

Ensamhetsbarometern 2024

UNDERSÖKNINGSRAPPORT Finlands Röda Kors

Tuomo Turja
Taloustutkimus Oy
26.01.2024

Hur gjordes undersökningen?



Undersökningens genomförande

- Denna undersökning har genomförts av Taloustutkimus Oy på uppdrag av Finlands Röda Kors. I undersökningen utreddes åsikterna om olika faktorer med anknytning till ensamhet i Finland.
- Målgruppen var personer över 15 år i Finland, med undantag för Åland. För respondenter med de inhemska språken som modersmål genomfördes undersökningen som en del av konsumentundersökningen Telebus, som görs varje vecka. För personer vars modersmål är något annat än finska, svenska eller samiska genomfördes intervjuerna (100 st) som en separat telefonintervjuundersökning, där man kunde svara på frågorna antingen på finska eller engelska. I båda målgrupperna gjordes urvalet slumpmässigt i Dun & Bradstreet Oy:s register över kontaktuppgifter. Undersökningen genomfördes som en datorstödd telefonintervju (CATI).
- 1 112 personer deltog i undersökningen. Urvalet för undersökningen viktades enligt ålder, kön, bosättningsområde och hushållets storlek för att motsvara målgruppen. Urvalets oviktade och viktade struktur beskrivs i fliken Aineistorakenne (materialstruktur) i rapportens datatabeller. I tabellen anger det oviktade n-talet antalet intervjuade i de olika bakgrundsgrupperna och det viktade N-talet den motsvarande populationen i tusental (.000) personer. Den statistiska felmarginalen i undersökningens huvudresultat (kolumnen Total) med en signifikansnivå på 95 procent är som störst cirka $\pm 3,1$ procentenheter.
- Intervjuerna gjordes under perioden 2.1–16.1.2024.
- I resultatet användes ett t-test, som vid varje tabellerad bakgrundsvariabel testar huruvida resultatet avviker mer från de övriga respondenterna än vad andelen slumpmässig variation är på signifikansnivån 95 %. En färgad cell i en tabell visar att skillnaden är statistiskt signifikant.
- Respondenterna ombads separat att uppge könstillhörighet med hjälp av svarsalternativen *kvinna*, *man*, *annan* och *vill inte svara*. I materialet var antalet icke-binära eller personer som inte uppgett sin könstillhörighet fyra stycken. Antalet respondenter är inte tillräckligt för att resultaten ska kunna granskas tillförlitligt som en grupp, så den aktuella gruppen granskas inte separat i rapporten.
- De frågor som ingick i uppdraget och de tillgängliga frågorna om bakgrundsuppgifter är bifogade till denna rapport. Undersökningsmaterialet förvaras och finns tillgängligt för ytterligare utskrifter under två års tid från rapporteringsdagen.

Sammanfattning av resultaten



Känslor av ensamhet, isolering och utanförskap

- **Av respondenterna uppger 56 procent att de känner sig ensamma åtminstone ibland.** En procent upplever ensamhet varje dag, tre procent flera dagar i veckan, sex procent ungefär en gång i veckan, 16 procent några gånger i månaden och 30 procent några gånger om året. Det upplevs mindre ensamhet än året innan. Förändringen har skett till stora delar i andelen som upplever ensamhet några gånger per år, den har minskat med sex procentenheter.
- **Tio procent upplever ensamhet ofta eller ständigt** (en gång i veckan eller oftare), **medan 26 procent av respondenterna känner sig ensamma då och då** (några gånger i månaden eller oftare).
- **Känslor av ensamhet är på det hela taget vanligare bland 15–24-åringar och 25–34-åringar än bland personer som är äldre än det. I synnerhet de respondenter som är under 25 år, de som har lägst inkomster och de som bor ensamma kände sig ensamma ofta eller ständigt.** I ovanstående grupper finns överlappningar, eftersom unga ofta har låga inkomster och det bland yngre är vanligare att bo ensam än i de äldre åldersklasserna. I samma grupper och även bland studerande framhävs ensamhet som upplevs ibland. Samma grupper framhövdes även i undersökningen år 2023. Bland respondenter med ett annat modersmål än finska, svenska eller samiska framhövs ensamhet som upplevs ofta eller fortgående, även om upplevelserna av ensamhet som helhet inte avviker från andra respondenter.
- **Nästan två tredjedelar (63 %) upplever känslor av isolering åtminstone ibland.** Så känner två procent dagligen, fem procent flera dagar i veckan och sju procent ungefär en gång i veckan. 21 procent upplever känslor av isolering några gånger i månaden och 28 procent några gånger om året. På samma sätt som med känslan av ensamhet har känslan av isolering några gånger om året minskat, till övriga delat har inga stor förändringar skett i resultatet. Andelen personer som ofta eller ständigt känner sig isolerade har inte förändrats från året innan. I synnerhet respondenterna i åldern 25–34 år upplever känslor av isolering. Ju lägre inkomster en respondent har, desto oftare upplever hen känslor av isolering. I enpersonshushåll upplevs känslor av isolering oftare än i andra boendeformer.
- **58 procent upplever åtminstone ibland känslor av utanförskap.** Sådana känslor har en procent dagligen, två procent flera dagar i veckan, fyra procent omkring en gång i veckan och tio procent några gånger i månaden. 41 procent känner sig lämnade utanför några gånger om året. Resultatet är i praktiken det samma som år 2023. 15–24-åringarna upplever mest känslor av utanförskap. Bland personer med främmande språk som modersmål finns det fler som ofta upplever känslor av utanförskap än bland dem som talar inhemska språk.
- **Känslor av ensamhet, isolering och utanförskap verkar fortfarande drabba i synnerhet unga under 25 år.** I den äldre befolkningen framhövdes tidigare dagliga upplevelser av ensamhet, men nu kan detta inte observeras. Av yrkesgrupperna framträder studerande och skolelever som den grupp som upplever känslor av isolering, utanförskap och ensamhet klart oftare än andra. Kvinnor upplever ensamhet och utanförskap en aning oftare än män.

Längden av ensamhetskänslan

- Av de respondenter som kände sig ensamma åtminstone ibland frågades hur länge ensamheten har varat. Ensamheten verkar fortfarande vara antingen mycket kortvarig eller så ett mer eller mindre permanent tillstånd. Närmare hälften, 45 procent, uppger att ensamheten har pågått i flera dagar. Hos två procent har den pågått i veckor, hos fem procent i månader, hos 14 procent i 1–4 år, hos tio procent i över fem år och hos 12 procent i över tio år. Hos 36 procent har ensamheten pågått i minst ett år. Andelen långvarig ensamhet har minskat sedan 2023, och i fråga om detta fortsätter den sjunkande trenden. Andelen kortvarig ensamhet, som pågått i dagar, har fortfarande ökat.
- Ensamhet som pågått i över ett år förekommer ofta hos personer över 50 år, låginkomsttagare, pensionärer och arbetslösa. Bland alla åldersgrupper under 50 år betonas korta ensamhetsperioder som varar i dagar.

Upplevelse av att hitta sällskap och människor som förstår en själv

- Den största delen av finländarna, 82 procent, upplever att de åtminstone vanligtvis hittar sällskap när de vill ha det. 35–49-åringar, personer i tjänstemannayrken eller ledande ställning, förvärvsarbete, personer som förtjänar över 45 000 euro per år samt personer som bor i hushåll med barn upplever detta starkare än genomsnittet. Nio procent upplever detta ibland och sju procent upplever det sällan eller aldrig. Respondenter som endast ibland eller sällan/aldrig hittar sällskap när de vill ha det framhävs bland personer över 65 år, pensionärer, personer som talar ett annat språk än de inhemska språken, personer som bor ensamma och låginkomsttagare. Å andra sidan fanns det bland över 60-åringar och pensionärer också i genomsnitt fler som uppgav att de hittar sällskap när de vill ha det. I den äldsta åldersgruppen framhävs således både ytterligheterna i denna fråga, samma situation gäller de som har ett annat modersmål än finska, svenska eller samiska. Andelen som hittar sällskap när de vill ha det är nu större än år 2023.
- Samma 82 procent upplever åtminstone i allmänhet att det finns människor som verkligen förstår dem. 13 procent upplever detta ibland och fyra procent upplever det sällan. Upplevelsen av att alltid ha tillgång till personer som förstår en framhävs bland unga under 25 år och 50-64-åringar, studerande, tjänstemän/personer i en ledande ställning, förvärvsarbete och respondenter med de högsta inkomsterna. Upplevelsen av att inte hitta någon som förstår en framhävs hos äldre respondenter och hos personer med ett annat modersmål än finska, svenska eller samiska.

Bedömning av orsakerna till ensamhet samt att söka hjälp för ensamhet

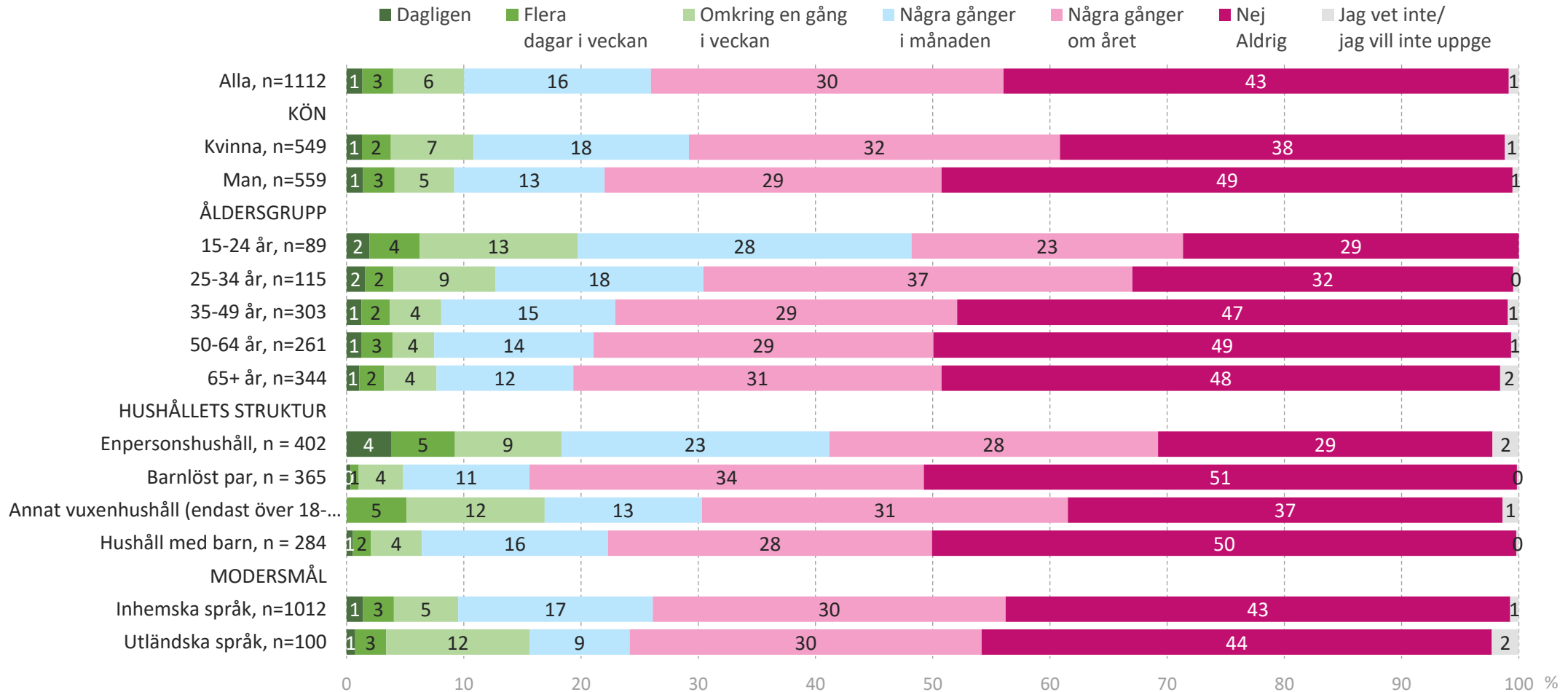
- Av de som upplever ensamhet åtminstone ibland frågades vad de tror att deras ensamhet beror på. Alternativen räknades upp för respondenterna i slumpmässig ordning.
- De viktigaste faktorerna som framkom var att livssituationen har förändrats och att man sedan dess inte har hittat sällskap (34 %). De näst vanligaste orsakerna är att man inte är i ett parförhållande (32 %), bor ensam (31 %) och därför upplever utanförskap (28 %).
- Omkring en fjärdedel eller färre uppger att orsaken till ensamheten är problem med att lära känna nya människor på grund av blyghet eller att man spänner sig i sociala situationer (24 %), en dålig ekonomisk situation som leder till att man uteblir från evenemang eller träffar (16 %), en flytt till en ny ort eller ett nytt land (14 %), ovilja att ha att göra med andra på grund av dåliga erfarenheter av mänskliga relationer (9 %) och fysiska begränsningar som gör det svårare eller hindrar dem från att lära känna nya människor (9 %).
- I de frågor där frågan är formulerad på samma sätt är det inte så stora förändringar i resultaten. I en del frågor har formuleringen ändrats lite sedan förra året. I fråga om dessa har årsjämförelsen visats i diagrammen, men den ändrade formuleringen kan påverka ändringen av resultatet.
- Att söka hjälp för ensamheten är inte särskilt vanligt. Av de respondenter som upplever ensamhet åtminstone ibland har endast 21 procent sökt hjälp för sin ensamhet. Oftast har man sökt hjälp inom fritidsintressen, där sex procent har sökt hjälp. De övriga tjänster som räknas upp nämns ännu mer sällan: två procent har sökt hjälp inom organisationsverksamhet, hos mentalvårdstjänster eller nätgemenskaper, under en procent hos läkare. 13 procent har sökt hjälp någon annanstans. I de övriga öppna svaren nämns vänner och annat stöd från likasinnade, sociala medier, familj, övriga bekanta och släktingar flest gånger. Resultatet är mycket lika som i de tidigare undersökningarna. Frågan ställdes som en öppen fråga till respondenterna. Några svarsalternativ fanns uppräknade färdigt på intervjuarens blankett, men de lästes inte upp för respondenterna.
- Som en ny fråga till dem som hade upplevt ensamhet och inte sökt hjälp mot ensamheten frågade man om orsaken till att man inte sökt hjälp. Den vanligaste orsaken var att man inte vill ha hjälp, detta angav 28 procent av respondenterna. Sex procent svarade att de bara inte får det gjort att söka hjälp, tre procent vet inte var de skulle söka hjälp, två procent tror sig inte få hjälp och söker därför inte hjälp och en procent har dåliga erfarenheter av att söka hjälp. Största delen av svaren, 60 procent, faller i kategorin "något annat skäl". I dessa omnämmanden framträder med olika formuleringar att man inte sökt hjälp eftersom man inte behöver hjälp. Detta uttrycks antingen direkt eller på något annat sätt, exempelvis säger man att ensamheten inte är ett problem och att man därför inte söker hjälp.

