



Kalevala – mytologiasta arvoa liiketoimintaan

Virtuaalisen tuotetestauksen tulokset

Tuuli Pulkkinen
Projektitutkija, Itä-Suomen yliopisto
tuuli.pulkkinen@uef.fi

Hankkeen verkkosivut ja materiaalit: <https://kalevala.karelia.fi/>

Itä-Suomen yliopiston tutkimuspaketti

- Kohdemaat: Japani, Kiina, Etelä-Korea + Saksa
 - Aasian kohdemaat alunperin keskiössä, tutkimusta laajennettu Saksaan syksyllä 2022
- Tutkimus tuo tietoa kohdemaiden matkailijoista, heidän suhtautumisestaan keskeisiin matkailuteemoihin Pohjois-Karjalassa sekä Kalevala näkökulmaan matkailutuotteissa ja -palveluissa.
 - Voidaan käyttää tuotesuunnitteluun ja kehitykseen nyt ja tulevaisuudessa.

Tutkimuspaketin rakenne

- Taustatutkimus: jo olemassa oleva tutkimustieto, kohdemaiden matkailijat & matkailun erityispiirteet
- Pohjaa haastattelututkimukseen

Kirjallisuuskatsaukset
(Aasia: kevät+syksy 2020, Saksa: kevät 2021)

Teemahaastattelut
(Aasia: syksy 2020, Saksa: kevät 2021)

- Taustatutkimus: Miten kohderyhmät suhtautuvat Kalevalaan ja matkailun erinäisiin teemoihin (luonto, karhu, sauna)?
- Suomessa asuvat kohdemaiden edustajat

- Miten kiinnostavia eri Kalevala mausteiset tuoteteemat ovat kohderyhmille?
- Taustatutkimuksen tulokset + hankkeen työpajojen tulokset
- Kokeellinen tutkimusasetelma: perusteema & Kalevala

Virtuaalinen tuotetestaus
(Aasia: kevät 2022, Saksa: syksy 2022)

Tuotetestauksen tarinateemat

Kalevalainen Saunapolku	Matkailija vierailee erilaisissa saunoissa ympäri Pohjois-Karjalan maakuntaa, esim. savu-, ranta-, yrtti- ja jääsaunoissa. Myyttiset olennot ja mystiikka osana tuotetta.
Hyvinvointi retriitti Itä-Suomeen	Matkailija lähtee etsimään voimaannuttavaa hyvinvointia luonnosta, järvien ja metsien maasta. Teemassa vahvasti esillä hyvinvoinnin elementit ja luontosuhde.
Live Like a Local in Pohjois-Karjala	Matkailija asettuu pieneen syrjäiseen kylään missä he voivat syventyä suomalaiseen elämäntapaan. Fokuksena on "elää kuin paikallinen" ja näin ollen saada ikimuistoinen kulttuurielämys.

Tutkimuksen rakenne

- Kokeellinen asetelma: perusteema ja Kalevala rikastettu teema
 - Tarkoituksena oli havainnoida, tuoko Kalevala itsessään mitään lisäarvoa tuotteisiin.
 - Molemmissa lomakkeissa käytettiin samaa rakennetta ja kysymyslomaketta: ainut ero oli suorien Kalevala lainauksien lisääminen teemoihin Kalevala teemassa.
 - Perusteemassa Kalevala piilolisänä → kummasakin lomakkeessa Kalevala myös esitelty lyhyesti.
- 100 vastausta/lomake = 200 vastausta/maa yhteensä

Tuotetestauksen tuloksia: Japani, Kiina, Etelä-Korea

Tuloksia: Laadullinen analyysi

Kalevalainen Saunapolku, Hyvinvointi retriitti Itä-Suomeen
& Live like a local in Pohjois-Karjala

Kalevalainen Saunapolku

Japani

- Saunabuumi Japanissa
→ positiivinen
<>negatiivinen vaikutus?
- Kulttuurista oppiminen & kulttuurin merkitys
- Sauna luonnossa
- Mytologiat? Pos. saunatonttu

Kiina

- Primitiivinen, ei mitään uutta
- Sauna luonnossa
- Historia, kulttuuriperintö
- Mytologia → pos. ja neg.

Etelä-Korea

- Sauna ei erityinen elämys
→ *suomalainen* sauna?
- Saunatonttu on pop! →
Mutta myös tieteellinen tieto → terveysvaikutukset
- Kulttuurielämys, oppiminen
- Sauna luonnossa
- Ympäristö ystävällisyys tärkeä!

