

Matka Bulgarian mineraalilähteille: Uuden terveysturismatuotteen kehittäminen

Rositsa Kauppinen



Tekijä(t) Rositsa Kauppinen	
Koulutusohjelma Matkailun liikkeenjohdon koulutusohjelma	
Raportin/Opinnäytetyön nimi Matka Bulgarian mineraalilähteille: Uuden terveysturismatuotteen kehittäminen	Sivu- ja liitesivumäärä 35+5
<p>Opinnäytetyö on osa kehittämistäni matkailualan yrittäjäksi. Suuntaudun yrittäjyyteen, ja toiminnallinen opinnäytetyö tarjosi mahdollisuuden kokeilla oman yritysideoitan kehittämistä. Halusin lisää itsevarmuutta yrittäjyyden tiellä, sekä tutkia aihetta joka on ajankohtainen. Aihe on ajankohtainen sen takia, että matkatoimistojen myynti on kasvanut, ja terveysturismatuotteen suosio kasvaa koko ajan.</p> <p>Työn tavoitteena on suunnitella uusi terveysturismapaketti, joka sijoittuu Bulgarian yhteen monista terveys- ja hyvinvointikylpylöistä. Matkan kesto on 9 päivää, joista 7 vietetään kylpylässä ennalta valittujen toimenpiteiden parissa. Toimenpiteet ovat jaettu 3 eri kategoriaan, jotka ovat liikuntaeläinsairaudet, keskus- ja ääreishermoston sairaudet tai hengityselinsairaudet. Työ on rajattu matkailutuotteen suunnitteluprosessiin, eikä sitä ole tarkoitus toteuttaa.</p> <p>Opinnäytetyö on toiminallinen, ja se on produktiivinen. Työ sisältää tietoperustan sekä empiirisen osan. Tietoperustassa tutkitaan Bulgarian potentiaalia terveysturismatuotteena sekä kylpy-oppia, terveysturismatuotteen palveluna sekä tuotekehitystä. Empiirisessä osassa keskityn luomaan uutta terveysturismatuotteen palveluna, perustuen matkailutuotteen palveluna. Esittelen myös valmiin matkapaketin, sekä eri vaiheet ideoinnista tuotekuvaukseen omien pohdintojen kanssa.</p> <p>Mentelmänä käytetään laadullista tutkimusmenetelmää sekä pöytälaatikkotutkimusta ja sekundaaritietoa. Tiedonkeruumenetelmänä käytin elektronista tietoa, osallistuvaa havainnointia sekä omaa kokemusta Bulgariasta maana. Aloitin työn tammikuussa 2018, ja sain sen päätökseen saman vuoden toukokuussa.</p> <p>Suunnitellusta terveysturismasta tuli yksinkertainen, mutta se keskittyy tärkeimpään, eli terveyden edistämiseen. Matka on kuitenkin monipuolinen, ja sen moduulit on kehitelty asiakaslähtöisesti tyydyttämään asiakkaiden tarpeita.</p> <p>Opinnäytetyön aikana olen saanut varmuuden, että tällaiselle palvelulle on tarvetta ja seuraavat vaiheet olisivat alan tarkempi tutkiminen sekä tuotteen kehitys. Tällä hetkellä en aio lähteä työstämään suunnitelmaa eteenpäin, mutta pidän sitä tulevaisuudessa mahdollisena.</p>	
Asiasanat Bulgaria, terveysturismi, matkailutuote, kylpylä, valmismatka, matkailutuotteen suunnittelu	

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Bulgaria.....	3
2.1	Maantiede	4
2.2	Talous ja politiikka.....	5
2.3	Kulttuuri.....	5
3	Terveysmatkailu	7
3.1	Terveysmatkailun, hyvinvointimatkailun ja terveydenhoitomatkailun erot	8
4	Kylpy-oppi ; balneologia ja balneoterapia	10
4.1	Balneologian historiaa.....	10
4.2	Balneologia Bulgariassa.....	11
4.2.1	Mineraalilähteet.....	11
4.2.2	Kylpyläkeskukset.....	12
5	Matkailutuote palveluna.....	15
5.1	Matkailutuotteen suunnittelu.....	15
5.2	Asiakaslähtöinen matkailutuote	18
5.3	Ryhmämatka ja valmismatka	19
5.4	Tuotekehitys ja tuotteistaminen	20
5.5	Asiakasryhmät	21
6	Valmismatka Bulgariaan.....	23
6.1	Suunnitteluprosessi.....	23
6.2	Tuotteen esittely.....	25
6.3	Matkan kesto ja hinnoittelu.....	26
6.4	Päiväohjelma	27
6.5	Hoidot	28
6.6	Valmis tuotekuvaus.....	28
7	Johtopäätökset ja pohdinta.....	30
8	Lähteet.....	32
9	Liitteet	36

1 Johdanto

Opinäytetyön tavoitteena on tutkia uuden terveysmatkan perustamista. Tavoitteena on suunnitella terveysmatka yhteen Bulgarian monista terveyskylpylöistä. Matkan kesto on yhdeksän päivää, joista seitsemän vietetään kylpylässä. Aion tutkia Bulgariaa terveysmatkailukohteena, sekä myös sitä, mitä tällaisen matkan järjestämiseksi tarvitaan. En tee tätä toimeksiantona, koska tarkoituksena ei ole toteuttaa suunnitelmaa vaan tutkia aihetta. Tärkeässä osassa opinäytetyötä onkin uuden matkailutuotteen suunnitteluprosessi ja tulevaisuudessa kuitenkin voisi olla tarkoituksena lanseerata tämäntyylinen terveysmatka.

Kiinnostuin aiheesta koska olen itse puoliksi bulgarialainen, ja omasta kokemuksestani tiedän millainen terveysmatkailu potentiaali maalla on. Bulgarialla on potentiaalia terveysmatkailumaana, koska siellä on maailman toiseksi eniten mineraalilähteitä - jopa yli 600 ja se on yksi maista jolla on hyvinvointiin liittyviä majoitusvaihtoehtoja eniten koko Euroopassa. (Mainil ym. 2017, 31.)

Lisääntyneen tietoisuuden myötä terveysriskejä sisältäviä kohteita kuten esimerkiksi aurinkorantoja vältetään herkemmin, kun taas aktiivisten ja hyvinvointi- ja fitnessmatkojen kysyntä kasvaa länsimaissa. (Karjalainen, 2016.) Väestön ikääntyessä, myös terveysmatkailu tulee lisääntymään, ja Bulgarialla on mahdollisuus monipuoliseen palveluntarjontaan.

