



Karelia-ammattikorkeakoulu
Medianomi (AMK)

Mobiilisovelluksen konseptointi: Sauna App Finland

Pekka Laukkanen

Opinnäytetyö, Toukokuu 2023

www.karelia.fi



OPINNÄYTETYÖ
Toukokuu 2023
Media-alan koulutus

Tikkarinne 9
80200 JOENSUU
+358 13 260 600 (vaihte)

Tekijä
Pekka Laukkanen

Nimeke
Mobiilisovelluksen konseptointi: Sauna App Finland

Tiivistelmä

Saunakulttuuri ja hyvinvointimatkailu ovat Suomen matkailulle tärkeitä myyntiartikkeleita. Kiinnostusta lisää suomalaisen saunakulttuurin valinta Unescon aineettoman kulttuuriperinnön listaukseen joulukuussa 2020. Opinnäytetyö käsittelee sisällöltään uudenlaisen, suomalaista saunakulttuuria ja saunapalveluita esittelevän mobiilisovelluksen Sauna App Finlandin konseptointia. Opinnäytetyössä selvitetään, mitä mieltä sauna- ja hyvinvointipalveluita tarjoavat yrittäjät ja yhteisöt ovat Sauna App Finlandin kaltaisesta mobiilisovelluksesta sekä mitä ominaisuuksia yrittäjien mielestä mobiilisovelluksen pitäisi sisältää.

Opinnäytetyön tietoperusta pohjautuu media-aineistoihin, tutkimusraportteihin sekä tietokirjallisuuteen suomalaisesta saunakulttuurista ja hyvinvointimatkailusta, matkailupalveluiden tuotteistamisesta sekä innovoinnista. Opinnäytetyön toiminnallisessa osuudessa tehtiin kyselytutkimus sauna- ja hyvinvointipalveluita tarjoaville yrittäjille ja yhteisöille. Kyselyyn vastasi kolmekymmentä yrittäjää. Kyselyn tuloksista muodostuu kuva siitä, mitä mieltä saunayrittäjät ja -yhteisöt ovat mobiilisovelluksesta, sen sisällöstä sekä toiminnoista. Kyselyn vastaukset muodostavat opinnäytetyön tärkeimmän tietosisällön. Raportissa pohditaan myös Sauna App Finlandin konseptointia ja jatkokehitystyötä.

Kieli
suomi

Sivuja 43
Liitteet 1
Liitesivumäärä 7

Asiasanat
mobiilisovellukset, konseptisuunnittelu, saunat, hyvinvointi, kyselytutkimus



THESIS
May 2023
Degree Programme in Media

Tikkarinne 9
80200 JOENSUU
FINLAND
+ 358 13 260 600 (switchboard)

Author
Pekka Laukkanen

Title
Concept Creation of the Mobile Application: Sauna App Finland

Abstract

Sauna culture and wellness tourism are important sales articles for Finnish tourism. The interest is increased by the admission addition of the Finnish sauna culture for UNESCO's list of intangible cultural heritage in December 2020. The content of the thesis deals with the concept creation of Sauna App Finland, a new kind of mobile application that provides information about the Finnish sauna culture and sauna services. The thesis examines what entrepreneurs and communities offering sauna and well-being services think about a mobile application such as Sauna App Finland and what features entrepreneurs think the mobile application should contain.

The knowledge base of the thesis is based on media materials, research reports and non-fiction of Finnish sauna culture and wellness tourism, productisation of tourism services and innovation. In the functional part of the thesis, a survey was conducted for the entrepreneurs and communities providing sauna and well-being services. Thirty entrepreneurs responded to the survey. The results of the survey form a picture of how sauna entrepreneurs and communities feel about the mobile application, its content, and functions. The answers to the questionnaire form the most important information content of the thesis. The report also discusses the concept creation and further development of Sauna App Finland.

Language
Finnish

Pages 43
Appendices 1
Pages of Appendices 7

Keywords
mobile applications, concept creation, saunas, well-being, survey research

Sisältö

1	Johdanto	5
2	Suomalainen saunakulttuuri kulttuuriperintönä ja osana hyvinvointimatkailua	7
2.1	Saunakulttuuri	7
2.2	Saunan representaatiot	9
2.3	Sauna tuotteistettuna	10
2.4	Hyvinvointimatkailu	12
2.5	Esiselvitysraportti	14
3	Kyselytutkimus sauna- ja hyvinvointialan yrittäjille ja yhteisöille	15
3.1	Kyselylomakkeen luominen	15
3.2	Kyselyn kohderyhmän kartoitus	17
3.3	Kysymykset ja vastaukset	19
3.3.1	Yrityksen perustiedot	19
3.3.2	Yrityksen tarjoamat palvelut	20
3.3.3	Yrityksen markkinointi ja viestintä	22
3.3.4	Mobiilisovellus	25
4	Sauna App Finland	29
4.1	Sauna App Finland mobiilisovellus	29
4.2	Mobiilisovelluksen tietosisältö ja toiminnot	31
4.2.1	Lähimmän saunan etsintä	31
4.2.2	Opas saunaan ja saunaetiketti	32
4.2.3	Saunan terveyshyödyt	33
4.2.4	Saunan historia ja kansanperinne	33
4.2.5	Eniten kysytyt kysymykset	34
4.3	Mobiilisovelluksen kielivaihtoehdot	34
4.4	Ansaintakeinot	35
4.5	Tietokanta	36
4.6	Web-sovellus vai mobiilisovellus?	36
5	Pohdinta	38
	Lähteet	43

Liitteet

Liite 1 Kyselylomake

1 Johdanto

Opinnäytetyöni aiheena on sisällöltään uudenlaisen, suomalaista saunakulttuuria käsittelevän mobiilisovelluksen konseptointi. Suomalainen saunakulttuuri valittiin Unescon aineettoman kulttuuriperinnön listaukseen joulukuussa 2020 (Museovirasto 2020). Saunominen on Suomessa osa kulttuuria sosioekonomisesta asemasta riippumatta (Laukkanen & Laukkanen 2020, 27). Saunakulttuuri ja hyvinvointimatkailu ovat olleet ja tulevat enemmässä määrin olemaan Suomen matkailulle tärkeitä myyntiartikkeleita. On olemassa useita matkailuun liittyviä sovelluksia ja verkkosivuja, joiden kautta palveluista kiinnostunut voi varata erilaisia elämyksiä ja aktiviteetteja. Kuitenkaan saunakulttuuriin ja hyvinvointimatkailuun keskittyvää mobiilisovellusta ei ole vielä olemassa. Monesti hektisen elämän ja työrytmin vastapainoksi etsimme paikkaa, jossa hengittää syvään ja rauhoittua (Suontausta & Tyni 2005, 48). Tämä jättää uudelle innovaatiolle tilaa, mutta kuinka se saadaan toteutettua, mitä sen pitää sisältää ja kuinka se saadaan tuottamaan sosiaalista ja rahallista tuottoa? (Taatila & Suomala 2008,10).

Opinnäytetyössäni käytän mobiilisovelluksesta nimeä Sauna App Finland, joka voi muuttua sovelluksen kehitysvaiheessa. Sauna App Finland -mobiilisovelluksen idea syntyi osana medianomiopintojeni informaatiografiikan kurssin tehtävää, jossa oli tarkoitus tehdä visuaalinen suunnitelma mobiilikäyttöliittymään. Idea saunaan liittyvästä mobiilisovelluksesta tuli, kun samoihin aikoihin mediassa uutisoitiin laajasti suomalaisen saunakulttuurin liittämistä Unescon aineettoman kulttuuriperinnön listaukseen (17.12.2020). Sovellusideasta tehtiin samaan aikaan myös ryhmätyö osana Tutkin ja kehitän -kurssia, joka vahvisti ideaa suomalaiseen saunakulttuuriin liittyvästä mobiilisovelluksesta. Mobiilisovelluksen idea on kehittynyt eteenpäin eri opintojaksoihin sisältyvien kurssitöiden ja tehtävien kautta.

Sauna App Finland on mobiilisovellus, jonka tarkoitus on toimia Suomen kattavana saunakarttana ja ajanvarauspalveluna, joka tarjoaa myös mahdollisuuden tutkia erilaisia tarjolla olevia saunapalveluita sekä saada tietoa kyseisistä palveluista. Sovellus tarjoaa myös saunatietoutta viihteellisessä muodossa, aina

saunaetiketistä historiaan ja mytologiaan saakka. Mobiilisovelluksen tarjoama saunatietous kattaa suomalaista saunakulttuuria historiasta nykypäivään, tuoden esille perinteisiä rituaaleja ja tapakulttuuria, kuitenkin samalla ollen viihteellinen ja osa kokemusta. Mobiilisovelluksen tarkoitus on antaa tietoa näistä joskus sanomattomistakin säännöistä saunasta kiinnostuneille sekä ohjata palveluiden äärelle. Saunayrittäjille mobiilisovellus vastaavasti tarjoaa helpon työkalun, jolla yrittäjät voisivat muun muassa markkinoida palveluitaan, ottaa varauksia vastaan ja pitää kalenteria palveluidensa saatavuudesta. Suomalainen saunakulttuuri on monipuolistunut ja erilaiset saunaan liittyvät hyvinvointipalvelut ovat lisääntyneet. Tämä opinnäytetyö pyrkii etsimään ratkaisua näiden palveluiden parempaan saavutettavuuteen, kuinka kuluttajat saadaan valitsemaan saunapalvelut osaksi matkaelämystään? Uudenlaista tuotetta innovoidessa täytyy myös pohtia mikä on se kohderyhmä, jolle palvelu on tarkoitettu (Heikkilä 2010, 206).

Opinnäytetyön tavoitteena on kehittää konsepti Sauna App Finland-mobiilisovellukselle. Opinnäytetyössä selvitetään kyselytutkimuksen kautta, mitä mieltä sauna- ja hyvinvointi palveluita tarjoavat yrittäjät ja -yhteisöt ovat Sauna App Finlandin kaltaisesta mobiilisovelluksesta ja mitä ominaisuuksia heidän mielestään tällaisen palvelun pitäisi sisältää. Mobiilisovelluksen yksi tärkeimmistä ominaisuuksista käyttäjille on monikielisyys. Kyselyn kautta tarkastellaan myös mobiilisovelluksen palvelukielten tarvetta. Saunayrittäjät ja -yhteisöt ovat mobiilisovelluksen tärkeimmät asiakkaat, koska yritykset ovat sovellukselle mahdollisia tulonlähteitä, jotka mahdollistavat sen ylläpidon. Konseptin kehityksessä onkin tärkeää pohtia, kuinka yritykset voisivat hyötyä mobiilisovelluksesta sekä olisivatko yritykset valmiita maksamaan mobiilisovelluksen lisäominaisuuksien käytöstä.

Opinnäytetyössäni käytän erilaisia aineistoja kuten kyselytutkimuksen tuloksia, arkisto- ja media-aineistoja, tutkimusraportteja sekä tietokirjallisuutta. Tärkeimmän aineiston keräsin tekemällä kyselytutkimuksen sauna- ja hyvinvointialalla toimiville yrittäjille ja yhteisöille. Kyselyssä selvitettiin muun muassa mitä palveluita yrittäjät ja yhteisöt tarjoavat, mitä sisältöä he toivoisivat mobiilisovelluksen sisältävän sekä olisivatko he valmiita maksamaan mobiilisovelluksen tarjoamien

mahdollisten lisäpalvelujen tai markkinoinnin käyttämisestä. Opinnäytetyön tietosisältöä varten tutkin tietokirjallisuutta suomalaisesta saunakulttuurista ja hyvinvointimatkailusta. Tarkastelin myös erilaisia julkaistuja matkailualan tilastoja taustatiedoksi selvittääkseni, mistä matkajia Suomeen tulee ja mitä he matkoiltaan odottavat.

Sauna App Finland -mobiilisovelluksen konseptoinnissa käytän hyödyksi medianomiopintojeni aikana eri kursseilla tuotettua materiaalia ja tutkimustuloksia. Näitä aineistoja ovat ryhmätyönä luotu ensimmäinen versio Sauna App Finlandista, Suomalaisen saunakulttuurin mediakuvasto-esiselvitysraportti sekä Sauna App Finlandista tehdyt ensimmäiset tekniset prototyypit ja graafiset konseptit.

2 Suomalainen saunakulttuuri kulttuuriperintönä ja osana hyvinvointimatkailua

2.1 Saunakulttuuri

Saunomisen tavat ja saunatrendit vaikuttavat mobiilisovelluksen kehittämiseen siltä osin, millaisia saunoja ja saunapalveluita sovellukseen liitetään. Nykyään ei tarvitse omistaa saunaa nauttiakseen siitä, vaan erilaisia vaihtoehtoja löytyy paljon. Suomessa saunoja on perinteisesti ollut aina tarjolla kerros- ja rivitaloasunnoissa, vapaa-ajan asunnoilla ja uimahalleissa sekä kylpylöissä. Saunomisen tutkitut terveyshyödyt kytkeytyvät globaaliin wellness-trendiin ja tätä kautta perinteisestä suomalaisesta saunakulttuurista on tullut jälleen ajankohtainen. (Laukkanen & Laukkanen 2020, 130–132.)

Saunakulttuuri on osa miltei jokaisen suomalaisen elämää ja arkea. Unescon ai-neettoman kulttuuriperintö listauksen myötä se tulee tulevaisuudessa tutuksi yhä useammalle ulkomaalaisellekin matkailijalle. Saunan lämmitys, saunomiseen liittyvät tavat ja perinteet sekä esimerkiksi saunominen lauluissa,

uskomuksissa ja tarinaperinteessä ovat osa tätä elävää, aineetonta kulttuuriperintöä. (Museovirasto 2020.) Sauna App Finland -mobiilisovelluksen kehityksessä on tärkeää pohtia, mikä on se tietosisältö, jota mobiilisovelluksen tulisi sisältää? Millaisia ovat ne presentaatiot, joilla suomalaista saunakulttuuria esitetään ja kuinka sitä tuotteistetaan?

Saunan juuret ovat syvällä Suomen kulttuurissa ja historiassa. Idea saunasta on siis muovautunut ja muuttunut vuosisatojen ajan suomalaistenkin silmissä. Saunassa on synnytty, tehty kauppaa ja palvottu jumalia. Saunaa onkin pidetty pyhänä paikkana vanhoissa suomalaisissa pakanallisissa uskomuksissa (Yleisradio 1964). Saunan myyttinen historia on jatkunut moderniin päivään saakka, koska vieläkin kerrotaan tarinoita saunatontuista sekä juhannusiltana tehdään saunataikoja, jotka eivät enää ole kytköksissä niinkään uskomuksiin vaan perinteisiin (Nuora 2019). Suomalaisten ajatus saunasta onkin usein hyvin nostalginen ja monelle se on osa suomalaista identiteettiä. Nykypäivänä on yleistä tuoda vanhoja saunaperinteitä esiin ja harjoittaa niitä omassa arjessa. Saunomiseen liittyvät ammatit, kuten saunapesijän rooli, on tullut takaisin suomalaiseen saunakulttuuriin (Yle 2020).

Saunatutkimuksen historia on pitkä ja vaiheikas, alkaen historiallisista matkailukertomuksista. Suomalaista saunakulttuurin kuvastoa ovat etenkin rakentaneet 1920-luvulta lähtien kansantieteellisestä ja historiallisesta näkökulmasta Sakari Pälsi, Samuli Paulaharju ja Kaarlo Iivari Karttunen. Saunatutkimuksen trendit ovat muuttuneet aina tutkijoiden intressien mukaan, saunaa on lähestytty rakennuksena ja osana talonpoikaiskulttuuria 1960- ja 1970-luvuilla, jonka jälkeen tutkimussuunta on siirtynyt lähemmäksi ihmistieteitä. Saunomistavoista ja saunaan liittyvistä kokemuksista sekä terveystieteellisistä on tehty keruukilpailuja muun muassa Suomalaisen Kirjallisuuden Seuran toimesta. Saunan terveysvaikutukset ovat olleet erityisesti lääketieteellisen tutkimuksen mielenkiinnon kohteena viime vuosina. (Seesmeri 2018, 16–22.)

