

Yritys-oppilaitoskysely 2021 Koontiraportti

Suomen itsenäisyyden juhlarahasto Sitra

24.3.2021 | Taloustutkimus Oy | Tuomo Turja & Timo Myllymäki

Miten tutkimus tehtiin

Tutkimuksen toteutus

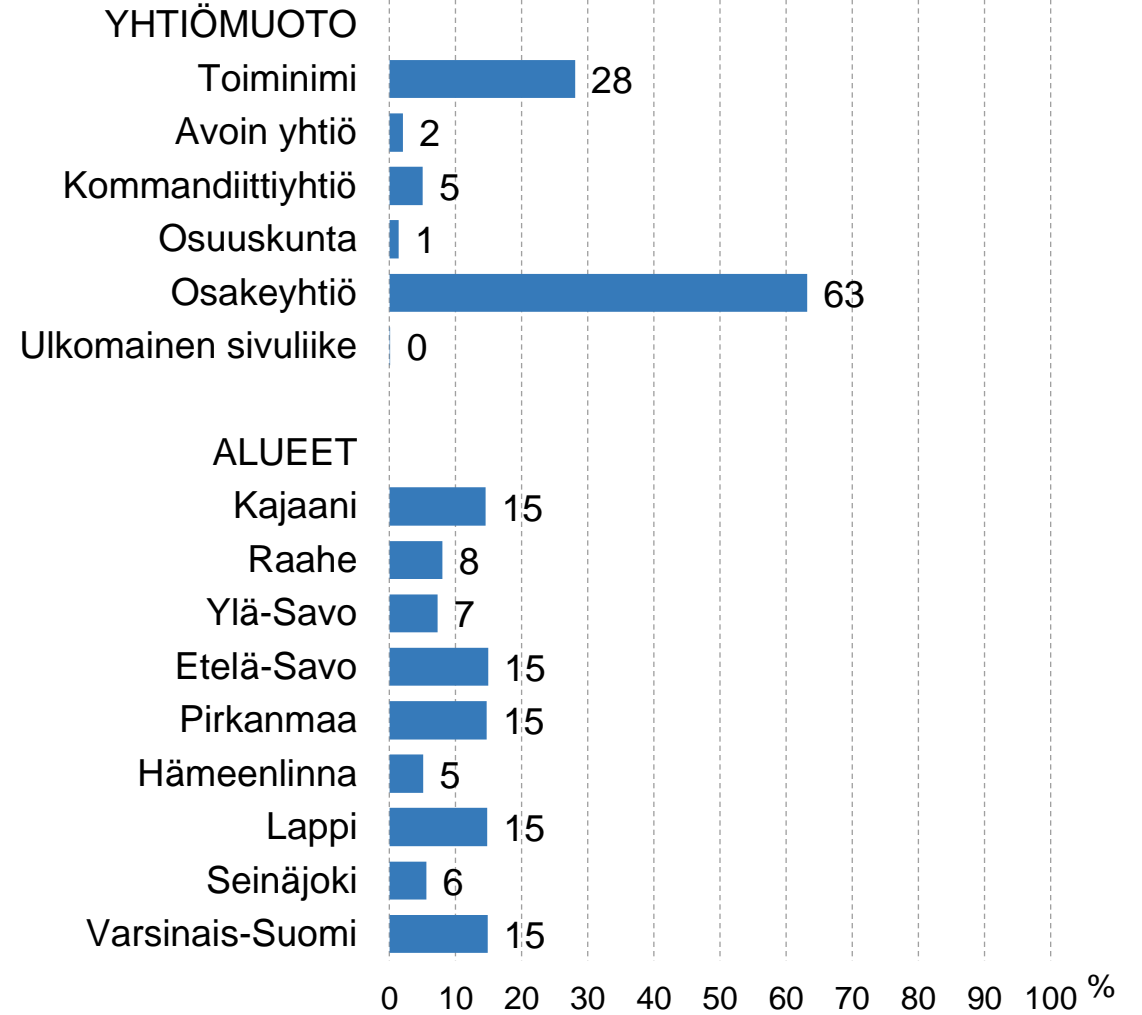
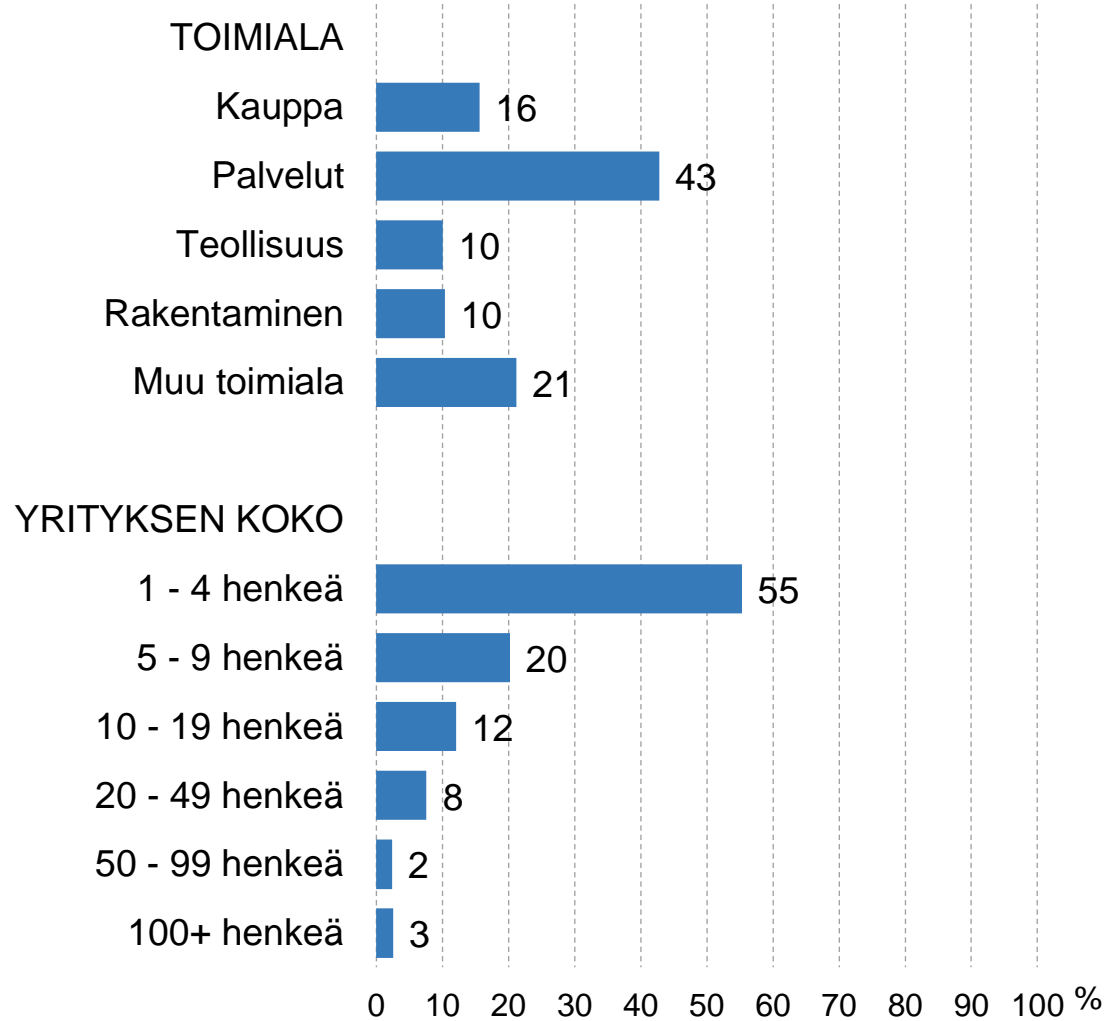
- Tutkimuksen on toteuttanut Taloustutkimus Oy Suomen itsenäisyyden juhlarahasto Sitran (myöhemmin Sitra) toimeksiannosta.
- Tutkimuksessa selvitetään trendien vaikutusta yritysten liiketoiminnan kehittämiseen sekä kokemuksia, mielikuvia ja asenteita liittyen oppilaitosten kanssa tehtävään yhteistyöhön.
- Tutkimuksessa haastatellaan yrityspäittäjiä useilta eri alueilta eri puolilta Suomea. Haastattelutavoitemäärät ovat seuraavat:
- Maakunnat (5 x 300 haastattelua)
 - Etelä-Savo
 - Kainuu
 - Lappi
 - Pirkanmaa
 - Varsinais-Suomi
- Seutukunnat (2 x 150 haastattelua)
 - Raahe
 - Ylä-Savo
- Kaupunkialueet (2 x 100 haastattelua)
 - Hämeenlinna
 - Seinäjoki

Tutkimuksen toteutus

- Tutkimus on toteutettu Taloustutkimuksen tutkimuskeskuksesta käsin puhelinhaastatteluina. Haastattelut aloitettiin 20.1.2021 ja niitä jatkettiin siihen saakka, että kaikki alueet saatiin haastatelluksi. Haastattelut porrastettiin alueittain. Viimeiset haastattelut tehtiin 12.3.2021.
- Kaikkiaan projektissa tavoiteltiin 2000 haastattelua. Tavoite ylittyi, niitä tehtiin kaikkiaan 2069 kpl. Osa yrityspäätäjistä halusi puhelinhaastattelun sijaan vastata sähköisellä kyselyllä. Heille toimitettiin linkki tutkimuslomakkeelle sähköpostitse.
- Pääsääntöisesti yrityspäätäjien osoitteistot hankki Taloustutkimus Oy, Bisnode Oy:n yhteystietorekisteristä. Osa alueista toimitti yhteystietolistoja Taloustutkimukseen tietoturvallisesti, heidän kanssaan laadittiin tietojenkäsittelysopimus. Yhteystiedot hävitetään tutkimusprojektin valmistuttua. Osa alueista toimitti alueiden yritysten nimiä ilman yhteystietoja, Taloustutkimus etsi näille yhteystiedot.
- Tutkimuksesta laadittiin jokaiselle alueelle oma raportti. Tämän lisäksi kaikkien vastaajien tulokset koottiin yhteen valtakunnalliseksi raportiksi.
- Käsillä oleva raportti on valtakunnallinen raportti.
- Taloustutkimuksessa tutkimusprojektin vastuulliset tutkijat ovat Tuomo Turja ja Timo Myllymäki. Yhteystiedot: etunimi.sukunimi@taloustutkimus.fi / 010 7585 11.
- Taloustutkimuksen laadunvarmistus on kuvattu liitteessä.

Vastaajarakenne

Taustatiedot



Kaikki vastaajat, n=2069

Yhteenveto tuloksista

YHTEENVETO - TRENDIT

- Trendeistä voimakkaimmin yrityksen liiketoiminnan kehittämiseen vaikuttavat:
 - Työn merkityksellisyyden korostuminen
 - Verkostomaisen toiminnan kasvava merkitys
 - Kasvava pula osaavasta työvoimasta sekä työn ja yritystoiminnan digitalisaatio ja automatisaatio
- Esitetyistä trendeistä harvimmin liiketoiminnan kehittämiseen vaikuttavat:
 - Yhteiskunnan monimuotoistuminen
 - Työurien pirstaloituminen
 - Ekologinen kriisi

YHTEENVETO - TRENDIT

- Trendeihin liittyvät havainnot toimialoittain:
 - Työn merkityksellisyyden korostuminen on keskeisin liiketoiminnan kehittämiseen vaikuttava trendi kaupan, teollisuuden ja palveluiden alan yrityksissä.
 - Kasvava pula osaavasta työvoimasta vaikuttaa liiketoiminnan kehittämiseen voimakkaimmin rakennusalailla.
 - Verkostomaisen toiminnan ja tiedon jakamisen ja kasvavan yhteistyön merkitys tärkeää kaikilla toimialoilla.
- Trendeihin liittyvät havainnot yrityksen koon mukaan:
 - Yleisenä havaintona voidaan sanoa, että isoimmissa yrityksissä trendien sanotaan useammin vaikuttavan liiketoiminnan kehittämiseen ja pienimmissä yrityksissä harvemmin.
- Trendeihin liittyvät havainnot alueittain:
 - Trendien vaikutuksesta liiketoiminnan kehittämisestä on eri alueilla hyvin samansuuntaiset näkemykset.

YHTEENVETO - OSAAMISTARPEET

- 66 prosenttia vastaajista on tunnistanut yrityksen tulevaisuuden osaamistarpeet vähintään hyvin, 29 prosenttia tyydyttävästi ja 5 prosenttia korkeintaan välttävästi. Kun kaksi kolmasosaa tunnistaa osaamistarpeita vähintään hyvin, voidaan sanoa että tutkimuksessa tutkituilla alueilla on hyvä tilanne osaamistarpeiden tunnistamisen saralla.
- Yrityksen tulevaisuuden tarpeiden tunnistamiseen liittyvät havainnot
 - Toimiala- ja yrityskokotarkastelussa ei merkittäviä eroja eri toimialoilla eikä erikokoisissa yrityksissä
 - Aluetarkastelussa näkemykset ovat myös hyvin samansuuntaisia, lähinnä Hämeenlinnassa on muita alueita harvemmin tunnistettu yrityksen osaamistarpeet

YHTEENVETO - OPPILAITOSYHTEISTYÖ

- 18 prosenttia tekee aktiivista, 38 prosenttia satunnaista yhteistyötä oppilaitosten kanssa. 11 prosenttia on kiinnostuneita yhteistyöstä, 20 prosenttia sanoo, etteivät ole tehneet yhteistyötä tai se ei ole tarpeellista, mahdollista tai kiinnostavaa, 12 prosenttia on joskus tehnyt yhteistyötä, mutta se ei nyt ole mahdollista, tarpeellista tai kiinnostavaa.
- Oppilaitosyhteistyöhön liittyvät havainnot
 - Toimialakohtaisesti lähinnä muut kuin kaupan, rakentamisen, teollisuuden ja palvelualan yritykset ovat muita harvemmin tehneet oppilaitosyhteistyötä.
 - Mitä suuremmasta yrityksestä on kyse, sitä yleisempää on ollut yhteistyön tekeminen oppilaitosten kanssa. Erityisesti pienimmissä yrityksissä koetaan, ettei yhteistyö ole tarpeellista, mahdollista tai kiinnostavaa.
 - Kaikilla alueilla noin 20 prosenttia yrityksistä tekee säännöllistä yhteistyötä oppilaitosten kanssa. Satunnaista yhteistyötä on tehty useimmin Ylä- ja Etelä-Savon sekä Varsinais-Suomen alueilla. Aluekohtaisissa pienissä eroissa tuloksiin saattaa ennemminkin vaikuttaa yritysten kokoihin liittyvät vaihtelut kuin sinällään alueellisuus.