Hur allvarligt problem ensamheten är, sociala mediers, onlinespels- och gemenskapers betydelse

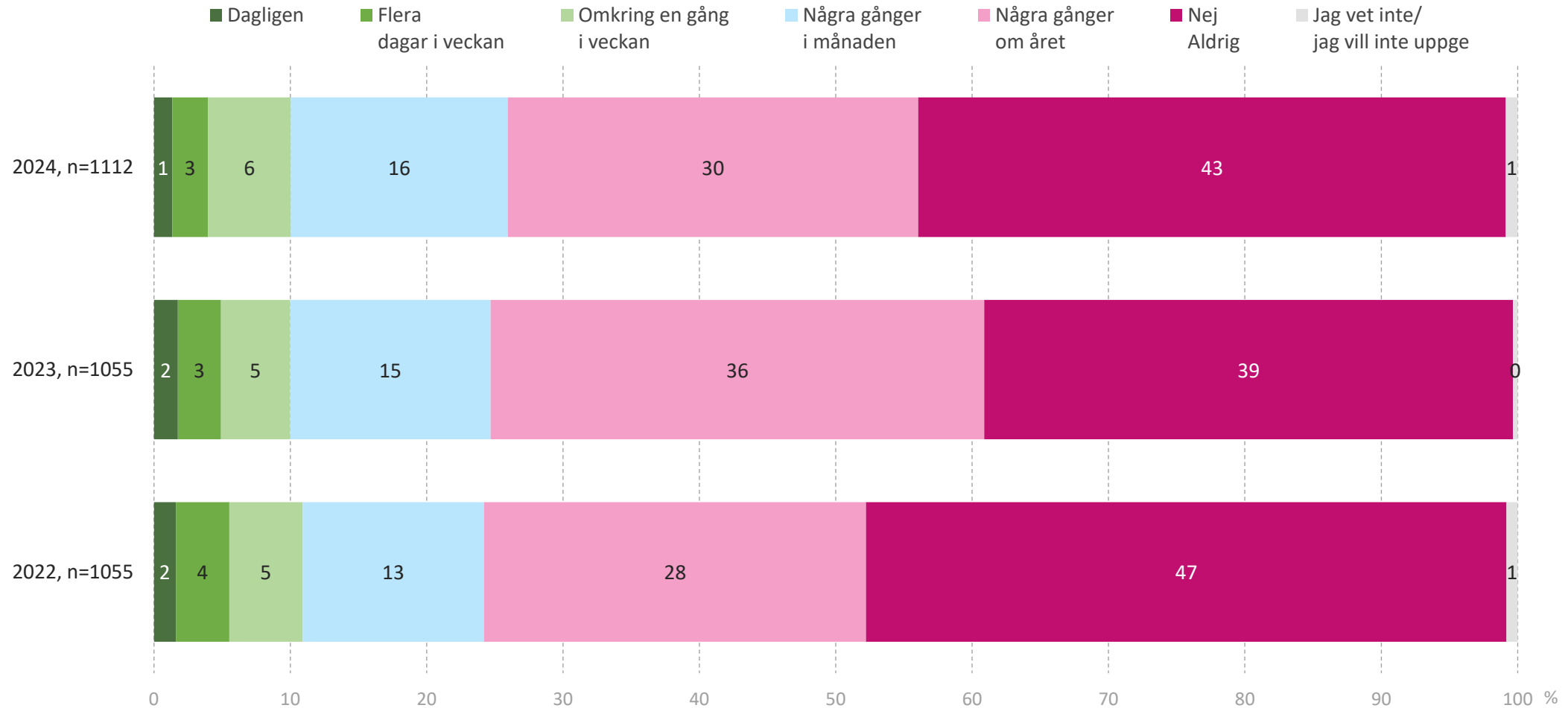
- I Finland bedömer ungefär hälften, 53 procent, att ensamhet är ett allvarligt problem. 14 procent anser att ensamhet är ett mycket allvarligt problem och 39 procent att det är ett ganska allvarligt problem. En femtedel, 21 procent, bedömer att ensamhet är ett måttligt problem. En fjärdedel anser att ensamhet är ett mindre eller inte alls allvarligt problem. Andelen som upplever att ensamhet är ett mycket eller ganska allvarligt problem är nu klart mindre än i de två föregående undersökningarna. Ensamhet upplevs vara ett problem mest i åldersgruppen 25-64 år.
- En ny fråga som ställdes var om man upplever att sociala medier, onlinespel eller andra nätgemenskaper är viktiga för de egna vänrelationerna? Åsikterna om detta delade människorna i Finland: 49 procent anser att de inte är alls viktiga eller mindre viktiga, 50 procent anser att de är minst måttligt viktiga. Åldern verkar vara en förklarande faktor: ju yngre respondenten är, desto oftare upplevs sociala medier, onlinespel och nätgemenskaper vara betydelsefulla. Av 15-24-åringarna upplever 48 procent dem som mycket viktiga eller viktiga och endast 28 procent anser att de är mindre viktiga eller inte alls viktiga. Betydelsen framhävs även i enpersonshushåll, bland arbetslösa, studerande, personer som upplever ensamhet åtminstone varje vecka samt bland respondenter som har ett annat modersmål än finska, svenska eller samiska. Ju äldre respondenten är, desto mindre betydelse upplevs sociala medier, onlinespel och nätgemenskaper ha för vänrelationerna.

Grafik över undersökningen

Hur ofta upplever du ensamhet? Upplever du detta...

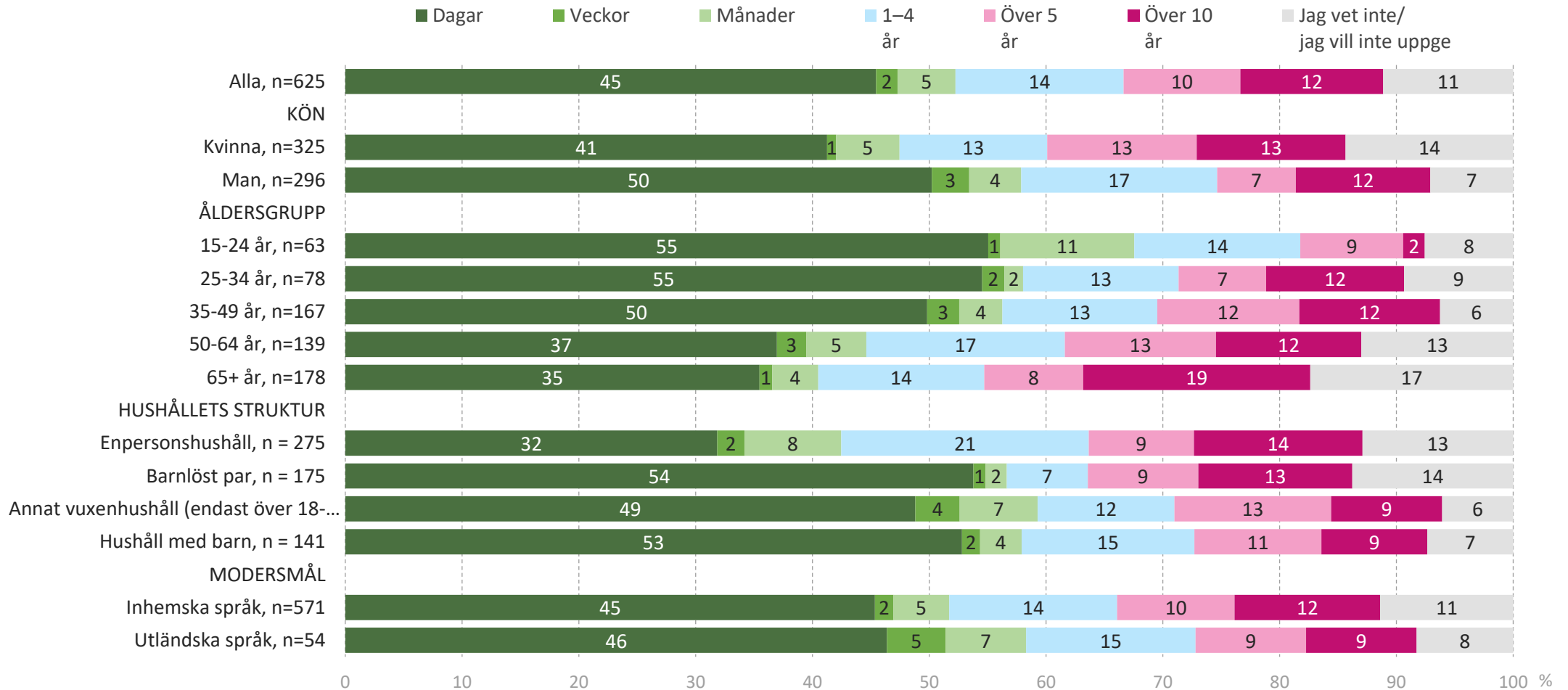


Hur ofta upplever du ensamhet? Upplever du detta...