Saunatutkimusta on myös tehty markkinatutkimuksena esimerkiksi kiuasvalmistaja Harvian tilauksesta. Vuonna 2020 tehdyssä tutkimuksessa haastateltiin suomalaisia ja saksalaisia, molemmista ryhmistä vastaajia oli 400. Tutkimuksen

perusteella saunomiseen liittyvät syyt olivat hyvin samansuuntaisia: 80 % vastaajista hakee saunomisesta nautintoa, 72 % helpotusta stressiin ja 69 % mielen hyvinvointia. Saunan todetaan olevan osa wellness-trendiä ja etenkin rentoutumisen ja stressistä palautumisen paikka. (Harvia 2020.)

Suomalaisille perinne ja peseytyminen ovat saunomiselle tärkeimmät motiivit, saksalaisten vastauksissa korostui liikunnasta palautuminen ja detox-puhdistautuminen sekä kauneudenhoidon näkökulma (Harvia 2020). Useat tutkimukset antavat samansuuntaisia viitteitä saunan merkityksestä erityisenä paikkana, jolla on oma toiminnallinen, mutta myös psykofyysinen funktionsa. Saunassa päästään mielentilaan ja tunnelmaan, joka toimii arjen kiireen ja stressin vastapainona, siihen liittyy myös omanlaisensa maisema ja kokemus (Seesmeri 2018, 91—93.) Saunakulttuuri on myös yksilöllinen ja saunomisen jälkeiset toimintatavat ovat usein yksilölle tärkeitä rituaaleja. (Seesmeri 2018, 101–103.)

2.2 Saunan representaatiot

Saunakulttuuriin sisältyy myös vahva materiaallinen ulottuvuus, joka ilmenee esimerkiksi kysymyksenä siitä, sanotaanko vihta vai vasta ja mikä kiuastyyppi on paras. Kiuasmainontaan käytetty mainosmateriaali on osa saunakulttuuria ja sen kautta syntyvää mielikuvamainontaa ja representaatiota. Näitä mainosmateriaaleja ovat pääasiassa esitteet, jotka ovat säilyttäneet pisimpään informatiivisen luonteensa. Aluksi kuvat olivat tuotekuvia, mutta 1950-luvulta lähtien tuote- ja teollisuuskuvien rinnalle tulivat ohjatut tilannekuvat. Lopulta 1980-luvulle tultaessa itse tuote saattoi kuvissa siirtyä pelkästään viitteelliseen asemaan, ja kuvan päähuomio oli erilaisissa mielihyvää tuottavien assosiaatioiden, tunnelmien ja tilanteiden kudoksessa. (Seesmeri 2018, 164.)

Mainoksia voidaan käyttää lähteinä tarkasteltaessa kulttuurissa ilmentyviä arvoja, asenteita ja tunteita sekä tavaroihin, teollisuuteen ja kulutukseen liitettyjä tavoitteita. Mainokset ovat sosiaalista viestintää, joissa ihmiset, tuotteet ja hyvä olo liitetään yhteen. Kulttuurin näkökulmasta mainonta ei luo uutta, mutta se hyödyntää ja kierrättää kulttuurissa olevia arvoja. (Seesmeri 2018, 165.)

Kiuasmainonta ja saunamainonta on aikaisemmin ollut stereotyyppistä. Kuvallisuus on keskittynyt lähinnä kiukaaseen. Mainosten teksteissä on kuitenkin viitattu perinteisiin, vaikka kuvat viittaavat siihen vain vähän. Aitouden ja alkupe räisyyden ihanteet tuodaan esille tekstien argumenteissa, mutta harvoin ne ovat kuvituksen pääsisältö. (Seesmeri 2018, 168.)

Saunan modernit representaatiot liittyvät arkeen, lomaan ja yhä enemmän terveyteen. Sauna koetaan osana arkea ja yhä useammalla suomalaisella on käytössään oma sauna. Saunojen määrän Suomessa arvioidaan olevan noin 3,2 miljoonaa riippuen lähteestä. Tästä voidaan päätellä, että lähes jokaisella suomalaisella on sauna käytössään. Saunologian ja Itä-Suomen yliopiston tekemien tutkimusten mukaan ennen korona pandemiaa suomalaisista 59 % saunoo viikoittain, josta joka kolmas saunoo vähintään kaksi kertaa viikossa. Sauna kuuluu myös suomalaisten vapaa-aikaan, etenkin lomaan. Suomalaisten lomakohteiden kuvastoon usein liitetään sauna ja luonto, kuvailevina sanoina mukaan kuuluu luonnollisuus ja rentoutuminen. (Liikkanen & Laukkanen 2020.)

2.3 Sauna tuotteistettuna

Saunaa on tuotteistettu kauan ja monella eri alalla. Tästä esimerkkinä matkailualan erilaiset palvelut ja ohjelmat sekä kokonaisvaltainen mainonta, niin sanottu Suomi-brändäys, joka menee luonto ja sauna edellä. Saunatuotteita löytyy joka kodista jossakin muodossa. Vaikka oma saunominen tapahtuisi taloyhtiön saunassa, silti usein ostetaan ainakin saunomiseen kuuluvat perustuotteet, kuten laudeliinat. Sauna on myös hyvin edustettuna hygienia- ja kosmetiikkaaloilla, moni eri valmistaja myy esimerkiksi saunasaippuaa ja shampooa. Saunaan liittyvät esittämisen ja kuvaamisen tavat ovat voimakkaasti elämyksellisiä ja hyvään oloon ja rentoutumiseen viittaavia. Kuvaukset saunasta painottavat saunan rentouttavia ja miellyttäviä ominaisuuksia ja saunaa moniaistisena kokemuksellisenä paikkana. Saunaan liitetään saunatuotteissa perinteisiä ja luonnoläheisiä arvoja ja kuvauksia. (Happonen ym. 2021.)

Matkailupalveluissa saunahoitoja esimerkiksi kuvataan kosketuksena, vihdalla tai vastalla läiskimisenä, rapsutteluna, hipsutteluna, silittelynä, hieromisena ja kutitteluna. Vedellä huuhdotaan lempeästi, veden kuvataan hoitavan ja puhdistavan sisäisesti ja ulkoisesti. Suomessa sauna on myös monelle ammatti, ja yrittäjien joukosta löytyy ammattivihtoja, perinnesaunottajia, kuppareita ja saunaterapeutteja, jotka kuvaavat hoitoja ja ammattiaan perinteiseen sekä moderniin liitettävän kuvaston kautta (Lamminmäki 2020). Näissä palvelujen kuvauksissa ja mainonnassa esille tulee saunan hoitava vaikutus lämmön, kehon ja mielen rentoutumisen, hiljentymisen ja kosketuksen kautta sekä visuaaliset representaatiot, jotka käyttävät perinnekulttuurin aineksia. Esimerkiksi internetsivustoilla, sosiaalisessa mediassa sekä painotuotteissa käytetään kuvia luonnosta ja luonnonelementeistä. Kuvallisessa viestinnässä käytetään kansanperinteeseen liittyvää symboliikkaa. Paljon käytettyjä symboleita ovat hannunvaakuna, vasta, kantele, kuksa, saunarakennus, marjat, puiden lehdet, tuohiset käyttöesineet sekä lölykauha. (Happonen ym. 2021.)

Sauna on myös modernin tekniikan ja tyylikkään muotoilun paikka. Esimerkkinä Harvian sivustolta esille nostetaan vahvasti digitaalisuus ja muotoilulliset seikat. Kiukaat ovat modernisti muotoiltuja ja niiden mainostetaan täyttävän vaativankin sisustajan toiveet. Kiukaan lämpötilaa voi säädellä, sen voi ajastaa ja käynnistää etäohjauksella mobiilisovelluksen avulla. Tämän lisäksi saunan valaistuksen voi säätää sovelluksella mieluisaksi, näin käyttökokemuksesta saadaan entistä parempi. Tämän kaltaiset uudet tekniikat tuovat saunakulttuuria moderniin aikaan. (Harvia 2023.) Kuten Harvian kehittämä mobiilisovellus osoittaa, mobiilisovellukset ovat jo tulleet osaksi saunakulttuuria. Tällä hetkellä ne kuitenkin palvelevat saunomisen teknistä puolta. Saunakulttuuriin ja siihen liittyviin palveluihin liittyvät mobiilisovellukset puuttuvat vielä markkinoilta.

Perinteinen sauna arvoineen yhdistyy moderniin suunnitteluun ja tekniikkaan. Kotona saunomisesta tehdään lähes kylpyläelämyksen kaltainen kokemus. Saunatuotteissa, esimerkiksi saunan laudeliinoissa, saunamittareissa, löylyti-poissa ja saunakosmetiikassa kuvallinen representaatio on pääasiassa luontopainotteista. Kuvituskuvissa esiintyy yleensä esimerkiksi puita, maisemia,

yrttikasveja ja saunavastoja. Tuotteiden tuoksumailma on usein hyvin perinteinen; terva, koivu ja yrtit. (Happonen ym. 2021.)

Saunan merkitys näkyy esimerkiksi Visit Finlandin internetsivustolla, joka on Suomen virallinen matkailusivusto. Luonto ja luonnollisuus liittyvät matkailumainonnassa ja sen representaatioissa saunaan, mutta kuvauksilla luodaan myös selkeästi hauskanpidon ja rennon olemisen tunnelmaa. Sivustolla kuvataan saunomista satoja vuosia vanhana perinteenä, joka puhdistaa niin kehon kuin mielenkin. Matkailijat kertovat kuinka on kunnia-asia tulla suomalaisen kutsu-maksi saunaan ja kuinka se on ystävydenosoitus sekä kuinka saunominen on miltei hengellinen kokemus palavan puun ja tervan tuoksuineen. (Visit Finland 2023.)

2.4 Hyvinvointimatkailu

Sauna App Finland -mobiilisovellus on tarkoitettu etenkin suomalaisesta saunakulttuurista kiinnostuneiden kotimaisten ja ulkomaisten matkailijoiden sekä sauna- ja hyvinvointialan yrittäjien tarpeisiin. Kylpykulttuureita on yhtä monia kuin on kansalaisuuksia, jolloin tarkkailun kohteeksi konseptin kannalta nousee se, mikä nähdään aitona, perinteisenä saunakulttuurina ja mikä tuotteistettuna palveluna. Onko perinteestä hyötyä, kun vaativalle modernille matkailijalle suunnitellaan wellness-palveluja? Suomessa saunoja on kaikkialla, mutta missä matkailija pääsee kokeilemaan oikeaa, aitoa saunaa? Miten hänelle selvitetään saunaan liittyvää kulttuuria opastetuilla retkillä? (Rouhiainen 2008, 9.)

Nykyään voidaan jo puhua saunamatkailusta, sillä sauna on näkyvä osa Suomen matkailustrategiaa, markkinointistrategiaa sekä asiakaslähtöistä matkailutuotetta. Saunan ympärille on rakennettu jo paljon erilaisia palveluita, erilaiset matkailijaryhmät huomioon ottaen. Saunan markkinoinnissa osataan jo ottaa huomioon hyvin esimerkiksi paikallisuus ja alueelliset painotukset sekä hyödyntää niitä. Saunan tuotteistamiseen on kehitetty myös laatusertifikaatti, joka myönnetään kriteerit läpäisseille saunapalveluille. Laatuluokitusta voi soveltaa erilaisissa saunomisympäristöissä, kuten matkailukohteissa, tilaussaunoissa,

kylpylä- ja uimahallisaunoissa ja hotelleissa. (Sauna from Finland 2021.) Ulkomaalaiset matkailijat yhdistävät suomalaisen saunakulttuurin hyvinvointiin. Nämä hyvinvointia etsivät matkailijat kulkevat käsitteellä wellness-matkailijat. Hyvinvoinnilla tässä yhteydessä tarkoitetaan matkailijan yksilöllistä toimintaa, jolla halutaan lisätä kehon, mielen ja sielun hyvinvointia ja omia kokemuksia matkustaessa. (Suontausta & Tyni 2005, 35–36.)

Wellness-ajattelu ja sauna kytkeytyvät toisiinsa monin tavoin. Wellness on aktiivista hyvinvointia, kokonaisvaltaista mielihyvää korostavaa, johon liittyy myös terveys, kunto, urheilu ja oikeanlaisena pidetty ruokavalio (Suontausta & Tyni 2005, 46). Saunominen on nykyään osa urheilijoiden ja aktiivisesti liikuntaa harrastavan kehonhuoltoa ja saunaa markkinoidaan juuri terveysvaikutuksilla. Kokonaisesta tuotteesta on kyse silloin, kun fyysisen, psyykkisen ja sielullisen hyvinvoinnin tavoittelu on matkailijan pääasiallinen matkustusmotiivi ja sitä kautta tarjottavan kokonaismatkailutuotteen perusideana ja asiakkaan tavoitteleman arvon määrittäjänä. (Suontausta & Tyni 2005, 137–138.) Sauna App Finlandin kehityksessä on huomioitava, että suomalainen saunakulttuuri rinnastuu oleellisesti hyvinvointimatkailuun wellness-matkailijoiden näkökulmasta. On pohdittava, miltä mobiilisovelluksen tulisi näyttää, että se vetoaa saunapalveluiden etsijään sekä, kuinka se tuo esille uudenlaiset sauna- ja hyvinvointipalvelut, kuitenkin perinteitä unohtamatta.

Suomalaista saunakulttuuria käsittelevää mobiilisovellusta kehitettäessä on tärkeää pohtia, kuinka se saadaan osaksi saunasta kiinnostuneen hyvinvointimatkailijan elämästä. Millaista kokemuksen arvoa lisäävää sisältöä mobiilisovellus voi tarjota saunaelämästä rikastuttamaan? Kuinka mobiilisovellus saataisiin osaksi näitä palveluja tarjoavan yrittäjän tai yhteisön työkaluja, joilla hän palvelee markkinoi? Wellness-palveluiden keskiössä on useita tekijöitä, jotka antavat suuntaviivoja mobiilisovelluksen suunnittelussa, kuten matkailijoiden kiinnostus yksilöllisiin palveluihin, ympäristölähtöisyys ja kestävä kehitys sekä palvelujen turvallisuus ja saavutettavuus. (Suontausta & Tyni 2005, 66.)

2.5 Esiselvitysraportti

Sauna App Finlandia varten on tehty esiselvitysraportti *Suomalaisen Saunakulttuurin Mediakuvasto (2021)* osana medianomiopinnoissa suoritettua *Projektihautomo-kurssia*. Raportissa tarkastellaan mitkä saunakulttuurin perinteiset kuvastot palvelevat sovellusta ja mitä uutta se voisi tuoda siitä esille. Raportti käy läpi millaisia ulkomaalaisten medioiden julkaisemia artikkeleita suomalaisesta saunakulttuurista löytyy sekä miten saunaa kuvataan ja millä sanoilla (positiivisesti, negatiivisesti). Raportissa selvitettiin myös, kuinka saunapalveluita myydään sekä kuinka saunakulttuuria tuotteistetaan ja minkälaista kuvastoa tuotteistamisessa käytetään. Näiden seikkojen selvittämisessä käytettiin hakukoneita ja tehtiin vertailevaa tutkimusta. Raportti tarkastelee millaisia ovat saunaan liittyvät perinteiset ja modernit representaatiot niin Suomessa kuin kansainvälisestikin. Saunakulttuurin näkyminen sosiaalisessa mediassa oli raportissa myös tarkastelun kohteena. (Happonen ym. 2021.)

