



# Paikallisten asenteet Oulun matkailuun, tapahtumiin ja kulttuuriin -tutkimus 2025

28.1.2026 BusinessOulu

# Sisällysluettelo

Tutkimuksen toteutus	3
Vastaajarakenne	4
Yhteenveto	5
Oululaisten suhtautuminen matkailuun, kulttuuriin ja tapahtumiin	8
Oulu matkailukaupunkina	12
Kestävä matkailu ja ilmastonmuutos	24
Oulun matkailun kehittäminen	28
Oulun saavutettavuus ja liikkuminen	34
Oulun merkityksellisin paikka	38
Matkailun vaikutus Ouluun	42
Matkailusta syntyvät haitat	45
Oulu 2026	50
Tapahtumat	56
Liitteet	

Taloustutkimus Oy on toteuttanut tämän tutkimuksen Oulun kaupungin / BusinessOulun toimeksiannosta.

Tutkimuksen tavoitteena on selvittää oululaisten suhtautumista matkailuun, kulttuuriin ja tapahtumiin. Tutkimusta ei ole tehty aiemmin.

Tiedonkeruu on tehty internetpaneelitutkimuksena 19.-26.11.2025 välisenä aikana.

Kohderyhmä on 15 vuotta täyttäneet oululaiset, joita on vastaajina 771 kpl.

Tutkimusaineisto on käsitelty tilastollisesti ja eri kohderyhmien välisten mielipide-erojen tilastollinen merkitsevyys on testattu T-testillä. Vastausaineisto on painotettu kohderyhmää vastaavaksi sukupuolen ja iän perusteella.

Tutkimuksen virhemarginaali kokonaistuloksen osalta on korkeintaan +/- 3,5 prosenttiyksikköä. Eri kohderyhmien osalta virhemarginaali on tarkasteltava erikseen. Tätä varten laadittu luotettavuusrajataulukko on tutkimusraportin liitteenä.

Taloustutkimuksen laadunvarmistuskuvaus on liitteessä.

Yhteyshenkilönä Taloustutkimuksessa tässä projektissa toimi Senior Insight Manager Timo Myllymäki, etunimi.sukunimi@taloustutkimus.fi.



# Vastaajien taustatiedot

Kaikki vastaajat, n=771, N=182 000

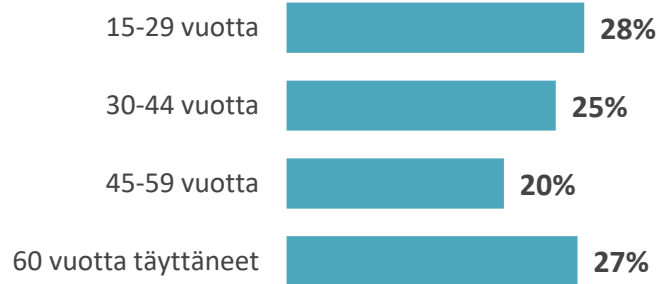
## SUKUPUOLI



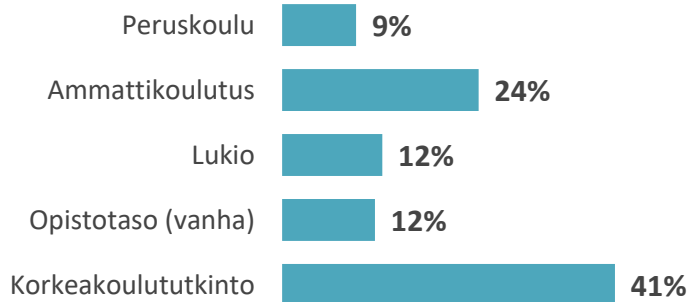
50 % 49 %

Muu/ei halua sanoa: 1%

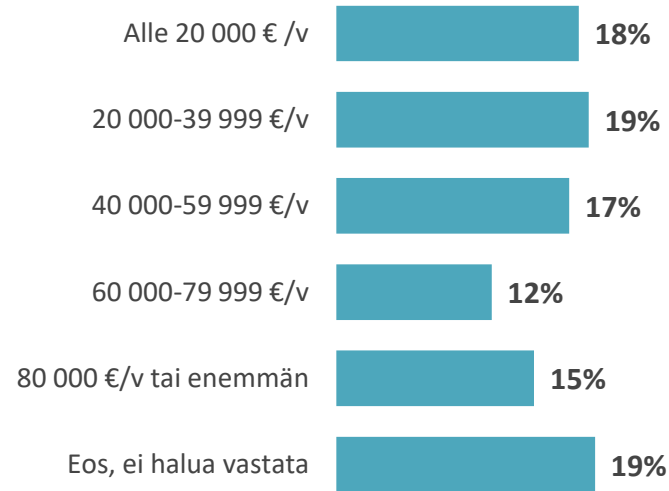
## IKÄ



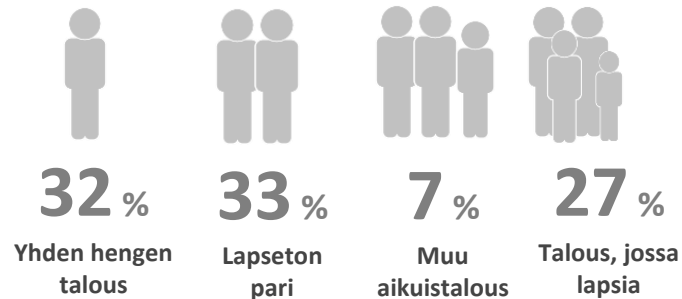
## KOULUTUS



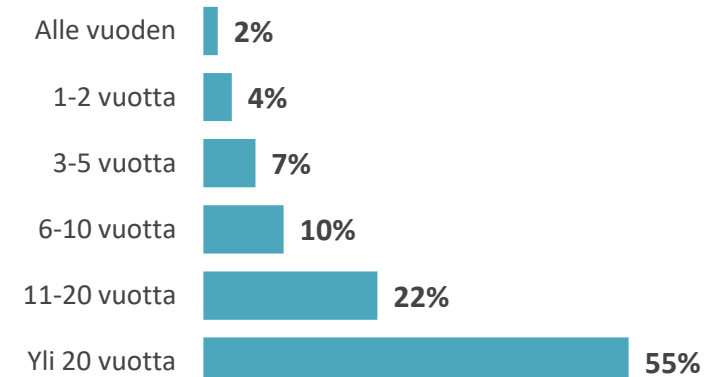
## TALouden BRUTTOTULOT



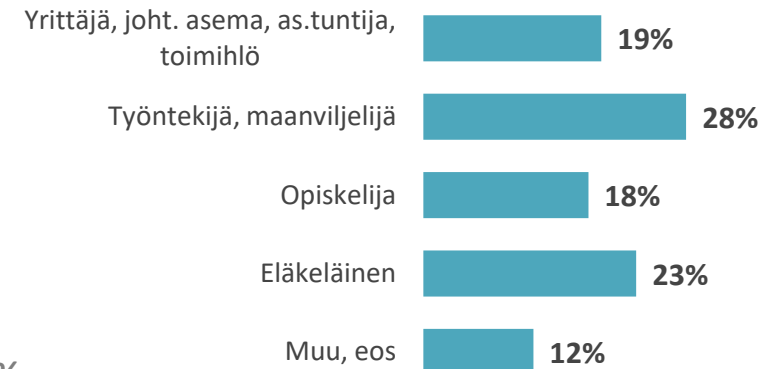
## TALouden ELINVAIHE



## KUINKA KAUAN ASUNUT OULUSSA?



## AMMATTI



# Oululaisten matkailuasenteet - yhteenveto

- Lähes yhdeksän kymmenestä oululaisesta suhtautuu matkailuun sekä kulttuuriin ja tapahtumiin yleisellä tasolla **myönteisesti**.
- Oulua matkailukaupunkina arvioidaan tyydyttävänä, oululaiset ovat kriittisempiä Oulua kohtaan kuin suomalaiset yleensä. Yli puolet vastaajista kokee kuitenkin, että Oulu on matkailukaupunkina kehittynyt myönteisesti. Useimpien mielestä Oulussa on hyvät majoitusmahdollisuudet, ilmapiiri ja mukavat ihmiset. Oulun matkailuviestintä nähdään myös myönteisesti.
- Kahdeksan kymmenestä ajattelee **myönteisesti** sitä, että matkailu ja matkailijoiden määrä **lisääntyisi**.
- Kolme neljästä **mielellään auttaa ja opastaa** matkailijoita Oulussa. Lähes kolme neljästä **tuntee ylpeyttä** siitä, että matkailijat tulevat Ouluun.
- Kestävä kehitys ja matkailu jakaa mielipiteitä, toisaalta seitsemän kymmenestä oululaisista mielestä toiminnan kestävyys ja vastuullisuus tulee matkailussa huomioida ehdottomasti, mutta kolme kymmenestä itse huomioi vaikutukset ilmastonmuutokseen varatessaan matkaa.
- Matkailun kehittämistä Oulussa kannattaa seitsemän kymmenestä, se koetaan **yhdeksi tärkeimmistä elinkeinoista** Oulussa. Tähän liittyen hotellien määrän kasvua pidetään Oululle hyvänä asiana. Kehittämistyössä huomioidaan oululaisten mielestä kestävä kehitys ja vaikutukset paikallisiin ihmisiin melko hyvin. Yksityisten majoituspalvelujen tarjonnan lisääntymiseen useampi suhtautuu myönteisesti, mutta myös kielteisesti suhtautuvia on melko paljon. Reilu viidesosa voisi itsekkin olla enemmän mukana matkailuun liittyvässä päätöksenteossa.
- Kulkuyhteyksien ja saavutettavuuden osalta **Oulu nähdään erityisen selvästi junakaupunkina**. Lentämällä ja linja-autollakin kaupunkiin pääsee helposti. Oulussa on ylipäänsä helppo liikkua, myös esteettömästi.
- Oululaisille spontaanisti mainittuna **merkityksellisin paikka**, jota myös vieraille haluttaisiin näyttää, on **Nallikari**. Usein mainitaan lisäksi Torin alue Toripolliisi-patsaineen. Ainolan puisto nousee esiin myös säännöllisesti. Lisäksi erilaisia yksittäisiä paikkoja mainitaan runsaasti.
- Kokonaisuutena **matkailu vaikuttaa Ouluun positiivisesti**, varsinkin kaupungin talouden, kulttuuri- ja vapaa-ajan palvelutarjonnan, merkittävien kulttuuri- tai historiallisten kohteiden säilymisen, viihtyisyyden ja infrastruktuurin osalta. Useimmin neutraalina nähdään vaikutus ilmastoon, luontoon tai asukkaiden elämänlaatuun. Vain vaikutus ilmastoon koetaan useammin negatiivisena kuin positiivisena.
- **Matkailusta syntyy haittoja kaikkiaan 15 prosentille kaupunkilaisista**, ne ovat useimmin epäsiisteyteen, tungoksiin ja yleiseen hälinään liittyviä.

# Oululaisten matkailuasenteet - yhteenveto

- **Oulu 2026 –vuodella on myönteinen vaikutus Oululle**, tätä mieltä on kaksi kolmesta.
- Hanke on **lisännyt** tähän mennessä **joka kolmannen oululaisen ymmärrystä** kulttuurikohteista ja tapahtumista Oulussa. Samansuuruinen osuus kokee, että on ollut riittävästi mahdollisuuksia osallistua kulttuuripääkaupunkivuoteen, joka neljäs haluaa osallistua vuoden toteutukseen.
- **Valtaosa oululaisista** (93 prosenttia) **on osallistunut johonkin tapahtumaan viimeisen vuoden aikana**, useimmin ”ruoka ja juoma” – tapahtumiin ja ”elokuvaan”. Tapahtumia järjestetään useimpien oululaisten mielestä sopivasti, mutta kuitenkin enemmän liian vähän kuin liian paljon. Varsinkin lähitapahtumia vastaajan asuinalueella voisi olla enemmän.
- Yli 80 prosenttia oululaisista kokee **tapahtumien edistävän matkailua ja liiketoimintaa**, noin 75 prosenttia on myös sitä mieltä, että **tapahtumien myötä Oulusta tulee viihtyisämpi paikka asua ja elää**. Oululaiset kannattavat sekä pienten että isojen tapahtumien lisäjärjestämistä.

86 % Oululaisista  
suhtautuu matkailuun  
myönteisesti



Kuva: Visit Oulu

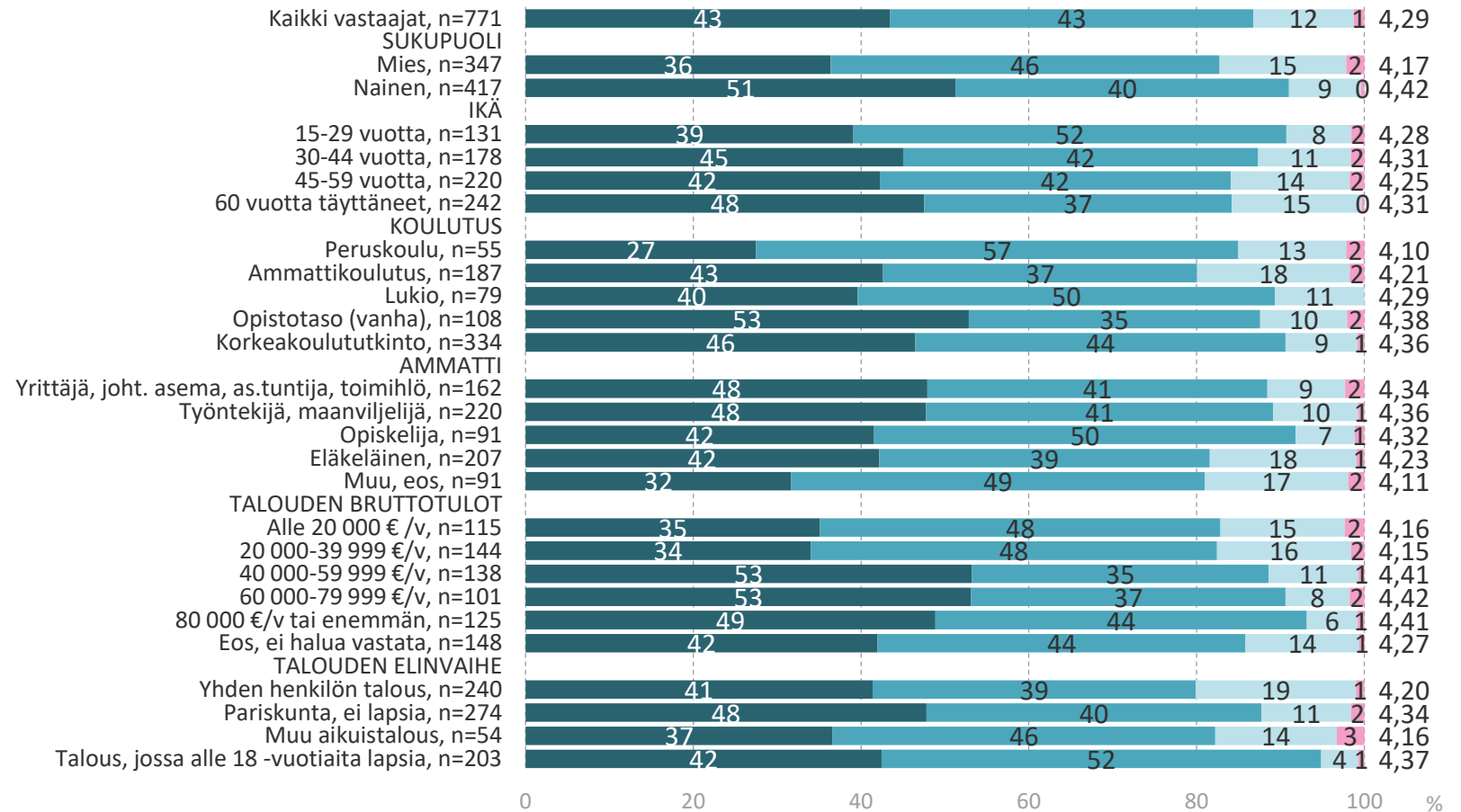
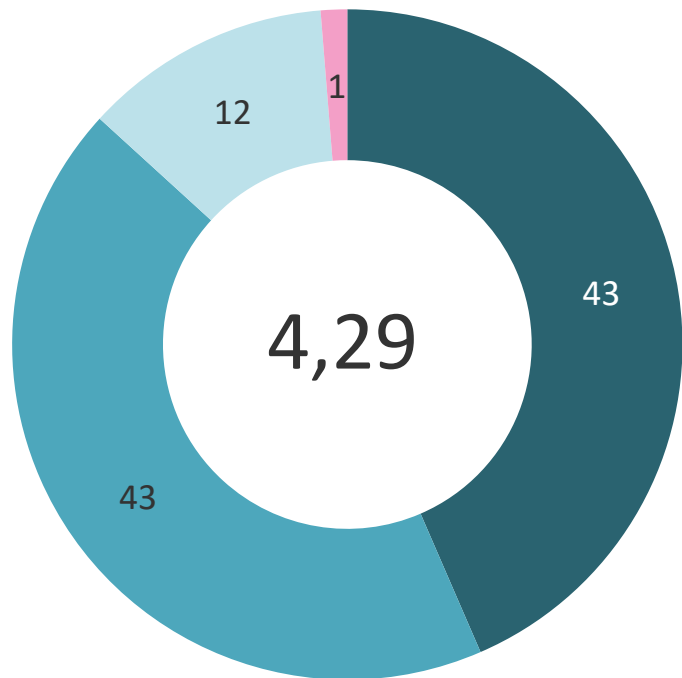
# Miten yleisesti suhtaudut matkailuun? Kulttuuriin ja tapahtumiin?

- Oululaisista 86 prosenttia suhtautuu matkailuun myönteisesti ja vain yksi sadasta kielteisesti. Osuus naisista on 91 prosenttia, miehistä 82 prosenttia.
- Suhtautuminen kulttuuriin ja tapahtumiin on myös yhtä myönteistä, 87 prosenttia suhtautuu myönteisesti ja 2 prosenttia kielteisesti.
- Suhtautuminen sekä matkailuun että kulttuuriin ja tapahtumiin on jonkin verran myönteisempää naisilla kuin miehillä sekä korkeimmin koulutetuilla oululaisilla.