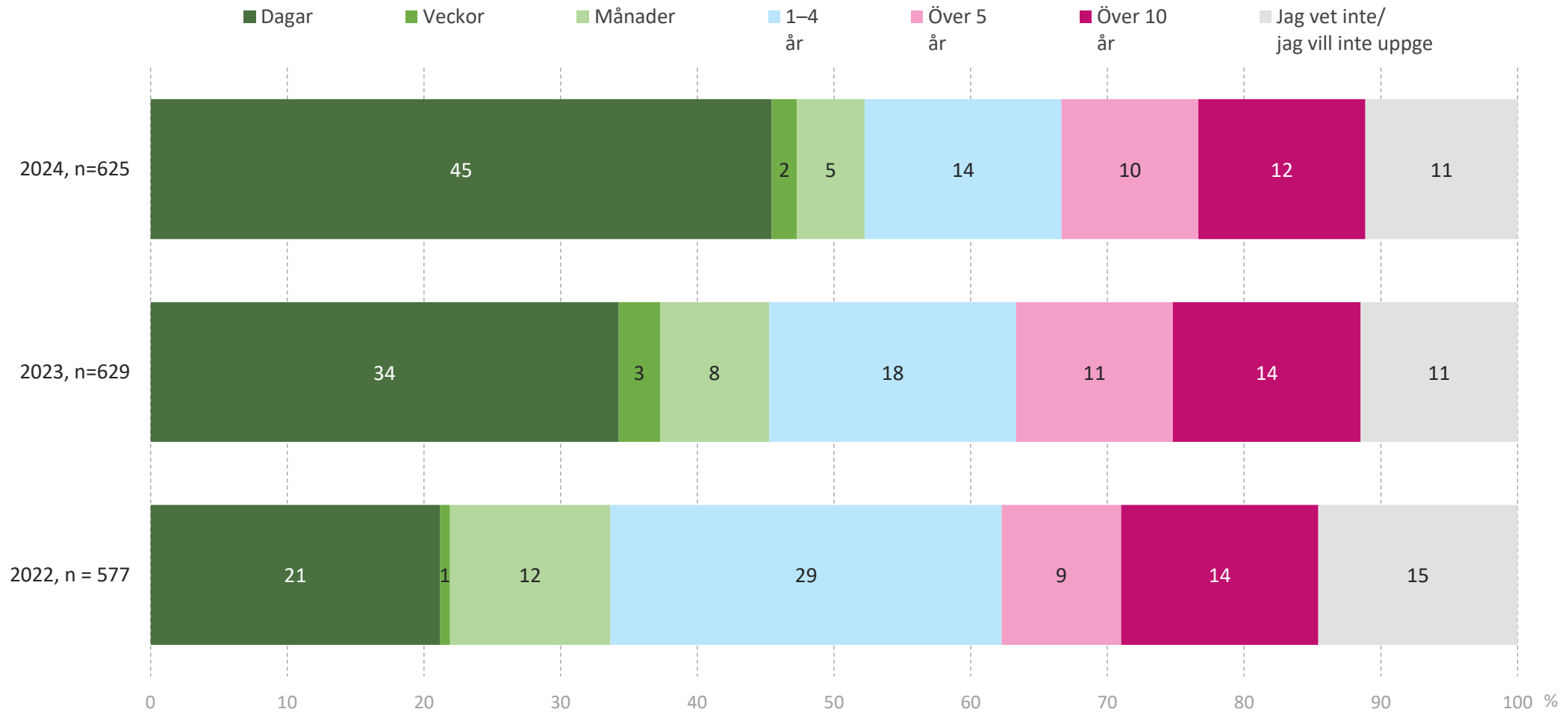
n = alla respondenter

Hur länge har du känt dig ensam?



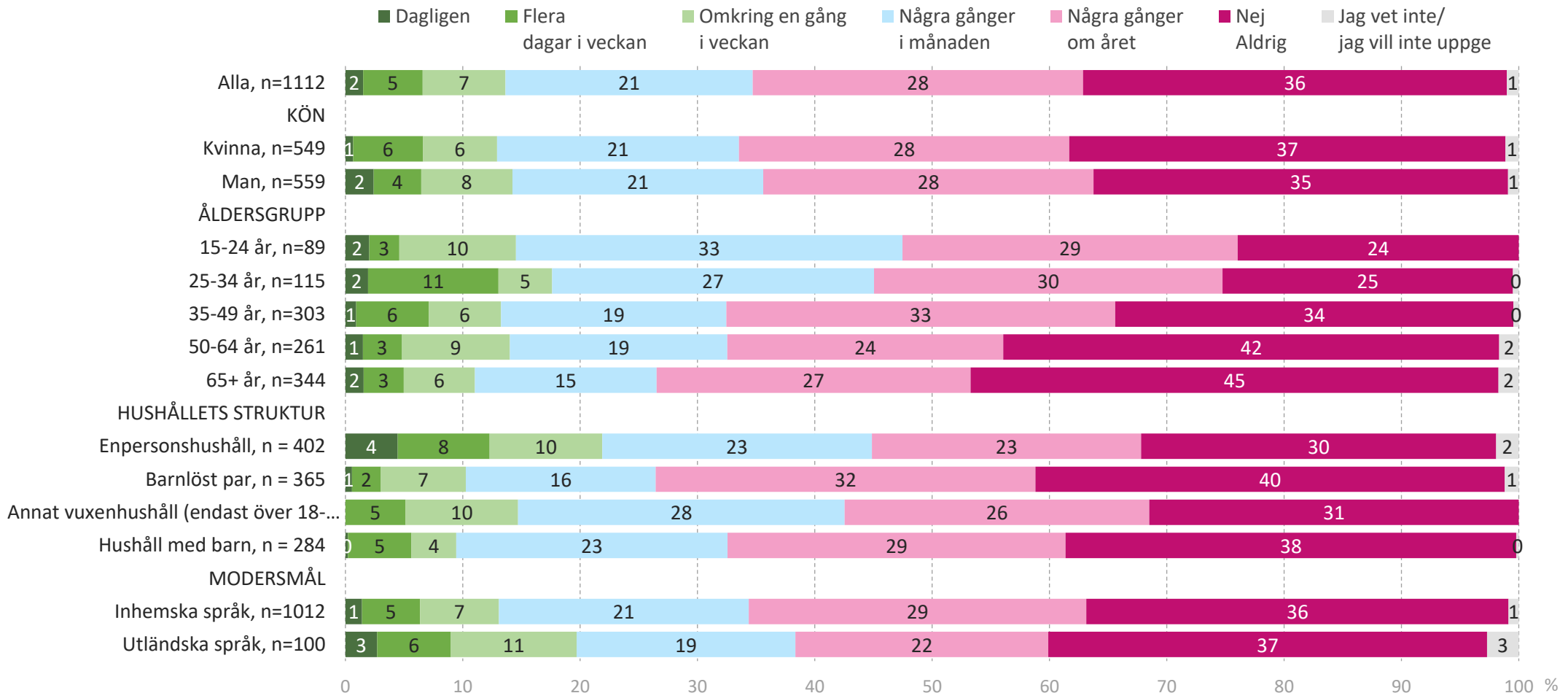
n = har upplevt ensamhet ibland

Hur länge har du känt dig ensam?



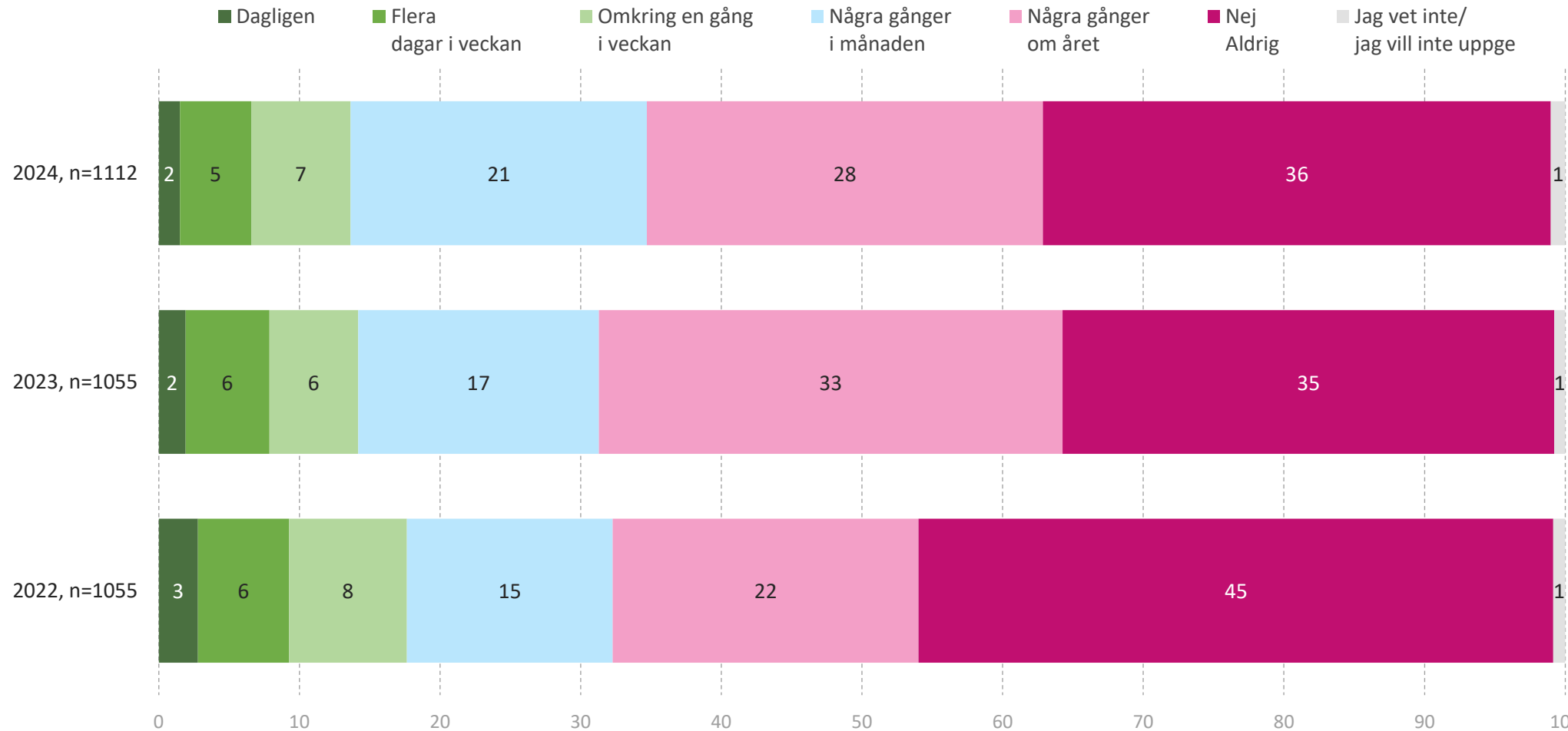
n = har upplevt ensamhet ibland

Hur ofta känner du dig isolerad från andra människor? Upplever du detta...



