

Suomalaisen saunan kehittäminen elämystuotteena hyvinvointimatkailussa

Enni Hirvonen



Tekijä Enni Hirvonen	
Koulutusohjelma Matkailun koulutusohjelma	
Opinnäytetyön otsikko Suomalaisen saunan kehittäminen elämystuotteena hyvinvointimatkailussa	Sivu- ja liitesivumäärä 40 + 10
<p>Tämän tutkimuksen tavoitteena oli etsiä keinoja edistää suomalaisen saunan hyödyntämistä Suomen hyvinvointimatkailussa. Työ tehtiin toimeksiantona suomalaisen saunaelämyksen puolesta työtä tekeväille verkostolle Sauna from Finland ry:lle. Tutkimuksella pyrittiin tuottamaan Suomeen kohdistuvan hyvinvointimatkailun kehityksen kannalta hyödyllisiä tuloksia ja ideoita suomalaisen saunan matkailullisen hyödyntämisen kehittämiseen. Työssä pyrittiin myös kokoamaan yhteen Suomen hyvinvointimatkailun tämänhetkistä tilannetta saunan hyödyntämisen osalta, jotta yksittäisen lukijan olisi helpompaa muodostaa kokonaiskuva toimialasta tämän dokumentin perusteella.</p> <p>Työssä kerrotaan suomalaisen saunan alkuperästä ja merkityksestä suomalaisessa kulttuurissa sekä valotetaan suomalaisen saunan terveysvaikutuksia hyvinvointimatkailun näkökulmasta. Työssä kartoitetaan suomalaisen saunan tämänhetkistä hyödyntämistä matkailussa, avataan Sauna from Finland ry:n toimintaa sekä määritellään tutkimukseen liittyviä käsitteitä kuten autenttisuus, elämystuote, hyvinvointimatkailu ja terveysmatkailu. Tutkimusmenetelmäksi tutkimukseen valikoitui määrällinen kvantitatiivinen tutkimus toteuttaen kaksi teemaan liittyvä kysely: toinen suomalaisille saunapalveluja tarjoaville yrityksille ja toinen kysely ulkomaalaisille henkilöille, jotka voisivat olla valmiita kokeilemaan saunaa.</p> <p>Työssä käsiteltiin seuraavia tutkimusongelmia:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Millä tavoin suomalaista saunaa voisi hyödyntää paremmin Suomen hyvinvointimatkailussa ja kuinka saunakokemusta voisi kehittää elämystuotteena? • Miten ulkomaalaisen matkailijan saisi houkutelua kokeilemaan autenttista suomalaista saunaa? • Mikä on omatoimimatkailijan ja yksittäisen matkailijan rooli saunapalveluiden kuluttajana ja miten se tulisi huomioida saunaelämyksiä tarjottaessa? • Miten tällä hetkellä toimii yhteistyö sauna-alan toimijoiden välillä Suomessa? <p>Tutkimus osoitti, että saunaelämystä tulisi kehittää osana Suomen hyvinvointimatkailutarjontaa hyödyntämällä erityisesti tuotteistamista, suomalaista luontoa ja vuodenaikoja sekä suomalaista puhdasta ruokaa saunaelämystä tuottaessa. Tärkeimmät keinot ulkomaalaisen matkailijan houkuttelemiseksi saunan kokeilemiseen olivat tutkimuksen perusteella saunan peruskäytännöistä ja terveysvaikutuksista etukäteen tiedottaminen sekä selkeä mahdollisuus pyyhkeen käyttämiseen alastomuuteen liittyvien pelkojen vuoksi. Pääkaupunkiseudulla yleisten saunojen kehittäminen matkailukäyttöön tai täysin uudenlaisen saunakeskuksen perustaminen Helsingin keskustan läheisyyteen helpottaisi vastaamaan itsekseen tai pienissä ryhmissä matkustavien, lyhyen aikavälin kaupungissa viettävien, matkailijoiden tarpeisiin. Tutkimuksessa todettiin myös, että yhteistyössä sauna-alan toimijoiden kesken olisi parannettavaa.</p>	
Asiasanat Sauna, Suomi, hyvinvointimatkailu, elämystuote, kulttuuri	

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Suomalainen sauna ilmiönä	3
2.1	Saunan historia	3
2.2	Saunaperinteitä ja kansanuskomuksia	4
2.2.1	Sauna osana suomalaisuutta – syntymästä kuolemaan	4
2.2.2	Vihtoja, vastoja, tapoja	5
2.2.3	Saunahaltijat saunaetiketin valvojina	5
2.3	Sauna ja terveys	6
3	Saunaperinteen matkailullinen hyödyntäminen Suomessa	7
3.1	Sauna from Finland ry	7
3.2	Suomalaisen saunan kansainvälinen imago	9
3.3	Sauna matkailutuotteena	11
3.3.1	Elämyksellisyys	11
3.3.2	Hyvinvointi ja terveys	12
3.3.3	Kulttuuri ja autenttisuus	14
3.4	Matkailukäytön saunoja Suomessa	15
3.4.1	Hotelli- ja lomakohteiden saunat	15
3.4.2	Yleiset saunat	16
3.4.3	Saunasaari	18
4	Tutkimus ja sen kulku	19
4.1	Tutkimuksen suunnittelu	19
4.2	Tutkimus- ja aineistonhankintamenetelmät	19
4.3	Kyselyiden laadinta ja toteutus	20
4.3.1	Kysely 1 (saunapalveluja tarjoaville yrityksille)	20
4.3.2	Kysely 2 (ulkomaalaisille henkilöille, jotka voisivat olla valmiita kokeilemaan saunaa)	21
4.4	Yhteenveto	22
5	Tutkimuksen tulokset	24
5.1	Kysely 1 (saunapalveluja tarjoaville yrityksille)	24
5.2	Kysely 2 (ulkomaalaisille henkilöille, jotka voisivat olla valmiita kokeilemaan saunaa)	29
6	Pohdinta	32
6.1	Tulosten tarkastelu ja johtopäätökset	32
6.2	Tutkimuksen luotettavuus ja eettiset näkökohdat	33
6.3	Opinnäytetyöprosessin arviointi ja jatkotutkimusehdotukset	35
	Lähteet	36
	Liitteet	41

Liite 1. Kyselylomake 1 (saunapalveluja tarjoaville yrityksille).....	41
Liite 2. Kyselylomake 2 (ulkomaalaisille henkilöille, jotka voisivat olla valmiita kokeilemaan saunaa)	45

1 Johdanto

Saunaa suomalaisempaa hyvinvoinnin lähde on vaikea löytää: se on yksi luonnon, rauhallisuuden ja pitkän talven lisäksi yksi kansainvälisesti tunnetuimmista Suomen vetovoimatekijöistä. Tällä hetkellä, syksyllä 2015, sauna on osa melkein jokaista suomalaista matkailutuotetta, mutta useimmiten vain sivumainintana esimerkiksi kokous- tai aktiviteetit tuotteiden ja majoituspalvelujen yhteydessä. Kaikessa ainutlaatuisuudessaan suomalainen sauna kuitenkin ansaitsisi matkailullisesta näkökulmasta katsottuna paljon enemmän huomioarvoa ja panostusta.

Viimeistään vuonna 2013 BBC:n julkaisema ”Why Finland loves saunas” – artikkeli sai suomalaisen saunan maailmankartalle aiheuttaen maailmanlaajuisia keskustelua (Bosworth 2013). Artikkelissa kerrottiin mm. suomalaisista saunarituaaleista, erilaisista saunatyypeistä ja saunan merkityksestä suomalaisille. Helmikuussa 2015 valmistuneen Itä-Suomen yliopistossa tehdyn saunan terveysvaikutuksia koskevan tutkimuksen jälkeen lukuisat niin kotimaiset kuin maailmanlaajuiset mediat ovat ottaneet suomalaisen saunan esille nimenomaan hyvinvoinnin edistäjänä ja elinikää pidentävänä tekijänä (Laukkanen, Khan, Zaccardi & Laukkanen 2015).

Matkailijat etsivät jatkuvasti uusia elämyksiä. Suomalaisessa saunassa on kaikki elementit toimivaksi matkailun elämystuotteeksi ja lisäksi se mahdollistaa myös useat lisäpalvelut, kuten kauneus- ja terveyshoidot, saunaan yhdistetyn ruokailun esimerkiksi suomalainen puhtaus- teemalla ja saunaan liittyvien tuotteiden sekä matkamuistojen myynnin. Nykypäivänä voi myös olla vaikeaa löytää täysin rauhoitettua, stressitöntä, älylaitevapaata tilaa, millaisen saunaympäristö tarjoaa. Hetki ilman älypuhelinta virkistää, helpottaa rentoutumista ja arjen stressistä irrottautumista ja tuo oman lisänsä nykyajan saunaelämykseen.

Tämän tutkimuksen tavoitteena on etsiä keinoja edistää suomalaisen saunan hyödyntämistä Suomen hyvinvointimatkailussa. Työ tehdään toimeksiantona suomalaisen saunaelämyksen puolesta työtä tekeväille verkostolle Sauna from Finland ry:lle. Tutkimuksella pyritään tuottamaan Suomeen kohdistuvan hyvinvointimatkailun kehityksen kannalta hyödyllistä tietoa ja ideoita suomalaisen saunan matkailullisen hyödyntämisen kehittämiseen. Työssä pyritään myös kokoamaan yhteen Suomen hyvinvointimatkailun tämänhetkistä tilannetta saunan hyödyntämisen osalta, jotta yksittäisen lukijan olisi helpompaa muodostaa kokonaiskuva toimialasta tämän dokumentin perusteella.

Tutkimusongelmia määriteltäessä lähtökohtana toimivat tutkimustarve saunan hyödyntämisestä Suomen hyvinvointimatkailussa ja tutkijan henkilökohtaiset kiinnostuksenkohteet.

Tutkimuksella halutaan selvittää millä tavoin suomalaista saunaa voisi hyödyntää paremmin Suomen hyvinvointimatkailussa, kuinka saunakokemusta voisi kehittää elämys-tuotteena, miten ulkomaalaisen matkailijan saisi houkuteltua kokeilemaan autenttista suomalaista saunaa sekä mikä on omatoimimatkailijan ja yksittäisen matkailijan rooli saunapalveluiden kuluttajana ja miten se tulisi huomioida saunaelämyksiä tarjottaessa. Tutkimuksella halutaan myös saada selville, miten yhteistyö sauna-alan toimijoiden välillä toimii tällä hetkellä Suomessa.

Työ koostuu viitekehyksestä ja empiirisestä osasta. Viitekehyksessä kerrotaan kontekstina suomalaisen saunan alkuperästä ja merkityksestä suomalaisessa kulttuurissa sekä valotetaan suomalaisen saunan terveysvaikutuksia hyvinvointimatkailun näkökulmasta. Lisäksi osiossa kartoitetaan suomalaisen saunan hyödyntämistä matkailussa vuonna 2015, avataan työn toimeksiantajana toimivan yrityksen, Sauna from Finland ry:n, toimintaa sekä määritellään tutkimukseen liittyviä käsitteitä. Empiirisessä osiossa käsitellään tutkimuksen kulkua. Siinä kerrotaan tutkimusmenetelmistä, aineiston keruusta, tutkimuksen vaiheista sekä pohditaan tutkimuksen luotettavuutta. Osiossa esitellään myös tutkimustulokset ja johtopäätökset. Työ on rajattu koskemaan suomalaista saunaa ja sen hyödyntämistä Suomeen kohdistuvassa hyvinvointimatkailussa.

2 Suomalainen sauna ilmiönä

Sauna tunnetaan jokaisella mantereella muodossa tai toisessa. Jo useimmat maailman alkuasukaskansoista ovat tunteneet höyry- tai hikoilukylvyt, joiden tarkoitus oli parantaa kylpijä sekä henkisellä että fyysisellä tasolla. Maailmalla tunnettuja saunamuotoja ovat mm. turkkilainen hamam, venäläinen banya sekä suomalainen sauna. (Sauna-Jaapo 2014a.) Suomessa sauna on iso osa maan kulttuuri-identiteettiä, ja tässä osiossa keskitytäänkin kertomaan suomalaisen saunan alkuperästä, perinteistä sekä saunan merkityksestä suomalaisille hyvinvoinnin lähteenä.

2.1 Saunan historia

Arvellaan, että jo esihistoriallisena aikana suomensukuiset kansat ovat tunteneet alkeellisimmän saunatyypin, maasaunan, joka kaivettiin kokonaan tai osittain mäenrinteeseen. Yksinkertaisimmillaan maasauna oli kivillä vuorattu kuoppa, joka kivien kuumentamisen jälkeen peitettiin esimerkiksi taljoilla. (Sauna-Jaapo 2014a.)

Hirsistä rakennettu sauna tunnetaan Suomesta ajanlaskun ensimmäisiltä vuosisadoilta. Saunomisen lisäksi saunarakennusta on käytetty tarvittaessa mm. tilapäisasumuksena. Saunan kiuas ei kuitenkaan soveltunut ruoanlaittoon, joten rakennukseen tehtiin savutupa. Saunat olivatkin savusaunoja pääosin aina 1800-luvulle asti. (Sauna-Jaapo 2014a.)

Saunakulttuurissa on ollut Suomessa maansisäisiä eroja. Länsi-Suomen saunat olivat pihapiirin isokokoisia talousrakennuksia, joissa saunomisen lisäksi mm. teurastettiin, palttattiin lihaa, kuivattiin pellavaa, pestiin pyykkiä, kupattiin ja hoidettiin terveyttä. Sisä-Suomessa saunat olivat pienempiä ja sijaitsivat kauempana asuinrakennuksista; pääpaino oli kylpemisessä. Itäsuomalaisessa saunassa lauteet tehtiin U-muotoon, joten lauteilla istuttiin kasvotusten kuin keskustelupiirissä. (Sauna-Jaapo 2014a; Keski-Suomen museo 2015a.)

1900-luvun alussa kiuasmallina yleistyi kertalämmitteinen, peltinen pönttöuuni, josta kehittyi nykyistä kiuasmalliamme muistuttava jatkuvalämmitteinen kiuas. Pihasaunat olivat yleisiä kaupunkialueillakin vielä 1950-luvulla, mutta vähitellen tonttipulan myötä sauna siirtyi asuinrakennuksen kellariin tai siipirakennukseen. Enemmän vapautta saunan sijoitteluun saatiin sähkökiukaan myötä. Sähkökiukaat tulivat teolliseen tuotantoon 1950-luvun lopulla, mutta niiden varsinainen vallankumous tapahtui 1970-luvulla, kun niitä alettiin rakentaa uusiin kerrostaloasuntoihin. Nykyisin pieni sähkösauna kuuluu lähes kaikkiin uusiin asuntoihin ja markkinoille on tullut myös varaavia sähkösaunoja sekä infrapunasaunoja. Myös

höyrysaunat ja erilaiset kylpytynnyrit ovat laajentaneet saunomisen käsitettä. Puulla uloslämpiävät saunat taas liittyvät tavalliseen nykyaikaiseen omakotitalo- ja kesämökkielämään. (Nirkko 2010, 8; Sauna-Jaapo 2014b.)

2.2 Saunaperinteitä ja kansanuskomuksia

Saunan liittyessä vahvasti suomalaisuuteen ja suomalaiseen kulttuuriin sen yhteyteen on muotoutunut erilaisia perinteitä ja uskomuksia. Sauna on ollut ja on yhä mukana ihmisen merkittävimmissä elämäntapahtumissa, arjessa ja juhlassa. Seuraavat kappaleet kertovat suomalaisista saunaperinteistä ja kansanuskomuksista.

2.2.1 Sauna osana suomalaisuutta – syntymästä kuolemaan

Sauna on olennainen osa suomalaisten identiteettiä ja arkea. Suomessa on yli 3 miljoonaa saunaa, mikä on väestömäärään (n. 5,4 miljoonaa) suhteutettuna enemmän kuin missään muualla maailmassa. Saunojen joukossa on pieniä huoneistosähkösaunoja, puulla lämmitettäviä omakotitalosaunoja, ranta- ja mökkisaunoja, uimahallisaunoja, erikoissaunoja kuten infrapuna- ja savusaunoja ja jopa pyörien päällä kulkevia saunoja. Ulkomailla moni kaipaa kotimaastaan etenkin suomalaista saunaa. Sauna kuuluu suomalaisuuden symboleihin, ja Suomi onkin yksi harvoista maista, missä saunaperinne on pidetty hengissä sopeuttamalla sitä muuttuviin elinolosuhteisiin. (Suomen ulkoasiainministeriö 2005; Sauna-Jaapo 2014c; Siirrettävien saunojen kokoontumisajot Teuva 2015; Tilastokeskus 2015; VisitSauna 2015a.)