# Oululaiset suhtautuvat matkailuun myönteisesti

## Miten yleisellä tasolla itse suhtaudut matkailuun?

■ 5 erittäin myönteisesti 
 ■ 4 melko myönteisesti 
 ■ 3 en kielteisesti enkä myönteisesti 
 ■ 2 melko kielteisesti 
 ■ 1 erittäin kielteisesti 
 Keskiarvo

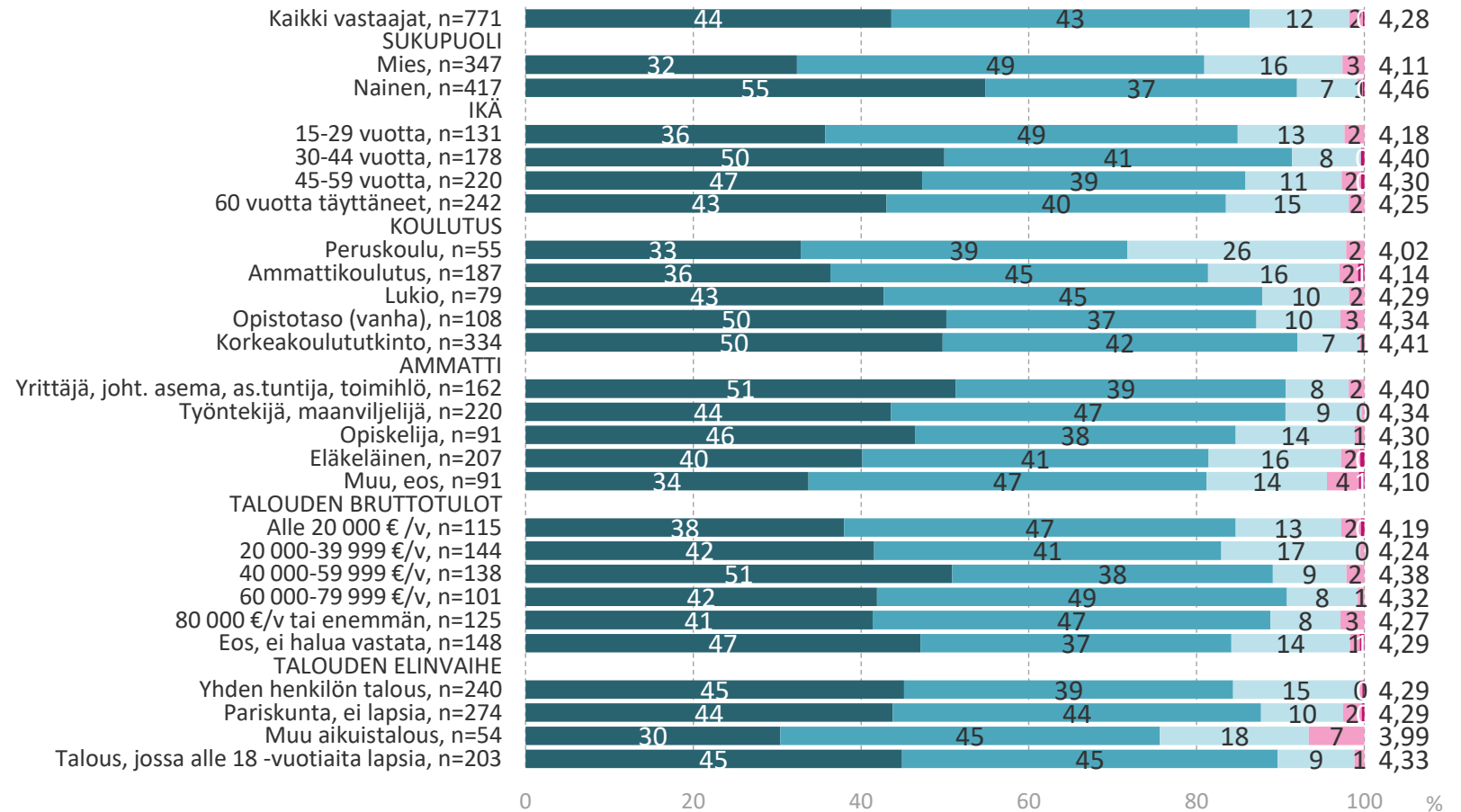
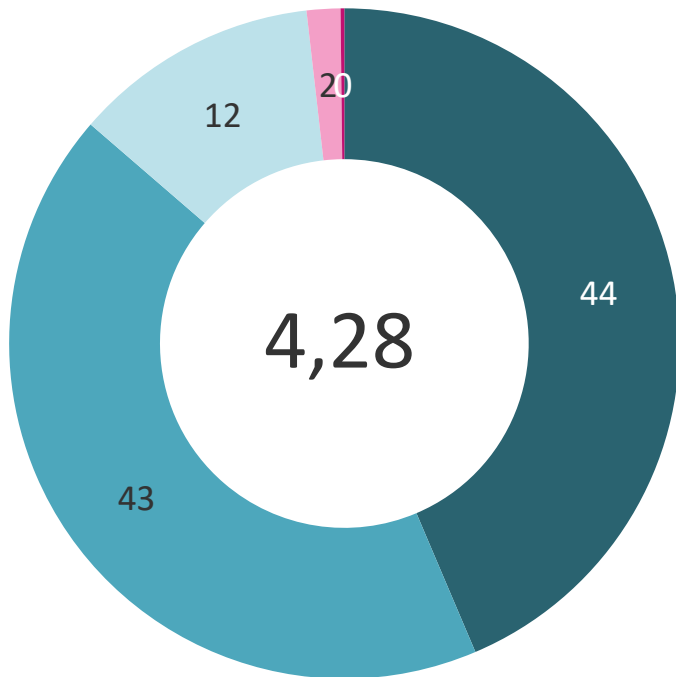


n=kaikki vastaajat

# Oululaiset suhtautuvat kulttuuriin ja tapahtumiin myönteisesti

## Miten yleisesti suhtaudut kulttuuriin ja tapahtumiin?

■ 5 erittäin myönteisesti  
 ■ 4 melko myönteisesti  
 ■ 3 en kielteisesti enkä myönteisesti  
 ■ 2 melko kielteisesti  
 ■ 1 erittäin kielteisesti  
 Keskiarvo



n=kaikki vastaajat

Kouluarvosana Oululle  
matkailukaupunkina  
on 7,39.

Oululaiset ovat kriittisempiä  
Oulua kohtaan kuin  
suomalaiset yleensä,  
yleinen arvosana on 7,94.



Kuva: Visit Oulu

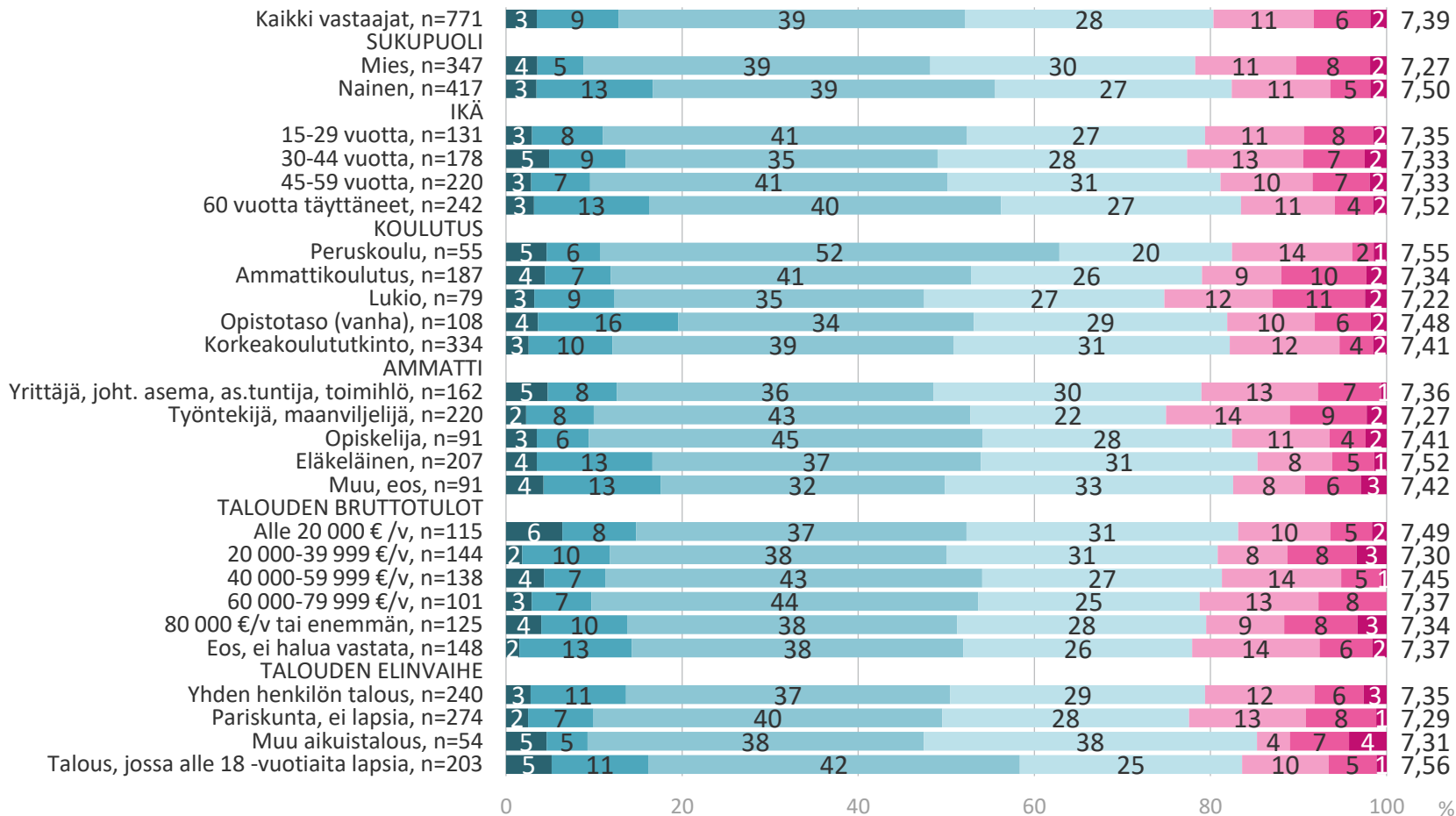
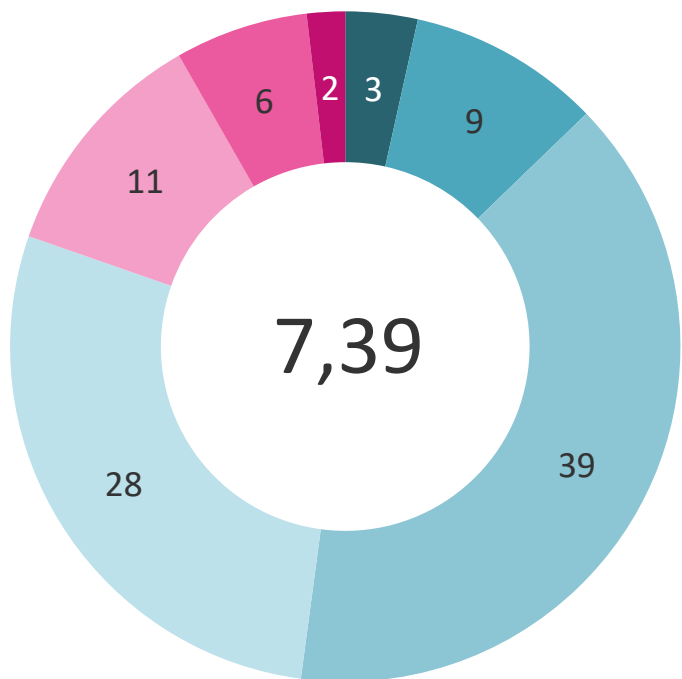
# Millainen kokonaisnäkemys sinulla on Oulusta matkailukaupunkina?

- Kouluarvosanalla 4-10 arvioituna Oulu on asukkaidensa mielestä matkailukaupunkina tyydyttävällä tasolla, keskiarvo on 7,39.
- Taloustutkimuksen Kunnat ja kaupungit matkailukaupunkina 2025 –tutkimuksen perusteella suomalaiset keskimäärin arvioivat Oulua arviolla 7,94. Oululaiset ovat näin ollen omaa kaupunkiaan kohtaan kriittisempiä kuin suomalaiset keskimäärin.
- Naiset miehiä yleisemmin ja 60 vuotta täyttäneet nuorempiaan yleisemmin, arvioivat Oulua hieman paremmilla arvosanoilla. Mitä myönteisempi suhtautuminen matkailuun yleisesti, sitä myönteisemmin myös Oulua arvioidaan.

# Oululaisilla on kotikaupungistaan matkailukaupunkina melko neutraali näkemys

## Millainen kokonaisnäkemys sinulla on Oulusta matkailukaupunkina?

■ 10 erinomainen ■ 9 ■ 8 ■ 7 ■ 6 ■ 5 ■ 4 huono Keskiarvo



n=kaikki vastaajat

66 % Pitää Oulun  
ilmapiiriä ja ihmisiä  
mukavana



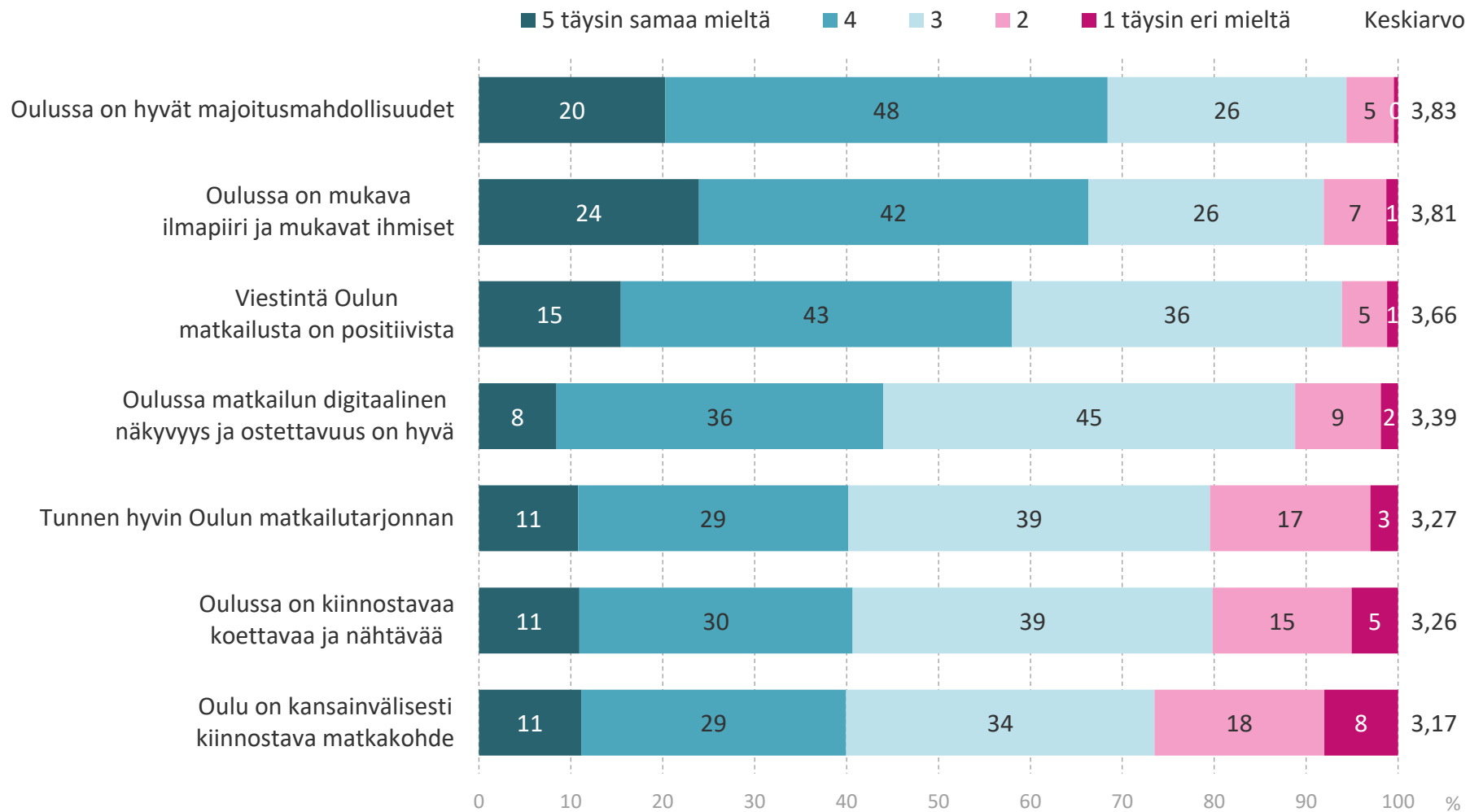
Kuva: Visit Oulu

## Mitkä asiat sopivat kuvaamaan Oulua matkailukaupunkina?

- Oulun matkailun vahvuuksina voidaan pitää helppoja kulkuyhteyksiä, hyviä majoitusmahdollisuuksia ja mukavia ihmisiä. Sen sijaan siinä, miten oululaiset tuntevat koko matkailutarjontaa, riittää vielä tekemistä. Vain alle puolet oululaisista ajattelee myös, että Oulussa on kiinnostavaa koettavaa ja nähtävää.
- Matkailuviestintä on yleisen mielipiteen mielestä positiivista, mutta alle puolet ajattelee, että digitaalinen näkyvyys ja ostettavuus on hyvällä tasolla.

# Matkailuväittämiä sopivuus Ouluun

## Oulu matkailukaupunkina



Kaikki vastaajat, n=771

# Matkailuväittämiä sopivuus Ouluun

## Oulu matkailukaupunkina

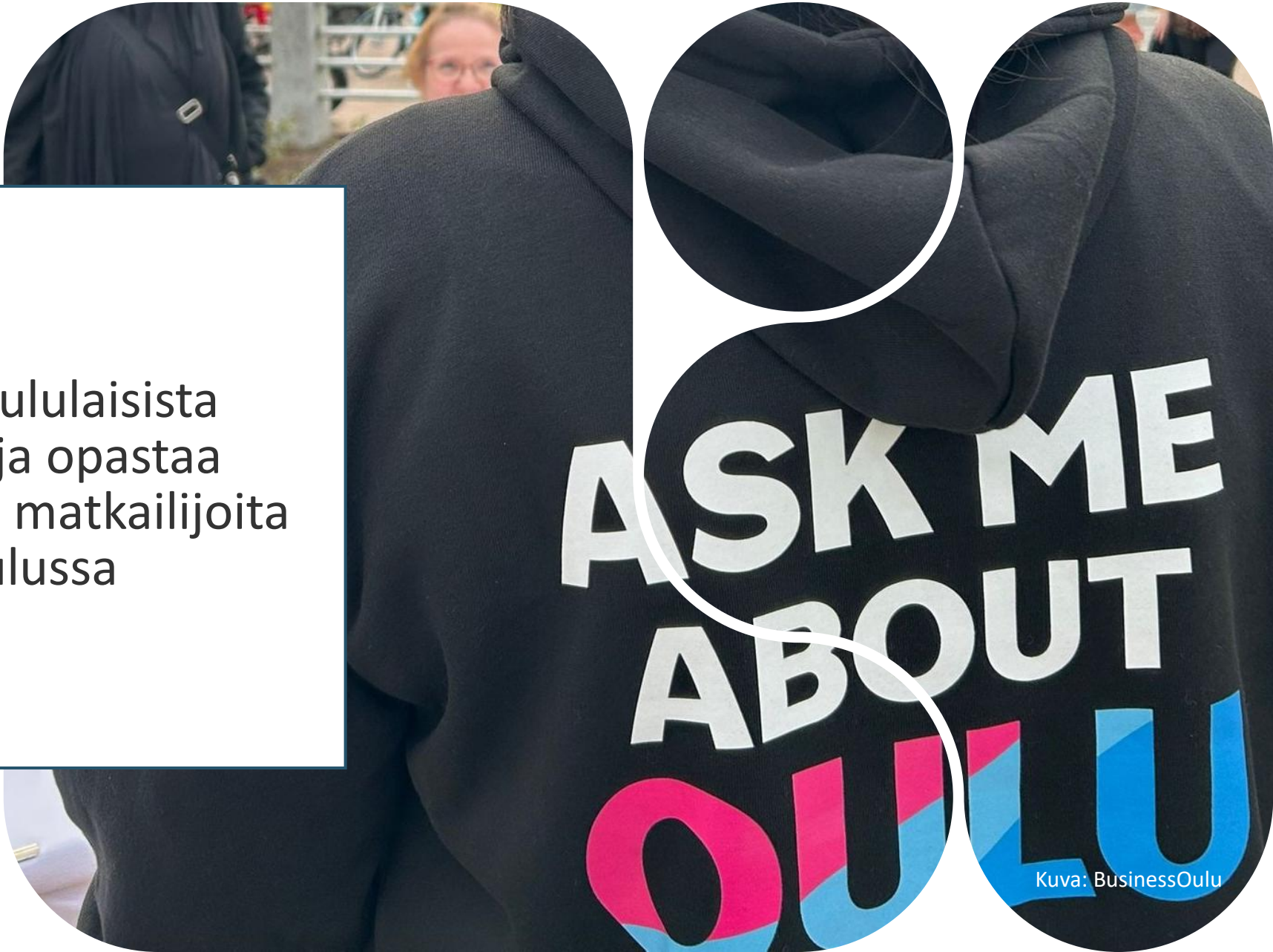
	Kaikki vastaajat, n=771	SUKUPUOLI		IKÄ				KOULUTUS				
		Mies, n=347	Nainen, n=417	15-29 vuotta, n=131	30-44 vuotta, n=178	45-59 vuotta, n=220	60 vuotta täyttäneet, n=242	Peruskoulu, n=55	Ammattikoulutus, n=187	Lukio, n=79	Opistotaso (vanha), n=108	Korkeakoulututkinto, n=334
Oulussa on hyvät majoitusmahdollisuudet	3,83	3,75	3,89	3,69	3,74	3,84	4,02	3,83	3,91	3,69	3,95	3,78
Oulussa on mukava ilmapiiri ja mukavat ihmiset	3,81	3,74	3,87	3,62	3,83	3,87	3,93	3,64	3,76	3,76	3,93	3,87
Viestintä Oulun matkailusta on positiivista	3,66	3,58	3,76	3,66	3,65	3,65	3,69	3,74	3,59	3,60	3,73	3,68
Oulussa matkailun digitaalinen näkyvyys ja ostettavuus on hyvä	3,39	3,35	3,43	3,36	3,43	3,24	3,51	3,52	3,44	3,25	3,47	3,37
Tunnen hyvin Oulun matkailutarjonnan	3,27	3,26	3,30	3,13	3,27	3,32	3,39	3,14	3,24	3,02	3,39	3,37
Oulussa on kiinnostavaa koettavaa ja nähtävää	3,26	3,15	3,37	3,17	3,17	3,28	3,43	3,29	3,26	3,16	3,34	3,28
Oulu on kansainvälisesti kiinnostava matkakohde	3,17	3,07	3,25	3,02	3,11	3,17	3,36	3,24	3,28	2,91	3,18	3,16