Raportissa tarkasteltiin neljän eri artikkelin saunakuvauksia. Kaikissa artikkeleissa suomalainen saunakulttuuri kuvaillaan hyvin perinteisenä sekä pitkän historian omaavana tapana. Oikeaksi suomalaiseksi saunakokemukseksi kerrotaan useassa kohdassa saunominen savusaunassa ja etenkin järvenrannalla. Viidestä artikkelista ainoastaan yhdessä mainitaan sähkösaunat, vaikka se on luultavasti yleisin tapa saunoa Suomessa. Alastomuus saunassa on artikkeleissa melko pienessä osassa ja samassa yhteydessä mainitaan yleensä kuitenkin, että saunassa ei ole pakko olla täysin alasti, vaan esimerkiksi pyyhkeen voi laittaa päälle. Osassa raportin artikkeleista saunomista mainostetaan sosiaalisena tapahtumana, toisaalta osassa mainitaan, että suomalaisessa saunassa tulee olla hiljaa. Miltei kaikissa artikkeleissa on maininta suomalaisen saunakulttuurin tärkeydestä suomalaisille, ja siitä kuinka siellä on synnytetty, parannettu sekä pesty ruumiit. Sana *löyly* mainitaan jokaisessa artikkelissa. Myös suomalaisten saunojen määrä väestömäärään verrattuna mainitaan usein, tällä haluttaneen korostaa saunojen merkitystä suomalaisille. Teksteissä korostuu, että Suomessa sauna on ollut pyhän paikan asemassa.

Sauna on ollut myös kehon ja mielen puhdistamisen paikka, ja suomalaiset pyrkivätkin saunomaan ainakin kerran viikossa. (Bosworth 2013; Greslikova 2021; Steensig 2020; Wood 2017.)

Suomalaiset tietävät saunomisella olevan terveysvaikutuksia, mutta suomalaisille sauna on paljon muutakin kuin pitkän iän hakemista. Suomalaiselle saunominen on sosiaalinen tapahtuma, siinä missä keskieurooppalaiselle sitä on ystävän kanssa kahvilla tai pubissa käyminen. Suomalaisille saunominen on myös puhtauden tunnetta ja rentoutumista. Suomalaiset hakukonehaut sanalla sauna viittaavat enimmäkseen saunan rakentamiseen tarvittaviin materiaaleihin ja erilaisiin julkisiin saunoihin. (Happonen ym. 2021.)

Saunapalveluiden myynti erityisesti ulkomailla perustuu pääasiassa sen terveysvaikutuksiin. Useilla internetsivustoilla tuodaankin esille, esimerkiksi kuinka säännöllinen saunominen voi ehkäistä sydänkohtauksia parantamalla verenkiertoa. Mobiilisovellusta kehitettäessä onkin oleellista ottaa huomioon saunan terveysvaikutukset ja kuinka niistä siinä kerrotaan, koska ulkomailta tulevat matkajat valitsevat saunaelämyksensä mahdollisesti perustuen terveysvaikutuksiin. Terveysvaikutuksista kertominen tarvitsee kuitenkin pohtia tarkasti, sillä terveyteen liittyviin tiedonantoihin liittyy myös vastuu oikean ja tutkitun tiedon levittämisestä.

3 Kyselytutkimus sauna- ja hyvinvointialan yrittäjille ja yhteisöille

3.1 Kyselylomakkeen luominen

Osana opinnäytetyötäni toteutin kyselytutkimuksen, jonka kohderyhmä olivat sauna- ja hyvinvointialan yrittäjät ja yhteisöt. Kyselyn tein osana *Media-alan asiantuntijuus 2-kurssia*. Kysely toteutettiin 22.11.–6.12.2022 välisenä aikana. Kyselyn tarkoitus oli selvittää Sauna App Finlandin kaltaisen mobiilisovelluksen tarpeellisuutta sekä mitä hyötyjä yrittäjät siinä näkevät ja millaista sisältöä he

sovellukselta odottaisivat. Kyselyllä selvitettiin muun muassa, kuinka sauna- ja hyvinvointialan yrittäjät ja yhteisöt markkinoivat palveluitaan ja olisivatko he valmiita käyttämään mobiilisovellusta yhtenä markkinointikanavanaan sekä valmiutta ostaa sovelluksen tarjoamia lisäpalveluita. Kyselyssä yrittäjien oli mahdollista kertoa myös muita tärkeitä huomioita koskien saunakulttuuria ja mobiilisovellusta.

Luodessani kyselylomaketta pohdin kysymyksiä, jotka palvelisivat parhaiten suomalaista saunakulttuuria käsittelevää mobiilisovellusta. Kyselylomakkeen luomisen alkuvaiheessa haastattelin kolmea asiantuntijaa koskien kyselylomakkeen sisältöä. Kaksi haastateltua asiantuntijaa toimii yrittäjänä saunapalveluita tarjoavissa yrityksissään ja yksi on kulttuurintutkija Itä-Suomen yliopistosta. Yksi haastatelluista vastasi sähköpostitse, yksi haastatteluista toteutettiin puhelimitse ja yksi haastattelu toteutettiin kasvotusten. Kaikkien vastaajien vastaukset on käsitelty anonyymisti. Asiantuntijoille lähetin Google Forms -alustalla tehdyn kyselylomakkeen testiversion, josta pyysin palautetta. Palautteen perusteella muokkasin ja korjasin joiltain osin kyselylomakkeen sisältöä. Palautteen perusteella kyselylomakkeeseen täydennettiin ja tarkennettiin kysymyksiä, lisättiin vastausvaihtoehtoja, sekä poistettiin epäoleellisia kysymyksiä ja vastausvaihtoehtoja. Esimerkiksi kyselylomakkeeseen lisättiin hollanti kielivaihtoehdoksi palvelukieltä koskevaan kysymykseen, uutena kysymyksenä lisättiin kysymys saunasertifikaateista sekä tärkeimpänä lisäyksenä saunaturvallisuutta koskeva kysymys vastausvaihtoehtoineen. Korjausten ja lisäysten jälkeen varsinainen kyselylomake (liite 1) tehtiin Karelia-ammattikorkeakoulun omalle Webropol-kyselylomakepohjalle.

Asiantuntijaryhmän palautteen ja tehdyn taustaselvitysten perusteella kyselyyn valikoitui kaksikymmentäkolme kysymystä, jotka on jaettu neljään kategoriaan. Nämä kategoriat ovat *yrittäjien perustiedot*, *yrittäjien tarjoamat palvelut* (mitä palveluita yritys tai yhteisö tarjoaa, sertifikaatit, ryhmäkoot, oma sauna, palvelukielet), *yrittäjien markkinointi ja viestintä* (missä yritys tai yhteisö markkinoi itseään ja millä kielillä) sekä *mobiilisovellus* (mobiilisovelluksen sisältöä koskevia kysymyksiä). Lomakkeen kysymykset rakentuivat pääasiassa monivalintakysymyksistä, mutta joissain kysymyksissä oli mukana avoin vastausvaihtoehto

sekä jotkut kysymyksistä vaativat avoimen vastauksen. Kaikki lomakkeen kysymykset olivat vastaajalle pakollisia, pois lukien viimeinen avoin kysymys, johon vastaaja pystyi kertomaan vapaasti huomioitaan ja mielipiteitään. Kyselylomakkeen alussa oli seuraavanlainen tiedote:

” Ole vaikuttamassa saunapalveluiden markkinointiin ja löydettävyyteen.

Kehitteillä oleva Sauna App Finland on mobiilisovellus, jonka tarkoitus on olla sauna- ja hyvinvointipalveluiden digitaalinen kartta mobiilisovelluksessa. Palveluntarjoajille mobiilisovellus tarjoaa työkalun, jolla he saavat markkinoitua palveluitaan. Mobiilisovelluksen tarkoitus on helpottaa sauna- ja hyvinvointipalveluiden tarjoamista ja löytämistä sekä tarjota saunatietoutta.

Tämä kysely on osa Karelia-ammattikorkeakoulu opinnäytetyötä, jonka tavoite on valmis konseptisuunnitelma mobiilisovellukselle. Kaikki vastaukset käsitellään anonymisti ja vastauksia käsitellään siten, että niistä ei voi tunnistaa ketään yksittäistä vastaajaa. Yhteystietoja ei kerätä eikä luovuteta kolmansille osapuolille, kerättyä tietoa käytetään ainoastaan mobiilisovelluksen konseptoinnissa.

Vastaathan kyselyyn 16.12. mennessä. Kyselyyn vastaaminen kestää noin 5 minuuttia, kysely on rakennettu monivalintakysymyksillä.

Lämmin kiitos osallistumisesta.

Pekka Laukkanen, medianomiopiskelija

Pekka.Laukkanen@edu.karelia.fi”

3.2 Kyselyn kohderyhmän kartoitus

Kyselyn alkuperäinen kohderyhmä oli Savo-Karjalan alueen sauna- ja hyvinvointipalveluita tarjoavat yritykset ja yhteisöt. Laajensin alueen koskettamaan koko Suomea, koska pelkkä Savo-Karjalan alue ei olisi tarjonnut tarpeeksi suurta otantaa. Sauna App Finlandin tarkoitus on palvella kaikkia suomalaisia

saunayrittäjiä ja -yhteisöjä, näin ollen on tärkeää saada tietoa myös muiden alueiden yrittäjiltä. Liian pienen kohderyhmän riskinä olisi ollut, että vastaajien määrä jää pieneksi ja täten tarvittavaa määrä oleellista informaatiota ei olisi kerätynyt ja kyselyn hyöty mobiilisovelluksen konseptoinnissa jäisi vähäiseksi.

Kyselyn kohderyhmän kartoitus osoittautui haasteelliseksi osaksi kyselyä, osittain siitä syystä, että palveluntarjoajia oli hankala löytää eri hakupalveluista. Tämä havainto toi myös esille sellaisen online-alustan tarpeen, mistä palvelut olisivat helposti löydettävissä. Saunayrittäjiä ja saunayhteisöjä etsin internetistä erilaisilla hauilla ja erilaisista palveluista. Hyvänä lähteenä kohderyhmää kartoitettaessa toimi myös erilaiset alan sivustojen jäsenlistat (muun muassa *kuppaus.fi* ja *Sauna from Finland*). Kyselyä mainostettiin sosiaalisen median saunaryhmissä, joiden jäsenenä on paljon saunayrittäjiä (kuva 2). Kohderyhmään valikoitui viisikymmentä sauna- ja hyvinvointipalveluita tarjoavaa yritystä ja yhteisöä, joille kutsu kyselyyn lähetettiin suoraan sähköpostitse. Kyselykutsu ja linkki kyselyyn jaettiin myös sosiaalisen median saunaryhmiin, joissa jäsenenä on paljon saunayrittäjiä sekä -yhteisöjä. Tämä vaikutti positiivisesti kyselyn näkyvyyteen.

Sopivan otannan saamiseksi kyselyn tavoitteena oli saada vähintään viisitoista sauna- ja hyvinvointialan yrittäjää vastaajiksi. Kyselyyn vastasi kaikkiaan kolmekymmentä sauna- ja hyvinvointialalla toimivaa yrittäjää sekä saunayhteisön edustajaa, kyselyn tavoitteen ylittyessä näin puolella. Mobiilisovelluksen konseptoinnin kannalta oli tärkeää, että kyselyn tavoite ylittyi ja näin ollen sen hyöty konseptille korostuu. Koska yrittäjät voivat salata yritystoimintansa yksityiskohdat tarkasti, vastausten saamista edesauttoi varmasti kyselyyn vastaajien anonymitteetti. Tarkkoja henkilötietoja ei kyselyssä kerätty ja kyselyn tarkat vastaukset salataan, ettei niistä pysty tunnistamaan yksittäistä vastaajaa.

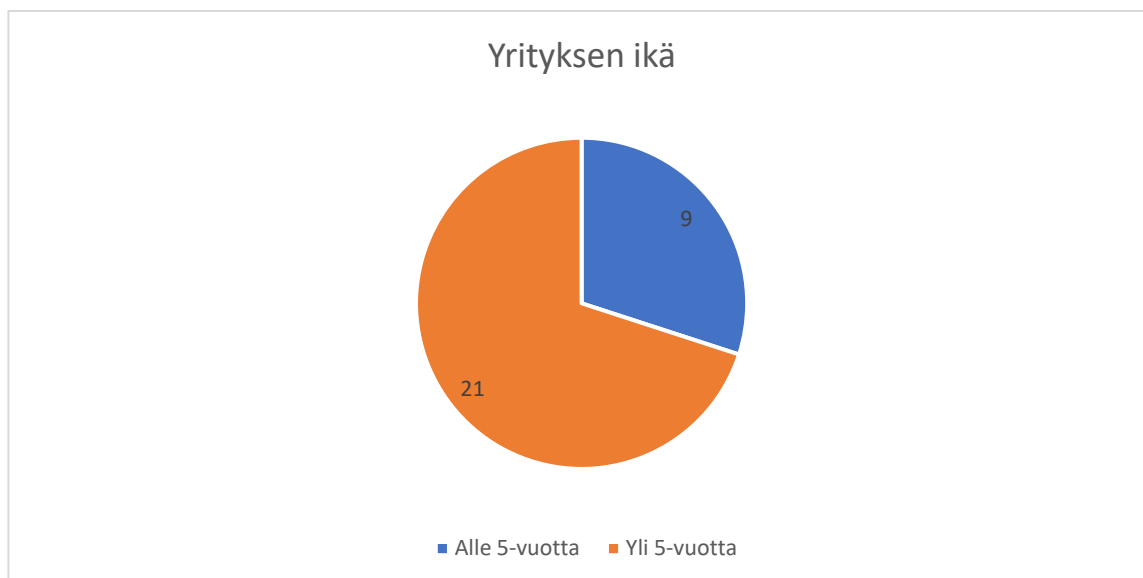


Kuva 1. Sosiaalisessa mediassa jaettu kyselykutsu (Kuva: Pekka Laukkanen)

3.3 Kysymykset ja vastaukset

3.3.1 Yrityksen perustiedot

Kyselyyn vastanneista saunayrittäjistä 21 ilmoitti olleensa toiminnassa yli 5 vuoden ajan. Alle 5 vuotta oli ollut toiminnassa näin ollen 9 yritystä (kuvio 1). Tästä voidaan päätellä, että kyselyyn vastanneista yrityksistä ja yhteisöistä on vakiinnuttanut asemansa ainakin jossain määrin.



Kuvio 1. Yrityksen ikä

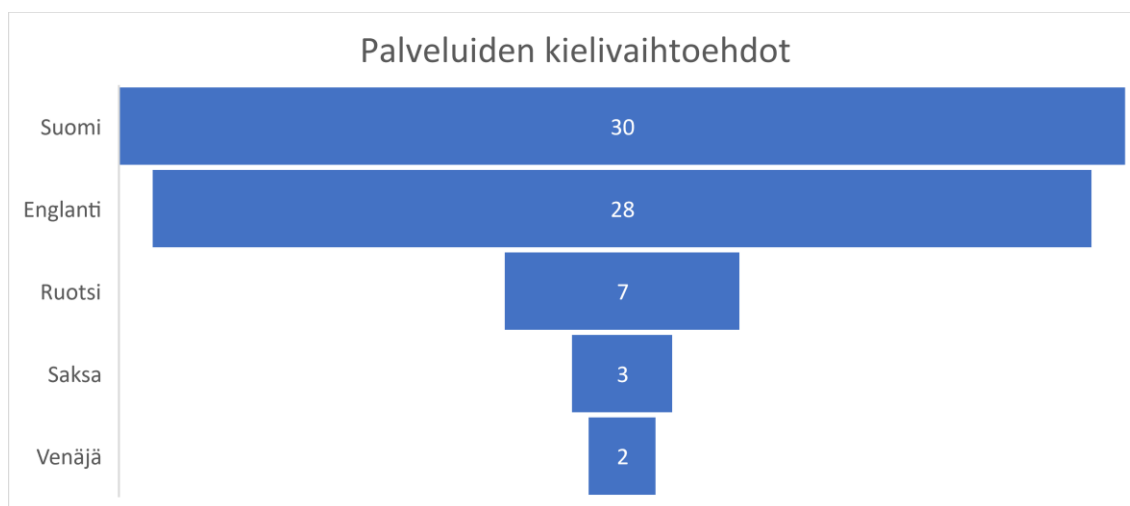
Kyselyyn vastanneista yrityksistä 13 teki yhteistyötä joidenkin saunaorganisaatioiden kanssa, vastaavasti 17 ei tehnyt yhteistyötä minkään saunaorganisaation kanssa. Yhteistyökumppaneikseen vastaajat kertoivat muun muassa Sauna from Finlandin, British Sauna Societyn, Saunamestareiden Kilta ry:n, Perinnesaunottajat ry:n sekä eri avantouintiseurat. Vastaajista 13 kappaletta ilmoitti kuuluvansa johonkin paikalliseen matkailuorganisaatioon tai matkailuyhdistykseen.

