

Suomalainen ruoka

Raportti

Atria Suomi Oy

Merja Lintunen ja Outi Salonen

Taloustutkimus Oy

10.2.2026

Sisällysluettelo

Tutkimuksen toteutus.....	3
Yhteenvedo ja johtopäätökset.....	5
Suomalaisen ruoantuotannon tärkeys.....	9
Omat valinnat.....	13
Elintarvikkeiden ostokriteerit.....	21
Suhtautuminen suomalaiseen ruokaan.....	24
Yhteystiedot.....	33

Liitteet

Taulukot ja muu-ryhmien vastaukset (erilliset excel-tilukot)
Erillistutkimuksen tulosten julkaiseminen ja laadun varmistus
Luotettavuusraja-tilukot



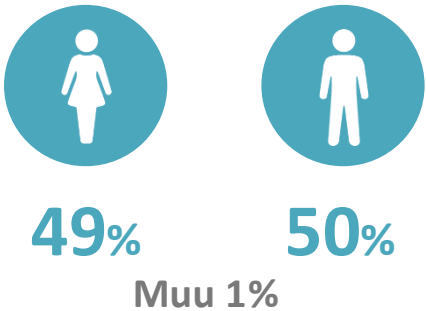
Tutkimuksen toteutus

- Tutkimusmenetelmä: Internet-paneeli (Taloustutkimus)
- Kohderyhmä: 16-80 –vuotiaat suomalaiset, väestöä edustava otos
 - Aineisto on painotettu väestöä edustavaksi sukupuolen, iän ja alueen mukaan
- Vastaajamäärä: 1103
- Lomakepituus: noin 4,5 minuuttia
- Kenttäaika: 21.-23.1.2026

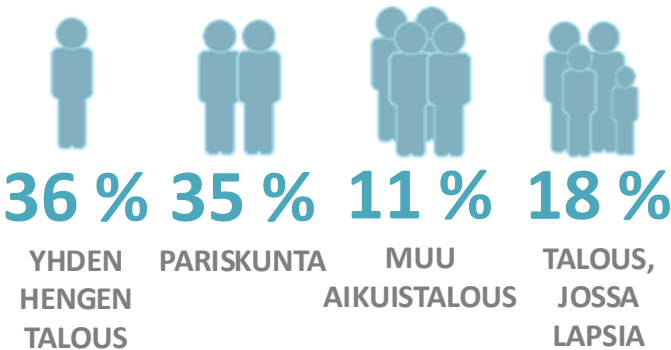
Vastaajien taustatiedot

Kaikki vastaajat, n=1103, N=4 426 000 (painotettu)

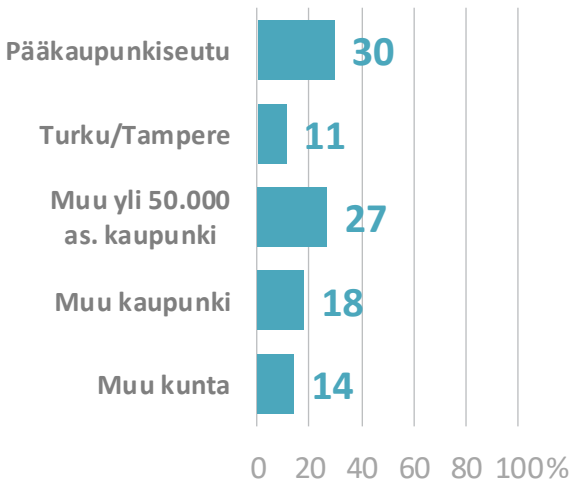
SUKUPUOLI



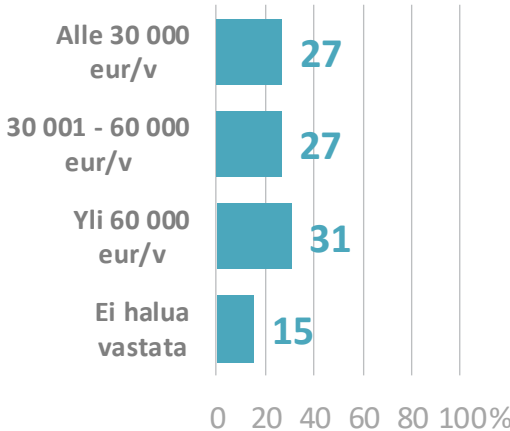
TALOUDEN ELINVAIHE



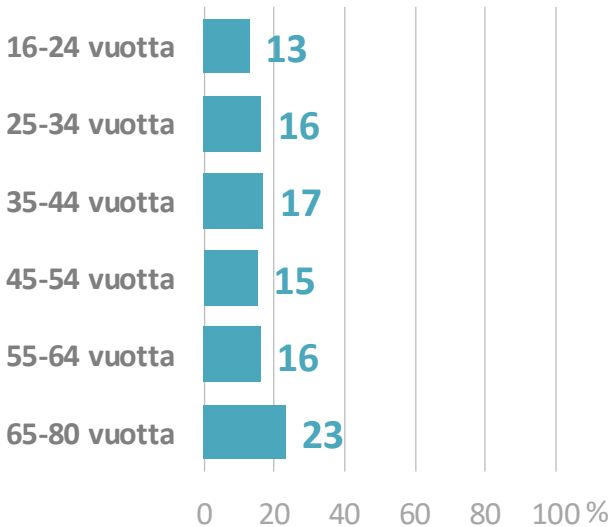
ASUINPAIKKAKUNTA



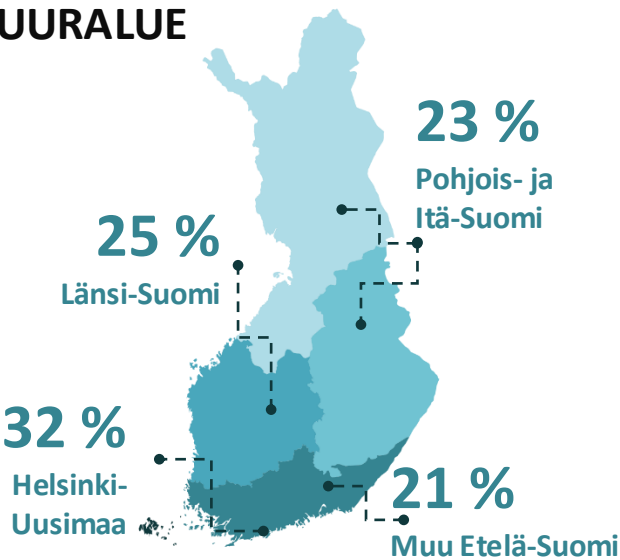
TALOUDEN BRUTTOTULOT



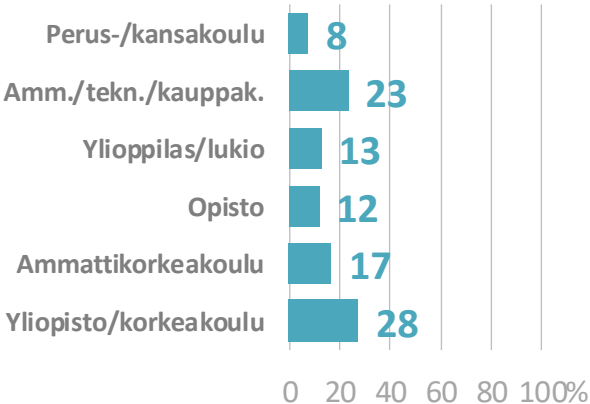
IKÄRYHMÄ



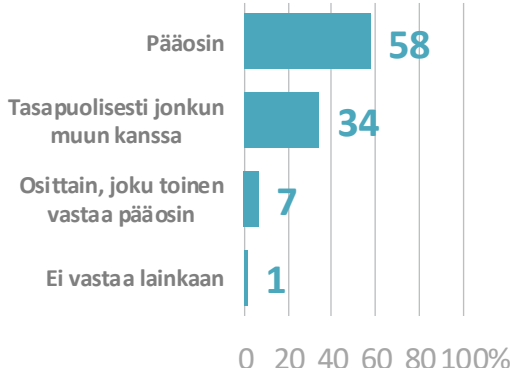
SUURALUE



KOULUTUS



VASTAAKO TALOUDEN ELINTARVIKEOSTOISTA



Yhteenveto ja johtopäätökset

YHTEENVETO

Tuki suomalaiselle ruoantuotannolle on vahvaa



Uskoo, että omilla valinnoilla voi vaikuttaa suomalaisen ruoantuotannon jatkumiseen

”Ruoantuotannon säilyminen Suomessa on tärkeää huoltovarmuuden takia”



TOP 3 Tärkeimmät syyt ostaa suomalaista ruokaa

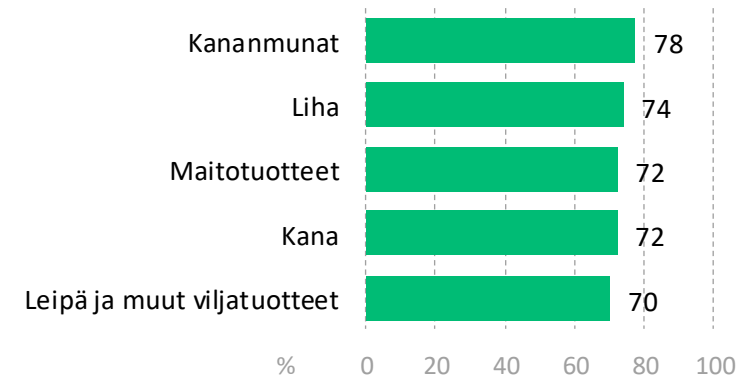
1. Tuotteiden puhtaus/luonnollisuus
2. Suomalaisten työllisyyden tukeminen
3. Korkea laatu

79 %

Valitsee tietoisesti Suomessa tuotettua ruokaa ruokakaupasta aina/lähes aina tai usein

TOP 5 Tuoteryhmät, joissa erityisesti valitaan suomalainen vaihtoehto

On tuoteryhmiä, joissa valitsee suomalaisia vaihtoehtoja, n=862



Johtopäätökset 1(2)

Suomalaisen ruoan arvostus on erittäin vahvaa:

- **90 %** pitää vähintään melko tärkeänä, että ruoka on tuotettu Suomessa.
- **73 %** on huolissaan ruoantuotannon siirtymisestä Suomesta ulkomaille.
- Asennetasolla arvostus kiteytyy erityisesti huoltovarmuuteen ja työllisyyden tukemiseen:
 - “Ruoantuotannon säilyminen Suomessa on tärkeää huoltovarmuuden takia” – 93 % samaa mieltä
 - “Ostamalla suomalaisia elintarvikkeita haluan tukea suomalaisten työllisyyttä” – 89 % samaa mieltä

Suomalaista ruokaa ja ruoantuotantoa arvostetaan kaikissa väestöryhmissä:

- Suomalaisen ruoan arvostus on poikkeuksellisen yhtenäistä koko väestössä.
- Arvostus on kaikkein vahvinta seuraavissa taustaryhmissä:
 - Naisilla ja 55-80 vuotiailla
 - Pohjois-/Itä-Suomen suuralueilla
 - Alle 50 000 asukkaan kaupungeissa/kunnissa asuvilla

Johtopäätökset 2(2)

Arvostus näkyy myös valinnoissa:

Kuluttajat kokevat voivansa vaikuttaa omilla valinnoillaan suomalaisen ruoantuotannon tulevaisuuteen. Suomalaisia tuotteita valitaan jo nyt laajasti ja usein.