82 % Oululaisista  
suhtautuu myönteisesti  
matkailun ja  
matkailijoiden määrän  
kasvuun Oulussa



Kuva: Visit Oulu



75 % Oululaisista  
auttaa ja opastaa  
miehellään matkailijoita  
Oulussa

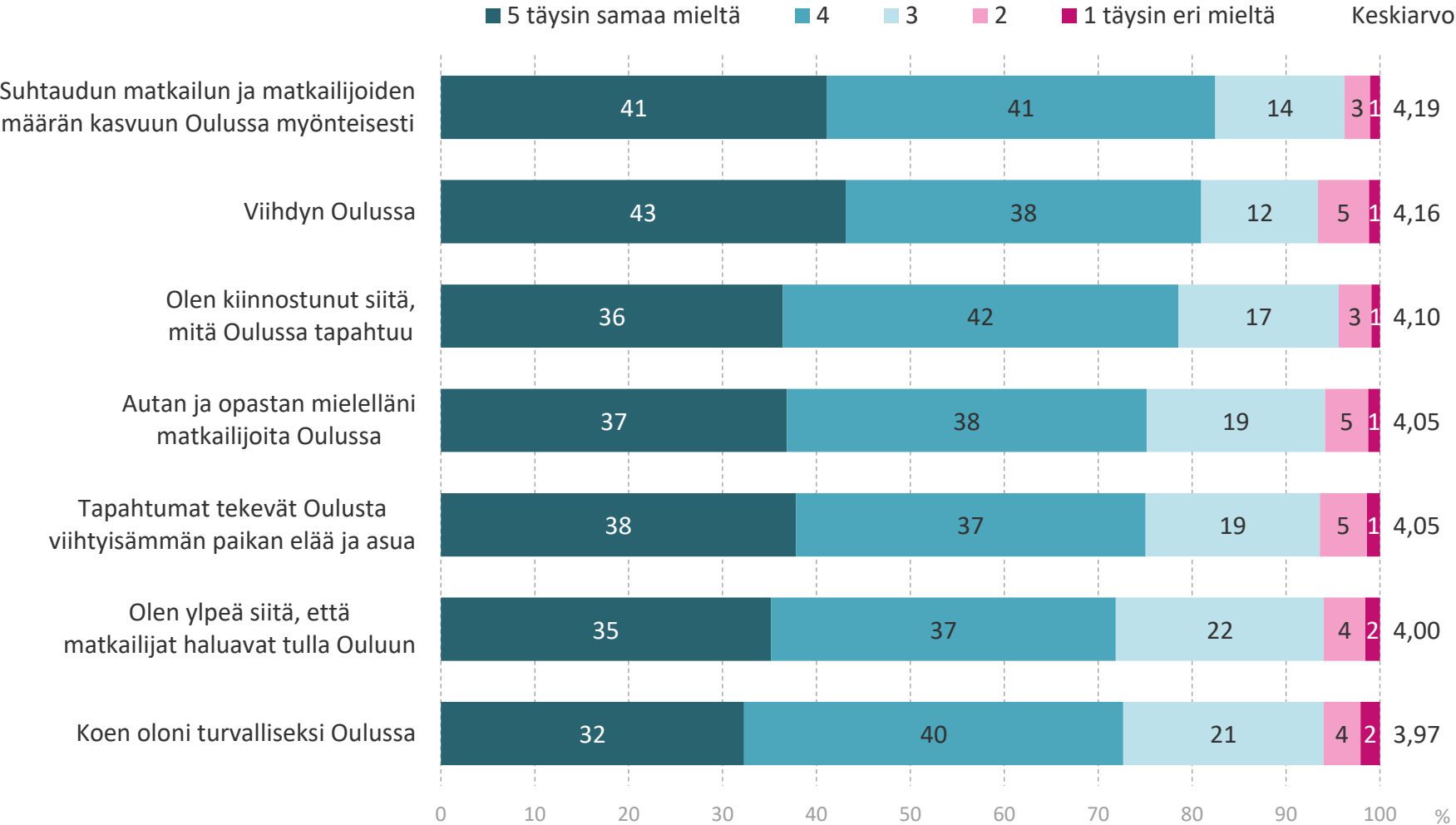
# Mitä mieltä olet seuraavista väittämistä?

## Oulu ja matkailu

- Oululaiset ovat omasta mielestään lähtökohtaisesti avuliaita matkailijoille, 75 prosenttia kertoo mielellään auttavansa ja opastavansa matkailijoita Oulussa. Iso osa oululaisista (72 %) on myös ylpeä siitä, että matkailijat haluavat tulla Ouluun.
- Matkailun kasvuun Oulussa suhtaudutaan hyvin myönteisesti, yli 80 prosenttia oululaisista on sitä mieltä, että kasvua saa tulla.
- Yleensä oululaiset itse viihtyvät kotikaupungissaan, 81 prosentin osuudella. Lähes yhtä suuri osa (78 %) on kiinnostunut siitä, mitä kaupungissa tapahtuu, 72 prosenttia kokee itse olonsa turvalliseksi Oulussa.

# Matkailuväittämiä sopivuus Ouluun

## Mielipiteitä Oulusta ja matkailusta



Kaikki vastaajat, n=771

# Matkailuväittämiä sopivuus Ouluun

## Mielipiteitä Oulusta ja matkailusta

	Kaikki vastaajat, n=771	SUKUPUOLI		IKÄ				KOULUTUS				
		Mies, n=347	Nainen, n=417	15-29 vuotta, n=131	30-44 vuotta, n=178	45-59 vuotta, n=220	60 vuotta täyttäneet, n=242	Peruskoulu, n=55	Ammattikoulutus, n=187	Lukio, n=79	Opistotaso (vanha), n=108	Korkeakoulutkinto, n=334
Suhtaudun matkailun ja matkailijoiden määrän kasvuun Oulussa myönteisesti	4,19	4,16	4,22	3,98	4,13	4,32	4,35	3,88	4,07	4,15	4,37	4,31
Viihdyn Oulussa	4,16	4,14	4,19	4,00	4,16	4,23	4,29	4,13	4,01	4,15	4,22	4,25
Olen kiinnostunut siitä, mitä Oulussa tapahtuu	4,10	3,97	4,22	3,91	4,09	4,19	4,22	3,96	3,89	4,06	4,22	4,23
Autan ja opastan mielelläni matkailijoita Oulussa	4,05	3,96	4,13	3,97	3,87	4,15	4,22	3,92	3,87	4,07	4,28	4,12
Tapahtumat tekevät Oulusta viihtyisämmän paikan elää ja asua	4,05	3,99	4,11	3,97	4,15	4,20	3,93	3,97	3,98	4,00	4,03	4,14
Olen ylpeä siitä, että matkailijat haluavat tulla Ouluun	4,00	3,90	4,09	3,88	3,90	4,12	4,11	4,04	3,93	3,90	4,06	4,04
Koen oloni turvalliseksi Oulussa	3,97	4,03	3,91	3,64	3,95	4,13	4,20	3,97	3,70	3,92	4,11	4,10



n=kaikki vastaajat

69 % Oululaisista kokee, että matkailussa tulee ehdottomasti huomioida kestävyys ja vastuullisuus



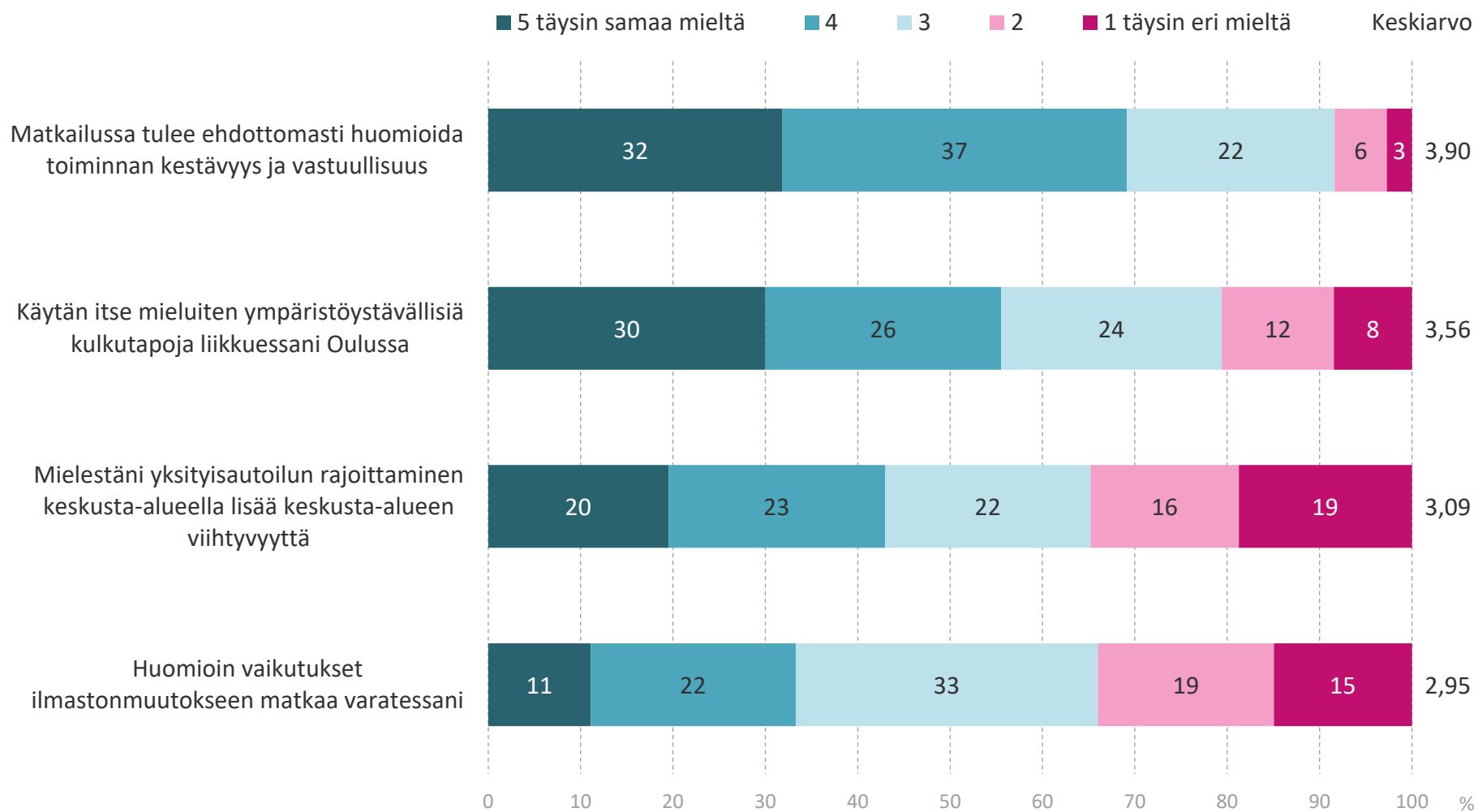
Kuva: Visit Oulu

# Mitä mieltä olet seuraavista väittämistä?

## Kestävä matkailu ja Oulu

- Oululaiset ovat kaiken kaikkiaan kestävän matkailun kannalla, sillä 69 prosenttia on sitä mieltä, että matkailussa tulee ehdottomasti huomioida toiminnan kestävyys ja vastuullisuus, lisäksi 56 prosenttia käyttää itse mieluiten ympäristöystävällisiä kulkutapoja liikkuessaan Oulussa. Toisaalta kuitenkin vain 33 prosenttia huomioi vaikutukset ilmastonmuutokseen matkaa varatessaan.
- 43 prosenttia oululaisista arvioi yksityisautoilun rajoittamisen keskusta-alueella lisäävän alueen viihtyisyyttä. Lähes yhtä suuri joukko (35 %) on vastakkaista mieltä, joten asia jakaa kaupunkilaiset. Selvin jako on sukupuolella, naiset ovat enemmän sitä mieltä, että autoilun rajoittaminen lisää viihtyisyyttä, kun taas miehille on tyypillisempää vastakkainen mielipide.

# Oululaisten näkemyksiä kestävästä matkailusta



Kaikki vastaajat, n=771

# Oululaisten näkemyksiä kestävästä matkailusta



70 % Kannattaa  
matkailun kehittämistä,  
sillä se on yksi  
tärkeimmistä  
elinkeinoista Oulussa



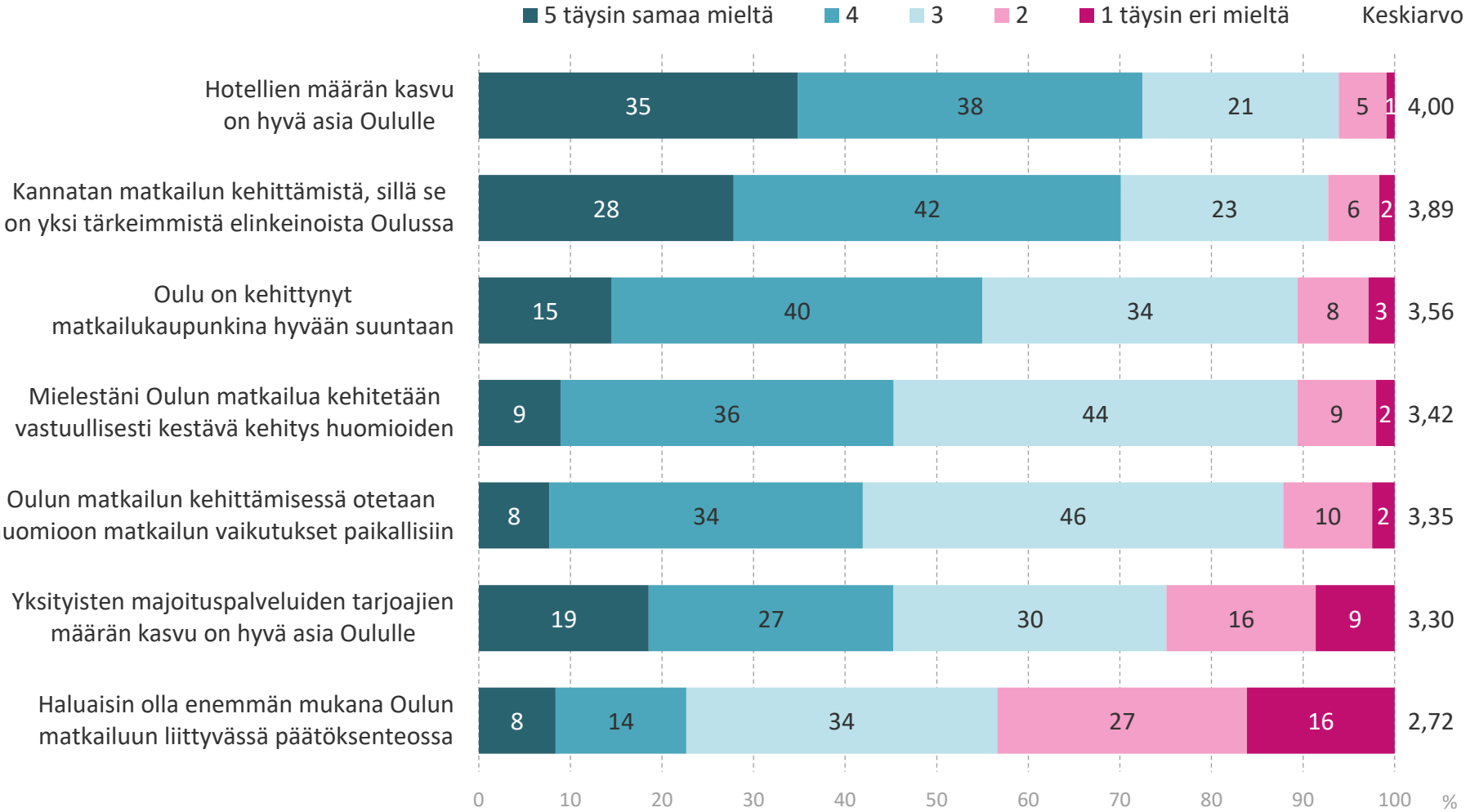
Kuva: Visit Oulu

# Mitä mieltä olet Oulun matkailun kehittämiseen liittyvistä väittämistä?

- Myönteistä suhtautumista matkailuun Oulussa kuvastaa hyvin se, että 70 prosenttia kannattaa matkailun kehittämistä, sillä se on yksi tärkeimmistä elinkeinoista Oulussa. Vielä suurempi osa (73 %) kokee, että hotellien määrän kasvu on hyvä asia Oululle. Lähes puolet (46 %) arvioi hyvänä myös sitä, että yksityisten majoituspalveluiden tarjoajien (lyhyt vuokraus, esim. Airbnb) määrä kasvaa.
- Noin neljä kymmenestä (42 %) ajattelee, että Oulun matkailun kehittämisessä otetaan huomioon matkailun vaikutukset paikallisiin. Toisaalta vain 22 prosenttia haluaisi olla enemmän mukana Oulun matkailuun liittyvässä päätöksenteossa. Tässä on huomioitava, että prosenttiosuutena tämä ei ole valtavan suuri, mutta suhteutettuna Oulun väestöön, on osallistumishalukkaiden määrä mittava: 40 000 15 vuotta täyttänyttä oululaista.
- Vajaa puolet (45 %) oululaisista kokee, että Oulun matkailua kehitetään vastuullisesti kestävä kehitys huomioiden. Neutraalien vastausten suuri osuus (44 %) viittaa siihen, että asiasta ei monella oululaisella ole lainkaan kokemusta tai näkemystä, joten viestintä tästä asiasta jatkossakin on tärkeää.
- Kaiken kaikkiaan reilu puolet oululaisista (55 %) kokee, että Oulu on kehittynyt matkailukaupunkina hyvään suuntaan. Oululla on myös kansainvälistä potentiaalia ja kasvun mahdollisuuksia, 40 prosenttia on sitä mieltä, että Oulu on kansainvälisesti kiinnostava matkakohde.