Saunalla on ollut tärkeä rooli elämän tärkeimmissä tapahtumissa: syntymässä, avioitumisessa ja kuolemassa. Maaseudulla lapset syntyivät ennen usein saunassa. Lapsisaunassa oli lämmintä, rauhallista ja paikalla oli kuumaa vettä. Synnyttävälle äidille lääkkeeksi annettiin vedellä tai kahvilla laimennettua viinaa, joka oli maustettu suolalla ja pippurilla. Synnyttäjän avustajana paikalla oli vanha, synnyttänyt nainen eli pirttimuori. Syntyneelle lapselle tehtiin taikoja, joiden avulla hänen toivottiin saavan hyvän luonteen, kauneutta ja menestystä elämässä. Vauvan ikenet pestiin tervalla, jotta hän välttyisi hampaiden paktukselta. Äiti ja lapsi asuivat saunassa viikon ajan synnytyksen jälkeen. Saunasynnytykset olivat yleisiä Suomessa vielä 1900-luvun alussa. (Keski-Suomen museo 2015b; Sauna-Jaapo 2014d.)

Sauna on liittynyt olennaisesti vuoden tärkeimpiin merkkipäiviin kuten vuodenvaihteeseen, paastonaikaan ja pääsiäiseen, juhannukseen, joulun ja avioitumiseen. Ennen hääsereoniaa tuleva morsian kylvetettiin morsiuussaunassa, sulhasella oli samanlaiset menot kotonaan. Joskus morsian ja sulhanen saattoivat saunoa yhdessä, mutta yleisesti ottaen

naiset ja miehet kylpivät erikseen: miehet ensin ja naiset viimeiseksi. (Sauna-Jaapo 2014d.)

Sauna on ollut myös osana ihmisen viimeiseen matkaan kohti tuonpuoleista. Kuoleman jälkeen vainaja pestiin kylmässä saunassa. Pyhäinpäivä oli vainajainpalvonnan ja -muistamisen aikaa. Aattona sauna lämmitettiin ja saunan lattialle katettiin uhriateria suvun vainajille. Pimeään tultua isäntä meni ottamaan pyhiä vastaan. Vainajat viipyivät saunassa yli yön. Yöllä isäntä saatteli vainajat matkaan kaadelleen viinaa polulle. Vainajausko ja saunaan liittyvä maaginen puhdistautuminen korostivat osaltaan saunan pyhyyttä. (Keski-Suomen museo 2015b.)

2.2.2 Vihtoja, vastoja, tapoja

Sauna on suomalaisille paikka peseytyä, mutta myös hoitaa itseään. Suomalaiseen saunaan kuuluu olennaisesti kylpemisessä käytettävä, yleensä rauduskoivusta tehty, vasta. Länsi-Suomen murteissa käytetään yleensä vihta-sanaa, Itä-Suomessa puhutaan vastasta. Kuumassa vedessä haudutetulla vastalla lyödään jäseniä ja haudotaan kipeitä paikkoja, jolloin hiki ja lika irtoavat, veri kiertää sekä lihakset vertyvät. (Keski-Suomen museo 2015c; Sauna-Jaapo 2014e; Visit Sauna 2015b.)

Sauna on toiminut suomalaisille kotiolojen sairaalana ja apteekkina. Sairaita parannettaessa vihdottiin hoidettava päästä jalkoihin - näin saatiin kipu pois ruumiista. Monen sairauden uskottiin lähtevän jo vihtomisella ja saunassa hikoilemisella, mutta saunassa tehtiin tarvittaessa myös vaativampia hoitoja. Niitä varten taloon saapui yleensä myös erikoisosaaajia. Saunassa mm. hierottiin, kuppaamalla poistettiin paha veri ihmiskehosta ja kassattiin eli iskettiin suonta jaloista. Vanha suomalainen sanonta kuuluukin seuraavasti: ”Jos ei sauna, viina ja terva auta, niin tauti on kuolemaksi.” (Kallioniemi 2014; Keski-Suomen museo 2015c.)

2.2.3 Saunahaltijat saunaetiketin valvojina

Talonpiirissä eli haltijoita, joita kutsuttiin yleisesti tontuiksi. Kansanuskomusten mukaan haltijat ovat yliluonnollisia olentoja, jotka suojelevat ihmisiä, eläimiä sekä rakennuksia joissa asuvat. Tonttu kuvattiin useimmiten pieneksi parrakkaaksi ukoksi, joka poltti piippua ja käytti piippalakkaa. Saunatonttu vartioi saunaa ja valvoi saunavuoroja, ja sen toimenkuvaan kuului myös moraalien tarkkailu sekä tarvittaessa myös palo- ja pelastustoimet. (Keski-Suomen museo 2015d; Nirkko 2010, 36.)

Saunomisen piti tapahtua lauantaina riittävän aikaisin, ettei rikottaisi sunnuntaihin eli pyhäpäivään liittyviä sääntöjä. Tonttu hääti saunasta liian myöhään saunovat ja valvoi näin sääntöjen noudattamista. Tontut olivat hyväntahtoisia olentoja, kunhan niitä kohdeltiin oikein. Tontuille annettiin lahjoja ja ruokaa. Saunaan mentäessä tervehdittiin saunatonttua ja lähtiessä kiitettiin löylyistä. (Keski-Suomen museo 2015d.)

2.3 Sauna ja terveys

Suomalaiset ovat kautta aikojen tunteneet saunan terveysvaikutukset, ja asiaa on myös tieteellisesti tutkittu. Helmikuussa 2015 valmistuneen JAMA Internal Medicinen tutkimuksen mukaan suomalaisessa, 80–100 celsiusasteisessa, saunassa vietetty aika on suoraan yhteydessä sydänsairauksien vähenemiseen ja eliniän pitenemiseen. Tutkimuksessa seurattiin ryhmää, joka koostui 2315:sta keski-ikäisestä, 42–60 –vuotiaista, itäsuomalaisesta miehestä. Ryhmän saunomistiheyttä ja saunassa vietettyä aikaa seurattiin vuosina 1984–1989. 21 vuoden kuluttua tarkistettiin elossa olevien miesten vointi ja kartoitettiin, miten kuolleet miehet olivat menehtyneet. (Laukkanen, Khan, Zaccardi & Laukkanen 2015.)

Tutkimuksessa selvisi, että mitä enemmän ja kauemmin miehet olivat saunoneet, sitä paremmat mahdollisuudet heillä oli elää pidempään. Miehillä, jotka saunoivat 4 kertaa tai useammin viikossa oli 40 % matalampi riski kuolla ennaikaisesti verrattuna heihin, jotka kävivät saunassa vain 2 kertaa viikossa – mutta myös he, jotka saunoivat 2-3 kertaa viikossa, alensivat riskiä sydän- ja verisuonisairauksiin. (Laukkanen ym. 2015.)

Vaikka tutkimus on tehty rajoitetulle kohderyhmälle, joka sisälsi vain miehiä, tutkimuksen toteuttaneet henkilöt uskovat, että samankaltaiset hyödyt toteutuvat myös naisten osalta. Laajempia jatkotutkimuksia suomalaisen saunan terveysvaikutuksista toteutetaan parhaillaan. (Laukkanen ym. 2015.)

Maaliskuussa 2015 Iltalehti kokosi yhteen tutkimuksia saunan terveysvaikutuksista Suomen Saunaseuran puheenjohtajan professori Lasse Viinikan avustuksella. Positiivisiksi terveysvaikutuksiksi todettiin sopiva rasitus sydämelle, verenpaineen lasku, flunssan torjuminen, reumaoireiden helpotus, ihon vahvistaminen sekä myös psyykkiset terveysvaikutukset kuten stressitason lasku ja elämänlaadun paraneminen. Saunan negatiiviset terveysvaikutukset liittyvät vahvasti alkoholin käyttöön, sillä alkoholi tehostaa saunan aiheuttamaa verenpaineen alenemista ja lisää näin pyörtymisriskiä. Suomessa saunaan kuolee vuosittain kymmeniä henkilöitä, joista suurimmassa osassa syynä on ollut saunaan sammuminen liiallisen alkoholin käytön seurauksena. (Salonen 2015, 24–25.)

3 Saunaperinteen matkailullinen hyödyntäminen Suomessa

Seuraavassa osiossa kartoitetaan suomalaisen saunan matkailullista hyödyntämistä vuonna 2015, avataan Sauna from Finland ry:n toimintaa sekä määritellään tutkimukseen liittyviä käsitteitä kuten autenttisuus, elämystuote, hyvinvointimatkailu ja terveystuote.

3.1 Sauna from Finland ry

Sauna from Finland ry on 29.4.2010 toiminnanjohtajan Carita Harjun puolesta perustettu verkosto, joka tekee työtä suomalaisen saunaelämyksen puolesta. Tällä hetkellä verkostoon kuuluu 40 jäsenyritystä, jotka sisältävät mm. sauna-alan rakentajia, tuotevalmistajia ja saunapalveluiden tarjoajia. Jäsenyritykset saavat verkoston kautta näkyvyyttä, pääsevät mukaan erilaisiin tapahtumiin sekä voivat kehittää toimintaa laadukkaammaksi ja erottuvaksi ja löytää yhteistyökumppaneita. Verkostossa järjestetään säännöllisesti erilaisia tapahtumia, projekteja ja seminaareja eri puolilla Suomea. (Harju, C. 4.3.2015; Sauna from Finland 2015a.)

Sauna from Finlandin tavoitteena on luoda suomalaisesta saunaelämyksestä maailman paras sekä kirkastaa mielikuvaa suomalaisesta saunasta ja vahvistaa tiedon välittymistä saunomisen terveys- ja hyvinvointivaikutuksista. Sauna from Finlandilla on omat laatumäärittelykriteerit saunan hygieniasta ja puitteista. Verkostossa toivotaan, että tulevaisuudessa ”harrastaa saunomista” olisi vakiintunut termi yleiskieleen, ja suomalaiset saataisiin muuttamaan mielikuvaansa saunasta sen ollessa monelle hyvin arkinen asia ajattelematta sen kummemmin suomalaisen saunan ainutlaatuisuutta tai terveysvaikutuksia. Sauna from Finland haluaa korostaa, että saunapalvelua luodessa tulisi ottaa huolellisesti huomioon kaikki vaiheet elämyksessä: mitä tapahtuu ennen saunomista, saunomisen aikana ja saunomisen jälkeen. (Harju, C. 4.3.2015; Sauna from Finland 2015a.)

Sauna from Finland tunnistaa tulevaisuuden trendejä ja toimii myös niiden synnyttäjänä. Sen lukuisten eri alojen asiantuntijoista koostuva verkosto on mukana luomassa saunasta uudenlaista liiketoimintaa. Sauna from Finland vauhdittaa verkostossa syntyneiden ideoiden toteuttamista ja vie niitä maailmalle. Esimerkkejä verkostossa syntyneistä menestystuotteista ovat mm. Saunajooga ja Saunaretriitti. Sauna from Finland on myös tuottanut matkailukäyttöön englanninkielisiä My First Sauna- oppaita, joita jaetaan esimerkiksi kylpylähotellien vastaanotoissa. Kuviossa 1 esitellään oppaan kansilehti. Opas antaa palvelukokonaisuutena ohjeet ja ymmärryksen sauna-palvelusta. (Harju, C. 4.3.2015; Sauna from Finland 2015a.)



Kuvio 1. My First Sauna – Opas suomalaiseen saunakokemukseen, kansilehti (Sauna from Finland 2015)

Kuviossa 2 näkyy oppaan Elements-aukeama, jossa esitellään mitä elementtejä saunasta löytyy (mm. lauteet, kiuas, löylykauha, vihta, lämpömittari) ja mitä kaikkea saunomiseen liittyy (mm. alastomuus, pyyhkeen käyttö, laudeliinat, lämpötila, hygienia, peseytyminen, vihtominen, löylyn heittäminen). (Sauna from Finland 2015b.)

Elements

1. Yourself

Finnish usually sauna-bath in nude. However, if you feel more comfortable wearing a swimming suit or bathing with a towel that's totally ok - except in swimming hall saunas! But remember to take your glasses off.

2. Washing

Wash yourself before entering the sauna. Taking a shower in between your "löyly" sessions is a great way to cool down. Remember to wash yourself after you finish bathing.

3. Benches

People usually sit on the top bench but feel free to listen to your body. Remember that you may sit on a lower bench or even step outside to cool down whenever you feel like it.

4. Bench towel

Using your personal bench towel makes your sauna experience more comfortable and hygienic. There are often disposable ones available in public saunas for visitors.

5. Stove

Stove is the heart of the sauna. It's very hot so beware not to touch the stones or metal parts. Stoves are either electric or warmed by burning wood.



6. Throwing water for "löyly"

"Löyly" awakens the spirit of sauna. When you get used to the initial heat of sauna throw small amounts of water onto the stones of the stove. Relax, listen to the sound and enjoy the warm humid steam of "löyly". Take it easy and throw amounts that feel good for you.

7. Sauna whisk

Sometimes Finns use the sauna whisk ("vihta" or "vasta") for gently patting themselves on the legs and upper body for circulation and relaxation.

8. Heat

The Finnish sauna can feel quite hot but it's not dangerous to your body. It's totally normal for your skin to flush and sweat. You don't have to be afraid of wood benches catching fire or your body melting. However, the best temperature is the one that feels right for you. The more you enjoy the gentle heat and "löyly" the greater the pleasure of cooling off will be.

9. Thermometer

You can follow the temperature of sauna from the thermometer, usually placed on the wall of sauna. As said, you don't have to be afraid of the heat. Most of the Finns go to sauna when temperature is between 60-90 °C degrees. Some people like it hotter than others, you're the one who decides the perfect temperature for you!

Kuvio 2. My First Sauna – Lyhyt opas suomalaiseseen saunakokemukseen, Elements-aukeama (Sauna from Finland 2015)

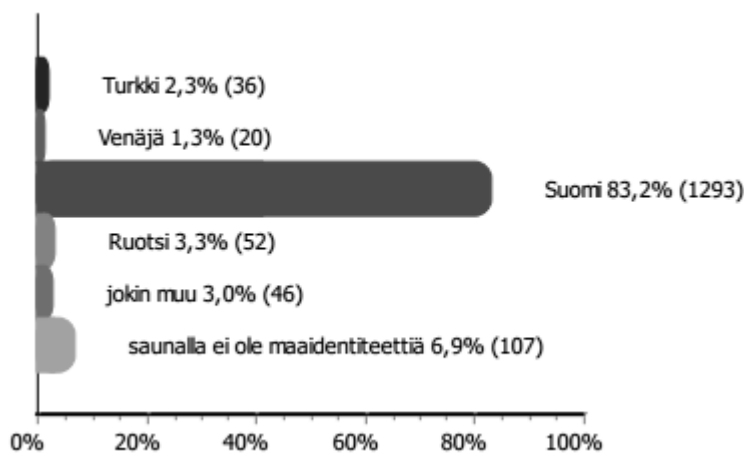
Aukeamalla (ks. kuvio 2) kerrotaan, että suomalaiset saunovat useimmiten alasti, mutta myös pyyhkeen käyttö on hyväksyttävää lukuun ottamatta uimahallien saunoja. Ennen saunomista kuuluu peseytyä ja löylyjen välissä voi käydä viilentymässä suihkussa. Yleensä saunassa istutaan ylimmillä lauteilla, mutta myös alempia lauteita voi käyttää jos lämpötila käy liian korkeaksi. Hygieni- ja mukavuussyistä lauteilla käytetään laudeliinoja. Kiuas on erittäin kuuma ja sen koskettamista tulee varoa. Kiukaalle heitetään vettä, jotta saadaan aikaan höyryävä, sihisevää ääntä pitävä, löyly. Saunoessa voi käyttää saunavihattia, jolla läimitään lihaksia ja näin saadaan keho rentoutumaan. Saunassa on kuuma, mutta korkea lämpötila ei ole vaarallinen keholle eivätkä puiset lauteet voi syttyä tuleen kesken saunomisen. Saunassa on oma lämpömittari, joka näyttää lämpötilan. Suurin osa suomalaisista menee saunaan lämpötilan ollessa 60–90 celsiusasteen välillä. (Sauna from Finland 2015b.)