Tällä hetkellä Suomesta ei järjestetä terveysmatkoja Bulgariaan, mutta tilanne tulee varmasti muuttumaan. Bulgaria itsessään on jäänyt muiden Euroopan terveysmaiden jalkoihin markkinoinnissaan, ja esimerkiksi Italia, Tshekit ja Ranska ovat saaneet markkinoitua terveysturismiaan laajemmin, ja monet suuntaavatkin niihin maihin terveysmatkailun perässä.

Aiheen merkitys on tärkeä terveysmatkailun kannalta. Terveysmatkailu on ajankohtainen ja tärkeä aihe koska valmismatkat itsessään ovat suosittu lomatyyppe, ja terveys trendinä lisäänty mitä tietoisemmiksi ihmiset tulevat itsestään ja hyvinvoinnistaan.

Bulgarian maantieteellinen sijainti on täydellinen ja se on saavutettavissa mistä tahansa Euroopan maasta alle kolmen tunnin lennolla. Sen ilmasto, luonto ja alhainen hintataso ovat myös vahvoja kilpailutekijöitä.

Tavoitteena on kehitellä uusi terveysmatka, oppia itse lisää valmismatkojen järjestämisestä, sekä tuoda alalle jotain uutta kiinnostavaa terveysmatkailun näkökulmasta. Tarkoi-

tuksena on myös nostaa tietoisuutta Bulgariasta, balneologiasta eli kylpyopista sekä hoitavista mineraalilähteistä, jotka ovat yksi Bulgarian tärkeimpiä luonnonvaroja. (Invest Bulgaria, 6.)

Matkailun edistämisen kannalta omana päämääränäni on oppia suunnittelemaan tuote eli terveystmatka, ymmärtää terveystmatkailua paremmin ja nostaa Bulgarian imagoa terveystmatkailumaana.

Työssäni ei ole toimeksiantajaa, koska koen että yrittäjyysuuntautumiseni ansiosta, osaan hahmottaa yrittämistä sekä sen, mitä vaaditaan yrityksen perustamiseen sekä sen pyörittämiseen. Olen koko ammattikorkeakoulututkintoni aikana suuntautunut yrittäjyyteen ja minulla on ollut pidemmän aikaa haaveena aloittaa oma yritys.

Tämä opinnäytetyö toimii innostavana ja voimaannuttavana projektina tulevaisuuden yritykselleni. Työni on toiminnallinen ja käytän tiedonkeruumenetelmänä elektronista tietoa, osallistuvaa havainnointia sekä omaa kokemusta Bulgariasta maana. Kehitän uuden matkailutuotteen, ja vien lukijan kehityksen ja suunnittelun kautta kohti lopputuotetta, joka on valmiin terveystmatkan alustava suunnitelma.

Käytän laadullista tutkimusmenetelmää, jonka pohjana on pöytälaatikkotutkimusmenetelmä. Tässä menetelmässä käytetään sekundaariaineistoa, eli jo olemassa olevaa aineistoa, jota voidaan soveltaa tarpeen mukaan. Tietoa saadaan ulkoisista lähteistä kuten alan kirjallisuudesta, tutkimuksista, aikaisemmista julkaisuista, sähköisistä tietolähteistä sekä omista kokemuksistani. (Vahvaselkä 2009, 148–149.)

2 Bulgaria

Bulgaria sijaitsee Kaakkois-Balkanilla, ja se on Euroopan ja Aasian risteyskohta. Bulgarialla on värikäs historia, sillä se on ollut niin kreikkalaisten, persialaisten, makedonialaisten kuin roomalaisten vallan alla (Globalis, 2015). Bulgaria on sekoitus itää ja länttä, ja sen esimerkiksi huomaa pääkaupunkissa Sofiassa, missä kirkko ja moskeija ovat vieressä.

Bulgaria on turvallinen maa matkustaa, mutta siellä on hyvä käyttää yleistä varovaisuutta. Rantakohteissa, kuten Sunny Beachilla esiintyy taskuvarkautta, sekä katukaupustelussa voi helposti joutua huijatuksi. Rahanvaihtopisteet ovat järjestäytyneen rikollisuuden hallussa, ja usein suositellaankin vaihtamaan rahaa etukäteen. Rantalomakohteissa on enemmän rikollisuutta, koska usein päihtyneet turistit ovat helppo kohde rikollisille. (Ulkoministeriö, 2017).

Pääkaupungissa Sofiassa voi hyvin kävellä iltaisin ulkona, tietenkin noudattaen järkeä ja välttämättä tiettyjä kaupunginosia keskustan ulkopuolella Sofia on monipuolinen sekoitus bysanttilaisia rakennuksia ja moderneja kauppakeskuksia. Kaupunki on täynnä puistoja, bulevardeja ja siellä on vilkas kahvilakulttuuri. Kaupunki on myös tunnettu vilkkaasta yöelämästä, joka näkyy monipuolisessa kahvila- ja baaritarjonnassa. Sofiassa esiintyy vilkkaimilla alueilla näpistelyä, huijauksia ja taksikykydeistä veloitetaan suuria summia. Poliisiin ei kannata luottaa suurimmaksi osaksi, korruptio on erittäin yleistä. Rahalla saa kaiken Bulgariassa, ja joskus se on hyvä ja toisinaan huono asia. (Ulkoministeriö, 2017).