Visit Finlandin, Sustainable Travel Finland-ohjelma on kehitetty varmistamaan, että matkailu on YK:n kestävän kehityksen tavoitteiden mukaista ja tervettä ekologisisista, sosiokulttuurisista ja taloudellisista näkökohdista (Visit Finland 2023). Vastaajista ainoastaan 3 kappaletta oli mukana Visit Finlandin, Sustainable Travel Finland-ohjelmassa, 27 vastaajaa ilmoitti, että heidän yrityksensä ei ole mukana ohjelmassa.

3.3.2 Yrityksen tarjoamat palvelut

Palvelukielistä, joilla yritykset pystyvät tarjoamaan asiakaspalvelua suomi oli selkeästi yleisin kieli, jolla palveluita tarjotaan. 30 vastaajaa ilmoitti tarjoavansa

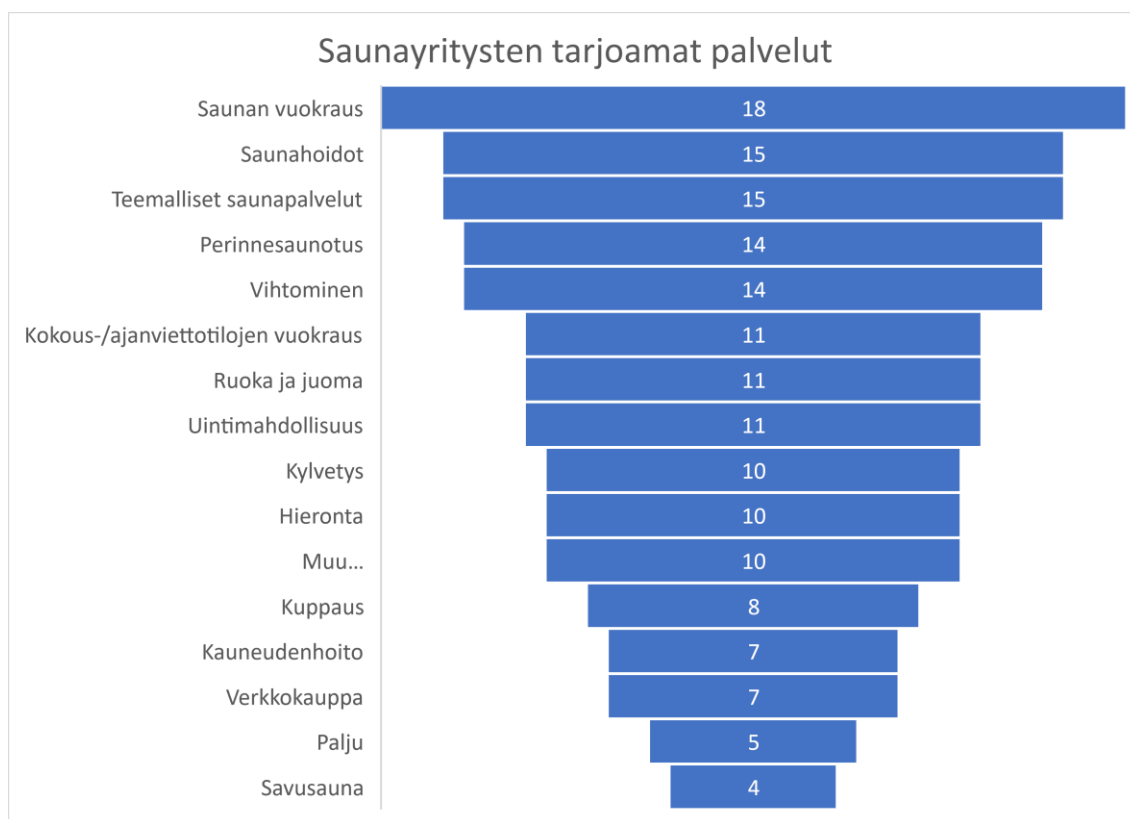
palveluitaan suomeksi. Englanniksi palveluitaan tarjoaa 28 vastaajaa, ruotsiksi 7, saksaksi 3 ja venäjäksi 2 vastaajaa (kuvio 2).



Kuvio 2. Millä kielillä saunayrittäjät pystyvät tarjoamaan asiakaspalvelua

Vastanneista yrityksistä ja yhteisöistä 24 oli käytössään oma sauna. Vastaajista 24 tarjosi palveluitaan myös ryhmille, ryhmäkoot vaihtelivat 2–50 henkilön välillä. Yksi vastaaja ilmoitti ryhmäkoon määräytyvän saunan koon mukaan.

Yritykset tarjoavat runsaasti hyvinvointipalveluita ja erilaisia palveluvaihtoehtoja onkin paljon (kuvio 3). Yleisin palvelu on saunan vuokraaminen, jota harjoittaa 18 kappaletta vastaajista. Saunahoitoja ja teemallisia saunapalveluita (esimerkiksi morsiuussauna, saunajooga, hyvänolon sauna) tarjoaa 15 vastaajaa, perinnesaunotusta ja vihtomista 14 vastaajaa. Kokous- ja ajanviettilöjen vuokrausta harjoittaa 11 vastaajaa, yhtä moni vastanneista tarjoaa myös ruokaa ja juomaa. Uintimahdollisuus (esimerkiksi avanto, ranta, kylmäallas), löytyy 11 vastaajalta. Hyvinvointipalveluista kylvetystä ja/tai hierontaa harjoitti 10 vastaajaa, kupausta 8 sekä kauneudenhoito löytyi 7 vastaajan tarjoamista palveluista. Yrityksistä 7 ylläpiti omaa verkkokauppaansa. Kysymyksessä oli myös avoin vastausvaihtoehto, johon 10 vastaajista ilmoitti tarjoamiaan palveluita, joita ei löytynyt vastausvaihtoehdoista. Nämä palveluvaihtoehdot vaihtelevat saunaretkistä saunapuotiin.



Kuvio 3. Yritysten tarjoamat palvelut

Palveluihin liittyen kyselyssä selvitettiin myös, ovatko vastaajat saaneet koulutusta tarjoamiinsa palveluihin ja jos ovat niin mihin. 15 vastaajaa ilmoitti saaneensa koulutusta tarjoamiinsa palveluihin. Erilaiset suoritettut koulutukset pitivät sisällään muun muassa perinnesaunotuksen, saunaterapeutin, vihdonnan, kuppauksen sekä myynnin ja markkinoinnin koulutukset.

3.3.3 Yrityksen markkinointi ja viestintä

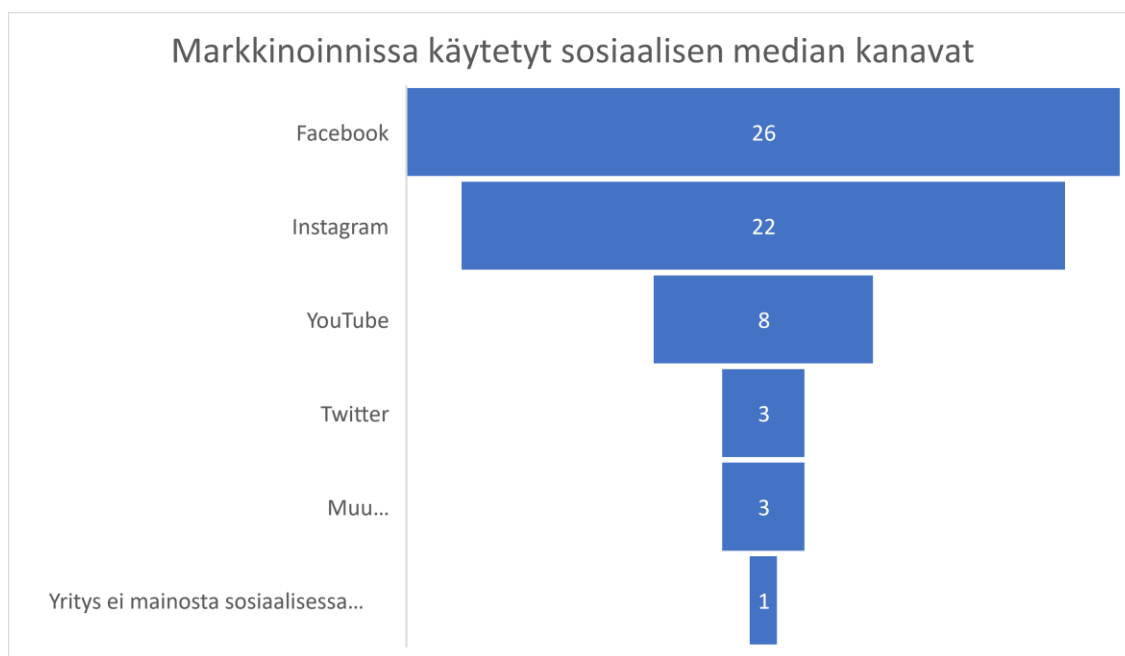
Mobiilisovelluksen konseptoinnin kannalta oli tärkeää selvittää, kuinka yritykset ja yhteisöt markkinoivat palveluitaan. Näin saadaan myös selvitettyä olisiko yrittäjillä kiinnostusta markkinoida palveluitaan Sauna App Finlandin kaltaisessa mobiilisovelluksessa. Kyselyn tuloksista voidaan päätellä, että sauna- ja hyvinvointipalveluita tarjoavat yritykset käyttävät markkinoinnissaan monia kanavia, markkinointikanavista ainoastaan televisiomainontaa ei käyttänyt yksikään vastaajista. Kielet, joilla yritykset ja yhteisöt tarjoavat palveluitaan poikkeavat paljon siitä, millä kielillä ne markkinoivat palveluitaan (kuvio 4). Vastausten perusteella

yrietykset ja yhteisöt markkinoivat palveluitaan useammalla kielellä, kuin tarjoavat palveluitaan. Palveluita suomeksi tarjoaa 28 vastaajaa, näin ollen kaksi vastaajista ei tarjoa palveluitaan suomeksi. Englanniksi palveluitaan tarjoaa 16 ja venäjäksi 2 vastaajaa. Ruotsiksi, saksaksi ja kiinaksi palveluita tarjoaa jokaista 1 vastaaja. Kysymyksessä olevaan avoimeen vastausvaihtoehtoon vastasi 4 vastaajaa, kielivaihtoehtoja avoimissa vastauksissa olivat esimerkiksi italia, japani, espanja, ranska, viro sekä unkari.



Kuvio 4. Yritysten markkinoinnissa käyttämät kielet

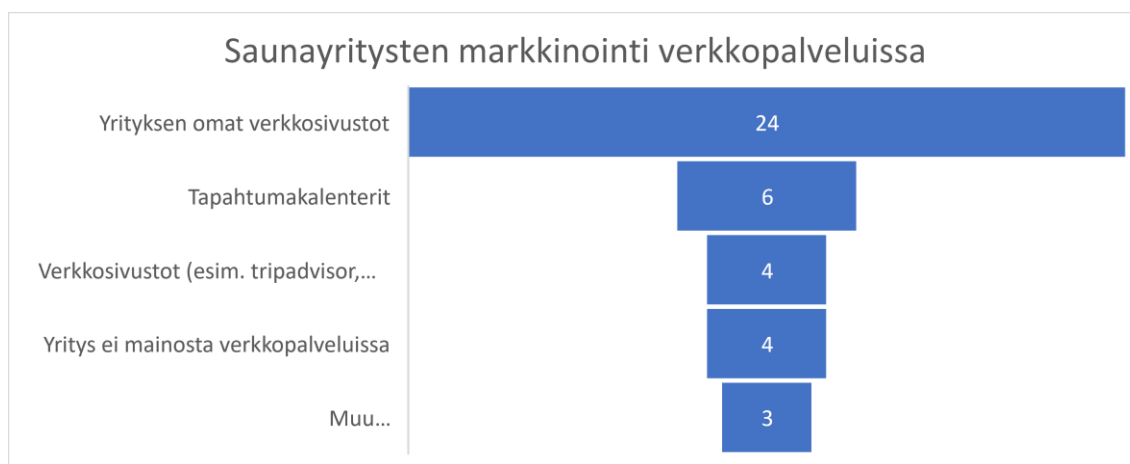
Paikallisten matkailuorganisaatioiden tai matkailuyhdistysten kautta palveluitaan markkinoi 14 vastaajaa, hiukan useampi siis markkinoi palveluitaan kyseisten organisaatioiden kautta kuin kuuluu niihin. Sosiaalisen median markkinointia yritykset ja yhteisöt tekevät runsaasti (kuvio 5), ainoastaan 1 vastaaja ei mainosta palveluitaan ollenkaan sosiaalisessa mediassa. Yleisimmät sosiaalisen median markkinointikanavat ovat vastausten perusteella Facebook ja Instagram. Facebookia käyttää markkinointiin 26 vastaajaa ja Instagramia 22 vastaajaa. Kolmanneksi suosituin markkinoinnin kanava on Youtube, jossa palveluitaan markkinoi 8 vastaajaa. Twitteriä markkinointikanavanaan käyttää 3 vastaajaa. Avoimessa vastausvaihtoehdossa ilmoitettuja muita sosiaalisen median markkinointikanavia olivat esimerkiksi Mastodon, Telegram sekä Airbnb.



Kuvio 5. Yritysten käyttämät sosiaalisen median kanavat markkinoinnissa

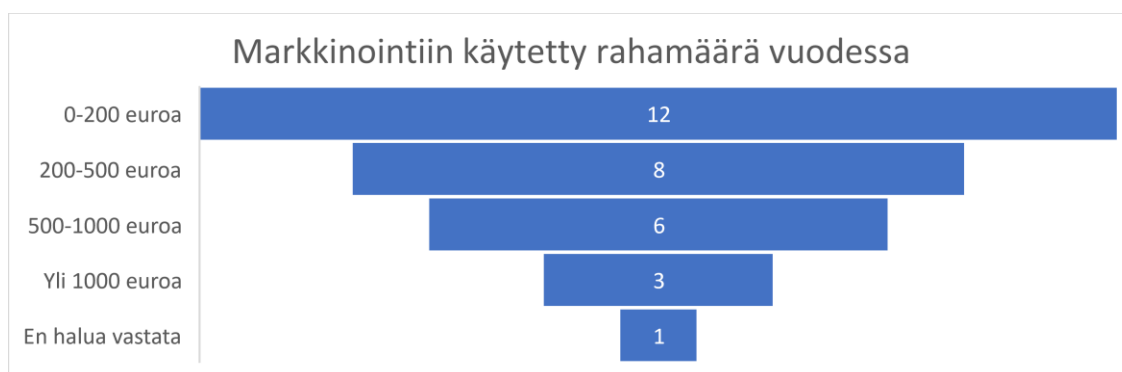
Vastaajista 11 ei mainosta ollenkaan printtimediassa. Printtimediaa markkinoinnissaan käyttävät yrittäjät ja yhteisöt hyödyntävät sitä kuitenkin melko laajalla skaalalla. Palveluitaan markkinoi sanomalehdissä 6, ilmaisjakelulehdissä 6, aikakauslehdissä (esimerkiksi matkailulehdet, hyvinvointilehdet) 5, suoramainonnalla 2, julisteilla 5, flyereilla 6 sekä tienvarsimainonnalla 4 vastaajaa. Avoimessa vastausvaihtoehdossa vastauksia olivat muun muassa käyntikortit, matkanjärjestäjien myyntikatalogit sekä toimitukselliset lehtijutut.