3.2 Suomalaisen saunan kansainvälinen imago

Sauna from Finland ry:n ja Visit Finlandin vuonna 2011 toteuttaman tutkimuksen mukaan suomalainen sauna näyttäytyy maailmalla myönteisessä valossa. Tutkimus tehtiin mainitsematta toimeksiantajia sekä Suomea lähtökohtaisesti, joten tuloksia voidaan pitää luotet-

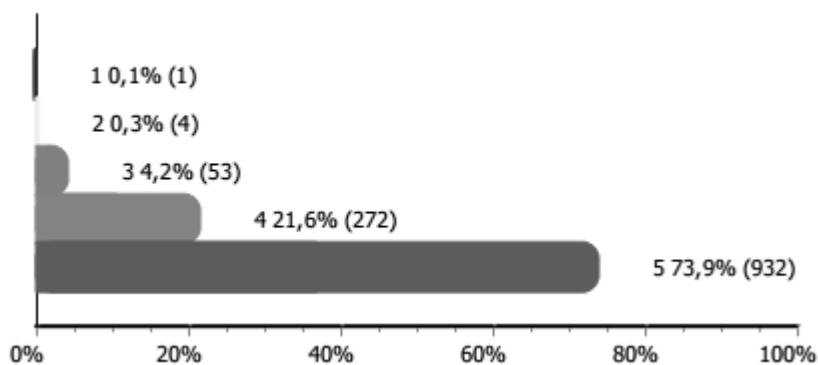
tavina. Tutkimusmenetelminä käytettiin Sauna from Finland ry:n kampanjasivuja ja verkostoja hyväksikäyttäen kampanja/-verkostotiedonkeruuta sekä tietyille vastaajaryhmille kohdistettua paneelitiedonkeruuta. Sauna yhdistetään maailmalla vahvasti juuri Suomeen. Suurin osa yli 70 eri kansallisuutta edustavista vastaajista olisi Suomen vierailullaan kiinnostunut käymään saunassa. (Visit Finland 2011.)

Kuvion 3 perusteella voidaan todeta, että 83,2 % vastaajien kokonaismäärästä (1554), eli reilu enemmistö, yhdistää saunan ensisijaisesti Suomeen. Muita mainittuja maita olivat Ruotsi (3,3 % vastaajista), Turkki (2,3 % vastaajista) ja Venäjä (1,3 % vastaajista). 3,0 % vastaajista mainitsi jonkun muun maan ja 6,9 % vastaajista vastasi, ettei saunalla ole maidentiteettiä.



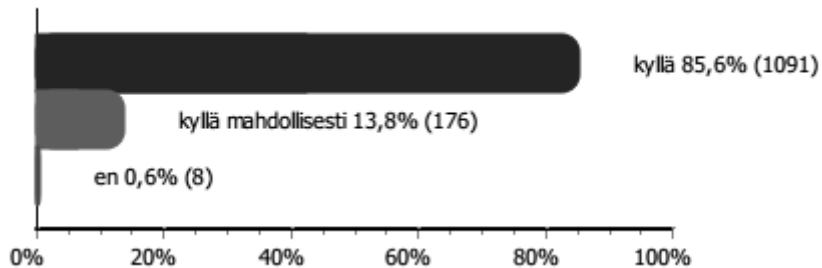
Kuvio 3. Mihin maahan sauna yhdistetään ensisijaisesti, kampanjavastaukset (Visit Finland 2011)

Kuviosta 4 nähdään, että 73,9 % vastaajien kokonaismäärästä (1262) on erittäin vahvasti (5) kiinnostunut suomalaisesta saunasta. Ei lainkaan (1) kiinnostuneita vastaajista on vain 0,1 %.



Kuvio 4. Suomalaisen saunan kiinnostavuus, kampanjavastaukset (Visit Finland 2011)

Kuviosta 5 selviää, että 85,6 % vastaajien kokonaismäärästä (1275) olisivat halukkaita kokemaan aidon suomalaisen saunan lomamatkansa aikana Suomessa. Mahdollisesti halukkaita olisi 13,8 % vastaajista ja 0,6 % ei halua kokea suomalaista saunaelämystä.



Kuvio 5. Halukkuus aidon suomalaisen saunan kokemiseen lomamatkan aikana Suomessa, kampanjavastaukset (Visit Finland 2011)

Edellä mainittujen tulosten lisäksi tutkimuksessa todettiin, että ulkomaalaiset mieltävät suomalaisen saunan lämpötilan kuumemmaksi kuin muiden saunojen. Suomalaisten saunomistapojen mutkattomuutta ja joustavuutta arvostetaan. Kiukaalle saa itse heittää löylyvettä ja saunassa saa olla juuri niin kauan kuin itse haluaa. Sauna vetoaa tutkimuksen mukaan eri aisteihin, kuten haju- (puu, savu, koivu, vesi) ja kuuloaistiin (tulen ritinä, veden sihinä, vihdan läiske) synnyttäen positiivisia elämyksiä. (Visit Finland 2011.)

3.3 Sauna matkailutuotteena

Matkailutuote määritellään aineettomaksi palveluksi, joka voidaan nähdä pakettina koostuen viidestä eri vetovoimatekijästä: kohteen vetovoimatekijöistä, kohteen palveluista, saavutettavuudesta, kohteeseen liittyvistä mielikuvista sekä hinnasta. Matkailutuotetta ei voi esitellä sellaisenaan valmiina tuotteena, vaan se pitää aina paketoita. Palveluun voi liittyä myös aineellisia osia, kuten ruokaa tai ostettavia matkamuistoja. (Komppula & Boxberg 2005, 10–11.) Saunassa on kaikki tarvittavat elementit toimivaksi matkailutuotteeksi. Tässä osiossa käsitellään saunan tärkeimpiä matkailuvetovoimatekijöitä eli elämyksellisyttä, hyvinvointi- ja terveyslementtejä sekä kulttuurillista merkitystä.

3.3.1 Elämyksellisyys

Nykypäivänä matkailijat hakevat entistä enemmän matkoiltaan ainutlaatuisia elämyksiä, joka tuntuu jollain lailla erityiseltä ja mieleenpainuvalta. Elämykset ovat tilannesidonnaisia ja ainutkertaisia, ja riippuvat myös matkailijan henkilökohtaisesta taustasta ja aiemmista

kokemuksista (Komppula & Boxberg 2005, 28). Se, että elämyksiä pidetään erityisen mieleenpainuvina, erottaa elämykset palveluista. Elämystuotteen voisi siis määritellä sellaiseksi tuotteeksi, joka on tilannesidonnainen, ainutkertainen ja koostuu sujuvana prosessina toisistaan seuraavista tapahtumista, jotka on räätälöity asiakasryhmälle heidän henkilökohtaiset taustat ja kokemukset huomioon ottaen uudenlaisia elämyksiä tarjoaviksi (Komppula & Boxberg 2005, 28).

Kuten Pine & Gilmore (1998) toteavat, elämys ei ole epämääräinen tai muodoton ulottuvuus, vaan tuote siinä missä mikä tahansa palvelu tai hyödyke. Nykypäivän palvelutaloudessa monet yritykset yksinkertaisesti yhdistävät elämyksellisyyden perinteisiin palveluihinsa tai tuotteisiinsa myydäkseen niitä paremmin. Täyden taloudellisen hyödyn elämystuotetta tarjoava yritys saa kuitenkin vasta, kun asiakkaille on varta vasten luotu tarjolle mahdollisuus ainutkertaan elämykseen. Unohtumaton elämys on mahdollista taata, kun yritys osaa käyttää palvelujaan ja tuotteitaan rekvisiittana kohdennetusti asiakkailleen niin, että asiakas kokee saavansa ainutlaatuisen ja yksilöllisen kokemuksen. (Pine & Gilmore 1998.)

Suomalainen sauna eroaa elämyksenä suuresti esimerkiksi arabikulttuurien hamam- kylpylöistä, mihin lähdetään nimenomaan peseytymään kosteassa höyryssä, lämpötilan ollessa matala. (Hietala 2014.) Suomalaisen saunan korkea lämpötila (80- 100 °C) voi aluksi kauhistuttaa kansainvälisiä matkailijoita, mutta saunomisesta saatu elämys on mitä todennäköisimmin uskaltamisen arvoinen. Uskaltamisen kynnystä voidaan madaltaa ottamalla huomioon asiakkaan henkilökohtaisen taustan ja pelot esimerkiksi alastomuuteen liittyen sekä kertomalla saunan vaarattomuudesta ja terveysvaikutuksista. Talvella saunan kuumuus ja esimerkiksi siihen yhdistetty pulahdus avantoon hyisen kylmässä vedessä on elämys myös kotimaisille matkailijoille. (Harju, C. 4.3.2015.)

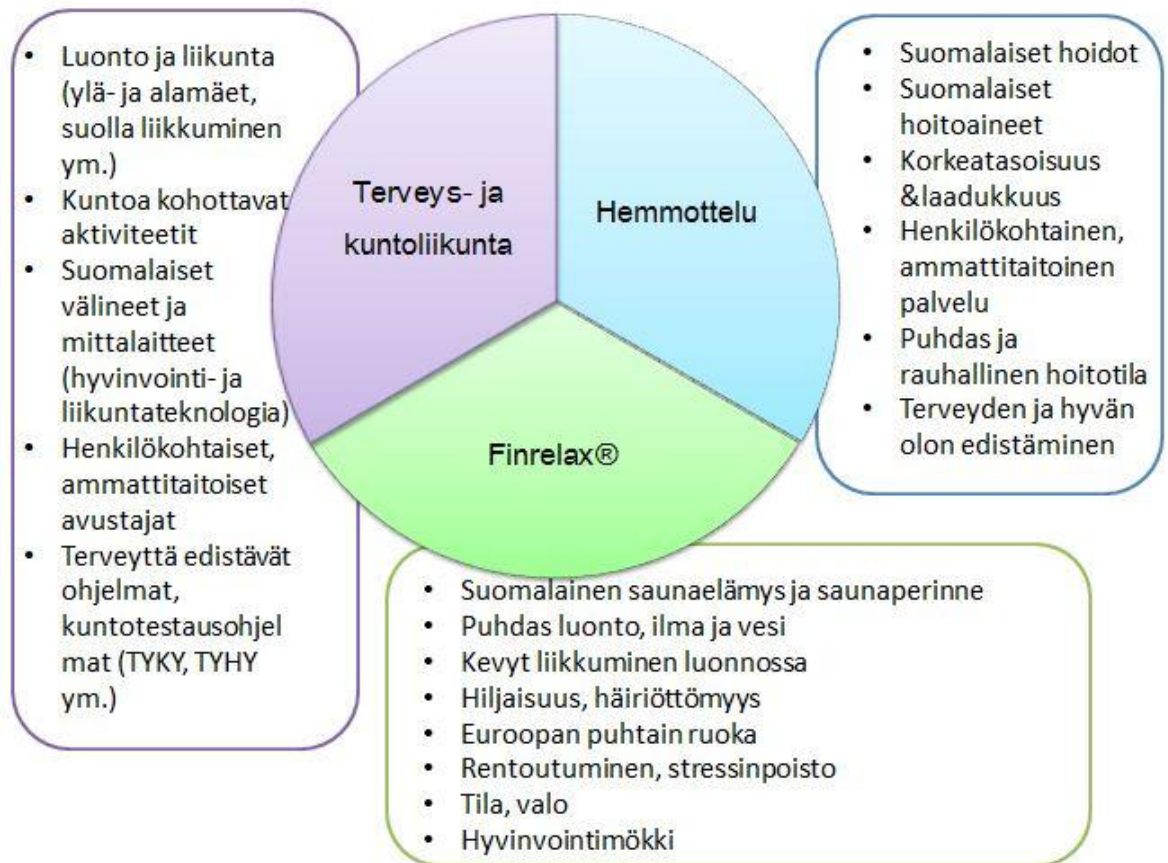
3.3.2 Hyvinvointi ja terveys

Hyvinvoinnista huolehtimiselle perustuva elämäntyyli on samaan aikaan sekä ajaton että trendikäs ilmiö. Hyvinvointi- ja terveysturmatkailu on maailmalla kasvava trendi ja sen taloudelliset vaikutukset ovat huomattavat. Suomessa Matkailun osaamiskeskus on määritellyt hyvinvointimatkailun seuraavasti: ”Hyvinvointimatkailu on matkailua, joka tuottaa matkailijoille hyvää oloa vielä matkan päätyttyäkin. Hyvinvointimatkailu ei ole sairautta parantavaa eikä kuntoa korjaavaa vaan kulloistakin matkailijan terveydentilaa ylläpitävää ja edistävää sekä vireyttä elämään antavaa. Hyvinvointimatkailu tuottaa asiakkaalle yksilöllistä ja kokonaisvaltaista hyvää oloa, joka voi olla sekä fyysistä että psyykkistä vireyttä antavaa.”

Terveysmatkailu taas määritellään yleisesti ”matkaksi, jonka matkailija tekee oman maansa rajojen ulkopuolelle saadakseen lääketieteellistä hoitoa”. (VisitFinland 2014a.)

Maailmalla on olemassa erilaisia historiallisia, kulttuuri- ja kielisidonnaisia käsityksiä terveys- ja hyvinvointimatkailusta ja konseptina nimellisesti samat termit ne saattavatkin tarkoittaa eri maissa täysin eri asiaa. ETC (European Travel Commission) pyrkii luokittelemaan ja yhtenäistämään hyvinvointimatkailun termistöä Euroopan tasolla tutkimuksessaan ”Study on Health Tourism (Health, Medical and Wellness Tourism)”, joka valmistuu vuonna 2015. Suomen matkailun hyvinvointistrategiassa on päädytty käyttämään tuotetarjonnasta hyvinvointi (wellbeing) – termiä. Se on sisällöltään laaja-alaisempi kuin yleisesti luksukseen ja ylellisyyteen viittaava wellness - termi. Hyvinvointi (wellbeing) – termi sisältää myös hemmottelua, mutta ennen kaikkea rauhoittumisen ja rentoutumisen lisäksi myös omaan aktiivisuuteen pohjautuvia kunto-, liikunta- ja terveiselementtejä. (Smith & Puczkó 2009, 5-6; VisitFinland 2014a.)

Vuonna 2014 valmistuneen hyvinvointistrategian myötä Suomen hyvinvointimatkailutarjonta jaettiin kolmeen ryhmään (kuvio 6): Finrelax® (perustarjonta), hemmottelu sekä terveys- ja kuntoliikunta. Sauna sisältyy luontoelementtien, hiljaisuuden, puhtaan ruuan, stressinpoiston ja tilan ohella Finrelax®- tuoteperheeseen. Saunaan mahdollisesti yhdistetyt hoidot kuuluvat hemmottelun ryhmään (VisitFinland 2014a).



Kuvio 6. Suomen hyvinvointimatkailutarjonnan jaottelu (Visit Finland 2014a)

Hyvinvointistrategiassa on mainittu yhdeksi kehittämistavoitteeksi ”suomalaisen saunaelämyksen kokonaisvaltainen kehittäminen terveyden ja hyvinvoinnin edistäjänä” (VisitFinland 2014b). Saunaa suomalaisempaa hyvinvointisisältöä onkin vaikea löytää: se on yksi kansainvälisesti tunnetuimpia Suomen vetovoimatekijöitä. Tälläkin hetkellä sauna on osamelkein jokaista suomalaista matkailutuotetta, useimmiten kuitenkin vain sivumainintana kokous- tai aktiviteettituotteen yhteydessä. Tähän haetaan muutosta. Saunaelämyksen hyvinvointia ja rentoutumista edistäviä vaikutuksia halutaan korostaa. Tarkoitus on kehittää saunasta tuotteena sellainen, että jokainen matkailija, myös omatoimimatkailija, joka haluaa kokea suomalaisen saunaelämyksen, pääsee sen kokemaan (VisitFinland 2014c).

3.3.3 Kulttuuri ja autenttisuus

Kulttuuri käsitteenä kattaa yhteisön tai koko yhteiskunnan henkiset ja aineelliset saavutukset (Opetushallitus, 2010). Kulttuuriin voidaan ajatella kuuluvan kaikki, mikä siirtyy sukupolvelta toiselle muutoin kuin geenien välityksellä (Helsingin Yliopisto, 2013).

