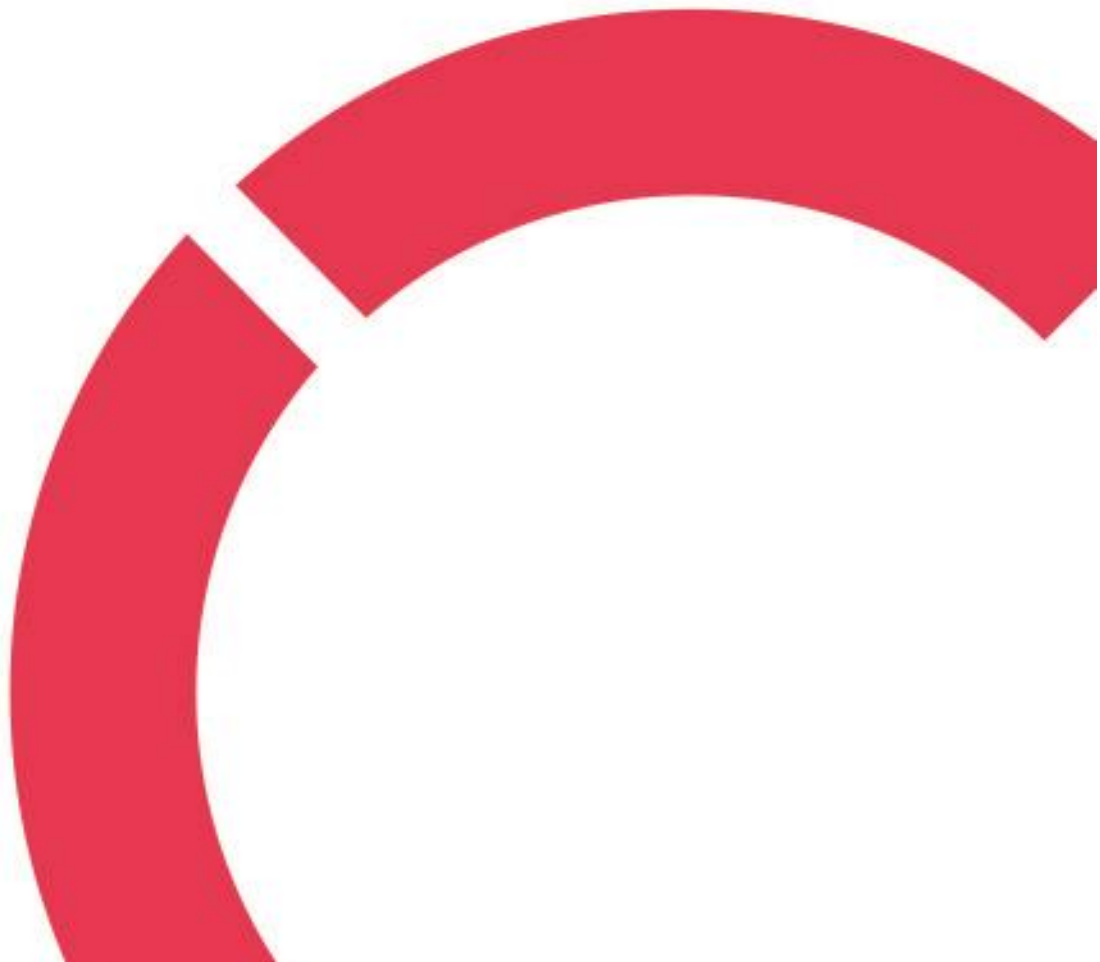


Tytti Kolkka

**TYKKIMÄEN SAUNAN KEHITYS TOIMINTAVUOSIEN AIKANA
JA TULEVAISUUDEN NÄKYMÄT**

**Opinnäytetyö
CENTRIA-AMMATTIKORKEAKOULU
Liiketalouden koulutus
Joulukuu 2022**



TIIVISTELMÄ OPINNÄYTETYÖSTÄ

Centria-ammattikorkeakoulu	Aika Joulukuu 2022	Tekijä/tekijät Tytti Kolkka
Koulutus Liiketalous, tradenomi		<input checked="" type="checkbox"/> AMK <input type="checkbox"/> YAMK
Työn nimi TYKKIMÄEN SAUNAN KEHITYS TOIMINTAVUOSIEN AIKANA JA TULEVAISUUDEN NÄKYMÄT		
Työn ohjaaja Janne Peltoniemi		Sivumäärä 34
Työelämäohjaaja Laura Kekkonen		
<p>Opinnäytetyöni toimeksiantajana oli Reporanka-Yhtiöt Oy, tutummin Tykkimäen Sauna. Kyseessä on Kouvolassa sijaitseva yleinen sauna. Teoriaosuus perustuu saunaan ja talviuintiin liittyvään kirjallisuuteen. Toimeksiantajayrityksen toiminnasta kertova osuus pohjautuu pitkälti operatiivisen johtajan antamaan haastatteluun ja jakamiin materiaaleihin. Osa opinnäytetyön sisällöstä on asetettu salassa pidettäväksi.</p> <p>Opinnäytetyöprosessin tarkoituksena oli haastattelun ja annettujen materiaalien pohjalta perehtyä yrityksen kehitykseen toimintavuosien aikana ja pohtia tulevaisuutta. Tavoitteena oli hankkia talviuinnista tietoa, joka hyödyttäisi yritystä sen liiketoiminnan kehittämässä. Lopputuloksena syntyi toimintaa tarkasteleva ja analysoiva opinnäytetyö, jossa on pohdittu myös tulevaisuuden näkymiä ja kehityskohteita.</p>		

Asiasanat Avanto, avantouinti, kylmäuinti, sauna, talviuinti, Tykkimäen Sauna, yleinen sauna
--

ABSTRACT

Centria University of Applied Sciences	Date December 2022	Author Tytti Kolkka
Degree programme Bachelor of Business Administration, Business Administration		
Name of thesis DEVELOPMENT OF TYKKIMÄEN SAUNA DURING YEARS OF OPERATIONS AND PROSPECTS		
Centria supervisor Janne Peltoniemi	Pages 34	
Instructor representing commissioning institution or company Laura Kekkonen		
<p>The commissioner of my thesis was Reporanka-Yhtiöt Oy, familiarly known as Tykkimäen Sauna. It's a public sauna located in Kouvola. The theory part is based on the literature related to sauna and winter swimming. The part talking about the commissioner company's operations is mostly based on the interview given by the operative leader and on the shared materials. Part of the thesis is confidential.</p> <p>The purpose of the thesis was to get acquainted with the company's development during the years of operations and with the prospects based on the interview and the given materials. The aim was to acquire information about winter swimming that would help the company to improve their business. The final result was a thesis that examines and analyzes the operations, where the future prospects and development targets are also considered.</p>		
Key words Cold swimming, ice hole, ice swimming, public sauna, sauna, Tykkimäen Sauna, winter swimming		

TIIVISTELMÄ
ABSTRACT
SISÄLLYS

1 JOHDANTO	1
2 SUOMALAINEN SAUNA	2
2.1 Yleiset saunat	3
2.2 Saunaelämys	3
2.3 Saunat työ- ja yritys-elämässä.....	4
3 SAUNAN TERVEYSVAIKUTUKSET	5
3.1 Vaikutus suomalaisten onnellisuuteen	6
3.2 Wellness-trendi	7
4 TALVIUINTI	8
4.1 Lajin harrastajat	9
4.2 Terveystyödyt	9
4.3 Kylmähoidot	10
5 TYKKIMÄEN SAUNA	11
5.1 Henkilöstö	12
5.2 Kilpailijat	12
6 KEHITYS TOIMINTAVUOSINA	14
6.1 (Salainen)	15
6.1.1 (Salainen)	15
6.1.2 (Salainen)	16
6.1.3 (Salainen)	17
6.2 (Salainen)	17
6.3 (Salainen)	19
7 MARKKINOINTI	20
8 TULEVAISUUDEN NÄKYMÄT	23
8.1 SWOT	24
8.2 Asiakastytyväisyyden tarkastelu.....	26
8.3 Markkinointi tulevaisuudessa	28
8.4 Talviuintitoiminnan kehittäminen.....	29
9 JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA	33
LÄHTEET	35
TAULUKOT	
TAULUKKO 1. (Salainen)	17
TAULUKKO 2. SWOT	25

1 JOHDANTO

Opinnäytetyössäni olen perehtynyt Tykkimäen Saunan toimintaan sen toimintavuosien aikana ja pohtinut yrityksen sekä alan tulevaisuuden näkymiä. Sekä yleisten saunojen että avantouinnin suosio on ollut huomattavaa viime vuosina, eikä suosio näytä hiipuvan, joten se teki toimeksiantajayrityksen toiminnan analysoimisen sekä tulevaisuuden näkymien pohtimisen mielenkiintoiseksi.

Tykkimäen Sauna on kouvolaalainen kaikille avoin yleinen sauna, jolle vuosi 2022 on kuudes toimintavuosi. Tavoitteena oli työn edistämisen aikana ja yrityksen toimintaan perehtyessä keksiä varsinkin talviuintipuoleen liittyviä kehitystoimia, joista yritys voisi hyötyä ja mahdollisesti kehittää liiketoimintaansa entistä paremmaksi ja monipuolisemmaksi niiden pohjalta.

Lähteinä on käytetty alaan liittyvää kirjallisuutta, ja yrityksen toiminnan kerronnassa lähteinä toimivat pitkälti operatiivisen johtajan antama haastattelu ja hänen jakamansa materiaalit. Lisäksi lähteinä on käytetty joitakin nettilähteitä ja asiakaskokemukseen liittyvää kirjaa. Osa tästä opinnäytetyöstä on asetettu salassa pidettäväksi.

2 SUOMALAINEN SAUNA

Siitä lähtien kun Suomi on ollut asuttava maa jääkauden jälkeen, on täällä myös saunottu. Saunakoke-
musta löytyy siis jopa noin 10 000 vuoden ajalta. Sauna ei ole supisuomalainen keksintö, mutta hy-
vällä omallatunnolla Suomea voi kutsua saunamaaksi. (Harju 2016, 52.) Saunan kahdeksan sukupol-
ven historia lähtee jääkauden jälkeisistä maakuoppasaunoista. Asutuksen vakiintuessa saunat muuttui-
vat maasaunoiksi ja vasta sitten maanpäällisiksi rakennuksiksi, jonka mahdollisti hirsirakentamisen ke-
hitys rautakauden puolivälissä. Savusaunoista siirryttiin kertalämmitteisiin, ulossavuaviin kiukaisiin,
kun savupiiput yleistyivät keskiajalla. Pula-ajalle osui saunan viides sukupolvi ja saunat alkoivat läm-
metä jatkuvalämmitteisillä, kamiinamallisilla kiukailla. Mullistava muutos tapahtui seuraavan sukupol-
ven aikana, sillä uuden keksinnön, sähkökiukaan, ansiosta saunoja voitiin sijoittaa myös asuntoihin.
Sähkökiukaiden läpimurto suomalaisiin koteihin tapahtui 1970-luvulla. (Taskinen 2011, 15–19.)

Seitsemännen sukupolven myötä äly astui myös saunoihin, tarkoittaen koneellista ilmanvaihtoa ja säh-
köisiä älykiukaita. Lisäksi kotisaunoista on aikojen saatossa muodostunut enemmänkin saunaosastoja
ja designtuotteita, joiden sisustukseen ja valaistukseen panostetaan. Kahdeksannen sukupolven myötä
saunat ovat alkaneet lähteä liikkeelle ja ovat saaneet alleen kellukkeet, jalakset tai renkaat. Tämän
myötä saunat eivät ole enää sidottuja tiettyihin paikkoihin, ja saunaan voi törmätä melkein missä vain.
(Taskinen 2011, 19.) Kautta aikojen sauna on ollut isossa osassa suomalaisten elämää; siellä on asuttu,
synnytetty, säilytetty vainajia, parannettu sairauksia, hoidettu vammoja, puhdistettu sairauksista ja syn-
neistä, kupattu, hierottu, valmistettu ruokaa, tehty pellavatoitä ja taikoja, nostatettu lempeä ja naimaon-
nea, hierottu poliittisia suhteita, tehty kauppoja ja sopimuksia sekä niin sanotusti parannettu maailmaa
(Taskinen 2011, 41).