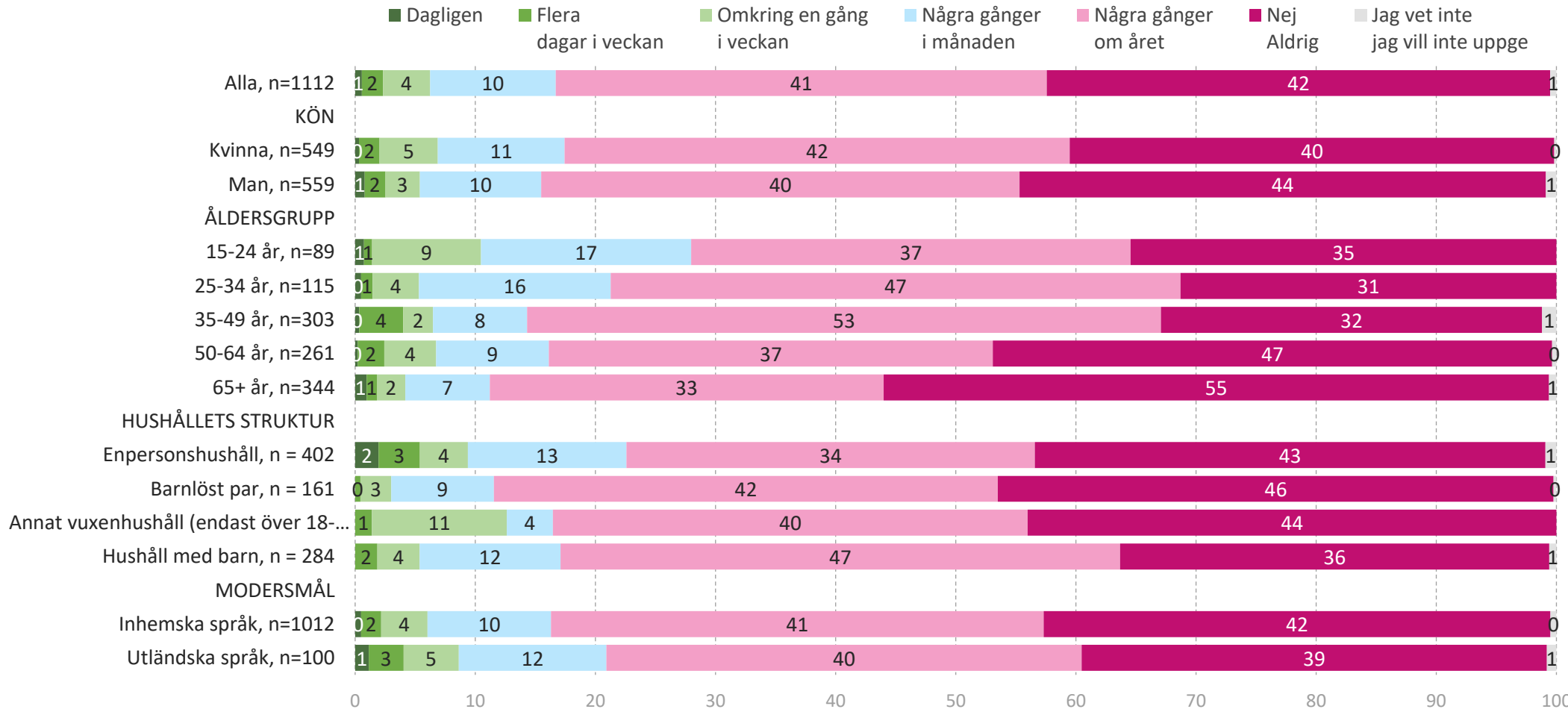
n = alla respondenter

Hur ofta känner du dig isolerad från andra människor? Upplever du detta...

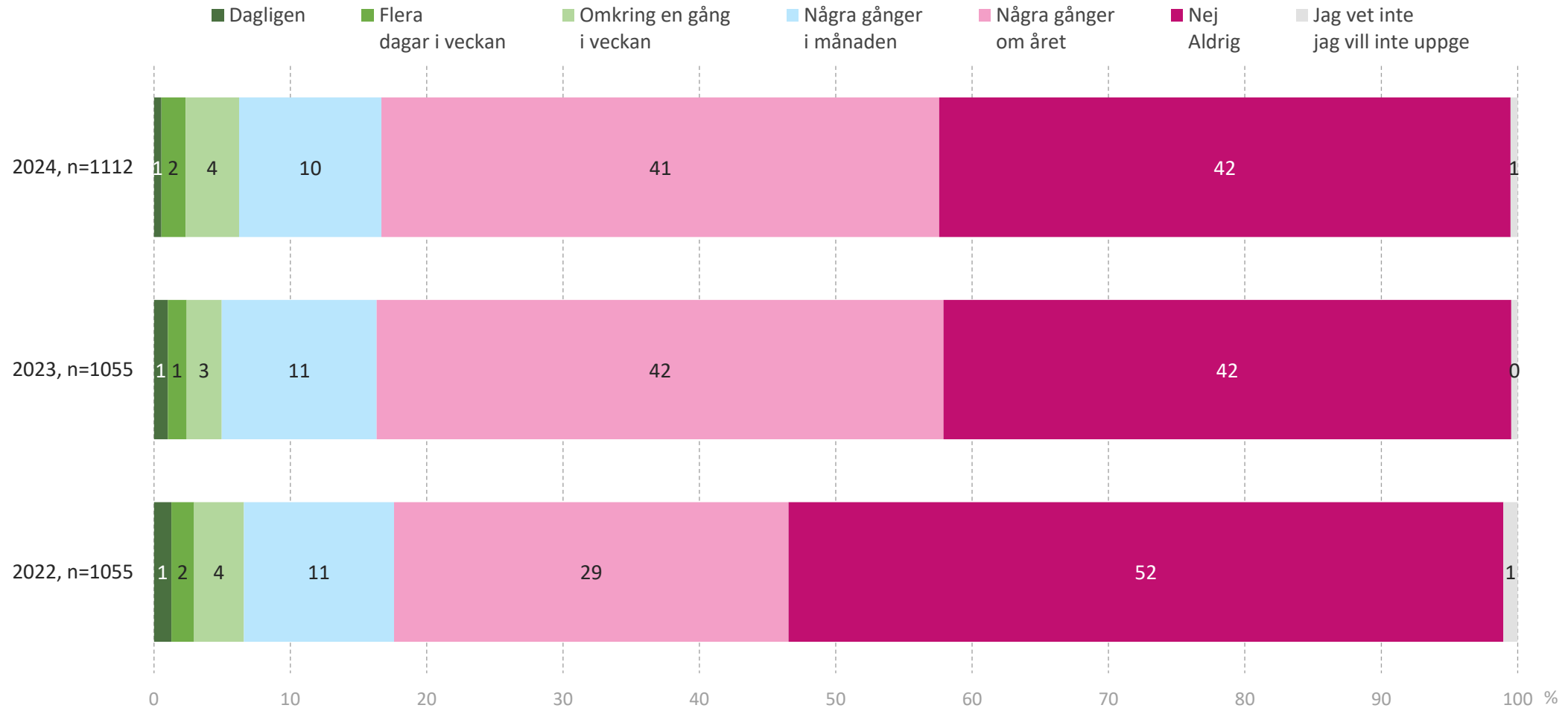


n = alla respondenter

Hur ofta känner du dig utanför? Upplever du detta...

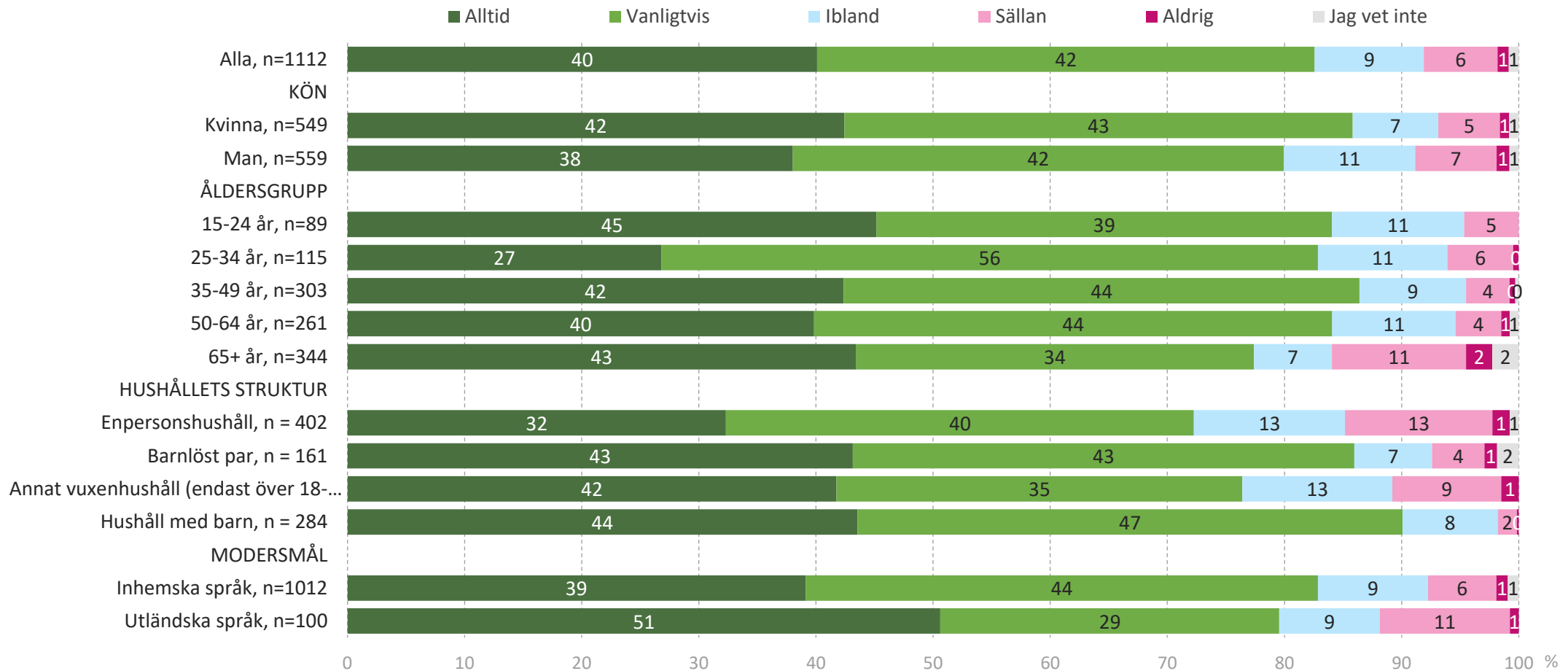


Hur ofta känner du dig utanför? Upplever du detta...