Lainauksia

- *”En ole koskaan käynyt Suomessa, mutta saunat ovat viime aikoina tulleet suosituiksi Japanissa enkä tiedä niistä paljoakaan, joten ajattelin, että saunateema voisi olla tilaisuus tutustua aiheeseen ja saada hyödyllistä tietoa.”* (Japani)
- *”Olen kiinnostunut Suomesta maana. En ole kiinnostunut saunoista.”* (Japani)
- *”Huono puoli on, että kokemus voi olla suhteellisen primitiivinen, yksinkertainen tai rajua, ja se saattaa pelottaa ihmisiä.”* (Kiina)
- *”On mielenkiintoista, että tämä luonnonläheinen peseytymistapa on erittäin mukava ja vie suoraan luonnon syliin.”* (Kiina)
- *”Sauna ei ole tylsä, mutta ei tunnu erityiseltä.”* (Etelä-Korea)
- *”Yhteydet saunoihin, tonttuihin ja myytteihin ovat mielenkiintoisia.”* (Etelä-Korea)

Hyvinvointi retriitti Itä-Suomeen

Japani

- Mytologia <> luonto?
- Rungas luonto kiinnostava
- Rinnakkaiselo luonnon kanssa → luontosuhde
- Tavallisesta elämästä irtautuminen, uudet kokemukset
- Hyvinvointi?
- Sauna luonnossa
- Ruoan kerääminen luonnosta → pos. <> neg.?

Kiina

- Liian tavanomainen, ei erityinen
- Avara luonto → *mystisyys*
- Rinnakkaiselo luonnon kanssa
- Jääminen modernin maailman ulkopuolelle?
- Paraneminen ja rentoutuminen luonnossa

Etelä-Korea

- Luonto kokemus ei tarpeeksi ainutlaatuinen
- Luonnon rentouttava, parantavat elementit
- Mytologia pos. <> neg.? → luonnon mystiikka itsessään, saumattomasti luontoon liittyvät tarinat

Lainauksia

- *”Loitsuista puhumiset ja vastaavat menivät vähän liian pitkälle mytologiaan ja saivat minut menettämään mielenkiintoni.”* (Japani)
- *”Pidin ajatuksesta, että saisin mahdollisuuden kokea paljon Suomen rehevää luontoa. Ajattelin, että niin voisin paeta arkea ja rentoutua.”* (Japani)
- *”Tunnelma on myyttinen, mutta valitettavasti en usko sen eroavan muista paikoista, toisin sanoen se ei ole ainutlaatuinen.”* (Kiina)
- *”Luonto ei ainoastaan tarjoa ihmisille vettä ja ruokaa selviytymiseen, vaan se voi myös edistää fyysistä ja psyykkistä terveyttämme. Siksi meidän täytyy olla kiitollisia luonnolle, kunnioittaa sitä ja vaalia sitä.”* (Kiina)
- *”Meidänkin maassamme on tunnetusti metsiä, joten ne eivät ole mikään uusi juttu.”* (Etelä-Korea)
- *”Luonnolla ja vedellä on parantavia voimia. Maassamme on samankaltaisia tarinoita ja ajatuksia. On mielenkiintoista, että muissa maissa on samanlaisia kulttuureja ja ajatuksia kuin meillä, ja olen kiinnostunut siitä, miten ne eroavat omistamme.”* (Etelä-Korea)

Live like a local in Pohjois-Karjala

Japani

- Kulttuurin ja luonnon kokeminen → luonto osa suomalaista kulttuuria
- Tapahtumat
- Vuorovaikutus paikallisten kanssa
- Ruokailu luonnossa, paikalliset raaka-aineet
- Kiireetön ajanvietto

Kiina

- Kulttuurin kokeminen osallistumalla paikallisten elämään → paikalliset aktiviteetit
- Historia
- Kaukaisuus modernista elämästä negatiivinen?
- Kansanperinne, runollisuus
- Ruoka

Etelä-Korea

- Luontoystävällisyys → luonnon kanssa sopusoinnussa eläminen
- "Luonnonympäristö"
- Ruoka
- Paikallisen kulttuurin kokeminen
- Erottuu muista matkailutuotteista