Sanan löyly yksi vanhimmista painetuista ilmauksista (laely) löytyy Mikael Agricolan Uudesta testa-
mentista vuodelta 1548 (Harju 2016, 8). Suomalaisella saunaperinteellä on tuhansia vuosia pitkä kat-
keamaton historia, ja se sitoo suomalaiset menneisiin sukupolviin sekä koko maan historiaan (Taski-
nen 2011, 38). Ihmisyhteisöissä rituaaleilla on turvaa tuova vaikutus, sillä ne nimenomaan liittävät ih-
miset vuosituhantiseen traditioon (Laukkanen & Laukkanen 2020, 87). Vuonna 1937 perustettu Suo-
men Saunaseura ry vaalii suomalaista saunaperinnettä ja tekee sitä tunnetuksi. Suomalaisen saunakult-
tuurin todisteena toiminee nimi sauna, joka on sama kaikilla maailman kielillä – ruotsia ja venäjää lu-

kuun ottamatta. (Taskinen 2011, 37-38). Suomessa on yli kolme miljoonaa saunaa ja ulkomailla suomalaistyyppisiä saunoja pääsee kokemaan esimerkiksi ulkosuomalaisten luona, Suomen suurlähetystöissä ja rauhanturvaajien tukipaikoissa (Harju 2016, 7, 103).

2.1 Yleiset saunat

Yleisellä saunalla tarkoitetaan saunaa, joka on kaikkien käytettävissä maksua vastaan. Suomessa tällaisia saunoja on ollut 1800-luvulta lähtien. Alun perin niiden toiminta liittyi teollistumiseen ja kaupungistumiseen, sillä asunnoissa ei vielä ollut pesutiloja, joita maaseudulta kaupunkiin muuttanut työväestö tarvitsi. Yleisiä saunoja on eritasoisia ja -hintaisia. Saunoja löytyy myös hotelleista, kylpylöistä, uimahalleista ja muista matkailukohteista. Maastamme löytyy yli 50 kylpylää ja noin 220 uimahallia. (Harju 2016, 34–35, 38.) Suomalaisten elämäntapaan kuuluvat niin ikään uimahallit ja kylpylät – onhan sauna erottamaton osa suomalaista kylpyläkulttuuria (Taskinen 2011, 56). Urbanit saunat kiinnostavat, joten yleiset saunat ja muut yhteisölliset paikat lisääntyvät kaupungeissa (Harju 2016, 36). Kysyntä on kovaa terveys- ja hyvinvointibuuminkin ansiosta, sillä se ei osoita laantumisen merkkejä, vaan ihmiset ovat entistä kiinnostuneempia hyvinvoinnistaan ja saunan vaikutuksesta siihen. Maailmalla tämä on hyvä lisä saunamaamme brändiin. (Laukkanen & Laukkanen 2020, 130.)

2.2 Saunaelämys

Elävä tuli, vesi ja löyly, kivi ja kiuas sekä puu ja lauteet ovat suomalaisen saunan tärkeimmät elementit, jotka yhdessä tekevät suomalaisesta saunasta aidon ja uniikin kokonaisuuden. Sauna from Finlandilla ajatellaan, että saunaelämys on kokemuksena moniaistinen ja kokonaisvaltainen. Voidakseen tarjota maailman parhaan saunaelämyksen, on sen koostuttava tunnistettavista ja laadukkaista elementeistä sekä ydinarvoista. Saunaelämys muodostuu siitä, mitä tapahtuu ennen saunaa, saunassa ja saunomisen jälkeen. Ihminen palaa saunomaan, mikäli elämys on jättänyt vahvan positiivisen muistijäljen. Nykyajan hektisessä elämässä elämysten merkitys voimistuu, sillä ne edistävät hyvinvointia ja jaksamista. (Heininen, Harju, Äijänen, Krook, Säntti & Torppala 2020, 18, 42.)

Saunaelämykseen liittyviä ydinarvoja on kahdeksan: aitous, moniaistisuus, läsnäolo & rentoutuminen, hyvinvointi & terveys, kontrasti, puhtaus, turvallisuus ja vastuullisuus. Aitous vaikuttaa saunaelämyk-

sen uskottavuuteen, moniaistisuus puolestaan kokonaisvaltaiseen kokemukseen. Läsnaololla ja rentoutumisella viitataan ajan kulun, huolten ja ympäröivän maailman unohtamiseen. Sauna on todellinen hyvinvointia ja terveyttä edistävä tekijä – siellä keho ja mieli löytävät tasapainon. Kontrasti puolestaan lisää saunaelämyksen nautintoon pohjautuvaa arvoa eli hedonistista arvoa. Tämän mahdollistaa saunan yhdistäminen vapaa-aikaan ja hetkeen, jolloin ajatukset saadaan pois arjen kiireestä. Puhtaus korostuu saunaelämyksessä, sillä asiakkaiden mukaan se on tärkein asia. Elämyksen keskeisin elementti on kuitenkin turvallisuus. Koko asiakaspulun aikana asiakkaiden turvallisuuden pitäisi olla taattu. Vastuullisuudella viitataan tässä yhteydessä taloudelliseen ja sosiaaliseen vastuullisuuteen sekä ympäristö vastuullisuuteen. Näiden kahdeksan ydinarvon olemassaolo tulisi muistaa yrityksissä, joissa tarjotaan saunaelämyksiä. (Heininen ym. 2020, 44–113.)

2.3 Saunat työ- ja yrityselämässä

Koska sauna on oleellinen osa yhteiskuntaamme, se on myös merkittävä työllistäjä. Taskisen mukaan sauna on oleellinen osa suomalaista työ- ja yrityselämää ja on olemassa satoja yrityksiä, jotka ovat keskittyneet saunatuotteisiin ja -palveluihin. Lisäksi saunalla on oma osuutensa viennissä, ovathan suomalaiset saunatuotteiden tekijät alansa huippuja. Sauna from Finland on sauna-alan toimijoiden puolesta perustettu yhdistys, jonka tavoitteena on edistää suomalaista saunakulttuuria ja tukea saunapalveluiden kehitystä. (Taskinen 2011, 60.)

Harju toteaa, että Suomi on sekä saunaosaamisen kiistaton ykkösmaa että saunainnovaatioiden maa. Merkitys korostuu teollisuudessa, matkailussa ja työllisyydessä – sauna-alaan liittyvät yritykset työllistävät tuhansia ihmisiä. Liiketoiminta on monialaista, sillä joukosta löytyy niin saunatuotteita valmistavia yrityksiä kuin saunojen ja kiukaiden valmistajia sekä saunaelämispalvelujen tuottajia. Uusia yrittäjiä, esimerkiksi saunojen suunnittelijoita ja hyvinvointipalveluyrittäjiä, löytää alalle jatkuvasti. (Harju 2016, 115.) Saunalla on osuutensa myös työhyvinvoinnissa, sillä se saattaa kuulua esimerkiksi henkilöstöpäivien ohjelmaan (Taskinen 2011, 79).

3 SAUNAN TERVEYSVAIKUTUKSET

Todistetusti saunalla on positiivisia terveysvaikutuksia ja saunominen on sallittua oikeastaan kaikille. On vain joitakin sairauksia ja tilanteita, jolloin saunominen ei ole suotavaa, ja asiasta tulisi silloin keskustella lääkärin kanssa. (Laukkanen & Laukkanen 2020, 15, 99–100.) Lapsetkin voivat saunoa turvallisesti aikuisten seurassa, mutta on otettava huomioon, että he eivät kestä lämpöä aikuisen tavoin. Aivan pienille vauvoille saunominen ei kuitenkaan sovi, sillä heidän lämmönsietokykynsä on vielä huono. (Harju 2016, 25.) Saunomisen aikana ihon pintalämpötila nousee jopa 38–41 asteeseen (Laukkanen & Laukkanen 2020, 96). Saunominen on isossa osassa suomalaisten elämää ja kyselyn mukaan 45 % saunoo 1–2 kertaa viikossa, 15 % kolme kertaa viikossa, 14 % 4–6 kertaa viikossa, 10 % päivittäin ja 16 % ei sauno juuri koskaan (Laukkanen & Laukkanen 2020, 16).

Lämmössä istuminen nostaa hien pintaan ja samalla syke nousee, verenkierron määrä iholla lisääntyy, sydän pumppaa verta tehokkaammin ja lihakset rentoutuvat. Lisäksi verisuonet laajenevat, verenkierto helpottuu ja verenpaine laskee. Liikunnan tavoin saunan kuumuus haastaa kehoamme hyvällä tavalla, helpottaen stressiä, olotilaa ja nukahtamista. Muiden elämäntapamuutosten ohessa liikunta kuuluu osaksi monien pitkäaikaissairauksien ehkäisyä, hoitoa ja kuntoutusta. Tutkimus antaa näyttöä sille, että säännöllinen liikunta ja saunominen yhdessä vähentävät äkillisen sydänkuoleman suhteellista riskiä enemmän kuin pelkkä saunominen tai liikunta itsessään. Tutkimusryhmän väestötutkimuksiin perustuvat havainnot osoittavat, että säännöllinen saunominen on yhteydessä esimerkiksi pienempään sydänperäisen äkkikuoleman, sydänsairauksien, verenpainetaudin, dementian, keuhkosairauksien ja aivoverenkiertohäiriöiden riskiin sekä matalampaan tulehdusmerkkiaineiden tasoon. Paljon saunovien suhteellisen sairastumisriskin on todettu olevan pieni. (Laukkanen & Laukkanen 2020, 7, 18, 25.)

Sen lisäksi, että tutkimustulokset herättävät huomiota ulkomaita myöten, ovat tulokset mielenkiintoista luettavaa myös terveydenhuollon ammattilaisille. Esimerkiksi aivohalvauksessa merkittävin riskitekijä on kohonnut verenpaine. Sauna puolestaan vaikuttaa verenpaineeseen myönteisesti, joten sillä uskotaan siksi olevan ennaltaehkäisevää merkitystä. Aivohalvaus on vakava, vammauttava sairaus, joka aiheuttaa paljon kustannuksia terveydenhuollolle. Lukemattomista terveyttä edistävästä hyödyistä huolimatta vastaavia hyötyjä ei voitu osoittaa saavutettavan syöpäsairauksien osalta, mikä on yksi ikääntyvän väestön kasvava kansanterveydellinen ongelma. Kyseisen tutkimuksen mukaan runsas saunominen ei vähennä eikä lisää syöpäsairauksien vaaraa. Tutkimusryhmä ei ole voinut ottaa tutkimuksissaan huomioon lainkaan saunovien ryhmää, sillä sellaista on suomalaisten keskuudessa liki mahdoton

luoda. Alkuperäisessä, melkein kolmentuhannen miehen saunakyselyihin vastanneiden aineistossa oli vain 12 henkilöä, jotka eivät saunoneet ollenkaan. (Laukkanen & Laukkanen 2020, 30, 31, 34, 52.)

Lukuisten muiden vaikutusten ohessa saunomisen voidaan todeta edesauttavan elimistön palautumista henkisestä ja fyysisestä rasituksesta. Vaikutukset heijastuvat myös mielen ja kehon hormoneihin. Niin kutsuttujen mielihyvähormonien muutosten mittaaminen on haasteellista, mutta beetaendorfiinin pitoisuus voi saunomisen jälkeen suurentua, mikä selittäisi koettua mielihyvän tunnetta. Mielihyvähormoneilla on yhteys stressin ja ahdistuksen vähenemiseen, kipukynnyksen kasvamiseen sekä kasvun ja paranemisen tukemiseen. Pitkään on etsitty saunan aiheuttaman mielihyvän ja rentoutumisen mekanismeita tai syytä, mutta esimerkiksi hormonimittauksia on haastava toteuttaa. Voidaan olettaa hormonimuutosten liittyvän saunomisen myötä tulevaan rentouttavaan ja hyvän olon tunteeseen. (Laukkanen & Laukkanen 2020, 65–66, 75.)