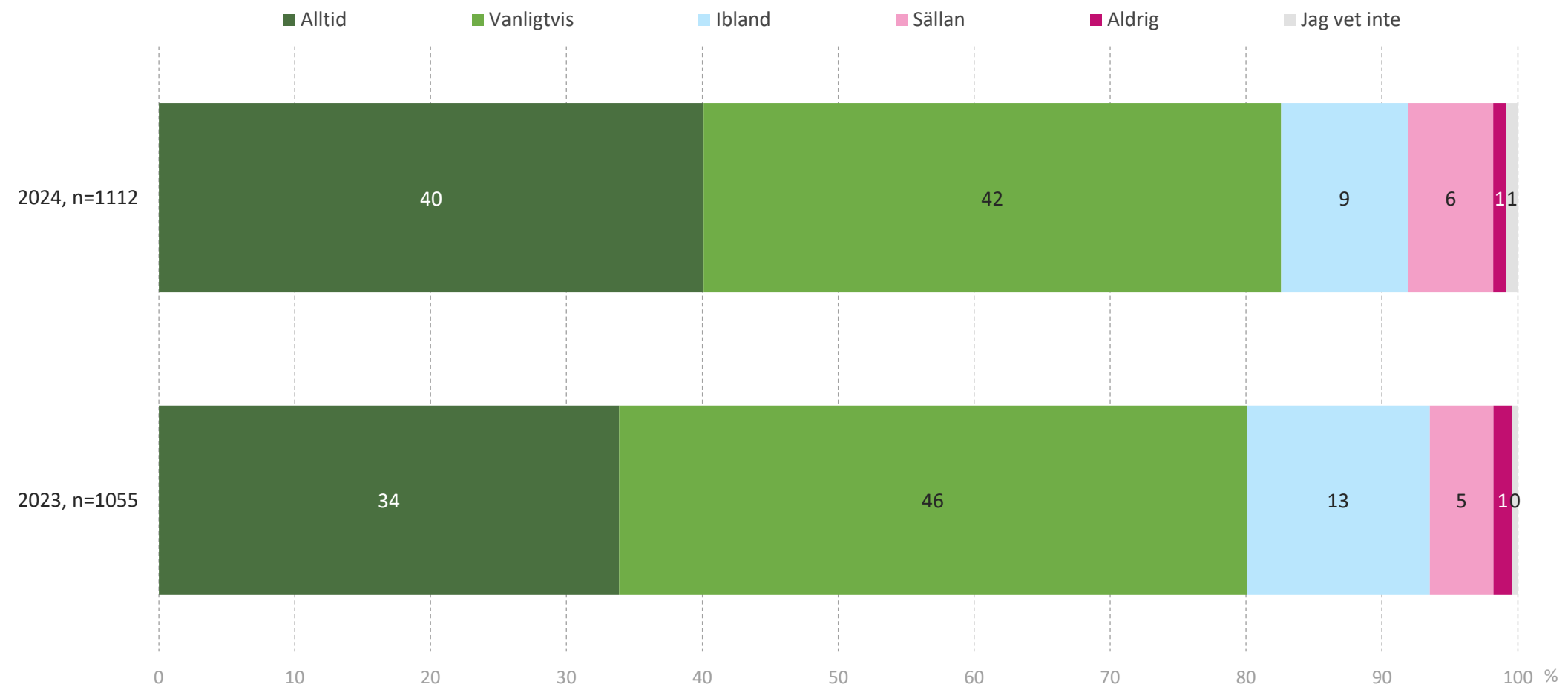
n = alla respondenter

Jag hittar sällskap då jag vill ha sällskap: hur ofta detta upplevs



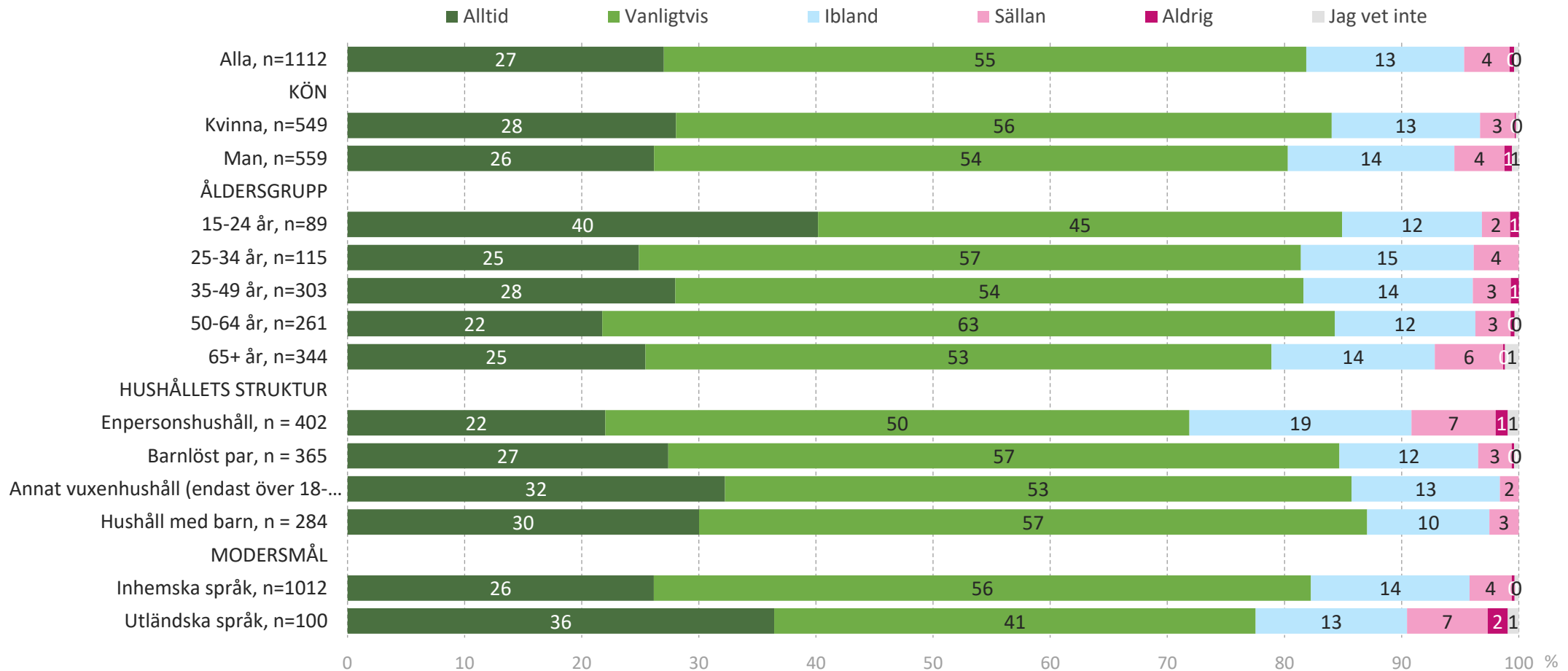
n = alla respondenter

Jag hittar sällskap då jag vill ha sällskap: hur ofta detta upplevs



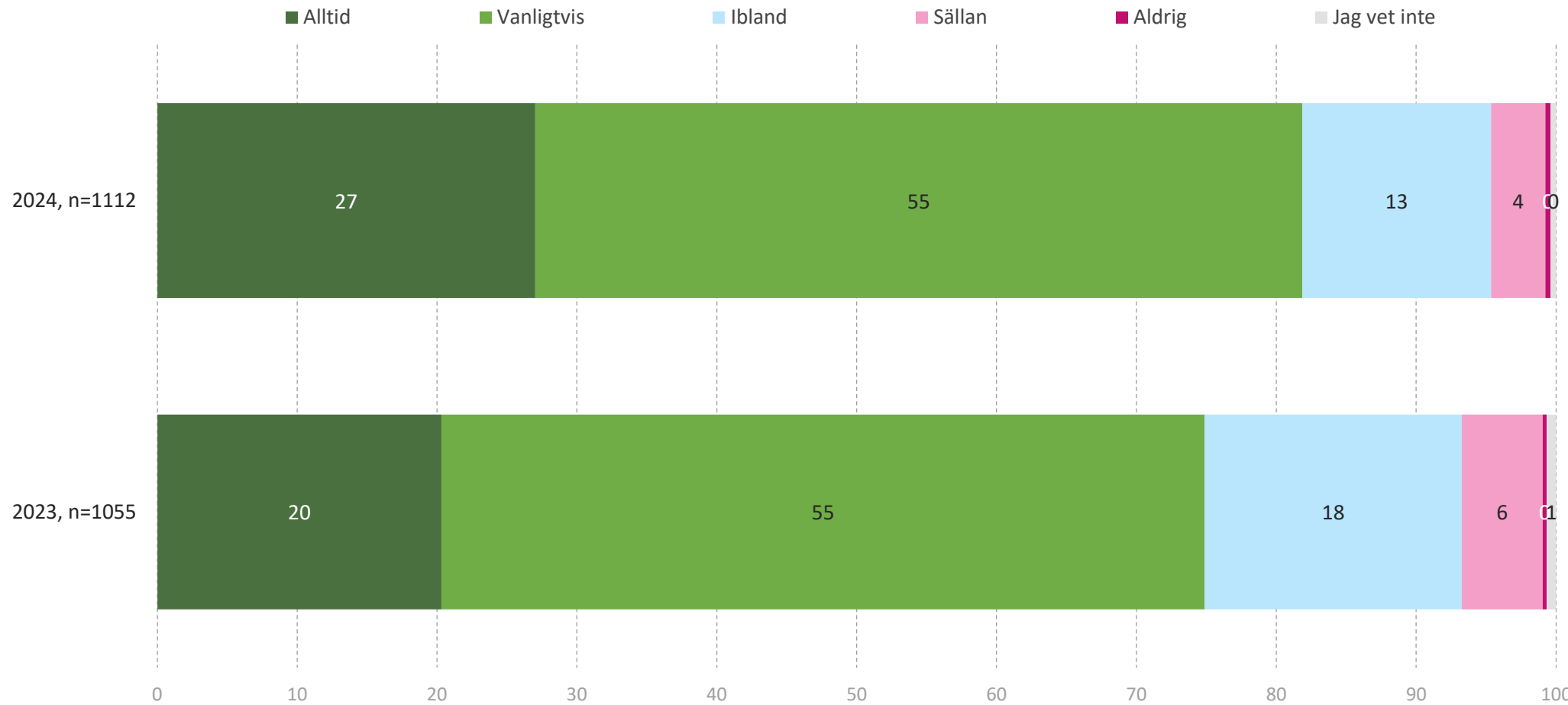
n = alla respondenter

Det finns människor som verkligen förstår mig: hur ofta detta upplevs



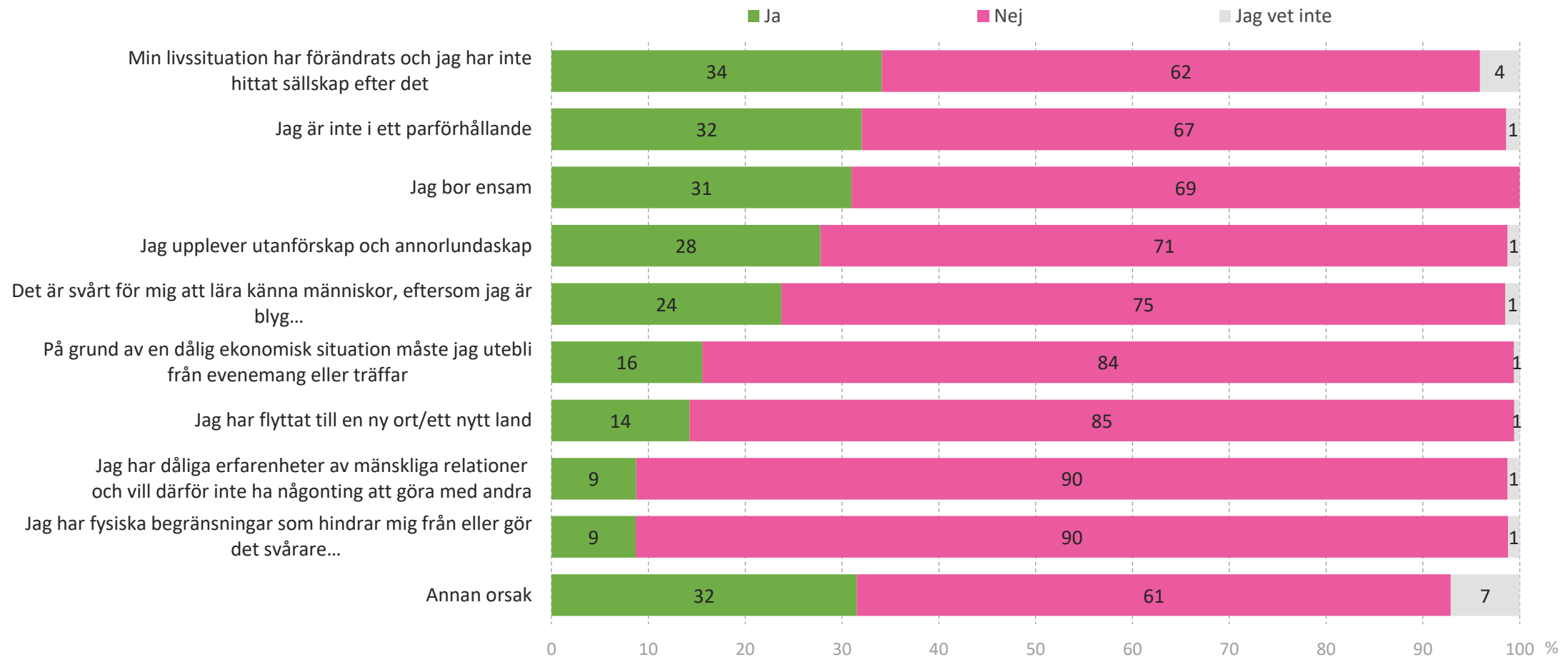
n = alla respondenter

Det finns människor som verkligen förstår mig: hur ofta detta upplevs



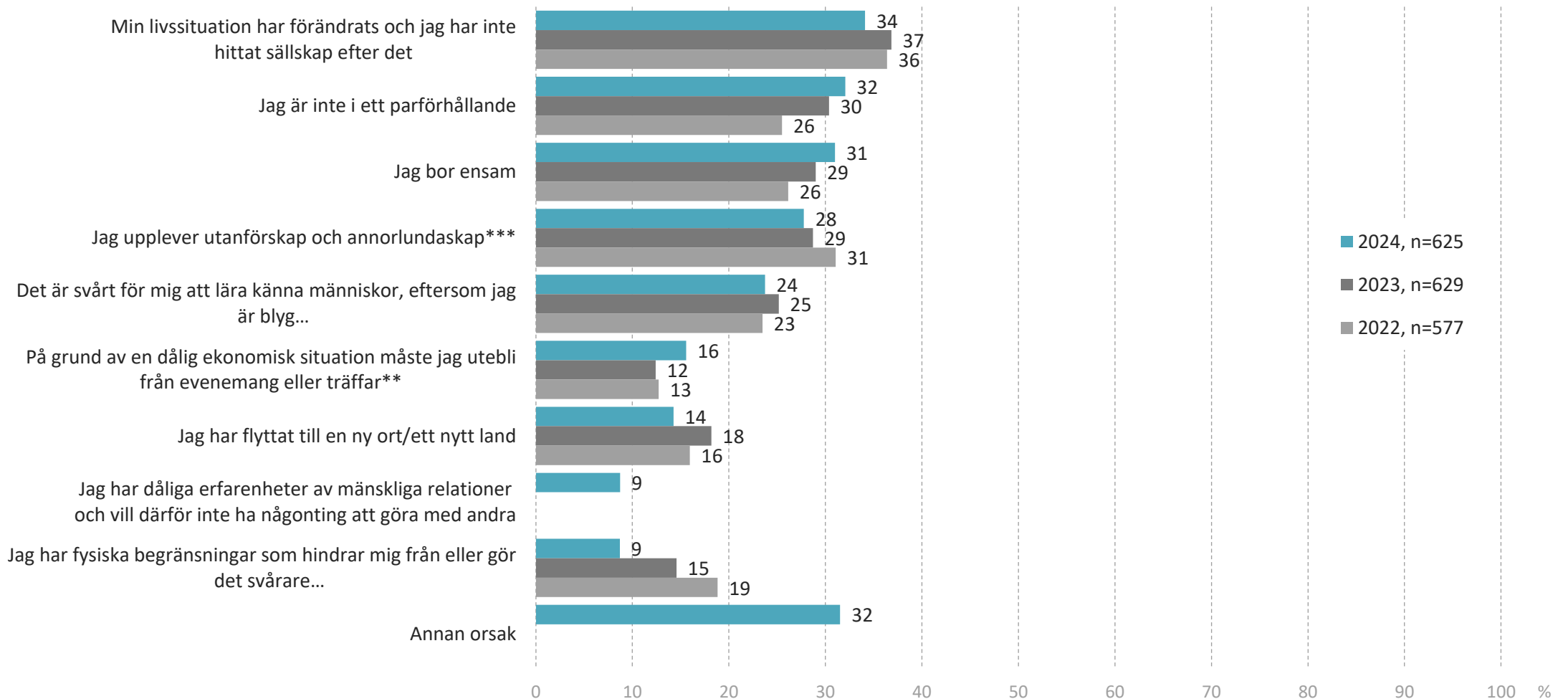
n = alla respondenter

Vad tror du att din ensamhet beror på?



Vad tror du att din ensamhet beror på?