- **79 %** kertoo valitsevansa tietoisesti Suomessa tuotettua ruokaa ruokakaupasta aina/lähes aina tai usein.
- **78 %** uskoo, että omilla valinnoilla voi vaikuttaa suomalaisen ruoantuotannon jatkumiseen.
- **46 %** on valmis muuttamaan ruokailutottumuksiaan tukeakseen suomalaista ruoantuotantoa.
 - Etenkin naiset (58 % naisista, 35 % miehistä)
 - 16-24 –vuotiaat (53 % tästä ikäryhmästä) sekä 65-80 –vuotiaat (50 %)
 - Alle 50 000 as. kaupungeissa asuvat (53 %)
 - Ne, jotka tuntevat henkilökohtaisesti jonkun maatalousalalla työskentelevän (51 %)

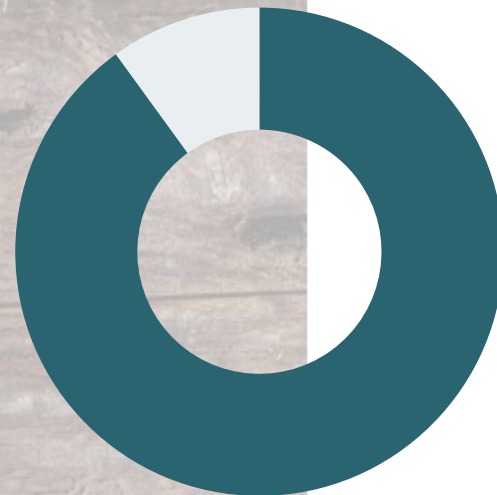
Tärkeimmät syyt ostaa suomalaista ruokaa:

1. Tuotteiden puhtaus / luonnollisuus
2. Suomalaisten työllisyyden tukeminen
3. Korkea laatu

Suomalaisen ruoantuotannon tärkeys



Ruoantuotannon siirtyminen Suomesta ulkomaille huolettaa



90 %

Pitää vähintään melko tärkeänä, että ruoka on tuotettu Suomessa



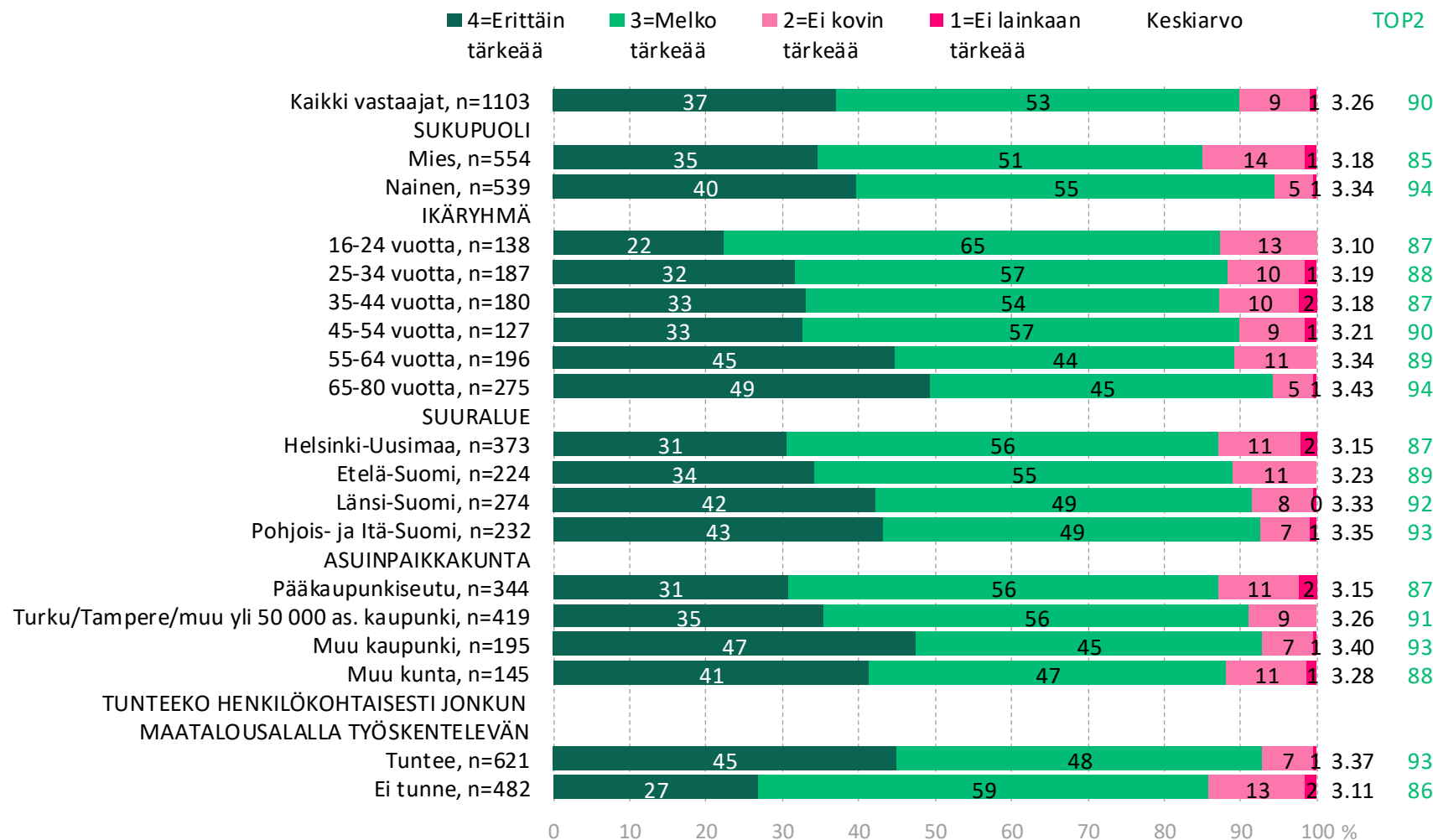
73 %

On huolissaan ruoantuotannon siirtymisestä Suomesta ulkomaille

Kaikki vastaajat, n=1103

SUOMALAISEN RUOANTUOTANNON TÄRKEYS

Kuinka tärkeää sinulle on, että ruokasi on tuotettu Suomessa?

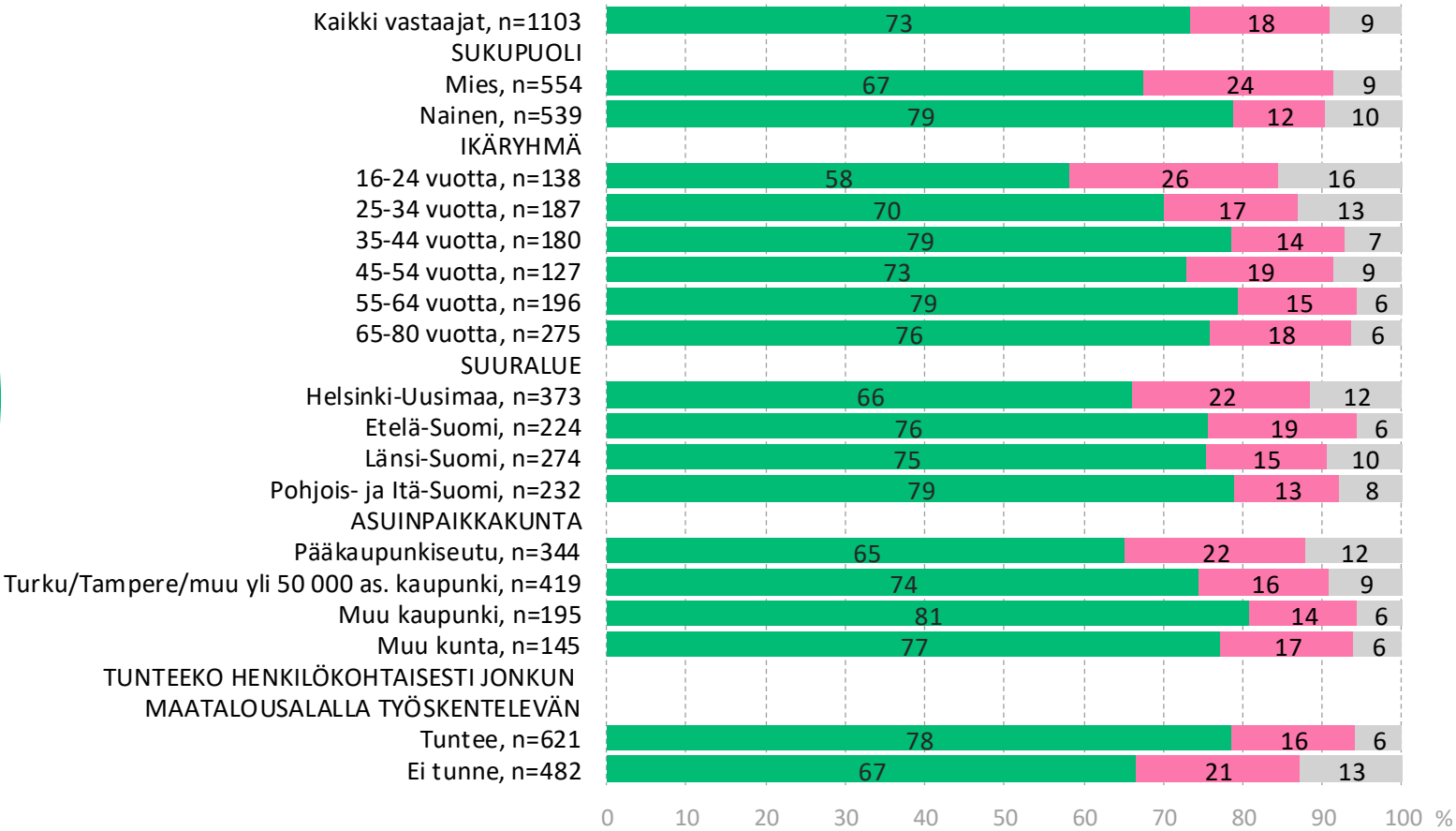
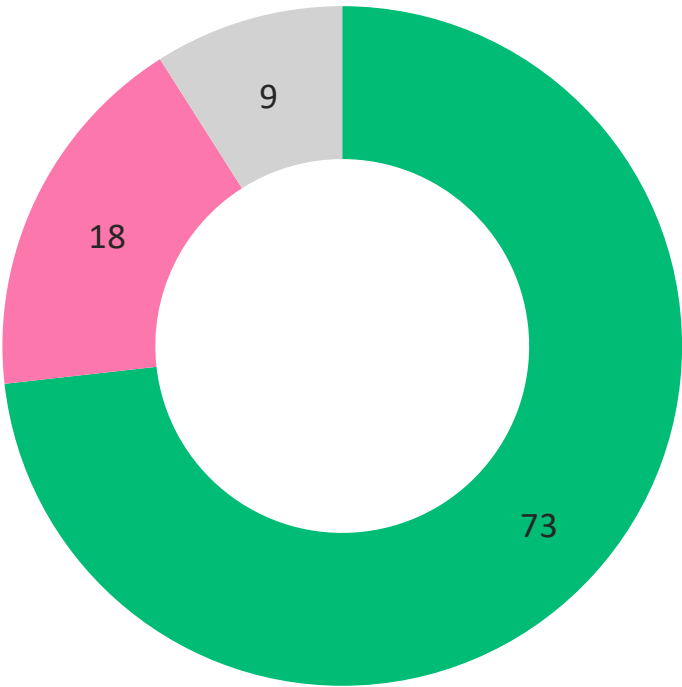