YHTEENVETO – OPPILAITOSYHTEISTYÖN MOTIIVIT

- Yhteistyötä tekevistä tai siitä kiinnostuneista 60 prosenttia toteaa keskeisimmäksi vaikuttimeksi yhteistyölle uusien osaajien löytämisen, 57 prosenttia tulevaisuuden osaamistarpeisiin varautumisen. Yli puolet mainitsee vielä alueellisen elinvoiman edistämisen ja yhteiskuntavastuun toteuttamisen ja noin puolet oman tai henkilöstön osaamisen täydentämisen, kehittämisen ja uudistamisen.
- Yhteistyön motiiveihin liittyvät havainnot
 - Ei suuria toimialakohtaisia eroavaisuuksia, uusien osaajien löytäminen, tulevaisuuden osaamistarpeisiin varautuminen ja alueellisen elinvoiman edistäminen ja yhteiskuntavastuun toteuttaminen ovat tärkeimpiä syitä yhteistyölle kaikilla toimialoilla.
 - Yrityksen kokoon liittyen voidaan sanoa, että suurimmissa yrityksissä mainitaan muita useammin lähes kaikki esitetyt vaihtoehdot, pienimmissä yrityksissä muita harvemmin erityisesti uusien osaajien löytäminen (tosin sekin on yksi tärkeimmistä yhteistyön vaikuttimista).
 - Alueelliset erot yhteistyön motiiveille ovat yleisesti tarkasteltuna melko pieniä. Voimakkaimmin hajontaa alueiden välillä löytyy vaihtoehdosta ”Uusien kasvumahdollisuuksien tunnistaminen”.

YHTEENVETO – OPPILAITOSYHTEISTYÖN TOIMIVUUS

- Yhteistyössä toimii parhaiten yhteyshenkilöiden löytyminen ja palvelujen sijainti. Harvimminkin toimii kansainvälinen yhteistyö, yhteiskunnan rahoitus tai tuki yhteistyölle ja verkostoituminen oppilaitosyhteistyön kautta.
- Yhteistyön toimivuuteen liittyvät havainnot
 - Toimialakohtaiset erot melko pieniä, useimmin tyytyväisiä ovat olleet palvelualan yritysten edustajat. Hieman muita kriittisempiä ovat useimmissa asioissa olleet rakennusalan ja teollisuusalan yritysten edustajat.
 - Yrityskokoon liittyvänä yleisenä havaintona voidaan sanoa, että suurimpien yritysten edustajat ovat tyytyväisimpiä yhteistyöhön, erityisesti palvelujen sijainnin, tiedon saannin ja rahoituksen saannin osalta, mutta myös verkostoitumisessa ja t&k –yhteistyön tarkoituksenmukaisuudessa mielipide-erot pienempiin yrityksiin ovat selvät.
 - Aluetarkastelussa mielipide-erot ovat jälleen melko pieniä, mutta silmiinpistävä on Seinäjoen yritysten muita alueita myönteisempi näkemys palvelujen sijainnista.

YHTEENVETO – MIKSI EI OPPILAITOSYHTEISTYÖTÄ?

- Syy sille, miksi yhteistyötä ei tehdä, liittyy useimmin siihen, että yrityspäätäjät kokevat liiketoiminnan, henkilöstön osaamisen kehittämisen ja uusien osaajien hankkimisen kehittyvän paremmin muulla tavalla. Myös yhteistyöhön vaadittavan panostuksen ja hyödyn suhde sekä ajankäyttöön liittyvät haasteet mainitaan melko usein.
- Havainnot liittyen siihen, miksi yhteistyötä ei tehdä:
 - Erityisesti teollisuusyritykset kokevat liiketoiminnan ja henkilöstön osaamisen kehittämisen kehittyvän paremmin muulla tavalla.
 - Yhteistyön tekeminen liittyy siis keskeisesti yrityksen kokoon. Suurimmista yrityksistä sellaisia, jotka eivät tee yhteistyötä, löytyy melko vähän, joten yrityskoon mukainen tarkastelu on lähinnä suuntaa-antavaa muiden kuin pienimpien yritysten osalta. 5-9 työntekijän yritykset mainitsevat alle 5 työntekijän yrityksiä useammin syyksi yhteistyön puutteelle erityisesti ajatukset siitä, että yrityksen liiketoiminnan, henkilöstön osaaminen ja uusien osaajien löytäminen tapahtuu muulla tavalla helpommin.

YHTEENVETO – OSAAMISEN NYKYTILAN KUVAUS

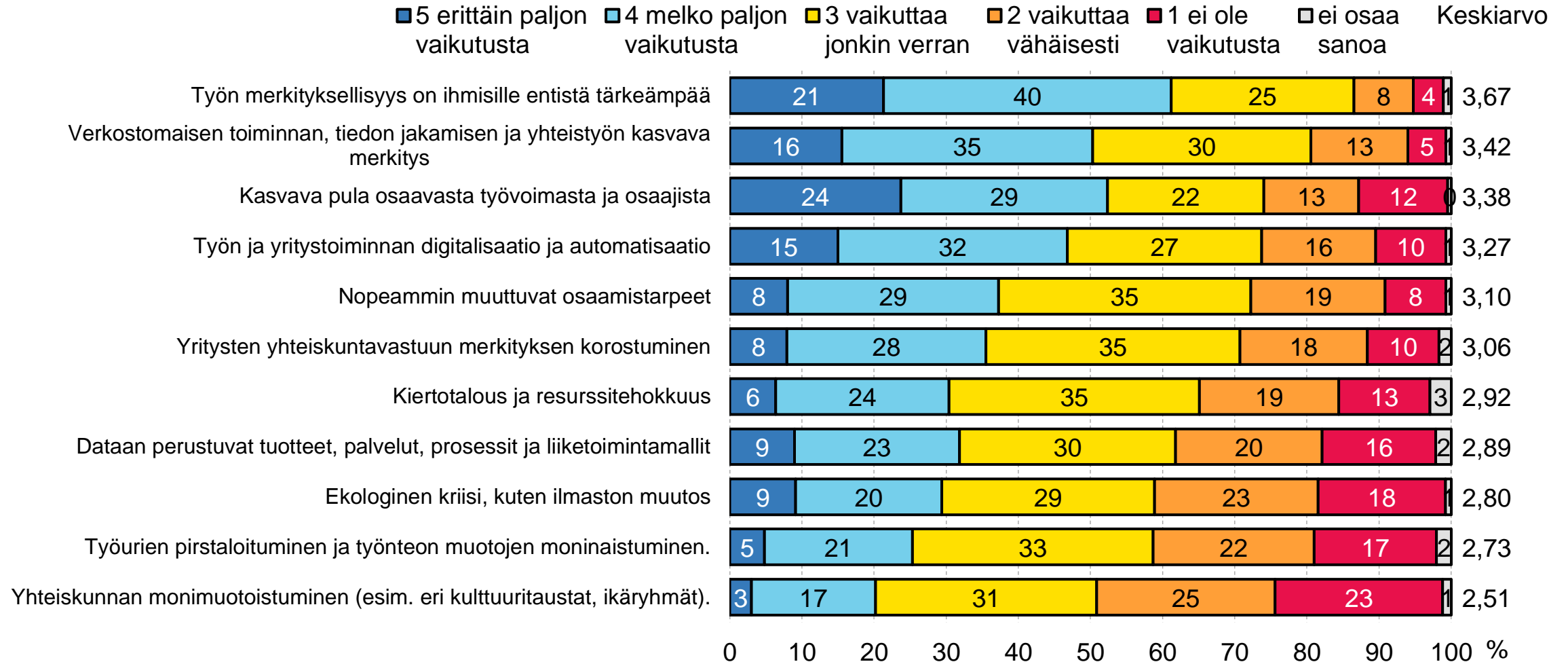
- 52 prosenttia yrityksistä on vähintäänkin hyvin, 36 prosenttia tyydyttävästi ja 8 prosenttia korkeintaan välttävästi kuvannut yrityksen liiketoiminnalle merkityksellisen osaamisen nykytilan.
- Yrityksen liiketoiminnalle merkityksellisen osaamisen tunnistamiseen liittyvät havainnot:
 - Toimialakohtaisia eroja ei juuri ole
 - Mitä suuremmasta yrityksestä kyse, sitä paremmin sanotaan osaamista tunnistettavan.
 - Aluekohtaiset erot hyvin pieniä. Kuitenkin Seinäjoen alueella korostuu muita useammin ”erinomaiset” vastaukset.

YHTEENVETO – OSAAMISTIEDON TALLENTAMINEN

- 40 prosenttia tallentaa yrityksen osaamistietoa. 60 prosenttia ei tallenna osaamistietoa.
- Osaamistiedon tallentamiseen liittyvät havainnot.
 - Osaamistietoa tallennetaan muita useammin palvelu- ja teollisuusalan yrityksissä
 - Mitä suuremmasta yrityksestä on kyse sitä useammin osaamistietoa tallennetaan.
 - Pienissä, alle viiden työntekijän yrityksissä osaamistiedon tallentaminen on vähäistä, tämä vaikuttaa laskevasti kokonaistulokseen.
 - Alueista Raahe ja Seinäjoki ovat hieman muita jäljessä osaamistiedon tallentamisessa.

