taloustutkimus

Kuntien asukaskokemus

TUTKIMUSRAPORTTI

Orimattila

Timo Myllymäki & Kari-Pekka Töyrylä

Taloustutkimus Oy

22.10.2026

Sisällysluettelo

Johdanto	3
Vastaajien taustatiedot	5
Tulosten julkaisuohjeet	6
Kunnan keskeiset tulokset	7
Nostoja tuloksista	10
Yhteenveto avoimista vastauksista	11
Tutkimuksen yksityiskohtaiset tulokset	12
Väittämät: tyytyväisyys asuinkuntaan	13
Asukaskokemuksen kehityskohdenelikentät ja vahvuudet	19
Kokonaistyytyväisyys asuinpaikkana	21
Oma elämän tilanne	22
Poismuuttoaikeet	23
Tiedonsaanti ja viestintä	24
Taloudellisen tasapainotuksen vaihtoehdot	27
Kaupungin imago	28
Ylpeys Orimattilasta ja kehittämiskohteet	29

LIITTEET

Erillinen liite (kunnan tulokset excel –taulukkona ja avoimet kommentit)

Johdanto

Tutkimus on Taloustutkimuksen kehittämä Kuntien Asukaskokemus 2026 -tutkimus. Tutkimus tehtiin nyt toisen kerran. Raportissa esitetään vertailu Taloustutkimuksen tietopankkiin vastaavan tutkimuksen osalta.

Tutkimuksen tavoitteet

Tavoitteena on selvittää kunnan alueella asuvien 15-79-vuotiaiden mielipiteitä kunnan toiminnasta ja omasta asukaskokemuksestaan. Tutkimuksen sisältö on Taloustutkimuksen toteuttama ja kysymykset on määritelty useiden kuntien strategisista tavoitteista ja yhteistyössä mukana olonsa vahvistaneiden kuntien kanssa.

Tutkimusmenetelmä ja kohderyhmä

Tutkimus on tehty 14.9.- 13.10.2026. Tutkimuksen kohderyhmän muodostivat YYY alueella asuvat 15-79-vuotiaat. Tutkimuksen näyte muodostettiin satunnaispoiminnalla kohdealueella asuvista henkilöistä Bisnode Oy:n markkinointirekisteristä. Kaikkiaan haastatteluja tehtiin 372 kpl.

Aineiston käsittely

Aineiston tallennus, koodaus ja atk-tulostus on tehty Taloustutkimus Oy:ssä. Tulokset on painotettu sukupuolen ja iän perusteella kunnan alueen väestöä vastaavaksi. Kuntaa koskevat taulukoinnit ja avoimet vastaukset toimitetaan erillisessä excel-tiedostossa.

Vastuuhenkilöt

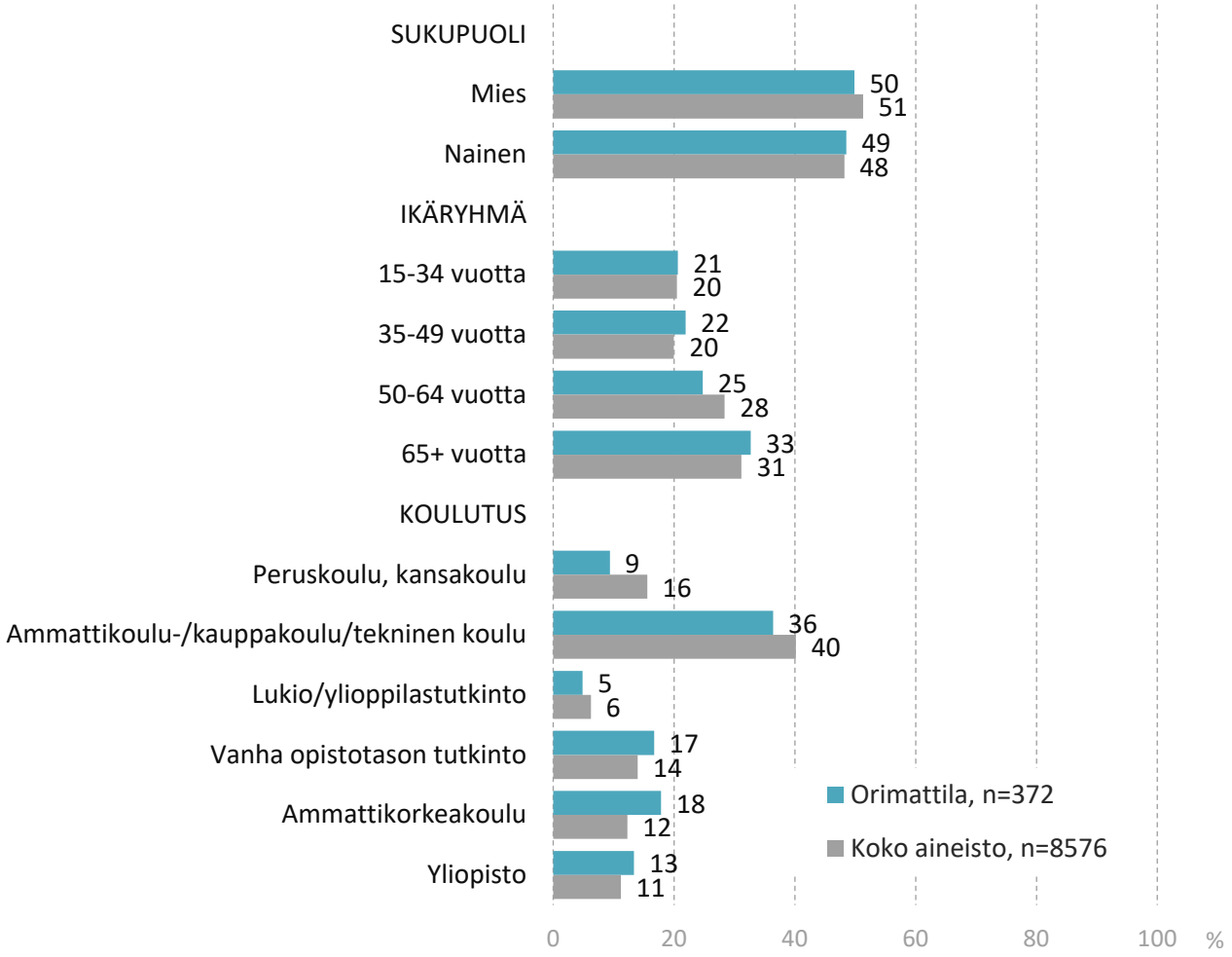
Tutkimuksen suunnittelusta ja toteutuksesta vastaavat Timo Myllymäki ja Kari-Pekka Töyrylä. Sähköpostiosoite: etunimi.sukunimi@taloustutkimus.fi.

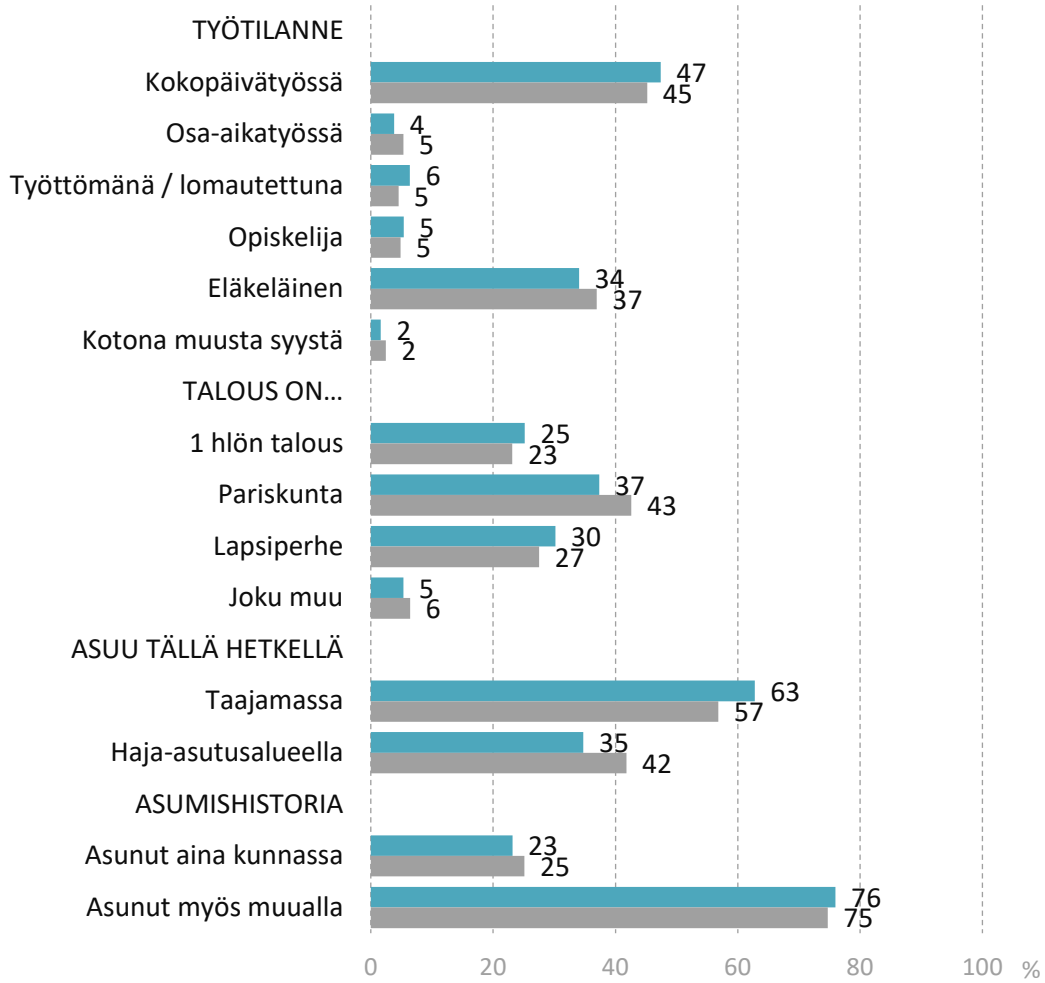
Johdanto

Tietopankissa mukana olevat kunnat (raportin kokonaisvertailu on tehty näissä kunnissa tehtyjen haastattelujen osalta) ja otoskoko:

1. Mäntyharju 2020, n=100
2. Kärkölä 2020, n=120
3. Pyhäjoki 2020, n=150
4. Sulkava 2020, n=100
5. Akaa 2020, n=100
6. Rautjärvi 2020, n=100
7. Pieksämäki 2020, n=157
8. Hausjärvi 2020, n=100
9. Puolanka 2020, n=100
10. Leppävirta 2020, n=100
11. Tervola 2020, n=100
12. Puumala 2020, n=100
13. Alavus 2020, n=150
14. Eura 2020, n=250
15. Pomarkku 2020, n=100
16. Humppila 2020, n=100
17. Ruokolahti 2021, n=150
18. Lemi 2021, n=100
19. Heinola 2021, n=301
20. Punkalaidun 2021, n=100
21. Akaa 2021, n=100
22. Lohja 2021, n=200
23. Kemijärvi 2021, n=200
24. Hämeenlinna 2021, n=300
25. Juupajoki 2021, n=220
26. Imatra 2022, n=150
27. Tammela 2022, n=100
28. Heinola 2022, n=305
29. Puolanka 2022, n=106
30. Sysmä 2022, n=102
31. Akaa 2022, n=111
32. Mäntyharju 2022, n=100
33. Janakkala 2022, n=103
34. Asikkala 2022, n=106
35. Hausjärvi 2022, n=106
36. Iisalmi 2023, n=201
37. Ranua 2023, n=122
38. Konnevesi 2023, n=107
39. Akaa 2023, n=143
40. Heinola 2023, n=205
41. Rautjärvi 2023, n=100
42. Hausjärvi 2023, n=127
43. Punkalaidun 2024, n=100
44. Pyhäjoki 2024, n=191
45. Heinola 2024, n=200
46. Tervola 2024, n=179
47. Puolanka 2024, n=189
48. Imatra 2025, n=153
49. Orimattila 2025, n=424
50. Pälkäne 2026, n=406
51. Puolanka 2026, n=188
52. Pyhäjoki 2026, n=282
53. Orimattila 2026, n=372

Vastaajien taustatiedot





n=kaikki vastaajat

Tulosten julkaisuohjeet

Tutkimusraportti on tarkoitettu yksinomaan tilaajan käyttöön. Raporttia tai osia siitä ei saa edelleen toimittaa tai ulkoisesti julkaista missään muodossa ilman Taloustutkimus Oy:n lupaa.

Tuloksista saa Taloustutkimus Oy:n luvalla julkaista vain tilaajakunnan omat tulokset sekä kaikkien kuntien keskiarvotulokset.

Kun tutkimustuloksia julkaistaan, tulee selvästi erottaa tulokset ja niiden tulkinta. Vastuun tutkimustulosten julkaisemisen oikeellisuudesta ja asianmukaisuudesta kantaa yleensä tekijänoikeuden haltija.

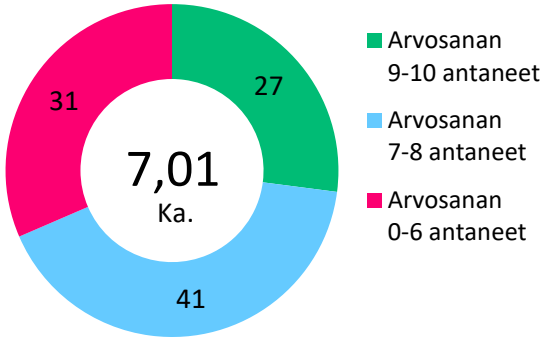
Julkistamisen yhteydessä on aina mainittava tutkimuksen nimi, toteutusaika ja tutkimuksen tekijä, Taloustutkimus Oy.

Toivomme, että lähetätte suunnittelemanne julkaisun (lehtiartikkeli, verkossa julkaistava tiedote tms.) Taloustutkimus Oy:hyn tarkastettavaksi ennen sen julkaisemista. Lisäksi toivomme, että toimitatte meille tiedon siitä, missä ja milloin asia julkaistaan, jotta voimme vastata meille mahdollisesti tuleviin kysymyksiin.