Kulttuurin tarjoaminen matkailussa on yleistynyt koulutuksen lisääntymisen, entistä korkeamman yleissivistyksen ja tiedonmäärän kasvun myötä. Elintason paraneminen saa ihmiset arvostamaan korkeaa elämänlaatua, ympäristöä ja näin ollen kulttuuria (Kahila 2001, 149.) Kulttuurin tarjoaminen matkailussa on haasteellista, koska kulttuurikokemuksen tulisi olla aitoa ja autenttista (Zimmerbauer 2001, 114). Autenttisuus eli tuotteen, palvelun, esiin, toiminnan tai tavan alkuperäisyys ja aitous, muokkaamaton asia, elää mielikuvien ja stereotyyppien ansiosta vaikka usein se, mitä turisteille markkinoidaan autenttisenä, on tarkkaan mietitty tuotepaketti (Zimmerbauer 2001, 125).

Sauna tunnetaan suomalaisena kansanperinteenä, ja sillä on ollut vahva rooli osana kulttuuriamme. Minimalistisimmillaan ja kenties aidoimmillaan saunakokemukseen ei tarvita kuin lauteet, kiuas ja löylykiulu. Tällä hetkellä saunaperinnettä hyödynnetään hyvin vähän Suomen kulttuurimatkailussa, vaikka siihen olisi paljon mahdollisuuksia. Saunaperinteiden ympärille olisi mahdollista rakentaa paljon kulttuuriin liittyviä elementtejä, kuten esimerkiksi saunamuseo, historiallinen teemasauna tai saunauskomuksiin/-riitteihin perustuva tuotepaketti. Näihin elementteihin olisi taas mahdollista yhdistää esimerkiksi suomalainen design. (Renfors, L. 4.3.2015.)

3.4 Matkailukäytön saunoja Suomessa

Useimmiten matkailijat saavat kokea suomalaisen saunan majoituksensa yhteydessä, esimerkiksi hotellisaunassa. Toiminnassa on kuitenkin myös muutamia yleisiä saunoja, joita mm. omatoimimatkailijat voivat hyödyntää. Tässä osiossa kerrotaan olemassa olevista saunoista Suomessa, joita voidaan hyödyntää myös matkailullisessa merkityksessä.

3.4.1 Hotelli- ja lomakohteiden saunat

Suurin osa matkailijoiden vierailemista saunoista sijaitsee hotelleissa tai lomakohteissa, joista voi löytyä kiinnostavia ja erikoisia saunoja, kuten esimerkiksi lumisauna Arctic Snow- hotellissa Rovaniemellä tai kuvassa 1 esiintyvä saunagondoli Sport Resort Ylläksellä (Arctic SnowHotel 2015; Ylläs 2015). Metsäkylyn sauna Rovaniemellä tarjoaa erilaisia saunapaketteja kuten Männiäisen tervakylvyn (sisältää mm. saunatarvikkeet, ruokaa, juomaa sekä saunaemännän palvelut) ja vuodenaikojen mukaisia teemasaunapaketteja (Metsäkyly 2015). Suurimmassa osassa Suomen hotelleista on ainakin joko tavallinen yleinen sauna, erilaisia kylpyläosaston saunoja, tai oma sauna hotellihuoneessa. Helsingin Hernesaareen rakenteilla oleva, odotettu yleinen kaupunkilaisille ja turisteille suunnattu sauna- ja ravintolakokonaisuus valmistuu keväällä 2016 (VisitHelsinki 2015).



Kuva 1. Saunagondoli Sport Resort Ylläksellä (VisitFinland 2015)

3.4.2 Yleiset saunat

Yleiset saunat alkavat olla Suomessa harvassa, mutta toiminnassa on vielä muutamia klassikkoja, kuten kuvassa 2 näkyvä vuonna 1928 rakennettu nostalginen Kotiharjun puulämmitteinen sauna Helsingin Kalliossa, Suomen vanhin yhä toimiva yleinen sauna Tampereen Rajaportissa sekä savolaista järvimaisemaa tarjoava Jätkänkämppä Kuopiossa. Vantaan Kuusijärvellä sijaitsevat pääkaupunkiseudun ainoat yleiset savusaunat. (Jussila 2012.)



Kuva 2. Kotiharjun sauna (Flickr 2010)

Yleisten saunojen matkailukäyttöä hankaloittavaa on, että ne on kohdennettu lähinnä suomalaisille itselleen. Yksittäisen matkailijan on vaikea löytää näitä saunoja, ja esimerkiksi englanninkielinen tieto internetissä on rajoitettua. Verkkosivujen viidakosta voi olla vaikeaa löytää yleisten saunojen alkuperäistä verkkosivua tai ne voi sekoittua saunaseurojen sivuihin, joiden saunat ovat suunnattu lähinnä seuran jäsenille. VisitFinlandin verkkosivuilta löytyy osoitelinkki www.visitsauna.fi/en -verkkosivustolle, joka kokonaisuudessaan tarjoaa tietoa saunoista, mutta vain rajoitetusti. Sivusto löytää esimerkiksi vain neljä saunaa Suomesta, vaikka saunakategorioita on listattuna kymmenen. Lisäksi verkkosivut kaipaivat nykyaikaistamista ja visualisoimista.

Pääkaupunkiseudulla ensimmäistä suomalaista saunakokemusta hakeva ei välttämättä kokisi saavansa tarpeeksi turvallista saunaelämystä esimerkiksi Helsingin Kalliossa sijaitsevilla yleisissä saunoissa. Day spa- tyyppisissä hyvinvointikeskuksissa saunan rooli on yleisesti ottaen melko pieni tai sitä ei ole hyödynnetty lainkaan. Tällä hetkellä Suomen saunatarjonta omatoimimatkeilijoille rajoittuu lähinnä majoituksen (hotelli-, mökki-, tai kotimajoitus) yhteydessä mahdollisesti tarjolla olevaan saunaan. (Renfors, L. 4.3.2015.)

3.4.3 Saunasaari

Suomenlinnan ja Laajasalon välissä, Kruunuvuoren selällä, noin 15 min vesimatkan/ 3 kilometrin päässä Kauppatorilta sijaitsee Saunasaari. (Saunasaari 2015a.) Saunasaaresa on 4 erilaista saunaa (Perinnesavu 10–30 hengelle, Haapasavu 15–40 hengelle, Maisemasavu 5-15 hengelle ja Lauttasauna 2-6 hengelle) sekä kokous- ja ruokailutilat (Saunasaari 2015b). Pitopalvelu ja lisäohjelmaa on mahdollista tilata erikseen ryhmille.

Saunasaareen pääsee erikseen tilauskuljetuksella 20 hengen taxiveneellä tai 70–90 hengen vesibussilla. Cardinal Marine Charters Oy ja Royal Line järjestävät ryhmille valmiita risteilyn ja savusaunan yhdistäviä paketteja Saunasaareen. Saunasaari on avoinna huhtikuun lopusta lokakuun puoleenväliin. (Saunasaari 2015a.) Yksittäiset henkilöt ovat päässeet kokeilemaan Saunasaaren savusaunoja joinakin vuosina syyskuusta 2000 Kulttuuri-kaupunkisäätiön ja Suomen Saunaseura ry:n kuukauden sauna -projektista alkaen savusauna-ryhmäretkien muodossa (Saunasaari 2015d).

Saunasaari on tällä hetkellä suunnattu vain suomalaisille yksityistapahtumiin (mm. tapahtumatilaussaunaksi ja kokouspaikaksi). Verkkosivut ovat saatavilla englanniksi osittain ja linkki saksankielisiin sivuihin löytyy, mutta se ei toimi. Saunasaari on osallisena Matkailunedistämiskeskuksen (MEK) käynnistämään ja Haaga instituutin toteuttamaan Laatu-tonni-koulutukseen ja tuotteen ja palvelujen laatua seurataan asiakastyytyväisyyskyselyn muodossa (Saunasaari 2015c).

4 Tutkimus ja sen kulku

Tässä luvussa keskitytään tutkimuksen suunnitteluun, toteutukseen ja tuloksiin. Luvussa kuvataan tutkimuksen kohde, tavoite, ongelmat ja kehittämistehtävä, kerrotaan ja perustellaan menetelmävalinnat sekä kuvataan toteutustapa, aineistot ja käytetyt analyysit sekä tutkimustulokset. Luvun päättää yhteenveto tutkimuksen vaiheista ja tuloksista.

4.1 Tutkimuksen suunnittelu

Tutkimusta suunniteltaessa lähtökohtana toimivat suomalaisen saunan matkailukäyttömahdollisuuksien tutkimustarpeen ja tutkijan kiinnostuksen kohteiden perusteella asetetut tutkimusongelmat: millä tavoin suomalaista saunaa voisi hyödyntää paremmin Suomen hyvinvointimatkailussa, kuinka saunakokemusta voisi kehittää elämystuotteena, miten ulkomaalaisen matkailijan saisi houkutelua kokeilemaan autenttista suomalaista saunaa, mikä on omatoimimatkailijan ja yksittäisen matkailijan rooli saunapalveluiden kuluttajana ja miten se tulisi huomioida saunaelämyksiä tarjottaessa sekä miten yhteistyö sauna-alan toimijoiden välillä toimii tällä hetkellä Suomessa.

Tutkimusongelmia tarkastellessa päädyttiin toteuttamaan kaksi erilaista kyselyä kahdelle eri kohderyhmälle, jotta saataisiin kattavasti kaikki tarvittava tieto tutkimusongelmien ratkaisemiseksi. Ensimmäinen kysely toteutettiin suomalaisille saunapalveluja tarjoaville yrityksille, jotta saataisiin ammattilaisten mielipiteitä suomalaisen saunakokemuksen kehittämisestä elämystuotteena matkailijoille ja toinen ulkomaalaisille henkilöille, jotka voisivat olla valmiita kokeilemaan saunaa, jotta saataisiin mahdollisten asiakkaiden mielipiteitä suomalaisen saunan houkuttelevuudesta.

Alun perin, ennen lopullista ratkaisua tutkimusmenetelmistä, pohdittiin kylpylähotellien, jotka jakavat My First Sauna-opasta, asiakkaiden haastattelemista heidän saunakokemuksestaan ja oppaan hyödyllisyydestä. Koska listausta hotelleista, mihin opasta on jaettu ja missä se on käytössä, ei ollut kuitenkaan saatavilla, asiakkaiden tavoittaminen olisi ollut lähes mahdotonta, joten tutkimuksessa päädyttiin keskittymään saunakokemusten tutkimisen sijaan suomalaisen saunan houkuttelevuuteen ulkomaalaisten keskuudessa.

4.2 Tutkimus- ja aineistonhankintamenetelmät

Tutkimusmenetelmäksi molempiin tutkimuksiin valikoitui kvantitatiivinen eli määrällinen tutkimusmenetelmä. Kananen (2008, 10) kuvailee kvantitatiivisen tutkimuksen piirteitä seuraavasti: ”Perusideana on kysyä pieneltä joukolta tutkittavaa ilmiötä tutkimusongelmaan liittyviä kysymyksiä. Pienen joukon eli otoksen vastaajien edellytetään edustavan

koko joukkoa eli perusjoukkoa. Tutkimustulosten voidaan katsoa edustavan koko joukkoa”. Määrällisessä tutkimuksessa tiedonkeruumenetelmänä käytetään pääosin valmiista, strukturoidusta tai avoimista kysymyksistä, joilla halutaan selvittää tutkittavaan ilmiöön liittyvien ominaisuuksien tai yhteyksien esiintymistiheyksiä eli frekvenssejä. (Kananen 2008, 10–11.)

Kyrön (2003, 107) mukaan aineistonhankintamenetelmien tulee seurata johdonmukaisesti tutkimusongelmien määrittelyä ja tutkimusmenetelmän ehtoja luoden mahdollisuuden aineiston analyysimenetelmän valinnalle. Tässä tutkimuksessa katsottiin oleelliseksi asettaa aineistonkeruumenetelmiksi pääosin strukturoidut, kuitenkin avoimia vastausvaihtoehtoja sisältävät kyselyt, jotta vastaajilta saataisiin monipuolisesti ja luotettavasti tietoa tutkimusongelmien ratkaisemiseksi mahdollistaen vastaajille omien mielipiteiden ja kehitysideoiden ilmaisemisen täysin avoimesti. Kyselyt haluttiin toteuttaa vastaajille helposti ja nopeasti vastattaviksi, jotta vastauksia saataisiin kerättyä mahdollisimman paljon ja analyysi voitaisiin toteuttaa onnistuneesti.

4.3 Kyselyiden laadinta ja toteutus

Valittu tutkimusmenetelmä, kvantitatiivinen tutkimusmenetelmä, vaikuttaa tutkimuksessa käytettyihin aineistonkeruumenetelmiin. Tähän tutkimukseen aineistonkeruumenetelmiksi valikoituivat pääosin strukturoidut, kuitenkin avoimia vastausvaihtoehtoja sisältävät kyselyt kahdelle eri kohderyhmälle, jotta vastaajilta saataisiin monipuolisesti ja luotettavasti tietoa tutkimusongelmien ratkaisemiseksi. Tässä kappaleessa käsitellään tarkemmin molempien kyselyiden laadinta- ja toteutusprosessi.

4.3.1 Kysely 1 (saunapalveluja tarjoaville yrityksille)

Ensimmäinen kysely (ks. liite 1) laadittiin saunapalveluja tarjoaville yrityksille. Yritykset tavoitettiin toimeksiantajan, Sauna from Finland ry:n toimijohtajan Carita Harjun, välityksellä. Yritykset, joille kyselylomake välitettiin, kuuluvat Sauna from Finland ry:n verkostoon ja ovat tavalla tai toisella mukana tarjoamassa saunaan liittyviä palveluja. Kyselyn teemat jakautuivat edustetun yrityksen taustatietoihin, yrityksen asiakkaiden/ palvelujen käyttäjien profiiliin tarkasteluun, suomalaisen saunan kehittämiseen matkailukäytössä sekä yhteistyön toimivuuden kartoittamiseen sauna-alan toimijoiden välillä. Yrityksen nimeä ei pyydetty ilmoittamaan kyselyn yhteydessä.

Yrityksen taustatietoja pyrittiin kartoittamaan kysymyksillä yrityksen edustamasta alasta (majoitus, matkailu, tuotevalmistus ym.), yrityksen sijainnista, ja saunan osuudesta yrityksen palveluista tai tuotteista. Tietoa yrityksen asiakkaiden/ palvelujen käyttäjien profiilista

haluttiin kerätä, jotta hahmotettaisiin, ovatko kyselyyn vastanneiden yritysten tarjoamien saunapalvelujen käyttäjät yksittäis- vai ryhmäasiakkaita ja koti- vai ulkomaalaisia. Yrityksiltä kysyttiin myös, onko kansainväliset asiakkaat otettu huomioon palveluja/tuotteita tarjotessa (ja jos ovat, millä tavoin), jotta saataisiin tietoa matkailijoiden saamasta vastaanotosta vastanneissa yrityksissä.

Yrityksiltä tiedusteltiin, kokevatko he tarpeelliseksi tai näkevätkö he potentiaalia saunan kehittämisessä osana Suomen hyvinvointimatkailutarjontaa. Kysymyksellä pyrittiin kartoittamaan yritysten mielipidettä ja halukkuutta saunan kehittämiseen matkailullisissa tarkoituksissa. Yrityksiltä kysyttiin, miten saunan matkailullista vetovoimaa kannattaisi ensisijaisesti lähteä kehittämään ja kuinka ulkomaalaisten kynnystä ensimmäiseen saunakokemukseen voisi madaltaa. Lopuksi tiedusteltiin mielipidettä yhteistyön toimivuudesta saunalan toimijoiden välillä ja mahdolliselle yhteistyön lisätarpeelle.

Kyselylomake toteutettiin verkossa Webropol-sivustolla ja se sisälsi kokonaisuudessaan 11 kysymystä, johon kaikkiin oli pakollista vastata. Linkki lomakkeeseen välitettiin yrityksille sähköpostilla. Kyselylomakkeeseen oli mahdollista vastata noin kuukauden ajan touku-kuussa 2015. Kyselyyn vastasi yhteensä 14 saunapalveluja tarjoavaa yritystä.

4.3.2 Kysely 2 (ulkomaalaisille henkilöille, jotka voisivat olla valmiita kokeilemaan saunaa)

Toinen kysely (ks. liite 2) suunnattiin ulkomaalaisille mahdollisesti suomalaisesta saunakokemuksesta kiinnostuneille henkilöille. Kyselylomake toteutettiin Webropol-verkkosivun kautta, ja vastaajia kerättiin jakamalla kyselylomakkeen julkista linkkiä Facebook-yhteisössä tutkijan omille kontakteille sekä tarkennetusti kansainvälisiä jäseniä sisältäville ryhmille. Linkki kyselylomakkeeseen jaettiin myös LonelyPlanet-matkailusivuston keskustelupalstalle. Linkkiä yritettiin jakaa myös muilla matkailufoorumeilla, kuten TripAdvisorissa, mutta viestit poistettiin sivustojen ylläpidon puolesta, koska ulkoisen linkin sisältävä viesti koettiin markkinoinniksi, mikä on kiellettyä sivustoilla. Kyselylomake sisälsi hyppykysymyksiä, joten kaikki vastaajat eivät vastanneet kaikkiin kysymyksiin. Kyselylomake oli avoinna kolmen viikon ajan touko-kesäkuussa 2015 ja kyselyyn vastasi yhteensä 16 henkilöä.