Lainauksia

- *“Vuorovaikutus paikallisten ihmisten kanssa miellyttää. Haluan kokea monipuolisesti kulttuuria.”* (Japani)
- *“Kiinnostuin mahdollisuudesta olla vuorovaikutuksessa luonnon kanssa nauttien paikallisista raaka-aineista valmistettuja ruokia aivan kuten asukkaat.”* (Japani)
- *“Erittäin hyvä teema, se integroituu paikallisten ihmisten elämään ja auttaa kokemaan heidän kulttuuriaan.”* (Kiina)
- *“Laulettu runot, mystiset juhlat, magian ja luonnon yhdistelmä ovat kaikki hyvin mielenkiintoisia.”* (Kiina)
- *“Se on teema, joka sopii hyvin luontoystävällisiin matkailukohteisiin.”* (Etelä-Korea)
- *Se herätti huomiota, koska oli mielenkiintoista kokea suomalaista ruokaa, elämää ja luonnonympäristöä, jotka eroavat tavallisista matkailutuotteista, ja se oli hyvä, koska se oli houkutteleva teematuote, joka auttoi pitämään parantavan tauon mutkikkaasta kaupunkielämästä.”* (Etelä-Korea)

Tuloksia: Deskriptiivinen analyysi

Teema ranking: Japani

Japani		Perusteema	Kalevala
Kalevalainen Saunapolku	1	43 %	51 %
	2	28 %	28 %
	3	29 %	21 %
Hyvinvointi retriitti Itä-Suomeen	1	27 %	19 %
	2	42 %	50 %
	3	31 %	31 %
Live like a local in Pohjois-Karjala	1	30 %	30 %
	2	30 %	22 %
	3	40 %	48 %

Teema ranking: Kiina

Kiina		Perusteema	Kalevala
Kalevalainen Saunapolku	1	34 %	34 %
	2	34 %	40 %
	3	31 %	26 %
Hyvinvointi retriitti Itä-Suomeen	1	41 %	47 %
	2	34 %	24 %
	3	25 %	29 %
Live like a local in Pohjois-Karjala	1	25 %	19 %
	2	31 %	36 %
	3	44 %	45 %

Teema ranking: Etelä-Korea

Etelä-Korea		Perusteema	Kalevala
Kalevalainen Saunapolku	1	53 %	46 %
	2	30 %	30 %
	3	17 %	24 %
Hyvinvointi retriitti Itä-Suomeen	1	27 %	32 %
	2	55 %	46 %
	3	18 %	22 %
Live like a local in Pohjois-Karjala	1	20 %	22 %
	2	15 %	24 %
	3	65 %	54 %

Kalevala ja Perusteeman vertailu: Kuinka todennäköisesti haluaisit kokea teemaan liittyvän tuotteen/palvelun?

- Erot Kalevala ja Perusteeman väleillä kiinnostavuuden kannalta olivat melko vähäiset
 - Japanilaisten vastauksissa todennäköisyys laski jokaisen teeman osalta Kalevala rikastetuissa tuotteissa
 - Kiinalaisten osalta todennäköisyys pysyi melko samana Hyvinvointi ja LLLPK teemoissa, mutta Saunapolun osalta todennäköisyys nousi Kalevala teemassa
 - Eteläkorealaisten osalta todennäköisyys laski Kalevala formaatissa Saunapolun osalta, mutta nousi Hyvinvointi ja LLLPK teemoissa

Suomi matkakohdeena: tunnettavuus ja kiinnostus

- Tunnettavuus - arvosteluväli 1=en tiedä asiasta yhtään mitään - 5=tämä on minulle täysin tuttua
 - Kiinalaiset kokivat tuntevansa Suomen matkakohdeena melko hyvin (keskiarvot: Kalevala 3,6 - Perusteema 3,4)
 - Japanilaiset ja eteläkorealaiset kokivat tietävänsä Suomesta matkakohdeena selvästi heikommin (keskiarvot, molemmat maat: Kalevala 2,4 - Perusteema 2,5)
- Kiinnostavuus - arvosteluväli 1=ei kiinnosta minua lainkaan - 5=tämä on yksi tärkeimmistä kiinnostukseni kohteista
 - Japani: Kalevala 3,5 - Perusteema 3,7
 - Kiina: Kalevala 4,1 - Perusteema 4,0
 - Etelä-Korea: Kalevala 3,5 - Perusteema 3,5

Johtopäätöksiä



Johtopäätöksiä

- Luonto ja **suomalainen** luontoyhteys nähtiin tärkeänä elementtinä **kaikissa** tuotteissa.
 - Luonnon korokkeelle nostamista myös kritisoitiin → Mitä uutuusarvoa?
 - → **suomalainen** luontosuhde, rinnakkaiselo luonnon kanssa.
- Kulttuuri, kulttuurin kokeminen ja oppiminen myös tärkeitä.
- Suomi matkakohteena kiinnostaa!
 - Suomen tunnettavuus matkakohteena?

