



| | |
|-------------------------------------|-----------------------|
| <input checked="" type="checkbox"/> | Pro gradu -tutkielma |
| <input type="checkbox"/> | Lisensiaatintutkielma |
| <input type="checkbox"/> | Väitöskirja |

| | | | |
|------------|--|------------------|------------------|
| Oppiaine | Markkinointi | Päivämäärä | 8.2.2012 |
| Tekijä(t) | Johanna Jussila | Matrikkelinumero | |
| | | Sivumäärä | 82 s. + liitteet |
| Otsikko | Raahen kaupungin vetovoimaisuuden kehittäminen paikan markkinoinnin avulla | | |
| Ohjaaja(t) | KTT Heli Marjanen, KTM Kaisa Saastamoinen | | |

Tiivistelmä

Kaupunkitutkimusta on 2000-luvulla tehty lähinnä vain suurten kaupunkien osalta, minkä vuoksi pienten suomalaisten kaupunkien vetovoimaisuutta ja kehittymismahdollisuuksia on perusteltua tutkia. Tutkimuskohteena kaupungin asukkaiden esille nostaminen on perusteltua, koska kaupungit ovat riippuvaisia asukkaistaan taloudellisesti, sosiaalisesti ja kulttuurisesti. Tämän tutkimuksen tutkimusongelmana on, miten paikan markkinoinnilla voitaisiin kehittää Raahen kaupungin vetovoimaisuutta. Tutkimusongelma on jaettu kolmeen osaongelmaan: 1) mitä kaupungin vetovoimaisuus tarkoittaa ja miten maine vaikuttaa vetovoimaisuuteen, 2) miten paikan markkinoinnilla voidaan vaikuttaa kaupungin vetovoimaisuuteen ja 3) millainen on Raahen nykytila ja millaisena asukkaat näkevät kaupungin vetovoimaisuuden ja sen kehittymismahdollisuudet. Tutkielmassa on käytetty kvantitatiivista tutkimusmenetelmää ja aineistonkeruumenetelmänä postikyselyä. Tutkimuksen perusjoukon muodostivat Raahen kaupungin asukkaat, joista valittiin satunnaisotoksella 1000 henkilöä. Vastausprosentti oli 25,3 %.

Kaupungin vetovoimalla tarkoitetaan sen kykyä houkuttaa vaadittavia resursseja seudulla tapahtuvien prosessien ylläpitämiseksi ja vahvistamiseksi. Kaikkein menestyneimmät kaupungit vetävät puoleensa ihmisiä. Kaupungin vahvalla ja omaleimaisella identiteetillä voidaan vaikuttaa positiivisesti kaupungin vetovoimaan. Mielikuvien ja kokemusten suhteen kaupungille muodostuu tietynlainen maine, joka osaltaan vaikuttaa kaupungin vetovoimaan. Pitkäjänteisellä ja johdonmukaisella strategisella kaupunkimarkkinoinnilla voidaan vahvistaa ja nostaa esille kaupungin vahvuudet ja vetovoimatekijät. Kaupunkimarkkinoinnin avulla kaupungista tehdään mahdollisimman kilpailukykyinen, jotta se erottuisi kilpailevien kaupunkien joukosta. Tutkimuksen tulokset osoittavat, että tärkeimpänä tekijänä Raahessa asumiseen oli työpaikka, perhe ja sukulaiset. Vetovoiman kannalta positiivisena nähtiin Raahen asuntotarjonta ja asumiskustannusten edullisuus. Tulosten perusteella Raahen tulisi panostaa entistä enemmän nykyisten asukkaiden viihtyvyyteen ja asenteisiin siten, että ilmapiiri saataisiin innostavammaksi ja kannustavammaksi. Raahen mainetta tulisi myös kehittää.

Tutkimuksen johtopäätöksenä on, että kaupunkimarkkinoinnilla voidaan vaikuttaa kaupungin vetovoimaisuuteen ja maineella on tärkeä merkitys kaupungin vetovoimaisuuteen. Raahen kaupungin kannalta olisi erittäin tärkeää toteuttaa suunnitelmallista ja strategista kaupunkimarkkinointia. Strategisen kaupunkimarkkinointisuunnitelman avulla voidaan varautua tulevaisuuden epävarmoihin tilanteisiin ja kehittää uusia vetovoimatekijöitä, joilla voitaisiin houkuttaa uusia henkisiä ja taloudellisia resursseja alueelle.

| | |
|---------------|---|
| Asiasanat | Paikan markkinointi, vetovoima, maine, Raahen |
| Muita tietoja | |