# Matkailuväittämiä sopivuus Ouluun

## Matkailun kehittäminen Oulussa



Kaikki vastaajat, n=771

# Matkailuväittämiä sopivuus Ouluun

## Matkailun kehittäminen Oulussa

	Kaikki vastaajat, n=771	SUKUPUOLI		IKÄ				KOULUTUS				
		Mies, n=347	Nainen, n=417	15-29 vuotta, n=131	30-44 vuotta, n=178	45-59 vuotta, n=220	60 vuotta täyttäneet, n=242	Peruskoulu, n=55	Ammattikoulutus, n=187	Lukio, n=79	Opistotaso (vanha), n=108	Korkeakoulututkinto, n=334
Hotellien määrän kasvu on hyvä asia Oululle	4,00	4,02	3,98	3,78	4,01	4,11	4,15	3,93	3,93	3,77	4,13	4,09
Kannatan matkailun kehittämistä, sillä se on yksi tärkeimmistä elinkeinoista Oulussa	3,89	3,83	3,95	3,56	3,89	4,05	4,10	3,88	3,91	3,66	4,09	3,89
Oulu on kehittynyt matkailukaupunkina hyvään suuntaan	3,56	3,48	3,64	3,52	3,43	3,57	3,72	3,74	3,44	3,45	3,74	3,57
Mielestäni Oulun matkailua kehitetään vastuullisesti kestävä kehitys huomioiden	3,42	3,36	3,48	3,45	3,39	3,33	3,47	3,44	3,33	3,45	3,43	3,45
Oulun matkailun kehittämisessä otetaan huomioon matkailun vaikutukset paikallisiin	3,35	3,34	3,37	3,37	3,32	3,34	3,37	3,38	3,29	3,38	3,34	3,37
Yksityisten majoituspalveluiden tarjoajien määrän kasvu on hyvä asia Oululle	3,30	3,29	3,33	3,53	3,36	3,39	2,95	3,65	3,44	3,34	2,97	3,23
Haluaisin olla enemmän mukana Oulun matkailuun liittyvässä päätöksenteossa	2,72	2,80	2,63	2,65	2,89	2,76	2,58	2,71	2,69	2,68	2,57	2,76



# Minkälaisia vaikutusmahdollisuuksia paikallisilla tulisi olla matkailun kehittymiseen?

*Useimmat eivät osaa ottaa kantaa*

Teema	Lukumäärä
Kyselyt, kuuleminen, osallistaminen (kyselyt, äänestykset, työpajat, palautekanavat, foorumit)	105
Airbnb / lyhyt vuokraus (rajoittaminen/salliminen, vaikutus asumiseen ja hintoihin)	33
Tapahtumat ja ohjelmapalvelut (ideoidaan, järjestetään, huomioidaan paikalliset)	30
Hotellit / Torihotelli / rakentamisen sijainti	20
Ympäristö ja luonto (suojelu, siisteys, lähiluonto)	20
Yrittäjyys / pienyrittäjät (paikallisten yritysten tukeminen)	10
Liikenne / joukkoliikenne (saavutettavuus, autoilu, bussit, lentokenttä)	4
Hinnat / kustannukset (liput, "turistilisä")	3

# Minkälaisia vaikutusmahdollisuuksia paikallisilla tulisi olla matkailun kehittymiseen? Teemakohtaisia havaintoja avoimista kommenteista

*Useimmat eivät osaa ottaa kantaa*

### 1) Kyselyt, kuuleminen ja osallistaminen

- Ehdotetaan **asukaskyselyitä, äänestyksiä, työpajoja, kuulemistilaisuuksia** ja helppoja **palautekanavia**.
- Toivotaan **varhaisempaa tiedottamista** uusista hankkeista ja että **paikallisten mielipiteet otetaan tosissaan**.
- Näkyy myös halu **osallistua** (asukaspaneelit, työryhmät).
- Sävyt vaihtelevat: osa kokee, että nykyisin kuullaan "liian vähän" tai päätökset viivästyvät.

### 2) Airbnb / lyhyt vuokraus

- Vahva huoli **lyhyt vuokrauksen vaikutuksista asumiseen ja vuokratasoihin** (viitteitä Rovaniemen tilanteeseen).
- Ratkaisut: **rajoittaminen, selkeät säännöt**, taloyhtiöiden oikeudet päättää; toisaalta osa **sallisi** toimintaa tietyin ehdoin (esim. tapahtumien aikana).

### 3) Tapahtumat ja ohjelmapalvelut

- Paikalliset haluavat **ideoida ja olla mukana järjestämisessä**, jotta palvelut **palvelevat myös kaupunkilaisia**.
- Mainitaan **kulttuuri ja lähiöiden tapahtumat** – halutaan **tasapuolista** tarjontaa.

### 4) Hotellit / rakentamisen sijainti

- Useita mainintoja **Torihotellista** ja ylipäänsä toiveita ettei **näkymiä/maisemia peitetä** eikä **keskustan mittakaavaa** ylitetä.
- Halu **keskustelulle** ennen kaavoitus- ja rakentamispäätöksiä.

### 5) Ympäristö ja luonto

- Huomio luonnon **kantokykyyn, suojeluun ja siisteyteen**.
- Esimerkkeinä **lähiluontokohteiden säilyttäminen; Hietasaari** mainitaan.
- Toive, ettei matkailu **kuormita luontoa** tai asuinympäristön **rauhaa**.

### 6) Yrittäjyys / pienyrittäjät

- Näkemys että **paikallisia yrittäjiä tulisi tukea** ja että matkailun tuomat hyödyt **jakautuvat** paikallisiin.
- Muotoja: "**matalan kynnyksen osallistuminen**", **synergia** paikallisten yritysten kanssa.

### 7) Liikenne / joukkoliikenne

- **Saavutettavuutta** (Koiteli, Virpiniemi), **bussiyhteyksiä ja lentokenttäliikennettä**.
- Jonkin verran toiveita **autoilun vähentämisestä** keskustassa.

### 8) Hinnat / kustannukset

- Yksittäisiä mainintoja **lippuhintojen kalleudesta** (esim. asuntomessut), **turistilisästä**; toiveita **kohtuuhinnoista**.

Ouluun on tällä hetkellä  
kaupunkilaisten  
mielestä helpompi  
saapua junalla (94%)  
kuin lentäen (68 %)



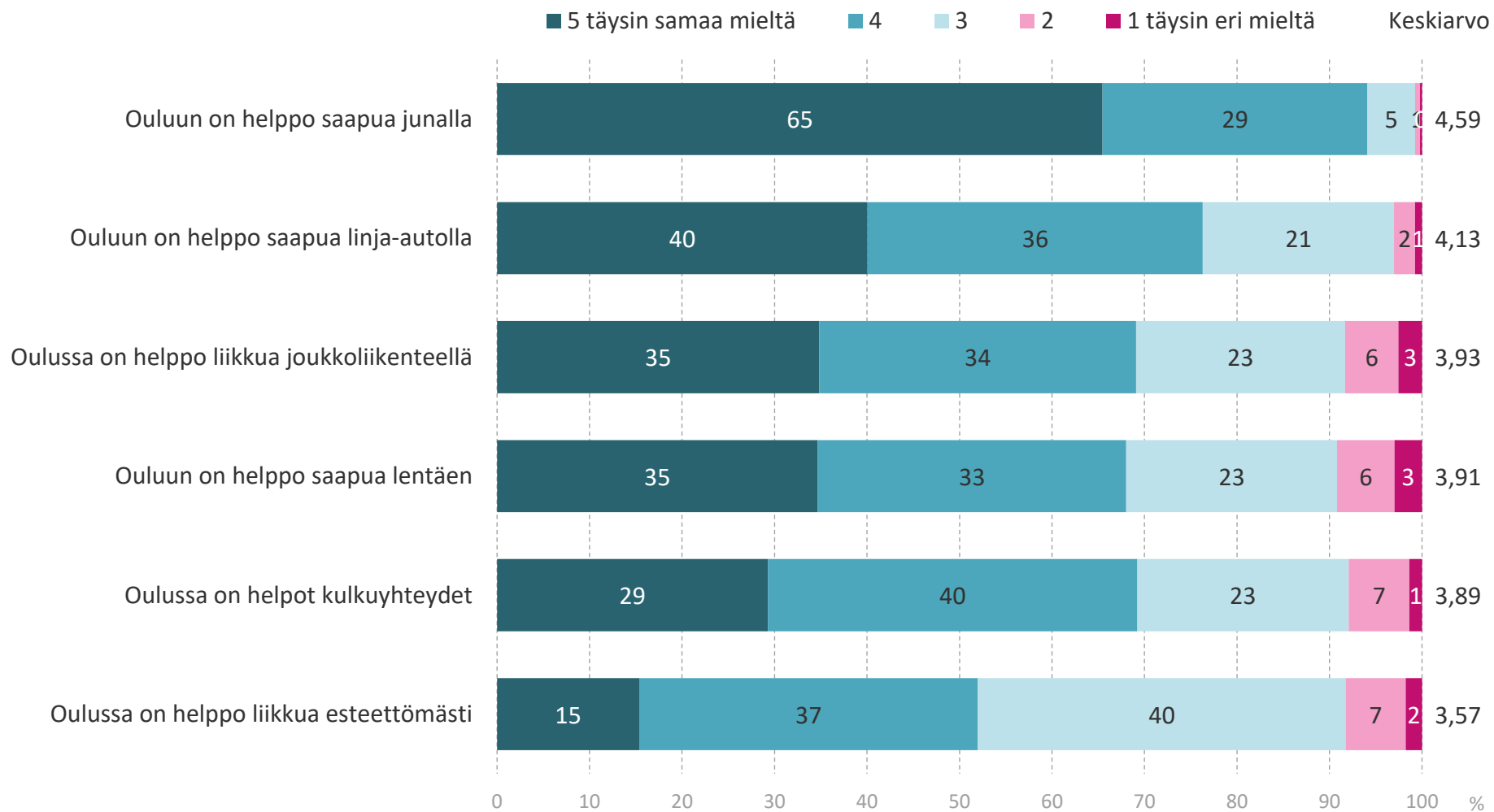
Kuva: Visit Oulu

# Mitä mieltä olet seuraavista liikkumistapoihin liittyvistä väittämistä??

- Oululaisten mielestä Oulu on helposti saavutettava kaupunki sekä junalla, linja-autolla että lentokoneella. Varsinkin juna kulkuvälineenä koetaan hyvin helppona saapumismuotona.
- Oulussa on myös helppo liikkua joukkoliikenteellä, esteettömyyteen ei iso osa oululaisista oikein osaa ottaa kantaa, neutraalisti asiaa arvioivia on 40 prosenttia. Kuitenkin yli puolet kokee esteettömyyden myönteisesti, kielteisesti asiaa arvioivien osuus on 9 prosenttia.
- Miesten ja naisten tai eri-ikäisten mielipide-erot ovat melko pieniä. Nuorimpien ja vanhimpien arviot esimerkiksi joukkoliikenteestä ovat jonkin verran myönteisempiä kuin 30-59 –vuotiaiden.

# Matkailuväittämiä sopivuus Ouluun

## Oulun saavutettavuus ja liikkumisen helppous



Kaikki vastaajat, n=771

# Matkailuväittämiä sopivuus Ouluun

## Oulun saavutettavuus ja liikkumisen helppous

	Kaikki vastaajat, n=771	SUKUPUOLI		IKÄ				KOULUTUS				
		Mies, n=347	Nainen, n=417	15-29 vuotta, n=131	30-44 vuotta, n=178	45-59 vuotta, n=220	60 vuotta täyttäneet, n=242	Peruskoulu, n=55	Ammattikoulutus, n=187	Lukio, n=79	Opistotaso (vanha), n=108	Korkeakoulututkinto, n=334
Ouluun on helppo saapua junalla	4,59	4,52	4,65	4,59	4,55	4,52	4,66	4,63	4,58	4,53	4,60	4,60
Ouluun on helppo saapua linja-autolla	4,13	4,05	4,19	4,11	4,09	4,14	4,16	4,29	4,25	4,01	4,08	4,06
Oulussa on helppo liikkua joukkoliikenteellä	3,93	3,89	3,96	4,04	3,84	3,79	4,01	4,28	3,99	3,79	4,00	3,85
Ouluun on helppo saapua lentäen	3,91	3,92	3,90	3,93	3,86	3,85	3,97	4,05	4,05	3,76	3,94	3,83
Oulussa on helpot kulkuyhteydet	3,89	3,88	3,90	3,98	3,77	3,87	3,93	4,13	3,92	3,81	3,84	3,87
Oulussa on helppo liikkua esteettömästi	3,57	3,67	3,49	3,62	3,53	3,48	3,64	3,84	3,66	3,39	3,61	3,50



Nallikari on Oulun merkityksellisin paikka



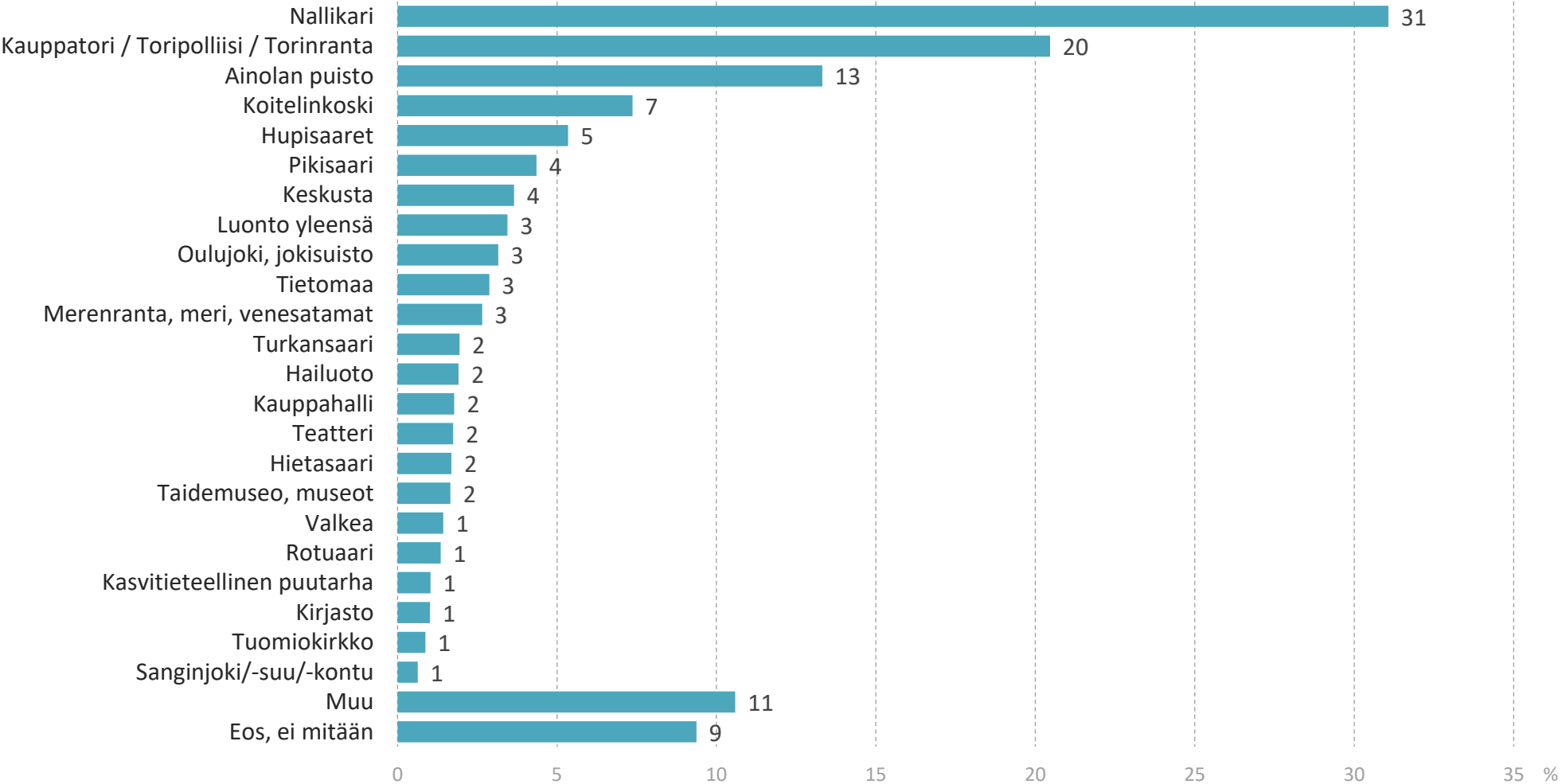
Kuva: Visit Oulu

# Mikä on mielestäsi Oulussa merkityksellisin paikka, johon haluat viedä vieraasi käymään?

- Avoimena kysymyksenä kysyttyyn Oulun merkityksellisimpään paikkaan, useimmat nostivat esiin Nallikarin. Vastaukset koodattiin tilastollisen tarkastelun mahdollistamiseksi.
- Kolmannes (31 %) vastaa omin sanoin, että merkityksellisin paikka Oulussa on Nallikari, viidennes (20 %) puolestaan Kauppatorin / Toripolliisin / Torinrannan. Muita usein mainittuja paikkoja ovat mm. Ainolan puisto, Koitelinkoski, Hupisaaret, Keskusta yleensä ja Pikisaari.

# Nallikari on spontaanisti mainittuna Oulun merkityksellisin paikka

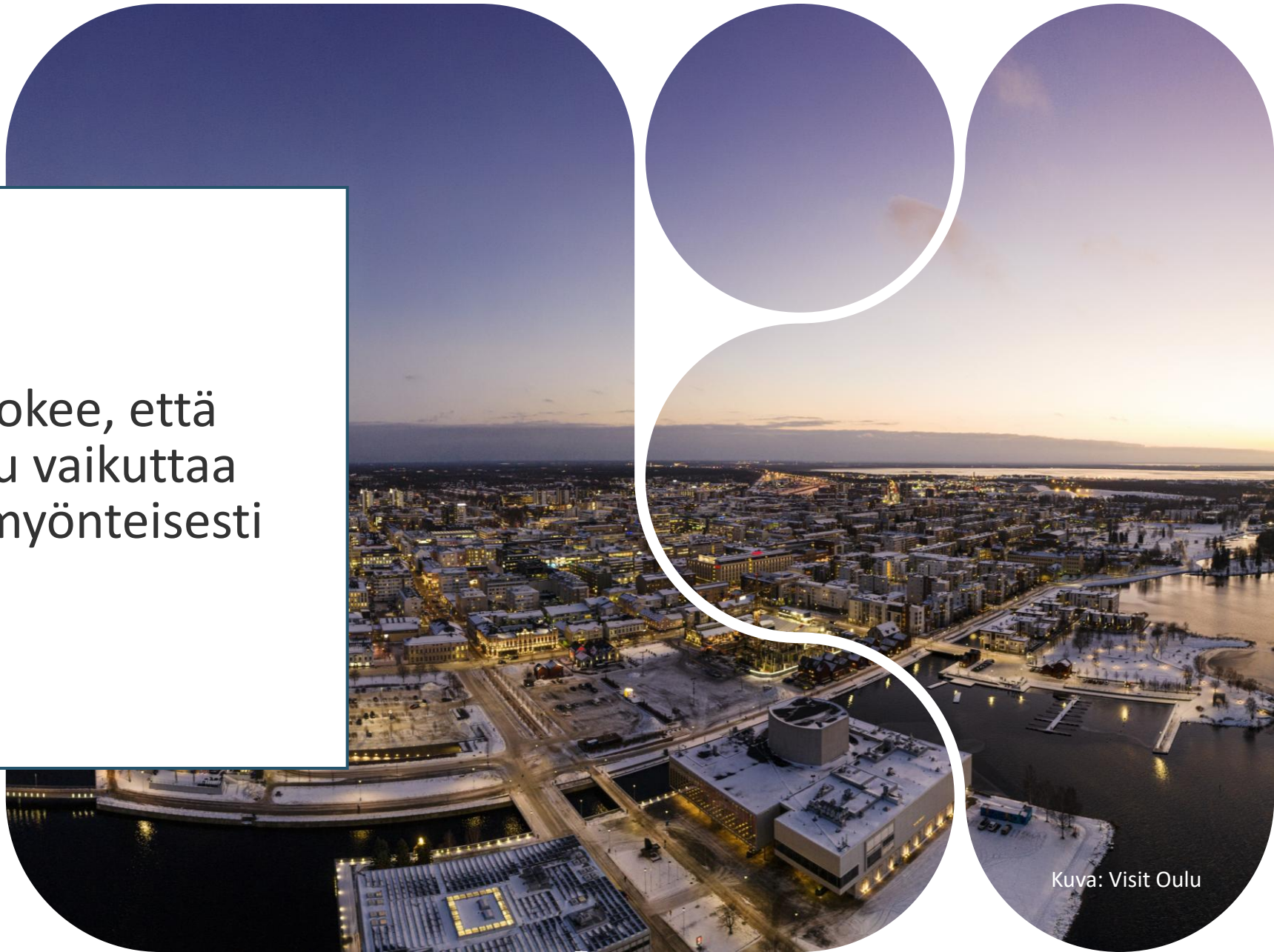
## Mikä on mielestäsi Oulussa merkityksellisin paikka, johon haluat viedä vieraasi käymään?