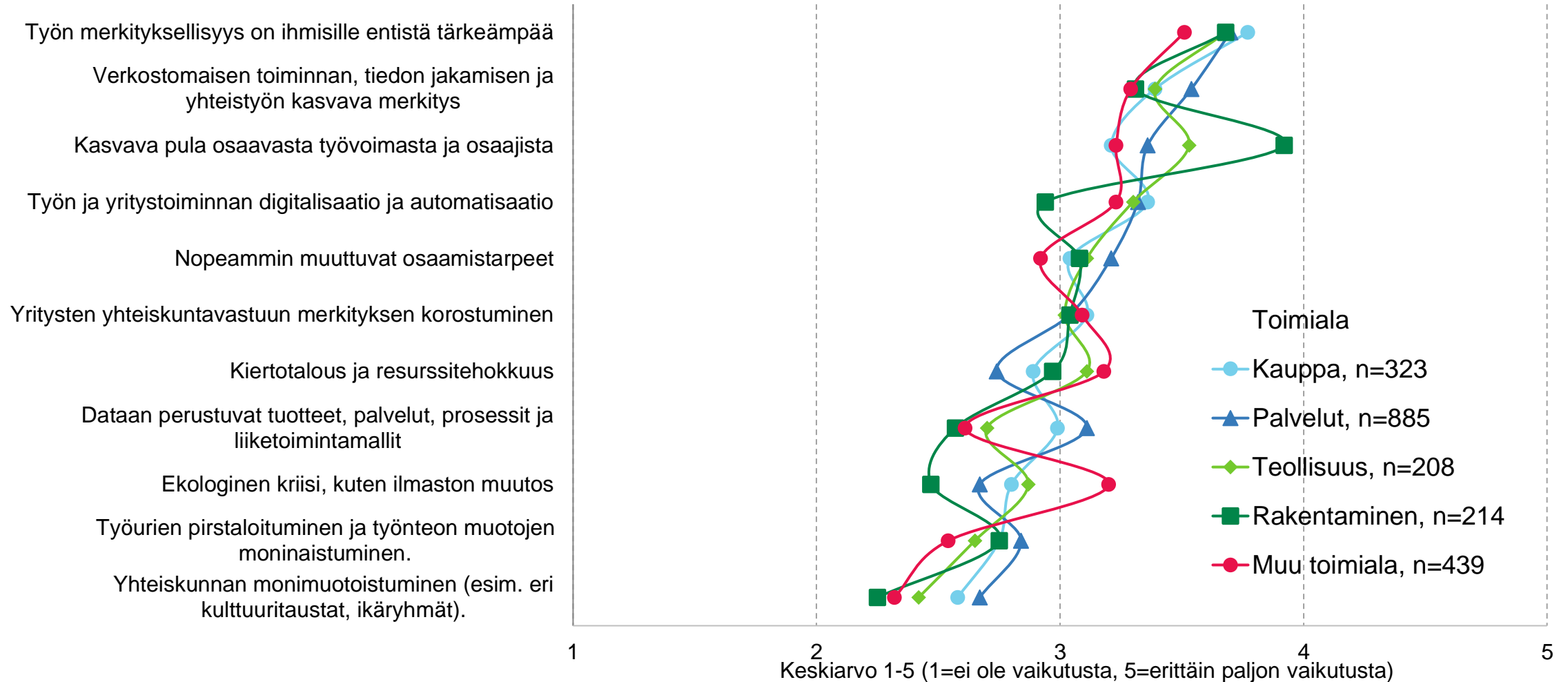
Tutkimusgrafiikka

1.1 Trendien vaikuttavuus yrityksenne liiketoiminnan kehittämiseen? – Kaikki vastaajat



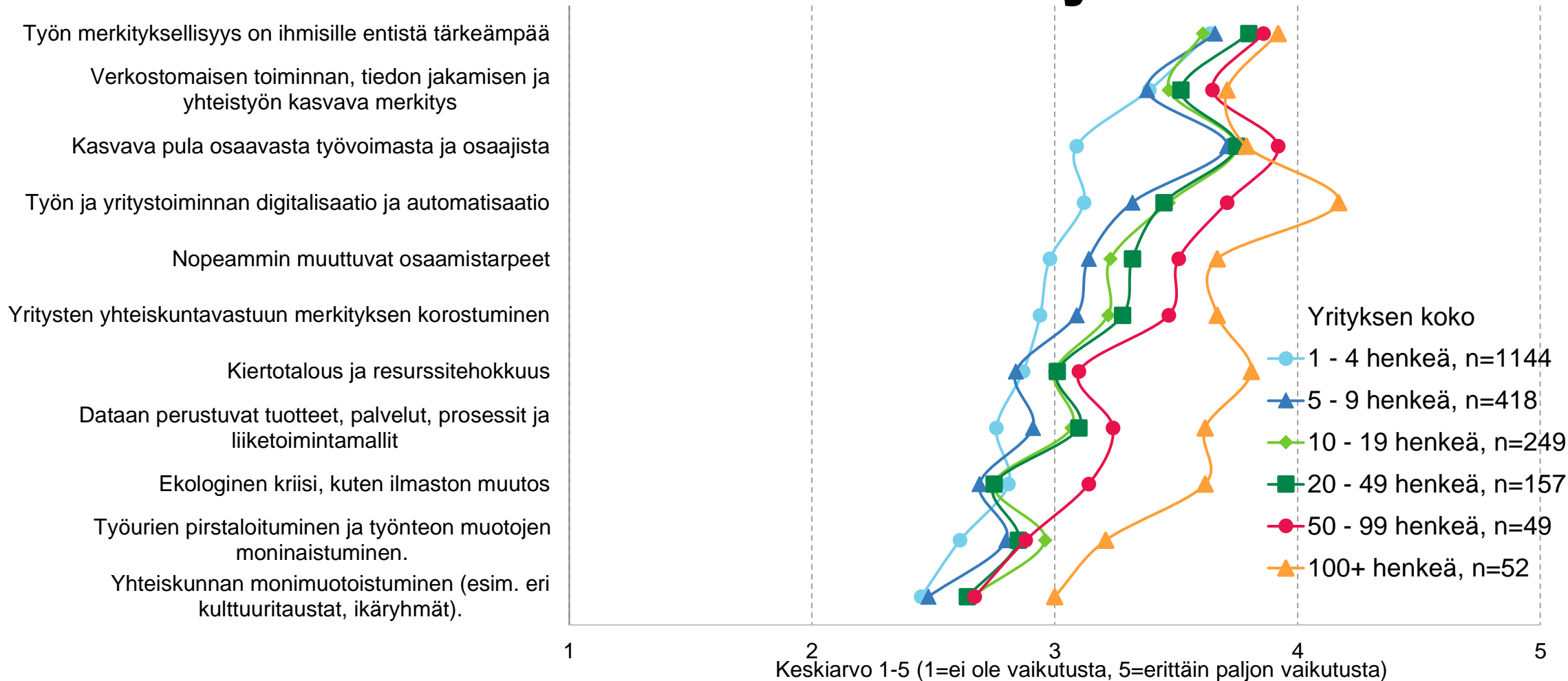
Kaikki vastaajat, n=2069

1.1 Trendien vaikuttavuus yrityksenne liiketoiminnan kehittämiseen? – Toimiala



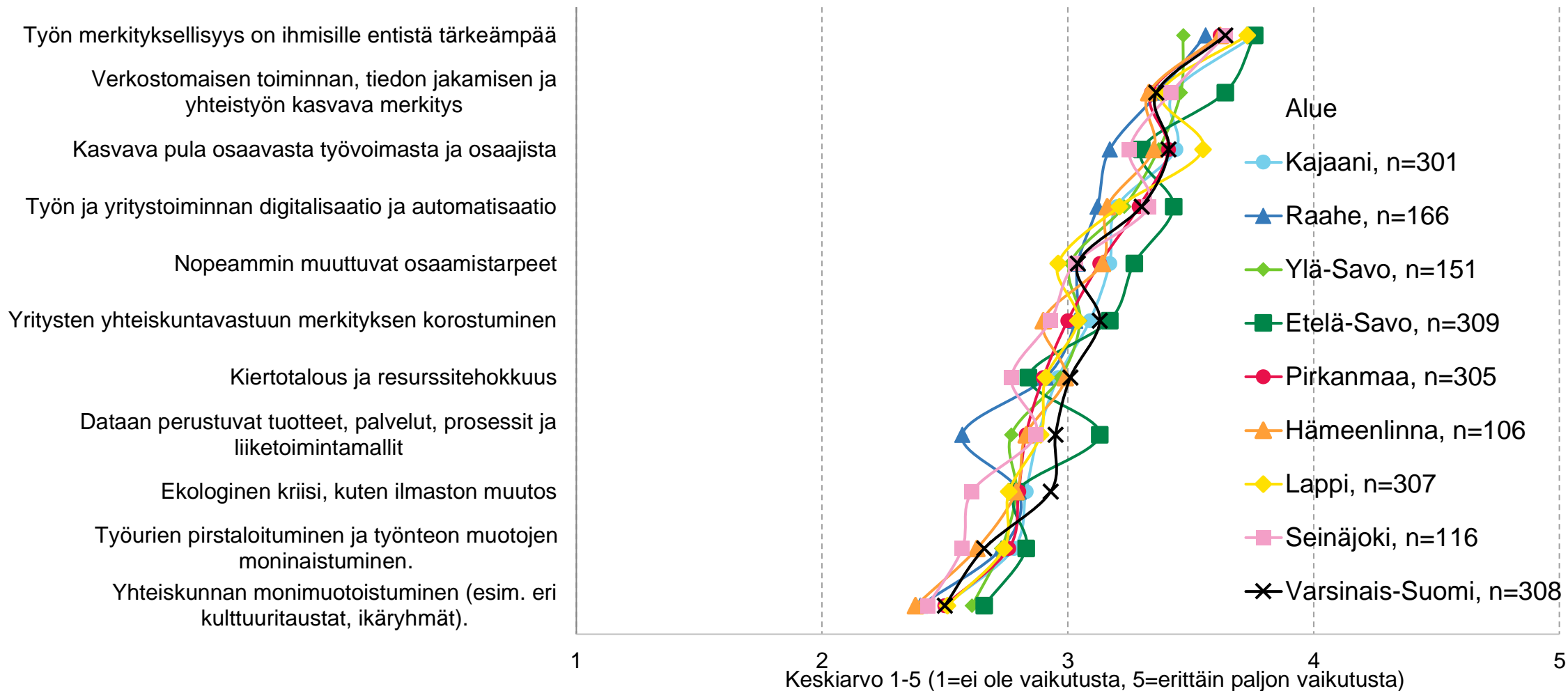
n=kaikki vastaajat

1.1 Trendien vaikuttavuus yrityksenne liiketoiminnan kehittämiseen? – Yrityksen koko



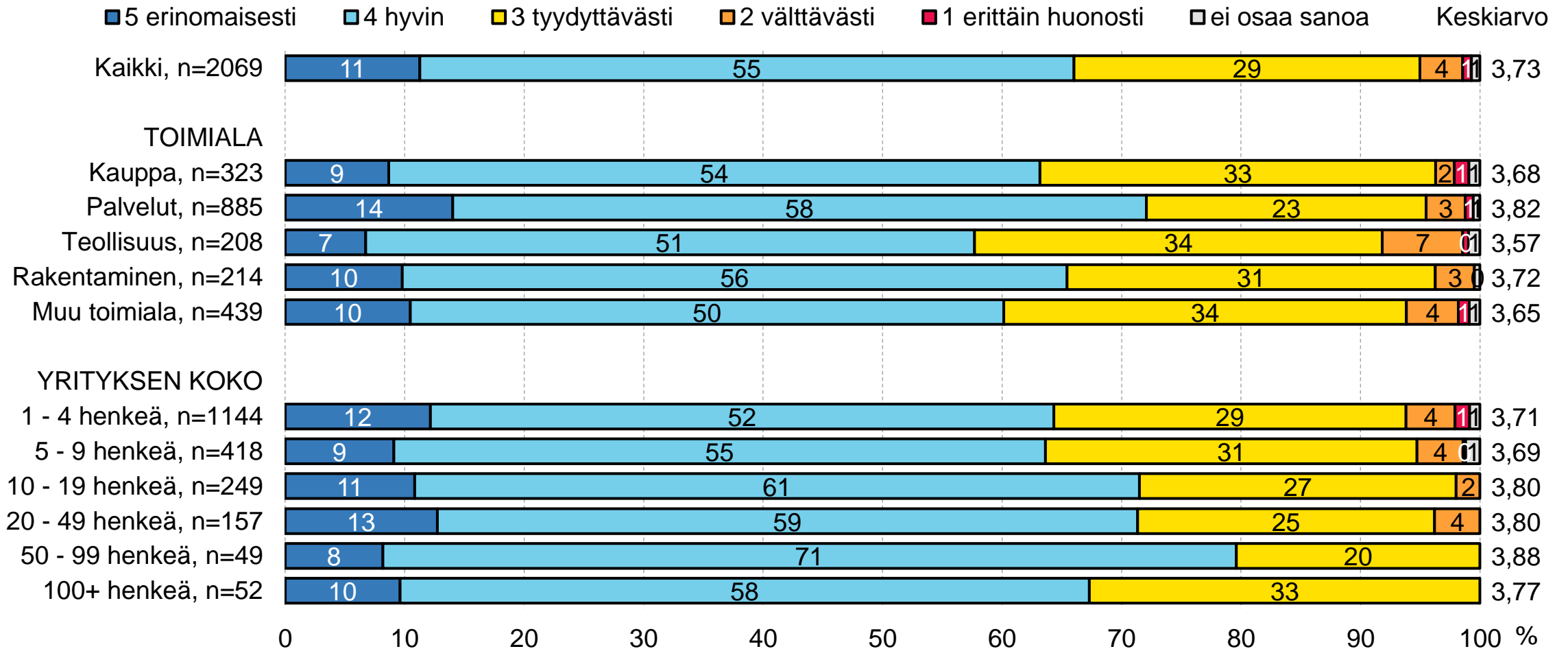
n=kaikki vastaajat

1.1 Trendien vaikuttavuus yrityksenne liiketoiminnan kehittämiseen? – Alue



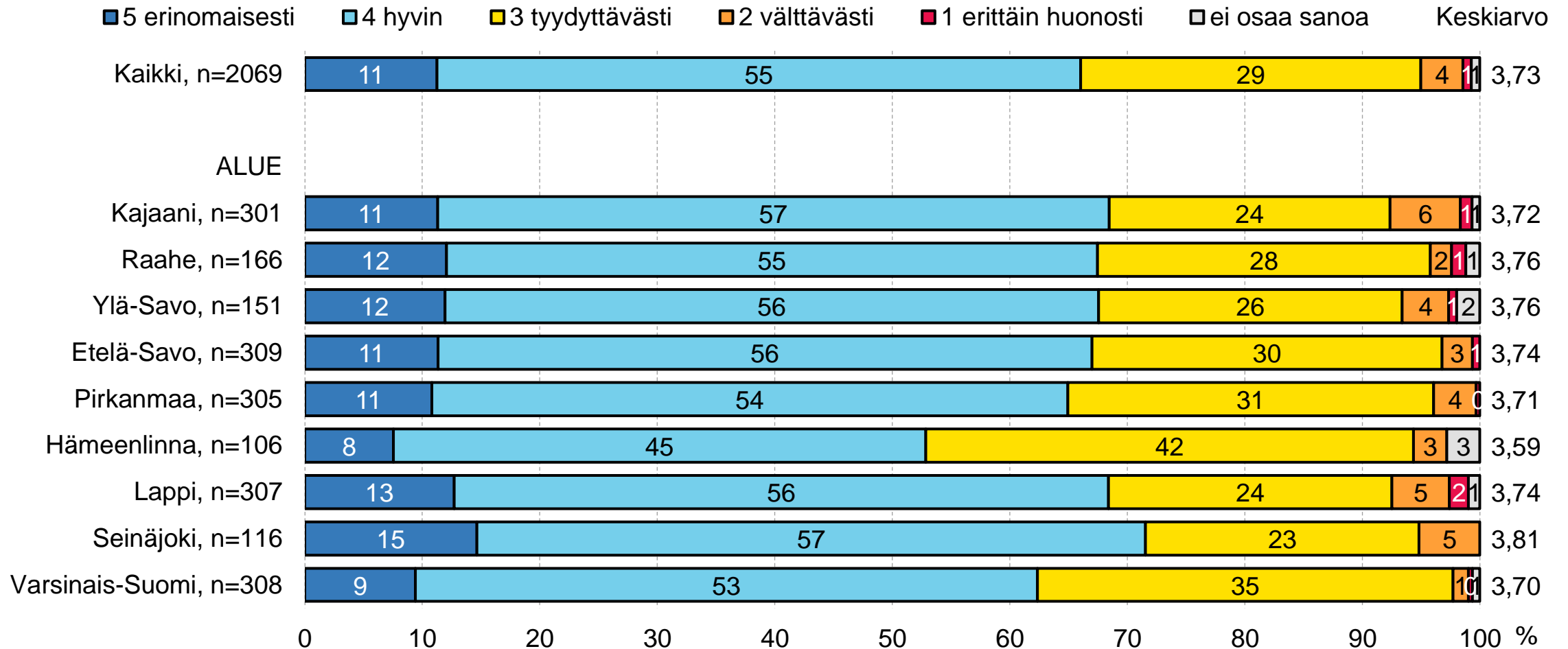
n=kaikki vastaajat

1.2. Miten hyvin olette tunnistaneet yrityksenne tulevaisuuden osaamistarpeet? – Toimiala ja yrityksen koko