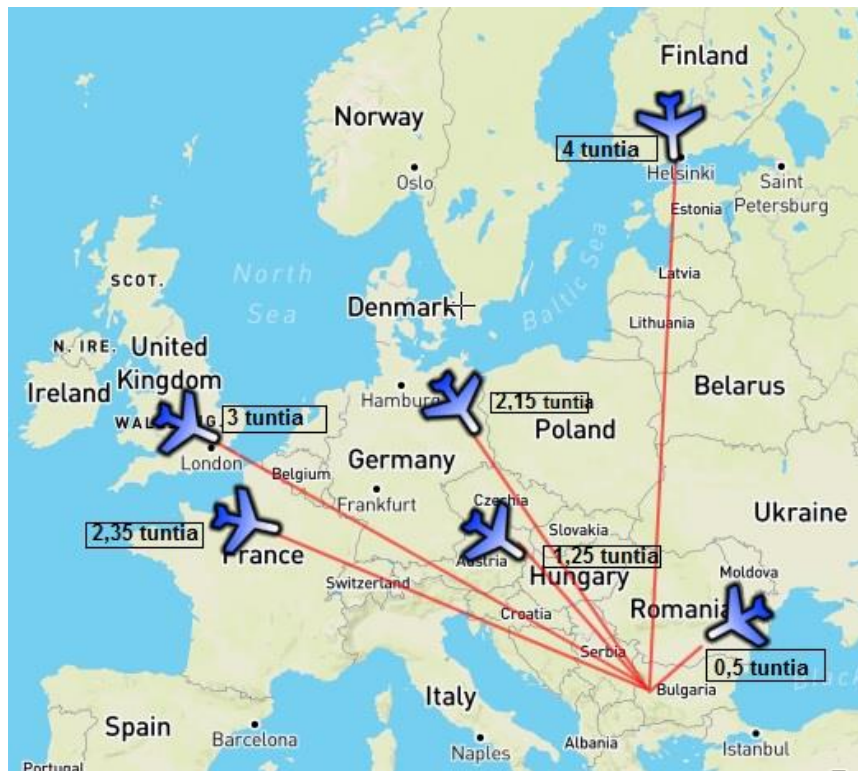
Liikenne on kaoottista, ja usein ihmiset eivät noudata liikennesääntöjä. Jalankulkijan kannattaa aina olla tarkkana, eikä aina luottaa liikennevaloihin vaan noudattaa tarkkuutta itse. Eurooppalainen sairaanhoitokortti toimii maassa, mutta aina kannattaa hankkia itse matkavakuutus. Kaikissa sairaaloissa ei aina puhuta englantia, ja monissa muissakin tilanteissa saattaa tulla ongelmia kielimuurin kanssa. Rantakohteissa on tullut ilmi myös yksityissairaaloita, jotka veloittavat suuria summia rahaa hoidoista, joten aina kannattaa tarkistaa että sairaala on luotettava ja tarkistaa paljonko hoito tulee kustantamaan (Ulkoministeriö, 2017).

Pääkaupungin ulkopuolella alkaa monimuotoinen luonto, joka koostuu seitsemästä vuorijonosta, kirkkaista järvistä, Mustanmeren rannikosta sekä vanhoista historiallisista kylistä ja kaupungeista.

2.1 Maantiede

Bulgarian maantieteellinen sijainti on erittäin suotuisa. Se sijaitsee kahden ilmastovyöhykkeen, manner- ja välimeren ilmaston välissä. Tämän ansiosta maa on otollinen ilmastoltaan, maaperältään, kasvillisuudeltaan ja eläinlajeiltaan. Maantieteellinen sijainti tekee maasta erittäin aurinkoisen, ja vuodessa on yli 250 aurinkoista päivää. (Globalis, 2015.)

Sijainti ja fyysinen ympäristö ovat tärkeitä tekijöitä kun mietitään maan matkailumerkitystä. Sijainti ja fyysinen ympäristö voidaan jakaa lämpö- ja valaisuvyöhykkeisiin, vesialueiden jakaumaan, pinnanmuotoihin, suhteelliseen etäisyyteen sekä matemaattis-maantieteelliseen sijaintiin. Manner- ja välimeren ilmastossa on pitkä, kuuma sekä aurinkoinen kesäkausi, ja vuodenaikojen muutokset eivät ole dramaattisia.



Kuvio 1. Bulgarian suhteellinen etäisyys Euroopan muihin kaupunkeihin.

Suhteellinen etäisyys on myös tärkeä tekijä, ja Bulgaria onkin sijoittunut enemmän kuin erinomaisesti idän ja lännen välille. (Vuoristo K, 55-56.) Euroopan jokaisesta kaupungista on enintään neljän tunnin lento Bulgarian pääkaupunkiin Sofiaan (kuvio 1). Tämä on tär-

keä tekijä, koska se kertoo Bulgarian saavutettavuudesta ja näin ollen matkailupotentiaalista. Mitä helpommin kohde on saavutettavissa, sen houkuttelevammaksi ja helpommaksi kohde muuttuu.

2.2 Talous ja politiikka

Talouden tärkeimmät mittarit ovat toimiva yhdyskuntarakenne sekä monipuolinen kansainvälinen talouselämä. Bulgaria onkin suhteellisen tuntematon matkailumaana, ellei lasketa mukaan rannikon ”turistikuplia”. Vuoristo kuvailee kirjassaan turistikuplia alueina jotka poikkeavat jyrkästi ympäristöstään. (Vuoristo K, 111).

Vaikka Bulgariaa ei lasketa kehityskausi, eikä ole poliittisesti vaarallinen, on sen matkailupotentiaali jäänyt vain rannikkolomailun varaan. Bulgaria elää edelleen osittain siirtymätaloudessa ja muutos kohti demokraattista markkinataloutta on edennyt verkkaisesti. Vuoden 2009 talouskriisi ravisteli Bulgariaa ja sen jälkeen kasvu on ollut hitaampaa. Bulgaria kamppailee vieläkin korruption kanssa, ja kansalla on vaikeuksia luottaa maan talouteen ja poliittiseen johtoon. Maa on vieläkin Euroopan köyhin maa, ja tulevaisuudessa se joutuu monien haasteiden eteen. Näistä esimerkkinä ovat ikääntyvä demografia, koulutettujen nuorten ulkomaille muutto, sekä koulutuksen ja uudistuksien puute. Nykyisin palvelusektori yhdessä turismin ja ulkomaankaupan kanssa muodostavat pääosan maan bruttokansantuotteesta. (Globalis, 2015).

Bulgaria kuuluu Pohjois-Atlantin liittoon sekä Yhdistyneisiin kansakuntiin, ja se on unitääriinen valtio. Maa itsessään on upea ja täynnä historiaa, mutta valitettavasti esimerkiksi korruptio ja järjestäytynyt rikollisuus ovat tekijöitä, jotka saavat kirjoittajankin pohtimaan kannattaako maahan lähteä perustamaan minkäänlaista yritystoimintaa.