- Suomalaisista 90 % pitää vähintään melko tärkeänä, että ruoka on tuotettu Suomessa.
- Asia on **erittäin tärkeä** etenkin seuraaville väestöryhmille:
 - 55-80 –vuotiaat (varsinkin 55-80 –v naiset, joista 57 % pitää asiaa erittäin tärkeänä)
 - Länsi-Suomen ja Pohjois-/Itä-Suomen suuralueilla asuvat
 - Alle 50 000 as. kaupungeissa tai kunnissa asuvat
 - Ne, jotka tuntevat henkilökohtaisesti jonkun maatalousalalla työskentelevän

RUOANTUOTANNON SIIRTYMINEN SUOMESTA ULKOMAILLE

Oletko huolissasi suomalaisen ruoantuotannon siirtymisestä Suomesta ulkomaille?

Kyllä En Ei osaa sanoa



Omat valinnat

Suomessa tuotettu ruoka houkuttaa



78 %

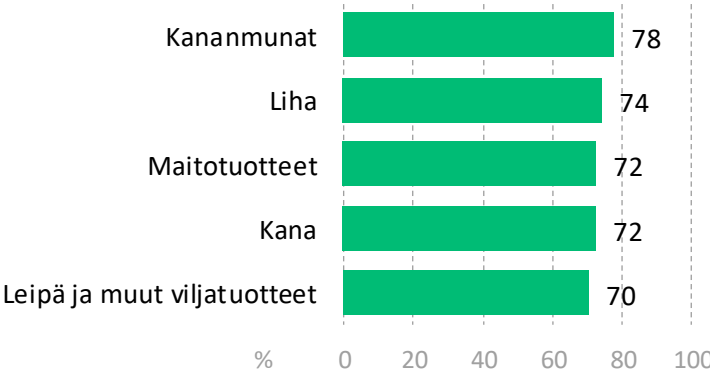
Uskoo, että omilla valinnoilla voi vaikuttaa suomalaisen ruoantuotannon jatkumiseen

79 %

Valitsee tietoisesti Suomessa tuotettua ruokaa ruokakaupasta aina/lähes aina tai usein

TOP 5 Tuoteryhmät, joissa erityisesti valitaan suomalainen vaihtoehto

On tuoteryhmiä, joissa valitsee suomalaisia vaihtoehtoja, n=862



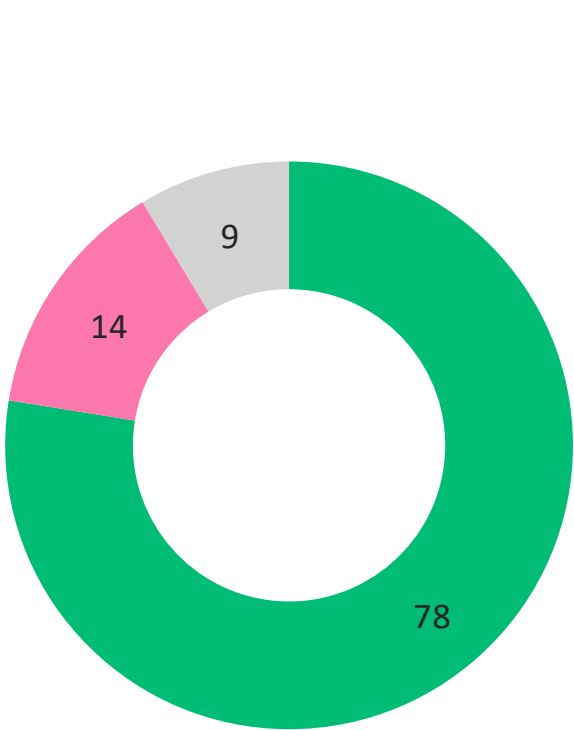
46 %

On myös valmis muuttamaan omia ruokailutottumuksiaan tukeakseen suomalaista ruoantuotantoa

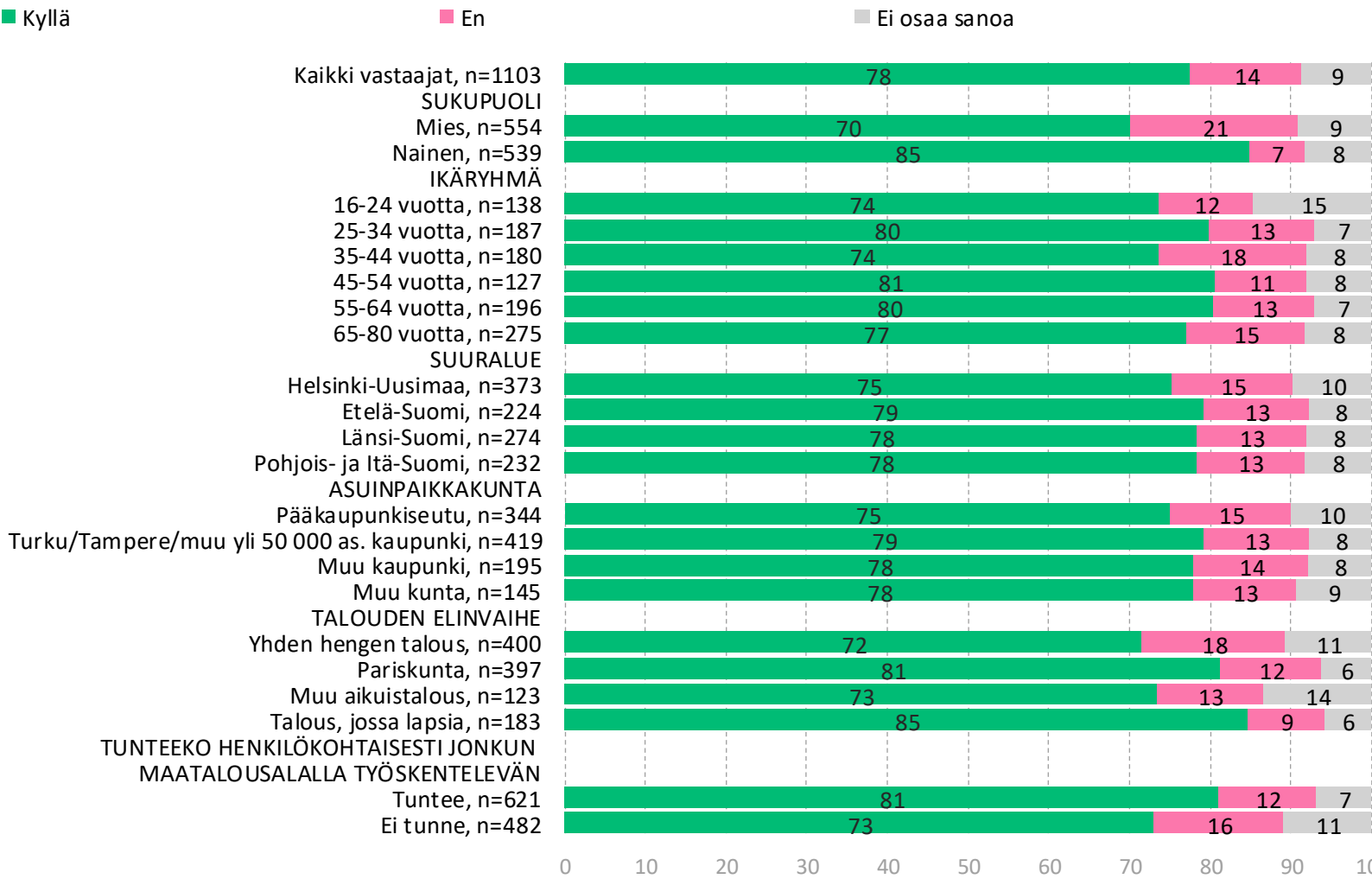
Kaikki vastaajat, n=1103

OMIEN VALINTOJEN VAIKUTUKSEN ARVIOINTI

Uskotko, että voit valinnoillasi vaikuttaa suomalaisen ruoantuotannon jatkumiseen?