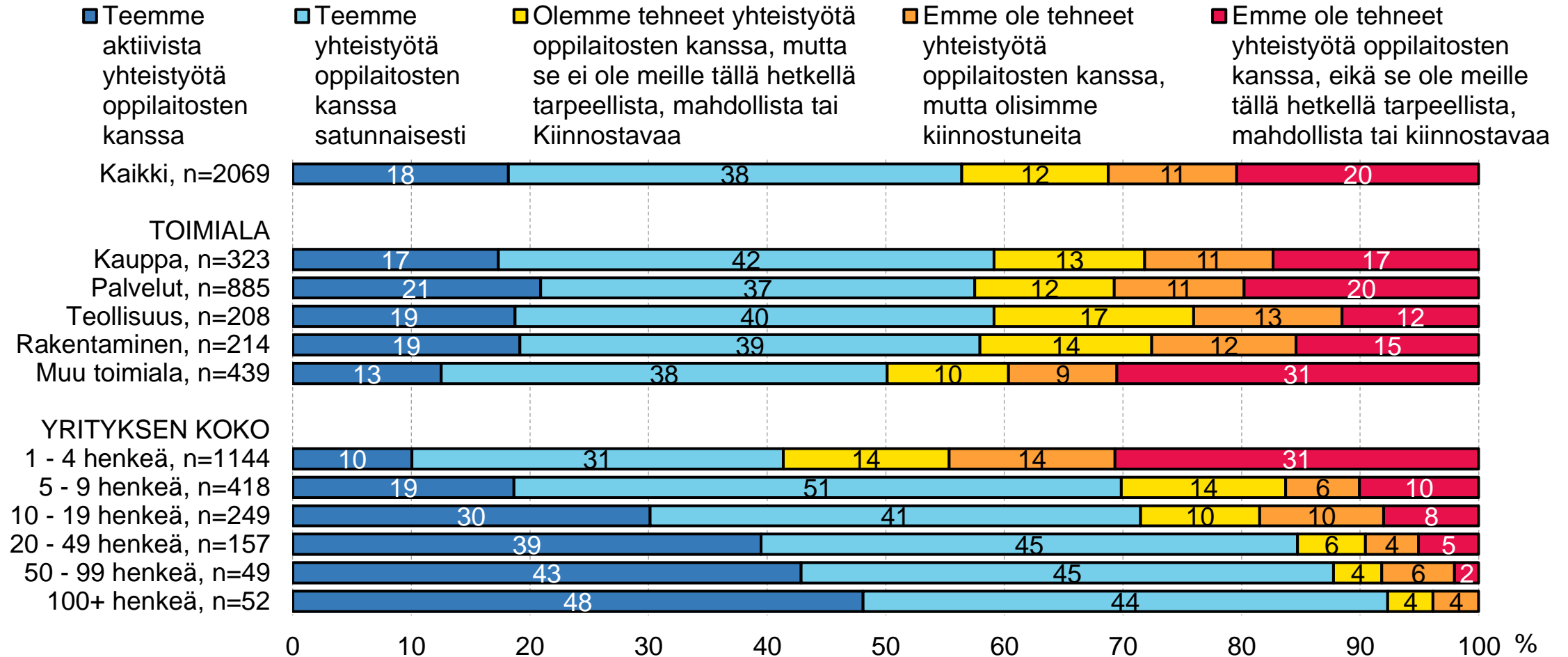
n=kaikki vastaajat

1.2. Miten hyvin olette tunnistaneet yrityksenne tulevaisuuden osaamistarpeet? – Alue



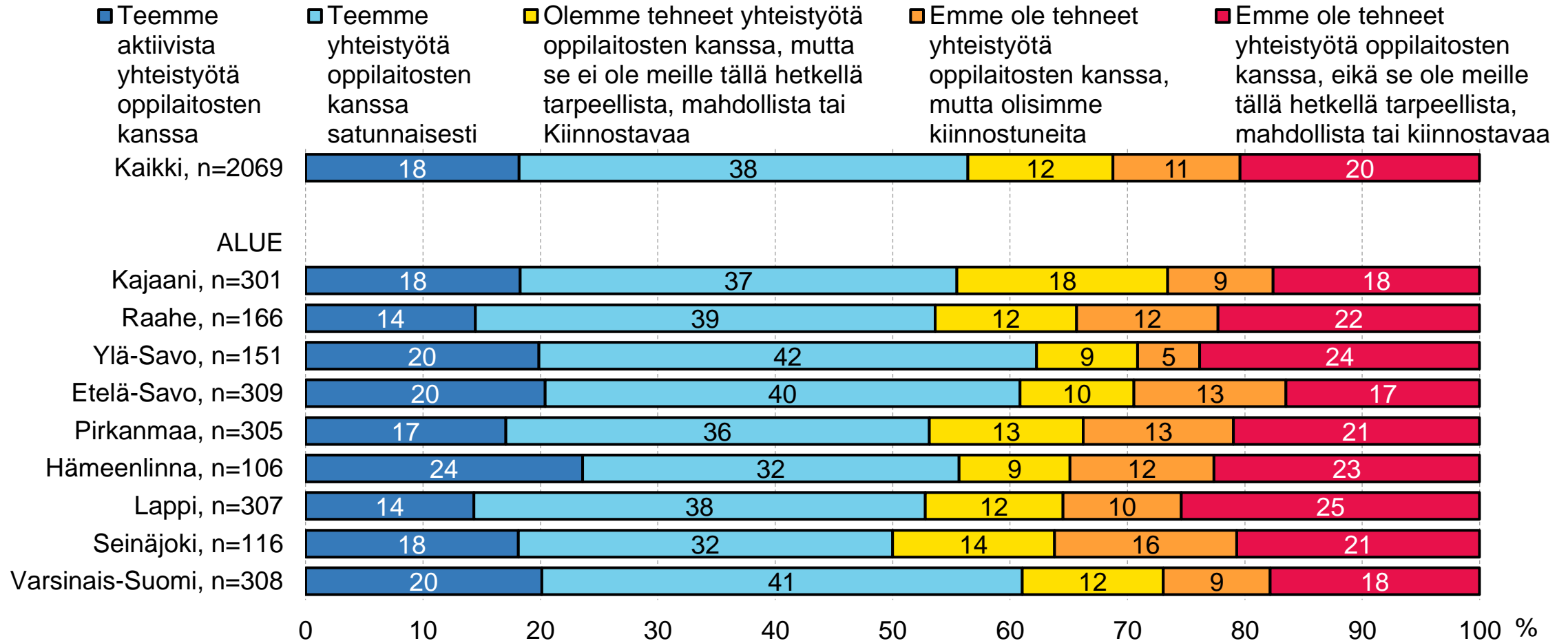
n=kaikki vastaajat

2.1 Oletteko tehneet yhteistyötä oppilaitosten kanssa? – Toimiala ja yrityksen koko



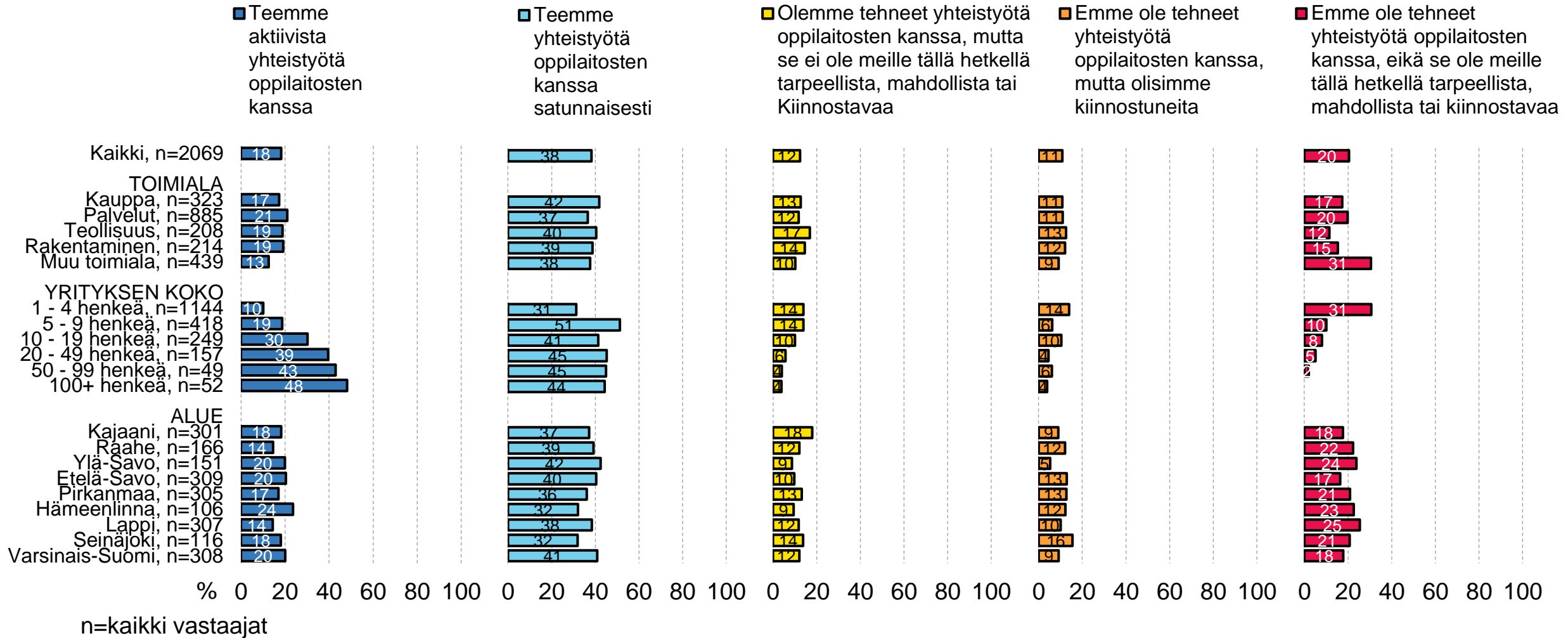
n=kaikki vastaajat

2.1 Oletteko tehneet yhteistyötä oppilaitosten kanssa?– Alue

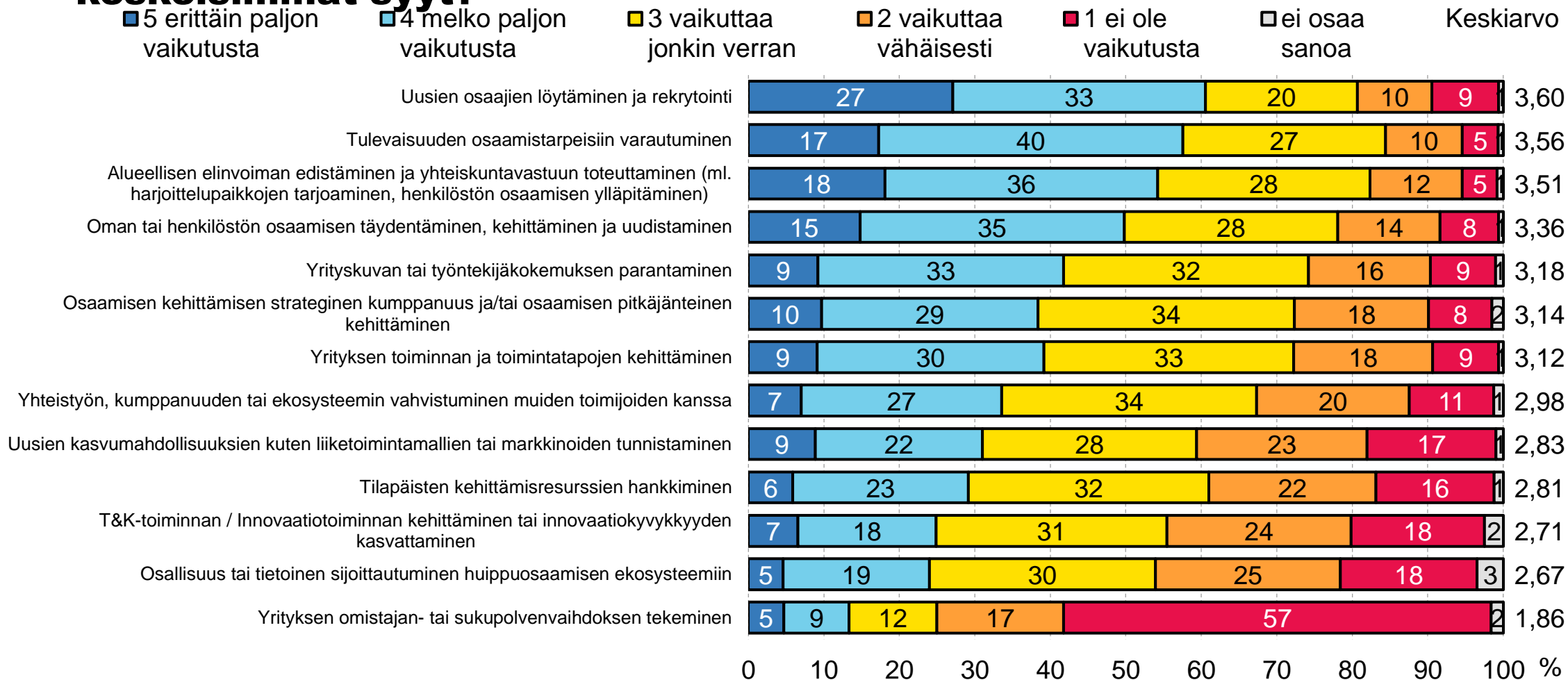


n=kaikki vastaajat

2.1 Oletteko tehneet yhteistyötä oppilaitosten kanssa?

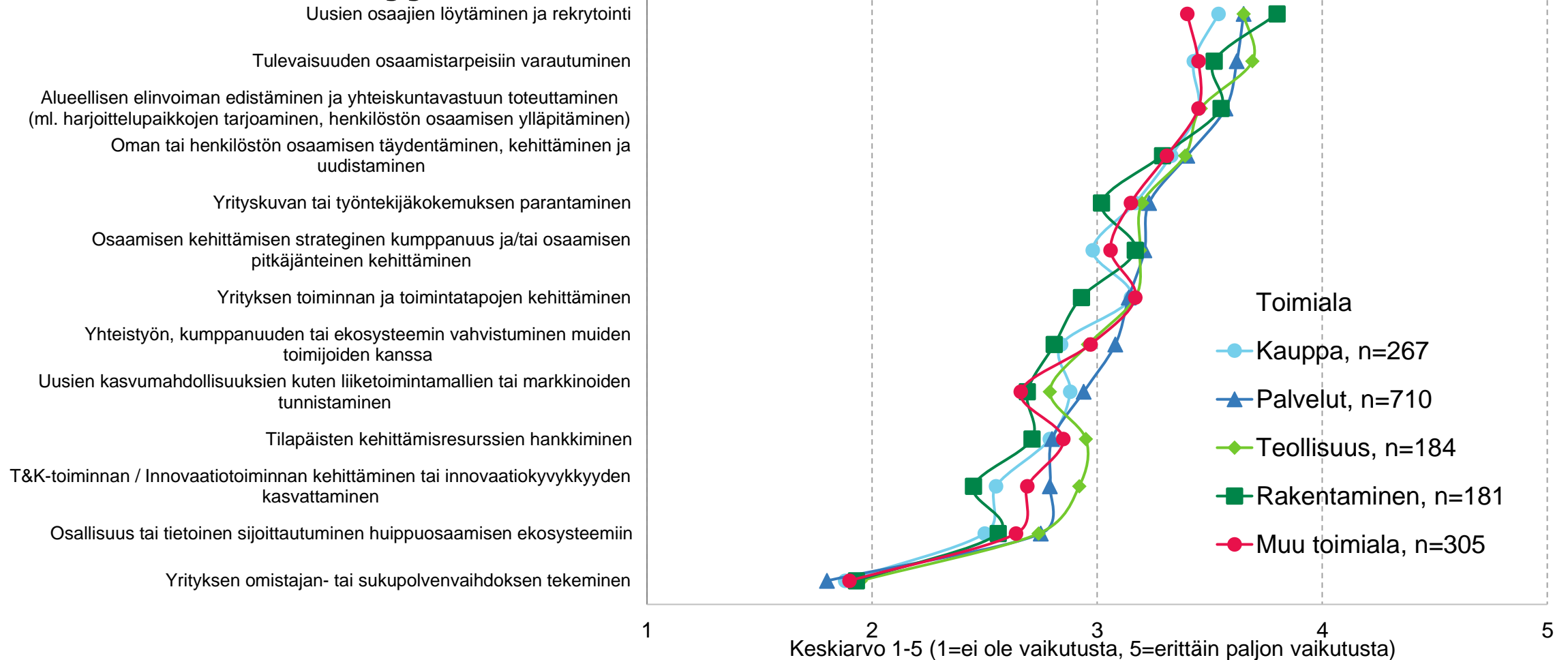


2.2 Mikäli teette, olette tehneet tai olisitte kiinnostuneita tekemään yhteistyötä oppilaitosten kanssa, mitkä ovat tai olivat sen keskeisimmät syyt?