2.3 Kulttuuri

Bulgarian kulttuuri on sekoitus itää ja länttä. Se on eurooppalainen, mutta silti idän vaikutus näkyy koko yhteiskunnassa. Perinteitä kunnioitetaan ja esimerkiksi pääsiäinen ja joulu pitävät yllä vahvoja traditioita. Maaliskuun alusta kuun loppuun asti ihmiset antavat toisilleen ”martenitsoja” eli punavalkoisia nauhoja, jotka symboloivat kevään alkua ja pääsiäisen odotusta. Niitä annetaan lahjaksi ja niillä toivotetaan läheisille terveyttä ja pitkää ikää. Bulgarialla on runsaasti kulttuurista perintöä kuvataiteissa ja erityisesti freskoissa, seinämaalauksissa sekä ikonimaalauksissa.

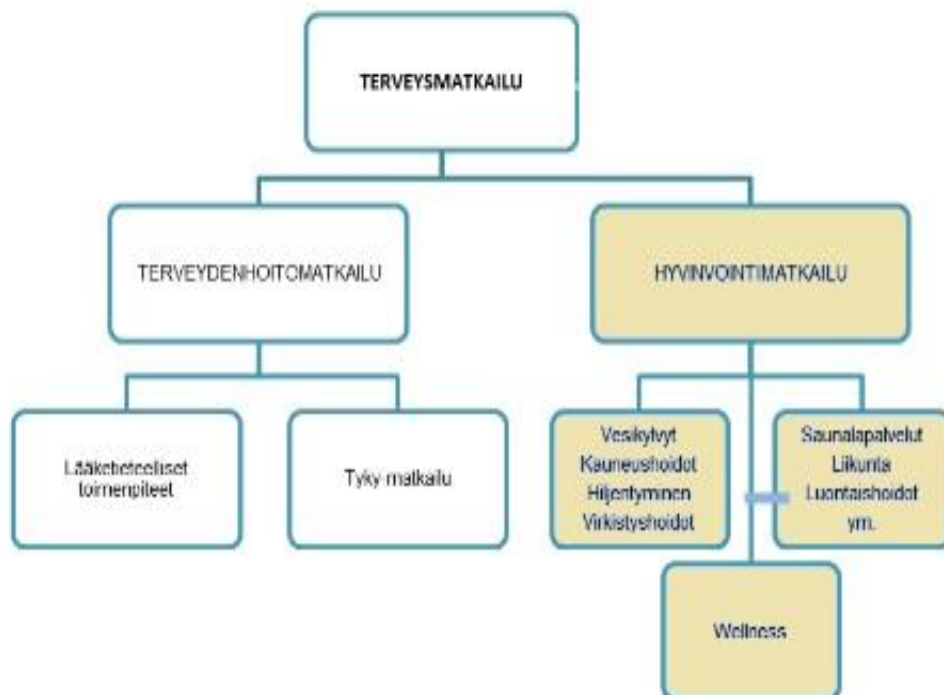
Ruokakulttuuri on lämpimän ilmaston takia monipuolinen ja se tarjoaa erinomaiset kasvumahdollisuudet erilaisille vihanneksille, yrtteille ja hedelmille. Bulgarialaisessa keittiössä on

runsaasti keittoja ja monia kasvisruokia, joiden kanssa usein yhdistetään lihapullia ”köfte” tai possua. Perinteisiä ja kuuluisia bulgarialaisia ruokia ovat myös ”banitsa” joka on feta-juustosta tehty piirakka, sekä ”ljutenitsa” eli tomaatti-paprikatahna, joka on herkullinen lisuke ruoille, kuten grilliherkuille.

3 Terveysmatkailu

Matkailun edistämiskeskuksen mukaan terveysmatkailu jakaantuu kahteen eri matkailunalaan; hyvinvointimatkailu ja terveydenhoitomatkailuun (kuvio 1).

Kuitenkin, Euroopan parlamentin liikenne- ja matkailuvaliokunnan tekemän tutkimuksen mukaan terveysmatkailu jakautuu terveydenhoitoon, hyvinvointiin sekä kylpylämatkailuun. On tärkeää määritellä käsitteet, jotta vältetään niiden väärinkäyttöä. Terveysmatkailu pitäisi määritellä kansallisella ja EU:n tasolla, jolloin kuluttajaa ei johdeta harhaan ja samalla terveysmatkailun tutkimus ja edistäminen olisi helpompaa. (Mainil ym. 2017, 8.)



Kuvio 1. Terveysmatkailu (Matkailun edistämiskeskus 2005, 55.)

Terveysmatkailun käsitteistä on monia eri näkökulmia. Erot käsitteissä johtuvat maantieteellisen alueen, kulttuurin, historian ja kielitieteen eroista. (Smith & Puczko 2009, 5.) Terveysmatkailussa käytetyt käsitteet olisi hyvä yhtenäistää, sillä se vahvistaisi kuluttajien luottamusta. Termien väärinkäyttö, tai terveysmatkailun liian helppo markkinointi voi johtaa tilanteeseen, jossa kuluttaja ei voi enää olla varma saatavasta lopputuotteesta. (Smith & Puczko 2009, 278.)

3.1 Terveysmatkailun, hyvinvointimatkailun ja terveydenhoitomatkailun erot

Mitä ovat terveys, hyvinvointi ja terveydenhoito ja miten ne eroavat? Käsitteet ovat laajat ja moniselitteiset ja niiden merkitys muuttuu kokoajan. Maailman terveysjärjestön määritelmä terveydestä kuvaileekin, että terveys on niin fyysinen, psyykinen kuin sosiaalisen hyvinvoinnin tila, eikä terveys tarkoita vain sairauden puuttumista. Terveys on olotila, jossa henkilö kokee näiden osa-alueiden olevan tasapainossa. (Maailman terveysjärjestö.)

”Terveysmatkailu tarkoittaa uusien terveyttä ylläpitävien, edistävien ja parantavien palveluiden liittämistä olemassa oleviin matkailupalveluihin. Terveysmatkailuksi luetaan jokainen terveyspalvelun sisältämä matka, jossa perusmotivaatio alueelle tulemiseksi on tarve terveydentilan parantamiseen” (Tolkki 2003, 3.)

Terveydenhoitomatkailu on matkustamista normaalista asuinpaikasta kohteeseen, jossa tarjotaan tai suoritetaan kirurgisia toimenpiteitä. Terveydenhoitomatkaksi luetaan matka, joka sisältää useamman kuin yhden yön yöpymisen kohdemaassa. (DeMicco 2017, 21.)

”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”. (Visit Finland 2014, 5.) Määritelmän mukaan hyvinvointimatkailu on enemmän kokonaisvaltaista hyvän olon tunnetta, ja hyvinvointi on henkilökohtainen kokemus, johon liittyy yksilöllisiä fyysisiä, että psyykkisiä ominaisuuksia.