Jo vuosien ajan suomalaiset kilpaurheilijat ovat käyttäneet saunaa ja sen tuomia hyötyjä osana urheilijaelämänsä (Laukkanen & Laukkanen 2020, 69). Urheilusuorituksen jälkeen onkin suositeltavaa saunoa, sillä lihaksisto lepää lauteilla kuin itsestään ja saunassa on myös hyvä ja helppo venytellä (Heininen ym. 2020, 41). Jooga ja pilates ovat saaneet Suomessa uuden merkityksen saunajoogana ja -pilatesena. Sopiva lämpötila harjoituksille on 50 astetta. Saunajoogassa yhdistyvät mieto lämpö, saunan hiljaisuus ja joogaan pohjautuvat yksinkertaiset liikkeet, joilla on rentouttava ja vahvistava vaikutus. Lämmön ansiosta kehosta tulee elastisempi ja tehostaa siten liikkeiden vaikutusta. Jäykemmätkin nivelet ja selkäranka venyvät paremmin. Lisäksi saunajooga poistaa tehokkaasti kuona-aineita. (Harju 2016, 40–41.) Saunajooga on omalta osaltaan myös toteuttamassa yhtä saunaelämyksen ydinarvoista; läsnäoloa ja rentoutumista. Saunajoogan ansiosta löytää yhteyden mielen ja kehon välillä. (Heininen ym. 2020, 70.) Osaksi omia saunarutiineja ja hyvinvointia voi ottaa myös esimerkiksi vihtomisen, saunaterapeutin palvelut, turpeen ja suolahoidot (Harju 2016, 49, 80, 89, 93).

3.1 Vaikutus suomalaisten onnellisuuteen

Suomi on useampana vuonna saavuttanut onnellisimman maan tittelin ja onnellisuutta arvioidessa on otettu huomioon muun muassa bruttokansantuote, sosiaaliturva, vapaus sekä ilon ja surun kokemukset. Sauna on vahvassa osassa maamme kulttuuria, joten voidaan miettiä olisiko silläkin vaikutusta onnellisuuteen. Laukkaset kertovat kirjassaan tutkijakollegastaan Setorista, joka koki ensimmäisellä kerral-

laan, että saunominen on pitkästyttävää. Hän mietti myös sitä, voisiko saunassa olla televisio tai voisiko sinne ottaa mukaan jonkun älylaitteen esimerkiksi muovipussissa. (Laukkanen & Laukkanen 2020, 83.)

Setorin kokemus on oikeastaan surullinen esimerkki siitä, kuinka teknologiariippuvaisia olemme nykyään, varsinkin älylaitteiden suhteen. On totta, että teknisillä ratkaisuilla mahdollistetaan jatkuva yhteydenpito ja saadaan siten tuotua ihmisiä lähemmäs toisiaan. Tärkeää olisi kuitenkin huomioida se, että todellisuudessa olemme varsin ahdistuneita ja yksinäisiä, sillä teknologian ansiosta saamme helposti yhteyden kaikkiin muihin paitsi itseemme. Suorastaan pelkäämme nykyään hiljaisuutta ja ikävystymistä. Nämä tunteet olisi tärkeä kohdata ja samalla tulee perehtyneeksi ympäristöön aivan eri tavalla – tavalla, jota pakotettu ulkopuolinen stimulaatio ei salli. Sauna onkin tähän oivallinen paikka, sillä pitkästyminen myötä voi löytää uusia näkökulmia ja ratkaista sisäisiä konflikteja. Saunassa ei ole pahemmin muuta tekemistä, joten siellä on mahdollista saavuttaa hiljainen tila, jonka aikana voi keskittyä vain itseensä ja oppia yksinäisyyden taiteesta. (Laukkanen & Laukkanen 2020, 83–84.)

Saunomisen voisi olettaa olevan merkittävässä osassa suomalaisten onnellisuutta, sillä saunojat vaikuttavat olevan hyvin elämänmyönteisiä ja iloisia. Lisäksi he kokevat elämänlaatunsa korkeammaksi ja saunomiseen liittyvä sosiaalisuus ja yhteisöllisyys ovat omiaan vaikuttamaan mielenterveyteen positiivisesti. Sauna on varsinainen turvapaikka, jossa tasa-arvoinen ilmapiiri on vahvasti läsnä eikä esimerkiksi titteleillä ole merkitystä. Yhteen lauseeseen tiivistettynä: sauna luo yhteenkuuluvuutta. (Laukkanen & Laukkanen 2020, 86.)

3.2 Wellness-trendi

Saunan terveysvaikutukset ovat loistava lisä Suomen brändiin maailmalla, sillä terveys- ja hyvinvointibuumi ei näytä hiljenevän. Brittilehti Evening Standard hehkutti eräässä otsikossaan Suomen olevan pohjoismaisen hyvinvoinnin uusi kuuma kohde ja neuvoi unohtamaan Tanskan ja hyggen. Ei siis ole lainkaan ihmeellistä, että viime vuosina Suomeen on enenevässä määrin rakennettu trendikkäitä yleisiä saunoja, joihin myös turistit löytävät ja joita hehkutetaan ulkomaisissa medioissa. (Laukkanen & Laukkanen 2020, 130.) Harju mainitsee kirjassaan, että 86 prosenttia kansainvälisistä vieraista haluaa Suomen-matkallaan kokea suomalaisen saunan. Kiinnostus ulkomaalaisten keskuudessa on niin suurta, että kysyntää saunaelämyspalveluille todellakin riittää. Suomalaisella saunalla on niin suuri merkitys, että sille on pyhitetty kalenterista oma päivä – kesäkuun toinen lauantai. (Harju 2016, 48, 117, 122.)

4 TALVIUINTI

Kylmässä luonnon vedessä uiminen ei ole uusi keksintö, sillä sairauksia ja sielua on hoidettu kylmällä vedellä jo muinaisen Kreikan ja Rooman kansalaisten keskuudessa. Suomalaiset puolestaan ovat käyneet 1600-luvulta lähtien avannoissa, tarkoituksenaan lieventää saunomisen aiheuttamaa hikoilua. On kuitenkin mahdotonta tietää, ketä voisi pitää talviuinnin keksijänä. Vuonna 1923 Suomeen perustettiin ensimmäinen talviuintiseura, Talviuimarienkerho ry. Perustajaa Emil Järvöä pidetään täten suomalaisen talviuinnin isänä. Alkuun Talviuimarienkerho ry oli pitkään ainoa rekisteröity talviuintiseura, kunnes toisen maailmansodan jälkeen talviuinnin suosio kasvoi ja paikkoja tuli lisää. Laji kehittyi vuosikymmenien aikana ja 1980-luvulla talviuinti levisi valtakunnalliseksi kuntoilumuodoksi. Vuonna 1989 pidettiin lajin ensimmäiset SM-kilpailut. Suomen Latu alkoi puolestaan edistämään talviuintia vuonna 1990. (Asikainen, Kettunen, Korhonen, Linnolahti, Määttänen, Rantala, Schärer & Sihvonen 2011, 7.)

Talviuinnilla tarkoitetaan karaisua alle 10 asteisessa luonnon vedessä, ja kyseessä voi olla joko avovesi tai avanto, jota pidetään uppopumpulla tai kiertopropellilla auki uintia varten (Leinonen 2020, 13). Nykyään käytetään pääsääntöisesti nimitystä talviuinti avantouinnin sijaan, sillä nimensä omainen avantouinti sulkisi ulkopuolelleen muun kylmän veden uimisen. Talviuintikausi on kuitenkin kahdeksan kuukauden mittainen, kestäen lokakuusta toukokuuhun. Harrastuksena talviuinti on luonnonläheisyytensä lisäksi varsin edullinen. (Viisaasti vesillä.) Pelkkä uimapuku on yleensä riittävä, mutta useat talviuimarit käyttävät myös myssyä, sormikkaita ja tossuja. Kiinnostus talviuintia kohtaan lisääntyy jatkuvasti ja Suomessa harrastajia on nyt jo noin 100 000. (Leinonen 2020, 13.) Lajia on kokeillut jo yli puoli miljoonaa suomalaista ja suosio on kasvanut myös miesten, nuorten ja kaupunkilaisten keskuudessa (Asikainen ym. 2011, 8).

Kylmä itsessään stimuloi ihossa olevia hermopäätteitä ja kasvattaa sydämen työmäärää, minkä takia hengityselimistön kuorma kasvaa. Tärkeintä on muistaa, että kylmänsietokyky on erittäin yksilöllistä ja siihen vaikuttavia tekijöitä ovat muun muassa sukupuoli, ikä, fyysinen kunto sekä kehon koko ja muoto. On myös olemassa sairauksia ja lääkkeitä, jotka vaikuttavat kylmänsietokykyyn sitä heikentävästi. (Leinonen 2020, 14–17.) Huolimatta edellä mainituista tekijöistä ja talviuintiin totumisesta, on varsinkin lajia aloittaessa hyvä aloittaa vain muutaman sekunnin kastautumisilla. On myös normaalia, että ensimmäisillä kerroilla hengitys salpautuu kylmän veden takia. (Turun avantouimarit.) Hieman kokeneemmalle talviuimarille kastautumisen tyypillinen kesto on noin 20–40 sekuntia, eikä sinä aikana ehdi vielä syntyä hypotermian vaaraa. Harvempi uimari viipyy vedessä kahta minuuttia tai sitä

pidempää. (Leinonen 2020, 19.) Talviuimarit jakaantuvat tyypillisesti kahteen ryhmään: ennen uintia saunovat ja saunomattomat. Terveysten kannalta on tärkeä muistaa, ettei saunasta saa mennä suoraan avantoon, vaan keholle täytyy antaa aikaa viilentyä, jotta lämpötilaero ei ole liian raju sydämelle (Laukkanen & Laukkanen 2020, 77).

4.1 Lajin harrastajat

Leinonen mainitsee kirjassaan vuonna 2010 toteutetusta Suomen Ladun tutkimuksesta, jonka mukaan talviuinti on varsin pitkäaikainen harrastus, sillä enemmistö vastaajista oli harrastanut talviuintia kaksikymmentä vuotta tai kauemmin. Tämä antaa osviittaa sille, että suurin osa harrastajista on keski-ikäisiä. Kolme merkittävintä syytä talviuinnin aloittamiseen ovat ystävien esimerkki, yleinen kiinnostus lajia kohtaan sekä etenkin saunomiseen liittyvä sosiaalisuus ja yhteisöllisyys. Talviuintia harrastavat kokevat, että lajin ansiosta uimakauden voi pidentää koko vuoden mittaiseksi. Tyypillinen talviuimari käy uimassa 2–3 kertaa viikossa. Vain 10 %:n osuus ilmoitti uivansa päivittäin. Lähes 40 % vastaajista ui vain kerran yhden käyntikerran aikana, mutta lähes yhtä suuri osuus vastaajista ilmoitti uivansa 2–3 tai 4–5 kertaa, ja tämä selittynee saunomisen yhdistämisellä talviuintiharrastukseen. Puolet vastaajista käy iltauinnilla ja vain pieni osa käy aamuisin. Talviuinti soveltuu kaikille, lapsia ja tiettyjä sairauksia sairastavia henkilöitä lukuun ottamatta. (Leinonen 2020, 18–21.)

Samaisen Suomen Ladun kyselyn mukaan talviuintia harrastavat pääosin naiset (70 %). Kyselyyn vastasi 966 henkilöä ja suurin osa vastaajista oli keski-ikäisiä (50–59-vuotiaita) tai sitä vanhempia (60–69-vuotiaita). Noin 20 % vastaajista oli nuorempia (40–49-vuotiaita) ja alle 10 % oli vielä nuorempia. Suurin osa vastaajista ilmoitti asuvan Etelä-Suomessa. Vastaajien koulutustaustat jakautuivat seuraavasti: lähes 30 prosentilla opisto- tai AMK-tasoinen tutkinto ja ylioppilastutkinto, alle 20 prosentilla peruskoulututkinto. 45 % ilmoitti olevansa työntekijäasemassa työpaikallaan, eläkeläisiä oli melkein 30 % ja alle 15 % ilmoitti toimivansa johtavassa asemassa. Viimeinen, alle 10 %:n osuus jakaantui opiskelijoiden ja työttömien kesken. (Leinonen 2020, 18–19.)