Kysyttäessä markkinoiko yritys verkkopalveluissa (kuvio 6) 4 vastaajaa ilmoitti, että ei markkinoi ollenkaan verkkopalveluissa. Selvästi suosituin verkkomainonnan kanava vastanneiden keskuudessa on yrityksen omat verkkosivustot, 24 yritystä markkinoi omien verkkosivustojensa kautta. Tapahtumakalentereissa (esimerkiksi sähköiset menokalenterit) markkinoi 6 vastaajaa ja erilaisilla verkkosivustoja (esimerkiksi Tripadvisor, mainosbannerit) käyttää markkinointiinsa 4 vastaajaa.



Kuvio 6. Yritysten markkinointi verkkopalveluissa

Mobiilisovelluksen kannalta on tärkeää tietää, kuinka paljon yrittäjät käyttävät rahaa markkinoidessaan palveluitaan. Kyselyssä kysyttiin yritysten markkinointikuluja vuoden aikajaksolla (kuvio 7). Yrityksistä 12 käyttää markkinointiin rahaa 0–200 euroa vuodessa, 200–500 euroa käyttää 8, 500–1000 euroa 6 ja yli 1000-euroa käyttää 3 yritystä. Yksi vastaaja ei halunnut vastata kysymykseen.

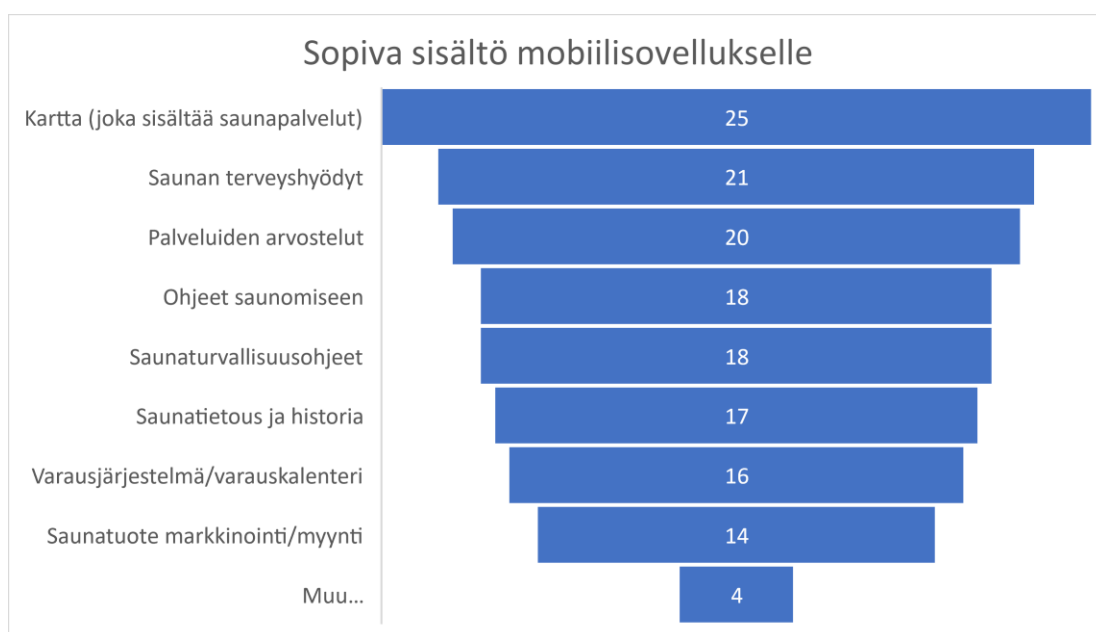


Kuvio 7. Yritysten markkinointiin käyttämä rahamäärä vuodessa

3.3.4 Mobiilisovellus

Kyselyssä oli oleellista selvittää, millaista sisältöä suomalaisen saunakulttuuriin keskittyvän mobiilisovelluksen tulisi sisältää yrittäjien näkökulmasta (kuvio 8). Yrittäjien näkökulmasta tärkein mobiilisovelluksen sisällöstä olisi kartta, joka sisältää saunapalveluita tarjoavat yritykset, vastaajista 25 oli sitä mieltä, että kartan tulee olla osana sisältöä. Palveluiden arvostelut kuuluvat sisältöön, 20

vastaajan mielestä ja varausjärjestelmä tai varauskalenteri 16 vastaajan mielestä. Saunatietous ja historia oli 17 mielestä sopivaa sisältöä, tätä tärkeämpänä nähtiin saunan terveyshyödyistä kertominen, joka olisi 21 vastaajan mielestä sisällytettävä mobiilisovelluksen sisältöön. Saunaturvallisuusohjeet ja ohjeet saunaan nähtiin tärkeänä osana matkajille tarkoitettua sovellusta, 18 vastaajaa oli sitä mieltä, että näiden olisi hyvä olla osana mobiilisovelluksen sisältöä. Avoimessa vastausvaihtoehdossa esitettiin sopivaksi sovelluksen sisällöksi tapahtumakalenteri, kestävyysnäkökulma sekä saunojen lajittelu (savusaunat, kertalämmitteiset, jatkuvalämmitteiset puusaunat).



Kuvio 8. Sopiva mobiilisovelluksen sisältö yrittäjien näkökulmasta

Vastaajilta selvitettiin, kuinka heidän yrityksensä on pitänyt kirjaa varauksistaan. Tästä voidaan päätellä myös olisiko kätevämmälle ratkaisulle tarvetta. Yleisin tapa pitää kirjaa varauksista on paperikalenteri, jota vastaajista käyttää 14. Sähköistä kalenteria käyttää 10, erilaisia varausjärjestelmiä (esimerkiksi DigitalBooker, Hotellinx, Johku) 9 sekä ajanvarausjärjestelmää 6 vastaajaa. Avoimessa vastausvaihtoehdossa vastaajat ilmoittivat pitävänsä kirjaa varauksistaan esimerkiksi Telegramin ja Verkkokauppa-analyysien avulla.

Sauna App Finlandissa olevien yritysten tietojen olisi tarkoitus sisältää perustiedot yrityksestä (esimerkiksi sijainti, yhteystiedot, aukioloajat). Kyselyssä

selvitettiin, mitä tietoja mobiilisovelluksen olisi hyvä sisältää vastaajien mielestä. Lyhyt kuvaus yrityksestä sekä sen palveluista olisi oltava osa sovelluksen sisältöä 27 vastaajan mielestä, lisäpalveluiden tulisi olla osana yritysten tietoja 16 sekä esteettömyystietojen 15 vastaajan mielestä. Vastaajista 26 oli sitä mieltä, että hinnastojen tulisi olla osana yrityksen tietoja. Maksutapojen (esimerkiksi PayPal, Mobilepay, Pivo, Smartum, Epassi, Pankkisiirto) olisi tärkeää tulla esille 20 vastaajan mielestä. Huomioon otettavat ohjeistukset palveluun tultaessa sekä palveluiden käyttöehdot olivat tärkeitä 13 vastaajan mielestä. Sertifikaatit eivät olleet vastaajien mielestä yleisesti tärkeänä osana yritysten perustietoja. Sustainable Travel Finland -merkki olisi hyvä sisällyttää yrityksen tietoihin 5 vastaajan mielestä. Authentic Finnish Sauna Experience -laatusertifikaatti sekä ympäristösertifikaatit olisi hyvä näkyä yritysten perustiedoissa 3 vastaajan mielestä. Avoimessa vastausvaihtoehdossa ehdotettiin perustietoihin lisäykseksi myös mikä on saunan lämmitysmuoto, onko rantaa, uintimahdollisuutta sekä onko naisten ja miesten saunavuorot vai yhteissauna.

Mobiilisovelluksen tuottoa ja ansaintamallia koskien yrittäjiltä kysyttiin olisiko heidän mielestään sovelluksessa hyvä olla mahdollisuus maksetuille mainoksille, jotka nostaisivat mainostajan palveluita esille? Kyselyyn vastanneista 10 mielestä maksulliset mainokset kuuluisivat osaksi sovelluksen sisältöä. Vastavasti 11 oli sitä mieltä, että maksettujen mainoksien ei tule olla osana sovellusta ja 9 ei osannut sanoa olisiko maksetut mainokset tarpeellista sisältöä.



Kuvio 9. Olisiko mobiilisovelluksen hyvä sisältää mahdollisuus maksettuun mainontaan?

Maksettujen mainosten lisäksi mobiilisovelluksen tuottoa voisi lisätä kuukausimaksut. Kuukausimaksuja maksavat yritykset saisivat maksuaan vastaan

erilaisia lisäpalveluita, kuten varausjärjestelmän, kalenterin ja mainontaa. Vastajista 13 kappaletta olisi valmis maksamaan kuukausimaksua Sauna App Finlandin tarjoamista lisäpalveluista. Yrittäjien mielestä sopivat kuukausimaksun summat vaihtelevat 5–100 euron välillä, yleisin vastaus on 10 euron kuukausimaksu. Vastajista kolme oli valmis maksamaan jopa sadan euron kuukausimaksua palvelun käytöstä.



Kuvio 10. Olisivatko yritykset valmiita maksamaan kuukausittain mobiilisovelluksen lisäpalveluista

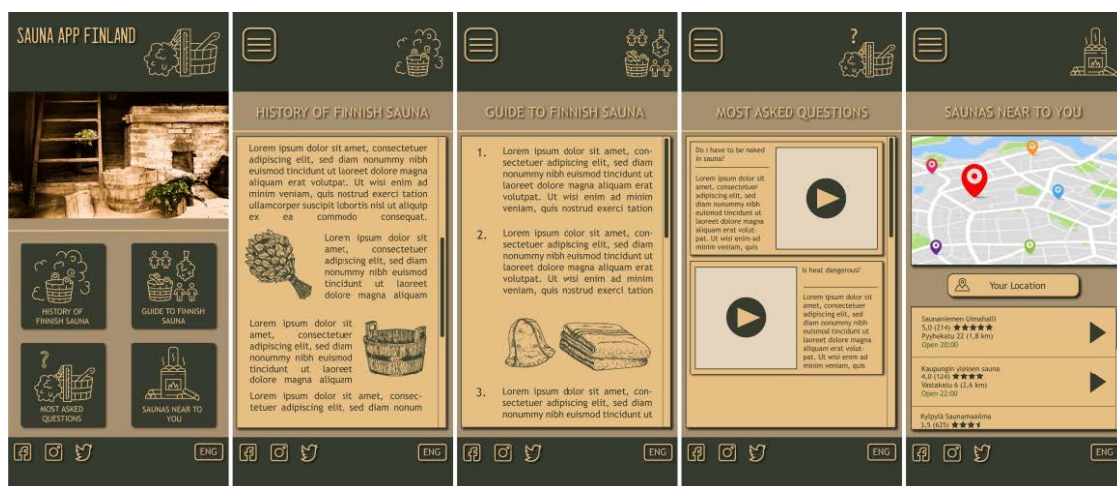
Kyselyn lopussa vastajille annettiin mahdollisuus kommentoida kyselyä avoimessa kysymyksessä (Jälkilöylyt: haluaisitko tuoda esille jotain mitä kysymykset eivät kattaneet tai onko sinulla jokin tärkeä huomio koskien saunapalveluita?), ehdotuksia ja huomioita tuli kaikkiaan kahdeltatoista vastaajalta. Vastauksissa tuli esille esimerkiksi se, että jotkut saunapalveluita tarjoavat yrittäjät tekevät työtään asiakkaiden omissa saunoissa tai vuokrasaunoissa. Mobiilisovellusta kehitettäessä onkin hyvä pohtia, kuinka nämä palveluiden tarjoajat tuodaan esille. Vastauksissa tuli myös esille huoli siitä, voisiko mobiilisovellus olla myös maksuton yrittäjälle ja riippumaton sponsorista, koska sauna on kaikkien suomalaisten eikä vain yritysten mainontakeino. Sisältöehdotuksina mobiilisovellukseen tulisi liittää hygieniapassi (varsinkin kuppauhoitoihin liittyvät luvat) sekä yleisesti saunaetiketin huomioiminen.

4 Sauna App Finland

4.1 Sauna App Finland mobiilisovellus

Pekka Ruokolainen (2022) kirjoittaa kirjassaan *Brändikäsikirja – näin teet yritysbrändistä vetovoimaisen!* kuinka älypuhelin­teknologian kehitys on muokannut ihmisten ostoskäyttäytymistä. Palveluita etsivät löytävät palvelun yhä useammin itse, ja maksetulla mainonnalla on yhä vaikeampi tavoittaa asiakkaita. (Ruokolainen 2022, 9.) Miltei kaikki omistavat nykyään mobiililaitteen ja niitä käytetään aktiivisesti myös matkojen suunnittelussa. Mobiilisovellukset ovat myös edelleen kasvava trendi ja verkkopalveluiden mobiilikäyttö on voimakkaassa ja nopeassa kasvussa. (Ruokonen 2016, 36–37.) Koska suomalaiseen saunakulttuuriin keskittyvää mobiilisovellusta ei ole vielä olemassa on sellaisen kehittäminen ajankohtaista.

Konseptin tarkoituksena on kehittää mobiilisovellus, joka kokoaa kohdennetusti alan toimijat ja yhdistää palveluiden ostajat. Tärkeänä osana mobiilisovelluksen konseptia (kuva 3) oli pohtia kuinka ja millä tavoin sovellus voi tuoda saunapalveluita tarjoaville toimijoille näkyvyyttä, lisäarvoa ja vetovoimaisen kohdennetun mainospaikan, joka kasvattaisi heidän asiakaskuntaansa ja tarjoaisi myös lisäarvoa heidän asiakkaidensa saunakokemukseen ja täten itse yritykselle. Mika Ruokonen (2016) kirjoittaa kuinka digitaalisille relevantille ja laadukkaalle digitaaliselle sisällölle on aina kysyntää ja siihen on helppoa sitouttaa käyttäjiä. Digitaalisen palvelun on oltava relevanttia ja asiantuntevaa käyttäjäryhmälleen, kun he hakevat tietoa tai viihdettä. (Ruokonen 2016, 131–133.) Mobiilisovelluksen kehitysvaiheessa tulisi myös pohtia kuinka Sauna App Finlandin kaltainen sovellus myydään matkailijoille ja suomalaisesta saunakulttuurista kiinnostuneille. Toisena näkökulmana on myös pohtia, kuinka mobiilisovelluksessa tuodaan esille suomalaiseen saunakulttuuriin liittyviä perinteitä ja historiaa, sovelluksen näin ollen toimien tietopankkina, joka sisältäisi kaiken oleellisen tiedon, täten myös nostaa kokemuksen merkitystä ja elämyksellisyyttä.



Kuva 3. Ensimmäiset Sauna App Finland konseptikuvat (2020) (Kuva: Pekka Laukkanen)

Sauna App Finlandin tietosisällön tulisi valmiissa sovelluksessa painottua vahvasti suomalaiseen saunakulttuuriin. Saunatietoutta sovelluksen on tarjottava aina sen historiasta nykyaikaan ja uusiin suuntauksiin asti, hyvinvointikulttuuria unohtamatta. Saunatietoutta lukemalla matkailijan saunaelämys alkaa jo ennen matkaa, saunaan voi tutustua, sitä voi ihmetellä ja sille voi nauraa jo kotisohvalta käsin. Mobiilisovelluksen sisältö ei ainoastaan palvele matkailijaa, vaan se on myös hyödyksi kaikille, jotka ovat suomalaisesta saunakulttuurista kiinnostuneita.