Tarkastelemme myös kylpylämatkailun käsitettä, jonka Smith & Puczko (2009) määrittelevät seuraavasti ; ”Kylpylämatkailu keskittyy kehon rentoutumiseen, parantumiseen tai kaunistamiseen kylpylöissä ennaltaehkäisevän hyvinvoinnin ja / tai lääketieteellisen tekniikan avulla.”

Mielestäni Euroopan parlamentin liikenne- ja matkailuvaliokunnan määritelmä terveysmatkailusta on ajankohtaisempi, koska mitä yksityiskohtaisemmin käsitteet voidaan jakaa, sen helpompi on myös sijoittaa erilaiset tuotteet ja palvelut oikeisiin kategorioihin ja näin ollen yksinkertaistaa käsitteitä. Matkailun edistämiskeskuksen mukaan kylpylämatkailu sijoittuisi hyvinvointimatkailun alle, mutta kuten jo tässä opinnäytetyössä on tutkittu, kylpylämatkailu on osa terveydenhoitomatkailua sekä hyvinvointimatkailua. Erona on matkustajan motiivit, onko tarkoituksena lähteä hoitamaan sairautta, vaiko virkistäytymään ja rentoutumaan.

Terveysmatkailussa on myös paljon mahdollisuuksia, kun sen ympärille rakennetaan järkevästi. Terveysmatkailu on pääelementti, mutta sen ympärille voi tuottaa monia hyvinvointimatkan piirteitä, kuten psykologisia palveluita, kuntoilua, meditaatiota tai monia muita hyvinvointia tuovia palveluita. (DeMicco 2017, 9.)

Seuraavassa luvussa esittelen balneologiaa eli kylpy-oppia ja kerron alaluvuissa tarkemmin balneologian historiasta ja balneologiasta Bulgariassa sekä Bulgarian mineraaliläheteistä ja kylpyläkeskuksista.

4 Kylpyoppi; balneologia ja balneoterapia

Balneologia tarkoittaa kylpyoppia eli kylpylöiden ja mineraalivesien käyttöä terveyden edistämiseen ja sen tutkimista tieteellisesti. Vesien terapeuttinen käyttö on pitkään ollut osa Keski- Euroopan kansakuntien kulttuurillista- ja lääketieteellistä perinnettä. Monissa Itä-Euroopan ja Keski-Euroopan maissa kunnallinen terveydenhuolto myös tukee näitä balneologisia hoitoja, ja niitä määrätäänkin sairauksiin tai vaivoihin kuten mitä tahansa muutakin hoitokeinoa. Balneologialla pyritään ennaltaehkäisemään, hoitamaan tai kuntouttamaan monia sairauksia. (Kirilov & Stankova 2017, 74-75.)

Balneoterapia on mineraalilähteiden käytännön tutkimusta ja soveltamista, saaden näin ennaltaehkäistyä, hoidettua tai kuntoutettua asiakas hänen vaivoistaan. Se on ehkäisevää lääketiedettä ja se on tarkoitettu niin kroonisiin sairauksiin, kuntoutukseen kuin monien toimenpiteiden jälkihoitoon. Kroonisia sairauksia on useita ja balneoterapiaa käytetään muun muassa reumaattisiin sairauksiin, ihosairauksiin, verenkiertosairauksiin, ruoansulatuskanavan sairauksiin, hengityselinsairauksiin, liikuntaelinsairauksiin, keskus- ja ääreishermoston häiriöihin sekä aineenvaihdunnan sairauksiin kuten diabetekseen ja liikalihavuuteen. (Kirilov & Stankova 2017, 75.)

Kuntoutuksessa balneoterapia auttaa palauttamaan halvaantumisista sekä palauttaa iskuista- tai urheilusta syntyneiden vammojen hoidossa. Balneoterapiassa käytetään myös hoitavaa mutaa, joka sisältää paljon hiven- ja kivennäisaineita ja siten sen on todettu auttavan ihosairauksien ja kroonisten lihassairauksien hoidossa. (Golusin, Jovanović, Jeremić & Jolić 2014, 106.)

4.1 Balneologian historiaa

Ensimmäiset viittaukset parantaviin vesiin ovat 1700 ennen ajanlaskun alkua, kun Hipprokrates sanoi ”..vesi on kuitenkin, kaiken jälkeen, parasta”. (Smith & Puczko 2009, 22.)

Kylpylöillä on pitkä perinne ja muun muassa muinaiskreikkalaiset sotilaat käyttivät kylmiä kylpyjä karaistuaakseen kun taas persialaiset käyttivät höyryjä, kuumuutta ja mutakylpyjä parantuakseen ja juutalaiset pitivät hengellisiä rituaaleja Kuolleessa meressä. Roomalaisien imperiumi jätti jälkeensä tärkeän balneologisten hoitojen perinnön, ja heidän aikakautenaan olikin normaalia että ihmiset matkustivat terveydellisistä syistä kylpylöihin. Renessanssijalla, 1500- luvun Euroopassa balneoterapia kasvatti suosiotaan lääketieteellisenä hoitona. Erityisesti Italia oli edelläkävijänä monilla mutakylpylöillään. Kylpylät olivat kuninkaiden ja kuningattarien suosiossa ja 1700- luvulla kylpyläkulttuuria alettiin kehittämään enemmän ja kylpylöiden ympärille alettiin rakentamaan oheispalveluita, kuten hierontaa ja

terapeuttisia hoitoja. Kylpylöiden parantavista vaikutuksista annettiin tunnustusta ja ne nauttivat suurta suosiota.

1900- luvulla kylpylöiden terveydelliset hyödyt tiedostettiin Euroopassa, ja sodissa haa-voittuneet sotilaat lähetettiin kylpylöihin saamaan hoitoa. (Smith & Puczko 2009, 21-23.)

Kuitenkin parantuneen lääketieteen myötä, monet kylpylät Euroopassa ovat siirtyneet terveydenhoidollisista palveluista hyvinvointipalveluihin. Entisaikoina kylpylät Euroopassa nähtiin kuntouttavina keskuksina, joissa kuumat lähteet, mutahoidot, ilmastoterapia ja erityisten dieettien ylläpitäminen oli tärkeää ja edisti terveyttä. Nykypäivänä keskitytään enemmän hyvinvointiin, virkistäytymiseen sekä rentoutumiseen. Vaikka Euroopassa tietoisuus omasta terveydestä on kasvava trendi, ei pidä unohtaa että se on ollut vuosituhansia vanha perinne monissa muissa kulttuureissa. (DeMicco 2017, 9.)