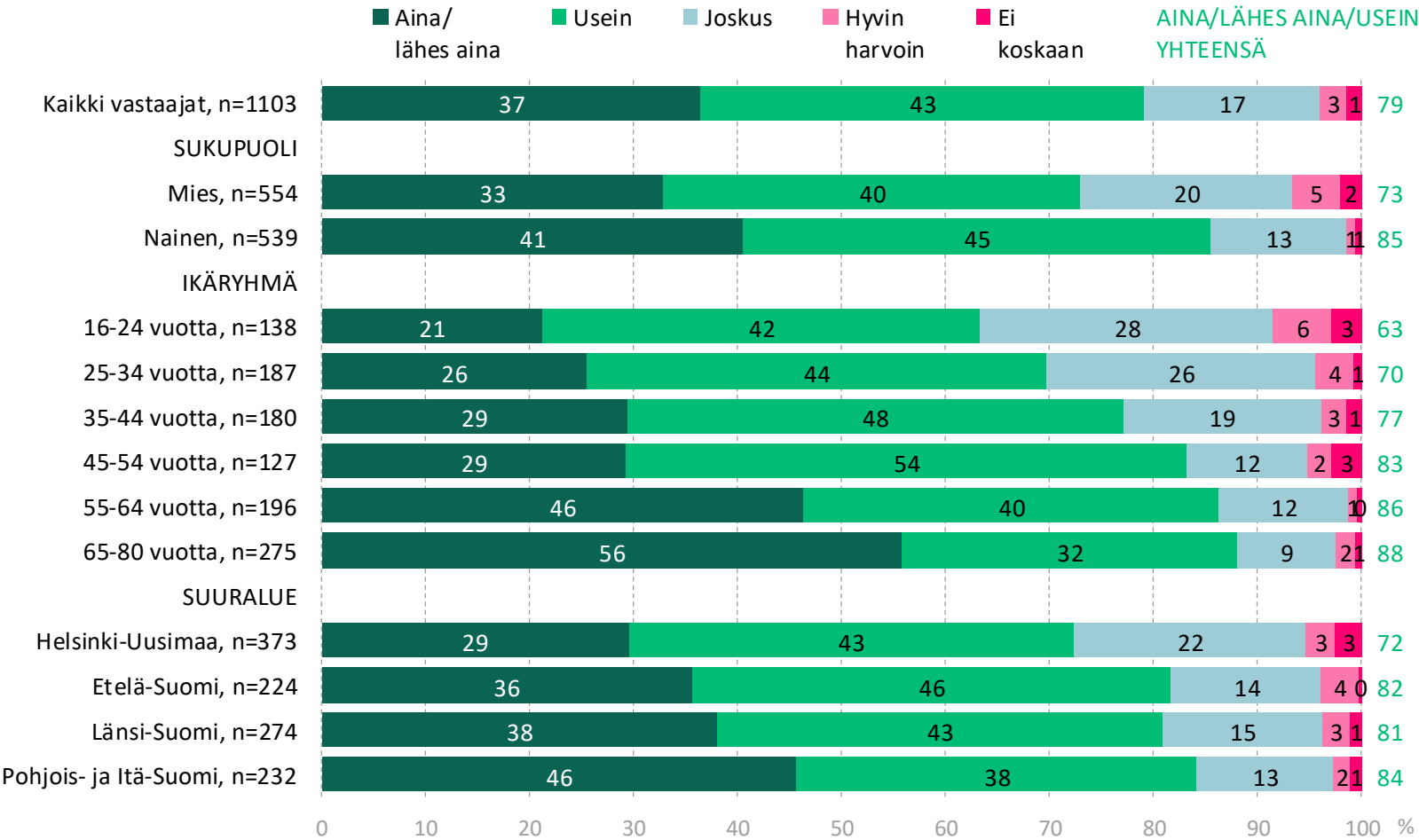


Kaikki vastaajat, n=1103



RUOAN VALINTA RUOKAKAUPASSA 1(2)

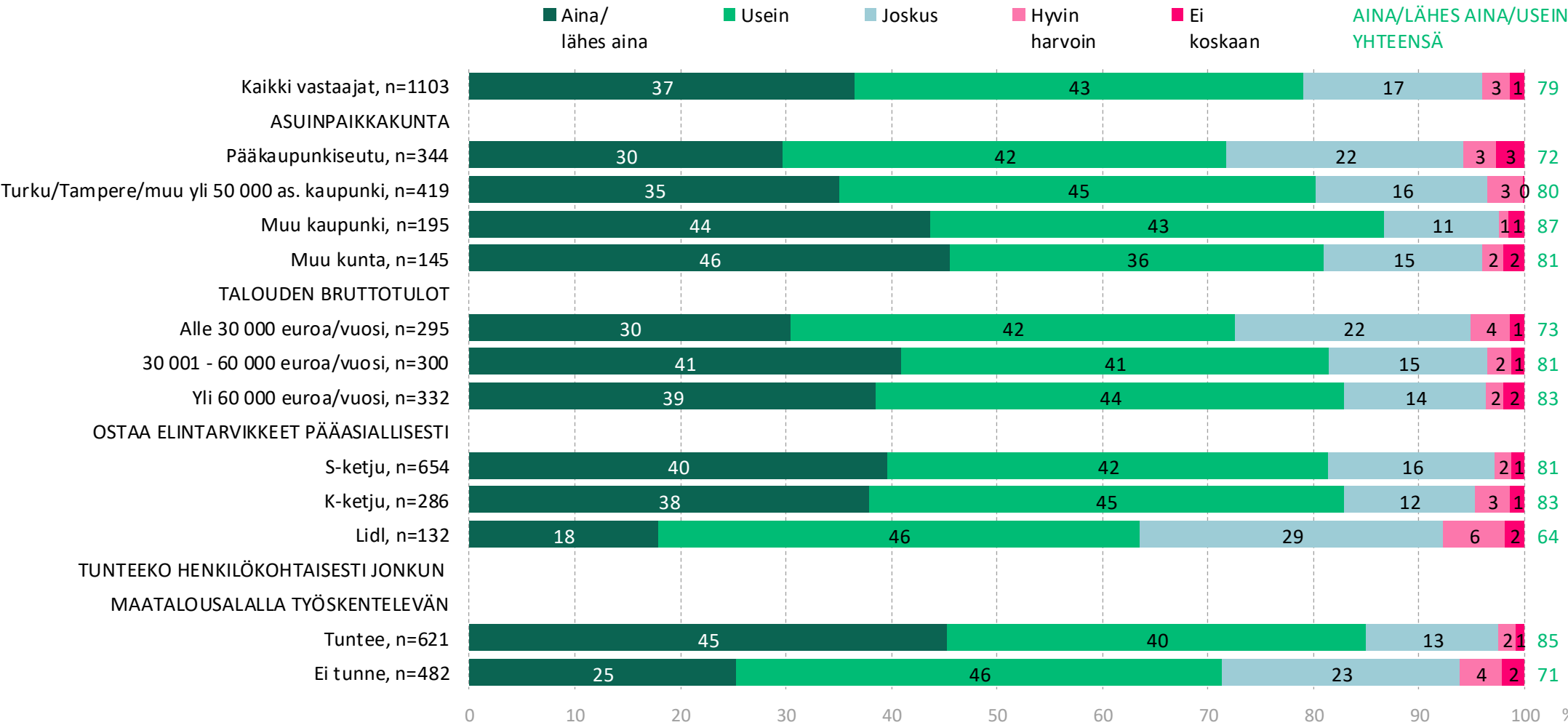
Valitsetko tietoisesti Suomessa tuotettua ruokaa ruokakaupassa?



- **37 %** valitsee tietoisesti Suomessa tuotettua ruokaa ruokakaupassa aina/lähes aina. Yleisimmin näin toimivat:
 - Naiset
 - 55-80 –vuotiaat
 - Pohjois- ja Itä-Suomen suuralueella asuvat
 - Alle 50 000 as. kaupungeissa ja kunnissa asuvat
 - Ne, jotka tuntevat henkilökohtaisesti jonkun maatalousalalla työskentelevän

RUOAN VALINTA RUOKAKAUPASSA 2(2)

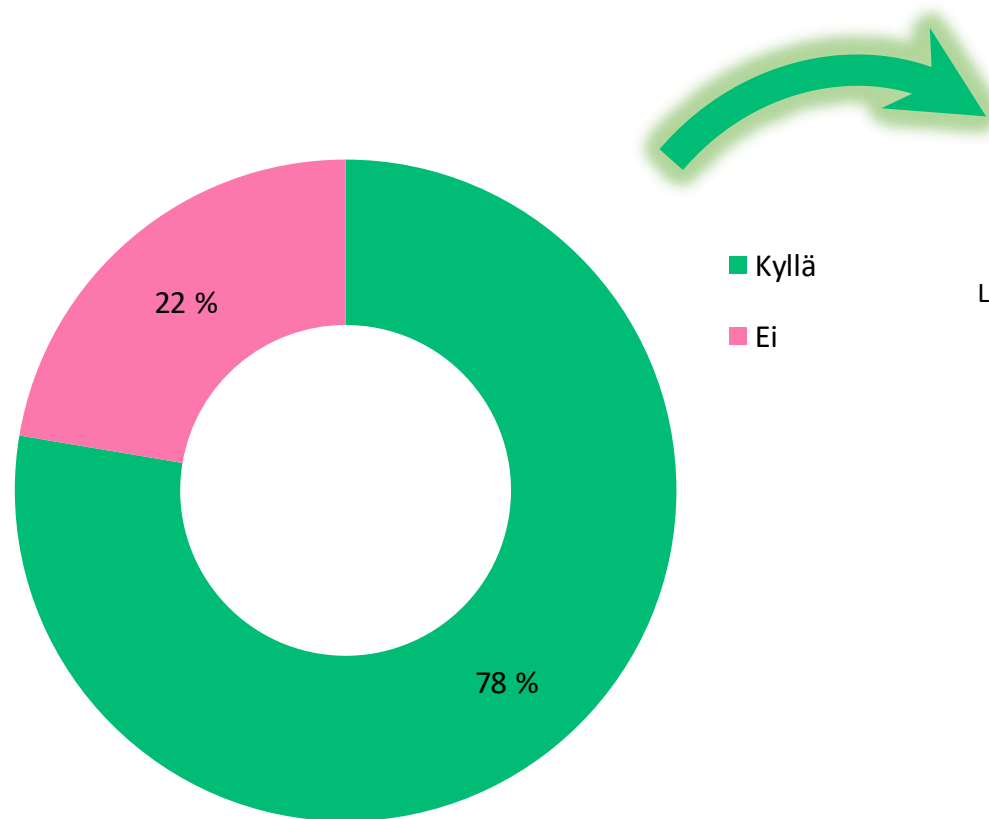
Valitsetko tietoisesti Suomessa tuotettua ruokaa ruokakaupassa?