Taustatietojen (ikä, sukupuoli, kansallisuus) kartoittamisen jälkeen ensimmäiseksi selitettiin suomalainen sauna terminä ja kysyttiin, onko vastaaja kuullut ilmiöstä aiemmin. Jos oli, tiedusteltiin oliko vastaaja vierailut saunassa ja jos oli, missä. Kysymykset kysyttiin, jotta saataisiin kartoitettua vastaajien aiemmat kokemukset ja tiedot suomalaisesta sau-

nasta. Saunassa vierailleilta vastaajilta kysyttiin, oliko heillä joku mukana ohjeistamassa saunassa, millaisena he pitivät saunakokemusta ja haluaisivatko he mennä saunaan uudelleen. Jos vastaaja ei ollut kuullut saunasta aiemmin tai ei ollut käynyt koskaan saunassa, häneltä kysyttiin halukkuutta kokeilla suomalaista saunaa. Jos vastaaja ei ollut halukas kokeilemaan saunaa, häneltä tiedusteltiin myös syitä. Kaikilta kysymykseen vastanneilta kysyttiin myös, mitkä tekijät rohkaisivat parhaiten vastaajaa kokeilemaan saunaa. Kyselyn lopuksi kaikkia kyselyn vastaajia pyydettiin valitsemaan mieluisin saunakokemus kuvailluista vaihtoehtoista tai jakamaan oma mieluisin saunakokemuksensa.

4.4 Yhteenveto

Tutkimusta suunniteltaessa ensimmäiseksi pohdittiin, mitä tietoa tutkimukselta tarvitaan ja miten tarvittava tieto kerätään. Tutkijan alussa määrittämät tutkimusongelmat ohjasivat tutkimuksen suunnittelua: millä tavoin suomalaista saunaa voisi hyödyntää paremmin Suomen hyvinvointimatkailussa, kuinka saunakokemusta voisi kehittää elämystuotteena, miten ulkomaalaisen matkailijan saisi houkuteltua kokeilemaan autenttista suomalaista saunaa, mikä on omatoimimatkailijan ja yksittäisen matkailijan rooli saunapalveluiden kuluttajana ja miten se tulisi huomioida saunaelämyksiä tarjottaessa. Tiedot tutkimusongelmien ratkaisemiseksi päätettiin vaihtoehtoja vertailla kahden verkossa toteutettavan kyselyn muodossa: toinen suomalaisille saunapalvelujen tarjoajille ja toinen kansainvälisesti ulkomaalaisille henkilöille, jotka voisivat olla valmiita kokeilemaan saunaa.

Seuraavaksi mietittiin, mitä kysymyksiä kyselyissä esitetään ja mitä kysymystyyppejä käytetään, jotta saataisiin hyvin analysoitavissa olevia vastauksia, joilla saadaan tutkimusongelmia vastaavaa tietoa. Kysymyksien teksti, asettelu ja järjestys tuli myös harkita tarkkaan, jotta tutkimustulokset olisivat luotettavia. Kun kysymykset oli syötetty Webropol-ohjelmaan, kysymykset tarkistettiin ja muokattiin vielä ulkoasu helposti luettavaksi ja vastauksia houkuttelevaksi. Lomakkeet esitettiin tutkijan lähipiirillä kirjoitus- tai kysymysjärjestysvirheiden varalta. Lomakkeita laadittaessa otettiin huomioon käytettävän tietokantapohjalle, Webropol-ohjelmalle, ominaiset piirteet ja varmistettiin tuloksien oikeanmukainen syöttäminen.

Kyselyt julkaistiin ja linkit kyselyihin jaettiin vastaajiksi toivotuille henkilöille internetin välityksellä käyttäen hyväksi tutkijan omia sekä tutkimuksen yhteistyökumppanin Sauna from Finland ry:n toimijohtajan Carita Harjun suhteita. Vastauksia odotettiin noin kuukauden ajan.

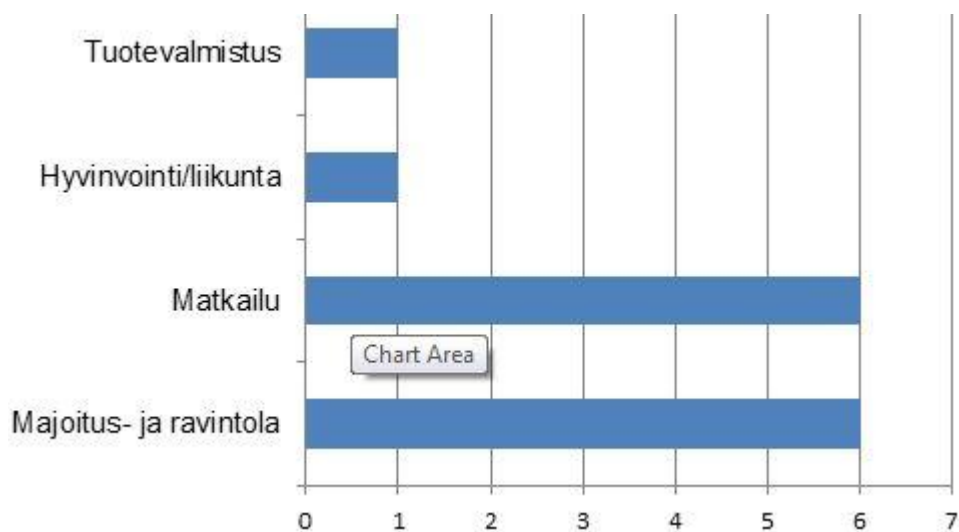
Kyselylomakkeet suljettiin ja alettiin analysoida vastauksia ensin Webropol-ohjelmassa ja sen jälkeen tutkija kokosi vastaukset yhteen taulukoiden avulla ja kirjoitti analyysin. Tässä vaiheessa tarkasteltiin myös vastausten luotettavuutta. Vastausten analysoinnin jälkeen alettiin tarkastella tuloksia sekä pohtimaan johtopäätöksiä ja ratkaisuja tutkimusongelmiin.

5 Tutkimuksen tulokset

Tässä osiossa käsitellään molempien tutkimuksien tulokset ja tehdään niistä johtopäätökset tutkimusongelmien ratkaisemiseksi.

5.1 Kysely 1 (saunapalveluja tarjoaville yrityksille)

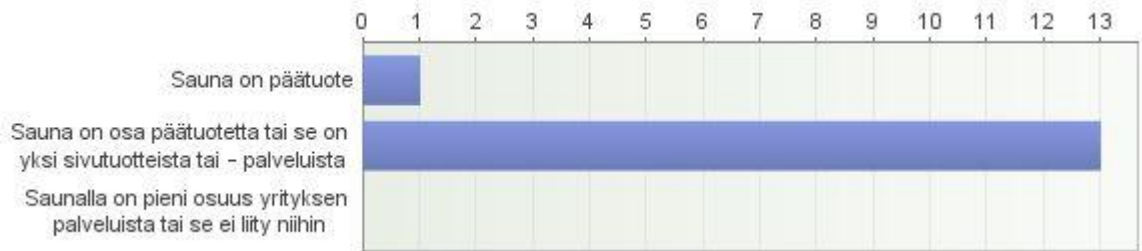
Kyselyyn vastasi yhteensä 14 saunapalveluja tarjoavaa yritystä. Kutsulinkki kyselyyn vastaajaksi lähetettiin kaikille Sauna from Finland ry:n 40 jäsenyritykselle, joten vastaajaprosentiksi muodostui 35 %. Kuten kuviosta 7 voidaan nähdä, yrityksistä kuusi (42,9 %) edusti matkailualan yrityksiä, kuusi (42,9 %) majoitus- ja ravintola-alan yrityksiä, yksi (7,1 %) tuotevalmistaja ja yksi (7,1 %) hyvinvointi/liikunta-alan yrityksiä.



Kuvio 7. Yritysten edustamat toimialat. (N=14)

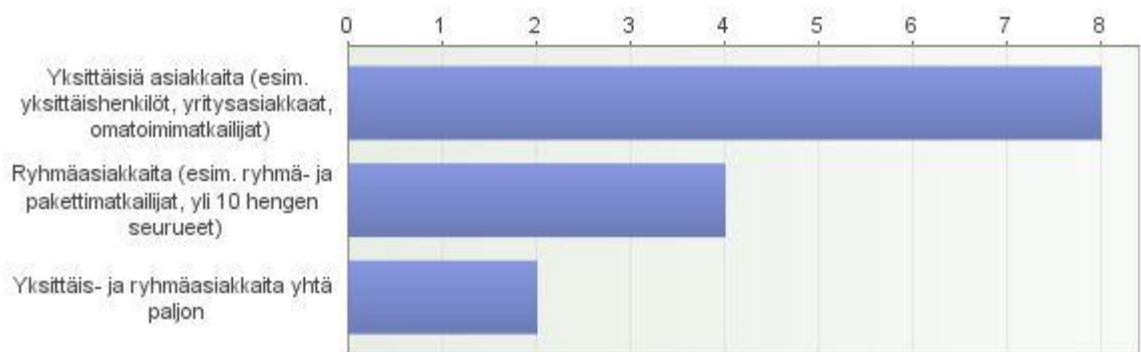
Kyselyyn vastanneet yritykset ovat jakautuneet ympäri Suomea. Vastanneet yritykset sijaitsevat Keski-Suomessa, Lapissa, Pohjois-Pohjanmaalla, Pohjois-Savossa ja Uudellamaalla. Yksi yrityksistä ilmoitti toimivansa verkossa.

Kuvio 8 kertoo, että 13:ssa vastanneista yrityksistä (92,9 %) sauna on osa päätuotetta tai se on yksi sivutuotteista tai – palveluista. Yhdellä vastanneista (7,1 %) yrityksistä sauna toimii päätuotteena.



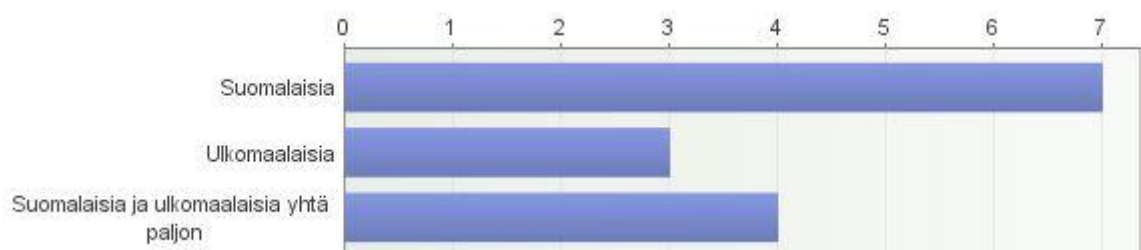
Kuvio 8. Saunan osuus yrityksen palveluista. (N=14)

Kuviosta 9 voidaan todeta, että kahdeksalla yrityksellä (57,1 %) asiakkaat ovat enimmäkseen yksittäisiä asiakkaita. Neljällä yrityksellä (28,6 %) asiakkaat ovat enimmäkseen ryhmäasiakkaita, ja kaksi yrityksistä (14,3 %) on ilmoittanut ryhmä- ja yksittäisasiakkaita olevan yhtä paljon.



Kuvio 9. Yritysten asiakaskunta. (N=14)

Kuviosta 10 nähdään, että seitsemällä yrityksellä (50 %) asiakkaat ovat enimmäkseen suomalaisia, kolmella (21,4 %) enimmäkseen ulkomaalaisia ja neljällä (28,6 %) suomalaisia ja ulkomaalaisia asiakkaita yhtä paljon.



Kuvio 10. Yritysten asiakaskunnan kansallisuus. (N=14)

Kysymyksessä numero kuusi kysyttiin, ovatko kansainväliset asiakkaat/palveluiden käyttäjät otettu yrityksessä eri tavalla huomioon suomalaisiin asiakkaisiin nähden. Kaikki yritykset (100 %) vastasivat, että kansainväliset asiakkaat ja palveluiden käyttäjät on otettu huomioon palveluita tarjotessa. Kansainväliset asiakkaat on otettu huomioon kielitaitoisella henkilökunnalla, asiakkaan kulttuuritaustojen huomioonottamisella, englannin- ja venäjänkielillä verkkosivuilla ja opastuksella ennen saunomista. Kaikki yritykset (100 %) kertovat myös, että he kokevat tarpeelliseksi tai näkevät potentiaalia saunan kehittämisessä osana Suomen hyvinvointimatkailutarjontaa.

Taulukosta 1 nähdään, miten suomalaisen saunan matkailullista vetovoimaa kannattaisi lähteä kehittämään ensisijaisesti yritysten mielestä. Tutkijan antamista vaihtoehdoista, jotka laadittiin tutkijan omien ajatusten ja 4.3.2015 Helsingissä pidetyn saunaelämysmatkailun ideatilaisuudessa esitettyjen ajatusten pohjalta, nousi esille selvästi kolme vaihtoehtoa: saunan tuotteistaminen ja siihen lisäpalveluiden tai – tuotteiden liittäminen (92,9 %), suomalaisen luonnon ja vuodenaikojen hyödyntäminen saunaelämystä tuottaessa (92,9 %) ja suomalaisen puhtaan ruoan yhdistäminen saunaelämykseen (85,7 %). Ensisijaisina keinoina pidettiin myös saunan terveysvaikutuksien tutkimista ja myönteisistä terveysvaikutuksista tiedottamista (71,4 %) sekä suomalaisen saunan kansainvälisen imagon kehittämistä (50 %). Vaihtoehdoista oli valittu myös saunan kulttuurillisen merkityksen korostaminen (35,7 %), saunan autenttisuuden ja yksinkertaisuuden korostaminen (14,3 %), yleisten saunojen kehittäminen kansainvälisille matkailijoille sopivimmiksi (14,3 %), saunapakettimatkojen kylpyläkohteisiin myyminen matkailutoimistoissa yksittäisien matkailijoiden varattavaksi (14,3 %) sekä oman suomalaisen ”saunaseuran” perustaminen kansainvälisille matkailijoille (7,1 %). Saunamuseon ja kansainvälisille matkailijoille suunnatun saunakeskuksen perustamista ei koettu ensisijaisina vaihtoehtoina suomalaisen saunan matkailullisen vetovoiman kehittämiseen.

Taulukko 1. Miten suomalaisen saunan matkailullista vetovoimaa kannattaisi ensisijaisesti lähteä kehittämään? (N=14)

Suomalaisen saunan kansainvälisen imagon kehittäminen	50%
Saunan terveysvaikutuksien tutkiminen ja myönteisistä terveysvaikutuksista kertominen	71,4%
Saunan kulttuurillisen merkityksen korostaminen	35,7%
Saunan tuotteistaminen ja siihen lisäpalveluiden tai – tuotteiden liittäminen	92,9%
Saunan autenttisuuden ja yksinkertaisuuden korostaminen	14,3%
Yleisten saunojen kehittäminen kansainvälisille matkailijoille sopivimmiksi (hygieniapuitteiden parantaminen, henkilökunnan kouluttaminen, verkkosivujen kehittäminen yms.)	14,3%
Oma suomalainen "saunaseura" kansainvälisille matkailijoille (seuraan voisi liittyä verkkosivulla, jossa tietoa suomalaisesta saunasta, saunapaikoista ja jäsenet saavat oman saunapassin, mitä näyttämällä saa jäsenetuja tms.)	7,1%
Saunapakettimatkoja kylpyläkohteisiin (sisältäen kuljetuksen) myyntiin matkailutoimistoihin yksittäisien matkailijoiden varattavaksi	14,3%
Suomalaisen luonnon ja vuodenaikojen hyödyntäminen saunaelämystä tuottaessa (esim. marraskuun tuotteistaminen; viikko pakoon arjen kiireistä hyvinvointipalveluiden lomassa kaamoksen pimeydessä ja hiljaisuudessa)	92,9%
Suomalaisen puhtaan ruoan yhdistäminen saunaelämykseen	85,7%
Saunamuseon perustaminen	0%
Kansainvälisille matkailijoille suunnatun saunakeskuksen perustaminen	0%

Taulukosta 2 nähdään, mitä keinoja yritysten mielestä voitaisiin käyttää ulkomaalaisten kynnyksen madaltamiseksi suomalaisen saunan kokeiluun. Vastausvaihtoehdot laadittiin tutkijan omien ajatusten ja 4.3.2015 Helsingissä pidetyn saunaelämysmatkailun ideatilaisuudessa esitettyjen ajatusten pohjalta. Eniten valituksi keinoksi nousi saunan peruskäytännöistä etukäteen tiedottaminen (92,9 %). Tärkeiksi keinoiksi koettiin myös matkailijan kulttuuritaustan selvittäminen ja kertominen suurimmista eroista suomalaiseen kulttuuriin liittyen saunomiseen liittyvien elementtien osalta (57,1 %), saunan terveysvaikutuksista tiedottaminen (50 %) ja saunojen eroista tiedottaminen (28,6 %). Muita valittuja keinoja olivat saunan hygieniapuitteista kertominen (21,4 %) ja saunan liittymättömyydestä seksuaalisuuteen kertominen (14,3 %). Yksi vastaajista oli esittänyt keinoksi ulkomaalaisten kynnyksen madaltamiseksi saunan kokeiluun Saunayogaa miedossa lämmössä vaatteet päällä (7,1 %). Alkoholin käytöstä saunan yhteydessä tiedottamisesta ei valittu yhdeksi keinoista.