4.2 Balneologia Bulgariassa

Bulgarian vetovoimatekijät terveysturismilla ovat useat vuoristot, upea luonto, merenranta sekä sen maantieteellinen sijainti, joka tekee siitä otollisen matkakohteen. Bulgariassa on yli 60 kylpylää, joista kaikista on mahdollista löytää hyvin koulutettuja terveydenalan ammattilaisia. Kylpylöistä löytää laajan valikoiman terveydenhoidollisia ja virkistäviä ohjelmia, joita ylläpidetään ja kehitetään jatkuvasti. Monet tarjotut palvelut eivät ole vain parannusta etsiville, vaan tarjolla on myös vapaa-aikaan ja hyvinvointiin liittyviä palveluita terveille ihmisille jotka etsivät vain rentoutumista tai hyvinvointia. Useissa kohteissa on myös tarjolla paljon aktiviteetteja niin vesiturheilusta tennikseen kuin patikointiin vuoristomaisemissa. Bulgaria tarjoaa korkeatasoisia hotelleja, ja useat niistä ovat yli 3 tähden hotelleja. Turismi on yksi Bulgarian tärkeimpiä sektoreita, ja sillä on valtava merkitys maan BKT:lle, työllistymiselle ja taloudelle. (Shishmanova 2014, 67.)

4.2.1 Mineraalilähteet

Geotermiset mineraalilähteet ovat Bulgarian tärkein luonnonvara. Bulgariassa on toiseksi eniten mineraalilähteitä Islannin jälkeen, mutta niiden potentiaalia käytetään vain noin 30 prosenttia. Geotermisten mineraalilähteiden lämpötila on 10°C - 103°C asteen välillä, ja niissä on tutkitusti terveydellisiä vaikutuksia. Suurin osa mineraalilähteistä on lämpimiä taikka kuumia, ja Bulgariassa on Euroopan ainoa geysir, 103-asteinen Sapareva Banya. Mineraalilähteiden kokonaiskapasiteetti on 270 miljoonaa litraa jokainen päivä, ja mineraalilähteet ovat 400- 1500 m syvyydessä. Bulgariassa on 65 balneologista keskusta ja niillä on erilaisia hoitavia vaikutuksia, riippuen alueesta sekä mineraalilähteiden mineraalipitoisuudesta. (Markovska.)

Bulgarian lukuisat mineraalilähteet vaihtelevat niin kemiallisen koostumuksensa, mineralisaationsa kuin myös mikro-organismiensä puolesta. Näiden ansiosta mineraalilähteet vahvistavat ihmisen immuuniteettia sekä poistavat kehosta myrkyjä. Mineraalilähteiden käyttö voi auttaa monissa sairauksissa, ja vaikka aihetta tutkitaan kokoajan lisää, on myös tieteellisesti todistettu että mineraalilähteillä on parantavia vaikutuksia. (Bojadgieva, Benderev, Dipchikova, Koseva 2002.)

4.2.2 Kylpyläkeskukset

Ihmiset vierailevat kylpylöissä monesta eri syystä. Niistä etsitään niin parempaa hyvinvointia, rentoutumista, terveyttä sekä rauhaa. Kylpylöillä ja kylpyläkulttuurilla on pitkä historia, joka ulottuu kreikkalaisista roomalaisen imperiumin kautta keski- Eurooppaan. (Holloway & Humphreys 2016, 246-247.)

”Spa” sanana tulee latinan kielestä sanoista ”salus per aquae” mikä vapaasti käännettynä tarkoittaa ”terveyttä vedestä”. Kylpylät ja mineraalivedet tunnetusti parantavat niin mieltä kuin kehoa. Kylpylöissä on tärkeässä osassa kolme elementtiä jotka ovat fyysinen aktiivisuus, ruokailu sekä rauhoittuminen. Fyysinen aktiivisuus pitää kehon terveenä ja lisää kehon vastustuskykyä. Ruokailussa on tärkeää muistaa monipuolinen ruokavalio sekä runsas veden juominen ja hedelmien syöminen. Keho palautuu mielen kautta, ja rauhallinen ympäristö rauhoittaa sekä mielen että vapauttaa stressiä. Kylpylöiden filosofiaa voisi kuvailla myös veden, tulen, maaperän ja ilman kautta. Vesi puhdistaa niin mielen kuin kehon, tuli kuten saunat ja lämpöhuoneet poistavat kehosta kuona-aineita, maaperästä saa hoitavia kasveja ja puhdas ilma on elintärkeää ihmiselle. (Smith & Puczko 2014, 34-36.)

Keskityn seuraavaksi muutamiin tunnetuimpiin kylpyläkaupunkeihin Bulgariassa, ja niiden erityisominaisuuksiin, aluekohtaisiin eroavaisuuksiin ja erityispiirteisiin.

- Kyustendil

Kyustendil sijaitsee Etelä- Bulgariassa, Osogovo vuoren juurella. Se on tärkeä balneo- ja turistikeskus, josta löytyy arkeologisia ja arkkitehtuurisia kohteita. Se on yksi vanhimpia bulgarialaisia kaupunkeja ja jo roomalaisten aikakautena sillä oli tärkeä merkitys balneoterapisena keskuksena.

Mineraalilähteet ovat kaupunkin tärkein voimavara. Sen lähteet ovat kirkkaita, puhtaita ja niissä on hienoinen rikkivedyn haju. Kuumien lähteiden hoitavat ominaisuudet perustuvat pääosin sulfidien ja rikkivedyn korkeaan pitoisuuteen, korkeaan lämpötilaan, kevyeen mi-

neralisaatioon ja korkeaan fluoridipitoisuuteen. Lähteet ovat hypertermaalisia (yli +37 asteisia) ja ne sisältävät runsaasti hiilivetyä, sulfiitteja ja natriumia. Sillä on todistetusti parantavia vaikutuksia seuraaviin sairauksiin ; hengitystiesairaudet, tuki- ja liikuntaelinsairaudet, nivelrikko sekä ääreishermoston sairaudet. (Bulgarian Union of Balneology and SPA Tourism.)