Ja-svar



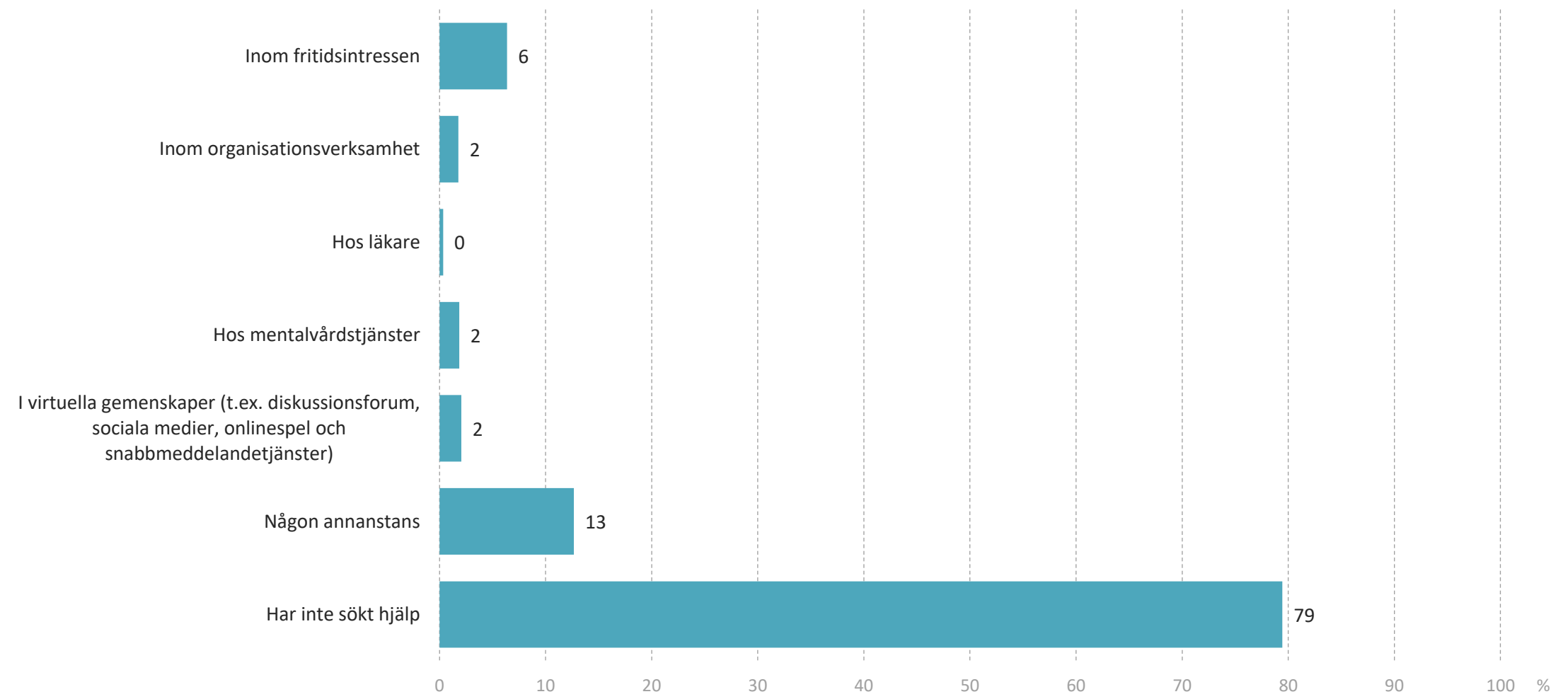
n = har upplevt ensamhet ibland

*) år 2022-2023 Jag har begränsningar som hindrar mig från eller gör det svårare för mig att lära känna nya människor.

***) år 2022-2023 Min ekonomiska situation hindrar mig från att delta i hobbyer eller verksamhet där jag kan lära känna nya människor.

****) år 2022-2023 Jag har inte hittat likasinnade och pålitliga människor eller vänner och känner mig utanför

Om du har sökt hjälp för din ensamhet, var har du gjort det?



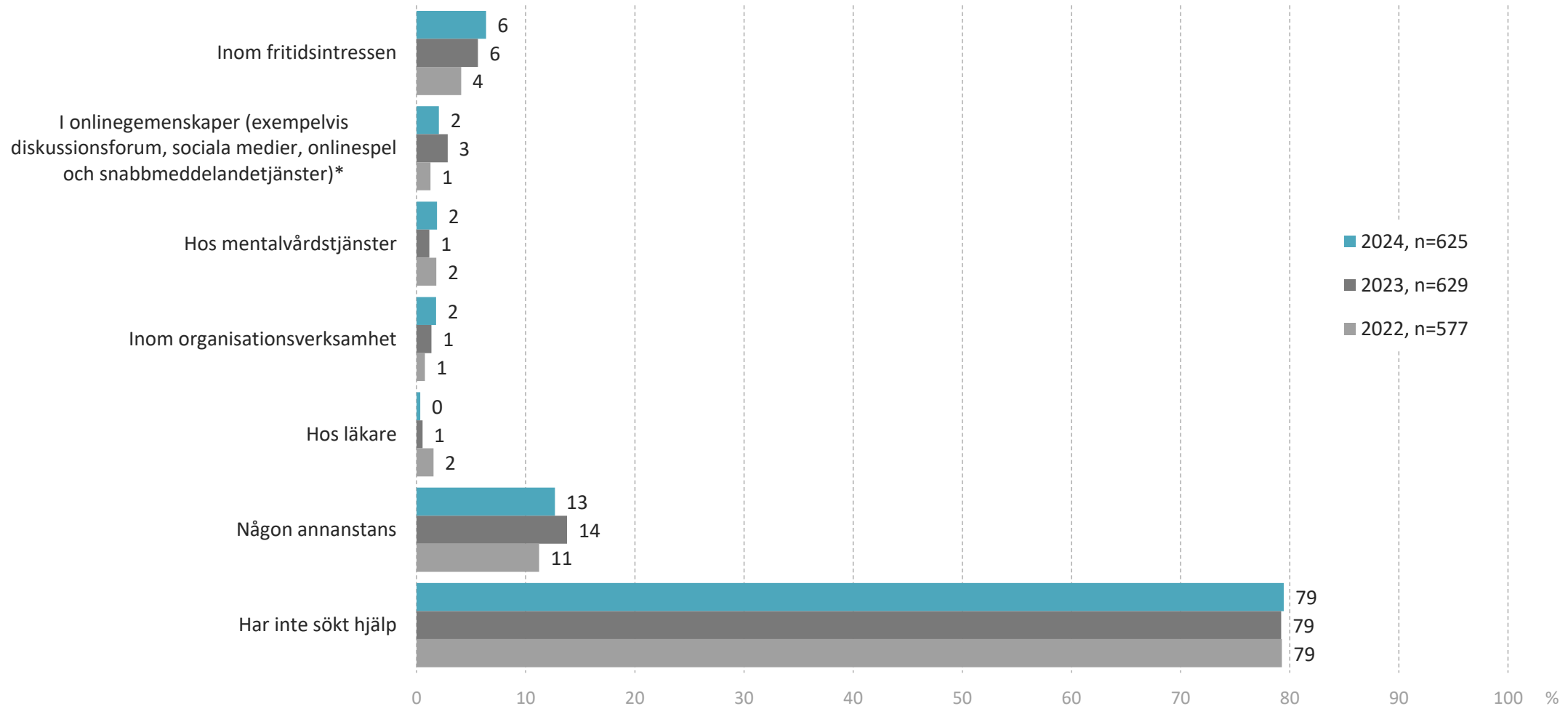
Har upplevt ensamhet ibland, n=625

Om du har sökt hjälp för din ensamhet, var har du gjort det?