Saunakulttuuriin ja sen historiaan liittyvät tietosisällön lisäksi Sauna App Finlandin tietosisällössä on otettava huomioon saunayrittäjien tiedot sisältävä tietokanta. Sauna- ja hyvinvointialalle suuntautuneita yrityksiä ja yhteisöjä on Suomessa paljon, joten tietokanta tulee sisältämään paljon erilaista informaatiota. Huomioon on myös otettava mahdolliset saunat, joita löytyy muiden palvelujen yhteydestä, kuten hotelleista. Tässä yhteydessä on myös otettava huomioon, kuinka palveluntarjoajien tiedot saadaan kerättyä järjestelmään ja pidettyä päivitettyinä. Todennäköisin vaihtoehto olisi, että palveluntarjoajat täyttävät itse omat tietonsa ilmaiseen järjestelmään, jolla saavat sovellukseen näkyviin yrityksensä perustiedot ja pystyvät muokkaamaan niitä tarvittaessa. Kuukausimaksua maksavat yritykset saisivat lisää työkaluja oman yrityksensä tietojen ylläpitoon ja kirjaamiseen. Tietokannassa olevat yritykset näkyisivät mobiilisovelluksessa olevalla kartalla, josta palveluita etsivä matkailija löytää ne helposti. Sovelluksen

avulla palveluiden varaaminen olisi myös helppoa ja saunayrittäjille suunnatun kyselyn mukaan yli puolet vastaajista oli sitä mieltä, että tämän kaltainen palveluiden varausmahdollisuus olisi hyvä sovellukseen sisällyttävä. Sauna- ja hyvinvointipalveluihin liittyen mobiilisovellukseen on sisällytettävä myös ohjeita palveluiden käyttöön sekä esimerkiksi saunaturvallisuusohjeet. Kuten yrittäjille ja yhteisöille suunnattu kysely osoittaa, yrittäjien näkökulmasta olisi myös tärkeää, että mobiilisovelluksessa kerrottaisiin saunan terveyshyödyistä sekä saunaturvallisuudesta.

4.2 Mobiilisovelluksen tietosisältö ja toiminnot

4.2.1 Lähimmän saunan etsintä

Sauna App Finlandin tärkeimpiä ominaisuuksia on ohjata matkailija tai muuten saunapalveluista kiinnostunut lähimmän palveluntarjoajan luokse. Ominaisuus vaatii käyttäjältään sijaintitietojen luovutusta. Tämän kartan tulisi olla ensimmäinen sivu, jonka mobiilisovellus avaa käynnistettäessä, se on myös mobiilisovelluksen tärkein ominaisuus. Kartan tulisi mahdollistaa hakukriteerien muuttamisen, matkaaajan etsimien saunapalvelujen mukaan. Erilaisia suodatusvaihtoehtoja tulisi sovellukseen lisätä sen mukaan mitä palveluita saunapalveluita tarjoavat yritykset tarjoavat. Sovellusta kehitettäessä on pohdittava kannattaako kaikkia saunapalveluita sovellukseen lisätä. Esimerkiksi jotkut hotellit tarjoavat saunapalveluita mutta ne saattavat olla ainoastaan hotellissa majoittuvien käytössä. Kuitenkin jos hotelli tarjoaa saunapalveluita voi sen mielestäni lisätä sovellukseen, koska matkaja voi valita hotellin nimenomaan sen tarjoamien saunapalveluiden perusteella ja näin ollen sitä ei voi täysin poissulkea. Toiminnon tarkoituksena on helpottaa matkan suunnittelua etukäteen ja auttaa myös löytämään palvelut, kun on jo paikalla.

Lähimmän saunan etsintä välilehdellä voit myös lukea sauna- ja hyvinvointipalveluita tarjoavien yritysten tiedot, ja mahdollisesti arvosteluja. Saunasertifikaattien lisääminen yritysten tietoon toimisi myös tällä sivulla, osana yrittäjien

perustietoja. Kartalla voisi myös näkyä esimerkiksi erilaiset saunatapahtumat. Lähimmän saunan etsintä välilehti on Sauna App Finlandin tärkein mobiilisovelluksen tuottoa ajatellen.

Karttana Sauna App Finlandissa voisi käyttää esimerkiksi Google Mapsia tai avoimen lähdekoodin omaavaa Leaflet -karttaa. Google Maps sisältää valmiiksi useita yrityksiä ja siinä on paljon ominaisuuksia, joita Sauna App Finland voisi hyödyntää. Ominaisuudet kuten palveluiden arvostelut ja reittiohjeet palvelisivat Sauna App Finlandia hyvin (Google 2023). Leafletin etu on sen mobiilisovelluksessa hyvin toimiva, kevyt ja yksinkertainen kartta, joka sisältää suurimman osan sovelluskehittäjien tarvitsemista toiminnoista. Leaflet on myös helposti laajennettavissa useilla eri lisäosilla. (Leaflet 2023.)

4.2.2 Opas saunaan ja saunaetiketti

Kun mobiilisovellus on ohjannut saunomisesta kiinnostuneen varaamaan palvelun tai löytämään sen luokse, on tärkeää myös kertoa käyttäjälle tärkeimmät saunaan liittyvät säännöt sekä saunaetiketti. Matkaajalle, jolle suomalainen saunakulttuuri ei ole tuttu voi herätä monia kysymyksiä siitä, kuinka saunassa tulisi toimia. Kävijöille voi olla esimerkiksi epäselvää täytyykö saunassa olla alasti sekä kuinka vastaa/vihtaa käytetään. Saunomiseen liittyvä saunaetiketti on tärkeä osa saunakokemusta, sovelluksen sisällön tulisikin kertoa käyttäjälle esimerkiksi käytösohjeet saunassa.

Turvallisuusohjeistukset eivät ole varsinkaan matkailijoille aina selviä, niiden ollessa kuitenkin erittäin tärkeitä. Tärkeä osa saunomista onkin turvallisuuteen liittyvät ohjeistukset, kuten se, että saunassa ei saa juosta johtuen liukkaista lattioista tai tulentekoon liittyvät ohjeistukset. Mobiilisovelluksen kehityksessä on hyvä tiedostaa esimerkiksi kulttuurierot koskien lämmönsietoa sekä suomalaiseen saunomiseen liittyvä löylyveden käyttö. Tämä välilehti voi myös sisältää saunatietoutta viihteellisessä muodossa, kuten suomenkielistä saunasanastoa. Suomen kielen tuominen osaksi kokemusta lisää mobiilisovellukseen ulottuvuuden, myös saunasanasto voi olla mielenkiintoinen lisä. Saunaopastuksia voisi

myös esittää esimerkiksi sarjakuvina tai muulla visuaalisella keinolla, esimerkiksi lyhyinä videoina, tehden niistä helpommin lähestyttäviä kaiken ikäisille käyttäjille.

4.2.3 Saunan terveyshyödyt

Tutkimusten mukaan enemmän saunovilla esiintyy vähemmän vakavia sydän- ja verisuonitauteja ja myös vähemmän äkillisiä sydänkuolemia. (Laukkanen & Laukkanen 2020, 25.) Saunan terveysvaikutuksissa on otettava huomioon lämpö ja sen vaikutukset, erilaisten terveyskulttuurien ymmärtäminen sekä puh-
taus- ja likaisuuskäsitteet. Lämpö ja kosteus (vesi) ovat myös osa hoitomuotoja, kuten lämpökääreet ja erilaiset höyryä käyttävät hoidot.

Kehitettäessä suomalaiseen saunakulttuuriin liittyvää mobiilisovellusta on tärkeää, että siinä käsitellään saunomisen terveyshyötyjä, kuten kyselytutkimuksessakin tuli esille. Terveyshyödyt ovat tärkeää tietoa niin sanotuille terveysta-
kailijoille, jotka seuraavat saunomisen yhteydessä sellaisia trendejä kuten avan-
tointi ja erilaiset kylpyhoidot, joihin molempiin saunominen osana kuuluu.

4.2.4 Saunan historia ja kansanperinne

Sauna App Finlandin on tarkoitus myös palvella saunan historiasta ja mytologi-
asta kiinnostuneita. Saunan historia suomessa on pitkä ja siihen liittyy monia
mielenkiintoisia teemoja. Sauna on ollut työrakennuksena (ruoan kuivaus, pe-
seytyminen) sekä parannuspaikkana (kansanlääkintä, synnytys, kuolleiden pe-
seminen) tärkeä suomalaisille.

Tämä mobiilisovelluksen osio toimii tietolähteenä koskien kansanperinnettä
suomalaisen saunakulttuurin osalta. Käyttäjä voisi esimerkiksi lukea suomalai-
sen saunan historiasta, erilaisista saunoista alueellisine eroineen, saunaan liittyy-
vistä uskomuksista ja kansanparannuskulttuurista. Viihteellisempänä sisältönä
sovelluksen käyttäjä voisi perehtyä esimerkiksi tarinoihin saunatontuista ja

vuodenkiertoon liittyvistä saunataioista, saunaloitsuista sekä saunamagiasta. Jo Elias Lönnrot mainitsi suomalaisen saunan olevan taika- ja noitasauna.

4.2.5 Eniten kysytyt kysymykset

Aikaisemmin mainittu *Opas saunaan ja saunaetiketti* – osio ei välttämättä vastaa kaikkiin kysymyksiin, joita matkaajalla voi olla koskien saunaa tai käyttäjä ei halua käydä kaikkea sisältöä läpi tietoa etsiessään. *Eniten kysytyt kysymykset* – osiossa mobiilisovelluksen käyttäjien yleisimpiin kysymyksiin koskien suomalaista saunakulttuuria vastataan viihteellisellä, mutta asiallisella tavalla.

Kysymyksiin voisi vastata esimerkiksi viihteellisillä videoilla, joihin tulisi valita tavallisia suomalaisia esiintyjiksi. Videoita voisi tehdä lisää, kun kysymyksiä kerääntyy enemmän ja ne voisi jakaa myös esimerkiksi Youtube-kanavalla sekä sosiaalisessa mediassa. On hyvä muistaa, että eri puolella Suomea on erilaisia tapoja ja saunomiseen liittyviä tapaisuuksia. Saunakulttuuri ei ole homogeeninen ja se tekee saunomisesta entistä mielenkiintoisempaa.

4.3 Mobiilisovelluksen kielivaihtoehdot

Visit Finlandin tilastot näyttävät vuodelta 2019, että eniten matkailijoita Suomeen saapui Venäjältä, Saksasta, Britanniasta, Ruotsista ja Kiinasta. Muita eniten kasvavia lähtömaita tilastoissa olivat Ranska, Intia, Italia, Belgia, Viro sekä Itävalta. (Visit Finland 2020.) Tilastokeskuksen mukaan syyskuussa 2022 eniten matkailijoita suomeen tuli Venäjältä, Ruotsista, Saksasta, Yhdysvalloista sekä Britanniasta. Selvityksen mukaan matkustajamäärät ovat kuitenkin kasvaneet ja syyskuusta 2021 syyskuuhun 2022 matkailijoiden yöpymisten määrä on kasvanut Suomessa 72 %. (Tilastokeskus 2022.)

Näiden tilastojen sekä saunayrittäjille tehdyn kyselyn perusteella Sauna App Finlandin kehityksessä huomioon otettavat kielet olisivat yhtenevät niiden kielten kanssa, joilla saunayrittäjät tarjoavat ja markkinoivat palveluitaan eniten.

Kielivaihtoehtoissa on otettava huomioon aluksi suomi, englantia, ruotsi sekä venäjä. Vaikka matkailijoita ei tällä hetkellä tule Venäjältä Suomeen Ukrainan sotaan liittyvien pakotteiden vuoksi, on kehityksessä otettava huomioon, että Suomessa on suuri venäjänkielinen yhteisö. Venäjää puhutaan myös monessa eri maassa äidinkielenä, joten kielen lisääminen kehityksen alkuvaiheessa on perusteltua. Myöhemmin kielivaihtoehtoina tulisi lisätä saksa sekä kiina ja japani. Kiinalaisten matkailijoiden osalta matkailu on koronan takia ollut vähäisempää Suomessa, mutta opinnäytetyön tekovaiheessa kiinalaisten matkustusrajoituksia on kevennetty ja näin ollen voidaan olettaa, että kiinalaisia matkailijoita nähdään Suomessa taas enemmän tulevaisuudessa.

Suomenkielinen sana sauna on yleinen nimitys saunalle monessa maailman maassa. Maailmalla on kuitenkin useita eri nimityksiä saunalle ja omille saunakulttuureilleen. Näistä mainittakoon esimerkiksi Venäjän banja sekä Turkin hammam. Sauna App Finlandia kehitettäessä on mielestäni kuitenkin käytettävä sanaa sauna, koska sovellus käsittelee aiheenaan suomalaista saunakulttuuria. Eri nimitykset saunalle tulevat kyseeseen, jos sovellus viedään eri maahan, jossa se käsittelee paikallista saunakulttuuria.

4.4 Ansaintakeinot

Mobiilisovelluksen kehittämisen kannalta yksi tärkein kysymys on ansaintamalli. Ansaintakeinoista tärkeimmäksi ja helpoimmaksi nousee saunapalveluita tarjoavien yritysten maksamat kuukausimaksut, joilla he sitten saavat lisää työkaluja käyttöönsä palveluidensa esiin tuomisessa. Saunayrittäjille tehdyssä kyselyssä 43 % oli sitä mieltä, että kuukausimaksu lisäpalveluiden saamiseksi on hyväksyttävää ja siitä oltaisiin kyselyn tulosten perusteella valmiita maksamaan.

Toisena ansaintakeinona Sauna App Finland mobiilisovelluksella voisi olla maksetut mainokset, joilla yritykset voisivat tuoda omia palveluitaan esille. Kyselyssä tämä jakoi vastaajia. 33 % yrittäjistä hyväksyisi maksetut mainokset ja olisivat mahdollisesti valmiita niitä käyttämäänkin. Kuitenkin useampi (37 %) ei maksettuja mainoksia halua. 30 % vastaajista ei osannut kantaansa kertoa

tässä vaiheessa, joten maksetut mainokset on hyvä pitää vaihtoehtona, pohdittaessa kuinka sovellus tuottaa. Tässä on kuitenkin otettava huomioon, kuinka maksetut mainokset hinnoitellaan ja mikä vaikutus maksetuilla mainoksilla on ja kuinka ne mahdollisesti eriarvoistavat pienet ja suuremmat yritykset.

4.5 Tietokanta

Tietokanta on tärkeä osa Sauna App Finlandin kehitystä ja toimintaa. Mikä tietokanta olisi paras vaihtoehto mobiilisovelluksen tiedon säilyttämistä varten? Palvelut kuten Googlen Firebase, Parse tai Hasura palvelisivat mobiilisovellusta hyvin.

Google Firebase sisältää tietokantatyökalut ja sen avulla sovellus olisi helppo integroida niin iOS, Android kuin Web-alustallekin. Google Firebase sisältää esimerkiksi paljon Googlen työkaluja, jotka ovat integroitavissa Firebaseeen. Firebaseen tietokannan hyöty olisi myös siinä, että käyttäjä voi kirjautua mobiilisovellukseen omilla Google-tunnuksillaan, joten ylimääräisten profiilien teko jäisi käyttökokemuksesta pois. Google Firebasella voi käyttää myös Googlen analyttisiä työkaluja ja erilaisia mainostyökaluja. Huonona puolena Google Firebasessa on, että se on suljettu järjestelmä, joten se ei salli koodinsa muokkaamista tai mukauttamista.

