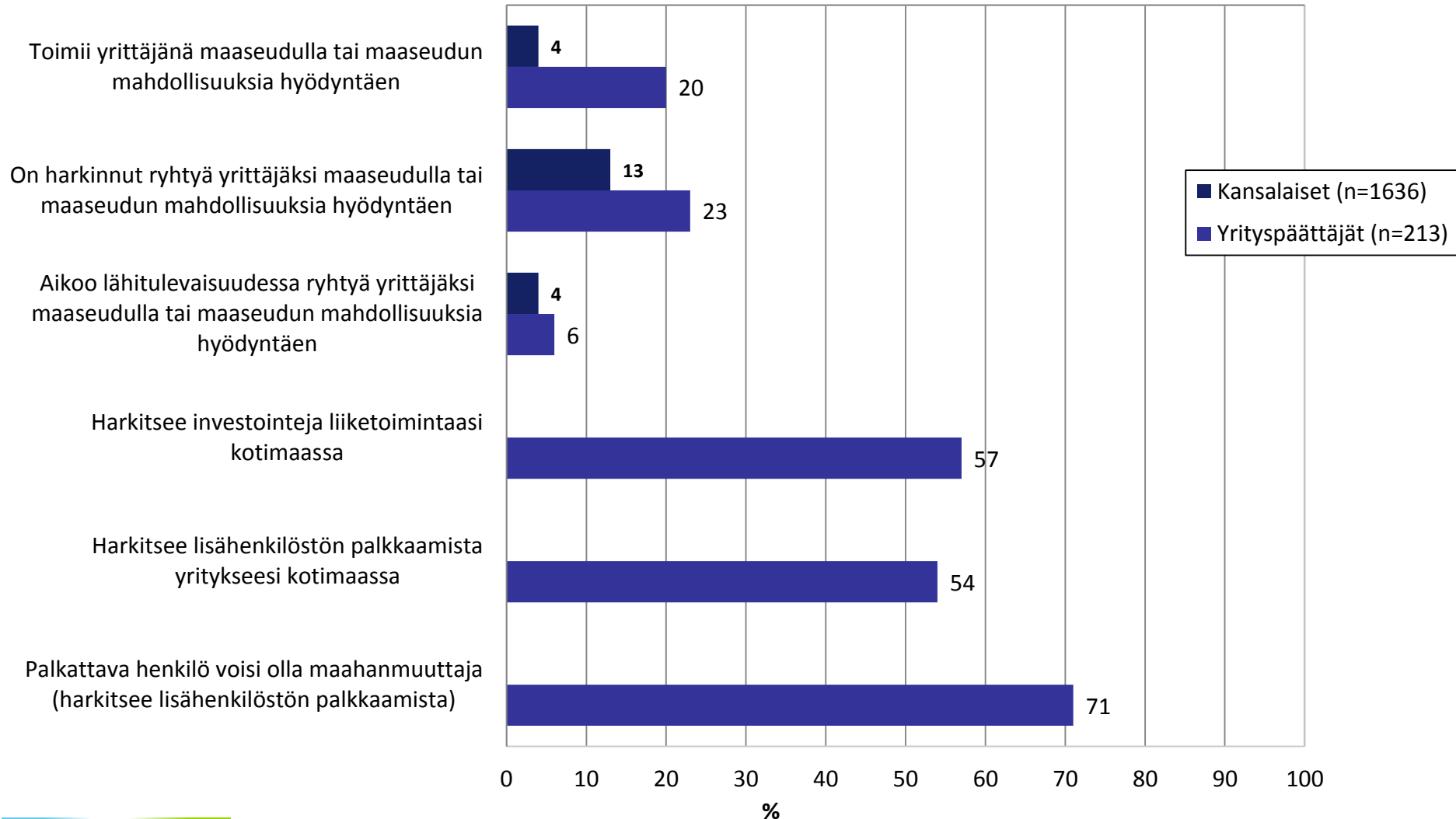
Yrittäjyyttä koskevat väittämät

Mitä mieltä olet seuraavista maaseutuun liittyvää yrittäjyyttä koskevista yleisistä väittämistä? n=vastaajat



Yrittäjyys maaseudun mahdollisuuksia hyödyntäen

n=vastajat



Yhteenveto ja johtopäätökset

- Maaseutubarometrin yhteenvetona voidaan todeta, että suomalaisilla on yllättävän myönteinen kuva maaseudusta ja sen mahdollisuuksista. Suomalaisten mielissä maaseutu ei ole tyhjenevä ja kurjistuva historian jäännös, vaan pikemminkin hyvän elämän ja monenlaisten mahdollisuuksien lähde.
- Suomalaisten mielissä maaseutu on dynaamista aluetta, jossa on mahdollisuus kehittää uudenlaisia palveluja ja elinkeinoja sekä yhdistää siihen luonnon rauhasta nauttiminen ja muita hyvän psyykkisen ja fyysisen elämän elementtejä.
- Yli puolella suomalaisista merkittävin lapsuuden ympäristö sijaitsee maaseudulla, joko haja-asutusalueella tai maaseudun pikkutaajamassa. Tämä henkinen ja konkreettinen yhteys on vahvaa koko väestössä, joskin nuoremmilla ikäpolvilla siteet maaseutuun syntyvät yhä enemmän omakohtaisen kokemuksen kautta ja kysyntälähtöisesti.
- Varsinaista kaupunkilaisyhteiskuntaa Suomesta ei tule vielä pitkään aikaan, vaan valtaosa väestöstä on taustaltaan eriasteisia maalaisia; vain reilulla viidenneksellä lapsuuden merkittävin ympäristö sijaitsee isossa kaupungissa, joko keskustassa tai laidoilla. Kansan henkinen ilmapiiri ja juuret on syytä ottaa huomioon yhteiskunnan suunnittelussa.

**Kiitos.
Kerromme mielellämme lisää.**

**Tutkimuspäällikkö Juho Rahkonen
juho.rahkonen@taloustutkimus.fi
puh. 050 375 9008**

**Tutkimusjohtaja Pauliina Aho
pauliina.aho@taloustutkimus.fi
puh. 040 588 4472**

taloustutkimus oy

HYVÄ TIETÄÄ.