	KÖN			ÅLDERSGRUPP					HUSHÅLLETS STRUKTUR			MODERSMÅL		
	Alla, n=625	Kvinna, n=325	Man, n=296	15–24 år, n=63	25–34 år, n=78	35–49 år, n=167	50–64 år, n=139	65+ år, n=178	En persons hushåll, n=275	Barnlöst par, n=175	Annat vuxenhushåll (endast över 18-åringar), n=34	Hushåll där barn, n=141	Inhemska språk, n=571	Utländska språk, n=54
Inom fritidsintressen	6	7	5	2	4	11	7	7	4	9	5	7	6	9
I nätgemenskaper (t.ex. diskussionsforum, sociala medier, onlinespel och snabbmeddelandetjänster)	2	2	3	1	2	2	4	2	3	2	0	1	2	7
Hos mentalvårdstjänster	2	2	2	3	5	0	1	1	3	2	3	1	2	0
Inom organisationsverksamhet	2	2	1	4	0	2	1	2	2	1	7	1	2	3
Hos läkare	0	0	0	0	1	0	0	1	0	1	0	1	0	0
Någon annanstans	13	13	11	11	11	9	14	16	19	12	7	7	12	15
Har inte sökt hjälp	79	79	81	79	82	81	80	76	74	80	78	87	80	77

min % max

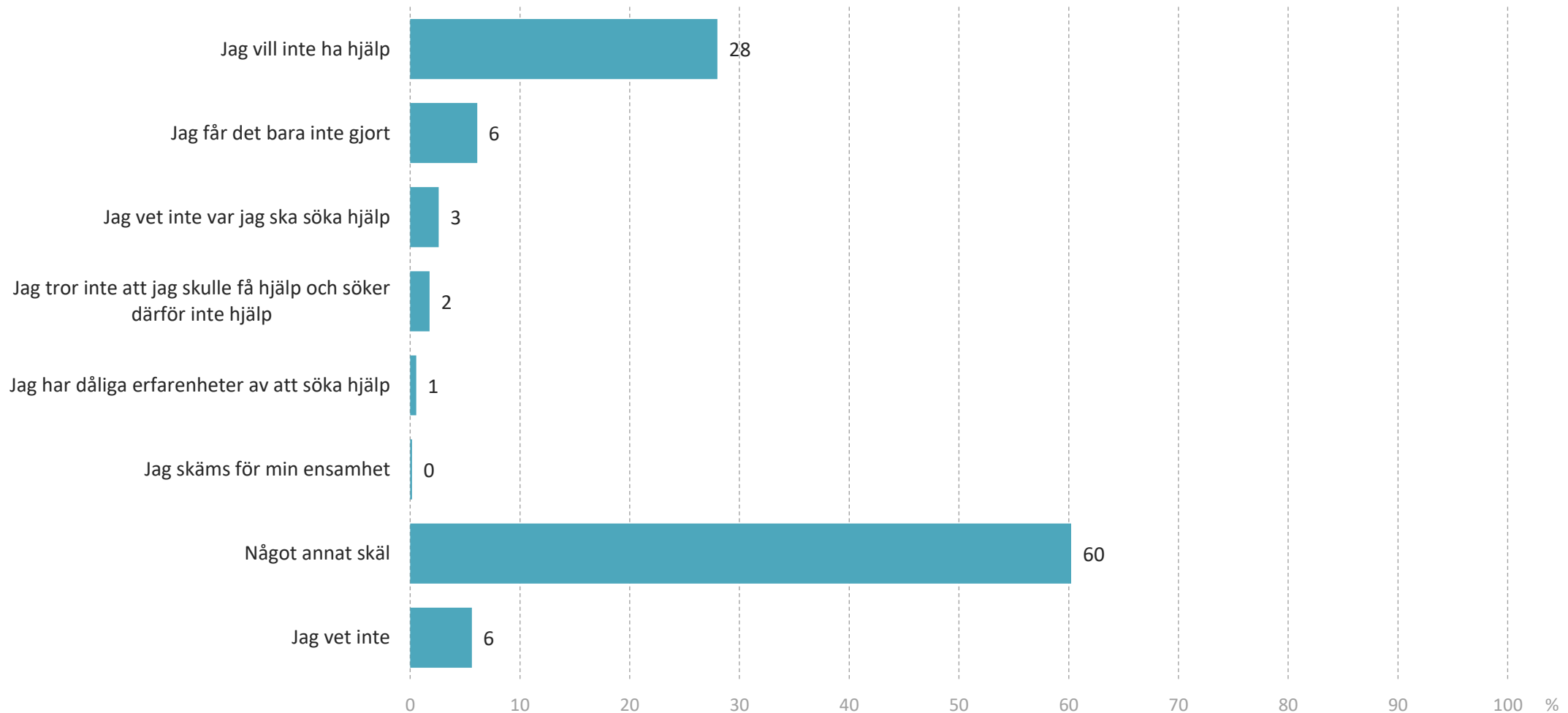
Om du har sökt hjälp för din ensamhet, var har du gjort det?



n = har upplevt ensamhet ibland

*) år 2022-2023 I virtuella gemenskaper (t.ex. diskussionsforum, sociala medier, onlinespel och snabbmeddelandetjänster)

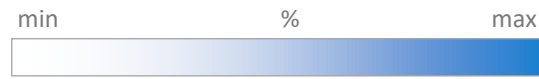
Om du inte har sökt hjälp mot ensamheten, varför inte?



Har upplevt ensamhet ibland, men har inte sökt hjälp, n=489

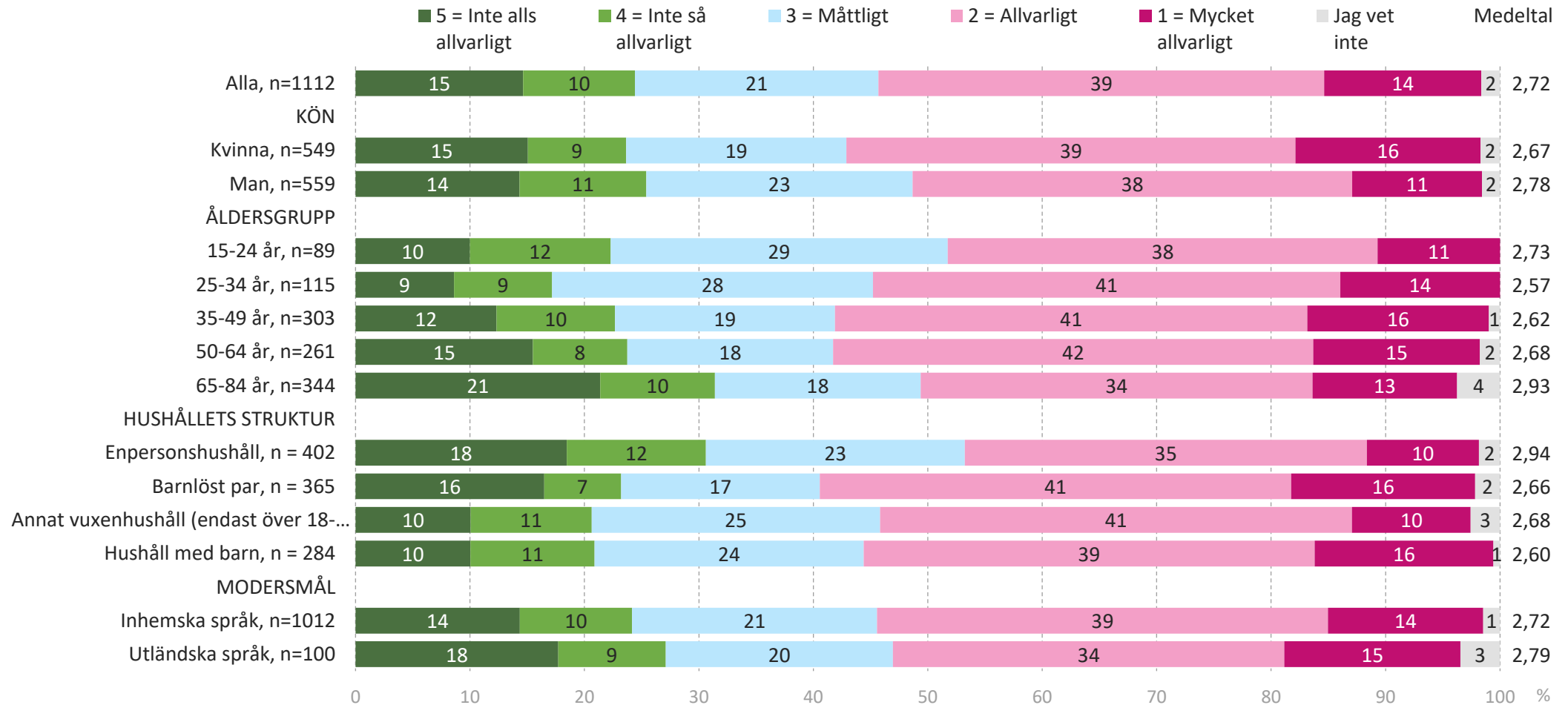
Om du inte har sökt hjälp mot ensamheten, varför inte?

	KÖN		ÅLDERSGRUPP					HUSHÅLLETS STRUKTUR			MODERSMÅL			
	Alla, n=489	Kvinna, n=252	Man, n=235	15–24 år, n=48	25–34 år, n=64	35–49 år, n=132	50–64 år, n=110	65+ år, n=135	En persons hushåll, n=202	Barnlöst par, n=139	Annat vuxenhushåll (endast över 18-åringar) n=28*	Hushåll där barn, n=120	Inhemska språk, n=449	Utländska språk, n=40
Jag vill inte ha hjälp	28	25	30	27	32	29	21	31	28	30	20	29	28	30
Jag får det bara inte gjort	6	5	8	11	4	7	6	4	9	3	9	6	6	7
Jag vet inte var jag ska söka hjälp	3	2	3	2	2	2	1	5	5	1	0	2	2	7
Jag tror inte att jag skulle få hjälp och söker därför inte hjälp	2	1	2	3	2	1	3	1	3	3	0	0	1	7
Jag har dåliga erfarenheter av att söka hjälp	1	1	0	0	0	1	1	0	1	1	0	0	1	0
Jag skäms för min ensamhet	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	2	0	0	0
Något annat skäl	60	65	55	59	59	59	69	57	58	63	59	60	61	48
Jag vet inte	6	5	6	3	5	5	4	9	4	6	13	5	6	4



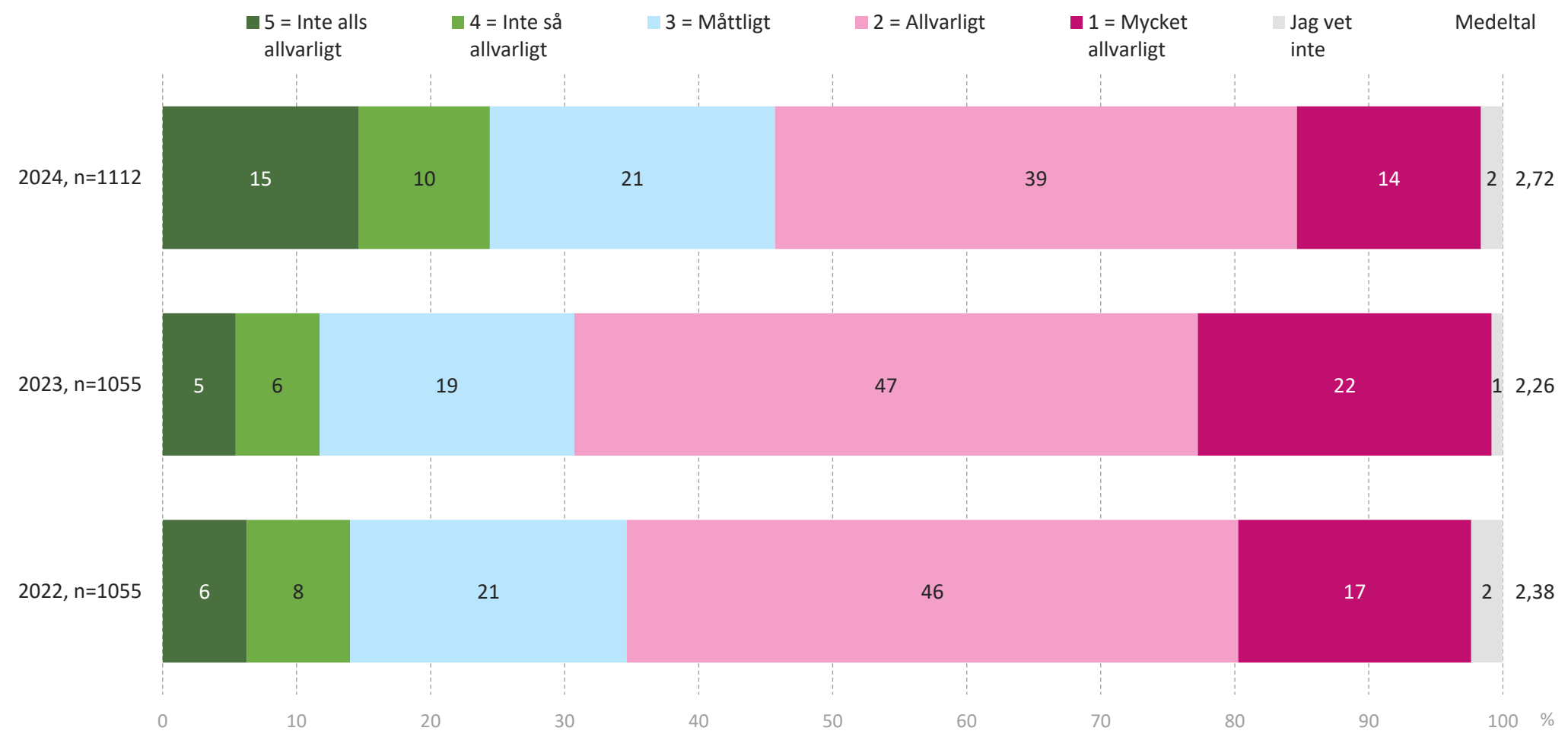
*) Lågt antal respondenter, resultatet riktgivande

Hur allvarligt anser du att problemet med ensamhet är?