Vaihtoehtoja Google Firebaselle on useita, kuten avoimen lähdekoodin omaava Parse, jota käyttää esimerkiksi useat pelinkehittäjät ja yritykset kuten Snapchat, Lyft ja Rethink. Parse on myös käytettävissä useilla alustoilla. (Parse 2023.) Toinen hyvä vaihtoehto on myös avoimen lähdekoodin Hasura. Hasurasta on olemassa ilmainen versio sekä pilvipalvelussa isännöity versio. Hasuraa käyttävät yritykset kuten Walmart, Atlassian ja Philips (Hasura 2023).

4.6 Web-sovellus vai mobiilisovellus?

Sauna App Finlandia kehitettäessä on tärkeää pohtia kumpi vaihtoehto olisi sovelluksen kannalta parempi. Onko mobiilisovellusta tarpeellista kehittää, jos

web-sovellus skaalautuu tarpeeksi hyvin muillekin alustoille, kumpi on käyttäjälle helpommin lähestyttävä vaihtoehto? Antero Muranen toteaa blogikirjoituksessaan *Mobiilisovellus – kannattava investointi vai turhake?*, että käytämme yhä enemmän aikaa mobiililaitteiden parissa ja myös odotamme, että sovellukset toimivat yhtä hyvin tai paremmin mobiilissa, kuin tietokoneella (Muranen 2021). Sauna App Finlandin kehityksessä on otettava huomioon skaalautuisiko sivusto web-sovelluksena kaikille laitteille yhtä hyvin kuin mobiilisovelluksena. Muranen kirjoittaa, kuinka web-sovellus voi jättää esimerkiksi asiakkaiden verkkokäyttäytymisen seuraamisen ja analysoimisen pintapuoliseksi ja näin ollen räätälöidyn sisällön ja markkinoinnin suuntaaminen voi olla vaikeampaa. Tämä on mielestäni tärkeä huomio, koska Sauna App Finlandin on tarjottava matkailijalle hänen etsimiään sauna- ja hyvinvointipalveluita alueelta, jolla hän matkustaa.

Mahdollinen mobiilisovellukseen tuleva maksullinen markkinointi on syytä ottaa huomioon, että markkinoinnista maksavat yrittäjät saisivat mahdollisimman paljon hyötyä sijoituksestaan. Kääntöpuolena mobiilisovelluksen kehityksessä ovat sen vaatimat resurssit. On pohdittava tarkkaan kuinka paljon mobiilisovelluksen kehittäminen maksaa ja mitkä ovat ne hyödyt, joita sillä saadaan. Sauna App Finlandin tapauksessa esimerkiksi palveluiden varaamiseen tarkoitettu varauskalenteri tai kohdennettu markkinointi tukevat mobiilisovelluksen kehittämistä. On myös otettava huomioon, että mobiilisovellusta käyttävät saunapalveluita tarjoavat yrittäjät sekä mahdolliset sovellusta käyttävät matkailijat on kerättävä omaan tietokantaansa, näin saadaan enemmän tietoa käyttäjästä. Kuten Muranen kirjoittaa blogissaan, mobiilisovellus kannattaa myös silloin, kun sekä käyttäjä, että palvelun tarjoaja haluavat hyödyntää puhelimessa löytyviä ominaisuuksia. Tästä hyvänä esimerkkinä Sauna App Finlandissa on GPS-paikantamiseen perustuva karttatoiminto, josta matkailija voi tarkistaa häntä lähellä olevat saunapalvelut. Lisäksi matkailijaa hyödyttäisivät kohteeseen perille pääsemiseen liittyvät ohjeet, kuten julkinen liikenne tai tieto siitä, ettei palvelu ole julkisella liikenteellä saavutettavissa.

Matkailupalveluiden tuotteistajan on ymmärrettävä matkailijan kuluttajakäyttäytymistä, jotta asiakkaan tarve ja palvelu kohtaisivat (Tonder 2013, 41–42).

Mobiilisovellus mahdollistaa käyttäjien tietojen keräämisen paremmin ja näin saadaan tarjottua saunapalveluita etsivälle hänelle sopivin saunaelämys. Mobiilisovellukseen lähetettävät ilmoitukset voivat myös tuoda matkaajalle sekä palveluntarjoajalle tarvittavaa lisäarvoa verrattuna web-sovellukseen. Kun pohditaan ominaisuuksia, joita Sauna App Finlandiin on kaavailtu, mobiilisovellus on järkevä vaihtoehto.

5 Pohdinta

Sauna App Finlandin konseptointi valikoitui opinnäytetyöni aiheeksi, koska suomalaista saunakulttuuria käsittelevä mobiilisovellus on ajankohtainen ja sellaista ei vielä ole olemassa. Matkailun vapautuessa koronavuosien jälkeen sovelluksen potentiaali on suuri matkailijoiden määrän alkaessa taas kasvamaan. Matkailijat ovat entistä enemmän ottaneet hyvinvointimatkailun osaksi matkailuansa, tämä kasvava trendi näkyy niin matkailumarkkinoinnissa kuin myös palveluntarjoajien valikoimissa. Saunan ollessa tärkeä osa suomalaista hyvinvointia ja kulttuuria, on selvää, että myös siihen liittyvä mobiilisovellus tulee olemaan tarpeellinen palveluita etsivälle matkaajalle sekä myös sauna- ja hyvinvointipalveluita tarjoavalle yrittäjälle tai yhteisölle.

Mobiilisovellus sopii alustana tämän tyylliselle sovellukselle, koska sen sisältämät tietokannat ja toiminnot kuten sijaintitietojen keräys, tukee parhaiten mobiilisovellusta. Sauna App Finlandia ei tulisi mielestäni kehittää ainoastaan saunapalveluiden tarjoajien tai niitä etsivien tarpeeseen, vaan sen kehityksessä olisi hyvä huomioida myös saunaperinteistä ja saunatietoudesta sekä mytologiasta kiinnostuneet henkilöt. Saunantietouden jakaminen on mielestäni tärkeä osa mobiilisovellusta, ottaen huomioon suomalaisen saunakulttuurin Unescon aineettoman kulttuuriperinnön listauksen. Saunakulttuuri on tärkeä osa suomalaisuutta ja siitä kertominen kiinnostuneille on oleellinen osa Sauna App Finlandia. Aineettoman kulttuuriperinnön ollessa kyseessä tulevat esille myös saunakulttuurin vaaliminen, säilyttäminen ja uudelleen tuottamisen eettiset kysymykset. Ohjeet saunaan, saunaturvallisuusohjeet sekä saunaetiketti kuuluvat monen

saunayrittäjille tehdyn kyselyn vastaajan mielestä sovelluksen tietosisältöön, tämä tulisikin ottaa huomioon sovelluksen kehitystyössä.

Tämän päättötyön tekemisen aikaan nousi julkiseen keskusteluun saunapalveluiden saaminen virikesetelien piiriin, jolloin työpaikkaetuina saatavat kulttuuri-setelit mahdollistaisivat saunapalveluiden maksamisen. Tämä vaikuttaisi mahdollisesti myös Sauna App Finlandin kaltaisen mobiilisovelluksen käyttäjämääriin, yritysten panostaessa saunapalveluiden tarjoamiseen työntekijöilleen yhtenä osana työhyvinvointia. Saunakulttuuri elää nyt aktiivista muutosaikaa ja mobiilisovelluksen konseptoinnissa, myös tämä on otettava huomioon.

Alussa asettamani tavoitteet tätä opinnäytetyötä koskien täyttyivät monelta osin hyvin ja kuten myös saunayrittäjille tehty kyselytutkimus osoitti, Sauna App Finlandin kaltaiselle palvelulle löytyy tarve ja kiinnostusta. Konseptin kysymyksistä suurimpaan osaan löytyi vastauksia ja osa vaatii syvempää tutkimista mobiilisovelluksen kehityksen eri vaiheissa. Tästä esimerkkinä olisi hyvä tehdä lisätutkimuksia liittyen siihen, millaisena matkailijat näkevät suomalaisen saunakulttuurin, mitä he siltä odottavat sekä millaisia palveluita he saunakokemukseltaan toivoisivat. Olisiko Sauna App Finlandin kaltainen mobiilisovellus helposti markkinoitavissa matkailijoille sekä mikä olisi se lisäarvo, jota sovellus voisi heille tuoda? Mobiilisovelluksen kielivaihtoehtoja oli pohdittava saunayrittäjien näkökulmasta ja luottaen matkailutilastoihin. Sauna App Finlandin kehitystyön alkuvaiheessa suomen, englannin, ruotsin, venäjän sekä saksan kielet ovat tärkeimmät. Myöhemmin myös kiinan ja japanin kielet olisi hyvä lisätä mobiilisovellukseen.

Saunatietous on oleellinen osa mobiilisovelluksen sisältöä. Sauna App Finlandin sisältöön kuuluu tärkeänä osana suomalaisen saunakulttuurin ja historian kertominen käyttäjälle. Myös saunaan liittyvä kansanperinne lauluineen ja loitsuineen, varsinkin matkailijoita ajatellen, tuovat lisäarvoa saunamatkailijalle. Saunapalveluita tarjoavien yritysten ja yhteisöjen tiedot muodostavat osan mobiilisovelluksen tietosisällöstä ja kehitysvaiheessa onkin tärkeää pohtia, mihin tietokantaan tiedot kerätään ja kuinka. Onko tietojen lisääminen ja niiden päivittäminen yrittäjien omalla vastuulla vai kerääkö mobiilisovelluksen kehittäjä

saunayrittäjien ja -yhteisöjen tietoja sovelluksen kehitysvaiheessa. Lisäksi tietojen säilyttämiseen liittyvät vastuu ja turvallisuuskysymykset on selvitettävä tarkasti. Henkilötietojen käsittely ja säilyttäminen ovat lakisääteisiä.

Opinnäytetyön suurimpana haasteena oli rajata ja selventää aihe sopivan tiiviiksi, niin että innovaatio tulee siitä esille. Suomalaiseen saunakulttuuriin keskittyvän mobiilisovelluksen konseptia on pohdittava monesta eri näkökulmasta. Tiedonkeruu oli työvaiheista laajin ja yksin opinnäytetyötä varten ei olisi ollut järkevää tehdä esimerkiksi sauna- ja hyvinvointipalveluita tarjoaville yrityksille ja yhteisöille suunnattua kyselyä. Kysely itsessään olisi voinut olla opinnäytetyöni aihe ja se osoittautuikin hyväksi tietolähteeksi. Jaoin työmäärän osaksi eri opintoihini sisältyviä kursseja ja näin ollen sain runsaasti arvokasta tietoa, jota pystyin käyttämään osana tätä opinnäytetyötä, kuitenkin kasvattamatta sen työmäärää liiaksi. Olisin mielelläni myös tehnyt kyselyn esimerkiksi ulkomaalaisille vaihto-opiskelijoille siitä, miten he näkevät suomalaisen saunakulttuurin ja millaisena he näkisivät siihen liittyvän mobiilisovelluksen. Sauna App Finlandin voisi kehittää testattavan prototyypin asteelle, jonka jälkeen sitä voisi pilotoida lähiseudulla Pohjois-Karjalassa ja Pohjois-Savossa sekä esimerkiksi kansainvälisten vaihto-opiskelijoiden keskuudessa. Pilotointiin voisi valita lähiseudun sauna- ja hyvinvointipalveluita tarjoavia pieniä yrityksiä.

Palaute suomalaista saunakulttuuria käsittelevää mobiilisovellusta kohtaan on ollut pääasiassa positiivista ja kannustavaa. Mobiilisovelluksen kehityksessä on hyvä huomioida se, että jos saunasertifikaatit liitetään osaksi Sauna App Finlandia saattaa se aiheuttaa ongelmia, johtuen taloudellisesta eriarvoisuudesta. Yksityisyrittäjillä ei välttämättä ole varaa kalliisiin sertifikaatteihin. Laatusertifikaatit toisaalta kertovat jotain, mutta sen puuttuminen ei myöskään tarkoita palveluiden huonoa laatua.

Mobiilisovelluksen ansaintakeinoja on pohdittava tarkasti, miten kallis sovellus saadaan tuottamaan ja kuinka sitä ylläpidetään? Kyselyn perusteella osa yrittäjistä olisi valmis maksamaan mobiilisovelluksen mahdollisista lisäpalveluista sekä myös maksetuista mainoksista, joilla he saisivat palveluitaan paremmin esille. Maksettu mainonta herättää toisaalta myös saman kysymyksen kuin

sertifikaatit. Aiheuttaisivatko maksetut mainokset taloudellista epäarvoisuutta, jos pienempää yritystoimintaa harjoittavilla yrittäjillä ei ole siihen varaa? Mielestäni pienempien palveluntarjoajien pitäisi myös olla tasa-arvoinen mahdollisuus mainostaa palveluitaan, kuten suuremmalla budjetilla toimivat palveluntarjoajat. Tähän voitaisiin vaikuttaa esimerkiksi mobiilisovelluksessa tapahtuvan markkinoinnin hinnoittelulla. Sauna App Finlandin ansaintalogiikka jakaantuu mielestäni kolmeen eri osaan, myyntipohjaiseen malliin, listausmalliin tai välittäjämalliin. Myyntipohjaisessa mallissa asiakas eli tässä tapauksessa saunapalveluita tarjoava yrittäjä maksaa jokaisesta toteutuneesta kaupasta, jonka mobiilisovellus on saanut aikaan. Listausmallissa yrittäjä ostaa itselleen paikan mobiilisovelluksessa olevassa listauksessa. Välittäjämallissa mobiilisovelluksen ylläpitäjä ottaa tapahtuvista kauppapapereista välityspalkkion, joka on joko kiinteä euro-määräinen hinta tai prosenttiosuus kauppahinnasta. (Ruokonen 2016, 85–86.) Vaikka esimerkiksi listausmalli olisi Sauna App Finlandin kohdalla mahdollinen, en kuitenkaan lähtisi käyttämään sitä ensisijaisena ansaintalogiikkana, koska se ei palvele mobiilisovelluksen tarkoitusta sulkemalla osan saunayrityksistä palvelun ulkopuolelle.

Mobiilisovelluksen konseptoinnissa kysymyksiä herää sen suhteen, millainen kuva maailmalla on Suomesta, suomalaisista arvoista ja kulttuurista. Vaikka Sauna App Finland tarjoaa mobiilisovelluksen muodossa tietopakettin saunakulttuurista, on tiedon visualisointi oleellinen osa itse palvelua, jonka tarkoitus on tuoda käyttäjälle inspiroiva ja miellyttävä kokemus. Sauna App Finlandin kehityksessä on tärkeää pohtia millaisia tuntemuksia ja mielikuvia saunasta mobiilisovelluksen käyttäjä odottaa sen luovan ja miltä näin ollen sen tulisi esimerkiksi näyttää sekä millainen sen tietosisällön tulisi olla. Saunasovellus on osa elämystä ja mahdollisesti vaikuttaa matkailijan matkakokemukseen. Sovelluksen visuaalinen ilme ja sen sisältämä kuvamateriaali tulee olla laadukasta.

Opinnäytetyötäni tehdessä pohdin myös, onko pelkkää mobiilisovellusta järkevää tehdä. Mietittäessä mobiilisovelluksen kehittämiseen tarvittavia resursseja sekä sen hintaa voisi Sauna App Finlandista tehdä ensin web-sovelluksen. Mobiilisovelluksen voisi kehittää myöhemmässä vaiheessa, kun web-sovellusta on päästy jo käyttämään ja testaamaan ja siitä on saatu palautetta. Tietokanta ja

tiedonkeruu on oleellinen osa tämän kaltaista palvelua. Tietokannan ja sovelluksen ylläpidossa palvelut kuten Google Firebase toimisivat hyvin, koska siihen voi integroida tietokannan lisäksi paljon erilaisia työkaluja, esimerkiksi analytiikkatyökalut. Se myös mahdollistaisi käyttäjän kirjautumisen palveluun Google tunnuksilla, helpottaen palvelun käyttöä. (Google Firebase, 2023.)