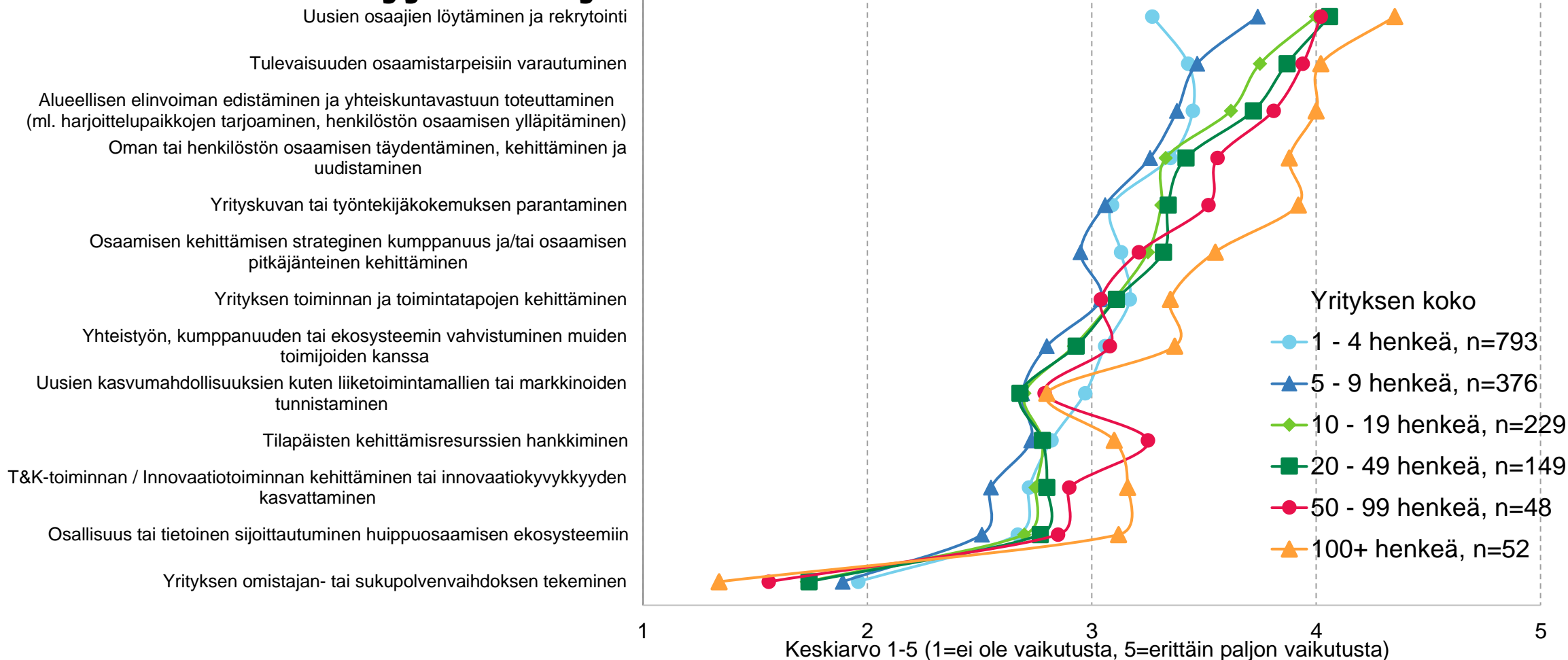
Vastaajat, tekee tai on tehnyt yhteistyö oppilaitosten kanssa tai yhteistyö kiinnostaa n=1647

2.2 Mikäli teette, olette tehneet tai olisitte kiinnostuneita tekemään yhteistyötä oppilaitosten kanssa, mitkä ovat tai olivat sen keskeisimmät syyt? – Toimiala



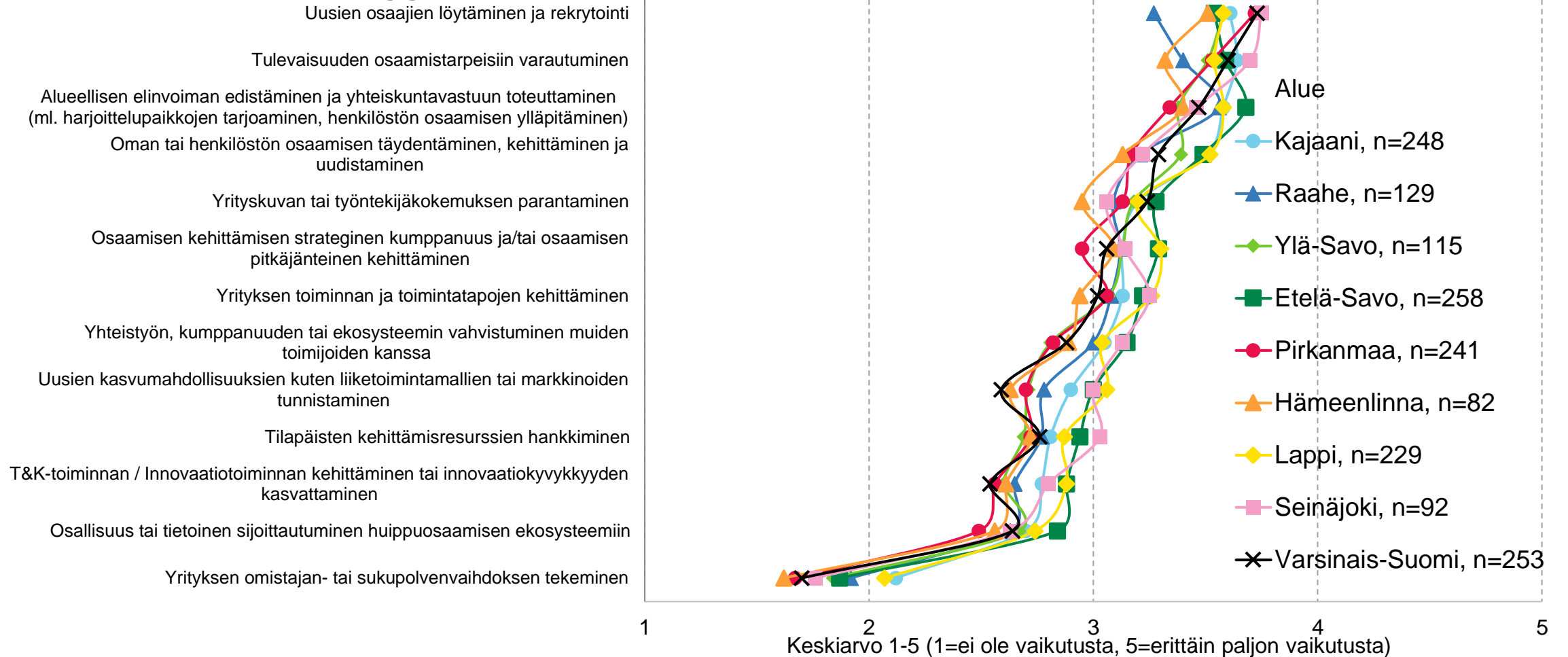
Vastaajat, n=tekee tai on tehnyt yhteistyö oppilaitosten kanssa tai yhteistyö kiinnostaa

2.2 Mikäli teette, olette tehneet tai olisitte kiinnostuneita tekemään yhteistyötä oppilaitosten kanssa, mitkä ovat tai olivat sen keskeisimmät syyt? – Yrityksen koko



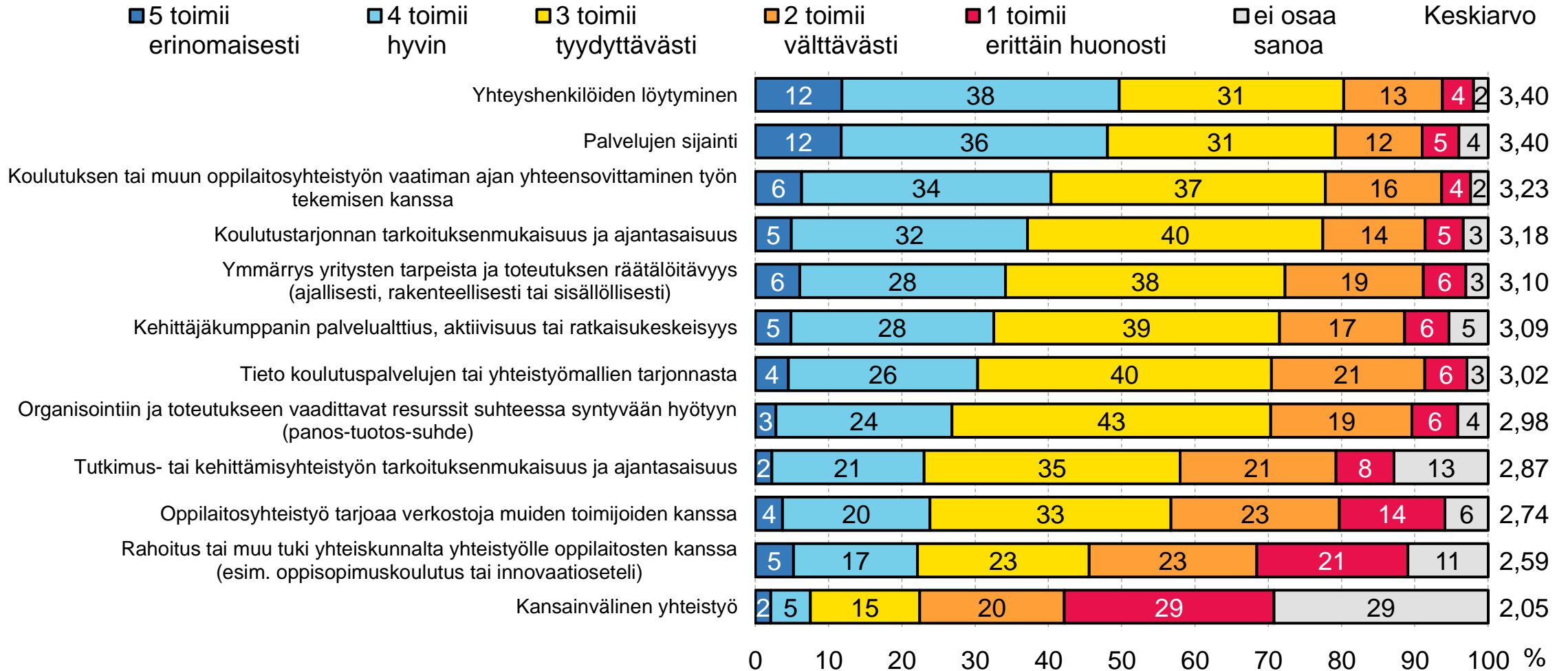
Vastaajat, n=tekee tai on tehnyt yhteistyö oppilaitosten kanssa tai yhteistyö kiinnostaa

2.2 Mikäli teette, olette tehneet tai olisitte kiinnostuneita tekemään yhteistyötä oppilaitosten kanssa, mitkä ovat tai olivat sen keskeisimmät syyt? – Alue



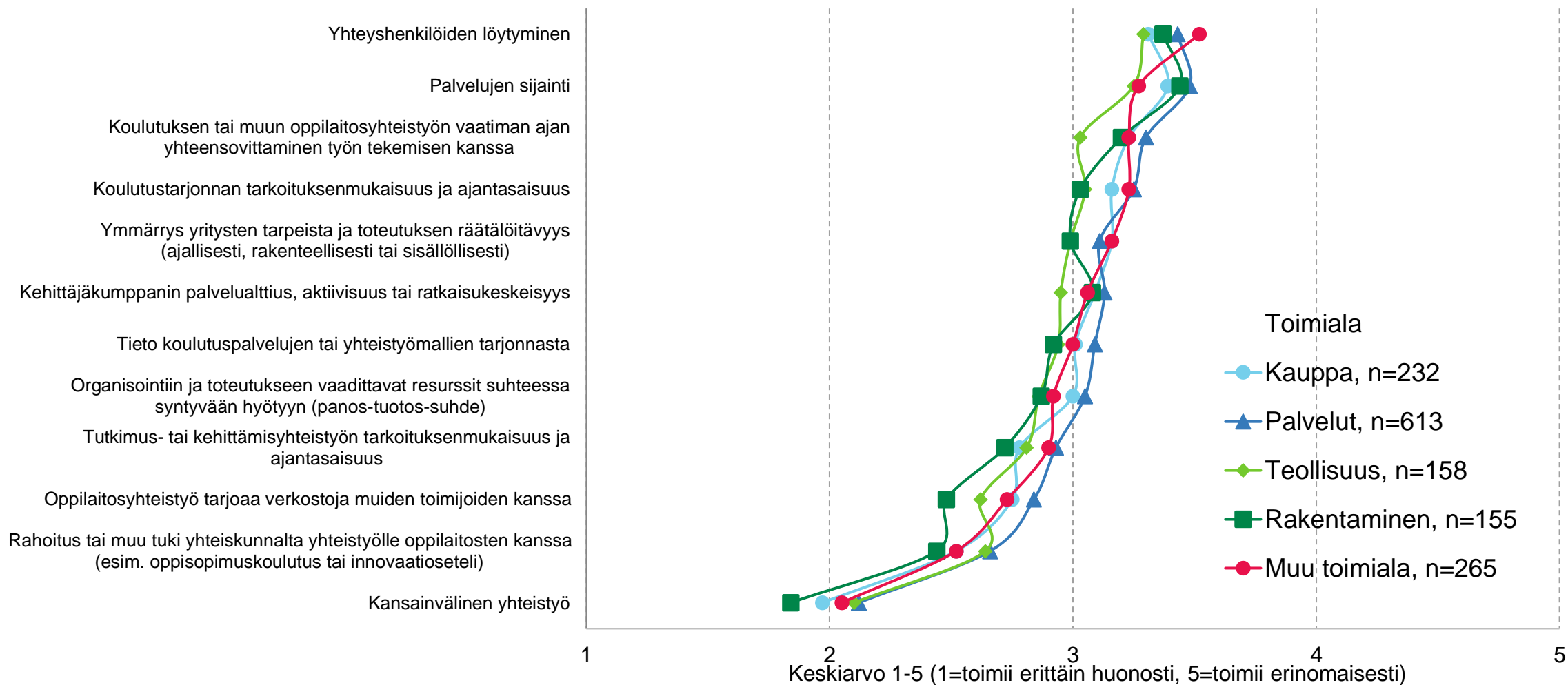
Vastaajat, n=tekee tai on tehnyt yhteistyö oppilaitosten kanssa tai yhteistyö kiinnostaa

2.3 Mikäli teette, olette tehneet yhteistyötä oppilaitosten kanssa, mikä mielestänne yhteistyössä toimii?



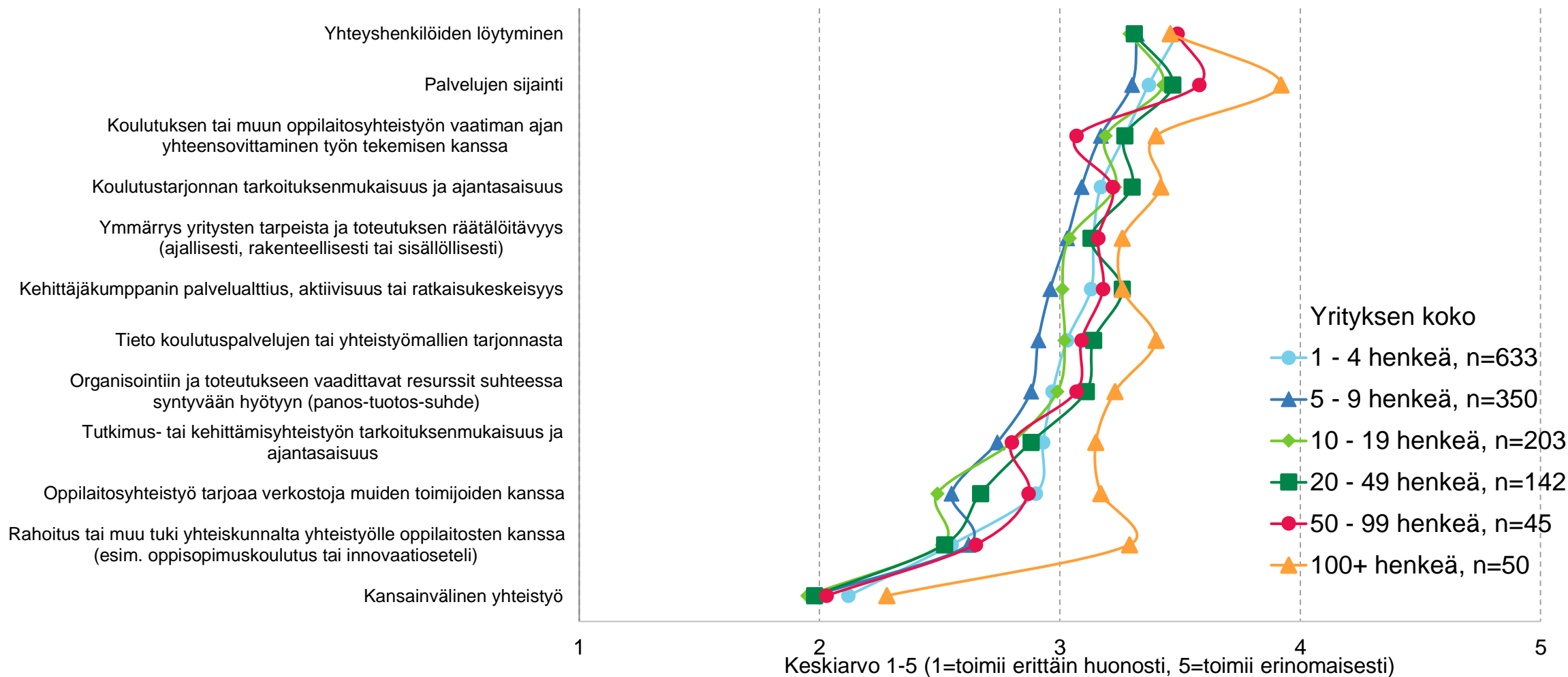
Vastaajat, tekee tai on tehnyt yhteistyötä oppilaitosten kanssa n=1423