- Velingrad

Velingrad sijaitsee Bulgarian parhaimmalla paikalla, Rodopi- vuoristossa. Kaupunki on yli 800 metriä merenpinna yläpuolella Chepino laaksossa ja se on vain kahden tunnin ajomatkan päässä pääkaupunki Sofiasta. Se sopii niin balneo- ja kulttuuriturismiin, koska sen ympärillä sijaitsevat kaikki Bulgarian tärkeimmät kulttuuriset, historialliset ja arkeologiset nähtävyydet. Se on aktiivimatkailijoiden suosiossa, koska Velingradin ympäristö sopii täydellisesti patikointiin, pyöräilyyn, kalastukseen sekä metsästyksen. Kaupungissa on myös runsaat vesivarat, ja sen ympäristössä on niin jokia, puroja kuin myös mineraalilähdeitä. Geotermaaliset lähteet ovat Etelä- Bulgarian runsaimmat. Yli 80 mineraalilähdettä, 250 päivää auringonpaistetta vuodessa ja vuoriston puhdas ilmasto tekee Velingradista Balkanin suurimman kylpyläkeskittymän. Modernit hotellit ja kylpylät, 3 erikoissairaala ja balneoterapia keskuksat tuovat yli 200 000 turistia vuodessa Velingradiin. Velingradin mineraalilähteet ovat hypertermaalisia (+37,5 astetta) ja sisältävät hiilivetyä, sulfiitteja ja natriumia ja ovat rikkaita pii- ja radonpitoisuuksiltaan. Mineraalivesiä voi myös juoda tai inhaloita, ja usein näillä menetelmillä hoidetaan hengitystiesairauksia. Radon soveltuu hengitystiesairauksien hoitoon, ja inhaloimalla sen vaikutus moninkertaistuu, kun se kulkee keuhkoista verenkiertoon. Kylpemällä nämä mineraalilähteet auttavat myös reumaattisiin, - ortopedisiin- ja hermostollisiin sairauksiin, sydän- ja verenkiertosairauksiin kuten myös ihosairauksiin. (The association of hotel and restaurant keepers Velingrad and Western Rhodopes.)

- Hissar

Hissar sijaitsee 360 m merenpinnan yläpuolella, Ruusulaaksossa. Se oli suosittu alue jo roomalaisten aikana, ja nykyään sieltä löytääkin historiallista arkkitehtuuria sekä arkeologisesti merkittävä neljän kilometrin pituinen roomalaisten rakentama muuri. Alueelta löytyy 22 mineraalilähdettä, ja sen vesi on puhdasta, kirkasta ja maistuvaa. Se on hypo (21-32 asteista)- ja hypertermaalista ja se sisältää hiilivetyä, sulfiitteja, natriumia ja fluoridi-ioneita sekä radioaktiivista kaasua ja hivenaineita.

Sen on erinomainen hoito virtsatie-sairauksiin, munuais- ja ruoansulatuskanavan sairauksiin, haiman sairauksiin sekä sappirakon ongelmiin. (Boyana-MG)

- Bankya

Bankya sijaitsee Lylin- vuoren juurella, ja alue sijaitsee 640 m merenpinnan yläpuolella. Etäisyys Sofiasta on vain 17 kilometriä, ja se lasketaan Sofian metropoliin kuuluvaksi kaupunginosaksi. Bankyan mineraalilähteet ovat alhaisesti mineralisoidut ja veden lämpötila on 37 ° C. Mineraalilähteet sisältävät hydrokarbonaatteja, sulfaatteja, natriumia ja piidioksidia. Veden pH on 9,5 ja se on väritöntä ja hajutonta sekä soveltuu juomiseen. Bankya valikoitui myös kirjoittajan oman terveystamatkan kohteeksi, ja sitä käsitellään enemmän myöhemässä vaiheessa. (Visit Bulgaria.)

5 Matkailutuote palveluna

Matkailutuote on kokonaisuus mitä kulutetaan ja tuotetaan samaan aikaan. Lentokone-matka kotimaasta kohteeseen on esimerkki siitä, kuinka tuotanto ja kulutus tapahtuvat samaan aikaan. Tuote voi olla aineeton ja aineellinen. (Komppula & Boxberg 2002, 10–11.) Se voi olla mikä tahansa, minkä voi tuoda asiakkaalle ja näin ollen tyydyttää heidän halunsa tai tarpeensa. Aineellinen tuote on käsin kosketettavissa, ja aineettomat tuotteet ilmenevät palveluina, ihmisinä, paikkoina ja ideoina. Pääasiassa matkailutuote on aineeton koska sitä ei voi käyttää tulevaisuudessa, eikä sitä voi varastoida. (Kotler & Armstrong 2012, 224.)

Matka alkaa asiakkaalle jo suunnitteluvaiheessa. Palveluun kuuluu aineettoman ja aineellisen palvelun osia ja lopulta vain kokonaisuus ratkaisee. Valitettavasti, myös yksikin huono kokemus voi pilata kokonaisuuden. Se on joissain tilanteissa ongelmallista, koska on vaikea hyvittää esimerkiksi huonoa kokemusta, joka matkailijalla voi tulla matkan aikana. Palvelu on henkilöiden ja paikan välistä vuorovaikutusta, ja matkailutuotteen voi kokea monin eri tavoin. Tämä vaikeuttaa palvelua, sen mittaamista sekä laadun hallintaa. (Komppula & Boxberg 2002, 11.)

5.1 Matkailutuotteen suunnittelu

Hyvä matkailutuote on kokonaisuus, jossa täytyy mennä lähelle tuotteen ja asiakkaan kokemusmaailmaa. Kokemus matkailutuotteesta on subjektiivinen, ja se aiheuttaa vaikeuksia matkailutuotteen suunnittelussa. Matkailutuote nähdään yleensä vaihdantana asiakkaan ja palvelutuotteen välillä, vaikkakin näkökulmia on useampia. (Komppula & Boxberg, 15.)



Kuvio 3. Matkailutuotteeseen vaikuttavat tekijät. (Lackman & Verhelä 2003, 73.)

Matkailutuotetta voi tarkastella myös kohdesidonnaisesta näkökulmasta, missä kohde nähdään tärkeimpänä tekijänä asiakkaalle tarjottavassa matkailutuotteessa. Kokemus on kertaluonteinen, ja sitä rajaavat taloudelliset, sosio-poliittiset ja taloudelliset ympäristöt. Usein matkailija matkustaa kohteeseen, jonka on valinnut jostain syystä. Syy voi olla sen maan tai alueen vetovoimatekijä, kuten esimerkiksi luonto, rakennukset, kulttuuri tai nähtävyydet. (Komppula & Boxberg, 16-17.)