2. Kunnan keskeiset tulokset

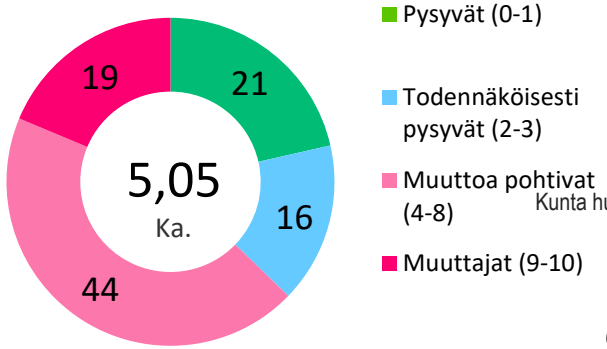
Keskeiset tulokset

Kokonaistyytyväisyys omaan kuntaan



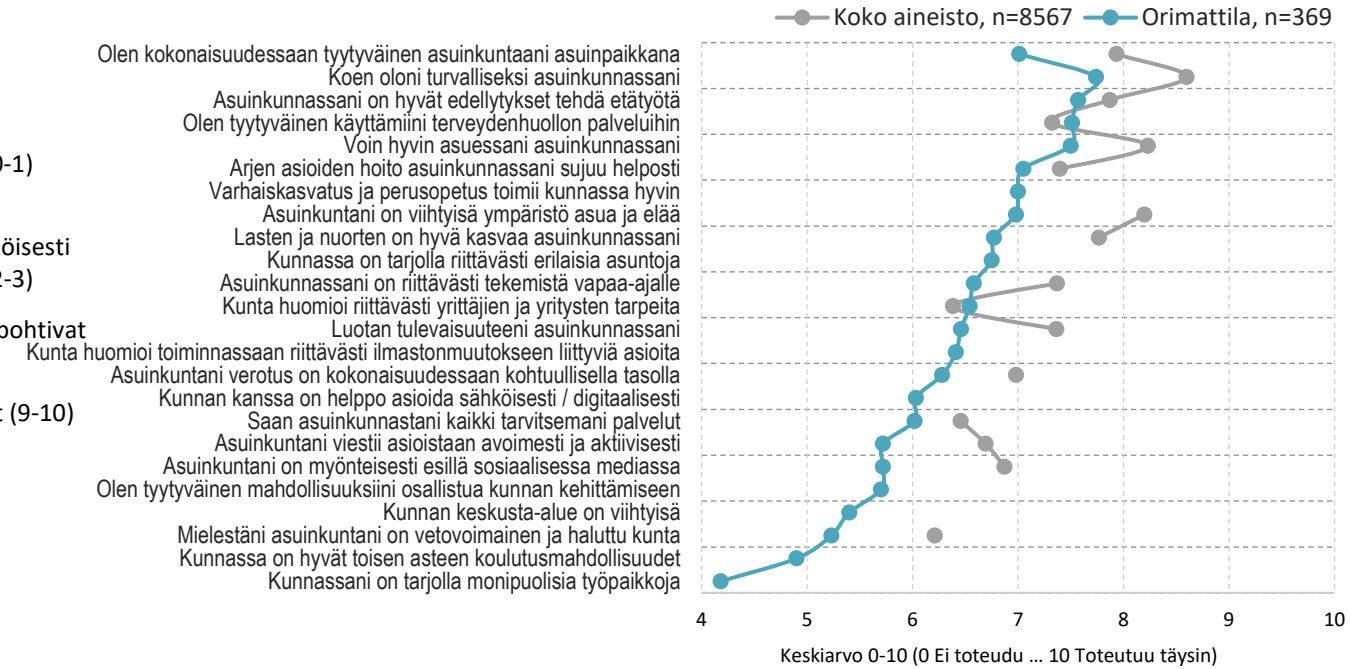
Koko aineiston keskiarvo: 7,93

Poismuuttoaikeet

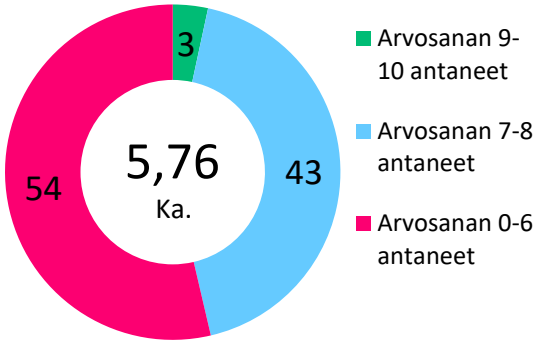


Koko aineiston keskiarvo: 4,04

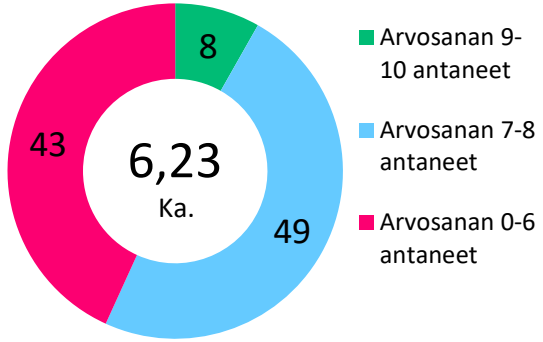
Tyytyväisyys kuntaan väittämissä



Kaupungin imago

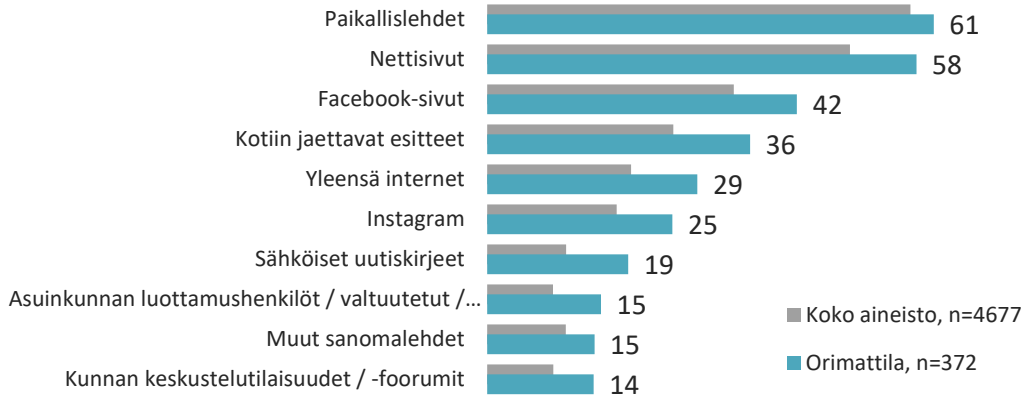


Asuinkunnan viestintä



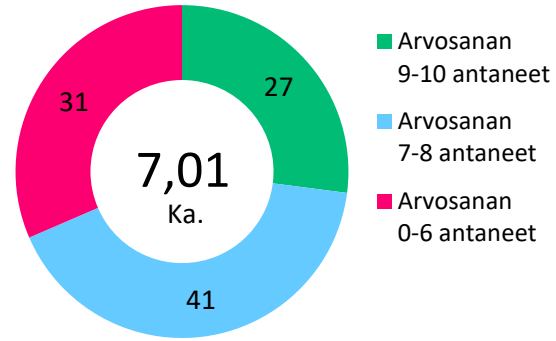
Koko aineiston keskiarvo: 6,60

TOP 10 tietolähteet kunnan asioista, %



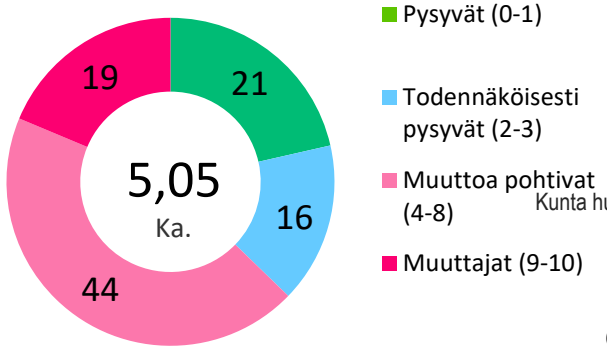
Keskeiset tulokset

Kokonaistyytyväisyys omaan kuntaan



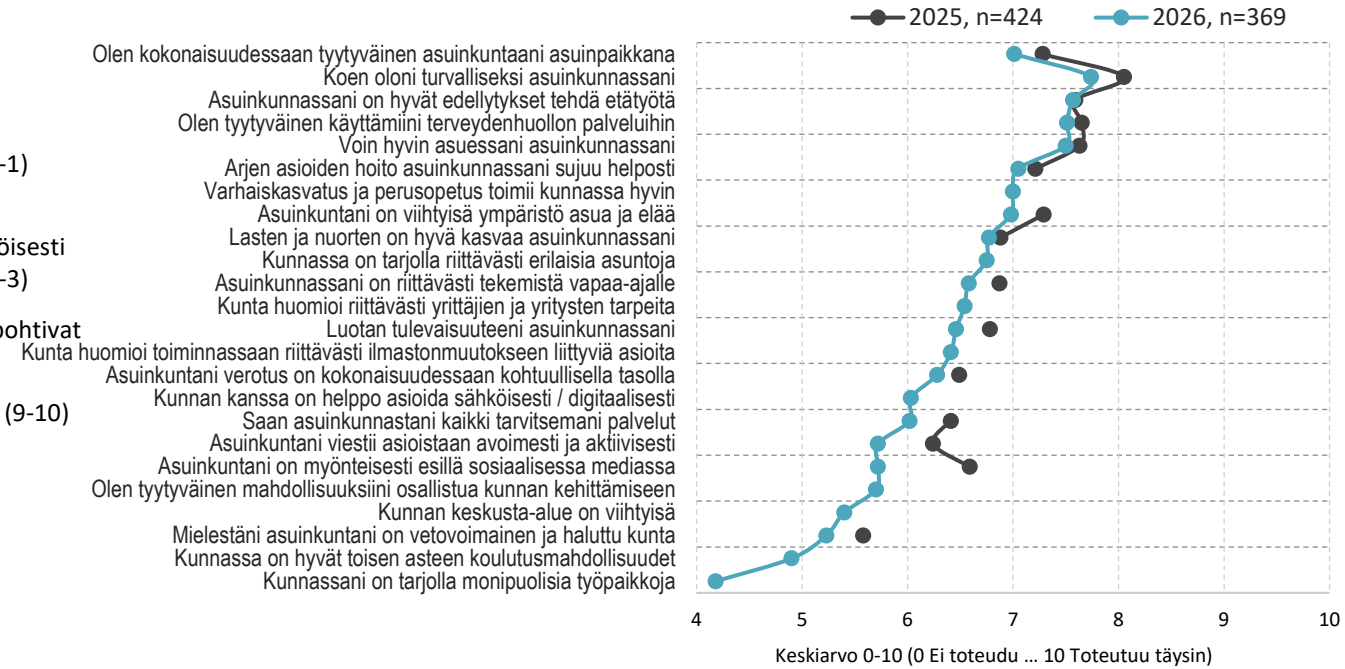
Kunnan edellinen tulos: 7,28

Poismuuttoaikeet

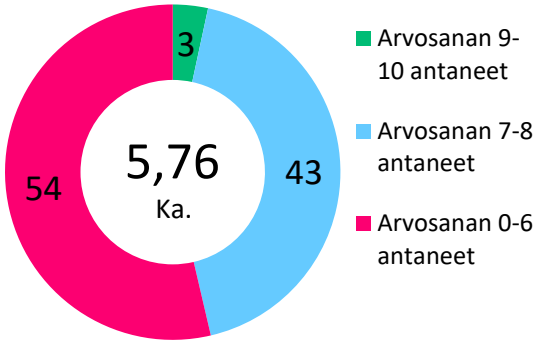


Kunnan edellinen tulos: 5,37

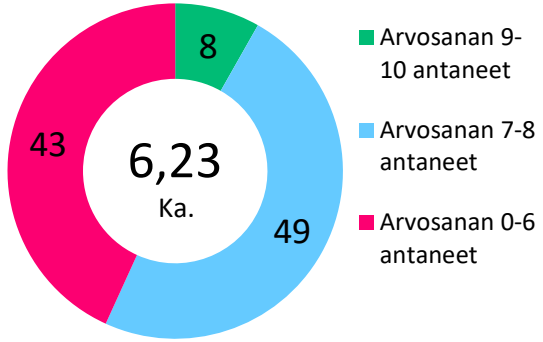
Tyytyväisyys kuntaan väittämissä



Kaupungin imago

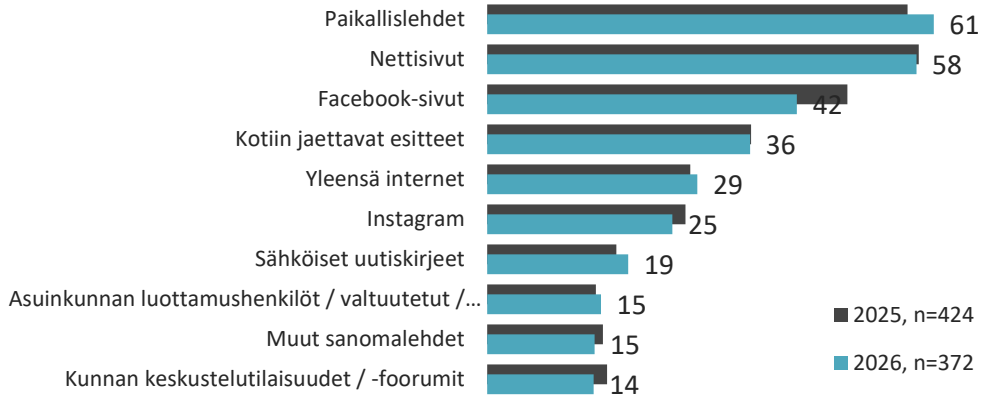


Asuinkunnan viestintä



Kunnan edellinen tulos: 6,44

TOP 10 tietolähteet kunnan asioista, %



Nostoja tuloksista

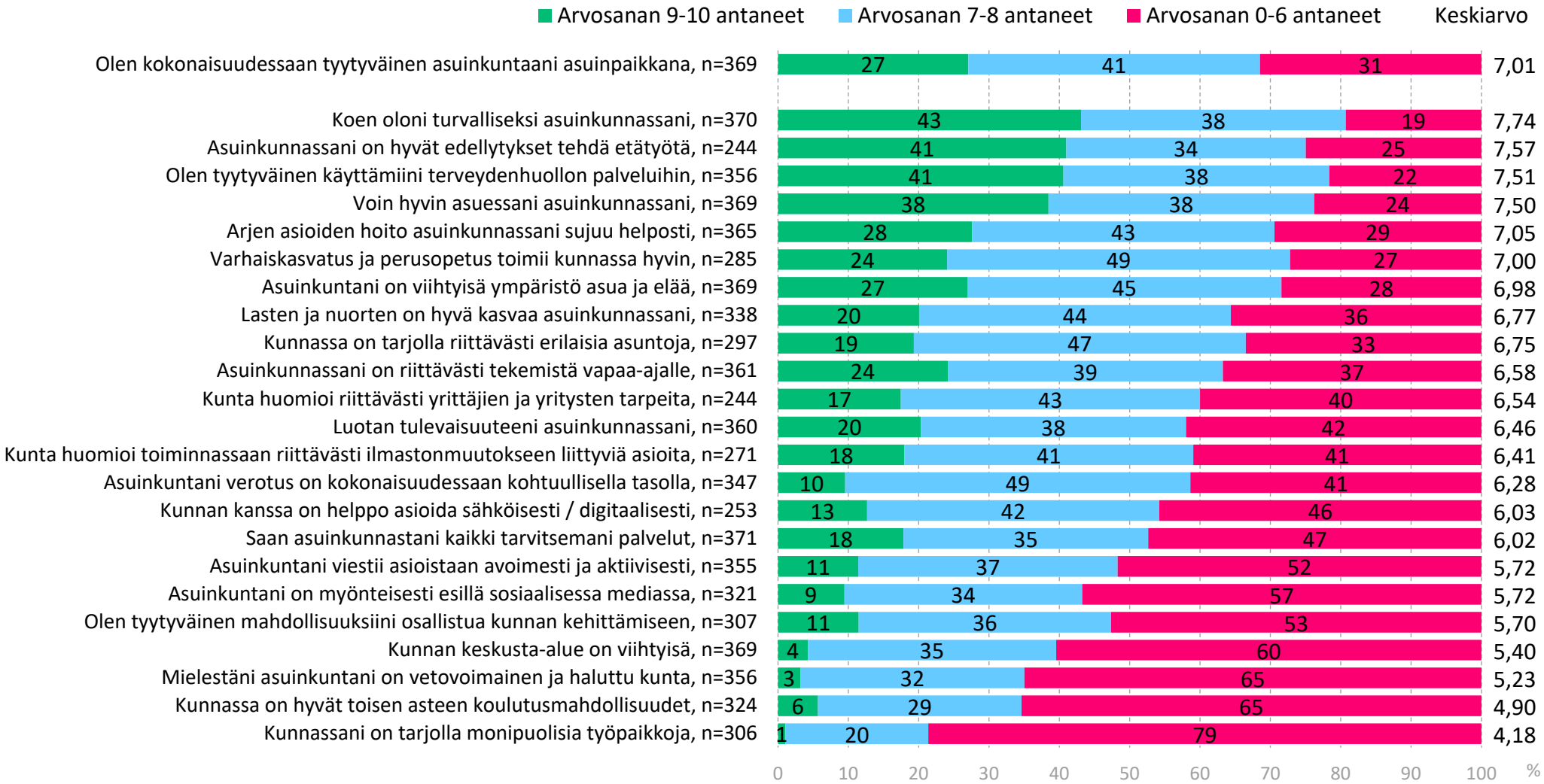
- **Kokonaistyytyväisyys asuinpaikkana laski.** Keskiarvo on 7,01, kun vuonna 2025 se oli 7,28. Koko aineiston keskiarvo on 7,93 , joten Orimattila jää selvästi sen alle.
- **Vahvuudet:** Turvallisuuden tunne (7,74), etätyön edellytykset (7,57), terveydenhuollon palvelut (7,51) ja hyvinvoinnin tunne (7,50) saivat korkeimmat arvosanat.
- **Heikoimmat väittämät:** Monipuoliset työpaikat (4,18; 79 % antoi arvosanan 0–6), toisen asteen koulutusmahdollisuudet (4,90), vetovoimaisuus (5,23) ja keskusta-alueen viihtyisyys (5,40).
- Palvelujen saatavuus (6,02) ja sähköinen asiointi (6,03) jäivät myös matalalle tasolle.
- **Tiedonsaanti:** Paikallislehdet ovat tärkein tietolähde (61 %, koko aineisto 58 %), seuraavana Facebook-sivut (42 %, koko aineisto 36 %).

Yhteenveto avoimista vastauksista