4.2 Terveysyödyt

Kylmäuinnista koituu lukuisia myönteisiä terveysvaikutuksia, joista ehkä merkittävimpiä ovat rentoutuminen, mielen ja olon virkistyminen sekä stressin väheneminen tai poistuminen. Monet kokevat

flunssan iskevän harvemmin ja unen laadun parantuneen aloitettuaan talviuinnin. Kylmäkaraisu auttaa myös erilaisiin särkyihin, vilkastuttaa verenkiertoa, kohentaa työhyvinvointia ja voimistaa seksuaalista halukkuutta. Mainitsemisen arvoisia hyötyjä ovat lisäksi myönteisen elämänasenteen lisääntyminen, nivelten parempi toiminta, paineensietokyvyn paraneminen, tunteiden tasoittuminen, allergiaoireiden lievittyminen, lihasten palautumiskyvyn paraneminen sekä talvi-ihottumien, päänsärkyjen ja migreenien vähentyminen. (Leinonen 2020, 20.)

4.3 Kylmähoidot

Kylmähoidot ovat suosittuja urheilijoiden palautumisprosessissa ja joidenkin sairaustilojen hoidossa – tutkimusten sekä urheilijoiden ja potilaiden kokemusten perusteella saaduista tiedoista voidaan huomata, että kylmähoito on hyödyllistä. Kylmähoitojen teho perustuu kudoksiin vaikuttavaan toimintaan, sillä se aiheuttaa supistumista, ehkäisten kudosten kudosvenytyksen, -venähdyksen tai -repeytymisen jälkeistä kudosturvotusta ja verentungosta – suojaten kudosta lisävaurioilta. Kylmähoitoa esimerkiksi kylmäuinnin muodossa suositellaan varsinkin reumapotilaille, sillä monet kokevat oireidensa lievittyvän avannossa. Muita kylmähoitoja ovat kryohoidot eli huippukylmä- ja jäädytushoidot. (Leinonen 2020, 95–99.)

Nimenomaan saunan ja avantouinnin yhdistelmästä on vähän tutkittua tietoa, vaikka kylmän vaikutuksesta kehon toimintaan löytyy tietoa. Viitteiden mukaan kylmän veden aiheuttama reaktio voisi parantaa stressinsietokykyä ja toistuva altistuminen voisi parantaa kylmänsietokykyä. Tarkempien tutkimustulosten puutteessa on vaikea sanoa olisiko oikeanlaisella kylmä-kuumahoidon yhdistelmällä merkittävimpiä vaikutuksia terveytemme kuin saunomisella tai avantouinnilla yksinään. Kylmähoitojen ja talviuinnin kaltaisen tunteen voi saavuttaa myös kokeilemalla kylmää suihkua ja kuumaa saunaa vuoroitellen. Tällaisella tavalla tapahtuva lämpötilan vaihtelu vilkastuttaa niin ikään elimistön verenkiertoa. Kylmä aktivoi kehoissamme olevaa ruskeaa rasvaa, jonka tehtävänä on ylläpitää kehon normaalia lämpötilaa ilman lihasvärinää. Kehon lämpötila nousee ruskean rasvan polttaessa energiaa. (Laukkanen & Laukkanen 2020, 76–79.)

5 TYKKIMÄEN SAUNA

Tykkimäen Sauna on Kouvolassa, Käyrälammen rannalla sijaitseva yleinen sauna, joka on avoinna vuoden jokaisena päivänä. Nykyinen sauna on avattu tammikuussa 2017 ja ennen sitä saunojia ja uijia palveli pieni VR:n sauna useiden vuosikymmenien takaa. Nykyiseen toimintaan verrattuna VR:n toiminta oli hyvin alkeellista, sillä asiakkaiden piti itse huolehtia muun muassa avantoreiän hakkaamisesta sekä sen ylläpitämisestä ja peseytyminen tapahtui ämpärideellä. Kyseinen paikka ei ole enää toiminnassa – Saunan nykyinen yrittäjä Mikko Mäkelä entisenä VR:n työntekijänä ja silloisena henkilöstövuokrausfirman omistajana osti paikan ja alkoi kehittää toimintaa samalle paikalle. Uuden paikan luominen alkoi vuonna 2015. (Kekkonen 2022.)

Tarkoituksena oli luoda toimintaa isommassa mittakaavassa entisen toiminnan tilalle, sillä yleiset saunat ovat kasvattaneet valtavasti suosiotaan ja siten yleistyneet. Toisena tarkoituksena oli myös mahdollistaa mukava ajanviettopaikka kaikille vauvasta vaariin luoden jotain sellaista, mitä kaupungista tai lähialueilta ei vielä löytynyt. Käytännön toteutuksessa oli mukana arkkitehti Pentti Hellén, joka on huomionnut toiveet maanläheisyydestä, luonnonmukaisuudesta ja rouheista pinnoista. Liiketoiminta on lähtenyt sauna-, uinti- ja kahviotoiminnasta sekä ryhmäpalveluista ja jonkinlaisesta oheismyynnistä. Joka vuosi on ollut tavoitteena tuoda jotain uutta; 2017/2018 urheilullisemmat aktiviteetit, 2019/2020 saunayoga, terassin laajennus ja 2021 toinen saunalautta. Alkukesästä 2022 vuokrauspiste aloitti toimintansa järven vastarannalla. Vuoden 2021 alusta yrityksen toimijana on Reporanka-Yhtiöt Oy ja Reporanka Invest Oy omistaa kiinteistön ja alueen. Investillä on myös rakennustoimintaa ja asuntojen vuokrausta. (Kekkonen 2022.)

Nykyään yrityksen tarjontaan kuuluu 40m² kokoinen sauna, jossa on maakaasulla lämpenevä jatkuva lämmitteinen kiuas. Kiukaassa on kiviä reilun 2 500 kilon edestä. Saunalauttoja on kaksi, joista toinen on ryhmien käyttöön ja toinen lämpenee yleiseen käyttöön kolmena päivänä viikossa. Puulämmitteisiin saunalauttoihin mahtuu enimmillään reilu 10 henkilöä. (Tykkimäen Sauna.) Itse saunarakennuksesta löytyy myös Saunatupa, joka toimii ryhmien tilana ja kahviona. Lisäksi rakennuksessa on tietysti keittiö, varastotilaa ja henkilökunnan tiloja. Iso terassi palvelee kesäkaudella ja osa terassista on saunojen käytössä ympäri vuoden. Terassin päädystä löytyy Vilpola, jota ryhmät voivat vuokrata. Kesäisin terassilla on myös Terassiteltiltä, jota vuokrataan ryhmille. Pihan perältä löytyvästä kontista saadaan asiakkaille SUP-lauttoja ja kajakkeja vuokrattavaksi. (Kekkonen 2022.)

5.1 Henkilöstö

Mikko Mäkelä toimii Reporanka Invest Oy:n yrittäjänä. Yhtiöllä on puolestaan noin 10 työntekijää, joista kolme on täysipäiväisiä. Kesäisin työntekijämäärä on kaksinkertainen. Toukokuussa haastattelemani restonomi Laura Kekkonen toimii operatiivisena johtajana ja huolehtii muun muassa talous- ja henkilöstöhallinnosta, kehitystyöstä, aktiviteeteista, vuokraustoiminnasta, kassatyöskentelystä ja tarvittaessa myös esimerkiksi siivouksesta. Kokonaisuudessaan henkilöstön työtehtäviin kuuluu saunatoiminnan lisäksi kahvio- ja ryhmäpalvelut sekä aktiviteetit ja oheismyynti. Oheismyyntivalikoima koostuu omien tuotteiden lisäksi pienyritysten ja paikallisten yritysten tuotteista. Esimerkiksi haminalaiselta Ole Hyvä Luonnontuotteelta hankitaan pesuaineita sekä myyntiin että asiakkaiden käyttöön pesu- ja saunatiloihin. Lisäksi lappeenrantalaiselta Tacklalta hankitaan saunatuotteita ja hyödynnetään saman yrityksen painatuspalveluita. (Kekkonen 2022.)

5.2 Kilpailijat

Alati yleistyvällä ja suosiotaan kasvattavalla alalla on luonnollisesti myös tasokkaita kilpailijoita, esimerkiksi Helsingissä sijaitsevat Löyly ja Allas Sea Pool. Lisäksi Kuopiosta löytyy samalla konseptilla toimiva Saana ja Etelä-Savosta Järvisydän. Paikallisista toimijoista Virtakiven Sauna on yksi vahvimista kilpailijoista, sillä heidän toimintakonseptinsa sisältää paljon samaa. Tykkimäen Sauna on erillinen toimija, eikä liity Tykkimäen huvipuistoon, vesipuistoon eikä Action Parkiin. Vastarannalle on kuuluneen vuoden aikana auennut majoitusta tarjoava Tykkimäki Resort, jonka kanssa Sauna voi sekä kilpailla että tehdä yhteistyötä. Saunalla ei ole omaa majoitustoimintaa, jota puolestaan Resort tarjoaa. Saunapalveluita voidaan tarjota esimerkiksi yksityissaunan muodossa ja asiakkaita voidaan ohjata näiden kahden toimijan välillä. (Kekkonen 2022.)

Tykkimäen Saunalla ei ole mitään omaa seuratoimintaa, eli heillä ei ole sauna- eikä avantouintiseuraa, eikä ole aikomuksena perustaakaan. Saunan jäseneksi pystyy kuitenkin liittymään ja jäseniä onkin noin 200. Vuosimaksu on 99 euroa, jolloin kertahinnaksi jää 7,50 euroa, kun ei-jäsenille vastaava hinta on n. 11–15 euroa riippuen ajankohdasta ja asiakkaasta, sillä esimerkiksi opiskelijat saavat alennusta. Jäsenille kuuluu myös muita lippuetuja ja heille järjestetään muun muassa omat pikkujoulut. Seurojen suhteen lähin kilpailija olisi valkealalainen Likolammen Talviuimarit Ry, jolla on pieni sauna- ja uintipaikka Valkealatalon yhteydessä. (Kekkonen 2022.)

Toukokuussa 2018 Tampere kruunattiin maailman saunapääkaupungiksi. Puoltavina tahoina olivat Suomen Saunaseura ja kansainvälinen saunaliitto International Sauna Association. Tampere on ansainnut tittelinsä yleisten saunojensa määrän ja niiden tason ansiosta. (Koskinen 2018.) Tampereelta ja sen lähialueilta löytyy yhteensä yli 55 yleistä saunaa (Visit Tampere). Suomen vanhin yleinen sauna Rajaportti sijaitsee Tampereella, ja se on aloittanut toimintansa vuonna 1906. Kyseisellä saunalla kerrottiin myös ansaitusta tittelistä. Saunapääkaupunkitittelin käyttäminen alkoi paikallisten saunayhteisöjen keskuudessa, kun alueelle alettiin rakentamaan 20:tä yleistä saunaa. Tittelillään Tampere lisää näkyvyyttä niin kotimaassa kuin ulkomailla. (Koskinen 2018.)

6 KEHITYS TOIMINTAVUOSINA

Sauna aloitti toimintansa tammikuussa 2017. Alkuun oli hiljaisia aikoja, ja otti aikansa ennen kuin ihmiset löysivät paikan. Vuonna 2018 yritys oli jo hyvin kouvolaisten sekä ympäryspaikkakuntalaisten tiedossa ja on otettu todella hyvin vastaan, ollen varsinkin kouvolaisten oma ylpeyden aihe. Alkuaikojen kävijämäärää verrattaessa nykyiseen kävijämäärään viiden toimintavuoden jälkeen, voidaan todeta sen moninkertaistuneen. Vuonna 2019 kävijämäärä oli kaksinkertainen verrattuna alkuaikoihin, pysyen sitä seuraavana vuonna aika lailla samana. Nykyään vuosikävijämäärä on noin 40 000. Alussa saunalla kävi keskimäärin 23 asiakasta päivässä, vastaavan luvun ollessa nykyään noin 161. Kävijämäärää tarkastellaan myytyjen lippujen kappalemäärän perusteella, lisäksi sarjakorteista jää merkintä kulunvalvontalaitteeseen. (Kekkonen 2022.)