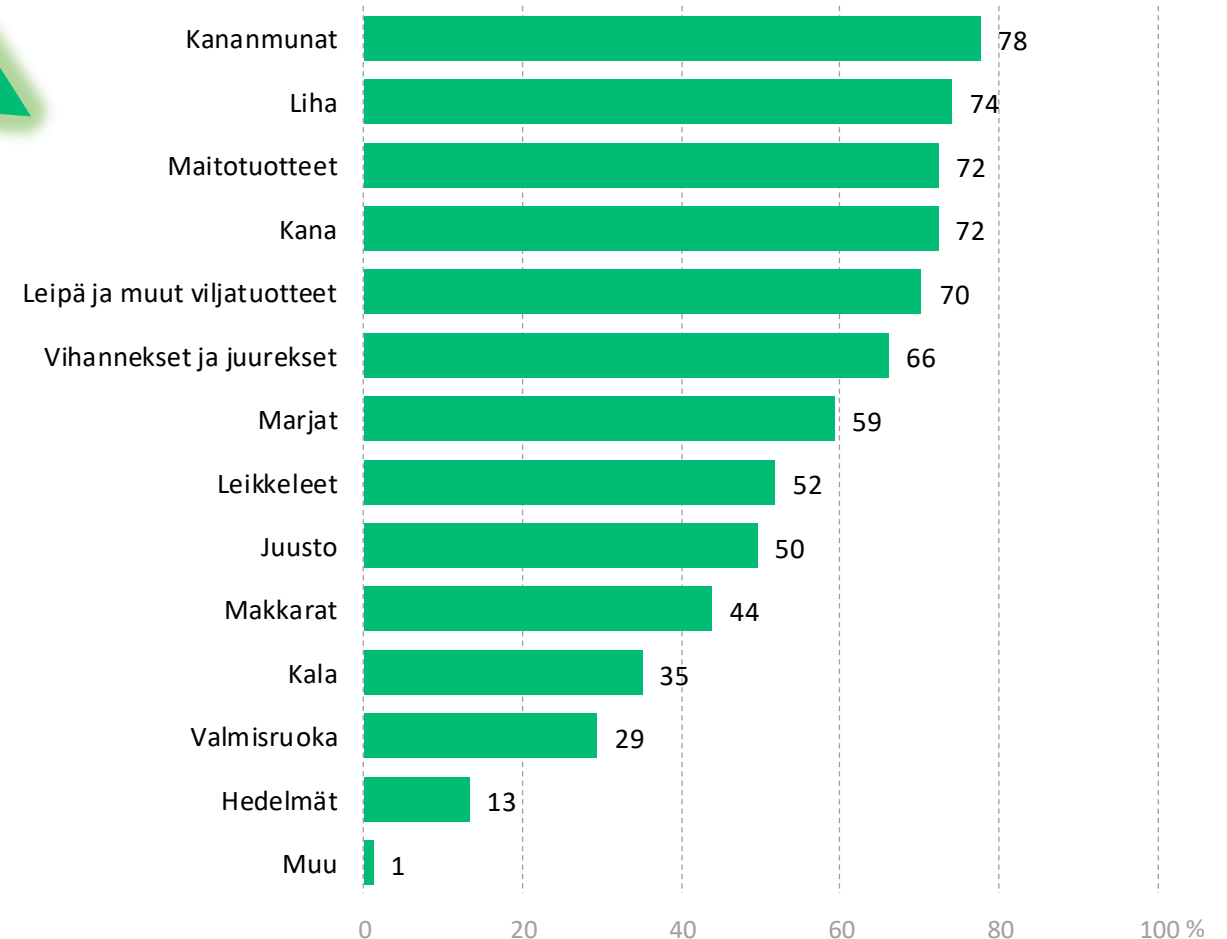
n=kaikki vastaajat

SUOMALAISEN VAIHTOEHDON VALINTA TUOTERYHMITÄIN

Onko jotain tuoteryhmiä, joissa erityisesti valitset suomalaisia vaihtoehtoja?



Missä tuoteryhmissä erityisesti valitset suomalaisen vaihtoehdon?



SUOMALAISEN VAIHTOEHDON VALINTA TUOTERYHMITÄIN

Missä tuoteryhmissä erityisesti valitset suomalaisen vaihtoehdon?

		SUKUPUOLI			IKÄRYHMÄ						SUURALUE				OSTAA ELINTARVIKKEET PÄÄASIALISEST		
		Kaikki vastaajat, n=862	Mies, n=401	Nainen, n=454	16-24 vuotta, n=108	25-34 vuotta, n=157	35-44 vuotta, n=149	45-54 vuotta, n=93	55-64 vuotta, n=151	65-80 vuotta, n=204	Helsinki- Uusimaa, n=289	Etelä- Suomi, n=176	Länsi- Suomi, n=211	Pohjois- ja Itä-Suomi, n=186	S-ketju, n=527	K-ketju, n=218	Lidl, n=94
Kananmunat		78	73	82	68	69	74	82	83	86	75	77	78	81	78	80	72
Liha		74	72	77	69	67	74	75	75	81	64	72	78	86	76	75	65
Maitotuotteet		72	71	74	67	67	65	76	75	81	66	75	77	75	73	76	60
Kana		72	68	76	67	63	71	78	75	79	66	71	78	76	74	74	61
Leipä ja muut viljatuotteet		70	70	70	48	60	70	69	81	85	65	72	72	74	69	74	68
Vihannekset ja juurekset		66	60	71	53	62	64	59	74	77	63	68	71	62	67	64	61
Marjat		59	53	65	50	56	59	63	61	64	61	56	61	58	59	65	49
Leikkeleet		52	52	52	37	36	48	57	59	67	42	49	58	62	54	54	33
Juusto		50	50	50	41	43	44	46	53	64	38	49	55	60	52	51	31
Makkarat		44	45	43	32	31	36	43	54	60	37	43	49	49	45	47	29
Kala		35	31	39	22	29	28	32	39	53	32	36	34	40	35	37	32
Valmisruoka		29	29	30	21	26	25	26	31	41	28	28	30	32	29	33	22
Hedelmät		13	11	15	21	15	15	9	8	14	13	13	14	14	15	11	10
Muu		1	2	0	0	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2

min

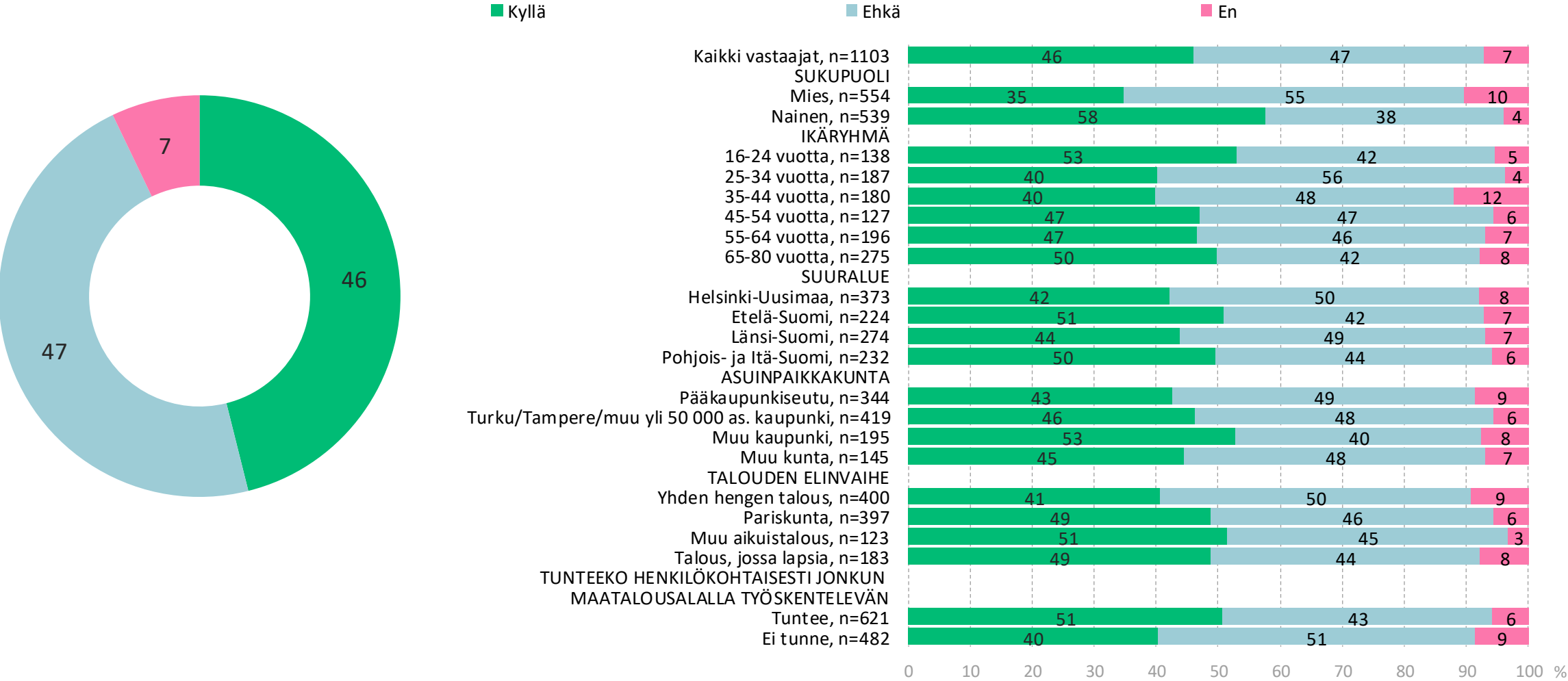
%

max

Luvun väri osoittaa, onko ero tilastollisesti suurempi (sininen) vai pienempi (punainen).
Tulostuksessa on käytetty t-testiä, joka testaa kunkin taustamuuttujan kohdalla poikkeaaoko tulos muista vastaajista enemmän kuin mitä satunnaisvaihtelun osuus on 95 %:n luottamustasolla.

VALMIUS MUUTTAA RUOKAILUTOTTUMUKSIA

Olisitko valmis muuttamaan ruokailutottumuksiasi tukeaksesi suomalaista ruoantuotantoa?