1. Luottamus päättäjiin on heikko (noin 20+ mainintaa). Vastaajat kritisoivat riitelyä, valtuuston johtamista, kaupunginjohtajan irtisanomista ja kaupungin mainehaittaa. Kommentit ovat usein tunteikkaita. Tämä sopii yhteen sen kanssa, että viestintä ja asiointi saivat matalat arvosanat.
2. Keskusta ja Henna jakavat mielipiteitä (noin 35 mainintaa yhteensä). Keskustan viihtyisyys, tyhjät liiketilat ja ulkoasu huolettavat. Henna-hanke koetaan osin epäonnistuneeksi ja liian suureksi investoinniksi, mutta sen potentiaali nähdään myös. Osa haluaa siellä siirtolapuutarhoja tai asuntoja.
3. Lapsiperheet, lähikoulut ja kylät ovat tärkein arvo (noin 30 mainintaa koulujen ja lapsiperheiden osalta, noin 20 kylien osalta). Pienet lähikoulut ja kyläkoulut koetaan syiksi muuttaa tai pysyä, ja niiden lakkauttamista vastustetaan. Artjärven asukkaat kokevat, että palveluja on menetetty kuntaliitoksen jälkeen. Samalla pelätään, että lapsiperheiden houkuttelu jää vähemmälle, jos palvelut heikkenevät.
4. Säästöihin halutaan karsia hallinnosta, ei palveluista. Vastaajat ehdottavat konsulttien käytön vähentämistä, hankintojen kilpailuttamista ja byrokratian karsimista. Terveyskeskuksen, vanhustenhoidon ja opetuksen leikkauksiin suhtaudutaan kriittisesti. Työpaikkojen puute ja nuorten muutto opiskelun perässä mainitaan usein.
5. Ylpeys Orimattilasta (11 vastausta): terveyskeskus, lähikoulut, kylät ja uimahalli.
6. Viestintä: Vastaajat toivovat kaupungintalon ovien olevan auki ja kasvokkain-palvelua. Some ei saisi olla ainoa tiedotuskanava.
7. Datakeskukset jakavat mielipiteitä. Osa suhtautuu niihin kielteisesti, ja osa pitää niitä hyväksyttävinä, jos ne eivät haittaa asukkaita.

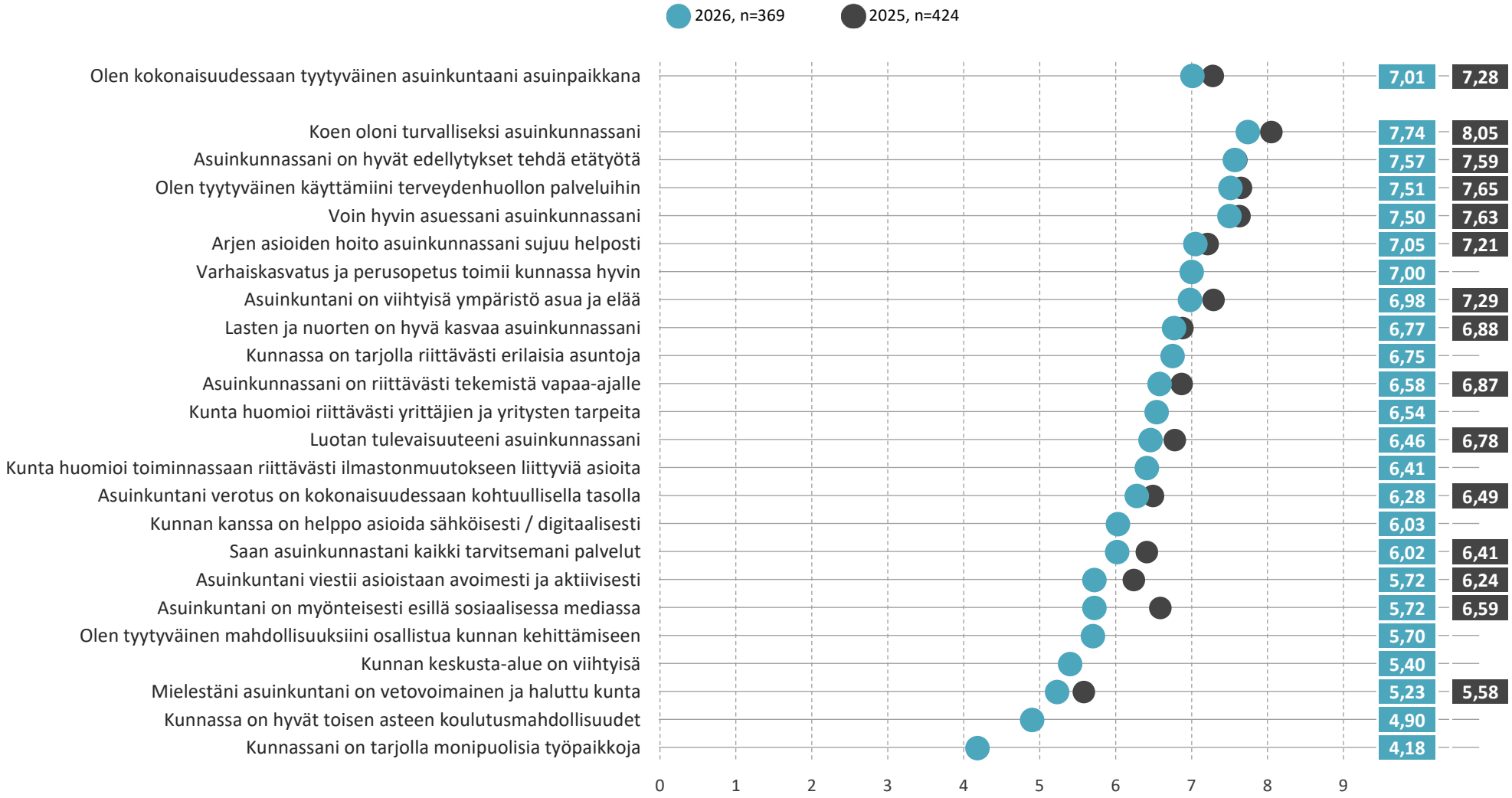
3. Tutkimuksen yksityiskohtaiset tulokset

Missä määrin olet tyytyväinen asiaan tai olet samaa mieltä väittämän kanssa?



n=arvosanan antaneet

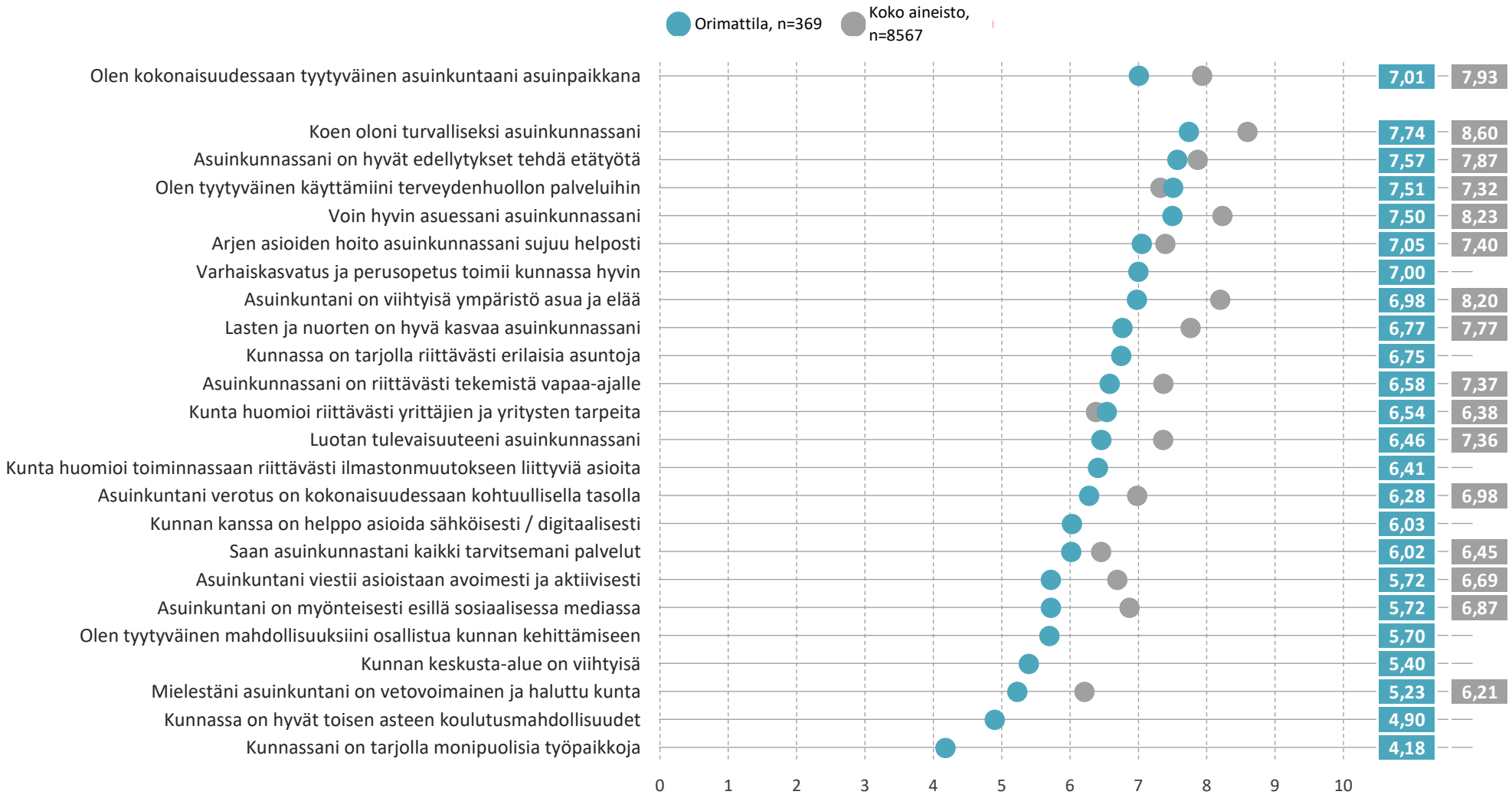
Missä määrin olet tyytyväinen asiaan tai olet samaa mieltä väittämän kanssa?