2.3 Mikäli teette, olette tehneet yhteistyötä oppilaitosten kanssa, mikä mielestänne yhteistyössä toimii? – Toimiala



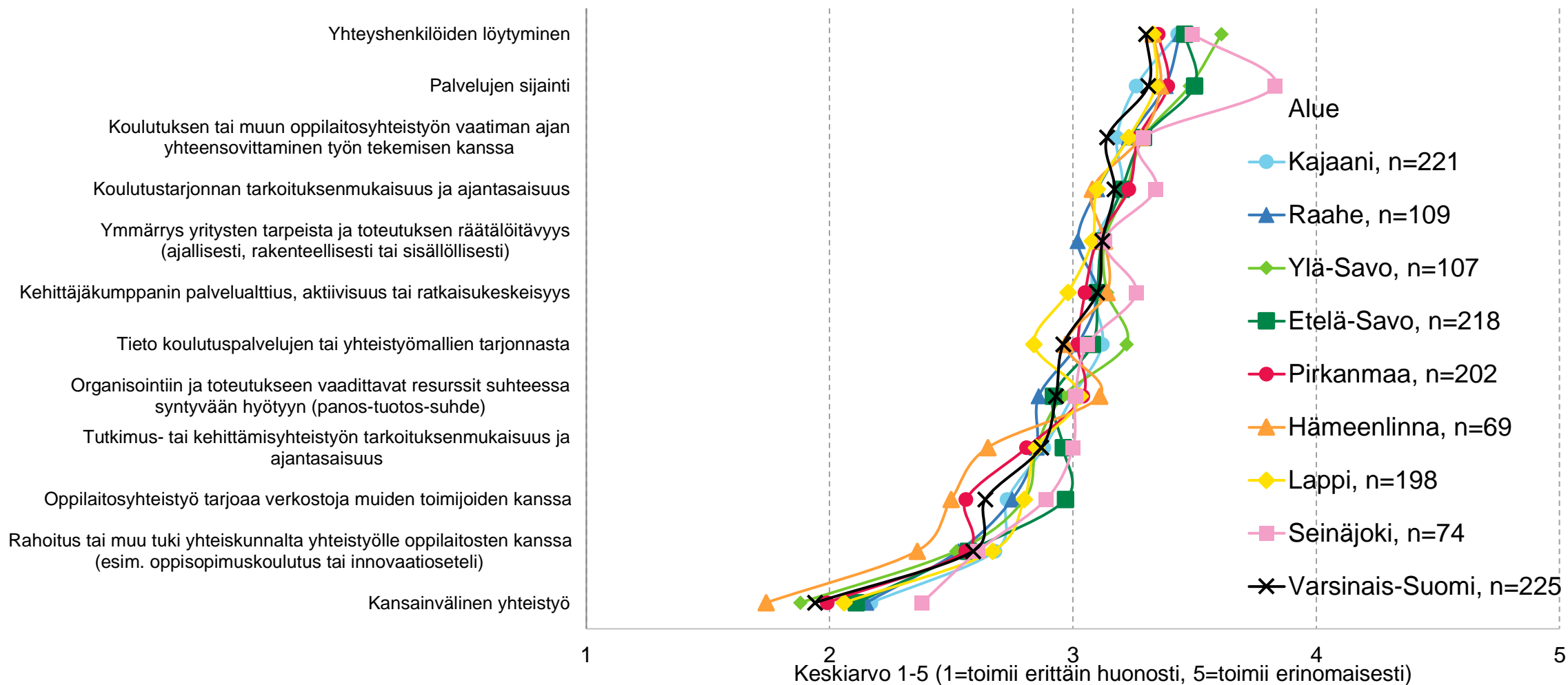
Vastaajat, n=tekee tai on tehnyt yhteistyötä oppilaitosten kanssa

2.3 Mikäli teette, olette tehneet yhteistyötä oppilaitosten kanssa, mikä mielestänne yhteistyössä toimii? – Yrityksen koko



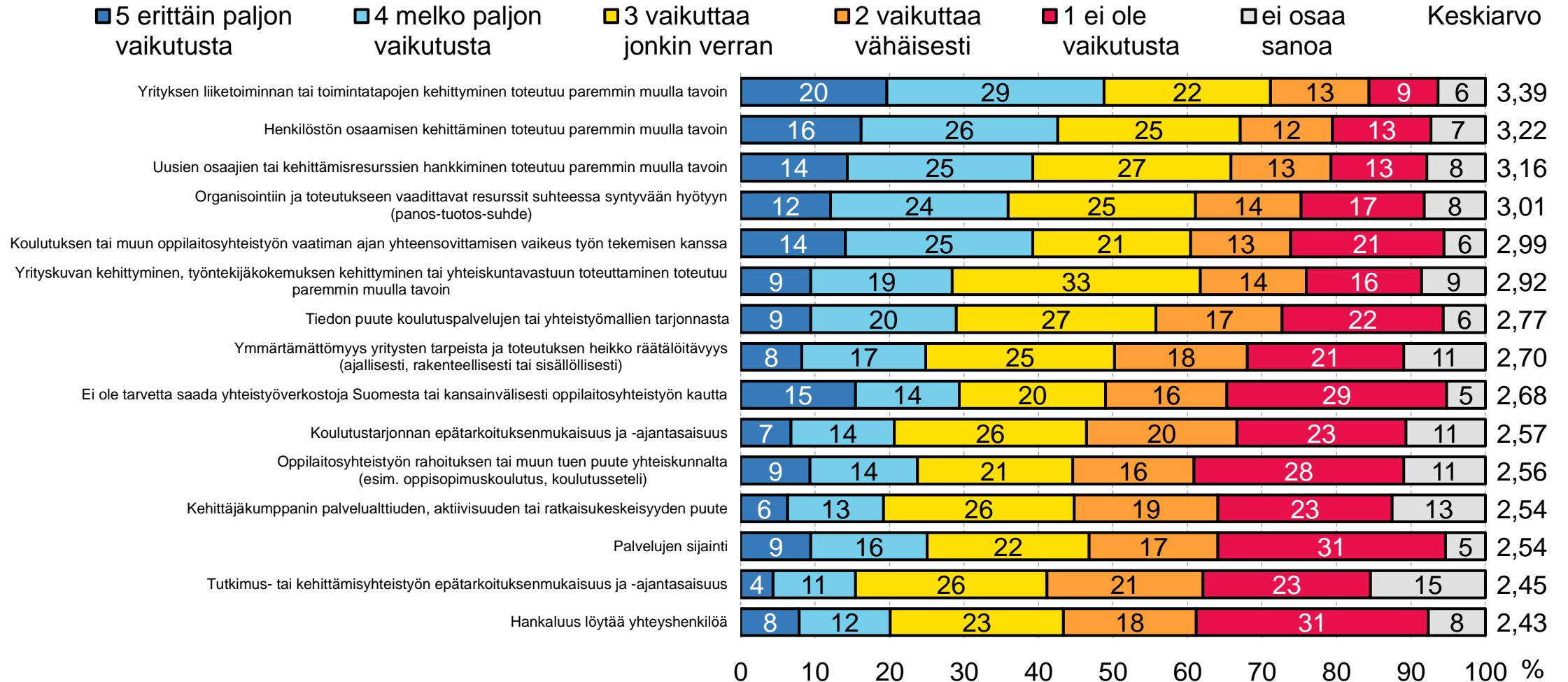
Vastaajat, n=tekee tai on tehnyt yhteistyötä oppilaitosten kanssa

2.3 Mikäli teette, olette tehneet yhteistyötä oppilaitosten kanssa, mikä mielestänne yhteistyössä toimii? – Alue



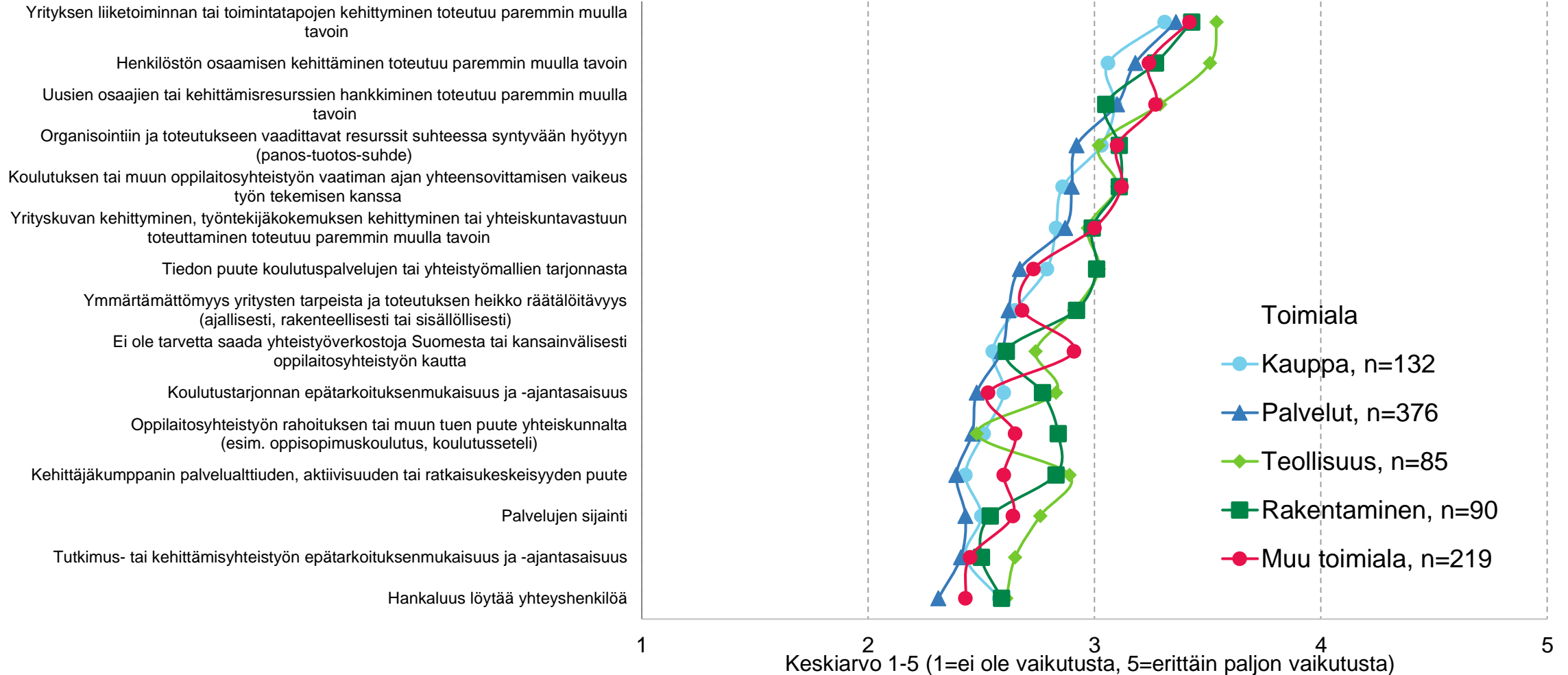
Vastaajat, n=tekee tai on tehnyt yhteistyötä oppilaitosten kanssa

2.4 Mikäli ette tee yhteistyötä oppilaitosten kanssa, mitkä ovat siihen keskeisimmät syyt?



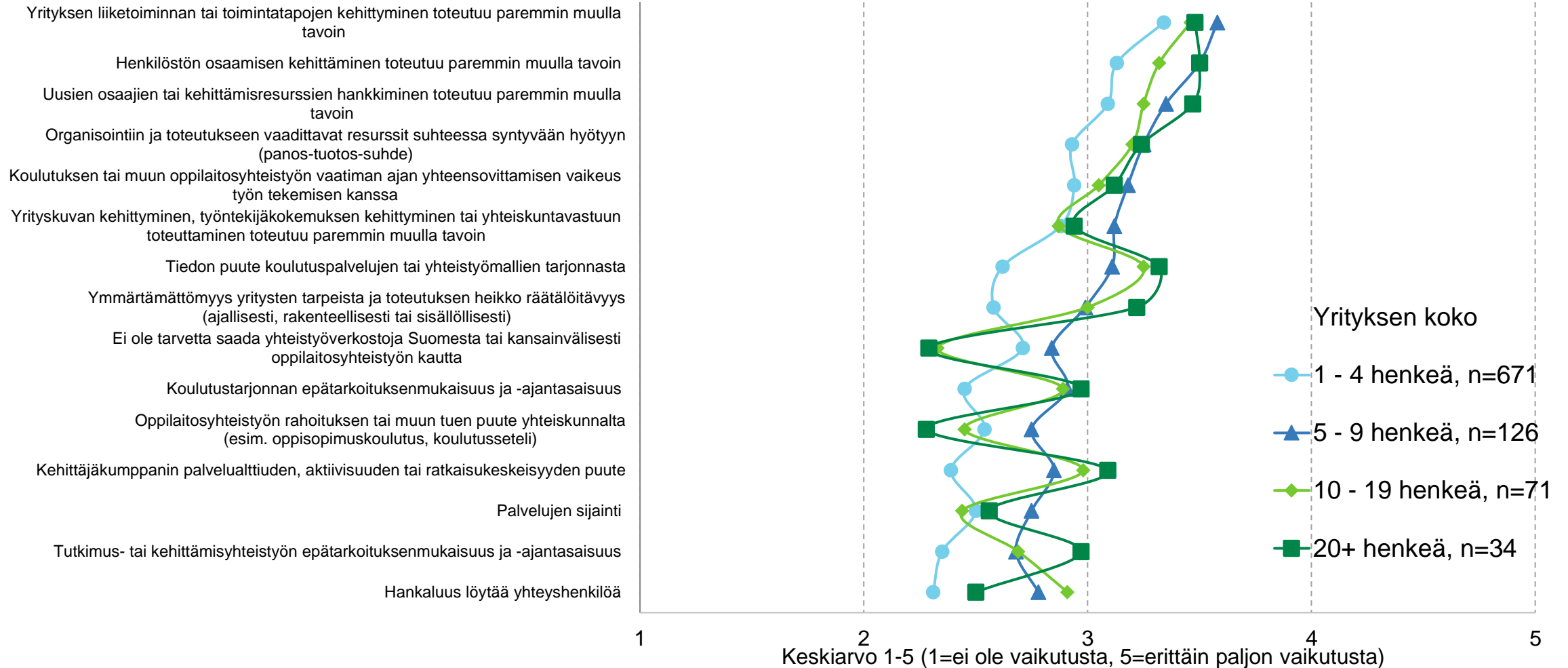
Vastaajat, ei tee tai ole tehnyt yhteistyötä oppilaitosten kanssa n=902