Kaikki vastaajat, n=771



79 % Kokee, että  
matkailu vaikuttaa  
Ouluun myönteisesti

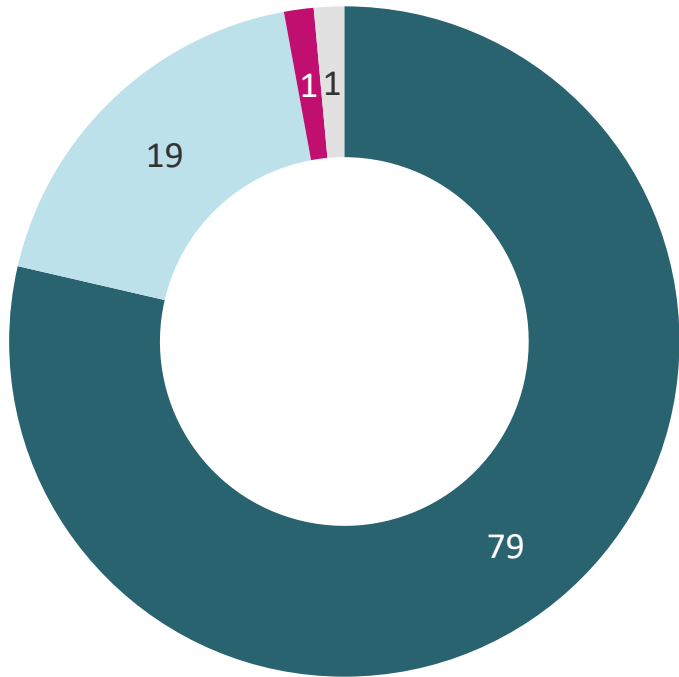


Kuva: Visit Oulu

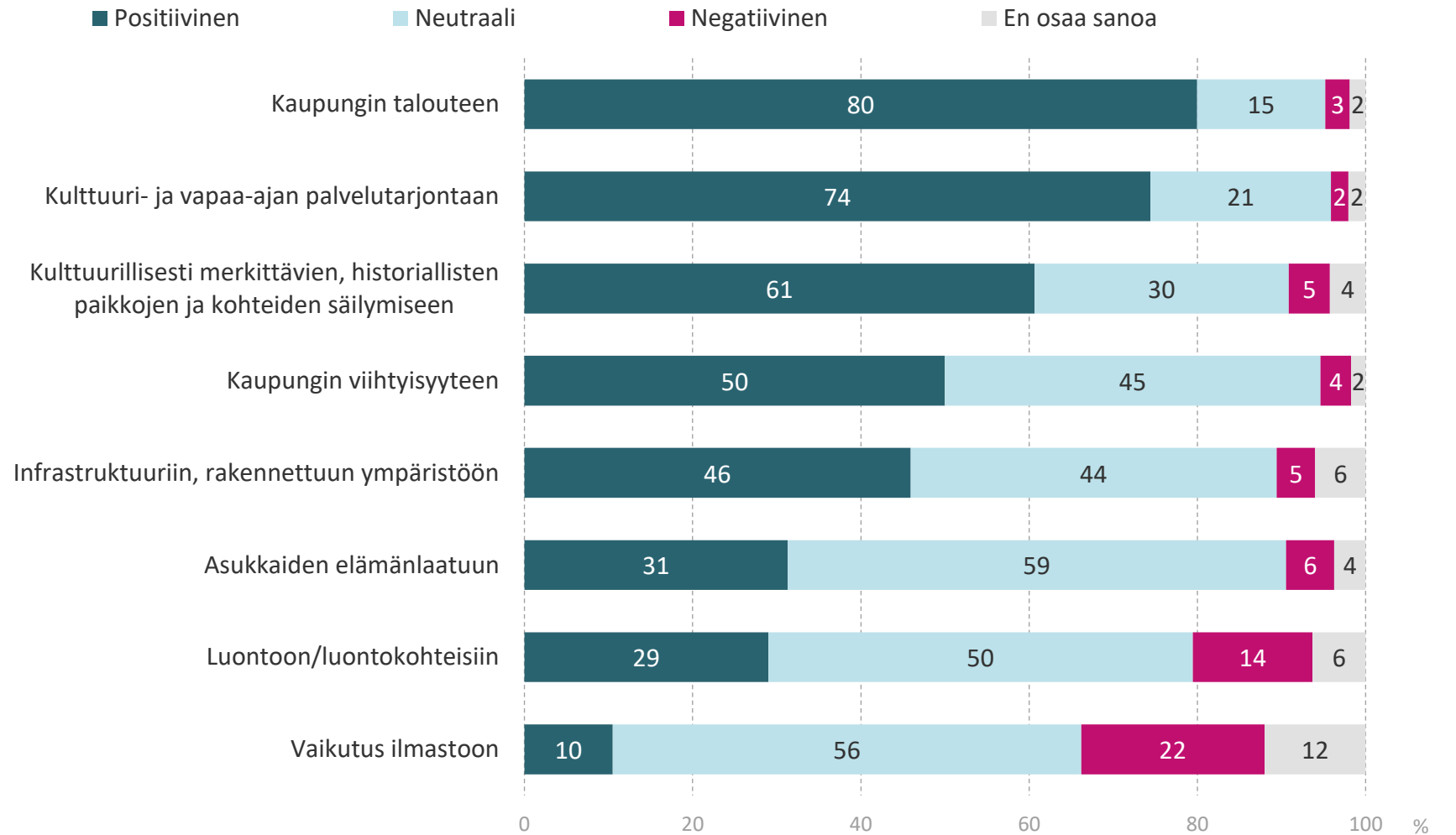
# Oululaiset kokevat matkailun vaikuttavan positiivisesti Ouluun

## Onko matkailulla mielestäsi positiivinen, neutraali vai negatiivinen vaikutus seuraaviin asioihin Oulussa?

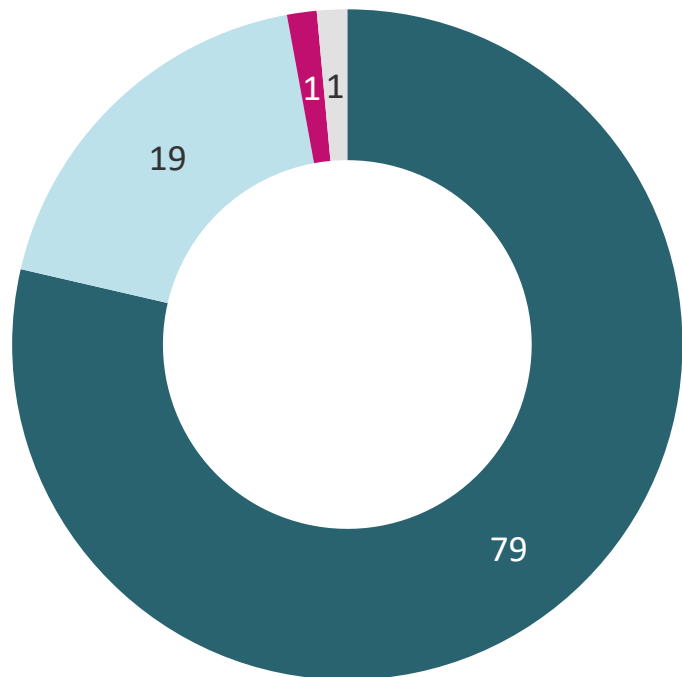
Onko matkailulla mielestäsi kokonaisuudessaan positiivinen, neutraali vai negatiivinen vaikutus Oulun kaupungille?



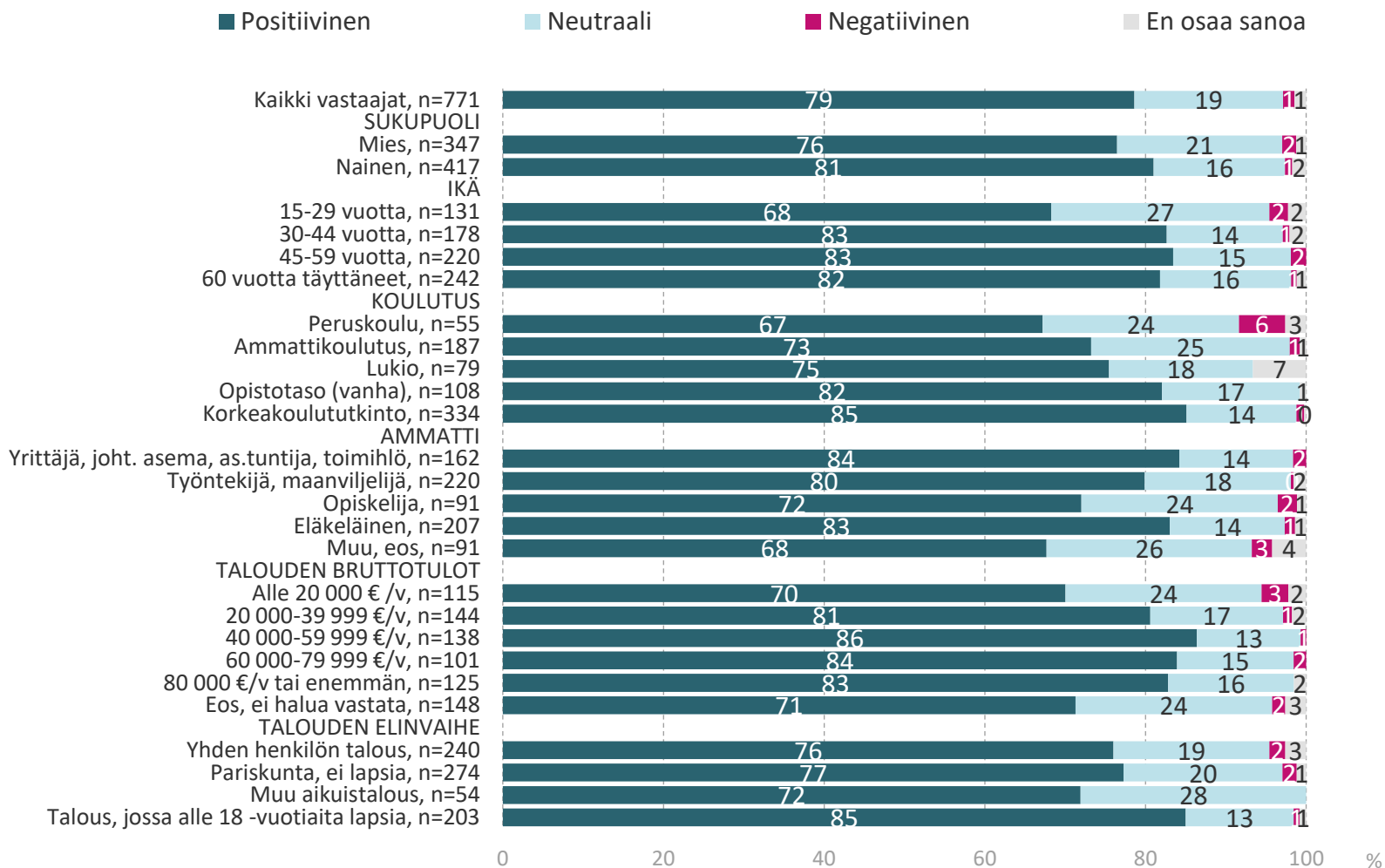
Kaikki vastaajat, n=771



# Onko matkailulla mielestäsi kokonaisuudessaan positiivinen, neutraali vai negatiivinen vaikutus Oulun kaupungille?



n=kaikki vastaajat



Useimmille oululaisille  
matkailusta ei aiheudu  
haittoja



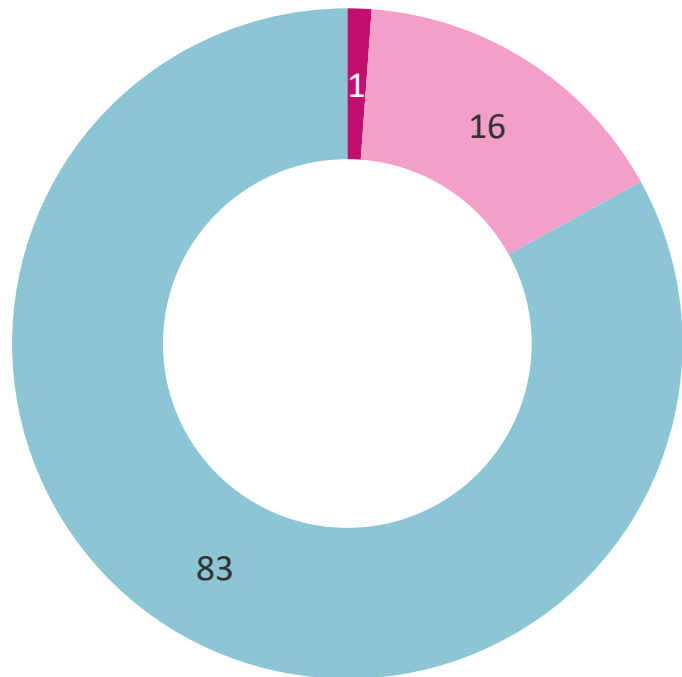
Kuva: Visit Oulu

## Aiheuttaako matkailu sinulle haittoja? Jos aiheuttaa, mitä haittoja?

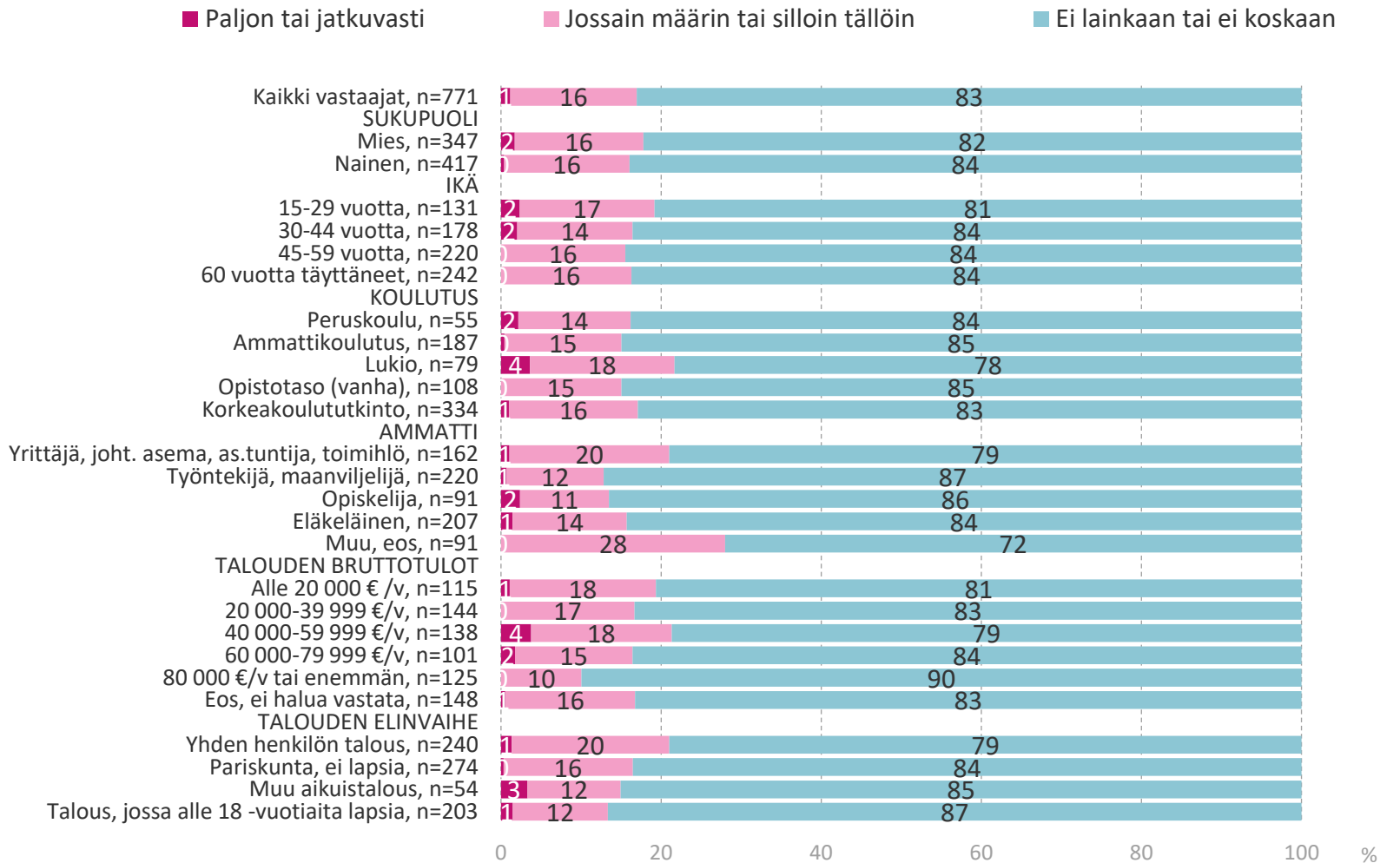
- Oululaisista 17 prosenttia kertoo, että heille itselleen aiheutuu matkailusta haittoja. Heistäkin 13 prosenttia lopulta tarkemmin kysyttäessä kertoo, ettei heille henkilökohtaisesti aiheudu haittoja. Kun tämä vielä huomioidaan laskelmissa, voidaan sanoa, että **matkailu aiheuttaa haittoja 15 prosentille kaupunkilaisista**.
- Useimmin haitat liittyvät epäsiisteyteen ja roskaamiseen, yleiseen hälinään ja rauhattomuuteen, tungoksiin sekä parkkipaikkapulaan ja yksityisissä asunnoissa yöpyvien matkailijoiden aiheuttamiin ongelmiin.