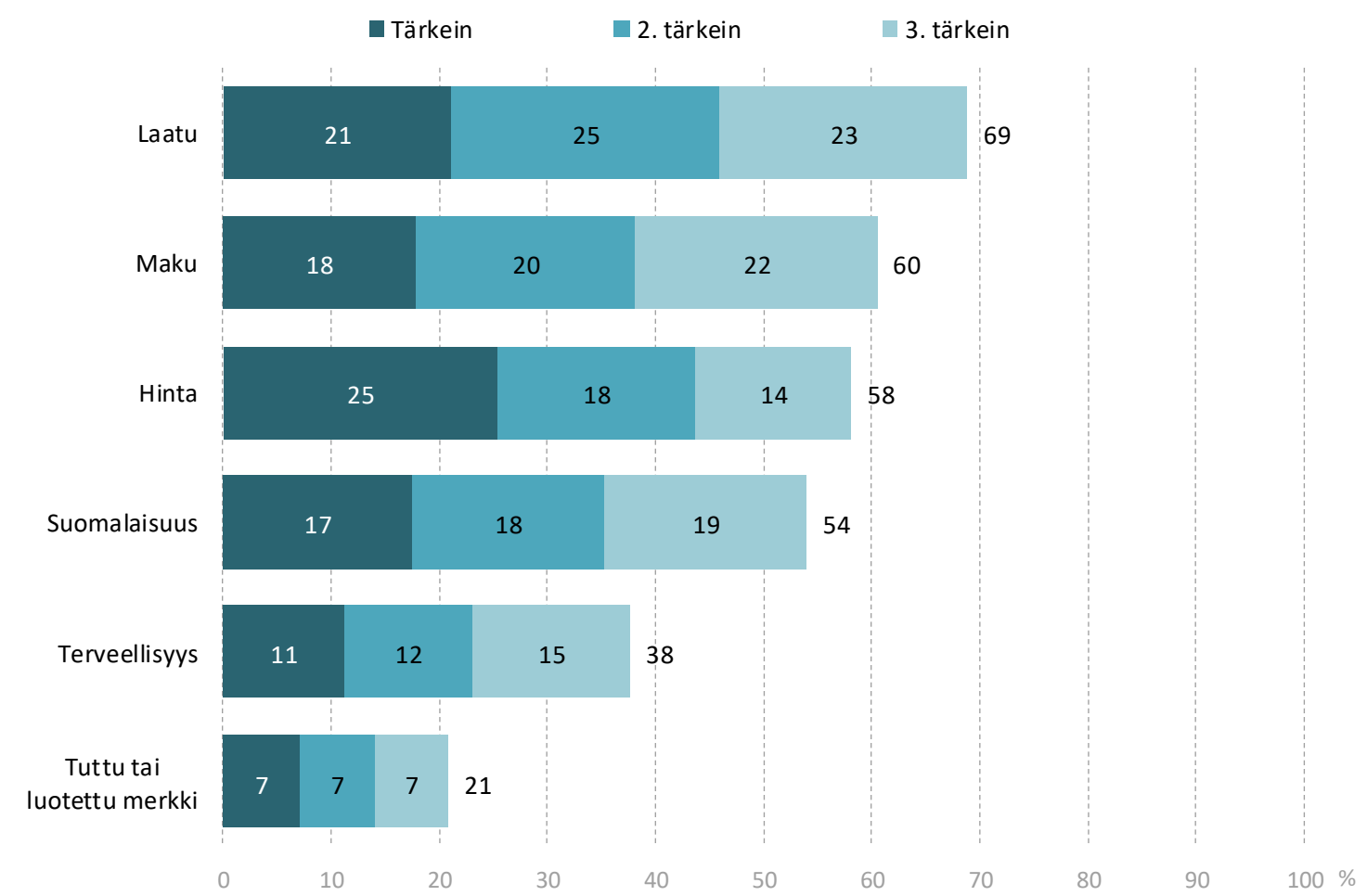
Kaikki vastaajat, n=1103

Elintarvikkeiden ostokriteerit



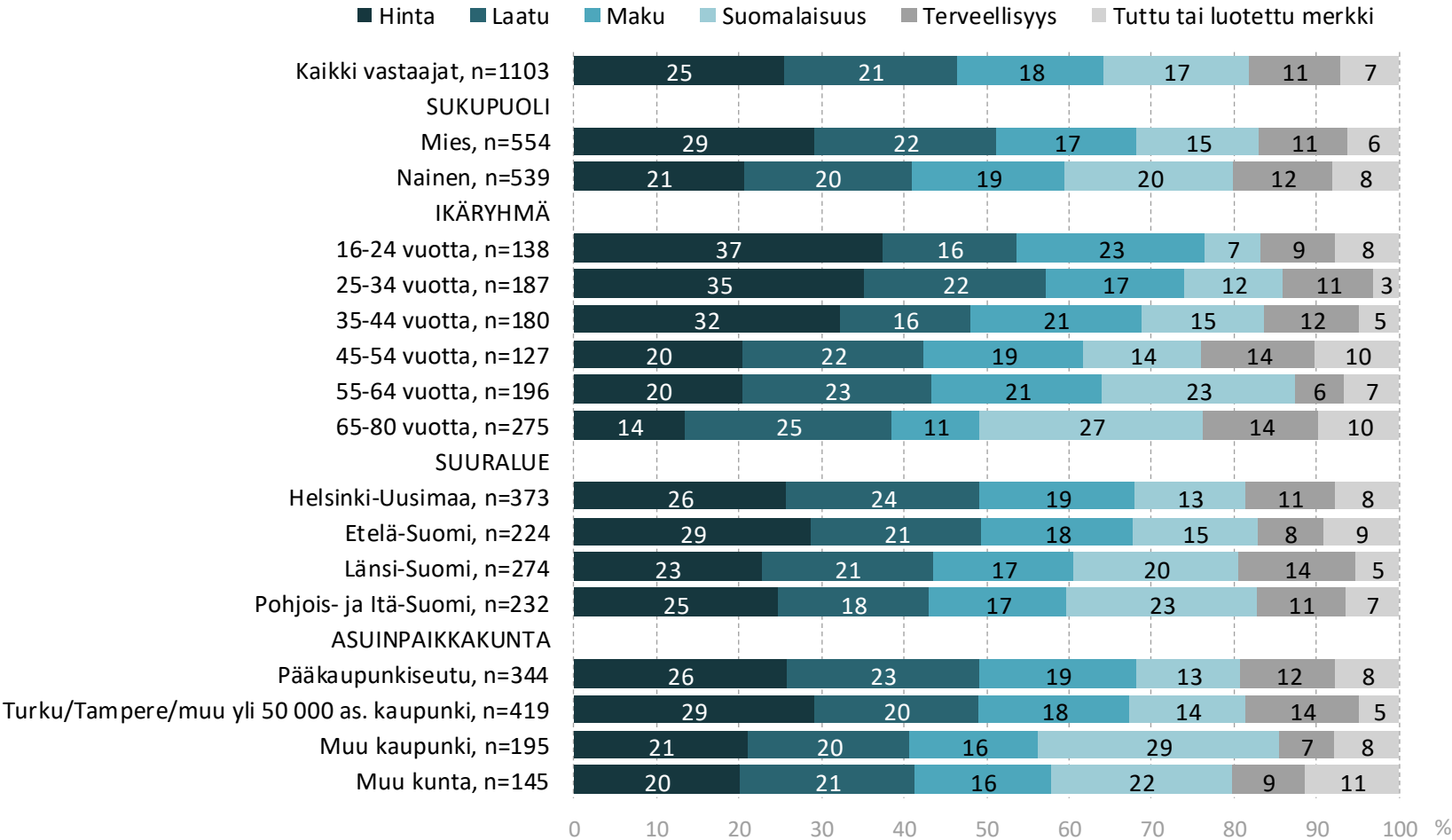
ELINTARVIKKEIDEN OSTOKRITEERIT

Järjestä elintarvikkeiden ostokriteerisi tärkeysjärjestykseen



TÄRKEIN ELINTARVIKKEIDEN OSTOKRITEERI

Järjestä elintarvikkeiden ostokriteerisi tärkeysjärjestykseen – TÄRKEIMMÄKSI VALITTU



Tärkeimmäksi valitussa ostokriteerissä on merkittäviä eroja väestöryhmittäin, esimerkiksi...

- Tärkein ostokriteeri 16-24 -vuotiailla

37 % Hinta

23 % Maku

16 % Laatu

- Tärkein ostokriteeri 65-80 -vuotiailla

27 % Suomalaisuus

25 % Laatu

14 % Terveellisyys



Suhtautuminen suomalaiseen ruokaan



Asennetasolla arvostus kiteytyy erityisesti huoltovarmuuteen ja työllisyyden tukemiseen



"Ruoantuotannon säilyminen Suomessa on tärkeää huoltovarmuuden takia"

93 %

kaikista vastaajista on samaa mieltä



"Ostamalla suomalaisia elintarvikkeita haluan tukea suomalaisten työllisyyttä"

89 %

kaikista vastaajista on samaa mieltä

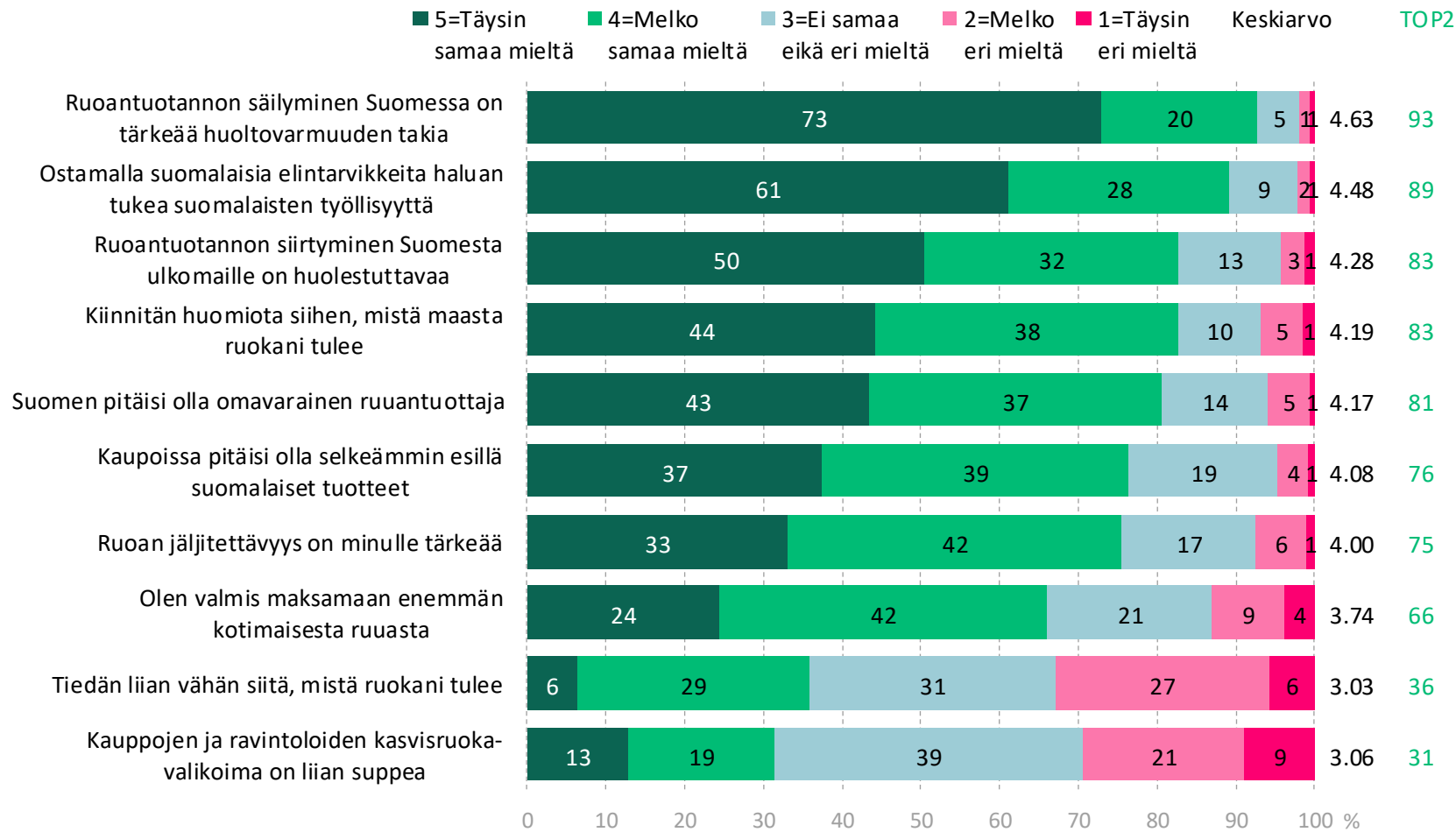
65 %

Arvostaa maatalousalan ammattilaisten työtä **erittäin paljon**

Kaikki vastaajat, n=1103

ASENNEVÄITTÄMÄT

Mitä mieltä olet seuraavista väittämistä?