n=arvosanan antaneet

Keskiarvo 0-10 (0 Ei toteudu/täysin eri mieltä …
10 Toteutuu täysin/täysin samaa mieltä)

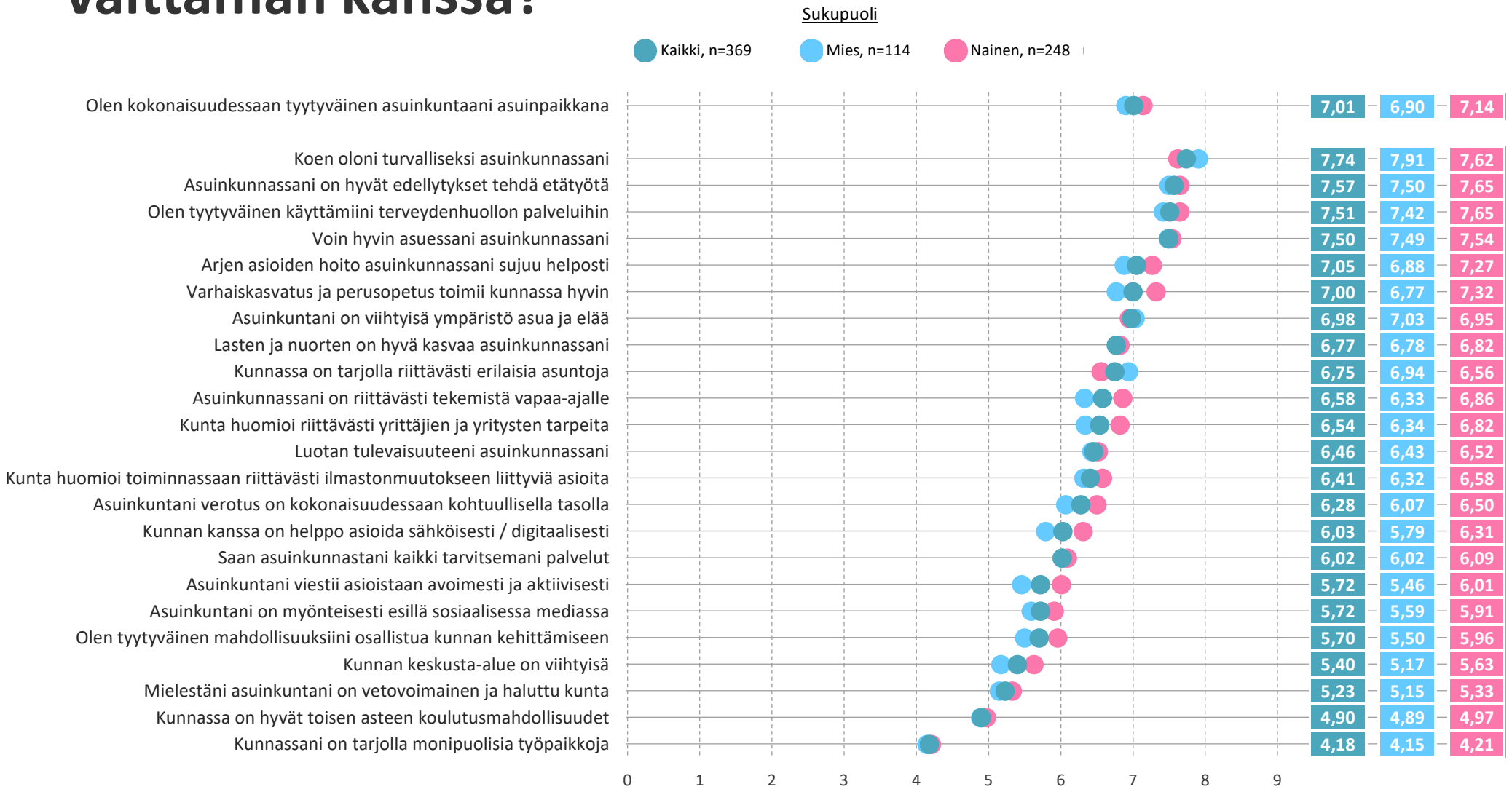
Missä määrin olet tyytyväinen asiaan tai olet samaa mieltä väittämän kanssa?



n=arvosanan antaneet

Keskiarvo 0-10 (0 Ei toteudu/täysin eri mieltä …
10 Toteutuu täysin/täysin samaa mieltä)

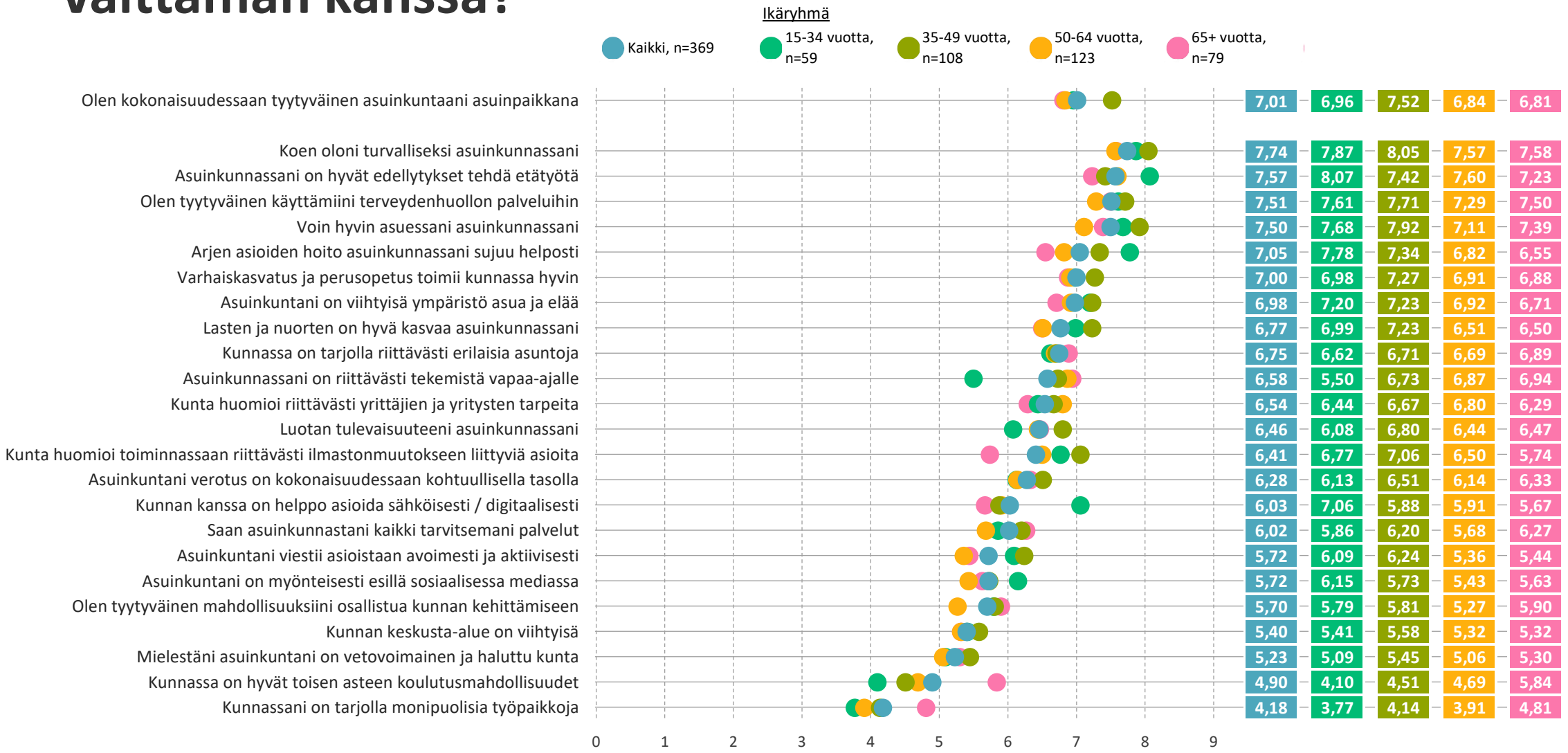
Missä määrin olet tyytyväinen asiaan tai olet samaa mieltä väittämän kanssa?



n=arvosanan antaneet

Keskiarvo 0-10 (0 Ei toteudu/täysin eri mieltä …
10 Toteutuu täysin/täysin samaa mieltä)

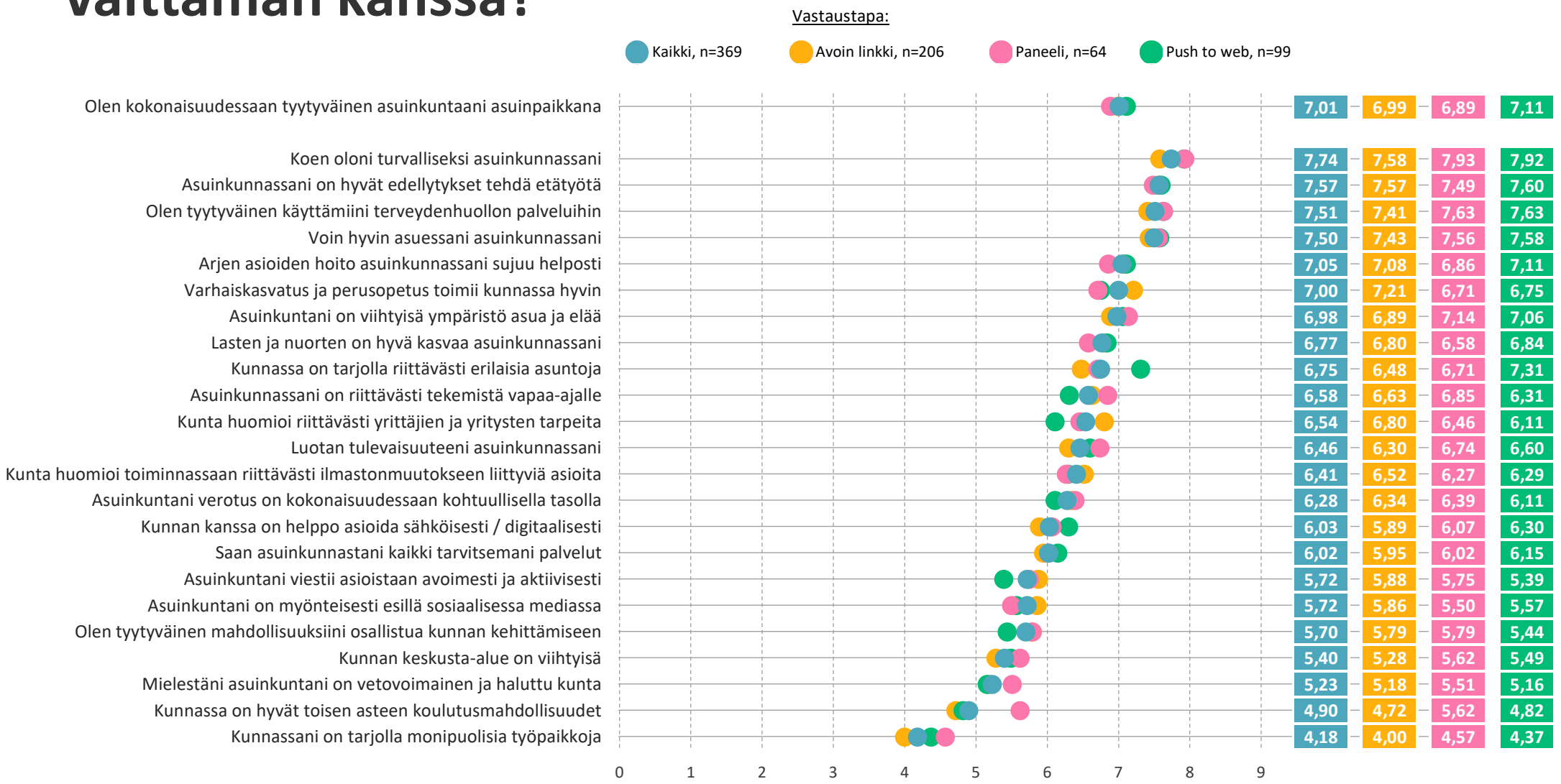
Missä määrin olet tyytyväinen asiaan tai olet samaa mieltä väittämän kanssa?



n=arvosanan antaneet

Keskiarvo 0-10 (0 Ei toteudu/täysin eri mieltä …
10 Toteutuu täysin/täysin samaa mieltä)

Missä määrin olet tyytyväinen asiaan tai olet samaa mieltä väittämän kanssa?