Taulukko 2. Keinot ulkomaalaisten kynnyksen madaltamiseksi saunan kokeiluun. (N=14)

Saunan peruskäytännöistä etukäteen tiedottaminen (mm. kuka saunaan voi mennä, miten saunominen tapahtuu, kuinka pitkään saunassa ollaan, mitä saunan jälkeen tehdään)	92,9%
Saunan terveysvaikutuksista tiedottaminen	50%
Saunan hygieniapuutteista kertominen	21,4%
Saunan liittymättömyydestä seksuaalisuuteen kertominen	14,3%
Saunojen eroista tiedottaminen (mm. erot muiden kulttuurien saunoihin, savusaunan ja jääsaunan määrittely käsitteinä)	28,6%
Matkailijan kulttuuritaustan selvittäminen ja kertominen suurimmista eroista suomalaiseen kulttuuriin liittyen saunomiseen liittyvien elementtien osalta (mm. sosiaalinen käyttäytyminen, perinteet, tavat ja käytännöt)	57,1%
Saunayoga miedossa lämmössä vaatteet päällä	7,1%
Alkoholin käytöstä saunan yhteydessä tiedottaminen	0%

Kyselyn loppupuolella tiedusteltiin, miten sauna-alan toimijoiden välinen yhteistyö toimii tällä hetkellä yritysten mielestä. Kuviosta 11 nähdään, että kolme vastaajaa (21,4 %) pitää yhteistyön toimivuutta melko hyvänä. Puolet vastaajista (50 %) on sitä mieltä, että yhteistyö toimii kohtalaisesti. Yhden vastaajan (7,1 %) mielestä yhteistyö toimijoiden välillä on melko huonoa ja kolmen vastaajan (21,4 %) mielestä todella huonoa. Kukaan vastaajista (0 %) ei ollut valinnut vaihtoehtoa ”5 – Todella hyvin”.



Kuvio 11. Sauna-alan toimijoiden välisen yhteistyön toimivuus. (N=14)

Kuviosta 12 nähdään, että 12 yhteensä 14:sta vastaajista (85,7 %) haluaisi enemmän yhteistyötä sauna-alan toimijoiden välille tai kokevat sen olevan tarpeellista saunan kehityksen kannalta, kaksi vastaajista (14,3 %) ei tiennyt haluaisivatko he enemmän yhteistyötä tai olisiko se tarpeellista.

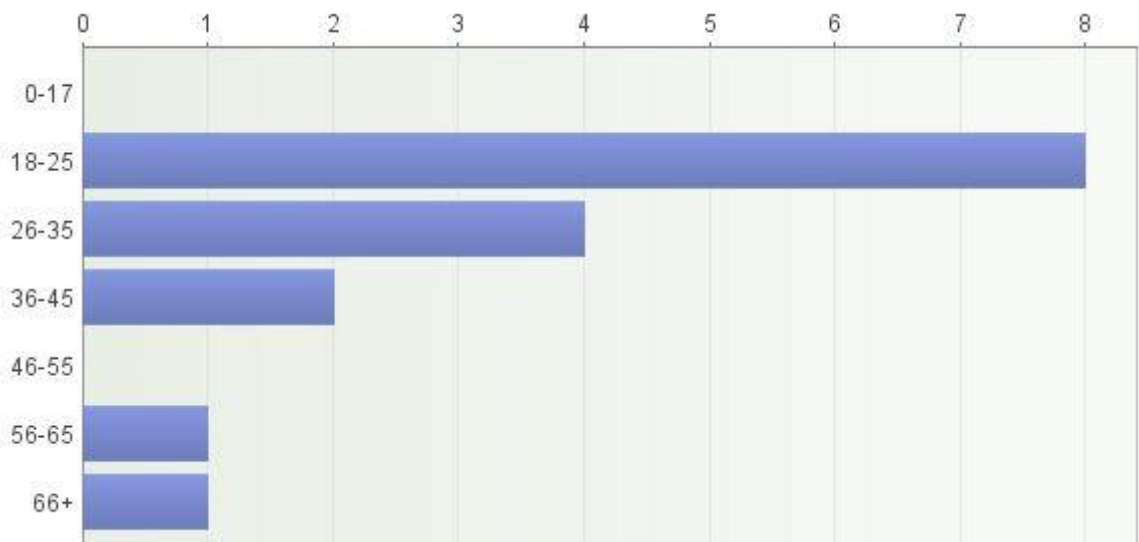


Kuvio 12. Yhteistyön lisäämisen tarve. (N=14)

Kyselyn vastaajaprocentti (35 %) oli harmittavan alhainen, joten kyselystä saatuja vastauksia voidaan pitää vain suuntaa antavina. Koska kyselyä välitettiin vain sisäisten kanavien kautta alan henkilöille, saatuja vastauksia voidaan kuitenkin pitää luotettavina.

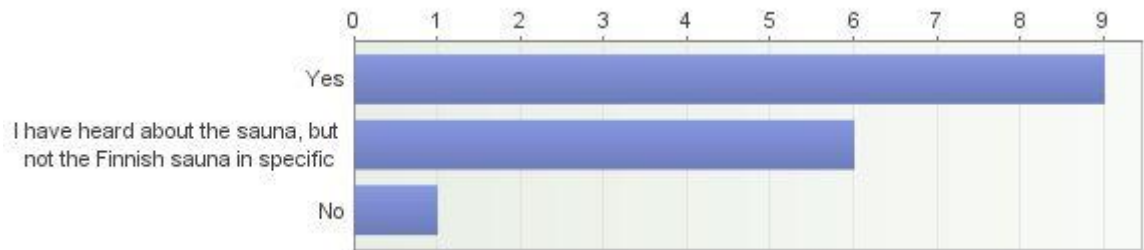
5.2 Kysely 2 (ulkomaalaisille henkilöille, jotka voisivat olla valmiita kokeilemaan saunaa)

Kyselyyn vastasi 16 henkilöä, joista yhdeksän oli naisia ja seitsemän miehiä. Lähes kaikki vastaajat edustivat eri kansallisuuksia: vastaajia oli Kanadasta, Saksasta, Intiasta, Espanjasta, Iso-Britanniasta, Yhdysvalloista, Suomesta, Tanskasta, Puolasta, Thaimaasta, Costa Ricalta, Uruguayasta, Brasiliasta ja Meksikosta. Kuten kuvio 13 esittää, puolet vastaajista (50 %) oli 18–25-vuotiaita, muiden vastaajien jakautuessa melko tasaisesti muihin ikäryhmiin vanhimman vastaajan ollessa yli 66-vuotias.



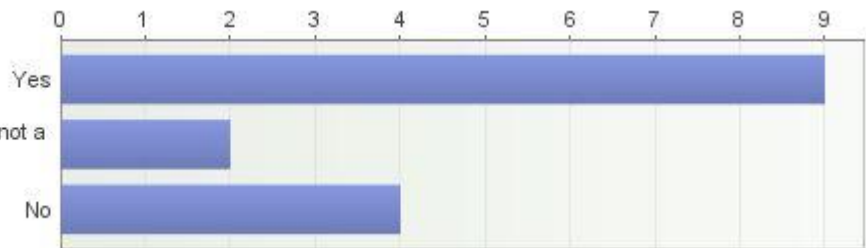
Kuvio 13. Vastaajien ikäjakauma. (N=16)

Kuten kuviosta 14 voidaan todeta, kyselyn vastaajista yhdeksän (56,2 %) oli kuullut aiemmin suomalaisesta saunasta, kuusi (37,5 %) oli kuullut saunasta yleisesti ja yksi vastaajista (6,2 %) ei ollut kuullut saunasta aiemmin lainkaan.



Kuvio 14. Vastaajien tietoisuus saunasta. (N=16)

Kuviosta 15 nähdään, että yhdeksän vastaajista (60,0 %) on käynyt suomalaisessa saunassa ja kaksi (13,3 %) muissa saunoissa. 4 vastaajista (26,7 %) ei ollut käynyt saunassa.



Kuvio 15. Vastaajien saunomiskokemus (N=15)

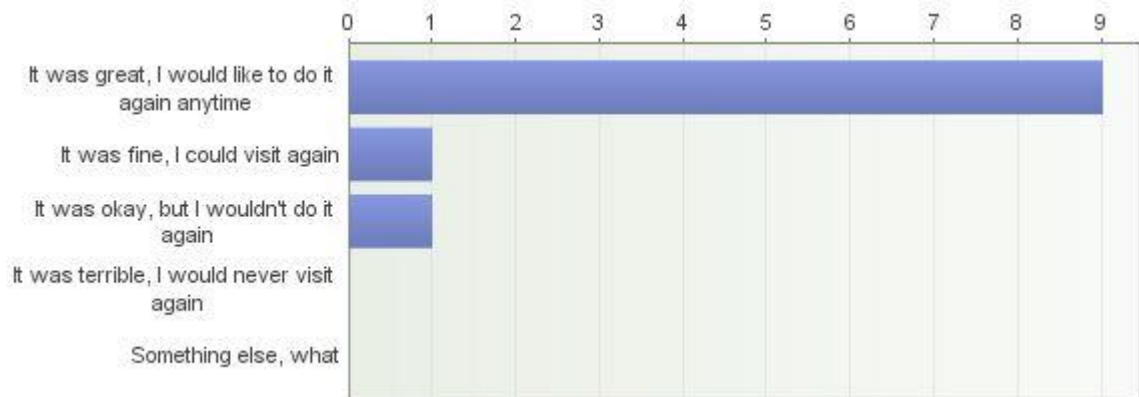
Taulukosta 3 nähdään, missä saunoneet vastaajat ovat vierailleet saunassa. Suurin osa (36,4 %) oli käynyt saunassa ystävänsä luona. Muita mainittuja paikkoja olivat kylpylä (18,2 %), hotelli (18,2 %), koti (18,2 %) ja Lappi (9,1 %).

Taulukko 3. Missä vastaajat ovat saunoneet (N=11)

Spa	18,2%
Hotel	18,2%
Friend's house	36,4%
Abroad (where: Lapland)	9,1%
Home	18,2%

Kuusi vastaajista (54,5 %) kertoo, että heillä oli joku opastamassa saunan käyttöön. Op-
paiksi mainittiin ystävä, puoliso tai työntekijä. Viidellä vastaajalla (45,5 %) ei ollut ketään
opastamassa saunan käyttöön. Kuviosta 16 nähdään, että yhdeksän vastaajista (81,8 %)

piti saunakokemusta mahtavana ja menisi uudelleen saunaan. Yksi vastaajista (9,1 %) piti saunasta ja menisi uudelleen saunaan. Yksi vastaajista (9,1 %) piti saunakokemusta keskinkertaisena, mutta ei menisi uudelleen saunaan.



Kuvio 16. Mielenpide saunomiskokemuksesta. (N=11)

Vastaajilta, jotka eivät olleet käyneet saunassa tai kuulleet siitä aiemmin kysyttiin, menisivätkö he saunaan jos heille annettaisiin siihen mahdollisuus. Viidestä vastaajasta kaksi (40,0 %) olisi valmis kokeilemaan saunaa, itsekseen tai ystävien kanssa. Kolme vastaajaa (60,0 %) ei olisi valmis kokeilemaan saunaa. Syiksi kerrottiin epämiellyttävä ajatus saunan kuumuudesta, saunan kiinnostamattomuus, tietämättömyys saunasta, alastomuuden pelko, tietämättömyys saunan terveysvaikutuksista sekä huoli saunan hygieniaapuvälineistä. Vastaajilta kysyttiin myös, mitkä tekijät voisivat rohkaista heitä kokeilemaan saunaa. Tärkeimmäksi tekijäksi nousi tieto saunan terveysvaikutuksista. Muita tekijöitä olivat pyyhkeen käyttäminen, varmuus saunan puhtaudesta, ohjaajan mukana oleminen, tietämys erilaisista saunoista sekä saunan liittymättömyydestä eroottisuuteen tietäminen.

Kyselyn lopuksi kaikkia kyselyn vastaajia pyydettiin jakamaan unelmien saunakokemuksensa tai valitsemaan lähinnä sellaista oleva annetuista vaihtoehdoista. Suosituimmaksi saunaelämykseksi nousi luonnon helmassa saunominen uimisen kera ystävien kesken yhdistettynä ruokailuun.

6 Pohdinta

Pohdinta-luvussa tarkastellaan tuloksia ja arvioidaan tutkimuksen luotettavuutta ja eettisiä näkökohtia. Luvussa muodostetaan tulosten pohjalta johtopäätökset sekä lopuksi annetaan kehittämis- ja jatkotutkimusehdotuksia ja arvioidaan opinnäytetyöprosessia sekä omaa oppimista.

6.1 Tulosten tarkastelu ja johtopäätökset

Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää, millä tavoin suomalaista saunaa voisi hyödyntää paremmin Suomen hyvinvointimatkailussa ja miten saunakokemusta voisi kehittää elämystuotteena. Kaikki sauna-alan yrityksille suunnatun kyselyn vastaajista (100 %) kertoivat, että he kokevat tarpeelliseksi tai näkevät potentiaalia saunan kehittämisessä osana Suomen hyvinvointimatkailutarjontaa. Viisi parasta keinoa tutkimuksen mukaan suomalaisen saunan matkailullisen vetovoiman kehittämiseen olivat saunan tuotteistaminen ja siihen lisäpalveluiden tai – tuotteiden liittäminen (92,9 %), suomalaisen luonnon ja vuodenaikojen hyödyntäminen saunaelämystä tuottaessa (92,9 %), suomalaisen puhtaan ruoan yhdistäminen saunaelämykseen (85,7 %), saunan terveysvaikutuksien tutkiminen ja myönteisistä terveysvaikutuksista tiedottaminen (71,4 %) sekä suomalaisen saunan kansainvälisen imagon kehittäminen (50 %).

Saunan ympärille pitäisi kehitellä enemmän ja myydä elämystä asiakkaalle helppona paketina. Kuten VisitFinlandin hyvinvointimatkailustrategiassa (2014a) todetaan, Suomen matkailuvetovoiimatekijät eli luonto, vaihtuvat vuodenaajat (erityisesti talveen kuuluva kaamos sekä vastakohtana keskikesän valoisat yöt), rauhallisuus ja puhtaus tulisi hyödyntää saunapakettien suunnittelussa. Esimerkiksi juuri myöhäisen syksyn kaamoksen ankeutta voisi käyttää hyväksi ja tuotteistaa arjen hektisyydestä pakoon kaipaaville ”viikon talviunet”, jossa vaivutaan horrokseen luonnon rauhassa sijaitsevassa hyvinvointimatkakohteessa, sauna olennaisena osana elämystä. Saunan yhdistäminen suomalaiseen designiin ja tarinallistaminen esim. historian/myyttien/saunatonnttujen avulla ja sen ympärille tuotepaketin luominen sisältäen teemaan sopivan ruokailun nostaisi elämyksen kokonaan uudelle tasolle. Kuten Harju (2015) kertoo, lisäksi saunan terveysvaikutuksia pitäisi edelleen tutkia ja tiedottaa myönteisistä terveysvaikutuksista kansainvälisesti, mikä edistäisi markkinoinnin ohella myös suomalaisen saunan kansainvälisen imagon kehittämistä ja suomalaisen saunan tunnettavuutta.

