

Kainuun maakuntakuvatutkimus 2012

MH § 70

Kainuun liitto on teettänyt maakuntakuvatutkimuksen neljän vuoden välein vuodesta 1997 alkaen (vuosina 1997, 2000, 2004 ja 2008). Kajaanin ammattikorkeakoulu on tehnyt 2000-luvulla kaksi Kainuun matkailuimagotutkimusta (vuosina 2003 ja 2008), jotka ovat kysymyksenasettelultaan olleet lähellä maakuntakuvatutkimusta. Päällekkäisen työn karsimiseksi ja resurssien säästämiseksi Kainuun liitto ja Kajaanin ammattikorkeakoulu päättivät yhdistää edellä mainitut tutkimukset ja toteuttaa vuoden 2012 maakuntakuvatutkimuksen yhdessä. Tutkimusten yhdistämisessä pyrittiin mahdollisuuksien mukaan säilyttämään vertailtavuus sekä aiempiin maakuntakuva- että matkailuimagotutkimuksiin.

Tutkimusta suunniteltaessa tavoitteena oli, että kyselystä saatavaa tietoa voitaisiin tuoreeltaan hyödyntää Kainuun maakuntasuunnitelma- ja ohjelmatyössä, työntekijöiden rekrytoinnissa Kainuuseen sekä Made in Kainuu -markkinointiviestintähankkeessa ja Kainuu Helsingissä 2014 -hankkeessa.

Tutkimuksen toteutus

Verrattuna aiempiin maakuntakuvatutkimuksiin vuoden 2012 tutkimus ei ole täysin vertailukelpoinen sikäli, että nyt ensimmäistä kertaa tutkimus tehtiin ikävakioidusta aineistosta. Vuoden 2008 tutkimuksen käyttökelpoisuutta esimerkiksi rekrytointiviestinnän suunnittelussa nimittäin heikensi merkittävästi se, että yli puolet vastaajista oli yli 50-vuotiaita. Myös tutkimuksen otanta poikkeaa aikaisemmasta sikäli, että tutkimus kohdennettiin nyt ammattikorkeakoulun matkailuimagotutkimuksen kanssa yhtäpitävästi pääkaupunkiseudun, Tampereen, Jyväskylän ja Oulun asukkaille. Kainuulaisia vastaajissa ei ole, sillä tavoitteena oli saada tietoa nimenomaan Kainuun ulkoisesta mielikuvasta.

Aiempien matkailuimagotutkimusten suhteen vuoden 2012 maakuntakuvatutkimus on täysin vertailukelpoinen.

Tutkimus toteutettiin osittain puhelinhaastatteluilla, osittain postikyselyllä. Puhelinhaastattelut teki Eniro Sentraali Oy aikavälillä 27.9. – 6.11.2012. Puhelinhaastattelujen kokonaismäärä oli 582. Ammattikorkeakoulun tekemä postikysely toteutettiin 5.10. – 2.11.2012. Lomakkeita palautettiin 435 (22 % kaikkiaan 2 000 lähetetystä lomakkeesta). Kaikkiaan kyselyyn vastasi siis 1017 henkilöä, joista lähes

puolet (46 %) asui pääkaupunkiseudulla. Vastaajien keski-ikä koko aineisto huomioiden oli 43,7 vuotta.

Tutkimustulosten analyysistä ja raportoinnista vastasi Kajaanin ammattikorkeakoulun matkailututkija, FT Jari Järviluoma.

Tutkimuksen tulokset

Otannan muutoksista huolimatta keskeiset tutkimustulokset ovat hyvin yhdenmukaisia aiempien maakuntakuvatutkimusten kanssa: Kainuun tunnetaan ennen kaikkea luonnostaan. Mielikuvissa kainuulaiset elävät maa- ja metsätaloudesta, matkailusta, kaivosteollisuudesta ja puunjalostuksesta. Metallialaa ja tietotekniikkaa ei mielletä Kainuun vahvoiksi osaamisalueiksi, ja Kainuussa viime vuosina paljon esillä olleen pelialan yhdistää Kainuuseen vain kaksi prosenttia vastaajista. Tulokset eivät kerro merkittävistä muutoksista myöskään matkailuimagossa. Selkein muutos liittyy Kainuun saavutettavuuteen, jonka mielletään vuosista 2003 ja 2008 heikentyneen.

Luonnon keskeisyys mielikuvissa näkyy siinä, mitkä tekijät mielletään Kainuun vahvuuksiksi. Useimmiten maakunnan parhaiksi puoliksi mainitaan luonto, puhdas luonto ja rauhallisuus sekä monipuoliset ulkoilu-, retkeily- ja liikuntamahdollisuudet. Spontaaneissa mielikuvissa Kainuun parhaina puolina nostettiin esiin myös Vuokatti ja Kaitakulta.

Kainuun huonoimmaksi puoleksi miellettiin ennen kaikkea syrjäisyys, mutta myös työllisyystilanne ja palvelujen saavutettavuus nähtiin heikkouksina. Sen sijaan paljon julkisuutta saaneet Talvivaaran ympäristöongelmat eivät nousseet tutkimustuloksissa erityisen vahvasti esille. Talvivaaran tai kaivostoiminnan yleensä nimesi spontaanisti Kainuun huonoksi puoleksi viitisen prosenttia vastaajista. Tässä suhteessa on tosin huomioitava, että aineisto koottiin lähes kokonaan ennen kuin Talvivaaran kipsisakka-altaan vuoto (4.11.2013) nousi voimakkaasti valtakunnan julkisuuteen.

Toisena keskeisenä tutkimustuloksena voidaan pitää Kainuun maakuntamielikuvan muuttumattomuutta. Näyttää siltä, että perusmielikuva ei hevin muutu sen enempää markkinointiponnistusten kuin mediakohujenkaan perusteella. Mikäli tietoisesti halutaan muutosta mielikuvaan, se edellyttää jopa vuosikymmenien pitkäjänteistä ja tavoitteellista työskentelyä ja erityisesti nuorten huomioimista. Negatiivisten mediakohujen pitkän tähtäimen vaikutuksia taas on vaikea arvioida.

Tutkimuksen toinen keskeinen tulos on se, että nuorten ja nuorehkojen vastaajien mielikuvat Kainuusta olivat ylipäätään himmeämpiä kuin vanhempien vastaajien mielikuvat. Alle 45-vuotiaat yhdistivät

esimerkiksi nälkämaa-mielikuvan Kainuuseen selvästi harvemmin kuin sitä vanhemmat.

Kainuun vuoden 2012 maakuntakuvatutkimus on julkaistu Kainuun liiton verkkosivuilla osoitteessa <http://kainuunliitto.fi/51>.

Erillinen liite 1.

Lisätietoja antaa viestintäpäällikkö Eeva Mäntymäki, etunimi.sukunimi@kainuu.fi tai 044 797 4004.

Maakuntajohtajan ehdotus:

Maakuntahallitus merkitsee Kainuun vuoden 2012 maakuntakuva tutkimuksen tiedoksi ja käy keskustelun maakuntamielikuvaan liittyvistä kehittämistavoitteista. Keskustelulla evästetään tulevaa maakuntaohjelmatyötä.

Maakuntahallitus:

Viestintäpäällikkö Eeva Mäntymäki esitteli asian.

Hyväksyi.