# Useimmille oululaisille matkailusta ei aiheudu haittoja

## Aiheuttaako matkailu sinulle haittoja?

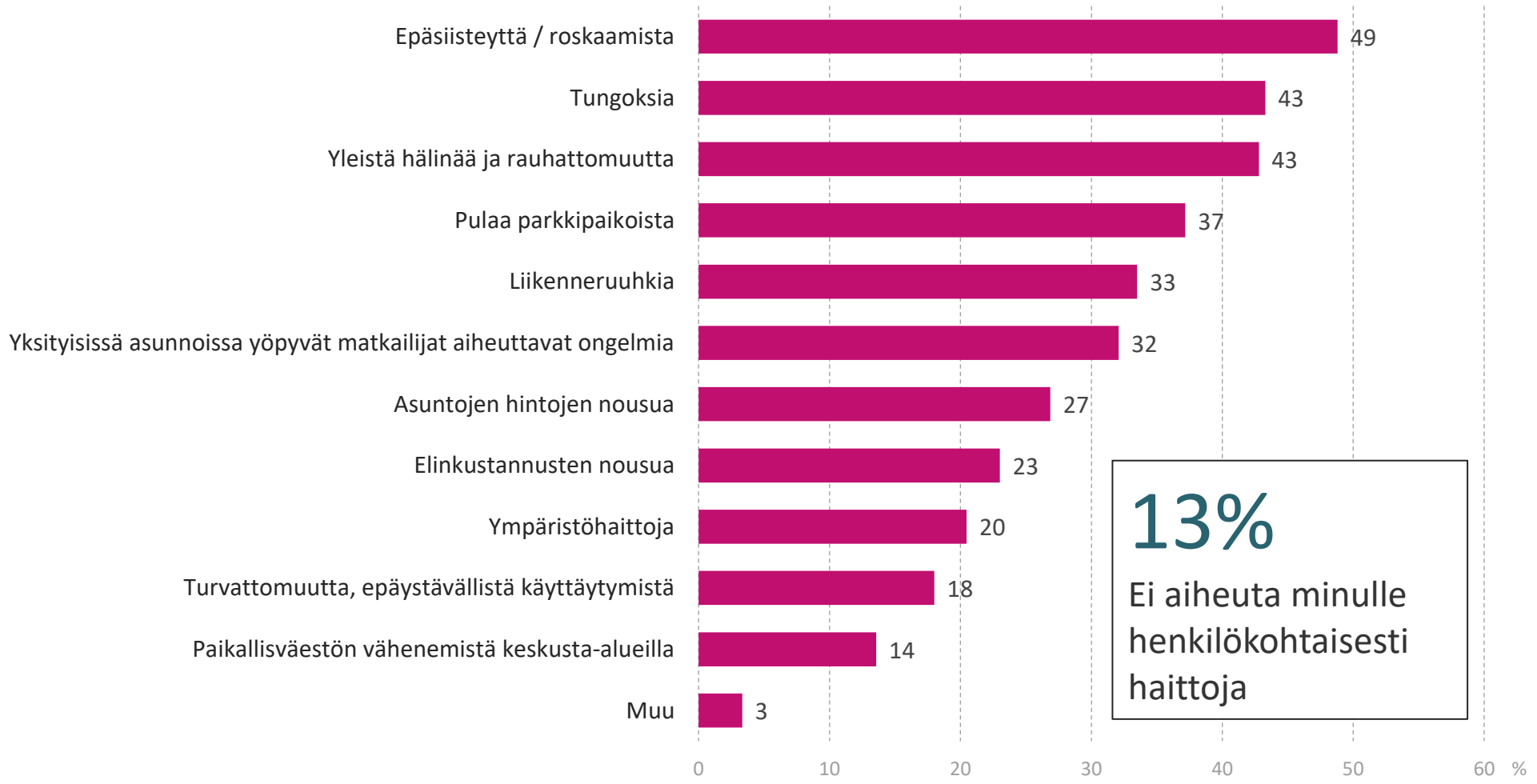


n=kaikki vastaajat



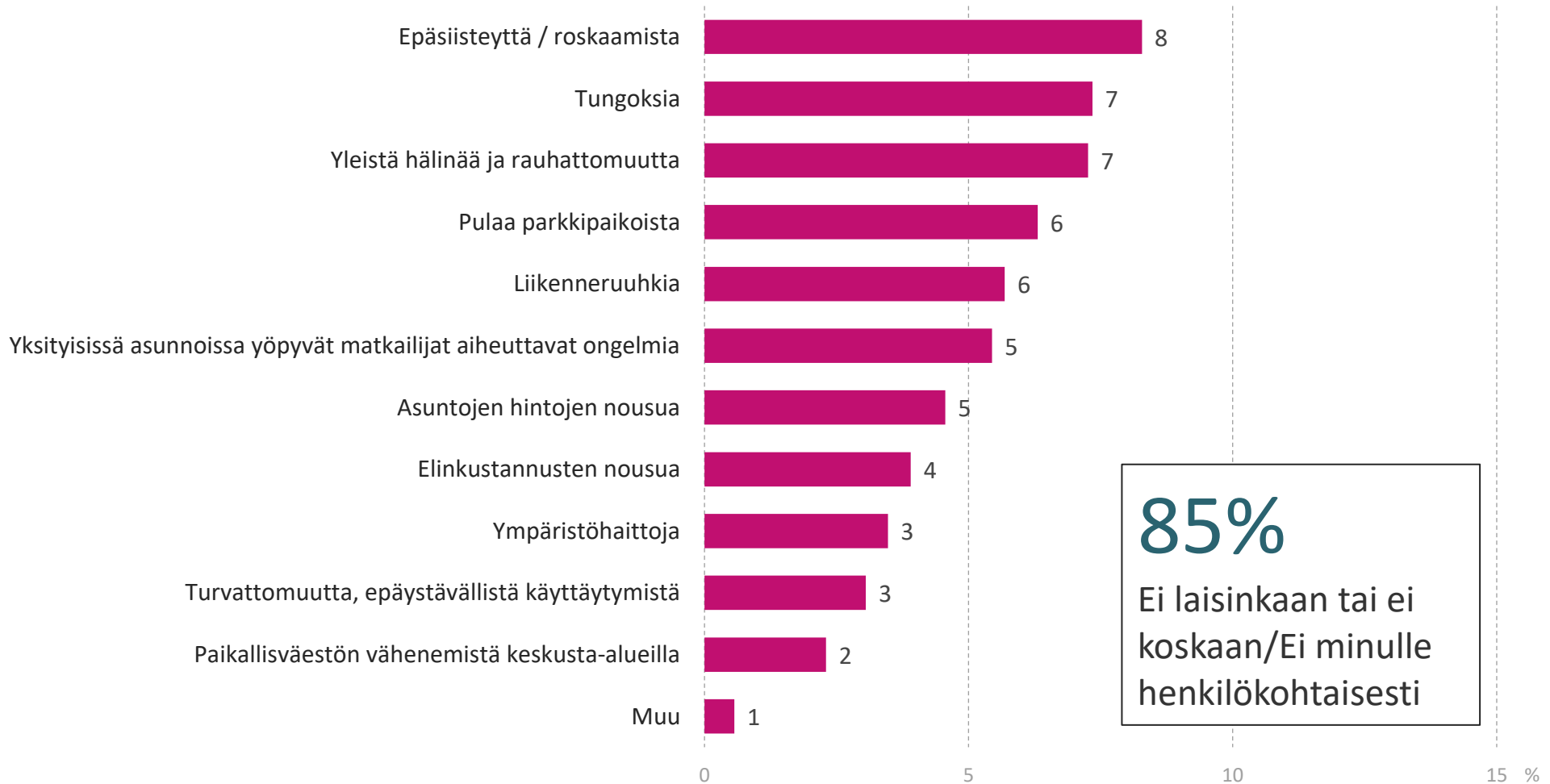
# Jos matkailu aiheuttaa haittoja, se on useimmin epäsiistelyttä, yleistä hälinää, rauhattomuutta ja tungoksia

## Mitä haittoja?



# Kokonaisuudessaan matkailu ei aiheuta haittoja kovin monelle

## Aiheuttaako matkailu sinulle haittoja?



66% Arvioi, että Oulu2026 kulttuuripääkaupunkivuoden vaikutus Oululle on positiivinen

# Oulu on Euroopan kulttuuripääkaupunki 2026



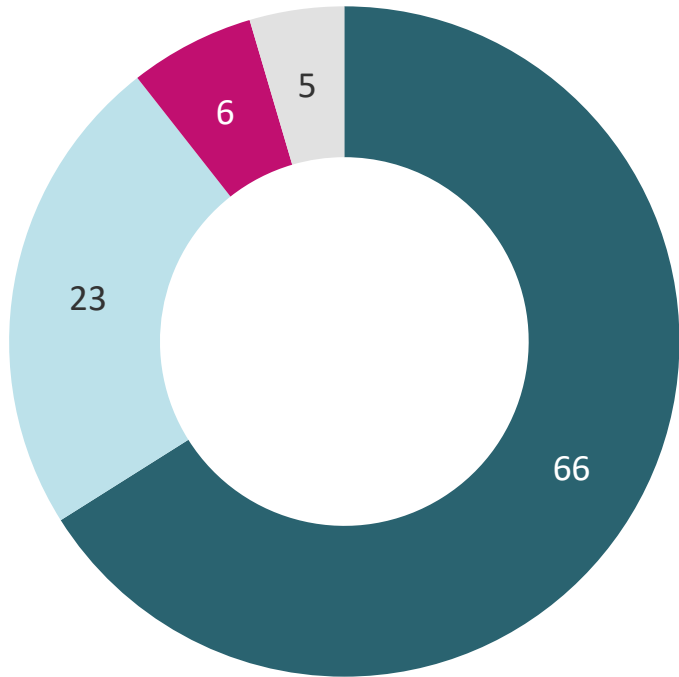
Oulu 2026

Kuva: Oulun kulttuurisäätiö

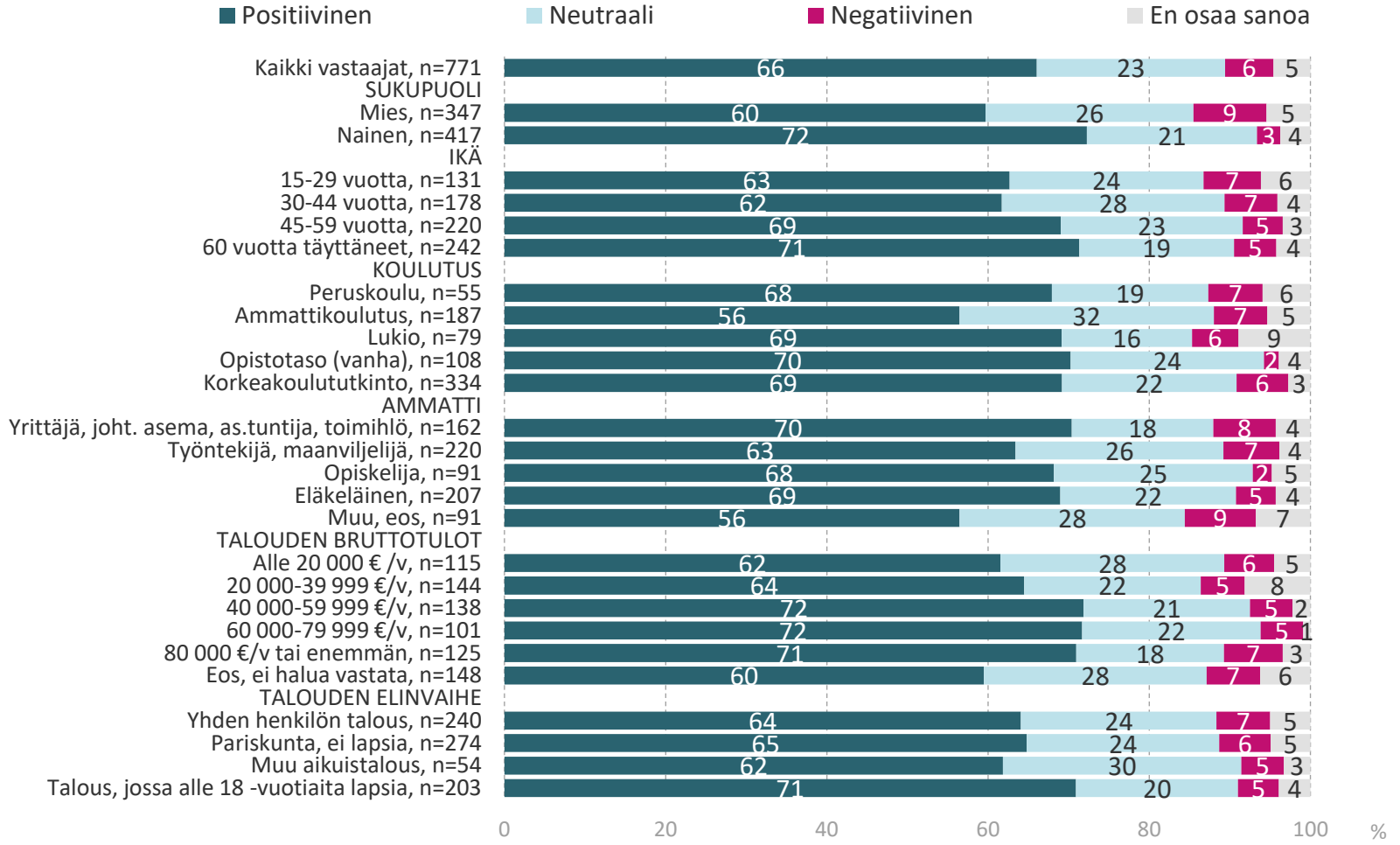


# Kulttuuripääkaupunkivuodella on Oululaisten mielestä vahvasti positiivinen vaikutus Ouluun

Onko kulttuuripääkaupunkivuodella mielestäsi kokonaisuutena positiivinen, neutraali vai negatiivinen vaikutus Ouluun?



n=kaikki vastaajat



## Ymmärryksen lisääntyminen Oulun kulttuurikohteista ja tapahtumista.

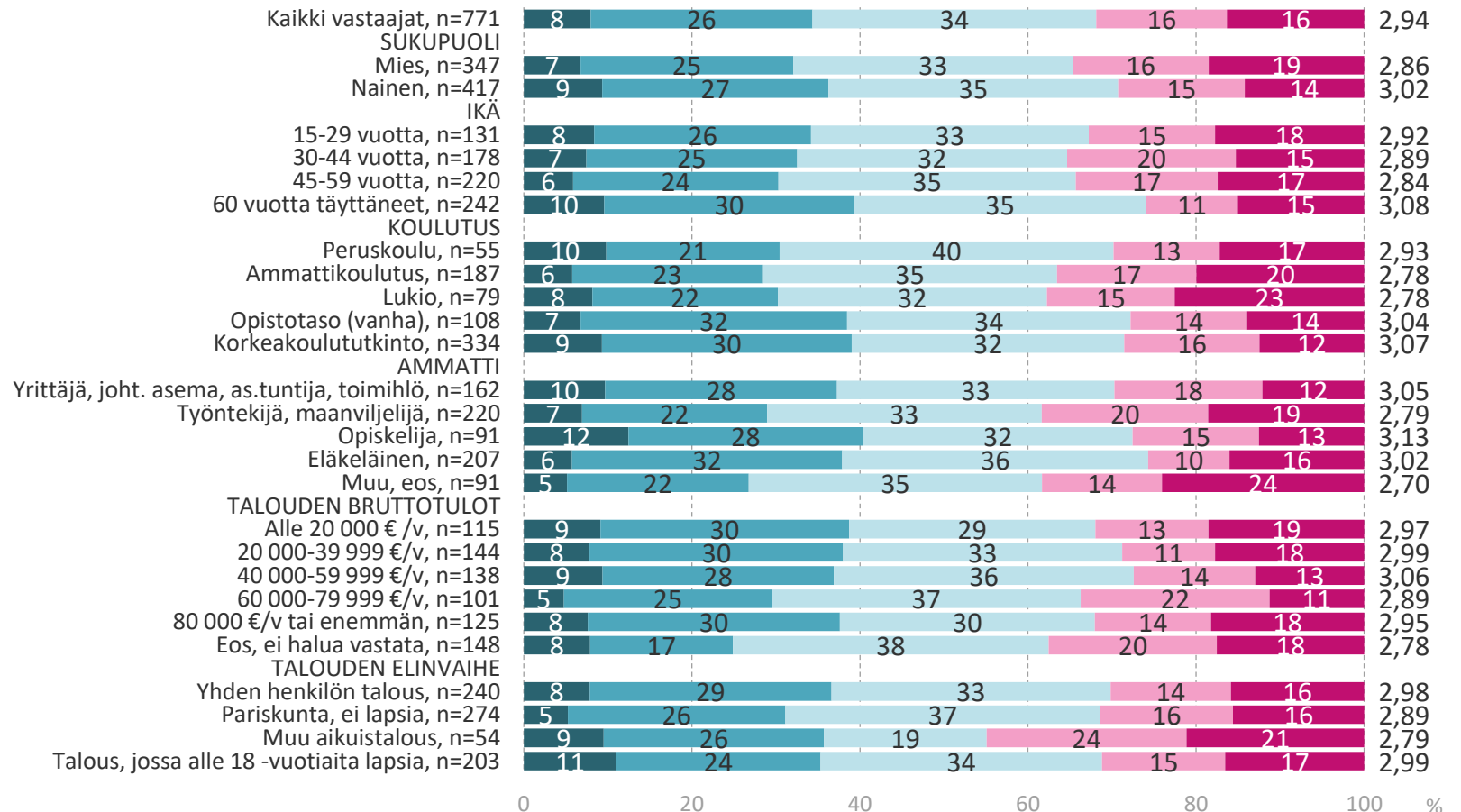
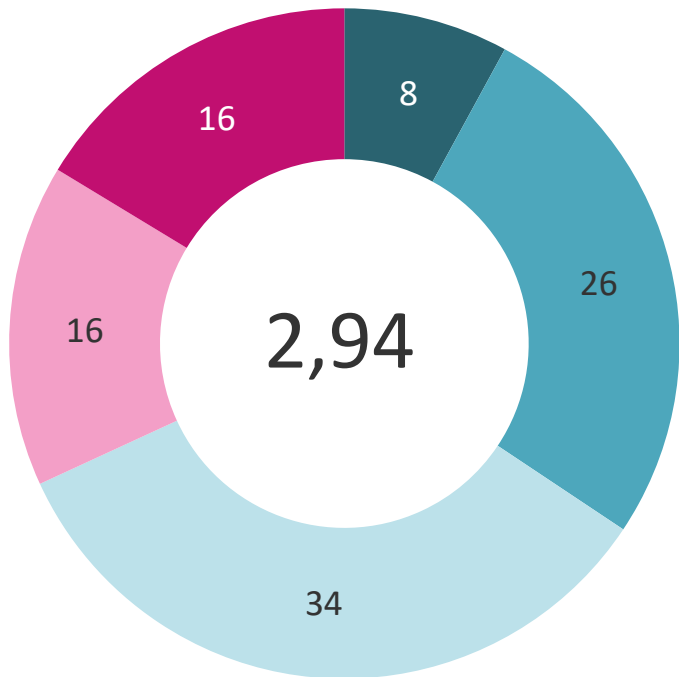
## Osallistuminen kulttuuripääkaupunki vuoteen.

- Oululaisista 34 prosenttia kertoo, että heidän ymmärryksensä kulttuurikohteista ja tapahtumista Oulussa on lisääntynyt erittäin tai melko paljon.
- Vastaavasti 36 prosenttia kokee, että on riittävästi mahdollisuuksia osallistua tulevaan kulttuuripääkaupunkivuoteen. Pienempi osa, 23 prosenttia, haluaa olla mukana kulttuuripääkaupunkivuoden toteutuksessa.
- Vastaajista 66 prosenttia on sitä mieltä, että kulttuuripääkaupunkivuodella on kokonaisuutena positiivinen vaikutus Ouluun. Kulttuuripääkaupunkivuodella on siis vahva kaupunkilaisten tuki takanaan.

# Oulu 2026 on lisännyt joka kolmannen oululaisen ymmärrystä kulttuurikohteista ja tapahtumista Oulussa

Oulu on Euroopan kulttuuripääkaupunki vuonna 2026. Onko kulttuuripääkaupunkivuosi lisännyt ymmärrystäsi kulttuurikohteista ja tapahtumista Oulussa?