Tärkeimmiksi keinoiksi ulkomaalaisen matkailijan houkuttelemiseksi kokeilemaan suomalaista saunaa nousivat molempien kyselyjen perusteella hyvin samankaltaiset asiat. Sauna-alan yritysten mielestä tärkeimpiä keinoja olivat saunan peruskäytännöistä etukäteen

tiedottaminen (92,9 %), matkailijan kulttuuritaustan selvittäminen ja kertominen suurimista eroista suomalaiseen kulttuuriin liittyen saunomiseen liittyvien elementtien osalta (57,1 %) ja saunan terveysvaikutuksista tiedottaminen (50 %). Ulkomaalaisille henkilöille suunnatun kyselyn mukaan tekijät, mitkä rohkaisisivat heitä kokeilemaan saunaa, olivat tieto saunan terveysvaikutuksista, pyyhkeen käyttäminen, varmuus saunan puhtaudesta, ohjaajan mukana oleminen, tietämys erilaisista saunoista sekä saunan liittymättömydestä eroottisuuteen tietäminen. Jotta ulkomaalaisen saisi kokeilemaan autenttista suomalaista saunaa, hänelle tulisi siis kertoa etukäteen saunan peruskäytännöistä ja terveysvaikutuksista sekä selkeästi tarjota mahdollisuus käyttää pyyhkeitä, jotta saunomisen elämys ei jäisi alastomuuteen liittyvien pelkojen takia kokematta.

Yksi tutkimusongelmista käsitteli omatoimimatkailijan ja yksittäisen matkailijan roolia saunapalveluiden kuluttajana ja miten sitä tulisi huomioida saunaelämyksiä tarjottaessa. 57,1 % sauna-alan yrityksille suunnatun kyselyn vastaajista kertoi, että heidän asiakkaansa ovat enimmäkseen yksittäisiä, kuten yksittäishenkilöitä, yritysasiakkaita ja omatoimimatkailijoita. Etenkin Helsingissä käy paljon matkailijoita, jotka ovat kaupungissa vain yhden päivän tai vuorokauden, esimerkkinä lentomatkustajat, jotka käyttävät Helsinki-Vantaata gatewayna Aasian ja Euroopan välillä. Kuten Renfors (2015) toteaa, yleisten saunojen kehittäminen matkailukäyttöön tai saunakeskuksen (sisältäen saunojen lisäksi esimerkiksi historiallisen saunamuseon) perustaminen Helsingin keskustaan helpottaisi vastaamaan tällaisten itsekseen tai pienissä ryhmissä matkustavien, lyhyen aikavälin kaupungissa viettävien, matkailijoiden tarpeisiin.

Sauna from Finlandin jäsenyrityksille lähetetyssä kyselyssä kysyttiin, miten yritysten mielestä tällä hetkellä toimii yhteistyö sauna-alan toimijoiden välillä Suomessa ja haluaisivatko he enemmän yhteistyötä sauna-alan toimijoiden kesken. 85,7 % vastaajista oli sitä mieltä, että yhteistyö toimii vain kohtalaisesti tai sitä huonommin. 85,7 % vastaajista oli myös sitä mieltä, että he haluaisivat enemmän yhteistyötä kuten yhteydenpitoa, tiedottamista ja tapahtumia sauna-alan toimijoiden välille. Kyselyn tuloksista voidaan siis todeta, että yhteistyössä sauna-alan toimijoiden kesken olisi parannettavaa.

6.2 Tutkimuksen luotettavuus ja eettiset näkökohdat

Tutkimuksen tarkoituksena on saada mahdollisimman luotettavaa ja totuudenmukaista tietoa. Tutkimuksen luotettavuuden arvioinnissa käytetään käsitteitä ”valideetti” ja ”reliabiliteetti”, jotka molemmat tarkoittavat luotettavuutta. Valideetti tarkoittaa sitä, että tutkitaan oikeita asioita tutkimusongelmien kannalta ja reliabiliteetti tutkimustulosten pysyvyyttä.

Kvantitatiivisessa työssä pitää aina arvioida työn luotettavuutta huomioimalla valideetti- ja reliabiliteettikysymykset. (Kananen 2008, 79.)

Tässä tutkimuksessa tutkija pitää tutkimusta pääosin luotettavana. Tutkimusongelmien kannalta on tutkittu oikeita ja olennaisia asioita eli tutkimuksen valideetti on hyvä. Etenkin ensimmäisen, sauna-alan toimijoille suunnatun, kyselyn vastauksia voidaan pitää luotettavina, sillä linkki kyselylomakkeeseen on välitetty henkilökohtaisesti alan ammattilaisille. Myös toisen kansainvälisen kyselyn potentiaalisille saunaa kokeileville henkilöille vastauksia voidaan pitää luotettavina, sillä vastaajien ilmoittamat taustatiedot vastasivat profiilia, jonka edustajille kyselyä olikin tarkoitus suunnata. Koska linkkiä kyselylomakkeeseen kuitenkin jaettiin sosiaalisessa mediassa ja foorumeilla, täysin varma vastaajien aikeista ja rehellisyydestä ei voida olla. Koska tutkimuksen kyselyihin kerättiin normaalia kvantitatiivista tutkimusta pienempi määrä vastaajia, tutkimuksen reliabiliteettia eli tutkimustulosten pysyvyyttä pitää tarkastella kriittisenä yksilökohtaisten mielipiteiden mahdollisuudesta vaihdella suuresti. Vastausmäärien ollessa vähäinen, tulokset ovat suuntaa antavia eikä niiden perusteella voida tehdä täysin suoria johtopäätöksiä. Pienen vastaajamäärän vuoksi myöskään ristiintaulukoinnin tekeminen ei ollut mahdollista.

Luotettavamman tutkimuksesta olisi tehnyt, jos kyselyyn olisi saatu kerättyä esimerkiksi jonkin kansainvälisen matkailuyrityksen kautta vastauksia isommalta joukolta ulkomaalaisia henkilöitä, jotka voisivat olla valmiita kokeilemaan saunaa tai jos tutkimuksessa olisi päätetty tarkastella esimerkiksi jonkin tietyn saunan sisältävän hotellin kansainvälisten matkustajien kokemuksia ja mielipiteitä suomalaisesta saunasta. Vaihtoehtoisena aineistonkeruumenetelmänä alan ammattilaisten mielipiteisiin olisivat olleet teemahaastattelut muutamille alan asiantuntijoille, jossa vastaajamäärän vähäisyys ei olisi haitannut ja jossa vastauksia sekä etenkin henkilökohtaisia mielipiteitä olisi voinut saada pintaa syvemältä.

Tutkimuksen ja eettisyyden välinen suhde käsittelee sekä tulosten hyödyntämistä että eettisten näkemysten vaikutusta tutkijan ratkaisuihin. Tutkimuksen normeihin kuuluu tutkijan velvollisuus käyttää tieteellistä menetelmää ja argumentoida tieteellisen päättelyn sääntöjen mukaan. Siihen liittyy myös muita tieteellistä tutkimusta luonnehtivia tekijöitä, jotka erottavat tutkimuksen muusta arkitiedosta, kuten kriittisyys. (Kyrö 2003, 139.) Tutkija on toteuttanut tutkimuksen kunnioittaen tutkimusetiikkaa ja pitänyt kriittisen ajattelutavan mukana koko tutkimusprosessin ajan, toivoen sen näkyvän myös lopullisessa työssä ja tuloksissa. Kyrön (2003, 140) mukaan eettinen pohdinta onkin osa kaikkia tutkimusprosessissa tehtäviä keskeisiä päätöksiä, vaikka tutkija ei sitä tulisi ajatelleeksi. Eettisen näkökulman havaitseminen ja pitäminen tietoisesti mukana osana tutkimusprosessia auttaa kuitenkin nostamaan esiin uusia näkökulmia (Kyrö 2003, 141).

6.3 Opinnäytetyöprosessin arviointi ja jatkotutkimusehdotukset

Tutkija kokee opinnäytetyön prosessin kuluneen sujuvasti. Aiheanalyysi jätettiin maaliskuussa 2015, jolloin tutkija myös osallistui Sauna from Finland ry:n ja VisitFinlandin järjestämään saunamatkailun ideatilaisuuteen Helsingissä alan edustajien kesken ja sai tarkennusta tutkimusongelmien määrittelyyn tilaisuudessa esille nostettujen ilmiöiden ja tapaus-ten perusteella. Aiheesta ei ole aiemmin tehty opinnäytetyötä, ja hyvinvointimatkailuun liittyviä kartoituksia on tehty hyvin vähän, mikä motivoi entistä enemmän kirjoittamaan aiheesta. Maalis- ja huhtikuussa keskityttiin työn teoriaosuuteen ja toukokuussa luotiin ja välitettiin kyselylomakkeet. Seminaarit ohjaajan kanssa pidettiin huhti- ja toukokuussa. Kesäkuun aikana analysoitiin tutkimuksen tuloksia, kirjoitettiin opinnäytetyön empiirinen osuus ja lopuksi viimeinen pohdinta-luku sekä lähetettiin työ ohjaajalle arvioitavaksi. Lopullinen, työn ohjaajan ja tarkastajan kommenttien perusteella korjattu versio työstä valmistui lokakuun alussa 2015.

Lopuksi esitetään muutamia jatkotutkimusehdotuksia ja – ideoita tämän tutkimuksen pohjalta:

- Suomalaisten elementtien (luonto, vaihtuvat vuodenaajat, rauhallisuus, puhtaus) hyödyntäminen hyvinvointimatkailussa
- Saunasaaren potentiaali matkailukäytössä (esim. viikkolähtöjen järjestäminen kesäkaudelle)
- Pääkaupunkiseudun yleisten saunojen kehittäminen matkailukäyttöön
- Saunapaketin kehittäminen esim. Nuuksion kansallispuiston yhteyteen

Opinnäytetyön tekemisen myötä tutkija on kasvattanut tietämystään hyvinvointi- ja elämysmatkailusta ja kokee, että opinnäytetyön tekeminen ja sitä kautta saavutetut tiedot ja taidot tulevat olemaan hyödyksi myös tulevaisuudessa matkailualan ammattilaisena. Tutkija toivoo, että tutkimuksen tuloksista olisi hyötyä toimeksiantajalleen Sauna from Finland ry:lle ja saunamatkailun kehittämistyötä jatkettaisiin yhä entistä aktiivisemmin.

Lähteet

Arctic SnowHotel 2015. Lumisauna. Luettavissa:

<http://www.arcticsnowhotel.fi/fi/lumisauna-muut-saunat/lumisauna/>. Luettu: 24.3.2015.

Bosworth, M. 2013. Why Finland Loves saunas. Luettavissa:

<http://www.bbc.com/news/magazine-24328773>. Luettu: 22.3.2015.

Flickr 2010. Sauna publica. Luettavissa:

<https://www.flickr.com/photos/xuanxu/4604493301/>. Luettu: 17.6.2015.

Harju, C. 4.3.2015. Toiminnanjohtaja. Saunaelämysmatkailun ideatilaisuus. Sauna from Finland ry. Seminaariesitys. Helsinki.

Helsingin kaupunki 2015. Jasper Pääkkönen ja Antero Vartia rakennuttavat Hernesaareen sauna- ja ravintolakeitaan. Luettavissa:

<http://www.hel.fi/www/uutiset/fi/kaupunginkanslia/paakkonen-ja-vartia-rakennuttavat-hernesaareen-sauna-ja-ravintolakeitaan>. Luettu: 3.4.2015.

Helsingin yliopisto. 2013. Perinteen tutkimuksen terminologia. Luettavissa:

<http://www.helsinki.fi/folkloristiikka/opiskelu/terminologia.htm#kulttuuri>. Luettu: 23.3.2015.

Hietala, M. 2014. Miten toimitaan turkkilaisessa hamamissa? Ensikertalaisen selviytymisopas. Luettavissa: <http://www.rantapallo.fi/luksus-ja-kylpylat/miten-toimitaan-turkkilaisessa-hamamissa-ensikertalaisen-selviytymisopas/>. Luettu: 13.2.2015.

Jussila, V. 2012. Leppoiset löylyt. *Mondo*, 10, 9, s. 66–70

Kahila, P. 2001. Perinnettä vai bisnestä? Teoksessa Riukulehto, S. (toim.). Perinnettä vai bisnestä? Kulttuurin paikalliset ulottuvuudet., s. 114-130. Ateena Kustannus Oy. Jyväskylä.

Kallioniemi, J. 2014. The Finnish Sauna. 5. The Sauna is for many uses. Kustannusliikenne Kirjatori Oy. Google Books. Luettavissa:

<https://books.google.fi/books?id=WK6iBQAAQBAJ&pg=PT33&dq=sauna&hl=fi&sa=X&ei=9S8QVaKNNMHCUrOQhKgO&ved=0CFEQ6AEwBg#v=onepage&q=sauna&f=false>. Luettu 23.3..2015.

Kananen, J. 2008. Kvantti – kvantitatiivinen tutkimus alusta loppuun. Jyväskylän yliopisto-paino. Jyväskylä.

Keski-Suomen museo 2015a. Saunatontun monet toimet. Saunarakennus. Luettavissa: <http://www3.jkl.fi/ksmuseo/paivaeilisessa/paja/pajat/saun/tee.html>. Luettu: 6.2.2015.

Keski-Suomen museo 2015b. Saunatontun monet toimet. Synnytys ja lapsiin liittyviä uskomuksia. Luettavissa: <http://www3.jkl.fi/ksmuseo/paivaeilisessa/paja/pajat/saun/tee.html>. Luettu: 6.2.2015.

Keski-Suomen museo 2015c. Saunatontun monet toimet. Terveystoimintoja lauteilla. Luettavissa: <http://www3.jkl.fi/ksmuseo/paivaeilisessa/paja/pajat/saun/tee.html>. Luettu: 6.2.2015.

Keski-Suomen museo 2015d. Saunatontun monet toimet. Talonhaltijat eli tontut. Luettavissa: <http://www3.jkl.fi/ksmuseo/paivaeilisessa/paja/pajat/saun/tee.html>. Luettu: 6.2.2015.

Komppula R. & Boxberg M. 2005. Matkailuyrityksen tuotekehitys. 2. painos. Edita Publishing Oy. Helsinki.

Kyrö, P. 2003. Tutkimusprosessi valintojen polkuna. Saarijärven Offset Oy. Tampere.

Laukkanen, T, Khan, H, Zaccardi, F & Laukkanen, J. 2015. Association Between Sauna Bathing and Fatal Cardiovascular and All-Cause Mortality Events. Abstract. Luettavissa: <http://archinte.jamanetwork.com/article.aspx?articleid=2130724>. Luettu: 22.3.2015.

Metsäkyly 2015. Saunaohjelmat ja hoidot. Luettavissa: <http://www.metsakyly.fi/ohjelmat/>. Luettu: 25.3.2015.

Nirkko, J. 2010. Sauna – Pieni perinnekirja. WS Bookwell Oy. Porvoo.

Opetushallitus. 18.10.2010. Kulttuurin käsite. Luettavissa: http://www.edu.fi/miina_ville_ja_kulttuurin_arvoitus/kulttuuri/kulttuurin_kasite. Luettu: 23.3.2015.

Pine, B. & Gilmore, J. 1998. Welcome to the Experience Economy. Luettavissa: <https://hbr.org/1998/07/welcome-to-the-experience-economy>. Luettu: 13.9.2015.

Renfors, L. 4.3.2015. Tuoteasiantuntija. Saunaelämysmatkailun ideatilaisuus. VisitFinland. Seminaariesitys. Helsinki.

Salonen, H. 2015. Sauna vahvistaa terveyttä. Iltalehti, 14.3.2015, s 24–25.

Sauna from Finland 2015a. Me olemme. Luettavissa: <http://www.saunafromfinland.fi/me-olemm/>. Luettu 23.3.2015.

Sauna from Finland 2015b. My First Sauna – A short guide to the best Finnish sauna experience. Paperinen opas.

Sauna-Jaapo 2014a. Suomalainen sauna. Juuret esihistoriassa ja savusaunan hämärässä. Luettavissa: http://www.saunajaapo.fi/saunan_historia.html. 6.2.2015.

Sauna-Jaapo 2014b. Suomalainen sauna. Koivupilkkeestä infrapunaan. Luettavissa: http://www.saunajaapo.fi/saunan_historia.html. Luettu: 6.2.2015.