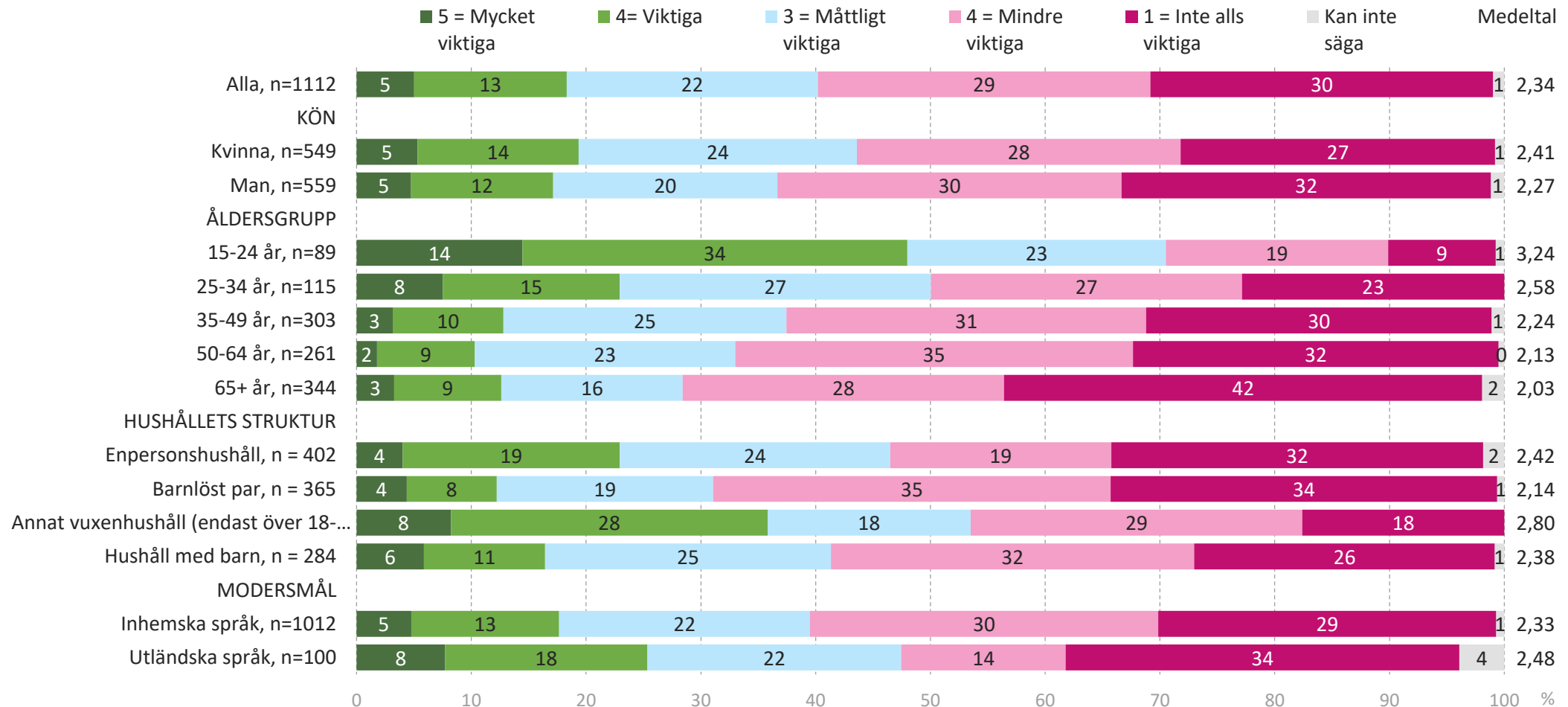
n = alla respondenter

Hur allvarligt anser du att problemet med ensamhet är?



n = alla respondenter

Upplever du att sociala medier, onlinespel eller andra onlinegemenskaper är viktiga för dina vänrelationer?



n = alla respondenter

Bilagor

Taloustutkimus allmänna kvalitetssäkring av separata undersökningar

Kvalitetssäkring

Taloustutkimus behandlar alltid alla uppgifter som anknyter till undersökningar och som erhållits från kunderna samt uppstått i samband med undersökningarna strikt konfidentiellt.

SGS Fimko har beviljat Taloustutkimus branschcertifikatet ISO 20252, och samtliga faser av detta projekt genomförs i enlighet med denna standard samt finländsk lagstiftning.

Därtill har Taloustutkimus förbundit sig att följa de internationella regler för marknadsundersökningar som Internationella Handelskammaren ICC och ESOMAR tillsammans har publicerat.

http://www.esomar.org/uploads/public/knowledge-and-standards/codes-and-guidelines/ICCESOMAR_Code_English_.pdf

ICC, International Chamber of Commerce
ESOMAR, European Society for Opinion and Marketing Research (www.esomar.org)

Avtal om behandling av uppgifter

Priset för det uppdrag som denna offert/detta avtal gäller innefattar att man i uppdraget tillämpar mallen för avtalet om behandling av uppgifter som utarbetats av Taloustutkimus Oy. Om beställaren vill använda dokumentmallar som utarbetats av någon annan har Taloustutkimus Oy rätt att debitera timavgift för den tid som går åt till att studera och kommentera dem.

Quality guarantee

- SGS Fimko has granted Taloustutkimus Oy ISO 20252 certificate. This research project has been conducted according to ISO 20252 standard and Finnish law.
- All information we receive during this research process is kept strictly confidential at Taloustutkimus Oy. This concerns both the client specific information and the information from respondents or other sources.
- Taloustutkimus Oy also follows ICC/ESOMAR International Code of Marketing and Social Research Practice.
- Taloustutkimus has not used sub-suppliers in this research project.

TABELL ÖVER SIGNIFIKANSGRÄNSER PÅ 95 PROCENTS NIVÅ

% -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

Exempel 1

Om 5 procent av tusen respondenter har köpt en produkt är felmarginalen ±1,4 procentenheter. Bland hela befolkningen finns det därför 3,6–6,4 procent som har köpt produkten vid en signifikansnivå på 95 procent.

Exempel 2

Före undersökningen antas att produktens marknadsandel är cirka 15 procent. Man vill ta reda på saken med en ±1 procentenhets noggrannhet. För undersökningen behövs 5 000 respondenter.

Exempel 3

a) I en respondentgrupp på tusen personer är 150 i åldern 15–19 år, och av dessa uppger 10 procent att de regelbundet köper produkten X. Den verkliga andelen köpare med en signifikansnivå på 95 procent är 10 procent ±4,9, det vill säga 5,1–14,9 procent.

b) Om urvalsstorleken var hälften så stor, det vill säga 500 personer, skulle antalet respondenter i åldern 15–19 år vara 75 och den verkliga andelen köpare 10 procent ±6,9, det vill säga 3,1–16,9 procent.

SIGNIFIKANSTABELL PÅ 95 PROCENTS NIVÅ ÖVER SKILLNADERNA MELLAN RESULTATEN AV TVÅ OLIKA UNDERSÖKNINGAR

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

Med hjälp av dessa tabeller kan man bedöma signifikansen av olika stora urval och av skillnaderna i de procenttal som erhållits med hjälp av olika undersökningar.

Man väljer alltid den tabell där p (= procenttalet) är närmast det erhållna resultatet/den erhållna andelen.

EXEMPEL

Två olika undersökningar genomfördes vid olika tidpunkter. I den ena deltog 250 personer och i den andra 1 000. Produktens marknadsandel var 37 procent i den mindre undersökningen och 35 procent i den större.

För granskningen väljs den tabell där p = 40 eller 60 procent, eftersom de erhållna resultaten ligger närmast det. I tabellen ser man vilket tal som finns i skärningspunkten mellan 1 000 och 250. I det här fallet skulle signifikansen av skillnaden mellan resultaten ha krävt en skillnad på 6,8 procentenheter, vilket innebär att skillnaden mellan resultaten av de genomförda undersökningarna (2 procentenheter) inte var signifikant.

Telebud/frågor om bakgrundsuppgifter 2023

Kön:

- 1 kvinna
- 2 man

Ålder: _____ år

Standardindelning:

- 1 15–24 år
- 2 25–34 år
- 3 35–49 år
- 4 50–79 år

Boendekommun:

- 1 Helsingfors
- 2 Esbo, Vanda eller Grankulla
- 3 Annan kommun i huvudstadsregionen
- 4 Åbo eller Tammerfors
- 5 Annan stad med över 50 000 invånare
- 6 Annan stad
- 7 Annan kommun

Storområde:

- 1 Helsingfors-Nyland
- 2 Södra Finland
- 3 Västra Finland
- 4 Norra och Östra Finland

Utbildning:

- 1 Grund-/mellan-/folk-/medborgarskola
- 2 Yrkeskola/teknisk skola/handelsskola
- 3 Student/gymnasium
- 4 Institutnivå
- 5 Yrkehögskola
- 6 Universitet, högskola

Landskap:

- 1 Nyland
- 2 Egentliga Finland
- 4 Satakunta
- 5 Egentliga Tavastland
- 6 Birkaland
- 7 Päijänne-Tavastland
- 8 Kymmenedalen
- 9 Södra Karelen
- 10 Södra Savolax
- 11 Norra Savolax
- 12 Norra Karelen
- 13 Mellersta Finland
- 14 Södra Österbotten
- 15 Österbotten
- 16 Mellersta Österbotten
- 17 Norra Österbotten
- 18 Kajanaland
- 19 Lappland

Yrke/ställning:

- 1 Lantbrukare
- 2 Anställd
- 3 Tjänsteman
- 4 Högre tjänsteman/sakkunnig
- 5 Företagare
- 6 Ledande ställning
- 7 Hemmamamma/-pappa
- 8 Studerande/skolelev
- 9 Pensionär
- 10 Arbetslös

Hushållets struktur:

- 1 Enpersonshushåll
- 2 Barnlöst par
- 3 (Annat) vuxenhushåll (endast över 18-åringar)
- 4 Hushåll med barn

Hushållets storlek:

1–9 + personer

Ålder på de barn som bor hemma:

0–17 år

Hushållets bruttoinkomster:

- 1 Under 10 001 euro/år
- 2 10 001–15 000 eur/år
- 3 15 001–20 000 eur/år
- 4 20 001–25 000 eur/år
- 5 25 001–30 000 eur/år
- 6 30 001–35 000 eur/år
- 7 35 001–40 000 eur/år
- 8 40 001–45 000 eur/år
- 9 45 001–50 000 eur/år
- 10 50 001–55 000 eur/år
- 11 55 001–60 000 eur/år
- 12 60 001–70 000 eur/år
- 13 70 001–80 000 eur/år
- 14 80 001–90 000 eur/år
- 15 Över 90 000 euro/år
- 16 Kan inte säga/vill inte svara

Förvärvsarbetar respondenten för närvarande på hel- eller deltid?

- 1 På heltid
- 2 På deltid
- 3 Förvärvsarbetar inte

Tack



Tuomo Turja Business Director
tfn 010 758 5208
tuomo.turja@taloustutkimus.fi

www.taloustutkimus.fi