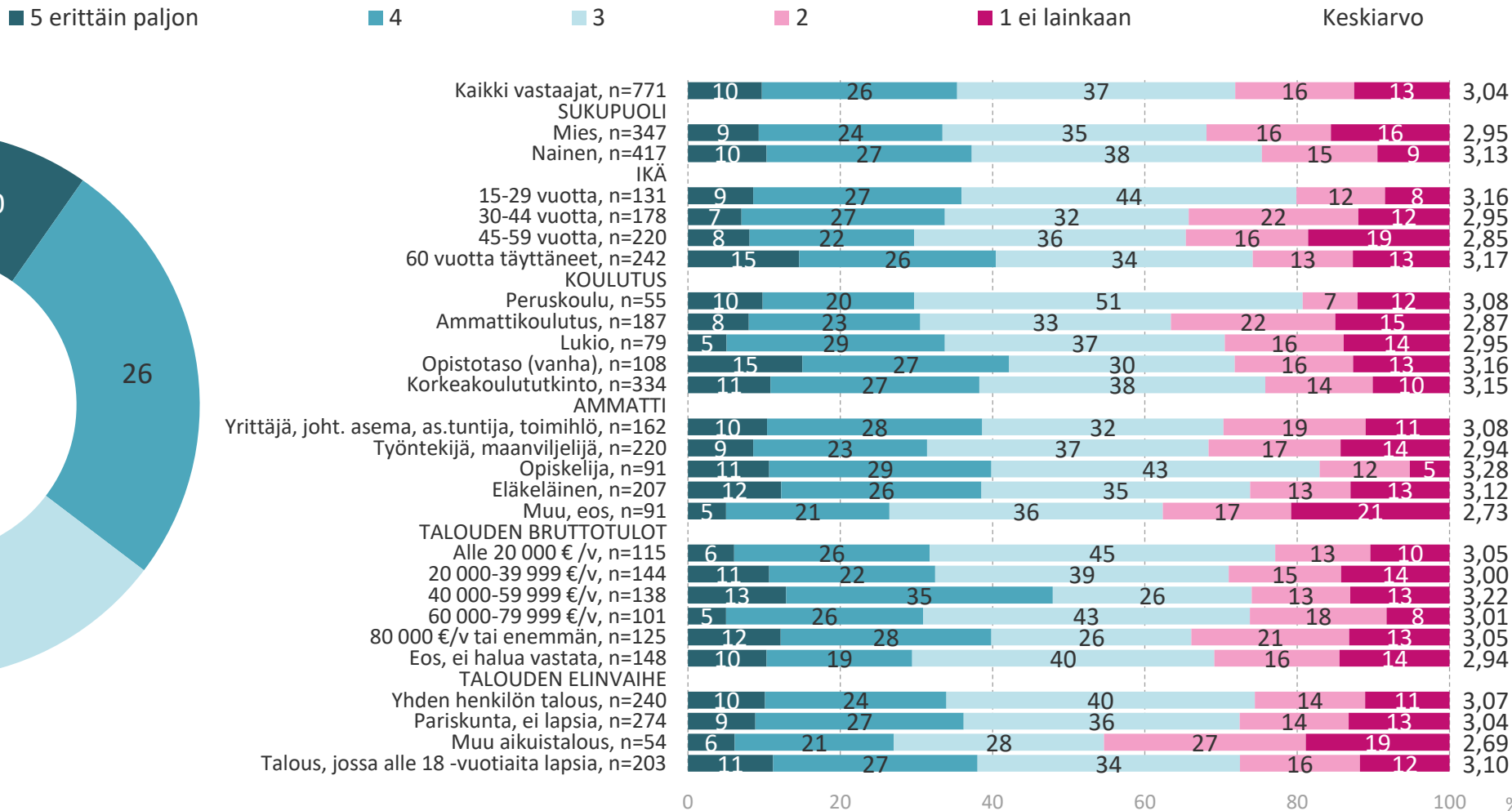
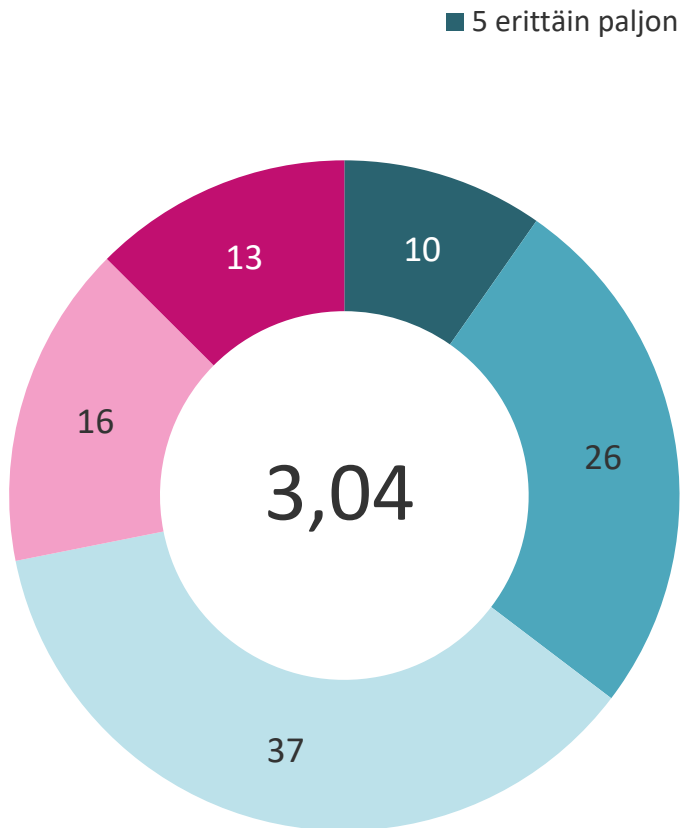
■ 5 erittäin paljon   ■ 4   ■ 3   ■ 2   ■ 1 ei lainkaan   Keskiarvo



n=kaikki vastaajat

# Joka kolmannella oululaisella on riittävästi mahdollisuutta osallistua kulttuuripääkaupunkivuoteen

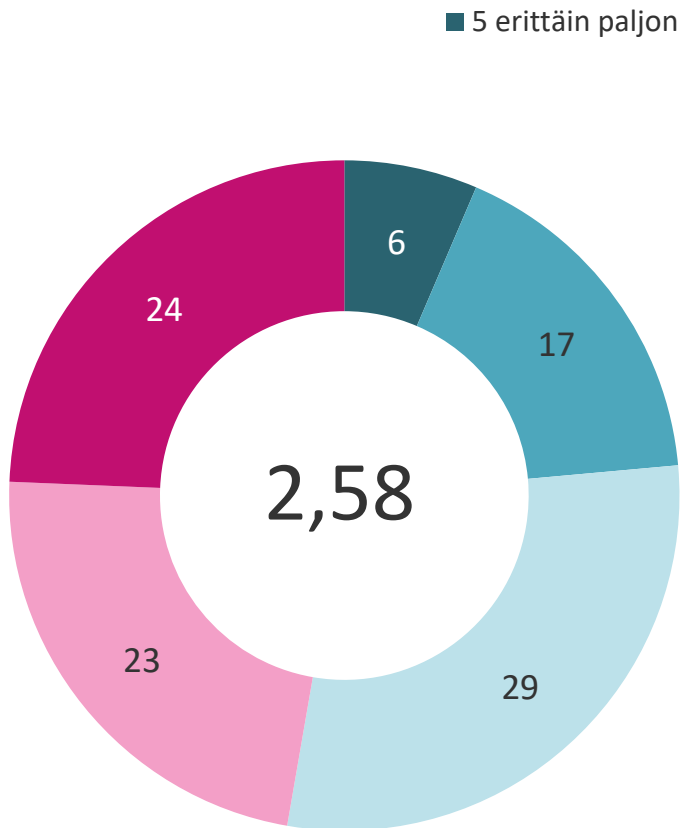
Koetko, että sinulla on riittävästi mahdollisuuksia osallistua tulevaan Oulun kulttuuripääkaupunkivuoteen?



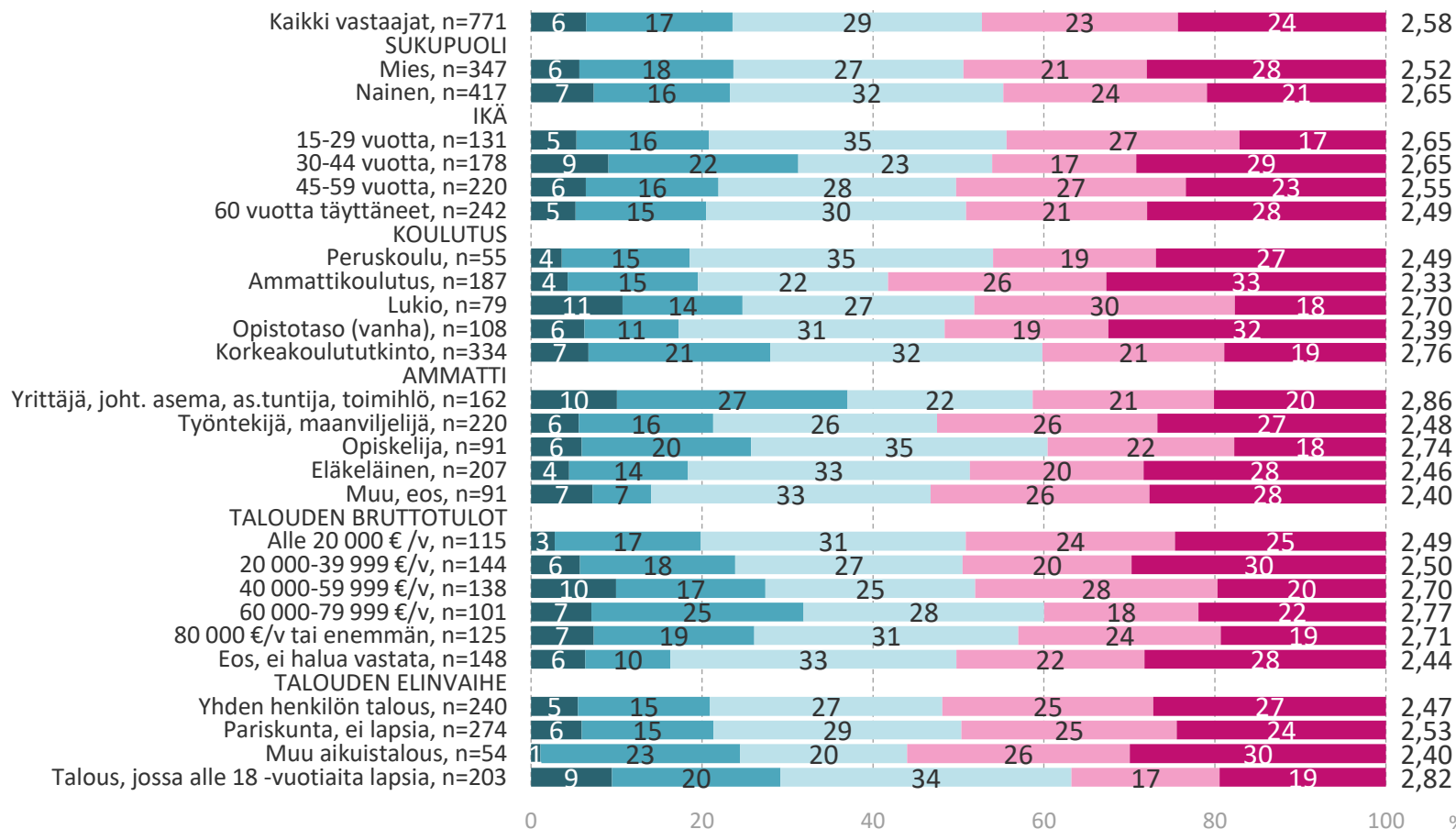
n=kaikki vastaajat

# Joka neljäs oululainen haluaa osallistua kulttuuripääkaupunkivuoden toteutukseen

## Haluatko olla osallisena Oulun kulttuuripääkaupunkivuoden toteutuksessa?



■ 5 erittäin paljon ■ 4 ■ 3 ■ 2 ■ 1 ei lainkaan Keskiarvo



n=kaikki vastaajat

93% Oululaisista kertoo osallistuneensa johonkin tapahtumaan viimeisen vuoden aikana



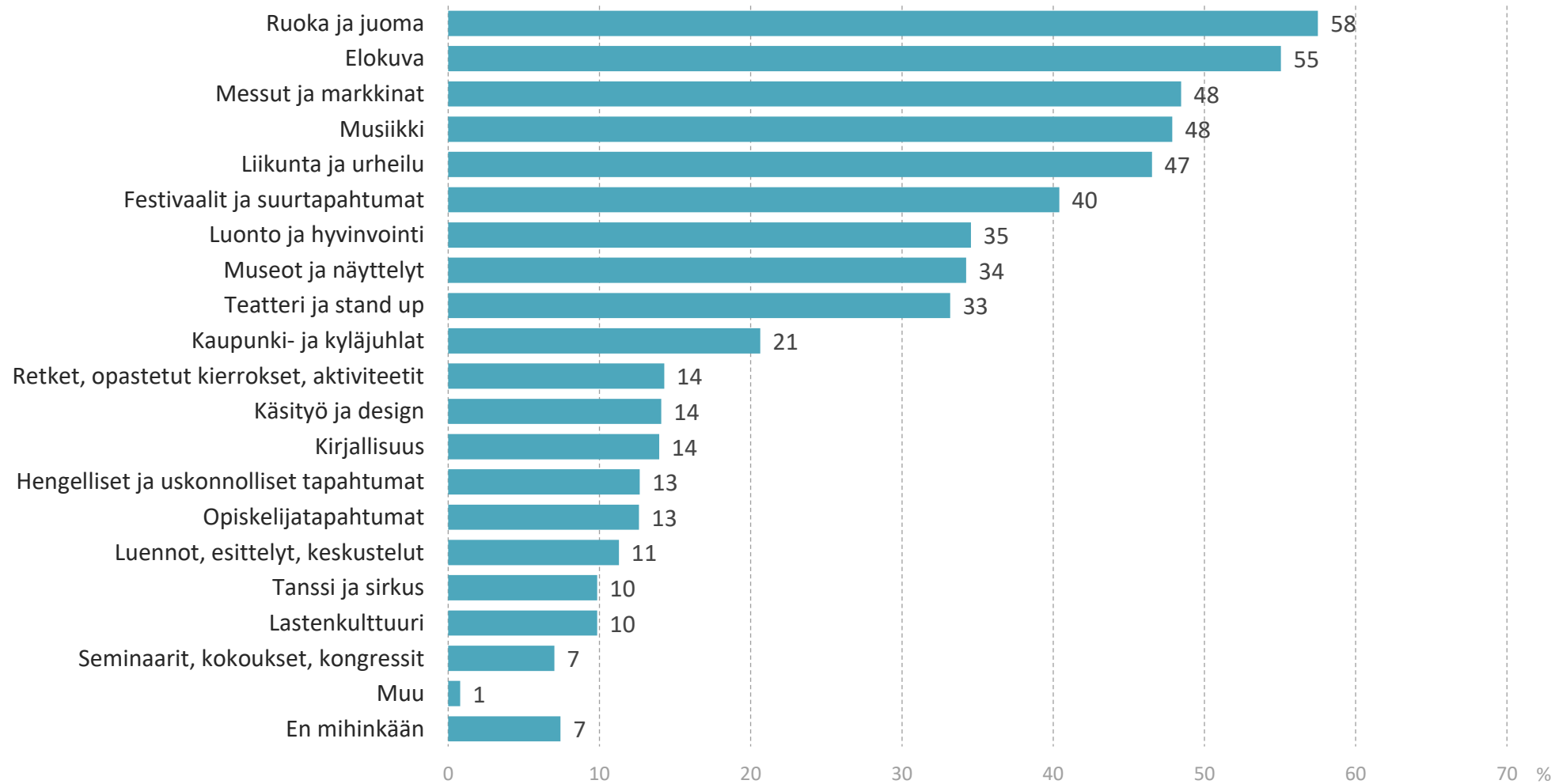
Kuva: Visit Oulu

# Tapahtumiin liittyvät kysymykset

- Vain 7 prosenttia kertoo, ettei ole osallistunut mihinkään listattuun tapahtumaan. Yleisintä on, että kaupunkilaiset ovat osallistuneet ”ruoka ja juoma” –teemaisiin tapahtumiin (58 %), käyneet elokuvissa (55 %), osallistuneet musiikkitapahtumiin (48 %), messuille ja markkinoille (48 %) sekä liikunta- ja urheilutapahtumiin (47 %).
- Oululaisista 60 prosenttia kokee, että tapahtumia järjestetään Oulussa sopivasti. Suurempi osa on ennemmin sitä mieltä, että tapahtumia on liian vähän (29 %) kuin liian paljon (11 %). 43 prosenttia kokee, että tapahtumia järjestetään omalla asuinalueella liian vähän, 6 prosenttia sanoo, että liian paljon. 51 prosenttia näkee, että asuinalueella tapahtumia on sopivasti.
  - Oman asuinalueen tapahtumia on liian vähän erityisesti kaupungin pohjoisosissa asuvien mielestä, mutta myös muilla keskustan ulkopuolisilla alueilla.
- Oululaisista 84 prosenttia kokee tapahtumien olevan hyvä tapa edistää alueen matkailua ja liiketoimintaa, 75 prosenttia ajattelee, että tapahtumat tekevät Oulusta viihtyisämmän paikan elää ja asua. 64 prosenttia kokee, että paikkakunnalle pitäisi hankkia suuria tapahtumia, 69 prosenttia arvioi myös olevan tarvetta pienille tapahtumille. 28 prosenttia sanoo, että tapahtumien ympäristövaikutusten huomioimisella on vaikutusta heidän osallistumiseensa.
- Tapahtumista ei synny kovin laajalti turvattomuuden tunnetta, tätä mieltä on 71 prosenttia oululaisista, eivätkä äänet häiritse (9 % kokee äänet häiritsevinä).

# 93 prosenttia oululaisista on osallistunut Oulussa johonkin tapahtumaan viimeisen vuoden aikana

Mihin seuraavanlaisista tapahtumista olet osallistunut viimeisen vuoden aikana Oulussa?



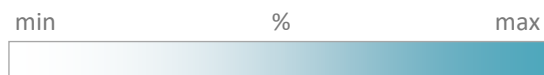
Kaikki vastaajat, n=771

# 93 prosenttia oululaisista on osallistunut Oulussa johonkin tapahtumaan viimeisen vuoden aikana

Mihin seuraavanlaisista tapahtumista olet osallistunut viimeisen vuoden aikana Oulussa?

	SUKUPUOLI		IKÄ				KOULUTUS					
	Kaikki vastaajat, n=771	Mies, n=347	Nainen, n=417	15-29 vuotta, n=131	30-44 vuotta, n=178	45-59 vuotta, n=220	60 vuotta täyttäneet, n=242	Peruskoulu, n=55	Ammattikoulutus, n=187	Lukio, n=79	Opistotaso (vanha), n=108	Korkeakoulutkinto, n=334
Ruoka ja juoma	58	52	64	61	60	62	48	43	52	60	56	63
Elokuva	55	49	61	57	59	59	46	51	54	62	54	55
Messut ja markkinat	48	42	55	49	48	50	47	41	44	50	50	52
Musiikki	48	41	55	51	50	46	44	36	40	55	49	53
Liikunta ja urheilu	47	47	46	47	44	52	45	44	38	42	45	54
Festivaalit ja suur tapahtumat	40	34	48	48	47	39	27	30	36	51	35	44
Luonto ja hyvinvointi	35	28	41	30	38	42	30	20	31	32	29	43
Museot ja näyttelyt	34	31	38	32	35	35	35	26	25	36	30	43
Teatteri ja stand up	33	25	42	25	31	37	42	21	28	29	43	38
Kaupunki- ja kyläjuhlat	21	19	23	18	23	21	20	12	18	23	22	22
Retket, opastetut kierrokset, aktiviteetit	14	13	16	13	19	12	13	14	10	20	13	15
Käsityö ja design	14	6	22	11	15	19	13	7	7	17	17	18
Kirjallisuus	14	10	18	11	14	9	20	3	6	16	18	20
Hengelliset ja uskonnolliset tapahtumat	13	11	14	15	8	10	16	11	9	16	13	15
Opiskelijatapahtumat	13	11	14	36	5	4	2	12	8	29	1	14
Luennot, esittelyt, keskustelut	11	9	13	9	9	9	17	9	2	13	9	17
Tanssi ja sirkus	10	8	12	11	12	10	7	8	6	14	4	13
Lastenkulttuuri	10	9	11	8	20	8	4	6	7	13	5	12
Seminaarit, kokoukset, kongressit	7	6	8	4	6	8	10	0	2	7	9	11
Muu	1	0	1	1	1	1	0	1	0	1	1	1
En mihinkään	7	8	7	6	5	7	11	14	13	6	8	3