Koronapandemia on niin ikään vaikuttanut myös saunan toimintaan. Tykkimäen Sauna on joutunut olemaan suljettuna keväinä 2020 ja 2021 muutaman kuukauden ja helmikuussa 2022 viikon verran. Lisäksi koronapassikäytäntö kosketti saunatoimintaa loppuvuoden 2021. Jälkeen päin voidaan todeta kävijämäärän nousseen aika lailla koronaa edeltävälle tasolle. Tänä vuonna on ollut toimintavuosien paras maaliskuu. Jäsenmäärään korona-aika on vaikuttanut siten, että jäsenyyksien määrä on lisääntynyt hitaammin, verrattuna aikaisempaan, tasaiseen kasvutahtiin. Jotkut jäsenet ovat myös eronneet koronan takia. Poikkeuksellisena aikana on osattu kuitenkin suunnistaa katseet korjaustöihin, ja saunalla on tehty remonttia, asennettu ulkokäytävien lämmitykset, vaihdettu ison saunan lauteet sekä kiuaskivet ja tehty muuta ylläpitoa, mitä on hankalampi tehdä normaalisti. Saunalla on oma talonmies ja tarvittaessa hyödynnetään paikallisten yritysten palveluita ja työvoimaa. (Kekkonen 2022.)

Sauna-, uinti- ja kahviotoiminnasta pääosin liikkeelle lähtenyt toiminta on vuosien aikana kehittynyt merkittävästi. Erilaiset ryhmäpalvelut koostuvat muun muassa TYKY-päivistä, vauvakutsuista, polttareista sekä poikien- ja tyttöjen illoista. Kasvua on tapahtunut koko ajan ja kesää vasten on ollut ajankohtaista kehittää toimintaa. Terassi on aina vetänyt puoleensa, ja sitä onkin kehitetty ja laajennettu. Saunajoogan ajoitus on osunut oikeaan hetkeen ja paikkaan. Erilaiset kausiaktiviteetit ovat myös olleet suosittuja, esimerkiksi suppailu on usein täyteen varattu ja kajakit ovat olleet suosittuja. Juhannuksena ja jouluna Tykkimäen Saunalla on positiivinen ongelma, sillä suosion takia tilojen kapasiteetti meinaa tulla vastaan. Sauna järjestää myös erilaisia tapahtumia, muun muassa lasten tapahtumia, sinkkusauvoja, talvipäiviä, erilaisia teemabileitä sekä pilkki- ja avantouintikilpailuita. Suosituimpia ovat kuitenkin saunajooga ja kesäaktiviteetit yleisesti ottaen. (Kekkonen 2022.)

6.1 (Salainen)

6.1.1 (Salainen)

6.1.2 (Salainen)

TAULUKKO 1. (Salainen)

6.1.3 (Salainen)

6.2 (Salainen)

6.3 (Salainen)

7 MARKKINOINTI

Markkinointia on toteutettu aina pitkälti Saunan omalla porukalla aina suunnittelusta lähtien. Tarkemmin ottaen markkinoinnista vastaa nykyään markkinointitiimi, josta löytyy markkinointivastaava, joka koordinoi koko markkinointia. Markkinointia toteutetaan useissa eri sosiaalisen median kanavissa ja julkaisujen taustalta löytyy aiemmin tehty ja aikataulutettu suunnitelma, jonka mukaan toimitaan. Saunalla on sisältöä Facebookissa, Instagramissa, TikTokissa sekä kotisivuillaan. Lisäksi YouTubessa on vähän sisältöä ja joskus on ollut maininta esimerkiksi Kouvolan Sanomien menovinkeissä. Kouvolan Sanomat on myös omalta puoleltaan halunnut tehdä jutun Laura Kekkosen ideoimasta sinkkusaunasta, josta on sittemmin tullut suosittu. Näiden lisäksi Visit Kouvola mainostaa omalla tavallaan Tykkimäen Saunaa. (Kekkonen 2022.)

Olellaisena osana Saunan arkea ja markkinointia on myös kouvolaisten joukkueiden, kuten Kookoon, Kouvottarien ja Kouvojen tukeminen. Kyseisten joukkueiden jäsenet kuuluvat asiakaskuntaan. Sauna on tukenut myös muun muassa pienempiä lasten ja nuorten joukkueita sekä yksittäisiä urheilijoita. Tunnettuuden kautta sanoma leviää paremmin ja laajemmalle, jonka ansiosta tällainen yhteistyö on oivallinen markkinointikeino. Saunan merkittävänä maamerkinä toimii punaisen oranssina loistava korkea tolppa, jossa lukee sauna. Kaikista merkittävin markkinointikanava on kuitenkin nyt ja tulevaisuudessa sosiaalinen media, sillä se on niin arkipäiväinen ja tehokas – jos vain jatkaa suosiotaan. (Kekkonen 2022.)

Markkinoinnilla tarkoitetaan nimenomaan suurempaa kokonaisuutta, kuin esimerkiksi pelkkä mainonta. Tiedostamaton kohtaaminen eli brändikokemus syntyy nimenomaan mielleyhtymien summasta, kokonaisuudesta, eli kaikenlaisesta viestinnästä, näkyvistä ja tuntuista kokemuksista sekä näkymättömistä tuntemuksista ja uskomuksista. Positiivisen brändikokemuksen eteen voi aina tehdä töitä, vaikka loppujen lopuksi ei koskaan voi vaikuttaa täysin siihen, millaisen mielikuvan asiakas todellisuudessa saa. Brändikokemus voidaan jakaa kahteen osa-alueeseen: sisäiseen ja ulkoiseen. Yrityksen arvojen, arjen tekosten, johtajuuden sekä viestinnän kautta asiakkaille levitetään sisäisen brändikokemuksen sanomaa. Ulkoinen kokemus muodostuu puolestaan asiakkaan kohtaamisiin ja kokemuksiin perustuvan toiminnan perusteella. (Ahvenainen, Gylling & Leino 2017, 44–46.)

Tärkeä huomio on, että kokonaisvaltainen asiakaskokemus koostuu tiedostamattoman kohtaamisen lisäksi digitaalisesta ja fyysisestä kohtaamisesta. Näistä tunnistetuin on luonnollisesti fyysinen kohtaaminen, ja nykyään myös digitaalisella kohtaamisella on valtavan suuri merkitys, sillä asiakkaat ovat itsenäisesti aktiivisia sillä osa-alueella. Kolmantena tulee tämä edellä mainittu tiedostamaton tunnekokemus. Kaikki kolme erilaista kohtaamista liittyvät vahvasti toisiinsa ja kahden kokonaisuuden tuottama kokemusta pystyy nostamaan tuottamalla ylivoimaisen kokemuksen yhdessä. Toisaalta on hyvä muistaa, että yksi tekijä voi vetää toiset kaksi alas. Toisin sanoen, jos asiakaskokemus on esimerkiksi fyysisesti ja digitaalisesti onnistunut, voi ostopäätös jäädä kuitenkin syntymättä, jos yrityksen tai tuotteen maine on tiedostetuista tai tiedostamattomista tunne-elementeistä johtuen negatiivissävytteinen. Toisaalta tässäkin tapauksessa onnistunut maineenrakennus voidaan pilata sekunneissa, mikäli kasvokkaiseen kohtamiseen ei ole panostettu. (Ahvenainen ym. 2017, 34–35.)

Varsinkin nykyään, kun maailma on täynnä vaihtoehtoja ja valintoja, on ensivaikutelman vaikutus valtavan suuri. Puhutaan kuitenkin sekunneista, ellei jopa kymmenesosasekunneista, mitä tulee kasvotusten tapahtuvaan ensivaikutelmaan. Nykyään onnistunut ensivaikutelma täytyy saada toteutettua myös verkossa, sillä mahdollisen epäonnistumisen jälkeen ei välttämättä saa enää toista tilaisuutta. Ensikoh- taamiseksi mielletään tilanne, jossa asiakas tutustuu ensimmäistä kertaa yrityksen tuotteisiin, sisältöihin tai viesteihin, riippumatta kanavasta. Suuren informaatiotulvan keskellä on ensiarvoisen tärkeää saada herätettyä asiakkaan mielenkiinto. Tällä tavoin asiakas saadaan tutustumaan tuotteeseen tai palveluun tarkemmin ja hän mahdollisesti mainitsee siitä eteenpäin tuttavilleen. Toiseksi tärkeäksi kohtaamispisteeksi mielletään se, kun asiakas kokeilee tuotetta tai palvelua ensimmäisen kerran. Kokemuksen tulisi tietenkin jäädä positiiviseksi, jotta asiakas saadaan palaamaan. (Ahvenainen ym. 2017, 43.)

Ajateltaessa nykyajan, nimenomaan sosiaaliseen mediaan painottunutta markkinointia, olisi sen tärkeää olla massasta erottuvaa ja tunteisiin vetoavaa. Toisaalta Tykkimäen Saunan kohdalla markkinointi on tehty helpoksi, sillä yritys erottuu massasta toimintansa ainutlaatuisuudellaan ja harvinaisuudellaan, jolloin myös markkinoinnin puolella on oletettavasti helpompi saada huomiota. Suurimman kohderyhmän ollessa suomen kansalaiset, voidaan olettaa, ettei tunteisiin vetoaminen ole vaikeaa, sillä sauna koskettaa varmasti jokaista suomalaista jollain tapaa, vaikka ei aktiivinen saunoja olisikaan. Tässäkin tapauksessa voidaan olettaa, että tunteisiin vetoaminen on tavallaan automaattista, vaikei- kista olisi yleisen saunan palveluita kokeilemaan. Yrityksen markkinointi on esimerkillistä siinä mie- lessä, että se on ennalta suunniteltua ja aikataulutettua. Lisäksi kun markkinointi on tiettyjen henkilöi-

den vastuulla, on se omiaan selkeyttämään markkinoinnin kokonaisuutta. Markkinointi on myös monipuolista ja laaja-alaista, ottaen huomioon sosiaalisen median, perinteisen mainonnan ja yhteistyökumppanit, unohtamatta tyytyväisiä asiakkaita ja turisteja, jotka levittävät sanomaa.

Markkinoinnin ja varsinkin mainonnan olisi toisaalta hyvä luoda kuluttajille tietynlainen ärsyke, joka olisi omiaan lisäämään ihmisten mielenkiintoa kokeilla yrityksen tuotetta tai palvelua. Tällainen mainonnan ärsyke olisi toisin sanoen sen verran vahva, että se motivoisi kuluttajaa kokeilemaan mainoksessa mainittua tuotetta tai palvelua, saadakseen tietää, että onko se todellisuudessa niin hyvä kuin mitä mainos antaa olettaa. Tykkimäen Saunan tapauksessa voisi ajatella saunan olevan tunteisiin vetoamisen lisäksi myös ärsyke omalla tavallaan. Sauna kun on niin lähellä suomalaisten sydäntä, voisi ärsykkeen olettaa olevan oivallinen markkinoinnin keino, jolla saada kuluttajia kokeilemaan nimenomaan Tykkimäen Saunan palveluita. Voi jopa olla tilanteita, joissa nimenomaan supisuomalainen sauna on se, joka saa kuluttajat kokeilemaan, sen sijaan että itse yrityksen markkinoinnilla olisi niin suurta painoarvoa.

8 TULEVAISUUDEN NÄKYMÄT

Operatiivisen johtajan mukaan Tykkimäen Saunan tulevaisuuden näkymät ovat suorastaan pelkästään positiiviset, sillä on vaikea nähdä laskusuhdannetta edesspäin. Tarkoituksena on luonnollisesti jatkaa toiminnan jatkuvaa kehittämistä, mutta nähtäväksi jää, miten tämänhetkinen maailmantilanne vaikuttaa. Voidaan olettaa kuluneen koronapandemian vaikuttaneen ihmisten asenteisiin terveyskysymyksiä kohtaan, jolloin jo aiemmin muotilajina olleet saunominen ja talviuiminen ovat nousseet yhä suurempaan suosioon. Pandemian osalta ennalleen palannut maailmantilanne mahdollistaa nyt ja tulevaisuudessa turistien suuremman määrän. (Kekkonen 2022.) Mahdollisesti ympäri maailmaa tulevat turistit ovat omiaan levittämään Saunan positiivista sanomaa, joka saattaa innostaa joitakin turisteja kokeilemaan Saunan palveluita Suomessa vieraillessaan. Loistava sijainti ja kulkuyhteydet Kouvolan ja Helsinki-Vantaan lentokentän välillä tuovat varmasti lisää etulyöntiasemaa. Kylmäuintia harrastetaan muuallakin maailmassa, esimerkiksi Irlannissa, Islannissa, Britanniassa, Kanadassa, Kiinassa, Yhdysvalloissa, Uudessa-Seelannissa ja Venäjällä, joten lajin eri maiden välinen kulttuurinen ero saattaa kiinnostaa harrastajia (Leinonen 2020, 86–92).