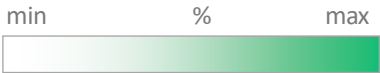
- Suomalaista ruokaa ja ruoantuotantoa arvostetaan kaikissa väestöryhmissä. Arvostus on vahvinta seuraavilla:
 - Naiset
 - 65-80 –vuotiaat
 - Länsi-Suomen ja Itä-/Pohjois-Suomen suuralueilla asuvat
 - Alle 50 000 as. kaupungeissa ja kunnissa asuvat
 - Ne, jotka tuntevat henkilökohtaisesti jonkun maatalousalalla työskentelevän

ASENNEVÄITTÄMÄT - TOP2 1(2)

Mitä mieltä olet seuraavista väittämistä?

		SUKUPUOLI		IKÄRYHMÄ						SUURALUE			
	Kaikki vastaajat, n=1103	Mies, n=554	Nainen, n=539	16-24 vuotta, n=138	25-34 vuotta, n=187	35-44 vuotta, n=180	45-54 vuotta, n=127	55-64 vuotta, n=196	65-80 vuotta, n=275	Helsinki- Uusimaa, n=373	Etelä-Suomi, n=224	Länsi-Suomi, n=274	Pohjois- ja Itä-Suomi, n=232
Ruoantuotannon säilyminen Suomessa on tärkeää huoltovarmuuden takia	93	90	96	86	89	92	95	96	96	89	93	94	96
Ostamalla suomalaisia elintarvikkeita haluan tukea suomalaisten työllisyyttä	89	84	94	84	92	85	89	92	92	86	89	91	92
Ruoantuotannon siirtyminen Suomesta ulkomaille on huolestuttavaa	83	78	88	78	78	83	80	88	87	79	83	82	88
Kiinnitän huomiota siihen, mistä maasta ruokani tulee	83	77	89	79	76	80	84	84	89	77	82	89	84
Suomen pitäisi olla omavarainen ruuantuottaja	81	79	82	69	73	82	82	87	86	75	80	83	87
Kaupoissa pitäisi olla selkeämmin esillä suomalaiset tuotteet	76	69	84	78	72	70	79	77	81	70	77	79	82
Ruoan jäljitettävyyys on minulle tärkeää	75	68	82	70	78	70	74	74	82	73	73	78	78
Olen valmis maksamaan enemmän kotimaisesta ruuasta	66	62	70	63	60	61	69	69	72	60	64	69	73
Tiedän liian vähän siitä, mistä ruokani tulee	36	33	39	50	48	35	23	31	32	36	36	39	33
Kauppojen ja ravintoloiden kasvisruokavalikoima on liian suppea	31	25	38	50	39	28	33	25	22	35	24	29	35

TOP2 (5=Täysin samaa mieltä + 4=Melko samaa mieltä)



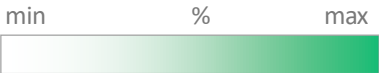
Luvun väri osoittaa, onko ero tilastollisesti suurempi (sininen) vai pienempi (punainen).
Tulostuksessa on käytetty t-testiä, joka testaa kunkin taustamuuttujan kohdalla poikkeaaoko tulos muista vastaajista enemmän kuin mitä satunnaisvaihtelun osuus on 95 %:n luottamustasolla.

ASENNEVÄITTÄMÄT - TOP2 2(2)

Mitä mieltä olet seuraavista väittämistä?

	ASUINPAIKKAKUNTA				TALOUDEN ELINVAIHE				TUNTEEKO JONKUN MAATALOUSALALLA TYÖSKENTELEVÄN		
	Kaikki vastaajat, n=1103	Pk-seutu, n=344	Turku/ Tampere/ muu yli 50 000 as. kaupunki, n=419	Muu kaupunki, n=195	Muu kunta, n=145	Yhden hengen talous, n=400	Pariskunta, n=397	Muu aikuistalous, n=123	Talous, jossa lapsia, n=183	Tuntee, n=621	Ei tunne, n=482
Ruoantuotannon säilyminen Suomessa on tärkeää huoltovarmuuden takia	93	89	93	94	98	92	94	91	94	96	89
Ostamalla suomalaisia elintarvikkeita haluan tukea suomalaisten työllisyyttä	89	85	90	93	91	86	92	86	92	93	85
Ruoantuotannon siirtyminen Suomesta ulkomaille on huolestuttavaa	83	78	83	90	84	80	86	78	84	87	77
Kiinnitän huomiota siihen, mistä maasta ruokani tulee	83	77	83	87	86	77	88	81	84	87	77
Suomen pitäisi olla omavarainen ruuantuottaja	81	74	80	87	87	79	81	81	82	84	76
Kaupoissa pitäisi olla selkeämmin esillä suomalaiset tuotteet	76	69	78	82	82	74	77	77	79	81	70
Ruoan jäljitettävyyys on minulle tärkeää	75	73	75	81	78	73	79	72	76	80	70
Olen valmis maksamaan enemmän kotimaisesta ruuasta	66	60	66	73	71	58	73	69	68	72	58
Tiedän liian vähän siitä, mistä ruokani tulee	36	36	40	32	29	35	34	43	39	34	38
Kauppojen ja ravintoloiden kasvisruokavalikoima on liian suppea	31	37	34	24	22	34	28	35	31	29	34

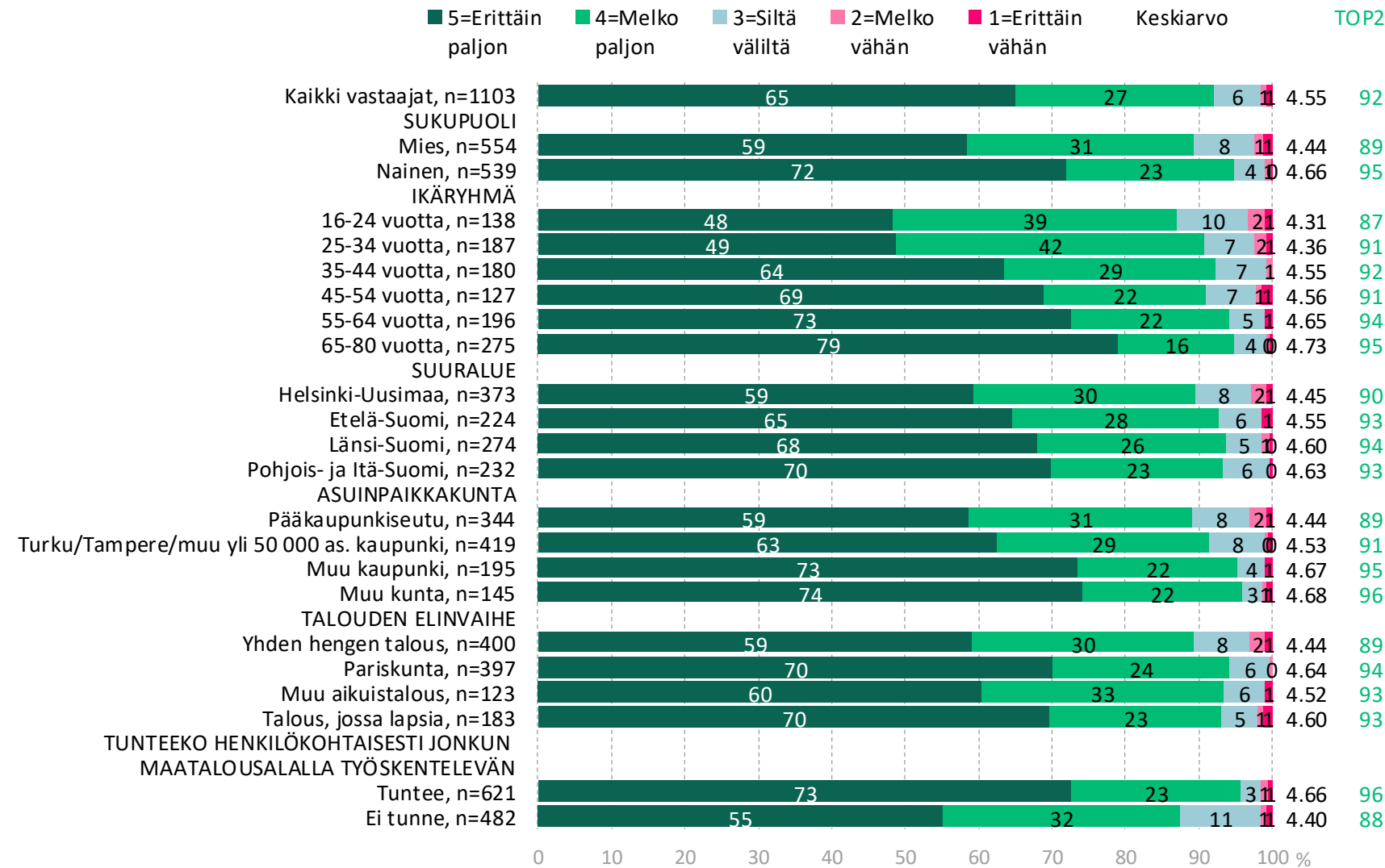
TOP2 (5=Täysin samaa mieltä + 4=Melko samaa mieltä)



Luvun väri osoittaa, onko ero tilastollisesti suurempi (sininen) vai pienempi (punainen).
Tulostuksessa on käytetty t-testiä, joka testaa kunkin taustamuuttujan kohdalla poikkeaaako tulos muista vastaajista enemmän kuin mitä satunnaisvaihtelun osuus on 95 %:n luottamustasolla.