Johtopäätöksiä

- Kalevala rikastetut tuoteteemat eivät suurelta osin vaikuttaneet kiinnostavammilta kuin perusteemaiset tuotteet --> erot pieniä
 - → Kalevala ei riittävän tunnettu?
- Vaikeasti ymmärrettävät mytologiat (kuten Kalevala) voivat olla kynnyks matkailutuotteen/-palvelun sisäistämiseksi ja siitä nauttimiseksi → **mausteena** tuotteissa voi tuoda kaivattua lisäarvoa.
 - Jo pelkästään **suomalaisen** elämäntyylin kokeminen voi olla eksoottista ja riittävän kiinnostavaa itsessään.
 - Tarinan tai mytologian saumaton integrointi tuotteeseen/palveluun tai taustoittaminen tärkeää.

Johtopäätöksiä

- Kulttuurikokemuksen osallistumisen tasot
 - Paikallisen kulttuurin kokeminen
 - Maistiaisia kulttuurista (esim. Ruoka, tapahtumat) → ei syvällistä tutustumista
 - Vuorovaikutus paikallisen kulttuurin kanssa
 - Vuorovaikutus paikallisten ja ympäristön kanssa → syventyminen kulttuurikokemukseen
 - Paikalliseen kulttuuriin uppoutuminen
 - Uppoutuminen paikalliseen elämään ja suomalaiseen elämäntyyliin → immerssiivinen kulttuurielämys
- → Miten ottaa huomioon tuotesuunnittelussa?

Pohdintoja

Miten Suomi (tai **Pohjois-Karjala**) voi erottua joukosta matkailutuotteissa/-palveluissa? Näkökulmia houkuttelevuuteen, uusiin kokemuksiin: esimerkkeinä sauna, luonto & Kalevala

Pohdintoja – Miten Suomi (tai **Pohjois-Karjala**) voi erottua joukosta matkailutuotteissa/-palveluissa? Näkökulmia houkuttelevuuteen, uusiin kokemuksiin.

- Sauna: Aasialaisten kulttuureissa usein oma, hyvinkin tunnustettu sauna/kylpylä kulttuurinsa → sauna itsessään ei siis välttämättä avaudu, koska on jo vahva mielikuva siitä, mikä sauna on.
 - Miten tuoda esiin saunan kulttuurista kontekstia?
 - Miten korostaa **suomalaista** saunaa?

Pohdintoja -Miten Suomi (tai **Pohjois-Karjala**) voi erottua joukosta matkailutuotteissa/-palveluissa? Näkökulmia houkuttelevuuteen, uusiin kokemuksiin.

- Luonto: Vaikka koemme, että suomalainen luontokokemus on hyvin erilainen verrattuna esimerkiksi Aasian maihin, tämä kuva ei välttämättä välity näille potentiaalisille asiakkaille.
 - Miten tuoda esiin suomalaista luontoa ja/tai luontokokemusta?
 - Miten suomalainen luontokokemus erottautuu muista?
 - → **luontosuhde?**

Pohdintoja – Miten Suomi (tai **Pohjois-Karjala**) voi erottua joukosta matkailutuotteissa/-palveluissa? Näkökulmia houkuttelevuuteen, uusiin kokemuksiin.

- Kalevala: Kalevalan tarinat ja perintö voidaan myös nähdä hyvin yleismaailmallisena ja löytää yhtymäkohtia omaan kulttuuriin.
 - Auttaa ymmärtämään paremmin <> ei nähdä erityisenä.
 - Miten tuoda esiin houkuttelevana?
 - → Tapa tuoda esiin ja syventää kulttuurikokemusta?

Yhteenveto

Miten hyödynnän tuloksia tuotesuunnittelussa?

Yhteenveto

- Tunnistetaan voimavarat → Kriittinen tarkastelu!
 - Esim luonto & sauna.
 - Tärkeitä elementtejä, mutta miten erotaan massasta?
 - Viestitään oikein → esim. **suomalainen** sauna.
- Mietitään toteutusta mytologian & tarinallisuuden liittämiseksi tuotteisiin.
 - Miten saadaan saumattomasti tuotteeseen/palveluun?
 - Tarvitaanko taustoitusta asiakkaalle? → ymmärrys.
 - Ydin <> "mauste"?
- Kulttuurin korostaminen → uuden oppiminen.
 - Suomalaisuus itsessään eksoottista!
 - Ruokaelämykset.
- Perinteinen <> Moderni maailma?

Kiitos!

KALEVALA - TARINOITA, TUNTEITA JA TUOHTA

tuuli.pulkkinen@uef.fi