n=kaikki vastaajat

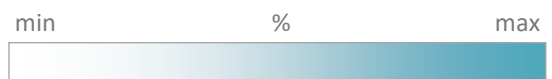


# 93 prosenttia oululaisista on osallistunut Oulussa johonkin tapahtumaan viimeisen vuoden aikana

## Mihin seuraavanlaisista tapahtumista olet osallistunut viimeisen vuoden aikana Oulussa?

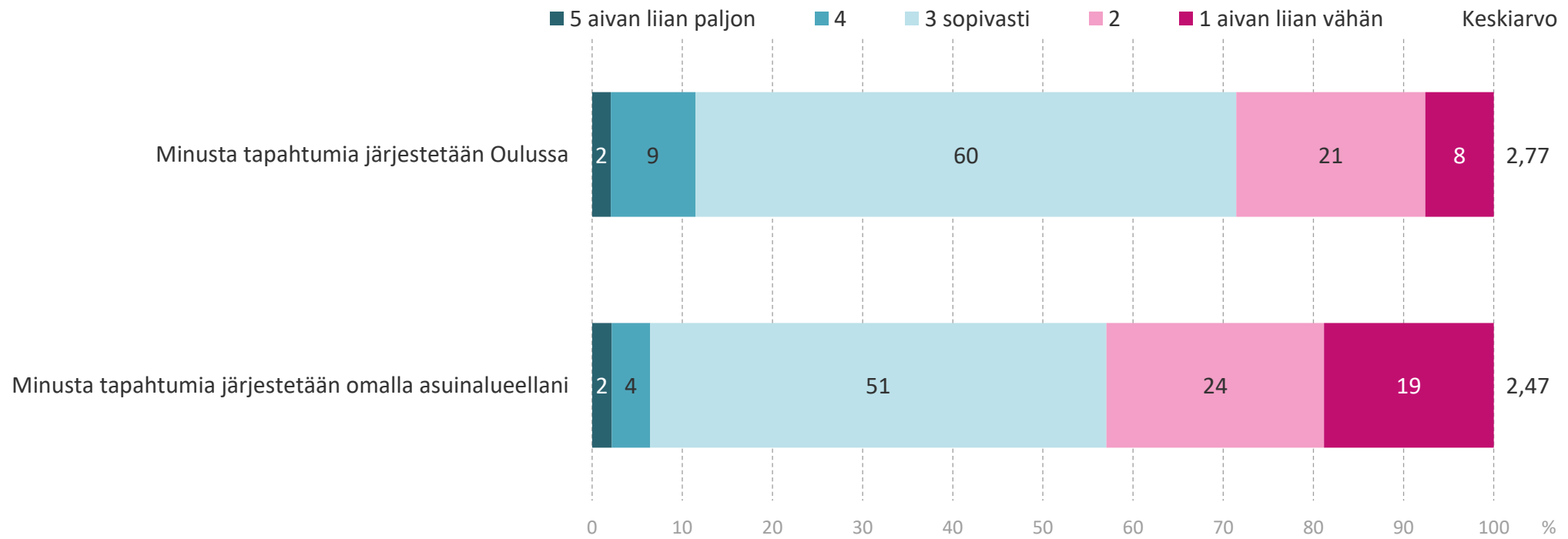
	AMMATTI						TALOUDEN BRUTTOTULOT						TALOUDEN ELINVAIHE			
	Kaikki vastaajat, n=771	Yrittäjä, joht. asema, as.tuntija, toimihlö, n=162	Työntekijä, maanviljelijä, n=220	Opiskelija, n=91	Eläkeläinen, n=207	Muu, eos, n=91	Alle 20 000 € /v, n=115	20 000-39 999 €/v, n=144	40 000-59 999 €/v, n=138	60 000-79 999 €/v, n=101	80 000 €/v tai enemmän, n=125	Eos, ei halua vastata, n=148	Yhden henkilön talous, n=240	Pariskunta, ei lapsia, n=274	Muu aikuistalous, n=54	Talous, jossa alle 18-vuotiaita lapsia, n=203
Ruoka ja juoma	58	68	59	60	49	50	44	51	75	55	64	58	51	56	57	67
Elokuva	55	56	59	65	42	56	46	52	66	57	54	58	47	55	55	65
Messut ja markkinat	48	46	52	51	46	44	41	45	56	51	49	50	44	51	41	53
Musiikki	48	53	54	48	40	39	39	47	56	52	49	46	43	51	41	52
Liikunta ja urheilu	47	53	45	48	46	38	39	40	58	45	57	43	43	43	34	57
Festivaalit ja suurtapahtumat	40	50	45	50	24	32	40	36	51	44	40	33	39	36	36	48
Luonto ja hyvinvointi	35	44	33	33	29	36	33	29	43	28	43	32	34	30	30	42
Museot ja näyttelyt	34	34	35	37	35	26	22	37	50	28	32	34	32	34	27	39
Teatteri ja stand up	33	37	35	29	40	15	22	35	40	45	38	26	28	39	29	33
Kaupunki- ja kyläjuhlat	21	24	22	20	17	19	14	19	29	22	20	20	17	23	12	24
Retket, opastetut kierrokset, aktiviteetit	14	16	16	15	12	12	11	10	22	12	13	17	14	13	5	19
Käsityö ja design	14	18	15	12	12	12	7	12	20	14	17	15	12	16	16	14
Kirjallisuus	14	16	12	10	19	11	6	15	21	15	11	15	16	15	3	13
Hengelliset ja uskonnolliset tapahtumat	13	11	10	16	16	9	15	12	12	18	11	11	13	11	18	13
Opiskelijatapahtumat	13	8	6	47	0	8	26	11	9	4	11	12	14	13	14	11
Luennot, esittelyt, keskustelut	11	14	6	16	15	6	8	11	16	10	10	12	14	12	3	10
Tanssi ja sirkus	10	11	12	9	8	7	7	5	21	9	10	7	6	8	6	16
Lastenkulttuuri	10	14	10	9	4	14	7	7	14	11	13	9	4	4	6	25
Seminaarit, kokoukset, kongressit	7	10	4	8	9	4	5	8	8	5	8	7	7	8	4	7
Muu	1	1	0	0	0	5	2	0	1	1	0	1	1	1	2	0
En mihinkään	7	1	8	2	13	14	10	13	4	0	3	10	10	9	8	2

n=kaikki vastaajat



# Tapauksia Oulussa on enemmän liian vähän kuin liikaa

## Mitä mieltä olet seuraavista Oulun tapahtumien järjestämiseen liittyvistä väittämistä?

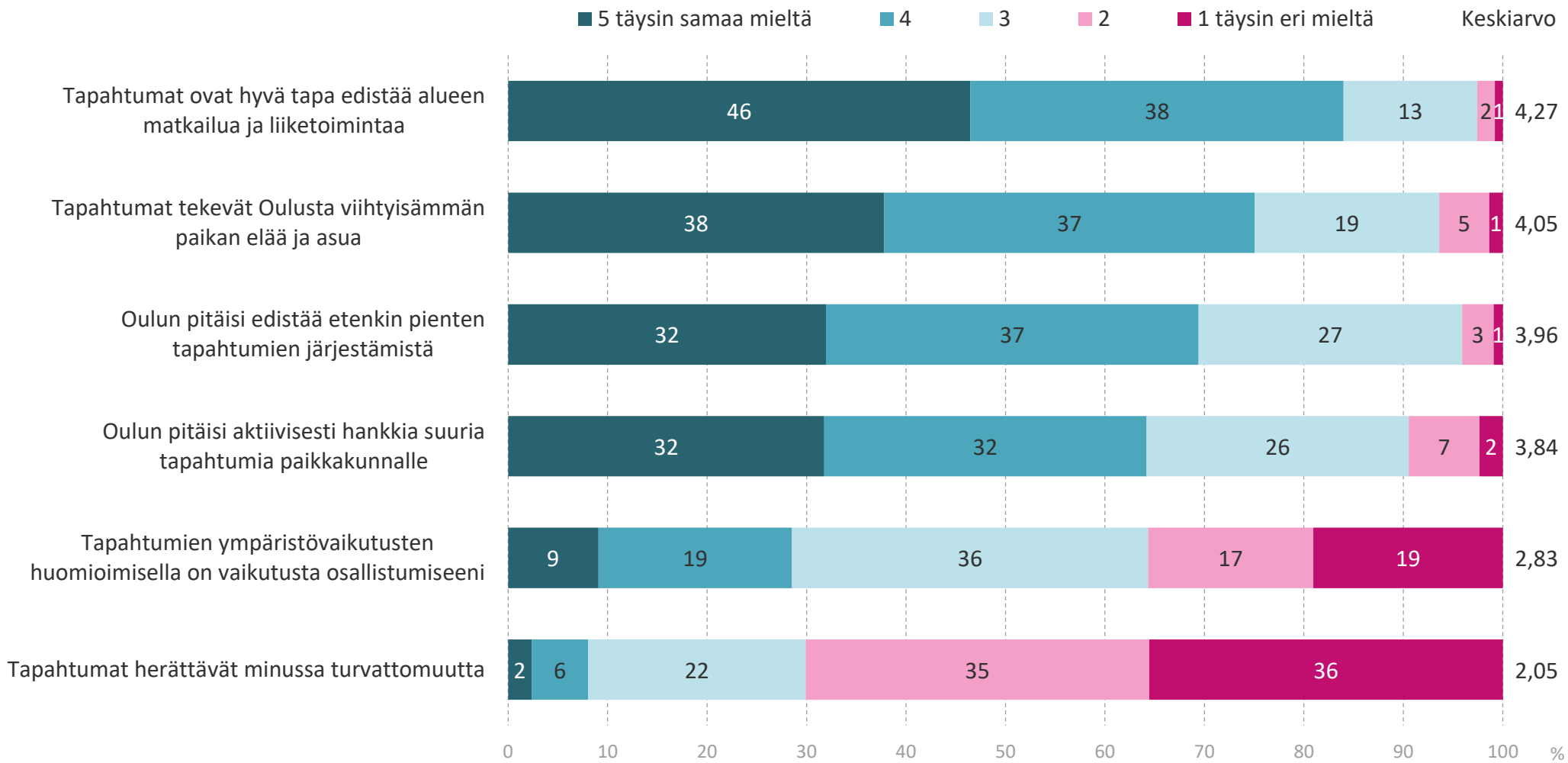


# Tapauksia Oulussa on enemmän liian vähän kuin liikaa

## Mitä mieltä olet seuraavista Oulun tapahtumien järjestämiseen liittyvistä väittämistä?



# Mitä mieltä olet seuraavista Oulun tapahtumiin liittyvistä väittämistä?



Kaikki vastaajat, n=771

# Mitä mieltä olet seuraavista Oulun tapahtumiin liittyvistä väittämistä?

	SUKUPUOLI		IKÄ				KOULUTUS					
	Kaikki vastaajat, n=771	Mies, n=347	Nainen, n=417	15-29 vuotta, n=131	30-44 vuotta, n=178	45-59 vuotta, n=220	60 vuotta täyttäneet, n=242	Peruskoulu, n=55	Ammattikoulutus, n=187	Lukio, n=79	Opistotaso (vanha), n=108	Korkeakoulutkinto, n=334
Tapahtumat ovat hyvä tapa edistää alueen matkailua ja liiketoimintaa	4,27	4,21	4,34	4,09	4,31	4,43	4,30	4,15	4,21	4,20	4,30	4,36
Tapahtumat tekevät Oulusta viihtyisemmän paikan elää ja asua	4,05	3,99	4,11	3,97	4,15	4,20	3,93	3,97	3,98	4,00	4,03	4,14
Oulun pitäisi edistää etenkin pienten tapahtumien järjestämistä	3,96	3,85	4,08	3,77	4,09	4,04	3,99	3,96	3,90	3,91	4,09	3,99
Oulun pitäisi aktiivisesti hankkia suuria tapahtumia paikkakunnalle	3,84	3,84	3,85	3,68	3,96	3,97	3,81	3,65	3,94	3,83	3,90	3,82
Tapahtumien ympäristövaikutusten huomioimisella on vaikutusta osallistumiseeni	2,83	2,70	2,94	3,11	2,64	2,62	2,88	3,30	2,65	2,92	2,80	2,81
Tapahtumat herättävät minussa turvattomuutta	2,05	2,13	1,96	2,36	2,15	1,78	1,84	2,39	2,17	2,09	1,91	1,91



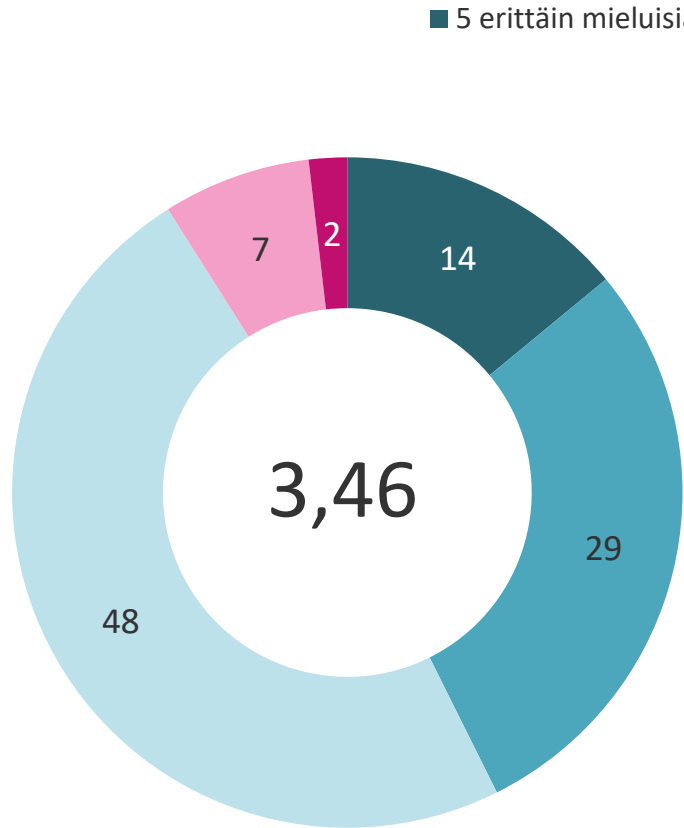
# Mitä mieltä olet seuraavista Oulun tapahtumiin liittyvistä väittämistä?

	AMMATTI						TALOUDEN BRUTTOTULOT						TALOUDEN ELINVAIHE			
	Kaikki vastaajat, n=771	Yrittäjä, joht. asema, as.tuntija, toimihlö, n=162	Työntekijä, maanviljelijä, n=220	Opiskelija, n=91	Eläkeläinen, n=207	Muu, eos, n=91	Alle 20 000 € /v, n=115	20 000-39 999 €/v, n=144	40 000-59 999 €/v, n=138	60 000-79 999 €/v, n=101	80 000 €/v tai enemmän, n=125	Eos, ei halua vastata, n=148	Yhden henkilön talous, n=240	Pariskunta, ei lapsia, n=274	Muu aikuistalous, n=54	Talous, jossa alle 18-vuotiaita lapsia, n=203
Tapahtumat ovat hyvä tapa edistää alueen matkailua ja liiketoimintaa	4,27	4,40	4,34	4,19	4,28	4,00	4,06	4,34	4,39	4,32	4,30	4,24	4,25	4,25	4,30	4,32
Tapahtumat tekevät Oulusta viihtyisemmän paikan elää ja asua	4,05	4,15	4,19	4,05	3,90	3,85	3,88	4,04	4,11	4,17	4,11	4,05	4,05	3,99	3,98	4,15
Oulun pitäisi edistää etenkin pienten tapahtumien järjestämistä	3,96	3,98	3,94	4,00	3,95	3,95	3,96	3,90	4,10	4,00	3,86	3,96	3,96	3,95	3,95	3,99
Oulun pitäisi aktiivisesti hankkia suuria tapahtumia paikkakunnalle	3,84	3,93	4,00	3,73	3,79	3,59	3,53	3,99	3,90	3,90	4,00	3,78	3,75	3,82	3,75	4,00
Tapahtumien ympäristövaikutusten huomioimisella on vaikutusta osallistumiseeni	2,83	2,70	2,69	3,20	2,90	2,67	2,92	2,79	2,90	2,79	2,72	2,82	2,81	2,88	2,72	2,81
Tapahtumat herättävät minussa turvattomuutta	2,05	1,93	2,04	2,29	1,90	2,19	2,21	2,09	1,94	1,96	1,97	2,06	1,97	2,00	2,13	2,17

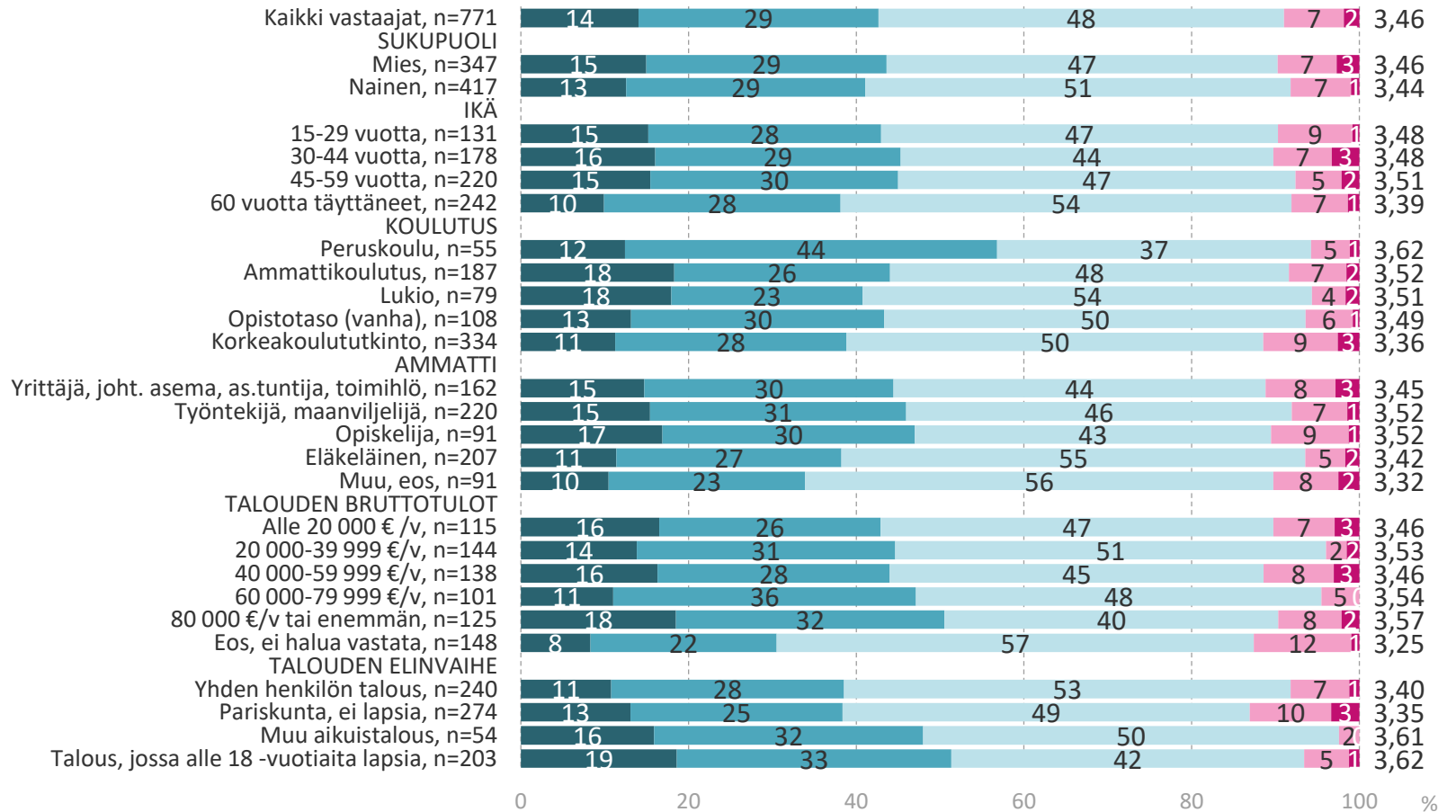


# Tapahtumien ääniä ei kovin moni koe häiritsevänä

Ovatko tapahtumien äänet mielestäsi...



■ 5 erittäin mieluisia ■ 4 ■ 3 ■ 2 ■ 1 erittäin häiritseviä Keskisarvo



n=kaikki vastaajat



Tutkimukseen liittyvät tiedustelut:

Iiris Kanniala, BusinessOulu, projektipäällikkö, Älykäs ja uudistava matkailu Oulun seudulla (STORE) -hanke,  
iiris.kanniala@businessoulu.com, 0404848821

Timo Myllymäki, Taloustutkimus, Senior Insight Manager, timo.myllymaki@taloustutkimus.fi, 010 758 5441

# Liitteet

## 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 <sup>1</sup>	±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 <sup>3b</sup>	±6,0	±4,9 <sup>3a</sup>	±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 <sup>2</sup>
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

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-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.