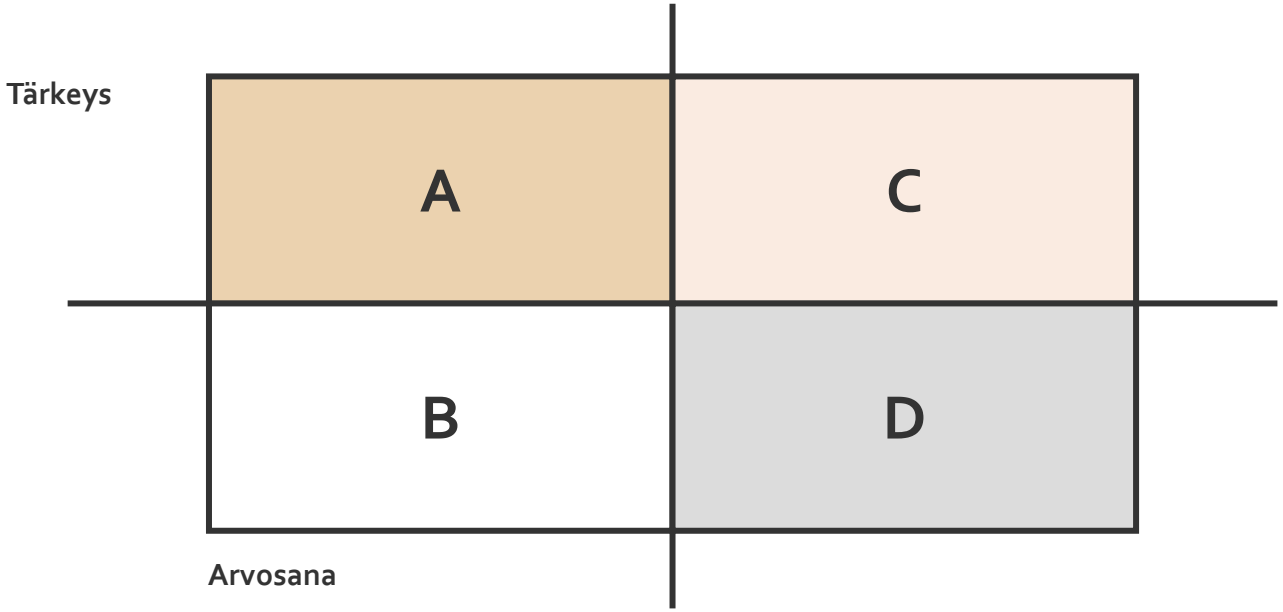


n=arvosanan antaneet

Keskiarvo 0-10 (0 Ei toteudu/täysin eri mieltä …
10 Toteutuu täysin/täysin samaa mieltä)

ASUKASKOKEMUKSEN KEHITYSKOHDENELIKENTÄT

- Seuraavien sivujen kuvissa on esitetty seurakunnan toimintaa kuvaavien ominaisuuksien arvosanat ja tärkeys. X-akselilla on annettu arvosana ja Y-akselilla sen vaikutus kokonaisarvioon erikseen laskettuna.
- Nelikentässä on arvioitu tutkittujen ominaisuuksien suhteellista asemaa ja vaikutusta kokonaisarvioon. Tekijöiden yhteenlaskettu vaikutus on 100 %.



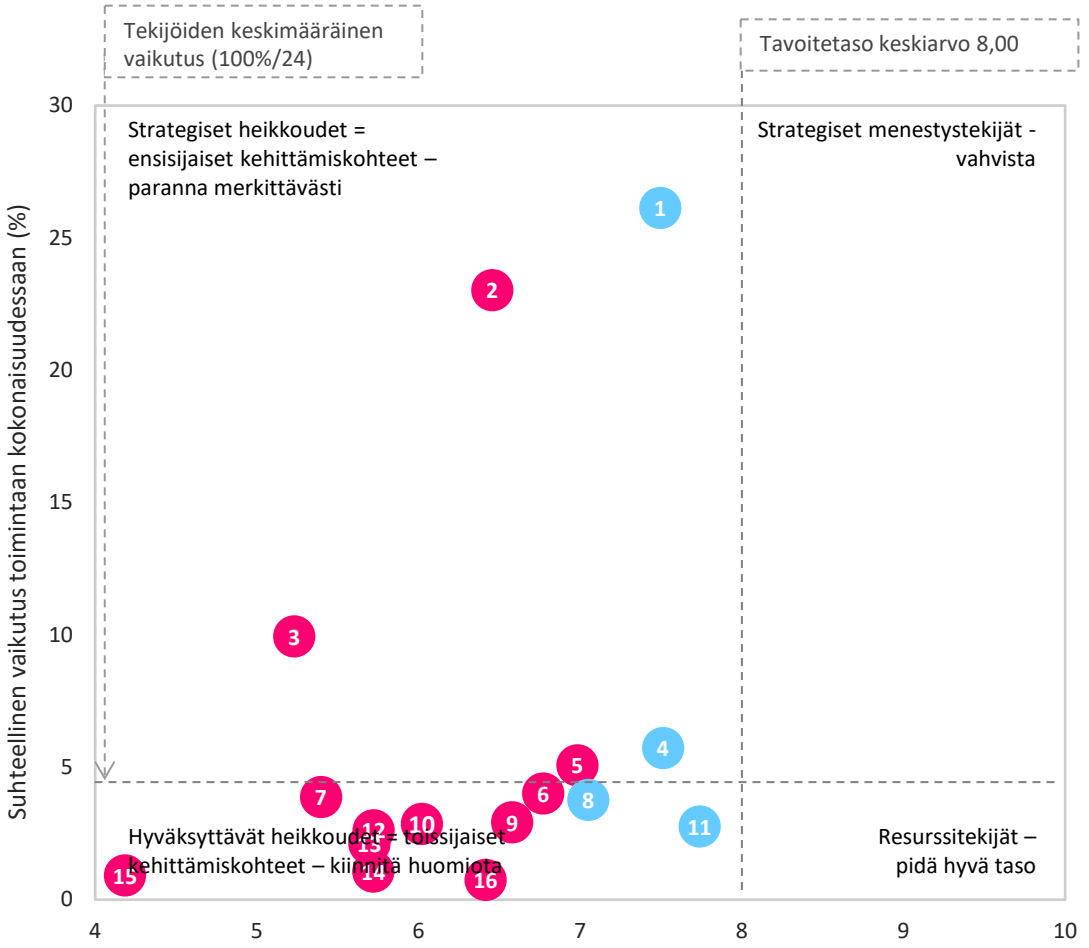
- Sektori A: Kunnan ensisijaiset kehityskohteet
- Sektori B: Kunnan toissijaiset kehityskohteet
- Sektori C: Kunnan suurimmat vahvuudet
- Sektori D: Kunnan resurssivahvuudet

Orimattila vahvuudet ja kehittämiskohteet

Suhteellinen vaikutus toimintaan kokonaisuudessaan (merkitys kasvaa)

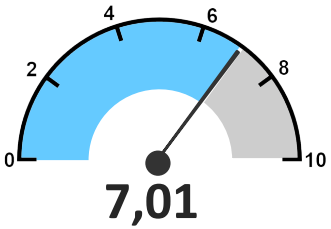
1	7,50	Voin hyvin asuessani asuinkunnassani
2	6,46	Luotan tulevaisuuteeni asuinkunnassani
3	5,23	Mielestäni asuinkuntani on vetovoimainen ja haluttu kunta
4	7,51	Olen tyytyväinen käyttämiini terveydenhuollon palveluihin
5	6,98	Asuinkuntani on viihtyisä ympäristö asua ja elää
6	6,77	Lasten ja nuorten on hyvä kasvaa asuinkunnassani
7	5,40	Kunnan keskusta-alue on viihtyisä
8	7,05	Arjen asioiden hoito asuinkunnassani sujuu helposti
9	6,58	Asuinkunnassani on riittävästi tekemistä vapaa-ajalle
10	6,02	Saan asuinkunnastani kaikki tarvitsemani palvelut
11	7,74	Koen oloni turvalliseksi asuinkunnassani
12	5,72	Asuinkuntani viestii asioistaan avoimesti ja aktiivisesti
13	5,70	Olen tyytyväinen mahdollisuuksiini osallistua kunnan kehittämiseen
14	5,72	Asuinkuntani on myönteisesti esillä sosiaalisessa mediassa
15	4,18	Kunnassani on tarjolla monipuolisia työpaikkoja
16	6,41	Kunta huomioi toiminnassaan riittävästi ilmastonmuutokseen liittyviä asioita

Orimattila, n=369



Olen kokonaisuudessaan tyytyväinen asuinkuntaani asuinpaikkana

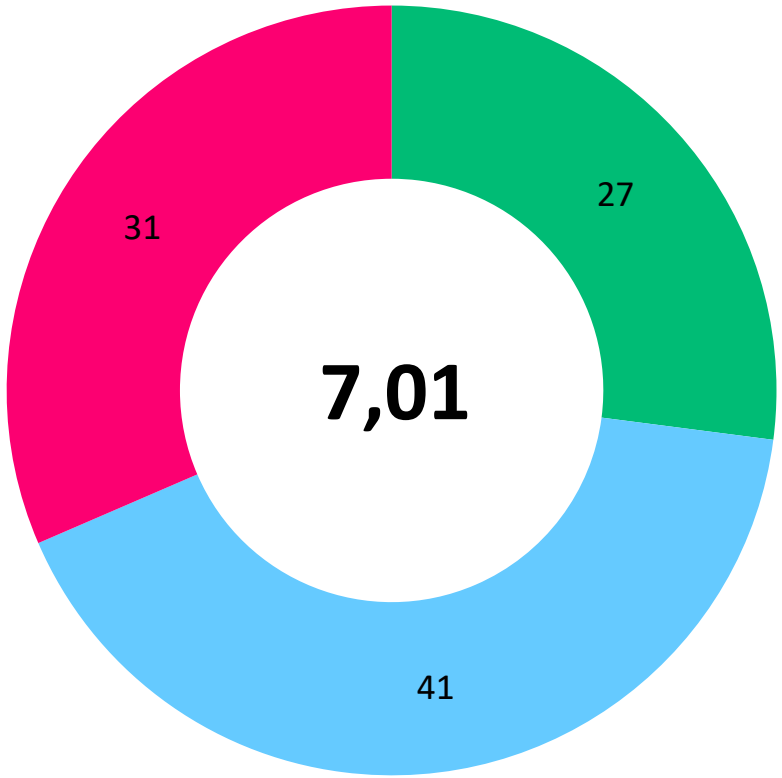
Keskiarvo 0-10
(0 Täysin eri mieltä…
10 Täysin samaa mieltä)

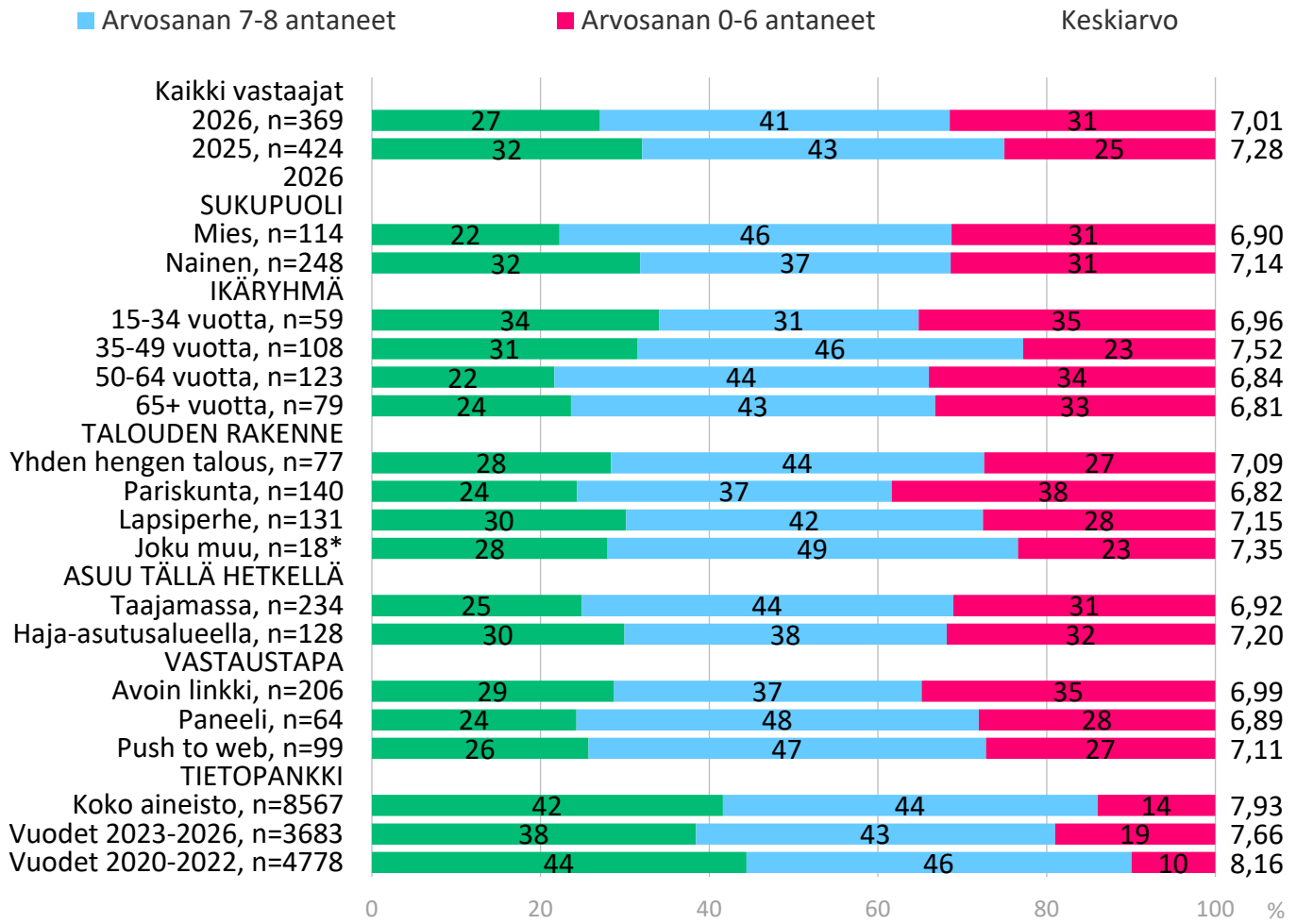


Tekijät joiden suhteellinen merkitys alhainen (sijat 17-23)

17. Olen tyytyväinen mahdollisuuksiini osallistua kunnan kehittämiseen: 6,18
18. Olen tyytyväinen käyttämiini terveydenhuollon palveluihin: 6,43
19. Kunnassa on hyvät toisen asteen koulutusmahdollisuudet: 6,17
20. Kunta huomioi riittävästi yrittäjien ja yritysten tarpeita: 6,19
21. Varhaiskasvatus ja perusopetus toimii kunnassa hyvin: 7,50
22. Kunta huomioi toiminnassaan riittävästi ilmastonmuutokseen liittyviä asioita: 7,35
23. Asuinkunnassani on hyvät edellytykset tehdä etätyötä: 8,19