2.4 Mikäli ette tee yhteistyötä oppilaitosten kanssa, mitkä ovat siihen keskeisimmät syyt?– Toimiala



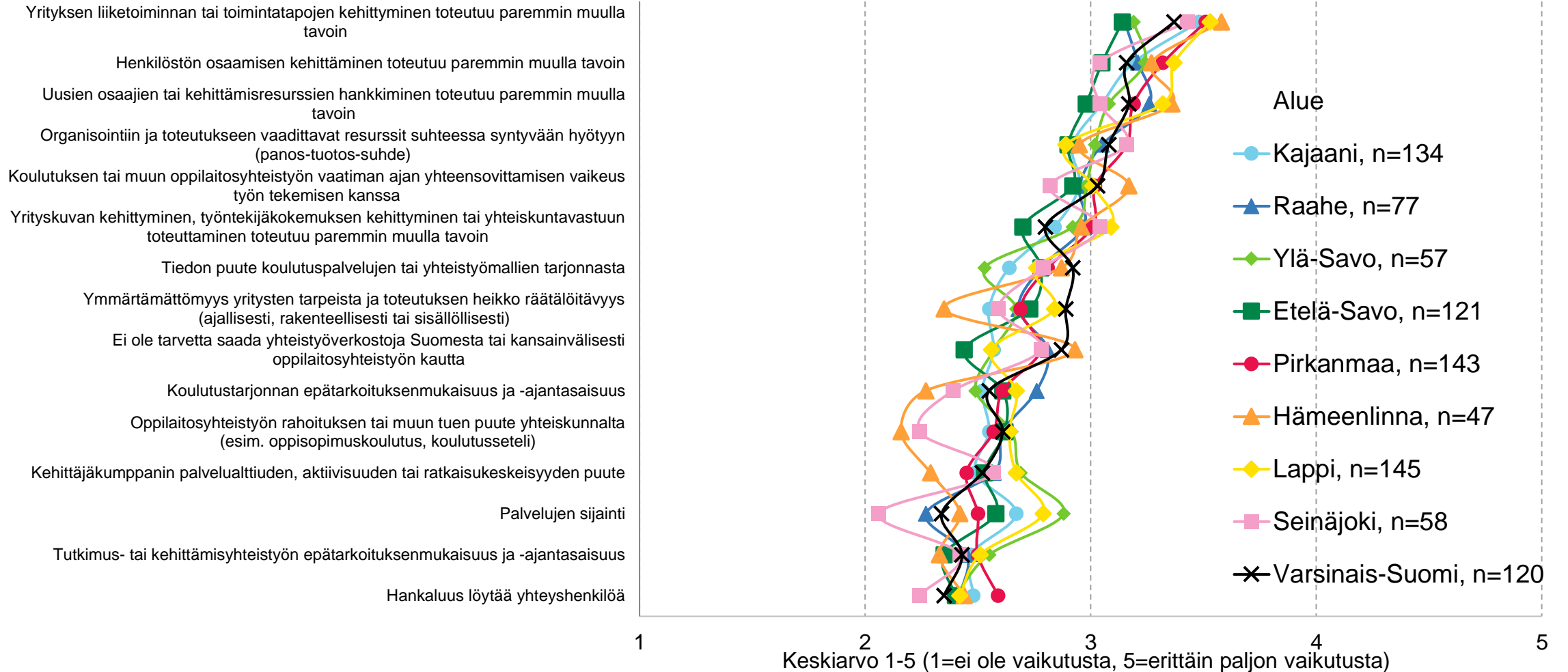
Vastaajat, n=ei tee tai ole tehnyt yhteistyötä oppilaitosten kanssa

2.4 Mikäli ette tee yhteistyötä oppilaitosten kanssa, mitkä ovat siihen keskeisimmät syyt?– Yrityksen koko



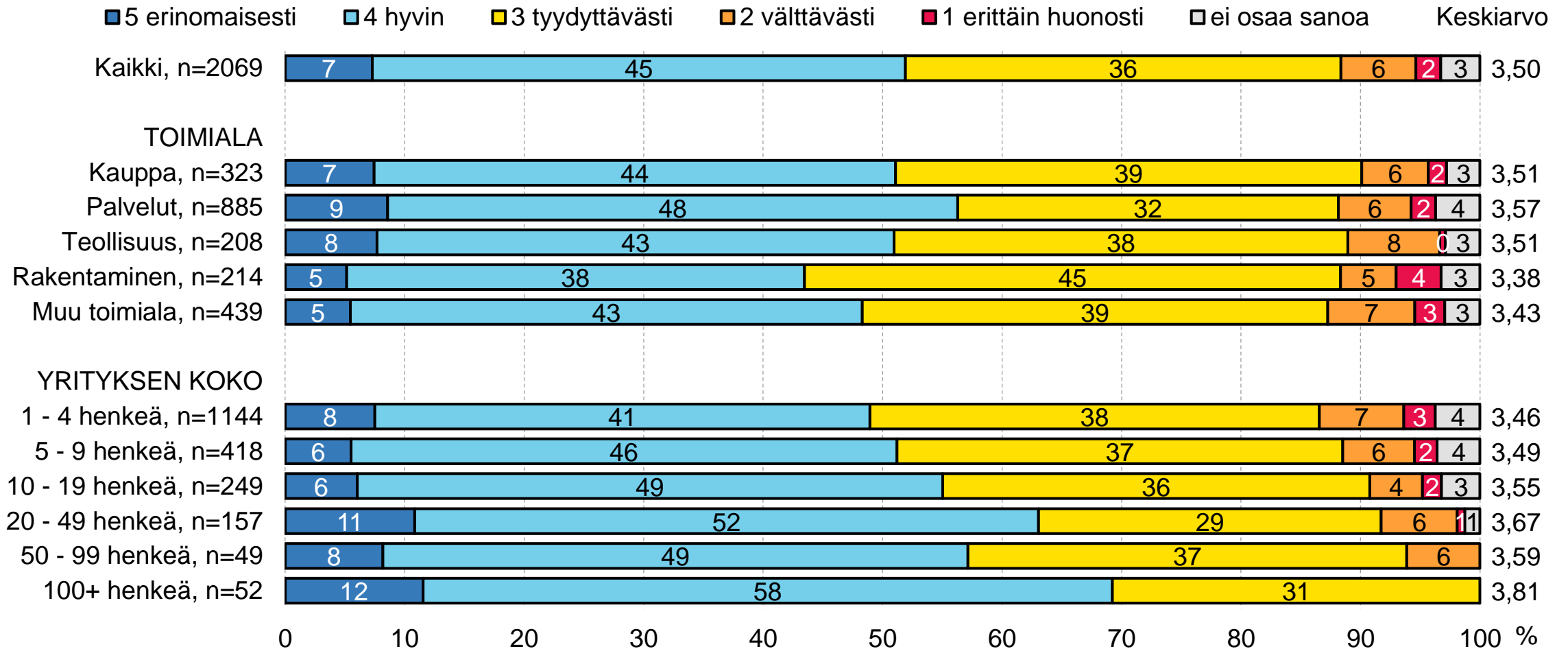
Vastaajat, n=ei tee tai ole tehnyt yhteistyötä oppilaitosten kanssa

2.4 Mikäli ette tee yhteistyötä oppilaitosten kanssa, mitkä ovat siihen keskeisimmät syyt?– Alue



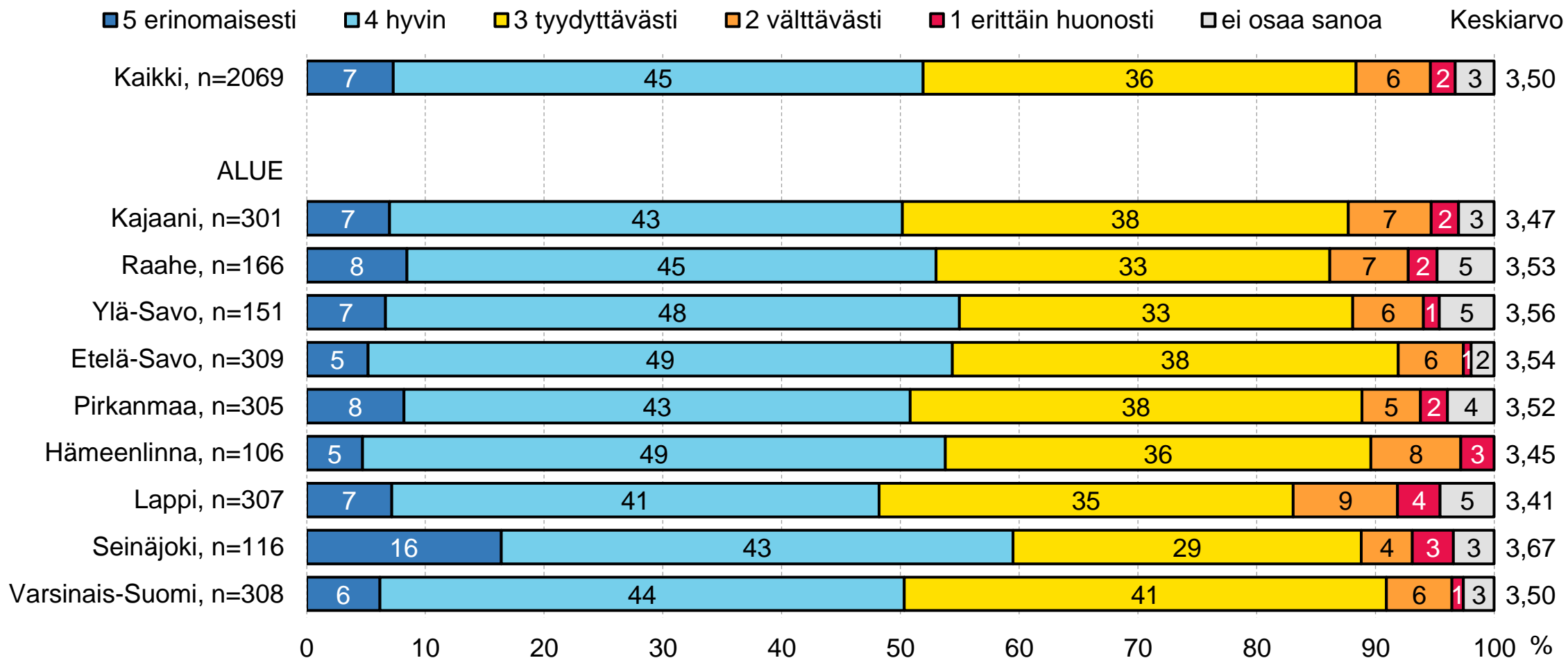
Vastaajat, n=ei tee tai ole tehnyt yhteistyötä oppilaitosten kanssa

3.1 Kuinka hyvin olette kuvanneet yrityksen liiketoiminnalle merkityksellisen osaamisen nykytilan? – Toimiala ja yrityksen koko