Yleinen kustannusten nouseminen on yksi olennainen osa myös tulevaisuuden näkymiä: kun kustannukset monella osa-alueella nousevat, saattavat ihmiset joutua miettimään omia kulutusmenojaan enemmän. Kulujen lisääntyminen vaikuttaa luonnollisesti Saunan hintoihin jossain kohtaa, sillä jo nyt lippujen hinnat ovat hieman nousseet. Tällöin esimerkiksi yleisellä saunalla käyminen rahaa vastaan ei välttämättä ole kaikille se ensimmäinen prioriteetti, josta pitää kiinni tai ainakaan käydä niin usein – varsinkin jos kotoa löytyy oma sauna. Toisaalta osa voi olla edelleen yhtä halukas panostamaan omaan terveyteensä ja vapaa-ajan viettoonsa, ettei Saunan palvelujen käyttämisen lopettaminen käy mielessäkään. Sähkön hinnannousu saattaa saada osan ihmisistä suosimaan enemmän yleistä saunaa, sen sijaan, että lämmittäisi omaa saunaa kotonaan (Kekkonen 2022).

Kekkonen pohtii maakaasulla lämmitettävän ison saunan tilannetta, sillä maakaasuhanojen kiinni meneminen vaikuttaisi saunan lämmitykseen, mutta yritykseltä löytyy tämän varalle toimintasuunnitelma. Kouvolan kaupungin kehityssuunnitelmat Käyrälampea kohtaan vaikuttavat positiivisesti myös Saunan toimintaan, sillä suunnitelmaan kuuluu muun muassa bussiliikenteen ja pyörätieyhteyksien kehittäminen Käyrälammen läheisyydessä. Kehityssuunnitelmaan on kuulunut myös vastarannalle rakentunut Tykkimäki Resort ja Käyrälammen läheisyydessä kulkeva uusi luontopolku. Lisäksi yleiskäytössä olevien vuokrattavien sähköpotkulautojen toimintasäde ylettää Saunalle asti, joten sulan maan aikana tämä voi

olla omiaan lisäämään asiakasmäärää. (Kekkonen 2022.) Ihmisiltä löytyy nykyään myös yhä lisääntyvässä määrin omia sähköpotkulautoja, joiden myötä kynnys Saunalle lähtemiseen voi madaltua ja samalla asiakasmäärä saattaa kasvaa tämän ansiosta. Sauna on myös suosittu pyöräilykohde, mikä on hyvä asia myös siinä mielessä, että parkkipaikkoja on tontin pienuuden takia suhteellisen vähän, jolloin kaikki paikat saattavat olla varattuina kiireellisempinä aikoina etenkin tiettyinä sesonkeina. Kekkonen kuitenkin mainitsee, että uutta parkkitilaa ollaan saamassa vielä kuluvan vuoden aikana (Kekkonen 2022).

Tulevaisuuden näkymiä ajatellessa on tärkeää miettiä myös asioita, jotka ovat jo nyt hyvällä mallilla ja joiden halutaan pysyvän samanlaisina. Valttikortteina toimivat iso avanto sekä hyvät ja turvalliset puitteet. Lämmitys on avantokaudella merkittävä turvallisuuden lisääjä, lisäksi yleisestä turvallisuudesta sauna- ja pesutiloissa on huolehdittava aina hyvin. Turvallisuuden huomioiminen on ensiarvoisen tärkeää, jotta voidaan minimoida loukkaantumiset ja siten ylläpidetään turvallista mielikuvaa asiakkaille. Kekkonen mukaan tärkeäksi valttikortiksi voi nostaa myös Saunalla vallitsevan hyvän yhteishengen, jonka säilyminen on merkittävässä osassa tulevaisuuden näkymiä. Vuoden jokaisena päivänä auki oleva yleinen sauna saattaa olla olennainen osa sellaisten ihmisten elämää, jotka esimerkiksi asuvat kaupunkiasunnossa tai taloyhtiössä, jossa ei ole saunaa tai eivät esimerkiksi omista omaa mökkiä. (Kekkonen 2022.)

8.1 SWOT

Yleisten saunojen ja talviuinnin nykyistä suosiota ja trendikkyyttä ajattelen, on Tykkimäen Saunan valmistuminen ja toiminnan aloittaminen osunut varmasti varsin oivalliseen ajankohtaan – ei liian aikaisin eikä liian myöhään. Paikan historiasta huolimatta, olisi pahimmassa tapauksessa joku toinen saattanut ehtiä kehittämään vastaavanlaista toimintaa Kouvolaan tai muualle sen verran lähelle, ettei nykyinen toiminta olisi välttämättä lähes yhtä kannattavaa, jos olisi kilpailija suorastaan naapurissa. Yleisen saunan voidaan olettaa olevan helppo ja kannattava liiketoiminnan muoto siinä mielessä, että saunalla on helppo vedota suomalaisiin. Mahdollisuuksia on ollut paljon ja on edelleen. Toimintaan on kuitenkin alusta alkaen panostettu ja sittemmin sitä on koko ajan kehitetty palvelemaan asiakkaita yhä enemmän ja paremmin.

Heikkouksiksi voinee luokitella esimerkiksi poikkeukselliset vuodet, jolloin Sauna joutui olemaan suljettuna joinakin ajankohtina itsestään riippumattomista syistä, sillä saunaympäristö luokiteltiin tartuntariskiksi koronaviruksen takia. Toiseksi heikkoudeksi voisi mainita toisaalta positiivisen ongelman, nimittäin tilojen ahtaaksi käymisen etenkin tiettyinä sesonkeina. Vaikka tontti on käytetty hyödyllisesti ja rakennuksen tilojen käyttö maksimoitu, on fakta, että toisinaan tilojen kapasiteetti tulee vastaan. Laajentamismahdollisuksiakaan ei oikein ole, sillä järvi tulee vastaan yhdessä suunnassa, valtatie toisessa ja naapurit ovat kyljissä.

Uhkia on vaikeampi mainita, sillä lähialueella ei ole kilpailijoita ja ala on edelleen vahvassa suosiossa. Toisaalta jos esimerkiksi johonkin viereiseen isompaan kaupunkiin nousisi kilpaileva yritys, voisi se vähentää kyseiseltä alueelta tulevien asiakkaiden määrää. Tämä sen takia, jos tähän mennessä asiakkaat ovat niin sanotusti pendelöineet kahden kaupungin välillä, voisivat he jatkossa suosia lähempänä olevaa paikkaa, joka ei kaikkien kohdalla olisi Tykkimäen Sauna. Tietynlaiset vaaratilanteet saunaympäristössä ovat tietysti mahdollisia ja siten uhkana, mutta oikeanlaisilla turvallisuusjärjestelyillä niitäkin pystytään tehokkaasti välttämään.

TAULUKKO 2. SWOT-analyysi.

<p style="text-align: center;">VAHVUUDET:</p> <ul style="list-style-type: none"> -toiminnan aloittamisen ajankohta -monipuolisuus, ainutlaatuisuus -saunan asema Suomessa 	<p style="text-align: center;">HEIKKOUEDET:</p> <ul style="list-style-type: none"> -koronatoimien vaikutukset alalla -tilojen ahtaus
<p style="text-align: center;">MAHDOLLISUUDET:</p> <ul style="list-style-type: none"> -toimintaan panostaminen -toiminnan kehittäminen ja laajentaminen 	<p style="text-align: center;">UHAT:</p> <ul style="list-style-type: none"> -mahdolliset kilpailijat -turvallisuusuhat

8.2 Asiakastyytyväisyyden tarkastelu

Asiakastyytyväisyyden tarkastelussa käytetään yleensä asiakaskokemuksen mittaria Net Promoter Scorea, joka tunnetaan myös lyhenteestään NPS. Tällainen suositteluhaluuden mittari kertoo, kuinka suuri prosentti asiakkaista on valmis suosittelemaan yritystä tuttavilleen. Arvosteluasteikko on 1–10 ja vastaajat jaetaan arvostelijoihin, neutraaleihin ja suosittelijoihin. Varsinainen NPS-luku voi sijoittua -100 - +100 välille, sillä suosittelijoiden suhteellisesta osuudesta vähennetään kriittisesti suhtautuvien suhteellinen osuus. Kyseessä on yksi merkittävimmistä ja yleisimmistä asiakaskokemuksen mittareista. Asiakaskokemuksen rooli on loppujen lopuksi keskeisessä osassa yritysten toimintaa, sillä se luo kilpailuetua. Lisäksi asiakaskokemukselle avautuu uusia mahdollisuuksia digitalisaation myötä ja asiakaskokemus tuo yritykselle liiketoimintamahdollisuuksia. (Ahvenainen ym. 2017, 20, 24.)

Yleisellä tasolla lienee kuitenkin aiheellista pohtia, voisiko asiakastyytyväisyyttä pohtia muultakin kannalta, kuin pelkkää NPS-lukua tuijottaen. Vaikka kyseessä on yleinen ja yksinkertainen mittari, jonka voidaan olettaa antavan realistisen tuloksen, voisi Saunan asiakastyytyväisyyttä tutkia esimerkiksi muiden mittareiden sekä toiminnan kasvun, suosion ja muiden asiakaspalautteiden kautta – niin suullisten kuin sanallisten.

Tulevaisuutta ajatellen kehityskohteiksi asiakastyytyväisyyden mittaamisen suhteen voisi ehdottaa NPS:n rinnalle muita tapoja. Ahvenainen ja kumppanit mainitsevat kirjassaan siitä, kuinka asiakastyytyväisyyden mittaamisen sijaan tulisi mitata asiakkaan asioinnin vaivattomuutta käyttäen esimerkiksi CES-mittausta. Tarkoituksena on kysyä asiakkailta heille tärkeimmistä asioinnin vaivattomuutta vahvistavista asioista. (Ahvenainen ym. 2017, 120.) Jokaisella yrityksellä on kuitenkin pohjimmiltaan tarkoituksena kehittää muun toiminnan ohella myös asiakaspalveluaan tehokkaammaksi ja laadukkaammaksi. Asiakaspalvelu voidaan nähdä niin sanotusti pakollisena pahana, mutta todellisuudessa asiakaskokemusten mittaaminen ja tulosten hyödyntäminen parantaa asiakaspalvelun tilannetta loppujen lopuksi. Tällainen positiivinen muutos heijastuu myös yrityksen kulurakenteeseen ja siitä tulee osa tuotavampaa liiketoimintaa. (DialOk.)

DialOkin mukaan CES eli Customer Effort Score kertoo vahvasti siitä, mikä asiakkaan ostopäätös tulee tulevaisuudessa olemaan, sillä mittarin avulla saatujen tuloksien pohjalta pystytään kehittämään

palvelupolkua entistä vaivattomammaksi ja kontaktipisteitä paremmin saavutettaviksi. CES kulkee käsikädessä NPS:n kanssa siinä mielessä, että vahva CES vahvistaa NPS-sijoitusta. Kun tämä yhtälö yhdistetään vielä CSATiin eli Customer Satisfaction Score -tutkimukseen, saadaan tarkkaa tietoa jokaisen kontaktipisteen tilanteesta. Lyhykäisyydessään CSAT osoittaa kuinka tyytyväinen asiakas on ollut tuotteeseen, palveluun tai palvelutilanteeseen. Tämä toimii indikaattorina muiden asiakaskokemusmittareiden ohella, ja ilmaisee asiakkaan tyytyväisyyden palvelupolun tietyssä kontaktipisteessä. Näiden tulosten pohjalta pystytään kehittämään tuotetta tai palvelua enemmän asiakastarpeita vastaavaksi. Mittausasteikko on 1–5, jossa 5 tarkoittaa erittäin tyytyväistä asiakasta. (DialOk.)