Olen kokonaisuudessaan tyytyväinen asuinkuntaani asuinpaikkana



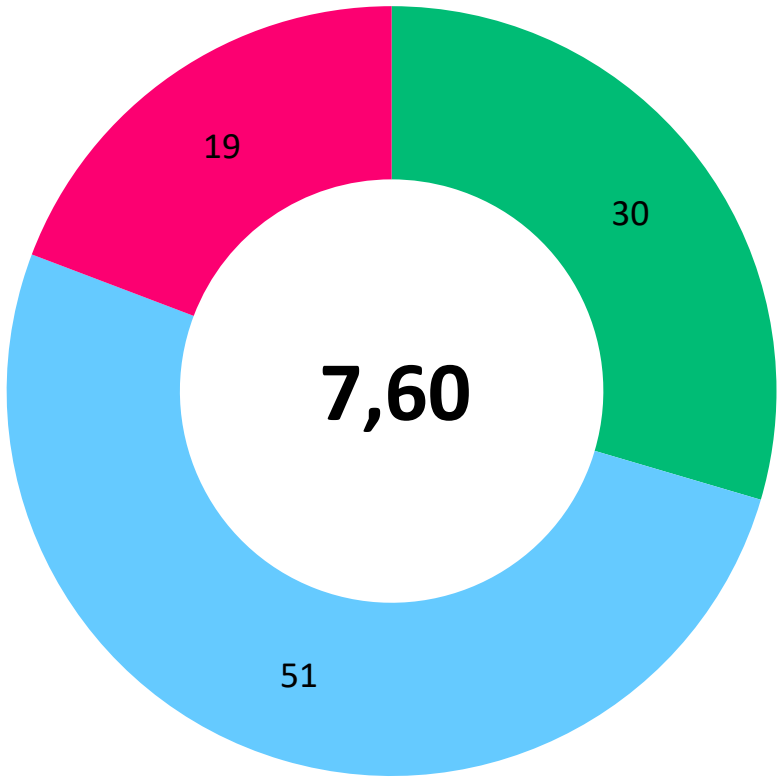


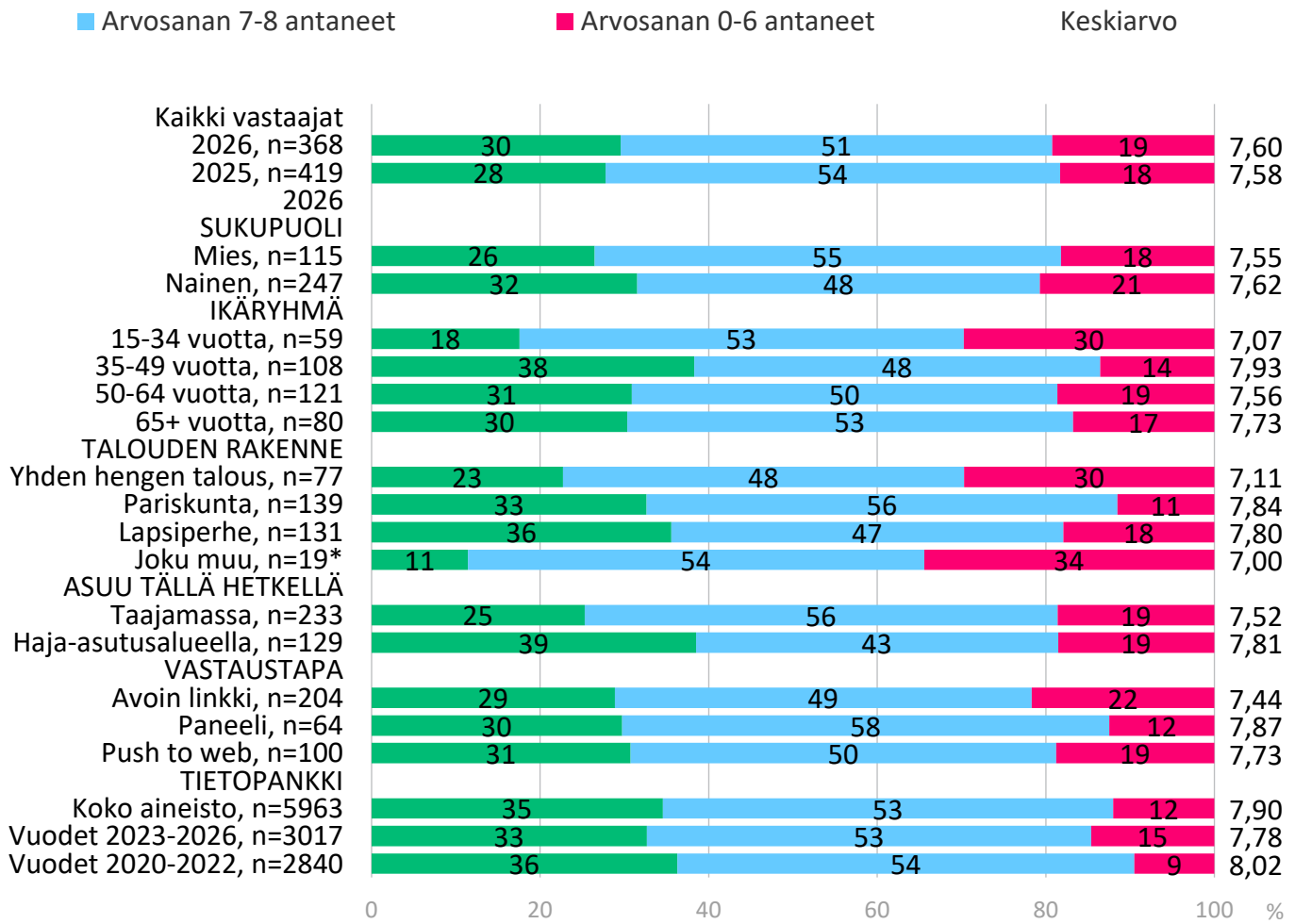
*) alhainen vastaajamäärä (n < 20), tulokset suuntaa-antavia

n=arvosanan antaneet

Ajattele omaa elämääsi, millä tasolla sanoisit henkilökohtaisesti olevasti juuri tällä hetkellä?

Asteikolla 0-10, missä 10=parasta mahdollista elämää ja 0=pahinta mahdollista elämää

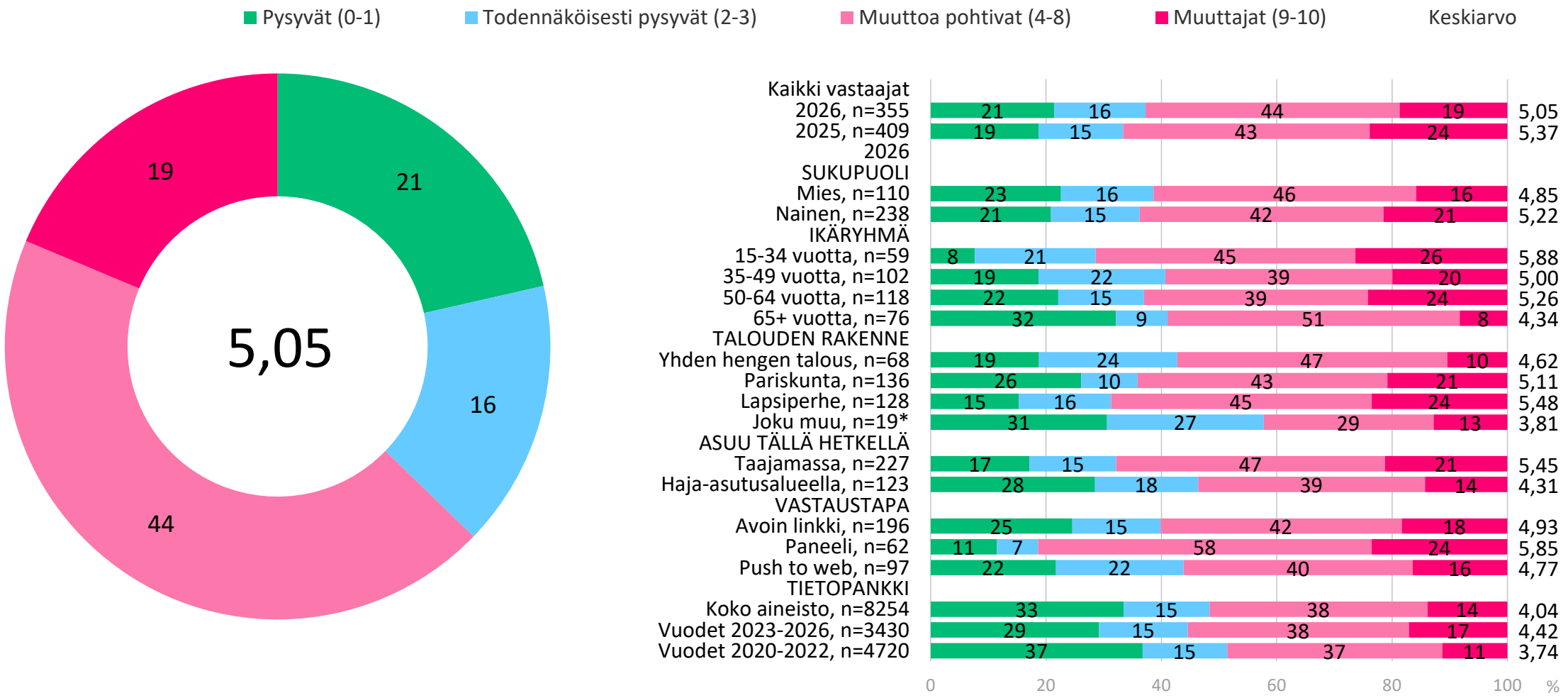




n=arvosanan antaneet

*) alhainen vastaajamäärä (n < 20), tulokset suuntaa-antavia

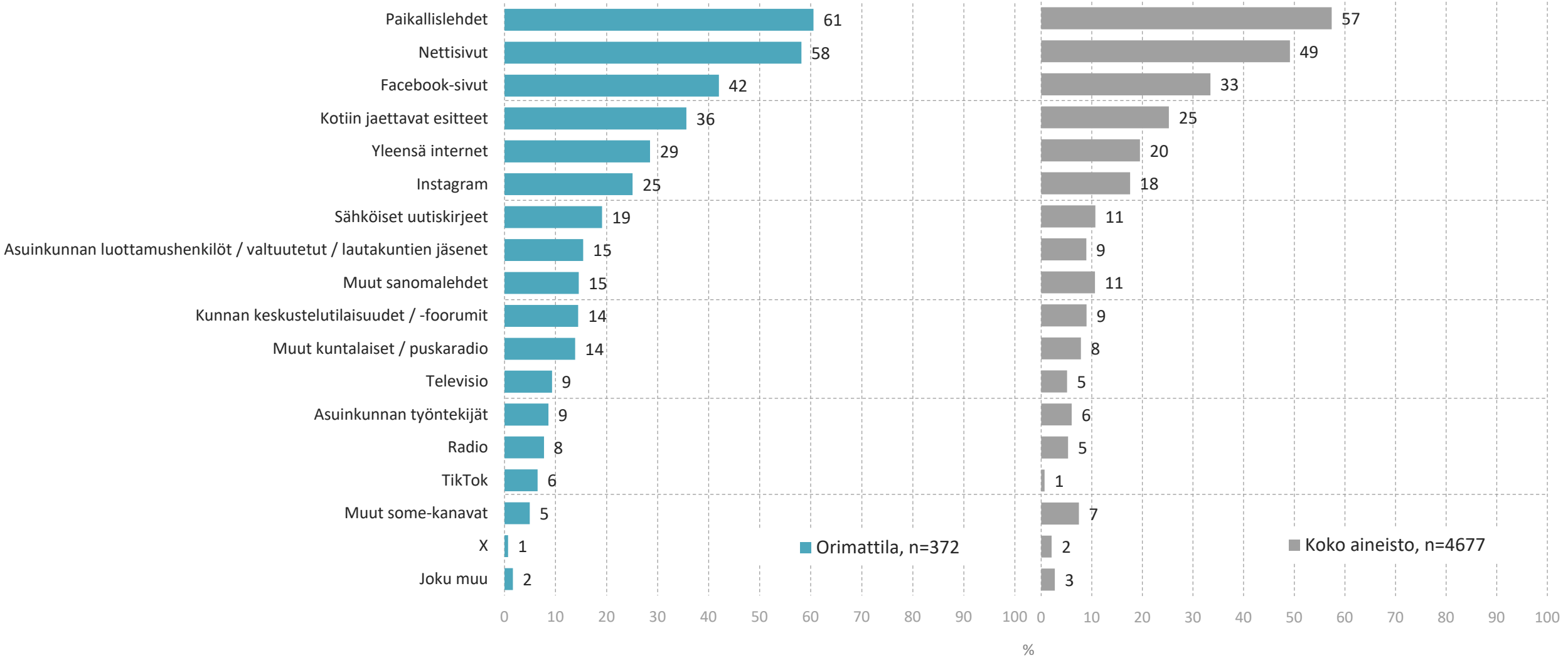
Miten suhtaudut ajatukseen, että muuttaisit pois asuinkunnastasi?