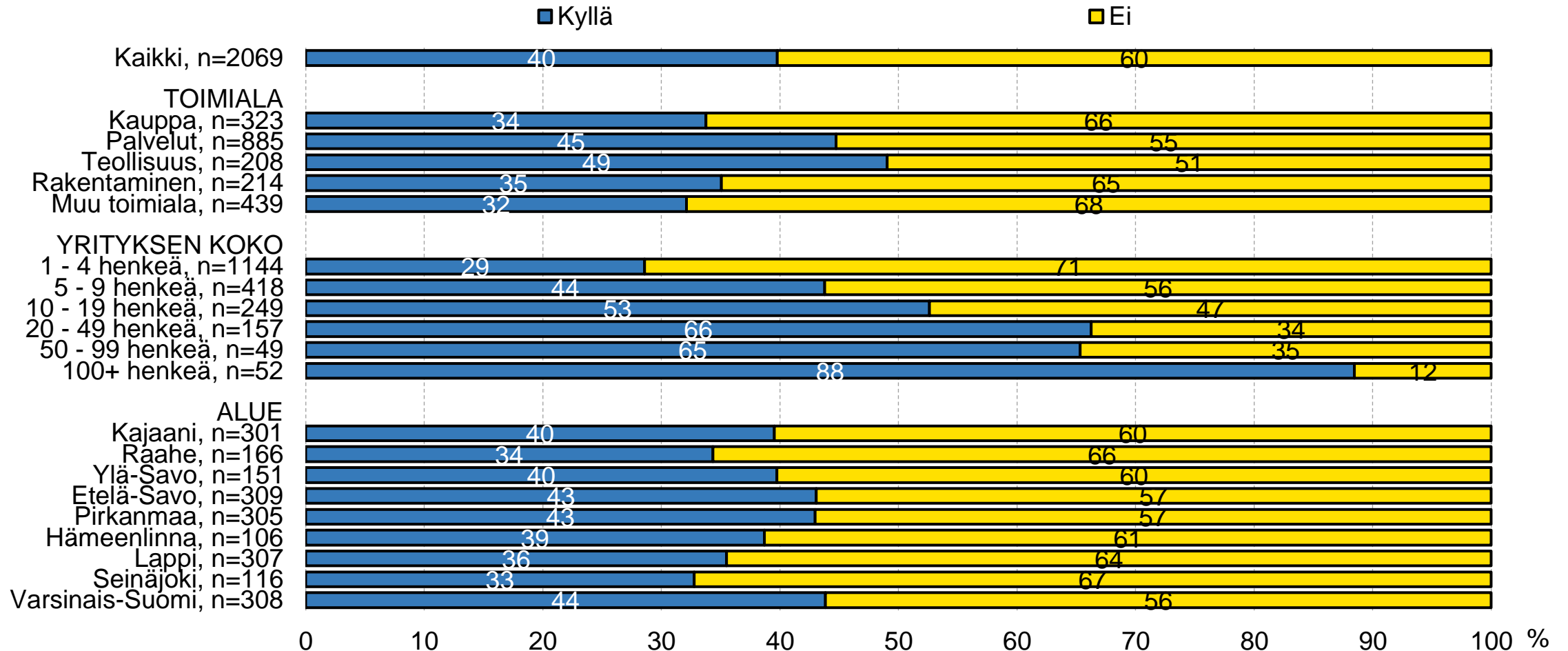
n=kaikki vastaajat

3.1 Kuinka hyvin olette kuvanneet yrityksen liiketoiminnalle merkityksellisen osaamisen nykytilan? – Alue



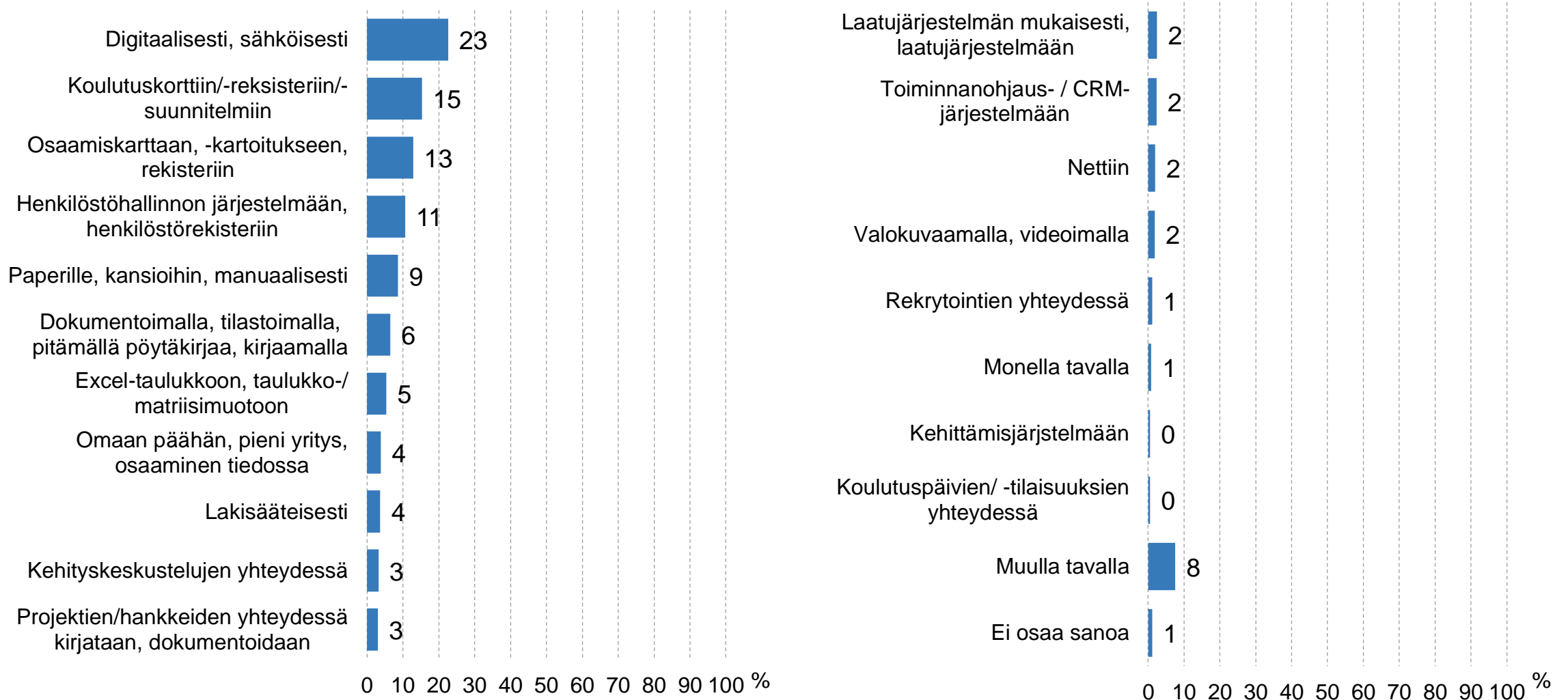
n=kaikki vastaajat

3.2. Tallennetaanko yrityksessänne osaamistietoa?



n=kaikki vastaajat

3.2. Tallennetaanko yrityksessänne osaamistietoa? Miten?



Vastaajat, yrityksessä tallennetaan osaamistietoa n=823

Liitteet

Laadunvarmistus Taloustutkimuksessa

- SGS Fimko on myöntänyt Taloustutkimukselle ISO 20252 -toimialasertifikaatin, ja tämän projektin kaikki vaiheet on toteutettu kyseisen standardin ja Suomen lakien mukaisesti.
- Taloustutkimus käsittelee aina kaikkia tutkimuksiin liittyviä, sekä asiakkailta saatuja että tutkimuksen yhteydessä syntyneitä, tietoja ehdottoman luottamuksellisina.
- Taloustutkimus on sitoutunut noudattamaan ESOMARin ja Kansainvälisen Kauppakamarin yhdessä julkaisemia tutkimusalan kansainvälisiä perussääntöjä.
- Taloustutkimus ei ole käyttänyt alihankkijoita tässä tutkimuksessa.

Erillistutkimuksen tulosten julkaiseminen ja edelleen luovuttaminen

- Tutkimuksen tilaaja voi julkistaa tilaamansa tutkimuksen tuloksia, kunhan julkaistut tulokset eivät ole harhaanjohtavia.
- Kun tutkimustuloksia julkaistaan, tulee selvästi erottaa tulokset ja niiden tulkinta.
- Julkistamisen yhteydessä on aina mainittava tutkimuksen nimi, toteutusaika ja tutkimuksen tekijä, Taloustutkimus Oy.
- Toivomme, että lähetätte suunnittelemanne julkaisun (lehtiartikkeli, verkossa julkaistavat tiedot ym.) Taloustutkimus Oy:hyn tarkastettavaksi ennen julkaisemista. Lisäksi toivomme, että toimitatte meille tiedon siitä, missä ja milloin asia julkaistaan, jotta voimme vastata meille mahdollisesti tuleviin kyselyihin.
- Olemme mielellämme avuksi viestinnässänne.

LUOTETTAVUUSRAJATAULUKKO 95 %:N TASOLLE

taloustutkimus

LUOTETTAVUUSRAJATAULUKKO 95 %:N TASOLLE

% -luku, joka tuli tulokseksi	VASTAAJAMÄÄRÄ															
	25	50	75	100	150	200	250	300	400	500	600	800	1000	2000	3000	5000
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
2 tai 98	±5,6	±4,0	±3,2	±2,8	±2,3	±2,0	±1,8	±1,6	±1,4	±1,3	±1,1	±0,98	±0,9	±0,61	±0,51	±0,4
3 tai 97	±6,8	±4,9	±3,9	±3,4	±2,8	±2,4	±2,2	±2,0	±1,7	±1,5	±1,4	±1,2	±1,1	±0,75	±0,62	±0,49
4 tai 96	±7,8	±5,6	±4,5	±3,9	±3,2	±2,8	±2,5	±2,3	±2,0	±1,8	±1,6	±1,4	±1,3	±0,86	±0,71	±0,56
5 tai 95	±8,7	±6,2	±5,0	±4,4	±3,6	±3,1	±2,7	±2,5	±2,2	±2,0	±1,8	±1,5	±1,4 ¹	±0,96	±0,79	±0,62
6 tai 94	±9,5	±6,8	±5,5	±4,8	±3,9	±3,4	±3,0	±2,8	±2,4	±2,1	±2,0	±1,7	±1,5	±1,0	±0,87	±0,68
8 tai 92	±10,8	±7,7	±6,2	±5,4	±4,4	±3,8	±3,4	±3,1	±2,7	±2,4	±2,2	±1,9	±1,7	±1,2	±0,99	±0,77
10 tai 90	±12,0	±8,5	±6,9 ^{3b}	±6,0	±4,9 ^{3a}	±4,3	±3,8	±3,5	±3,0	±2,7	±2,5	±2,1	±1,9	±1,3	±1,1	±0,85
12 tai 88	±13,0	±9,2	±7,5	±6,5	±5,3	±4,6	±4,1	±3,8	±3,3	±2,9	±2,7	±2,3	±2,1	±1,4	±1,2	±0,92
15 tai 85	±14,3	±10,1	±8,2	±7,1	±5,9	±5,1	±4,5	±4,1	±3,6	±3,2	±2,9	±2,5	±2,3	±1,6	±1,3	±1,0 ²
20 tai 80	±16,0	±11,4	±9,2	±8,0	±6,6	±5,7	±5,0	±4,6	±4,0	±3,6	±3,3	±2,8	±2,5	±1,8	±1,4	±1,1
25 tai 75	±17,3	±12,3	±10,0	±8,7	±7,1	±6,1	±5,5	±5,0	±4,3	±3,9	±3,6	±3,0	±2,8	±1,9	±1,6	±1,2
30 tai 70	±18,3	±13,0	±10,5	±9,2	±7,5	±6,5	±5,8	±5,3	±4,6	±4,1	±3,8	±3,2	±2,9	±2,0	±1,7	±1,3
35 tai 65	±19,1	±13,5	±11,0	±9,5	±7,8	±6,8	±6,0	±5,5	±4,8	±4,3	±3,9	±3,3	±3,1	±2,1	±1,7	±1,4
40 tai 60	±19,6	±13,9	±11,3	±9,8	±8,0	±7,0	±6,2	±5,7	±4,9	±4,4	±4,0	±3,4	±3,1	±2,2	±1,8	±1,4
45 tai 55	±19,8	±14,1	±11,4	±9,9	±8,1	±7,0	±6,2	±5,8	±5,0	±4,5	±4,1	±3,5	±3,2	±2,2	±1,8	±1,4
50 tai 50	±20,0	±14,2	±11,5	±10,0	±8,2	±7,1	±6,3	±5,8	±5,0	±4,5	±4,1	±3,5	±3,2	±2,2	±1,8	±1,4

Esimerkki 1

Jos tuhannesta vastaajasta 5 % on ostanut tuotetta, on virhemarginaali ±1,4 prosenttiyksikköä. Koko väestössä on siis 95 %:n luotettavuustason mukaan 3,6–6,4 % tuotetta ostaneita.

Esimerkki 2

Oletetaan ennen tutkimusta, että tuotteen markkinaosuus on noin 15 %. Halutaan selvittää asia ±1 prosenttiyksikön tarkkuudella. Tutkimukseen tarvitaan 5000 vastaajaa.

Esimerkki 3

a) Tuhannen vastaajan joukossa 15–19-vuotiaita on 150, ja näistä 10 % ilmoittaa ostavansa säännöllisesti tuotetta X. Todellinen ostajien osuus 95 %:n luotettavuustasolla on 10 % ±4,9 eli 5,1–14,9 %.

b) Jos otoskoko olisi puolta pienempi eli 500, 15–19-vuotiaita vastaajia olisi 75 ja todellinen ostajien osuus olisi 10 % ±6,9 eli 3,1–16,9 %.

KAHDESTA ERI TUTKIMUKSESTA SAATUJEN TULOSTEN VÄLISTEN EROJEN LUOTETTAVUUSTAULUKKO 95 %:N TASOLLE

taloustutkimus

KAHDESTA ERI TUTKIMUKSESTA SAATUJEN TULOSTEN VÄLISTEN EROJEN LUOTETTAVUUSTAULUKKO 95 %:N TASOLLE

p = 50 prosenttia

Otoskoko, tutkimus 2	Otoskoko, tutkimus 1						
	100	250	500	750	1000	1500	2000
	%	%	%	%	%	%	%
100	13,8						
250	11,6	8,8					
500	10,7	7,6	6,2				
750	10,4	7,2	5,7	5,1			
1000	10,3	6,9	5,4	4,7	4,4		
1500	10,1	6,7	5,1	4,4	4,0	3,6	
2000	10,0	6,6	4,9	4,2	3,8	3,4	3,1

p = 40 tai 60 prosenttia

Otoskoko, tutkimus 2	Otoskoko, tutkimus 1						
	100	250	500	750	1000	1500	2000
	%	%	%	%	%	%	%
100	13,6						
250	11,4	8,6					
500	10,5	7,4	6,1				
750	10,2	7,0	5,5	5,0			
1000	10,1	6,8	5,2	4,6	4,3		
1500	9,9	6,6	5,0	4,3	3,9	3,5	
2000	9,8	6,4	4,8	4,1	3,7	3,3	3,0

p = 30 tai 70 prosenttia

Otoskoko, tutkimus 2	Otoskoko, tutkimus 1						
	100	250	500	750	1000	1500	2000
	%	%	%	%	%	%	%
100	12,7						
250	10,6	8,0					
500	9,8	7,0	5,7				
750	9,6	6,6	5,2	4,6			
1000	9,4	6,3	4,9	4,3	4,0		
1500	9,3	6,1	4,6	4,0	3,7	3,3	
2000	9,2	6,0	4,5	3,8	3,5	3,1	2,8

p = 20 tai 80 prosenttia

Otoskoko, tutkimus 2	Otoskoko, tutkimus 1						
	100	250	500	750	1000	1500	2000
	%	%	%	%	%	%	%
100	11,1						
250	9,3	7,0					
500	8,6	6,1	5,0				
750	8,3	5,7	4,5	4,1			
1000	8,2	5,6	4,3	3,8	3,5		
1500	8,1	5,3	4,1	3,5	3,2	2,9	
2000	8,0	5,3	3,9	3,4	3,0	2,7	2,5

p = 10 tai 90 prosenttia

Otoskoko, tutkimus 2	Otoskoko, tutkimus 1						
	100	250	500	750	1000	1500	2000
	%	%	%	%	%	%	%
100	8,3						
250	7,0	5,3					
500	6,4	4,5	3,7				
750	6,3	4,3	3,4	3,0			
1000	6,2	4,2	3,2	2,8	2,6		
1500	6,1	4,0	3,0	2,6	2,4	2,2	
2000	6,0	3,9	2,9	2,5	2,3	2,0	1,9

Näiden taulukoiden avulla voidaan arvioida eri-suuruisien otosten ja eri tutkimusten avulla saatujen prosenttilukujen erotusten merkittävyyttä.

Taulukoista valitaan aina se, jossa p (=prosenttiluku) on lähinnä saatua tulosta/osuutta.

ESIMERKKI

Tehtiin kaksi eri tutkimusta eri aikoina. Toisessa oli 250 vastaajaa ja toisessa 1000. Tuotteen markkina-osuus oli pienemmässä tutkimuksessa 37 % ja suuremmissa 35 %.

Tarkasteluun valitaan taulukko p = 40 tai 60 %, koska saadut tulokset ovat kaikkein lähimpänä sitä. Taulukosta katsotaan luku otoskokojen 1000 ja 250 risteyskohdasta. Tässä tapauksessa tulosten eron merkittävyyteen olisi vaadittu 6,8 prosenttiyksikön ero, joten tehtyjen tutkimusten tulosten ero (2 prosenttiyksikköä) ei ollut merkittävä.

**HYVÄÄ
HUOMISTA,
SUOMI!**