Kun halutaan päästä suoraan asiakaskokemuksen ytimeen ja mitata asiakaslupausten täyttymistä, on mystery shopping oivallinen analysointitapa. Tällä tavalla saadaan analysoitua koko asiakaspolku todellisuudessa ja mittarit määritetään yritys- ja brändikohtaisesti, jotta ne saadaan vastaamaan arvo- ja asiakaslupausta. Mystery shopping -tutkimus on asiakaskokemuksen tilan kokonaisvaltainen kuvaus, sillä sen mittareita ovat esimerkiksi ensivaikutelma, tervehdykset, äänensävy, ammattitaitoisuus, myynnillisuus ja kuuntelukyky. Toisin sanoen siinä tiivistyvät aivan kaikki asiakaskokemuksen mittarit. (DialOk.) Tämän tutkimustavan ottaminen osaksi liiketoimintaa voisi olla mielenkiintoinen kokemus, sillä sen myötä voisi tulla esille uusia näkökulmia ja mahdollisia kehityskohteita, joiden avulla toimintaa voisi niin ikään kehittää entistä paremmaksi.

Vaihtoehtoja on siis paljon, kun niitä selvittelee tarkemmin, eikä tyydy vain NPS:n käyttöön ja siitä saatavan luvun tuijottamiseen. On tärkeää osata katsoa toimintaa avarakatseisemmin ja siten hyödyntää erilaisia mittareita. Mystery shopping vaikuttaisi olevan suhteellisen käytetty palvelualoilla, ja sen pohjalta saatujen tulosten perusteella on helppo tiedostaa kehityskohteet, mutta samalla myös ne asiakaspalvelun osa-alueet, jotka ovat jo kunnossa, eli joiden suhteen on onnistuttu. Kyseessä on kuitenkin niin konkreettinen ja suoraan sanoen raaka mittari, kun puolueeton henkilö vierailee yrityksessä avain kuin kuka tahansa asiakas, mutta havainnoi samalla toimintaa asiakaspalvelulliselta näkökulmalta ja tekee johtopäätöksiä – saaden palkkaa niin sanottuna haamuasiakkaana työskennellessään.

Yksi perinteinen tapa asiakaskokemuksien ja -tyytyväisyyden tarkasteluun on myös suora suullinen palaute, joko kysyttäessä tai ilman. Lisäksi voisi hyödyntää joko paperisia tai digitaalisia lomakkeita ja

kartoittaa siten asiakkaiden kokemuksia, mieltymyksiä ja toiveita – niin vakioasiakkailta kuin satunnaisilta kävijöiltä. Lomakkeessa voisi olla sekä monivalintakysymyksiä, että vapaa sana -kenttä. Kaikista merkittävimpiä olisivat tietysti sellaiset referenssit, joissa asiakas paneutuisi kokemaansa kokemukseen kunnolla, ja pohtisi esimerkiksi millaisia tunteita käynti herätti ja mitä mahdollisesti muuttaisi Saunan toiminnassa. Tällaisista vastauksista saisi todella paljon irti toiminnan kehittämistä ajatellen, sillä kyseessä on sellaisen asiakkaan mielipide, joka on oikeasti asioinut paikassa ja tehnyt johtopäätöksensä sen perusteella – joko vakituksena kävijänä tai satunnaisena, kenties jopa ensikertalaisena. Toisaalta tällaisten lomakkeiden suhteen on tärkeää pysyä hyvän maun rajoissa, eikä missään nimessä tyrkyttää vastaamista jokaiselle asiakkaalle, vaan sen tulisi perustua täysin vapaaehtoisuuteen – muuten saatetaan pahimmassa tapauksessa karkottaa asiakkaita pois.

Saunalla saadaan suoraa palautetta usein, varsinkin suullisena paikan päällä. Palautetta tulee myös sosiaalisessa mediassa, mutta enemmän kuitenkin suullisessa muodossa. Yrityksessä jokainen asiakaspaute otetaan huomioon ja tarvittaessa reagoidaan sen vaatimalla tavalla. Mahdollisuuksien mukaan asiakkaiden toiveita pyritään toteuttamaan, esimerkkinä kokeilussa ollut toinen aamusaunapäivä ja paljon kysytyjen tuotteiden ottaminen valikoimaan. (Kekkonen 2022.)

8.3 Markkinointi tulevaisuudessa

Markkinoinnin rooli on merkittävä etenkin sosiaalisessa mediassa, joten sen ylläpitämistä ja kehittämistä on syytä jatkaa toden teolla. Yhdeksi kehitysideaksi voisi mahdollisesti ottaa kaupallisten yhteistöiden tekemisen sosiaalisen median vaikuttajien kanssa, sillä moni yritys hyödyntää nykyään tällaista markkinointia, tavoittaen kaupallisten julkaisujen myötä lukemattoman määrän ihmisiä. Näiden vaikuttajien ei välttämättä tarvitsisi olla edes kouvolaalaisia tai Kouvolasta kotoisin olevia. Esimerkiksi pääkaupunki-seudulle ja viereisiin kaupunkeihin on suhteellisen lyhyt matka, joten sielläkin asuvia vaikuttajia voisi varmasti kiinnostaa Tykkimäen Saunalla käyminen ja sisällön tuottaminen sosiaalisen median eri kanaviin palkkiota vastaan.

Kekkonen puolestaan mainitsee markkinoinnin osalta tulevaisuuden näkyymiin ajan hermolla pysymisen etenkin sosiaalisessa mediassa sekä trendien seuraamisen. Lisäksi hänen mielestään markkinointisuunnitteluun voisi panostaa enemmän ja kirjata ylös ihan mustaa valkoisella, että kuka tekee mitä ja milloin.

Muutosta asiaan on kuitenkin jo tullut markkinointivastaavan myötä, jonka ansiosta markkinointi on suunniteltua ja selkeää tällä hetkellä. Nostoina ovat myös säännöllisyyden ylläpitäminen ja mahdollisuuksien mukaan urheilijoiden tukemisen lisääminen sekä pien- ja paikallisyrittäjien tukeminen jatkosakin. (Kekkonen 2022.)

8.4 Talviuintitoiminnan kehittäminen

Nimenomaan avanto- ja talviuintinäkökulmaa tarkastellessa on oikeastaan positiivinen ongelma siinä mielessä, että kehityskohteita on vaikea miettiä, kun puitteet ovat jo ennestään hyvät. Tämän voidaan olettaa olevan sen ansiota, että alun perinkin toiminta ja tilat on suunniteltu tietyntylaisiksi. On tavallaan tiedetty mitä alueelle kaivataan tällä osa-alueella ja siinä on onnistuttu. Tilat ja palvelut ovat olleet suosittuja, ja niitäkin on vuosien aikana kehitetty palvelemaan kasvanutta asiakaskuntaa entistä paremmin – positiivisena ongelmana tilojen kapasiteetin vastaan tuleminen toisinaan. Saunaympäristö ja toiminta olisivat varmasti toisenlaisia, jos esimerkiksi valmiiseen, tyhjillään olevaan rakennukseen ja rantatonttiin olisi yritetty alkaa luomaan moista konseptia.

Tällä hetkellä Saunan aukioloajat ovat seuraavat: maanantaista torstaihin 15–21, perjantaisin 6–10 ja 12–21 sekä viikonloppuisin 12–21. Aukioloajat ovat toimivat, sillä luonnollisesti saunaympäristössä aikaa menee myös esimerkiksi siivoukseen ja yleiseen paikkojen kuntoon laittoon ennen avaamista ja sulkemisen jälkeen. Tärkeä huomio on myös, että sauna on avoinna vuoden jokaisena päivänä, ja että tiloille on pidemmällä aikavälillä varmasti parempi, etteivät sauna- ja pesutilat ole jatkuvasti lämpiminä ja kosteina. Suurin osa asiakaskunnastakin suosii oletettavasti ilta-aikoja – varsinkin työssäkäyvät ja he, jotka mieltävät saunomisen iltaan.

Perjantaisin on kuitenkin tarjolla myös aamusauņa, joka on ollut suosittu mitä tulee esimerkiksi saunojan aamiaisen myytyihin määriin. Lisäksi perjantai tarjoaa viikonlopun lisäksi muutenkin pidemmän aukioloajan. Pidempi perjantaiukiolo on oletettavasti heidän suosiossansa, jotka tekevät esimerkiksi osapäivätyötä, jolloin perjantai saattaa olla vapaa. Jonkin verran on myös kokonaan tai osittain etänä työskenteleviä ihmisiä, jolloin työnteko voi olla joustavampaa esimerkiksi liukuvan työajan ansiosta ja sen myötä pystyy hyödyntämään perjantain aukioloaikoja eri tavalla. Koronan jälkeen toista aamusauņapäivää ei ole vielä otettu takaisin (Kekkonen 2022).

Ottaen huomioon sekä talviuintiin entä julkisiin saunoihin liittyvän trendin, on tämän opinnäytetyön tarkoituksena pohjimmiltaan pohtia talviuintitoiminnan kehittämistä Tykkimäen Saunalla. Kuten aiemmin mainittu, on yrityksellä etulyöntiasemaa kilpailijoiden ollessa vähissä tai kaukana, mutta toisaalta saunomista ja talviuintia voi harrastaa myös omissa puitteissa, eikä niihin välttämättä tarvita julkisen saunan palveluita – kaikki talviuimarit eivät tarvitse edes saunaa. Tykkimäen Saunan toiminta on kuitenkin niin paljon kaikkea muutakin kuin saunaa ja uintia. Siellä voi asioida muutenkin, järjestää tapahtumia, osallistua aktiviteetteihin ja ennen kaikkea olla osa tietynlaista yhteisöä.

Talviuinti on tällä hetkellä edelleen vahvasti trendinä, eikä sen suosiolle näy hidastetta, pikemminkin päinvastoin. Jo nyt isona valttikorttina on iso avanto, jota pidetään auki oikein asennetuilla ilmapumpuilla. Voisi nimittäin olla mahdollista, että väärin sijoitellut pumput aiheuttaisivat vaaratilanteita, esimerkiksi uimarin jään alle työntymisen riskin. Ylipäätään Saunalla on panostettu turvallisuuteen – tästä oivallisena esimerkkinä lämmitetyt kulkureitit avantokaudella. (Kekkonen 2022.) Saunan ympäristössä on myös ohjeistuksia ja turvallisuustietoja, esimerkiksi sukelluskiellosta ja suihkukäytännöistä, niin suomeksi kuin englanniksi, jotta yhteiset säännöt olisivat kaikkien tiedossa. Englannin kieli on tärkeä lisä turisteja ajatellen, ja kielivalinta on oikea siinäkin mielessä, ettei Kouvola ole kaksikielinen kaupunki ruotsin osalta.

Kuinka sitten kehittää talviuintitoimintaa, kun puitteet vaikuttavat olevan kunnossa, asiakkaat tyytyväisiä ja positiivisena ongelmana tilojen ahtaus toisinaan. Ainakaan toiminnan tason ei pitäisi antaa laskea, eli puitteet on pidettävä jatkuvasti kunnossa, huolehdittava asiakastyytyväisyydestä sesongista ja asioinnin syystä riippumatta. Lisäksi voisi hyödyntää esimerkiksi edellä mainittuja mittaus- ja tutkimistapoja, tehden tuloksien pohjalta tarvittavia muutosliikkeitä. Tilojen suhteen on pohdittava sitä, että miten toisinaan ahtaaksikin käyvät tilat saataisiin pysymään palvelevina asiakasmäärän mahdollisesti yhä kasvaessa, kun ei oikein ole mahdollisuutta laajentaa tiloja konkreettisesti. Kiireisinä sesonkeina aukioloaikojen laajentaminenkaan ei välttämättä toimi asiakasmäärän hajauttamista ajatellen, sillä samalla tavalla ihmiset ovat pääsääntöisesti töissä päivisin ja vapaalla iltaisin ja viikonloppuisin.