*) alhainen vastaajamäärä (n < 20), tulokset suuntaa-antavia

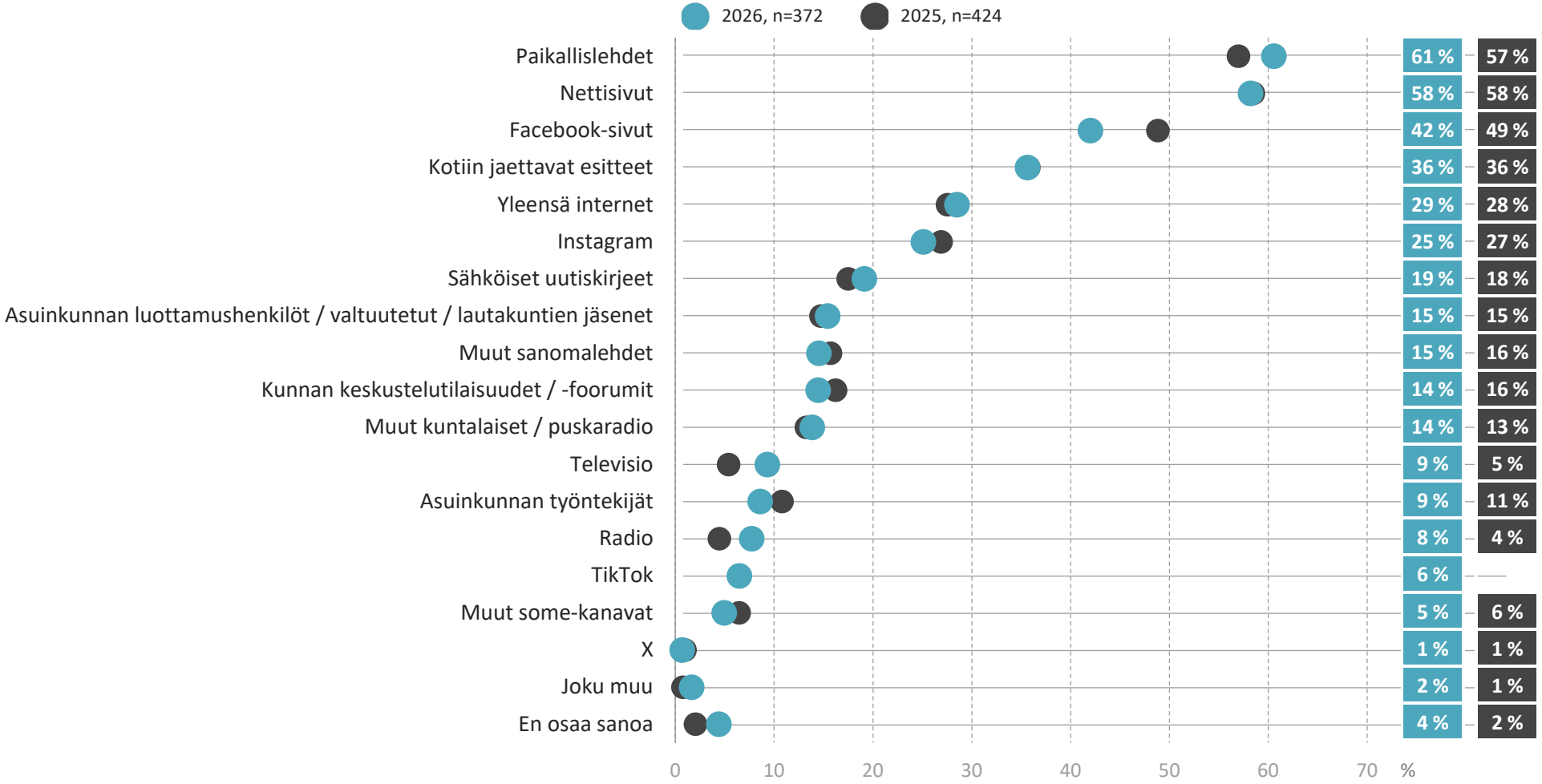
n=arvosanan antaneet

Mistä haluaisit jatkossa saada tietoa asuinkuntasi asioista?



n=kaikki vastaajat

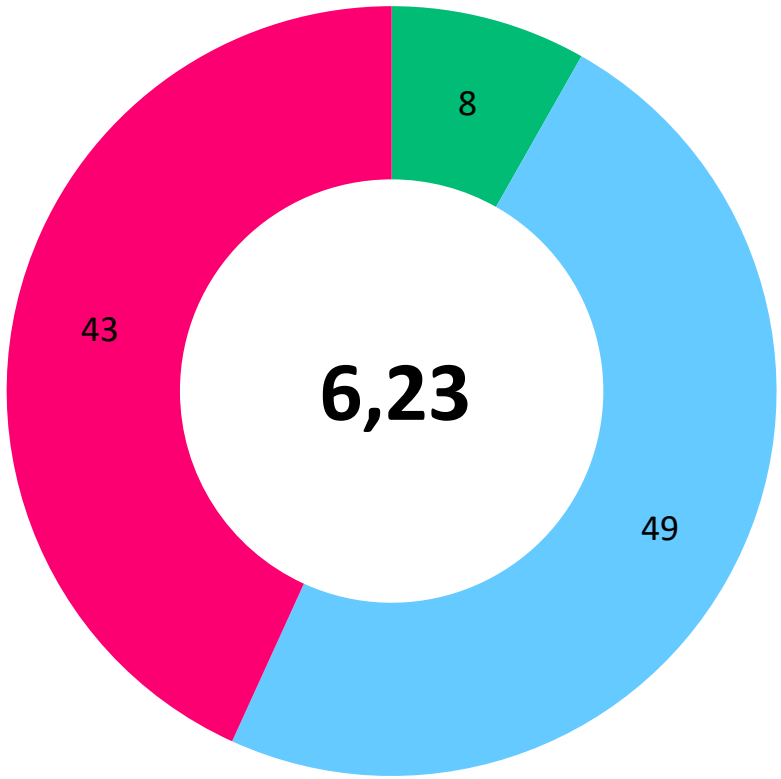
Mistä haluaisit jatkossa saada tietoa asuinkuntasi asioista?

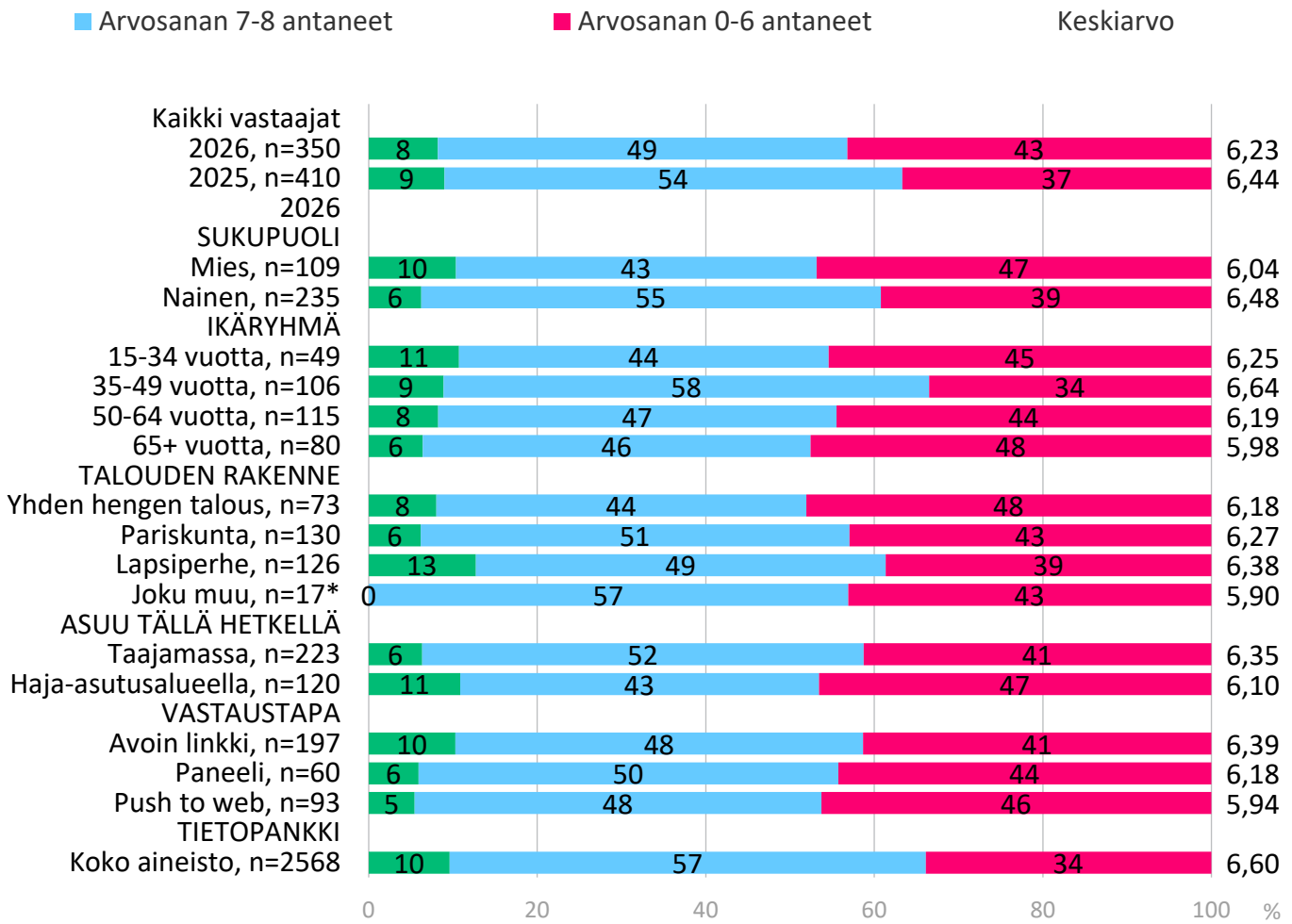


n=kaikki vastaajat

Miten arvioisit kokonaisuudessaan asuinkuntasi viestintää?

Asteikolla 0-10, missä 10= erinomainen ja 0=huono

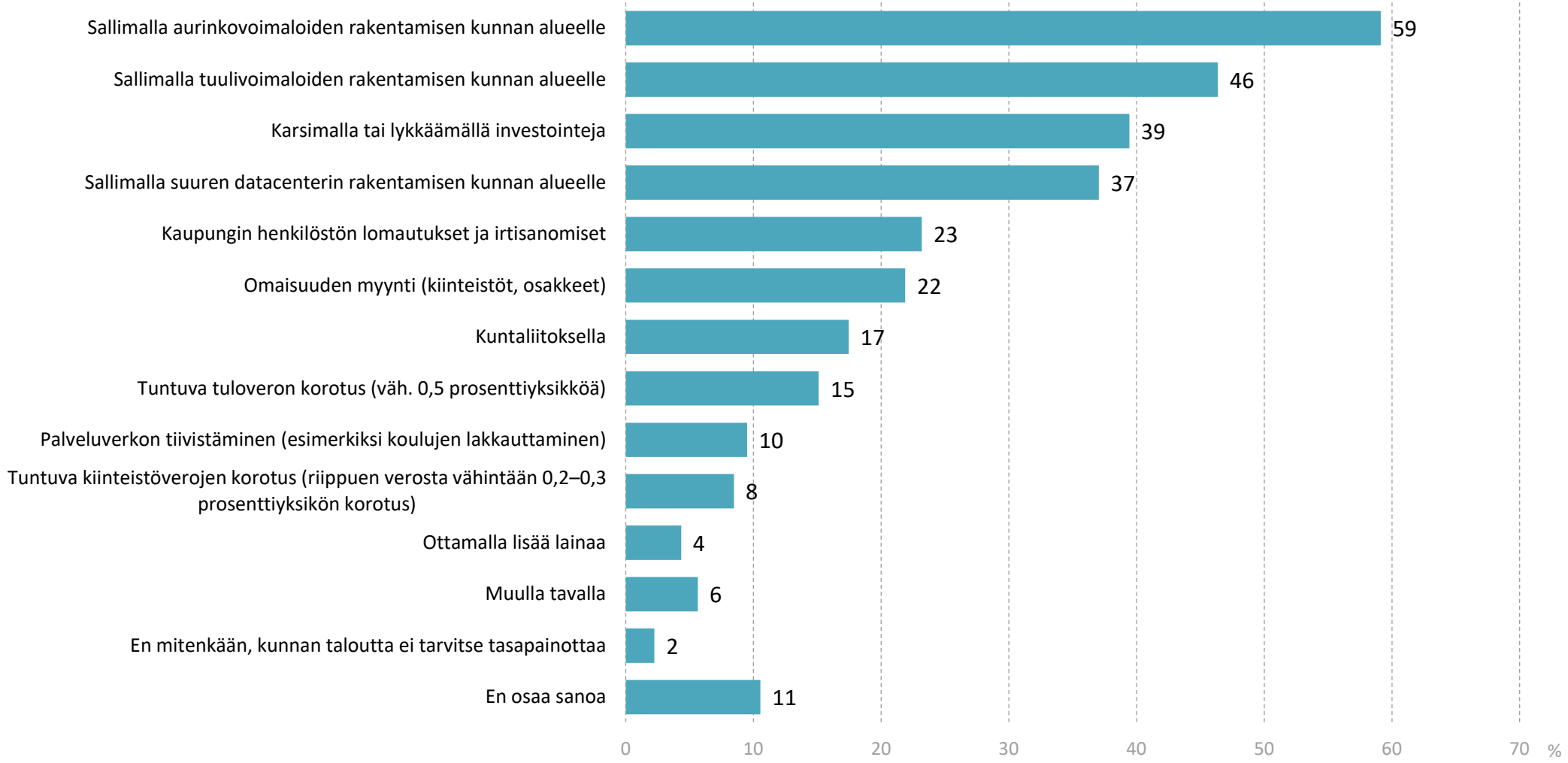




n=arvosanan antaneet

*) alhainen vastaajamäärä (n < 20), tulokset suuntaa-antavia

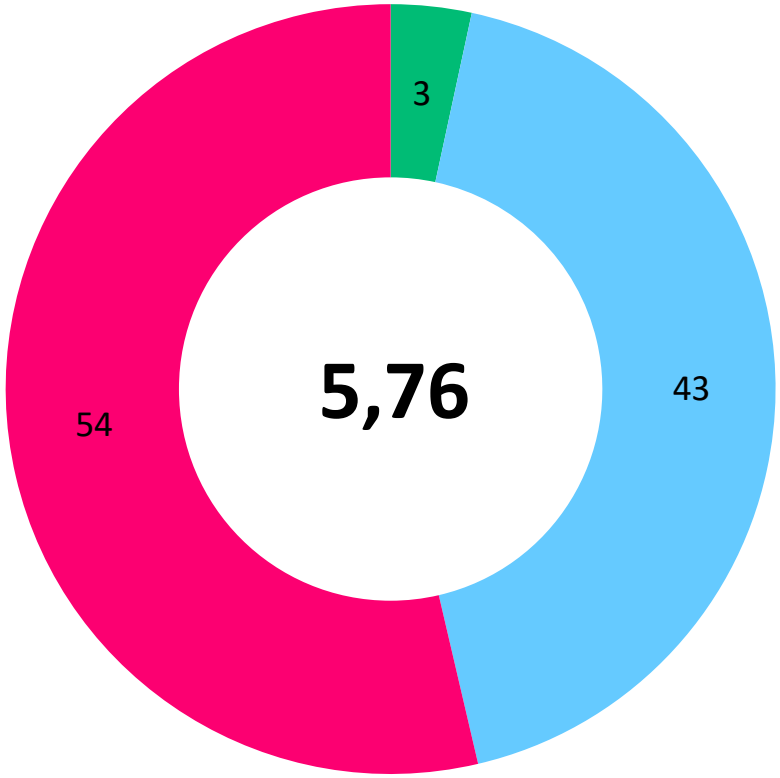
Jos asuinkunnassasi on nyt tai joskus tulevaisuudessa tarve tasapainottaa kunnan taloutta, mitkä vaihtoehdot olisivat mielestäsi parhaita?