MAATALOUSALAN AMMATTILAISTEN TYÖN ARVOSTUS

Kuinka paljon arvostat maatalousalan ammattilaisten työtä?

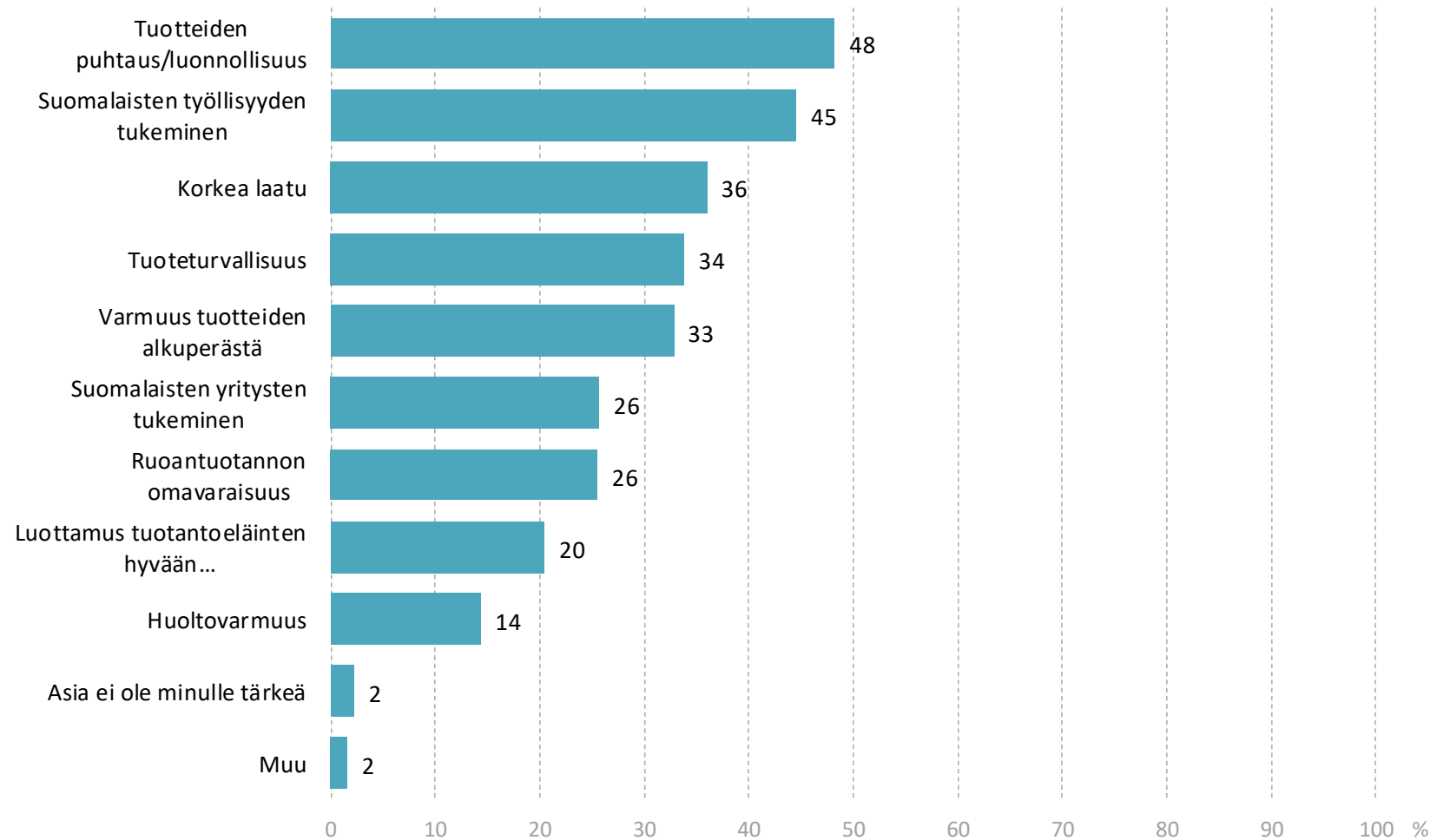


n=kaikki vastaajat

- Enemmistö suomalaisista arvostaa maatalousalan ammattilaisia vähintään melko paljon.
- Arvostus on erittäin korkealla etenkin seuraavissa väestöryhmissä:
 - Naiset
 - 45-80 –vuotiaat
 - Alle 50 000 as. kaupungeissa ja kunnissa asuvat
 - Länsi-Suomen ja Pohjois-/Itä-Suomen suuralueilla asuvat
 - Pariskunnat ja lapsiperheet
 - Ne, jotka tuntevat henkilökohtaisesti jonkun maatalousalalla työskentelevän

TÄRKEIMMÄT SYYT OSTAA SUOMALAISTA RUOKAA

Mitkä ovat sinulle tärkeimmät syyt ostaa suomalaista ruokaa?



Tärkeimmät syyt ostaa suomalaista ruokaa

TOP
3

1. Tuotteiden puhtaus/luonnollisuus
2. Suomalaisten työllisyyden tukeminen
3. Korkea laatu

TÄRKEIMMÄT SYYT OSTAA SUOMALAISTA RUOKAA 1(2)

Mitkä ovat sinulle tärkeimmät syyt ostaa suomalaista ruokaa?

	Kaikki vastaajat, n=1103	SUKUPUOLI		IKÄRYHMÄ						SUURALUE			
		Mies, n=554	Nainen, n=539	16-24 vuotta, n=138	25-34 vuotta, n=187	35-44 vuotta, n=180	45-54 vuotta, n=127	55-64 vuotta, n=196	65-80 vuotta, n=275	Helsinki- Uusimaa, n=373	Etelä-Suomi, n=224	Länsi-Suomi, n=274	Pohjois- ja Itä-Suomi, n=232
Tuotteiden puhtaus/luonnollisuus	48	44	53	43	43	49	45	48	56	49	46	45	53
Suomalaisten työllisyyden tukeminen	45	44	45	48	42	52	45	45	38	45	47	43	43
Korkea laatu	36	42	30	39	42	43	30	31	33	36	31	38	39
Tuoteturvallisuus	34	31	37	30	28	43	37	35	31	36	35	33	31
Varmuus tuotteiden alkuperästä	33	28	38	30	29	23	38	33	40	34	34	31	32
Suomalaisten yritysten tukeminen	26	23	28	33	36	26	22	19	21	23	30	25	27
Ruoantuotannon omavaraisuus	26	29	22	20	14	22	30	31	33	21	24	30	28
Luottamus tuotantoeläinten hyvään kohteluun Suomessa	20	16	26	26	19	19	24	23	16	20	23	21	19
Huoltovarmuus	14	19	10	11	18	10	13	15	18	16	10	16	14
Asia ei ole minulle tärkeä	2	4	1	1	3	3	1	3	3	3	2	2	1
Muu	2	2	2	2	3	2	3	1	0	1	2	2	2

min

%

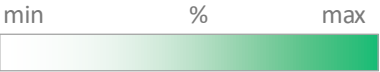
max

Luvun väri osoittaa, onko ero tilastollisesti suurempi (sininen) vai pienempi (punainen).
Tulostuksessa on käytetty t-testiä, joka testaa kunkin taustamuuttujan kohdalla poikkeaaoko tulos muista vastaajista enemmän kuin mitä satunnaisvaihtelun osuus on 95 %:n luottamustasolla.

TÄRKEIMMÄT SYYT OSTAA SUOMALAISTA RUOKAA 2(2)

Mitkä ovat sinulle tärkeimmät syyt ostaa suomalaista ruokaa?

		ASUINPAIKKAKUNTA				TALOUDEN ELINVAIHE				TUNTEEKO JONKUN MAATALOUSALALLA TYÖSKENTELEVÄN		
		Kaikki vastaajat, n=1103	Pk-seutu, n=344	Turku/ Tampere/ muu yli 50 000 as. kaupunki, n=419	Muu kaupunki, n=195	Muu kunta, n=145	Yhden hengen talous, n=400	Pariskunta, n=397	Muu aikuistalous, n=123	Talous, jossa lapsia, n=183	Tuntee, n=621	Ei tunne, n=482
Tuotteiden puhtaus/luonnollisuus		48	48	46	57	42	47	52	45	45	47	49
Suomalaisten työllisyyden tukeminen		45	45	43	46	46	43	43	46	49	46	43
Korkea laatu		36	35	37	39	32	37	36	30	38	35	37
Tuoteturvallisuus		34	36	32	27	42	29	33	36	43	31	38
Varmuus tuotteiden alkuperästä		33	34	32	33	31	35	32	36	28	33	32
Suomalaisten yritysten tukeminen		26	23	26	23	33	22	26	33	28	25	27
Ruoantuotannon omavaraisuus		26	21	27	26	30	26	30	18	20	30	20
Luottamus tuotantoeläinten hyvään kohteluun Suomessa		20	20	19	21	25	22	15	29	24	21	20
Huoltovarmuus		14	15	15	14	12	13	16	11	16	17	11
Asia ei ole minulle tärkeä		2	4	2	2	1	3	2	3	1	2	3
Muu		2	1	2	1	2	2	1	1	1	2	1



Luvun väri osoittaa, onko ero tilastollisesti suurempi (sininen) vai pienempi (punainen).
Tulostuksessa on käytetty t-testiä, joka testaa kunkin taustamuuttujan kohdalla poikkeaaoko tulos muista vastaajista enemmän kuin mitä satunnaisvaihtelun osuus on 95 %:n luottamustasolla.

Yhteystiedot

Merja Lintunen
Senior Insight Manager
050 5919379
merja.lintunen@taloustutkimus.fi

Outi Salonen
Business Director
050 3306184
outi.salonen@taloustutkimus.fi

www.taloustutkimus.fi



Liitteet

Erillistutkimuksen tulosten julkaiseminen ja edelleen luovuttaminen

1. Tutkimuksen tilaaja voi julkistaa tilaamansa tutkimuksen tuloksia, kunhan julkaistut tulokset eivät ole harhaanjohtavia.
2. Kun tutkimustuloksia julkaistaan, tulee selvästi erottaa tulokset ja niiden tulkinta.
3. Julkistamisen yhteydessä on aina mainittava tutkimuksen nimi, toteutusaika ja tutkimuksen tekijä, Taloustutkimus Oy.
4. 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.
5. Olemme mielellämme avuksi viestinnässänne.

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.



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 %.																
10.2.2026																

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.