Mielestäni Sauna App Finlandin kehityksen voisi aloittaa tietokannan keräämisellä sekä tekemällä web-sovelluksen ensimmäisenä, näin sovelluksen kehittämisen kulut pysyvät pienempinä ja palvelu saadaan nopeammin kehitykseen ja testaukseen. Mobiilisovellus kannattaa myös kehittää myöhemmässä vaiheessa, koska esimerkiksi erilaiset kohdennetut mainospalvelut sekä tiedonkeruu toimivat paremmin mobiilisovelluksessa. Kun tietokanta on kunnossa, on palvelu helpommin käännettävissä eri alustoille, kuten iOS ja Android.

Lähteet

- Ahonen, K., Honkanen, A. R., Laukkanen, P., Puumalainen, T. & Sarkkinen, A. 2021. Sauna sovellus. Tutkin ja kehitän kurssin ryhmätö, Karelia-AMK.
- Bosworth, M. 2013. Why Finland loves saunas. BBC News. <https://www.bbc.com/news/magazine-24328773>. 25.4.2023.
- Google. 2023. Official blog, Maps. <https://blog.google/products/maps/>. 25.4.2023.
- Google Firebase. 2023. <https://urly.fi/388F>. 22.2.2023.
- Greslikova, I. 2021. Finnish sauna: how to have a blissful experience. Nomad is beautiful. <https://nomadisbeautiful.com/travel-blogs/how-to-have-blissful-finnish-sauna-experience/>. 25.4.2023.
- Happonen, M., Hämynen, J., Laukkanen, P., Purhonen, J. & Romero, N. 2021. Suomalaisen saunakulttuurin mediakuvasto. Projektihautomo kurssin esiselvitysraportti, Karelia-AMK.
- Harvia. 2020. Harvia selvitti suomalaisten ja saksalaisten saunamieltymyksiä - yksi asia yhdistää. <https://harvia.fi/tietoa-meista/uutishuone/harvia-selvitti-suomalaisten-ja-saksalaisten-saunomismieltymyksiä-yksi-asia-yhdistää/>. 6.12.2021.
- Harvia. 2023. <https://nordic.harvia.com/fi/sauna/>. 25.4.2023.
- Hasura. 2023. Instant GraphQL on all your data. <https://hasura.io/>. 25.4.2023.
- Heikkilä, J. 2010. Luovasta ideasta innovaatioon – luovuus ja innovatiivisuus selviytymiskeinona. Turku: Enostone.
- Karttunen, K. I. 1929. Muutamia piirteitä suomalaisen saunan historiasta. Uusi Suomi. 4.8.1929. Helsinki: Kustannus Oy Kivi.
- Lamminmäki, D. 2020. Kansanparannus uudessa ajassa ja paikassa. Perinteen ja modernin muovaama ammatti-identiteetti. Itä-Suomen yliopisto. Pro gradu. <http://urn.fi/urn:nbn:fi:uef-20201343>. 28.2.2023.
- Laukkanen, T. & Laukkanen, J. 2020. Sauna, keho & mieli. Jyväskylä: Docendo.
- Leaflet. 2023. Leaflet, an open-source JavaScript library for mobile-friendly interactive maps. <https://leafletjs.com/>. 25.4.2023.
- Liikkanen, L. 2020. Tutkimus: Suomalainen saunoo viikoittain, Korona kuritti. Saunologia. <https://saunologia.fi/tutkimus-korona-suitsi-saunomista/>. 2.2.2023.
- Liikkanen, L. & Laukkanen, J. 2020. Sauna bathing frequency in Finland and the impact of COVID-19. *Complementary Therapies in Medicine* 56 (2021) 102594. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0965229920318616?via%3Dihub>. 2.2.2023.
- Muranen, A. 2021. Mobiilisovellus – kannattava investointi vai turhake? <https://pixels.fi/fi/blogi/mobiilisovellus-kannattava-investointi-vai-turhake/>. 26.1.2023
- Museovirasto. 2020. Saunaperinne Suomesta valittiin Unescon aineettoman kulttuuriperinnön luetteloon. <https://www.museovirasto.fi/fi/ajankoh-taista/saunaperinne-unescon-aineettoman-kulttuuriperinnon-luette-loon>. 2.2.2023.
- Nuora, N. 2019. Kristinuskoko kitki Suomen pakanalliset juhlaperinteet, mutta juhannustaiat elävät yhä keskikesän juhlassa. YLE. <https://yle.fi/a/3-10817252>. 2.2.2023.

- Parse. 2023. The complete application stack. <https://parseplatform.org/>. 25.4.2023.
- Paulaharju, S. 1982. Karjalainen sauna. Helsinki: Suomalaisen kirjallisuuden seura.
- Paulaharju, S. 1995. Syntymä, lapsuus ja kuolema. Vienan Karjalan tapoja ja uskomuksia. Helsinki: Suomalaisen kirjallisuuden seura.
- Pälsi, S. 1921. Vanha sauna. Kalevalaseuran vuosikirja 1. Helsinki: Otava.
- Rouhiainen, U. M. 2008. Satu meni saunaan: matkailijoita ja kylpemisen kulttuuria. Helsinki: Haaga-Helia ammattikorkeakoulu.
- Ruokolainen, P. 2022. Brändikäsikirja – näin teet yritysbrändistä vetovoimaisen!. Helsinki: Kauppakamari.
- Ruokonen, M. 2016. Biteistä Bisnestä – digitaalisen liiketoiminnan käsikirja. Jyväskylä: Docendo Oy.
- Sauna from Finland. 2021. <https://saunafromfinland.fi/palvelumme/authentic-finnish-sauna-experience-laatusertifikaatti>. 6.12.2021.
- Seesmeri, L. 2018. Sauno itsellesi menneisyys - kehollisuus osana muisteltua ja esitettyä kokemusta. Joensuu: Suomen Kansantietouden Tutkijain Seura.
- Steensig, S. L. 2020. Finland's bittersweet boost as UNESCO recognises its sauna culture. Euronews. <https://www.euronews.com/2020/12/23/finland-s-bittersweet-boost-as-unesco-recognises-its-sauna-culture>. 25.4.2023.
- Suontausta, H. & Tyni, M. 2005. Wellness-matkailu - hyvinvointi matkailun tuotekehityksessä. Helsinki: Edita Prima Oy.
- Taatila, V. & Suomala, J. 2008. Innovaattorin työkirja. Helsinki: WSOY.
- Tilastokeskus. 2022. Venäläiset suurin ulkomaisten matkailijoiden ryhmä syyskuussa 2022. <https://www.stat.fi/julkaisu/cktvhcs6w27740b047cygqzoc>. 31.1.2023.
- Tonder. M. 2013. Ideasta kaupalliseksi palveluksi – matkailupalvelujen tuotteistaminen. Vantaa: Restamark Oy.
- Visit Finland. 2023. Relax and find peace like a Finn. <https://www.visitfinland.com/en/moments-of-happiness/rejuvenate-in-a-sauna/>. 25.4.2023.
- Visit Finland. 2023. Sustainability matters because we love to travel. <https://www.visitfinland.com/en/practical-tips/sustainability/>. 20.1.2023.
- Visit Finland. 2020. Yöpymisen Kehityskatsaus – Majoitusliikkeiden yöpymisen kehitys. <https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/matkailun-edistaminen/tutkimukset-ja-tilastot/matkailuvuosi>. 24.1.2023.
- Wood, J. 2017. Why this nation has business meetings in saunas. Culture trip. <https://theculturetrip.com/europe/finland/articles/why-this-nation-has-business-meetings-in-saunas/>. 25.4.2023.
- Yleisradio. 1964. "Kotisaunan lauteilla". Elävä arkisto. <https://yle.fi/aihe/artikkeli/2009/11/16/kotisaunan-lauteilla>. 2.2.2023.
- Yleisradio. 2020. "Suomalainen sauna – Finnish sauna". Yle Areena. <https://areena.yle.fi/1-50566553>. 2.2.2023.



Ole vaikuttamassa saunapalveluiden markkinointiin ja löydettävyyteen

Kehitteillä oleva Sauna App Finland on mobiilisovellus, jonka tarkoitus on olla sauna- ja hyvinvointipalveluiden digitaalinen kartta mobiilisovelluksessa. Palveluntarjoajille mobiilisovellus tarjoaa työkalun, jolla he saavat markkinoitua palveluitaan. Mobiilisovelluksen tarkoitus on helpottaa sauna- ja hyvinvointipalveluiden tarjoamista ja löytämistä sekä tarjota saunatietoutta.

Tämä kysely on osa Karelia-ammattikorkeakoulu opinnäytetyötä, jonka tavoite on valmis konseptisuunnitelma mobiilisovellukselle. Kaikki vastaukset käsitellään anonymisti ja vastauksia käsitellään siten, että niistä ei voi tunnistaa ketään yksittäistä vastaajaa. Yhteystietoja ei kerätä eikä luovuteta kolmansille osapuolille, kerättyä tietoa käytetään ainoastaan mobiilisovelluksen konseptoinnissa.

Vastaathan kyselyyn 16.12. mennessä. Kyselyyn vastaaminen kestää noin 5 minuuttia, kysely on rakennettu pääasiassa monivalintakysymyksillä.

Lämmin kiitos osallistumisesta.

Pekka Laukkanen, medianomi opiskelija

Pekka.Laukkanen@edu.karelia.fi

Pakolliset kysymykset merkitty tähdellä (*)

1. Yrityksenne/yhteisönne on toiminut? *

- Alle 5-vuotta
 Yli 5-vuotta

2. Teettekö yhteistyötä joidenkin saunaorganisaatioiden kanssa? *

- Kyllä, minkä _____
 En

3. Oletteko mukana Visit Finlandin, Sustainable Travel Finland-ohjelmassa? *

- Kyllä
 En

4. Millä kielillä pystytte tarjoamaan asiakaspalvelua (puhuttuna, kirjoitettuna)? *

- Suomi
 Ruotsi
 Englanti
 Venäjä
 Saksa
 Hollanti
 Kiina
 Muu... _____
 Viittomakieli

5. Onko yrityksenne käytössä oma sauna? *

- Kyllä
 Ei

6. Ovatko palvelunne tarkoitettu myös ryhmille ja jos ovat niin kuinka suurille ryhmille? *

- Kyllä _____
 Emme tarjoa palveluita ryhmille

7. Millaisia palveluita yrityksenne tarjoaa? (valitse kaikki sopivat vaihtoehdot) *

- Saunan vuokraus
 - Kokous-/ajanviettilöjen vuokraus
 - Savusauna
 - Perinnesaunotus
 - Kauneudenhoito
 - Vihtominen
 - Kylvetys
 - Saunahoidot
 - Kuppaus
 - Hieronta
 - Ruoka ja juoma
 - Teemalliset saunapalvelut (esim. morsiuksauna, saunajooga, hyvinolon sauna)
 - Palju
 - Uinti mahdollisuus (esim. avanto, ranta, kylmäallas)
 - Verkkokauppa
 - Muu...
-

8. Oletteko saanut koulutusta tarjoamiinne hyvinvointipalveluihin ? (esim. saunahoidot, kuppaus, vihtominen, kauneudenhoito) *

- Kyllä, mihin
 - En
-

9. Mistä toivoisitte saavanne lisää asiakkaita? (valitse sopivat vaihtoehdot) *

- Kotimaasta
- Ulkomailta
- Lähiseudulta

10. Millä kielillä yrityksenne markkinoi palvelujaan? (valitse sopivat vaihtoehdot) *

- Suomi
- Ruotsi
- Englanti

- Venäjä
 - Hollanti
 - Saksa
 - Kiina
 - Muu...
-

11. Kuuluuko yrityksenne paikalliseen matkailuorganisaatioon tai matkailuyhdistykseen? *

- Kyllä
- Ei

12. Markkinoitteko paikallisen matkailuorganisaation tai matkailuyhdistyksen kautta? *

- Kyllä
- Ei

13. Markkinoiko yrityksenne sosiaalisessa mediassa? (valitse sopivat vaihtoehdot) *

- Facebook
 - Instagram
 - Twitter
 - Tiktok
 - Youtube
 - Yritys ei mainosta sosiaalisessa mediassa
 - Muu...
-

14. Käyttääkö yrityksenne televisiomainontaa? *

- Kyllä
- Ei

15. Käyttääkö yrityksenne printtimainontaa? (valitse sopivat vaihtoehdot) *

- Sanomalehdet
- Ilmaisjakelulehdet
- Aikakauslehdet (esim. matkailulehdet, hyvinvointilehdet)

- Suoramainonta
 - Julisteet
 - Flyerit
 - Tienvarsimainonta
 - Yritys ei mainosta printtimediassa
 - Muu...
-

16. Markkinoiko yrityksenne verkkopalveluissa? (valitse sopivat vaihtoehdot) *

- Verkkosivustot (esim. tripadvisor, mainosbannerit)
 - Tapahtumakalenterit (esim. sähköiset menokalenterit)
 - Yrityksen omat verkkosivustot
 - Yritys ei mainosta verkkopalveluissa
 - Muu...
-

17. Kuinka paljon rahaa yrityksenne käyttää markkinointiin vuodessa? *

- 0-200 euroa
- 200-500 euroa
- 500-1000 euroa
- Yli 1000 euroa
- En halua vastata

18. Kuinka yrityksenne on pitänyt kirjaa varauksistaan? (valitse sopivat vaihtoehdot) *

- Varausjärjestelmä (esim. DigitalBooker, Hotellinx, Johku)
 - Ajanvarausjärjestelmä
 - Sähköinen kalenteri
 - Paperikalenteri
 - Muu...
-

19. Mitä sisältöä mielestäsi mobiilisovelluksessa olisi hyvä olla? (valitse sopivat vaihtoehdot) *

- Saunatietous ja historia
- Saunan terveyshyödyt

- Saunatuote markkinointi/myynti
 - Ohjeet saunomiseen
 - Saunaturvallisuus ohjeet
 - Kartta (joka sisältää saunapalveluita tarjoavat yritykset)
 - Varausjärjestelmä/varauskalenteri
 - Palveluiden arvostelut
 - Muu...
-

20. Yrityksen perustietojen (sijainti, yhteystiedot, aukioloajat jne.) lisäksi, mitä tietoja sovelluksen olisi hyvä sisältää palveluistanne? (valitse sopivat vaihtoehdot) *

- Lyhyt kuvaus yrityksestä
 - Palvelut
 - Lisäpalvelut
 - Esteettömyystiedot
 - Hinnastot
 - Maksutavat (esim. PayPal, Mobilepay, Pivo, Smartum, Epassi, Pankkisiirto)
 - Huomioon otettavat ohjeistukset palveluun tultaessa
 - Palveluiden käyttöehdot
 - Authentic Finnish Sauna Experience -laatusertifikaatti
 - Ympäristösertifikaatit
 - Sustainable Travel Finland -merkki
 - Muu...
-

21. Olisiko mobiilisovelluksessa hyvä olla mahdollisuus maksetuille mainoksille, jotka nostaisivat mainostajan palveluita esille? *

- Kyllä
- Ei
- En osaa sanoa

22. Olisiko yrityksenne valmis maksamaan kuukausittain mobiilisovelluksen tarjoamista lisäpalveluista (esimerkiksi varausjärjestelmä, kalenteri, mainonta)? *

- Kyllä, kuinka paljon
 - Ei
-

23. Jälkilöylyt: haluaistiko tuoda esille jotain mitä kysymykset eivät kattaneet tai onko sinulla jokin tärkeä huomio koskien saunapalveluita?