Toisaalta digitalisaation myötä voisi olla mahdollista järjestää sauna- ja talviuintitoimintaa itseohjautuvasti, ilman henkilökunnan läsnäoloa, jolloin palkkakustannuksetkin olisivat pienemmät. Tässä tullaan

kuitenkin siihen, että liikutaan vaarallisilla vesillä, jos lasketaan henkilöitä itsekseen tai pienessä ryhmässä keskenään saunomaan tai uimaan aukioloaikojen ulkopuolella, ilman esimerkiksi ensiaputaitoisen työntekijän paikallaoloa. Kyseessä olisi turvallisuusriski luultavasti tilojen, mutta etenkin ihmisten kannalta, joten tällaisessa ympäristössä digitalisaation mahdollistamaa itsepalvelun hyötyä ei voida oikeastaan lainkaan toteuttaa. Mikäli tällainen olisi mahdollista, palvelisi se varsinkin niitä, jotka suosisivat päiväkäyntejä esimerkiksi ilta- tai yötyön takia ja toisaalta myös esimerkiksi heitä, jotka kokevat vähissä vaatteissa olemisen tuntemattomien keskuudessa liian ahdistavaksi.

Tätä opinnäytetyötä varten luetussa kirjallisuudessa ei ollut sanaakaan esimerkiksi alaraajahalvaantuneiden saunomisesta ja uimisesta, että olisiko esimerkiksi talviuinti kielletty alaraajahalvaantuneelta, jos terveydentilassa ei muuten ole mitään kylmäaltistusta estävää. Asiasta ei välttämättä siksi ollut mainintaa, koska sitä ei todennäköisesti ole pahemmin päästy kokeilemaan, saati tutkimaan. Esteettömyyttä ei kovin usein tule mietittyä, varsinkaan jos se ei kosketa omaa elämää. Yhtenä merkittävänä kehitysideana avantouinnin businessnäkömien suhteen voisikin pitää esteetöntä talviuintia.

Jo tällä hetkellä Tykkimäen Saunan tilat parkkipaikalta aulaan ja edelleen pesutiloihin ja isoon saunaan ovat suhteellisen esteettömät. Merkittävin kehityskohde olisi nimenomaan itse avanto. Olosuhteiden takia on melko vaikea saada henkilölle avustajia mukaan hyiseen veteen, joten saadakseen esimerkiksi alaraajahalvaantuneen henkilön kastautumaan, tulisi kehittää jonkinlainen hissi tai luonnon vettä sisältävä luiskamainen uintikuja. Molemmissa tulee kuitenkin huomioida, että henkilön ollessa kyvytön liikkutamaan ja mahdollisesti myös ilmaisemaan itseään kunnolla, olisi hänet tarvittaessa pystyttävä saamaan vedestä äkkiä pois lämpöiseen. Tämän takia olisi erittäin tärkeää, että hissi ja/tai uintikuja olisivat toimivia, turvallisia ja luotettavia.

Kyseisen konseptin onnistuessa voisivat pyörätuolia tai muuta apuvälinettä käyttävät henkilöt päästä saunomisen lisäksi kokeilemaan talviuintia ja mahdollisesti hyötyä siitä. Kiinnostuneita kokeilijoita saattaisi tulla kauempaakin, ja hyödyntää tällaista harvinaislaatuista palvelua isoilla ryhmillä avustajineen. Tästä voisi lähteä liikkeelle uudenlainen trendi, jota voisi myös alkaa tutkimaan omanlaiselta näkökannaltaan. Ennen kaikkea tärkeintä olisi kuitenkin selvittää etukäteen henkilön mieltymyksiä ja kiinnostusta asiaan, sekä ennen kaikkea tarvittaessa konsultoida lääkäriä terveydentilasta, ettei mitään esteitä ole.

Esteettömien talviuintipaikkojen olisi hyvä olla erillään muiden käyttämistä paikoista, jotta vältetään käytännöllisiltä ja turvallisuuteen liittyviltä ongelmilta. Mahdollisesti esteettömät uintiajat voisi myös aikatauluttaa siten, etteivät ne olisi samaan aikaan muiden kanssa, jos tilojen suhteen on hankaluuksia. On tärkeää ottaa myös huomioon, että ainoastaan iso sauna palvelisi esteettömästi, sillä saunalautat ovat ahtaampia ja vaikeakulkuisempia, ajatellen varsinkin pyörätuolia käyttäviä. Esteettömässä talviuinnissa voisi olla loistava markkinarako, johon iskeä, kunhan suunnittelutyö muistetaan toteuttaa huolella ja ottaa huomioon kaikki vaikuttavat asiat, sillä investointi olisi merkittävä. Mahdollisesti voisi myös konsultoida esimerkiksi apuvälineitä käyttäviä henkilöitä, heidän avustajiaan ja läheisiään sekä terveydenhuollon ammattilaisia. Ammattilaisten kommentteilla ja neuvoilla toiminnasta voisi todennäköisesti saada hiottua varsin timanttisen.

9 JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA

Ei ole vastaan väittäminen, etteikö saunomisella ja talviuinnilla olisi vaikutuksia fyysiseen, psyykkiseen ja sosiaaliseen toimintakykyyn ja terveyteen. Yleisten saunojen ja talviuinnin trendi on ollut vahva, eikä niiden suosiolle näy loppua, joka on tietysti positiivista alan yrityksille – ja pidemmällä tähtäimellä mahdollisesti myös suomalaisten kansanterveydelle. Toisin sanoen voidaan jopa ajatella, että julkisia saunoja ja talviuintia koskeva yritystoiminta ja investoinnit mahdollistavat pitkällä aikavälillä sen, että kansan sairastavuus vähenee ja siten terveydenhuollon kustannukset pienenevät, mikä on tietysti aina toivottua.

Tykkimäen Saunan olemassaolo ja palvelut ovat olleet alueella tarpeellisia ja suosittuja. Toiminnan aloitus on osunut varsinaiseen kultasuoneen ja rakennuksesta ympäristöineen on osattu jo alun perin muodostaa sellainen, että se palvelee asiakaskuntaa hyvin ja siinä on mahdollisuuksia kehittää toimintaa, kuten kuluneiden toimintavuosien aikana on tehtykin. Toimintaa on osattu myös suunnata ja kehittää oman tontin ulkopuolelle, tästä esimerkkinä kesällä 2022 vastarannalle avattu konttiperiaatteella toimiva vuokrauspiste.

Asiakastoiveiden kartoittamiseen ja kuunteluun voisi varmasti panostaa aina enemmän ja enemmän. Sama pätee asiakastyytyväisyyteen, jonka mittaamiseen on useita eri mittareita ja tutkimistapoja. Tärkeänä nostona myös esteetön talviuinti, johon Tykkimäen Saunalla voisi olla potentiaalia niin halutesaan. Kyseisellä toiminnalla saisi lisää etulyöntiasemaa ja samalla voisi toimia edelläkävijänä sekä mahdollistaa uuden tutkimusaiheen luomisen.

Kulunut vuosi on Saunan kuudes toimintavuosi, ja tilat ovat siten vielä suhteellisen uudet, mutta puhuttaessa kosteista tiloista, jotka ovat kovalla käytöllä, tulevat isommat remontit varmasti ajankohtaiseksi jossakin kohtaa. Tähän mennessä koronasulkuja on osattu hyödyntää oivallisesti, ajoittamalla pienet remontit ja kunnostustyöt sulkujen ajalle. Isompien remonttien tullessa ajankohtaiseksi voi olla mahdollista, että ne vaikuttavat aukioloaikoihin ja Sauna saatetaan joutua sulkemaan joksikin ajaksi. Remontit pyritään kuitenkin lähtökohtaisesti toteuttamaan aina niin, ettei saunaa jouduta sulkemaan.

Kokonaisuudessaan toiminta on kannattavaa ja vakaalla pohjalla. Kehityssuuntaa katsoessa voidaan todeta, ettei ideapula ole tullut eteen. Investointeihin on oltu myös valmiita ja ne ovat olleet kannattavia. Loppujen lopuksi koronasulutkaan eivät ole vaikuttaneet liiketoimintaan negatiivisesti laajempaa

kokonaiskuvaa tarkasteltaessa, mikä on todella positiivista. Tykkimäen Saunalla on niin sanottu perusta ja toimintaperiaatteet jo nyt monilta osin erittäin hyvässä kunnossa, mutta kuten sanonta kuuluu, täydellisyyttä ei ole olemassa. Aina löytyy siis jotain parannettavaa, jotain mitä hioa entistä paremmaksi. Voi löytyä jopa uusia aluevaltauksia, kuten esteetön talviuinti.

Nykyisellä kehityssuunnalla voidaan olettaa suosion ja kävijämäärien kasvavan entisestään. Jokaisen käynnin takana on kuitenkin aina jokin syy; oli se sitten mielenkiinto talviuintia kohtaan, halu käyttää yleisen saunan palveluita tai tarve pitää terveydestään huolta ja olla osa yhteisöä. Kun asiakas saadaan palaamaan uudestaan ja uudestaan, etenkin pidemmän matkan takaa, voidaan olettaa asiakaskokemuksen olleen onnistunut. Ylipäätään positiiviset kokemukset saavat monesti asiakkaan palaamaan, mahdollisesti tuttava mukanaan, jolle on suositellut yritystä, ja joka on siten kiinnostunut. Saunaympäristössä saadaan luotua myös merkittäviä elämyksiä, jotka lisäävät entisestään sitä mahdollisuutta, että asiakkaat palaavat hymyssä suin, varsinkin kun me suomalaiset olemme todellista saunakansaa.

LÄHTEET

- Ahvenainen, P., Gylling, J. & Leino, S. 2017. *Viiden tähden asiakaskokemus: tee asiakkaistasi faneja*. Saatavissa: <https://kauppakamaritieto-fi.ezproxy.centria.fi/fi/s/ak/kirjat/viiden-tahden-asiakaskokemus-2017/>. Viitattu 12.11.2022.
- Asikainen, M., Kettunen, A., Korhonen, V., Linnolahti, J., Määttänen, T., Rantala, J., Schärer, L. & Sihvonen, M. 2011. *Terveyttä talviuinnista*. Saatavissa: https://www.suomenlatu.fi/media/ulkoile/talviuinti/talviuinnin-julkiset-tiedostot/talviuintioppas_netti.pdf. Viitattu 11.8.2022.
- DialOk. *Asiakaskokemuksen mittaaminen strategisena työkaluna*. Saatavissa: <https://www.dialok.fi/lisapalvelut/asiakaskokemuksen-mittaaminen/>. Viitattu 18.11.2022.
- Harju, C. 2016. *Sauna – aito suomalainen elämys*. Jyväskylä: Kirjakaari Oy. Viitattu 10.6.2022.
- Heininen, E., Harju, C., Äijänen, P., Krook, P., Säntti, H. & Torppala, V. 2020. *Aidon suomalaisen saunaelämyksen laatukäsikirja*. Jyväskylä: (Keuruun laatupaino) Sauna from Finland ry. Viitattu 10.6.2022
- Kekkonen, L. 2022. Operatiivisen johtajan haastattelu 11.5.2022. Tykkimäen Sauna. Kouvola. Viitattu 18.5.2022, 24.11.2022.
- Koskinen, A. 2018. *Tampereesta maailman saunapääkaupunki: Kaupungissa ja sen lähellä on jo 20 yleistä saunaa ja uusin avataan kohta – Katso koko lista*. Saatavissa: <https://yle.fi/uutiset/3-10215070>. Viitattu 30.6.2022.
- Laukkanen, T. & Laukkanen, J. 2020. *Sauna, keho & mieli*. Jyväskylä: Docendo Oy. Viitattu 10.6.2022.
- Leinonen, L. 2020. *Talviuinti: terveyttä ja hyvää oloa luonnonvesistä*. Helsinki: Basam Books Oy. Viitattu 10.8.2022.
- Taskinen, K. 2011. *Sauna: puhtaasti suomalainen*. Jyväskylä: Kirjakaari Oy. Viitattu 10.6.2022.
- Turun avantouimarit. *Tutkittua tietoa avantouinnista*. Saatavissa: <https://www.turunavantouimarit.fi/talviuinti/tutkittua-tietoa-avantouinnista/>. Viitattu 1.10.2022.
- Tykkimäen Sauna. Saatavissa: <https://www.tykkimaensauna.fi/>. Viitattu 12.11.2022.
- Viisaasti vesillä. *Talviuinti*. Saatavissa: https://www.viisaastivesilla.fi/etusivu/pelastu_ ja_ pelasta/jaalla/talviuinti. Viitattu 10.8.2022.
- Visit Tampere. *Saunapääkaupunki*. Saatavissa: <https://visittampere.fi/nae-ja-koe/saunapaakaupunki/>. Viitattu 30.6.2022.