Sauna-Jaapo 2014c. Suomalainen sauna. Kylpeminen ja vastominen. Luettavissa: http://www.saunajaapo.fi/saunan_historia.html. Luettu: 6.2.2015.

Sauna-Jaapo 2014d. Suomalainen sauna. Sauna elämänkauden ja vuodenvaihtamisen taitekohdissa. Luettavissa: http://www.saunajaapo.fi/saunan_historia.html. Luettu: 6.2.2015.

Sauna-Jaapo 2014e. Suomalainen sauna. Kylpeminen ja vastominen. Luettavissa: http://www.saunajaapo.fi/saunan_historia.html. Luettu: 6.2.2015.

Saunasaari 2015a. Sijainti ja kuljetus. Luettavissa: <http://www.saunasaari.fi/finnish/sijainti.htm>. Luettu: 25.3.2015.

Saunasaari 2015b. Vuokrattavat saunat. Luettavissa: <http://www.saunasaari.fi/finnish/sauna.htm>. Luettu: 25.3.2015.

Saunasaari 2015c. Ajankohtaista. Luettavissa: <http://www.saunasaari.fi/finnish/ajankoht.htm>. Luettu: 25.3.2015

Saunasaari 2015d. Savusaunaretki Saunasaareen. Luettavissa: <http://www.saunasaari.fi/finnish/savusauna.pdf>. Luettu: 25.3.2015.

Siirrettävien saunojen kokoontumisajot Teuva 2015. Teuvan sauna-ajot. Luettavissa:
<http://www.sauna-ajot.com/>. Luettu: 6.2.2015.

Smith, M. & Puczkó, L. 2009. Health and wellness tourism. Elsevier LTD. Unkari.

Suomen ulkoasiainministeriö 2005. Sauna kuuluu suomalaisuuden symboleihin. Luettavissa:
<http://www.finland.or.kr/public/default.aspx?contentid=136667&nodeid=35145&contentlan=1&culture=fi-FI>. Luettu: 23.3.2015.

Tilastokeskus 2015. Väestö. Väestörakenne. Luettavissa:
http://tilastokeskus.fi/tup/suoluk/suoluk_vaesto.html#vaestorakenne. Luettu: 9.9.2015.

VisitFinland 2011. Suomalaisen saunan kansainvälinen imago tutkimus. Luettavissa:
http://www.visitfinland.fi/wp-content/uploads/2013/04/2011-Sauna-From-Finland-ry_kv-saunatutkimus_2011.pdf?dl. Luettu: 23.3.2015.

VisitFinland 2014a. Hyvinvointimatkailustrategia 2014–2018. Hyvinvointimatkailun nykytila. Luettavissa: http://www.visitfinland.fi/wp-content/uploads/2015/01/HYVINVOINTIMATKAILUSTRATEGIA-2014-2018_final1.pdf?dl. Luettu: 23.3.2015.

VisitFinland 2014b. Hyvinvointimatkailustrategia 2014–2018. Strateginen kehittämisalue: TUOTEKEHITYS. Luettavissa: http://www.visitfinland.fi/wp-content/uploads/2015/01/HYVINVOINTIMATKAILUSTRATEGIA-2014-2018_final1.pdf?dl. Luettu: 23.3.2015.

VisitFinland 2014c. Hyvinvointimatkailustrategia 2014–2018. Keskeiset periaatteet ja linjaukset. Luettavissa: http://www.visitfinland.fi/wp-content/uploads/2015/01/HYVINVOINTIMATKAILUSTRATEGIA-2014-2018_final1.pdf?dl. Luettu: 23.3.2015.

VisitFinland 2015. Article. Many faces of the Finnish sauna. Luettavissa:
<http://www.visitfinland.com/article/different-finnish-saunas/>. Luettu: 17.6.2015.

VisitHelsinki 2015. Uusi sauna- ja ravintolakeidas Hernesaareen. Luettavissa:
<http://www.visithelsinki.fi/fi/ammattilainen/miksi-helsinki/ajankohtaista/uusi-sauna-ja-ravintolakeidas-hernesaareen>. Luettu: 13.9.2015.

Visit Sauna 2015a. Suomalainen sauna. Luettavissa: <http://www.visitsauna.fi>. Luettu: 6.2.2015.

Visit Sauna 2015b. Perinteinen saunavihta. Luettavissa: <http://www.visitsauna.fi/fi/sauna/saunavihta/saunavihta>. Luettu: 6.2.2015.

Ylläs 2015. Saunagondoli. Luettavissa: <http://www.yllas.fi/yritykset/tuotteet/saunagondoli>. Luettu: 24.3.2015.

Zimmerbauer, K. 2001. Kulttuurimatkailu mielikuvayhteiskunnassa. Teoksessa Riuku-
lehto, S. (toim.). Perinnettä vai bisnestä? Kulttuurin paikalliset ulottuvuudet., s. 114-130.
Ateena Kustannus Oy. Jyväskylä.

Liitteet

Liite 1. Kyselylomake 1 (saunapalveluja tarjoaville yrityksille)

Hei! Olen matkailun koulutusohjelman restonomiopiskelija Haaga-Helia ammattikorkeakoulusta ja kirjoitan opinnäytetyötäni suomalaisen saunan kehittämistä elämystuotteena hyvinvointimatkailussa. Tämä tutkimukseeni liittyvä kysely sisältää 11 nopeasti vastattavaa monivalintakysymystä ja sen täyttämiseen menee noin viisi minuuttia. Vastaukset tehdään anonyymisti. Kiitos avustanne saunaan liittyvässä kehitystyössä!

1. Minkä alan yritystä edustatte? (Valitse sopivin vaihtoehto)

- Majoitus
- Hyvinvointi/liikunta
- Matkailu
- Tuotevalmistus
- Rakennus
- Muu, mikä AVOIN

2. Missä yrityksenne sijaitsee?

Maakunta Suomessa, mikä

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Ahvenanmaan maakunta | <input type="checkbox"/> Päijät-Häme |
| <input type="checkbox"/> Etelä-Karjala | <input type="checkbox"/> Pirkanmaa |
| <input type="checkbox"/> Etelä-Pohjanmaa | <input type="checkbox"/> Pohjanmaa |
| <input type="checkbox"/> Etelä-Savo | <input type="checkbox"/> Pohjois-Karjala |
| <input type="checkbox"/> Kainuu | <input type="checkbox"/> Pohjois-Pohjanmaa |
| <input type="checkbox"/> Kanta-Häme | <input type="checkbox"/> Pohjois-Savo |
| <input type="checkbox"/> Keski-Pohjanmaa | <input type="checkbox"/> Satakunta |
| <input type="checkbox"/> Keski-Suomi | <input type="checkbox"/> Uusimaa |
| <input type="checkbox"/> Kymenlaakso | <input type="checkbox"/> Varsinais-Suomi |
| <input type="checkbox"/> Lappi | |

Ulkomailla

Verkossa

3. Miten sauna liittyy yrityksenne palveluihin/tuotteisiin?

- Sauna on päätuote
- Sauna on osa päätuotetta tai se on yksi sivutuotteista tai – palveluista
- Saunalla on pieni osuus yrityksen palveluista tai se ei liity niihin

4. Ovatko asiakkaanne/ palveluidenne käyttäjät enimmäkseen
- Yksittäisiä asiakkaita (esim. yksittäishenkilöt, yritysasiakkaat, omatoimimatkailijat)
 - Ryhmäasiakkaita (esim. ryhmä- ja pakettimatkailijat, yli 10 hengen seurueet)
 - Yksittäis- ja ryhmäasiakkaita yhtä paljon
5. Ovatko asiakkaanne/ palveluidenne käyttäjät enimmäkseen
- Suomalaisia
 - Ulkomaalaisia
 - Suomalaisia ja ulkomaalaisia yhtä paljon
6. Ovatko kansainväliset asiakkaanne/palveluidenne käyttäjät otettu yrityksessänne eri tavalla huomioon kuin suomalaiset asiakkaat?
- Kyllä, miten (Voit valita useamman vaihtoehdon)
 - Kielitaitoinen henkilökunta
 - Asiakkaiden kulttuuritaustojen huomioonottaminen palvelua tarjottaessa
 - Englanninkieliset verkkosivut
 - Muu, mikä AVOIN
 - Ei, miksi (Voit valita useamman vaihtoehdon)
 - Yrityksellä ei ole tarvetta ottaa kansainvälisiä asiakkaita huomioon erityisesti
 - Yrityksellä ei ole resursseja ottaa kansainvälisiä asiakkaita huomioon erityisesti
 - Yritys ei halua ottaa kansainvälisiä asiakkaita huomioon erityisesti
 - Muu, mikä AVOIN
7. Koetteko tarpeelliseksi/ näettekö potentiaalia saunan kehittämisessä osana Suomen hyvinvointimatkailutarjontaa?
- Kyllä
 - En
 - En tiedä
8. Miten suomalaisen saunan matkailullista vetovoimaa kannattaisi mielestänne ensisijaisesti lähteä kehittämään? (Valitse 1-5 parasta vaihtoehtoa ja/tai jaa omia ideoitasi)
- Suomalaisen saunan kansainvälisen imagon kehittäminen
 - Saunan terveysvaikutuksien tutkiminen ja myönteisistä terveysvaikutuksista kertominen
 - Saunan kulttuurillisen merkityksen korostaminen
 - Saunamuseon perustaminen
 - Saunan tuotteistaminen ja siihen lisäpalveluiden tai – tuotteiden liittäminen

- Saunan autenttisuuden ja yksinkertaisuuden korostaminen
- Kansainvälisille matkailijoille suunnatun saunakeskuksen perustaminen
- Yleisten saunojen kehittäminen kansainvälisille matkailijoille sopivimmiksi (hygieniaapuvälineiden parantaminen, henkilökunnan kouluttaminen, verkkosivujen kehittäminen yms.)
- Oma suomalainen ”saunaseura” kansainvälisille matkailijoille (seuraan voisi liittyä verkkosivulla, jossa tietoa suomalaisesta saunasta, saunapaikoista ja jäsenet saavat oman saunapassin, mitä näyttämällä saa jäsenetuja tms)
- Saunapakettimatkoja kylpyläkohteisiin (sisältäen kuljetuksen) myyntiin matkailu-toimistoihin yksittäisien matkailijoiden varattavaksi
- Suomalaisen luonnon ja vuodenaikojen hyödyntäminen saunaelämystä tuotettaessa (esim. marraskuun tuotteistaminen; viikko pakoon arjen kiireistä hyvinvointipalveluiden lomassa kaamoksen pimeydessä ja hiljaisuudessa)
- Suomalaisen puhtaan ruoan yhdistäminen saunaelämykseen
- Muu, mikä? AVOIN

9. Suomalainen sauna voidaan käsittää jopa pelottavaksi kokemukseksi kansainvälisten käyttäjien näkökulmasta mm. korkeaan lämpötilaan ja alastomuuteen liittyvien ennakkokäsitysten vuoksi. Mitä keinoja voitaisiin mielestänne käyttää ulkomaalaisten kynnyksen madaltamiseksi suomalaisen saunan kokeiluun? (Valitse 1-3 parasta vaihtoehtoa ja/tai jaa omia ideoitasi)

- Saunan peruskäytännöistä etukäteen tiedottaminen (mm. kuka saunaan voi mennä, miten saunominen tapahtuu, kuinka pitkään saunassa ollaan, mitä saunan jälkeen tehdään)
- Saunan terveysvaikutuksista tiedottaminen
- Saunan hygieniaapuvälineistä kertominen
- Saunan liittymättömyydestä seksuaalisuuteen kertominen
- Saunojen eroista tiedottaminen (mm. erot muiden kulttuurien saunoihin, savusaunan ja jääsaunan määrittely käsitteinä)
- Alkoholin käytöstä saunan yhteydessä tiedottaminen
- Matkailijan kulttuuritaustan selvittäminen ja kertominen suurimmista eroista suomalaiseen kulttuuriin liittyen saunomiseen liittyvien elementtien osalta (mm. sosiaalinen käyttäytyminen, perinteet, tavat ja käytännöt)
- Muu, mikä? AVOIN

10. Miten mielestänne toimii yhteistyö sauna-alan toimijoiden välillä tällä hetkellä? (As-
teikolla 1-5)

1 Todella huonosti

2 Melko huonosti

3 Kohtalaisesti

4 Melko hyvin

5 Todella hyvin

11. Haluaisitteko enemmän yhteistyötä (yhteydenpitoa, tiedottamista, tapahtumia yms.)
sauna-alan toimijoiden välille tai näettekö että sille olisi tarvetta saunan kehitystyön kan-
nalta?

Kyllä

En

Iso kiitos vastauksistanne!

Liite 2. Kyselylomake 2 (ulkomaalaisille henkilöille, jotka voisivat olla valmiita kokeilemaan saunaa)

Hey! I'm a third year tourism student who is conducting a study on developing the Finnish sauna experience as an experimental product for tourism. I would really appreciate if you had a minute to fill in this short survey to help me with my research. Thank you for your effort!

Personal details

1. Where are you from? *

- Australia
- Canada
- China
- France
- Germany
- India
- Japan
- Spain
- U.K.
- U.S.A.
- Somewhere else, where?

2. How old are you? *

0-17

18-25

26-35

36-45

46-55

56-65

66+

3. Please select your gender *

Female

Male

The Finnish sauna

The Finnish sauna is a type of sweat bath, where one can get clean and relax with the temperature of approximately 80-100 Celsius in the sauna. There are several types of saunas, the most common being electric, wood-heated and smoke saunas. There are Finnish saunas all over the world. Although, the Finnish sauna should not be confused with Arabic or antique Roman culture belonging steam rooms, where there are no stove and the temperature stays at 30-40 C.

4. Have you heard about the Finnish sauna before? *

- Yes
- I have heard about the sauna, but not the Finnish sauna in specific
- No

If no -> Question 9: If you had a chance, would you like to visit a Finnish sauna?

5. Have you been in a Finnish sauna?

- Yes
- I have been in a sauna but not a Finnish one
- No

If no -> Question 9: If you had a chance, would you like to visit a Finnish sauna?

6. Where did you visit sauna?

- Spa
- Hotel
- Friend's house
- Abroad (where?)

- Somewhere else (where?)

7. Was there someone to give instructions on your first time in sauna (a friend, a

guide, a hotel receptionist etc..)?

Yes (who?)

No

8. How was your sauna experience?

It was great, I would like to do it again anytime

It was fine, I could visit again

It was okay, but I wouldn't do it again

It was terrible, I would never visit again

Something else, what

->Question 11. Finally, please choose or share your most ideal sauna experience.

9. If you had a chance, would you like to visit a Finnish sauna?

Yes, I would like to visit by myself or with my friends

Yes, but only with a group or an instructor

No, why? (you can choose as many options you like)

I'm not interested in sauna

I don't have enough information about sauna

I don't like the idea of high temperature

- I'm feeling uncomfortable about being naked
- I don't know if sauna has some impacts for my health
- I'm worried about the hygienic circumstances of sauna
- Something else, what

- I don't know

10. Which one of these factors would encourage you best to try sauna? (you can choose 1-3 options and/or write your own answer)

- Knowing sauna is good for my health
- Good instructions to using sauna (what to do before, during and after sauna)
- Having a towel to use in a sauna
- Knowing sauna has been properly cleaned
- Having an instructor with me
- Knowing that sauna has nothing to do with erotic
- Knowing about different types of saunas
- Something else, what?

11. Finally, please choose or share your most ideal sauna experience. *

- Sauna would be located in the nature, most likely by the sea or lake. I would visit sauna by myself, with my partner or with a bunch of friends. There would be food, beverages and midnight swimming under the moon.
- Sauna would be located in the surroundings of my hotel in the city centre. After long day of shopping, I would go there with my best friend to relax and maybe have a facial, foot scrubbing or massage as well.

- Visiting sauna would be a highlight of one day of my holiday. As a group, we would first hop on a ferry enjoying the marine atmosphere and good weather while the ferry takes us on a small island. There will be a smiling sauna hostess waiting for us, and telling us about Finnish sauna history and customs. After sauna, we would have a dinner all relaxed and enjoying our time.
- My sauna experience would happen during the wintertime. After a very cold day out, with my travel company, we would first melt the freeze out of our system and just relax. When we are getting all sweaty, we move outside to do ice swimming in a small hole made to the frozen lake. And then running back to the hot sauna, never feeling so much alive!
- Something else, what

- I would not like to share my most ideal sauna experience