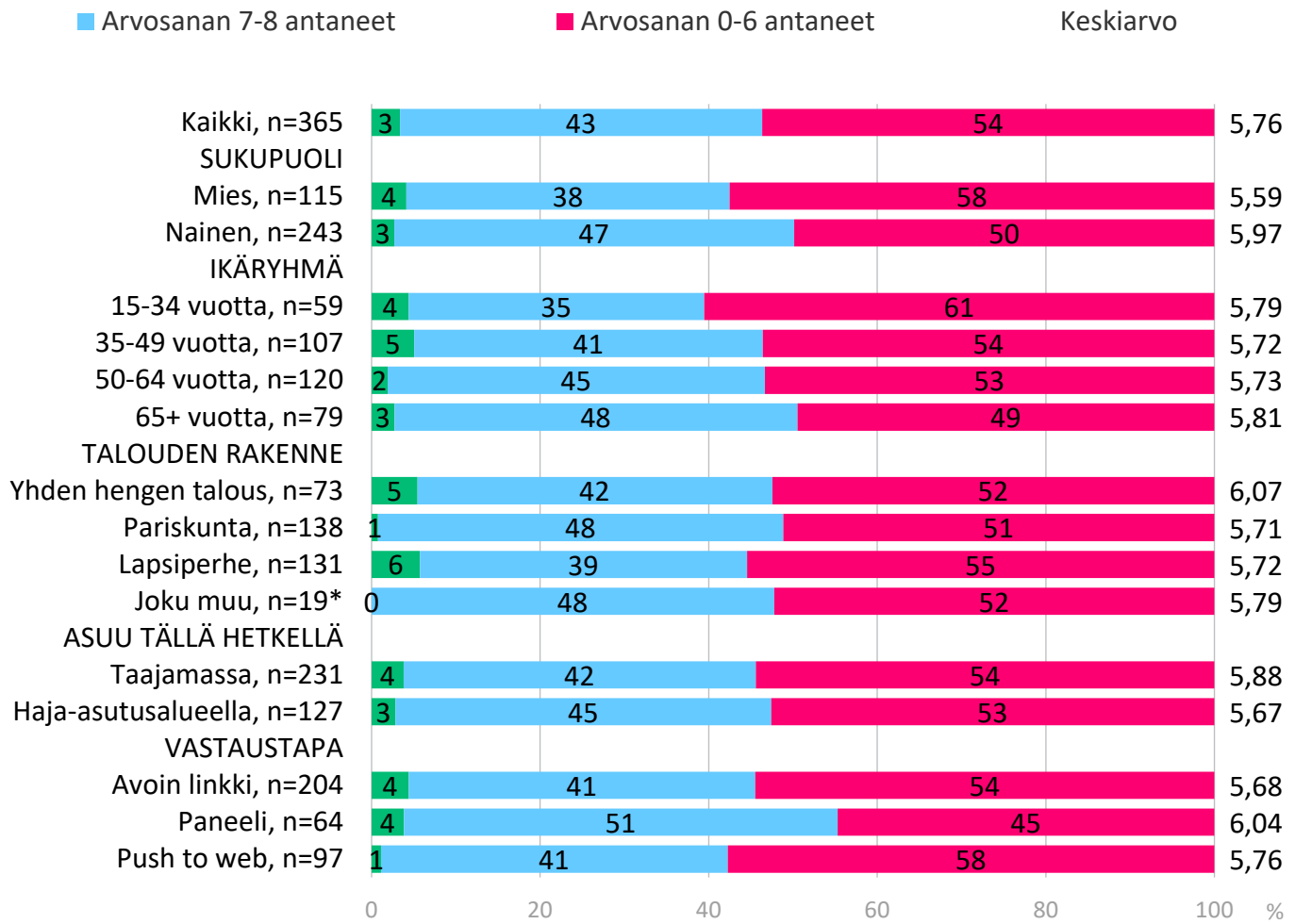


Kaikki, n=372

Millainen imago sinun mielestäsi Orimattilan kaupungilla on?

Asteikolla 0-10, missä 10= erittäin positiivinen ja 0=erittäin negatiivinen



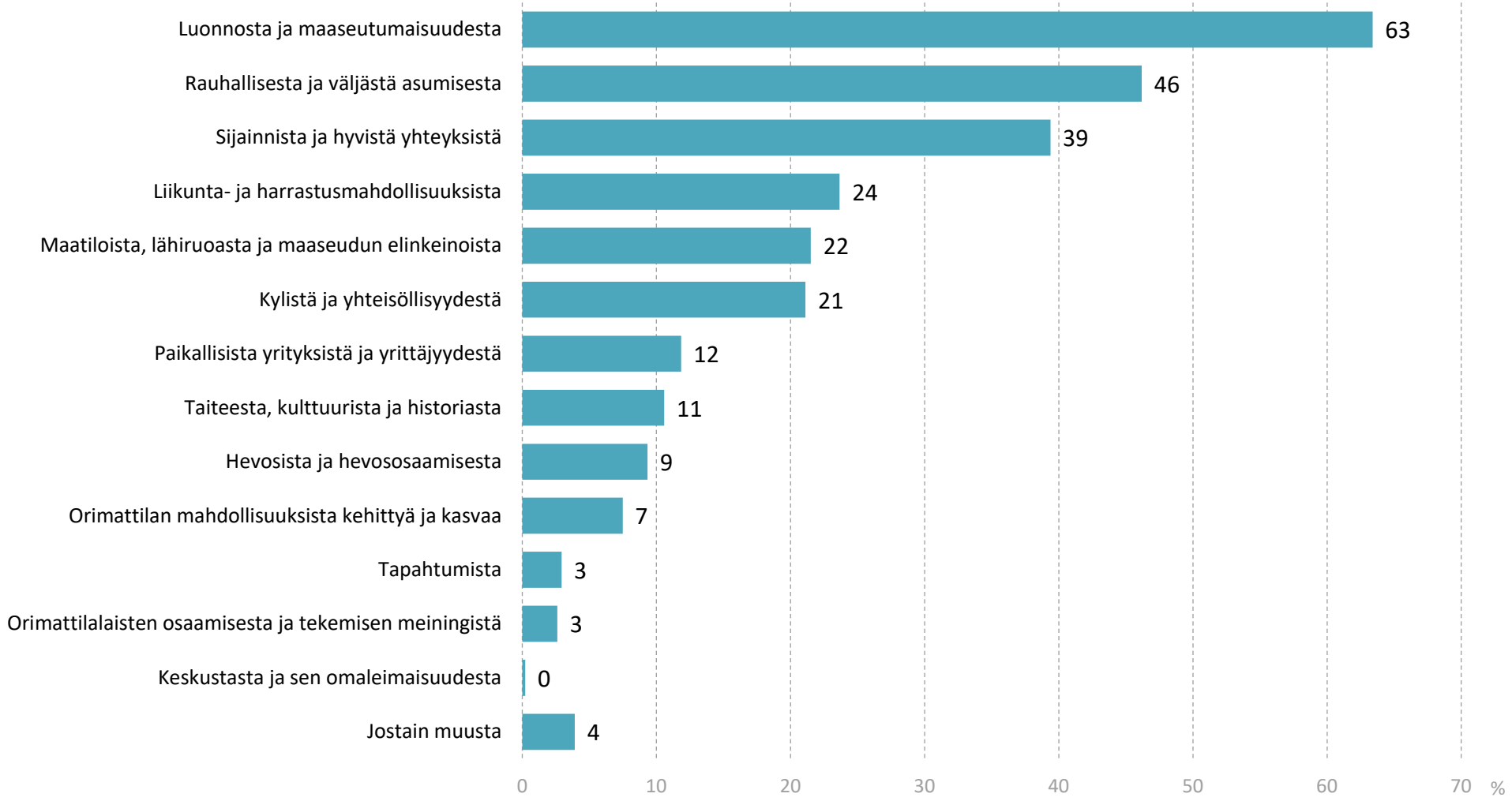


n=arvosanan antaneet

*) alhainen vastaajamäärä (n < 20), tulokset suuntaa-antavia

Mistä olet erityisesti ylpeä Orimattilassa?

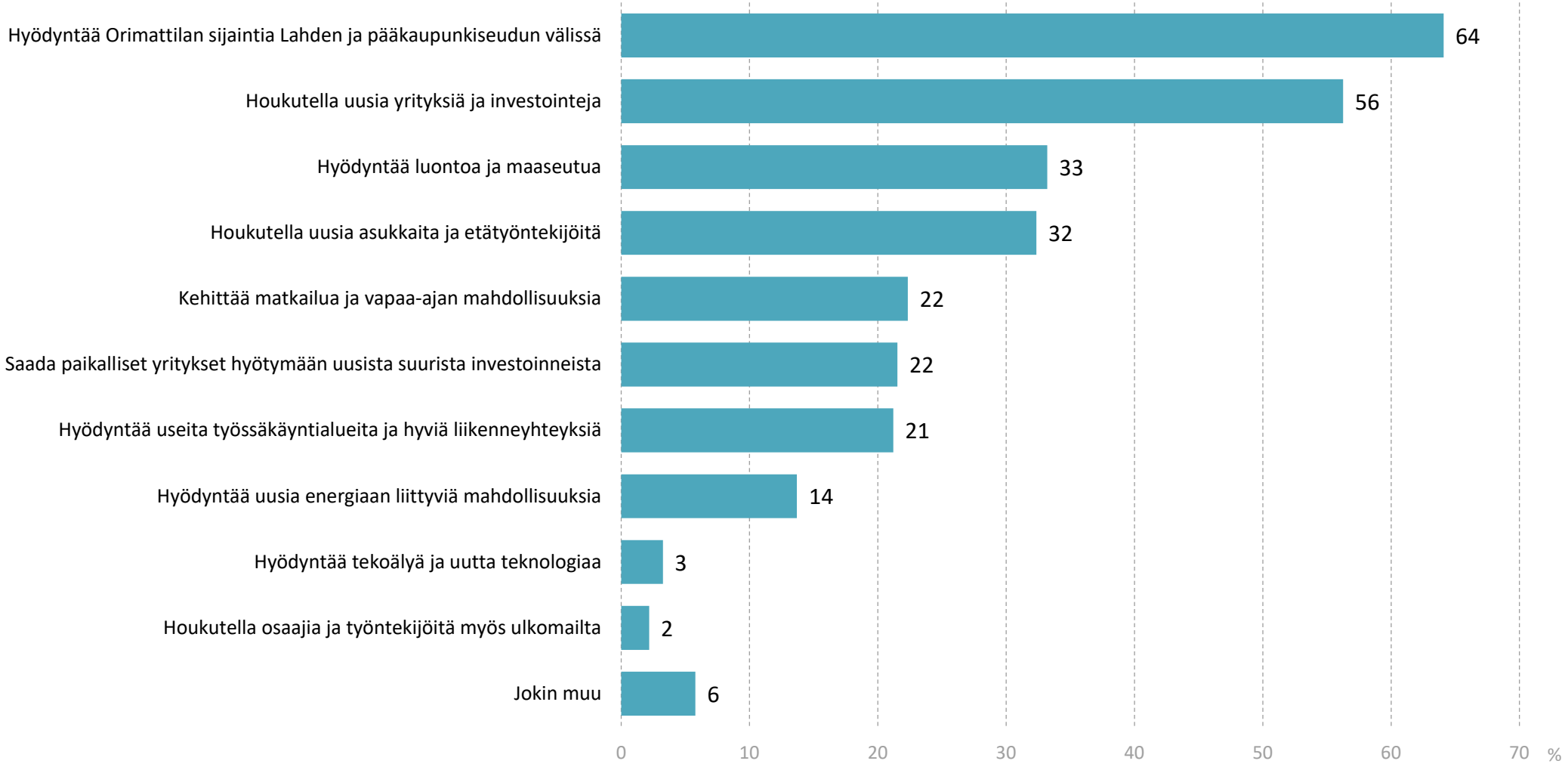
Valitse enintään kolme vaihtoehtoa.



Kaikki, n=372

Mihin Orimattilan pitäisi mielestäsi tarttua, jotta sillä olisi parhaat mahdollisuudet menestyä tulevaisuudessa?

Valitse enintään kolme.



Kaikki, n=372

Kari-Pekka Töyrylä
040 551 9223
kari-pekka.toyryla@taloustutkimus.fi

www.taloustutkimus.fi

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

%-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

p = 50 prosenttia

Otos-koko, tutki-mus 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

Otos-koko, tutki-mus 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

Otos-koko, tutki-mus 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

Otos-koko, tutki-mus 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

Otos-koko, tutki-mus 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-suuruisten otosten ja eri tutkimusten avulla saatujen prosenttilukujen erotusten merkitsevyyttä.

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 suuremmassa 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 merkitsevyyteen olisi vaadittu 6,8 prosenttiyksikön ero, joten tehtyjen tutkimusten tulosten ero (2 prosenttiyksikköä) ei ollut merkitsevä.