Toinen näkökulma ja lähestymistapa, jota voidaan tutkia, perustuukin enemmän palveluiden markkinointiin ja pitkäikäisyyteen. Tarkoituksena ei ole tarjota kertaluonteista palvelua, vaan keskittyä asiakassuhteeseen ja pitkäikäisyyteen. Se on loputon vuorovaikutuksen verkko, jossa arvoa tuotetaan yhteistyöllä. (Cooper & Hall 2008, 26-27.)

Kokonaismatkailutuote syntyy jo asiakkaan päätöksestä lähteä matkalle ja päättyy asiakkaan palatessa kotiin. Kokonaismatkailutuote koostuu eri osista, joista rakentuu tietty kokonaisuus (kuvio 3). Se vaatii kaikkien matkailutuotteeseen liittyvien tekijöiden yhteistyötä ollakseen toimiva ja tyydyttävä matkailijan toiveet. Mikäli tuotteet ja palvelut eivät toimi keskenään, ne jättävät asiakkaan tyytymättömäksi. Matkakohteena voi olla kylpylä Bulgariassa, mutta matkatavarat, jotka ovat kadonneet lennon vaihdossa vaikuttavat asi-

akkaan subjektiiviseen kokemukseen. Matkailukohteen tuotekehityksessä on tärkeää keskittyä kehittämään kokonaisuutta ja yhtenäistää vetovoimatekijöitä toimivaksi kokonaisuudeksi. (Komppula & Boxberg, 12.)

Kohteen täytyy saavuttaa joitain tärkeitä kriteereitä, jotta se miellyttää asiakasta ja vastaa hänen odotuksiaan. Matkakohteen täytyy olla soveltuva paikan, palveluiden ja vieraanvieraisuuden saralla. Tämä muodostaa palveluprosessin, joka koostuu useista eri moduuleista. Matkailijalla voi olla täysin eri odotukset tai arvot eri palveluita kohtaan ja palveluprosessit muodostuvatkin matkan tarkoituksesta, joka voi olla asiakkaasta tarpeesta riippuen aktiiviloma taikka rentoutusloma. (Komppula & Boxberg, 25-26.)

Kokonaismatkailutuote on onnistunut silloin kun asiakas, tuottaja ja muut palveluun liittyvät toimijat ovat tyytyväisiä. Toimintaympäristö, asiakas, tuottaja ja välittäjä ovat kaikki sidoksissa toisiinsa ja kokonaiselämys syntyykin tästä yhdistelmästä. Asiakas on tärkein kuluttaja, ja hänen kokemuksensa perustuu hänen odotuksiinsa. Hyvä kokemus jättää hänelle positiivisen muiston tuottajasta ja tuotteesta. Tuottajalle tärkeintä on, että hänen tuote on kannattava, ja että ihmiset palaavat tai suosittelivat hänen palveluitaan eteenpäin. Selkeä kohderyhmä helpottaa markkinointia ja luo pitkäikäistä arvoa. Toimiessaan kokonaisuus luo toimintaympäristöön lisää työpaikkoja ja hyödyttää alueen tunnettavuutta ja suosiota. (Lackman & Verhelä 2003, 74-75.)

Suunnittelussa on monta vaihetta, joista jokainen on oma toimintaprosessinsa. Ne pitää dokumentoida ja toteuttaa niin että niitä voidaan tarkastella erillisinä osina. Kokonaisuuden pitää olla toimiva, ja hyvä valmistautuminen helpottaa tuottajaa. Valmistautua voi monin eri tavoin, kuten esimerkiksi benchmarkkaamalla, pitämällä aivoriittä, verkostoitumalla, messuilla, hinnoittelulla ja tuotteen testaamisella siten kuin se on asiakkaalle tarkoitettu. Vertaamalla ja tutustumalla kilpailevan yrityksen tarjontaan voi laajentaa näkemystään ja saada inspiraatiota oman palvelunsa personalisointiin. (Lackman & Verhelä 2003, 76-77)

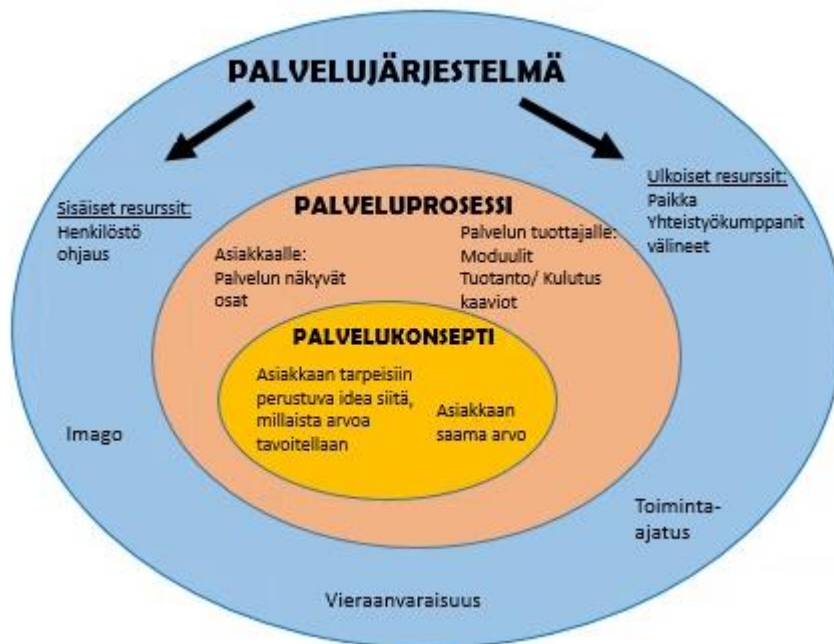
Kirjoittaja itse käytti apuna matkailun tuotekorttia (liite 1) suunnitellessaan matkailututetta. Tuotekortti kertoo palvelun sisällöstä kokonaisvaltaisesti, ja sitä voi muokata sopivaksi niin kulutajalle kuin palveluntuottajalle. Asiakkaalle tarkoitettu tuotekortti luo mielikuvan kokemuksista ja elämyksistä, joita tuote- ja palvelu tarjoavat. Asiakkaan tuotekortissa on kaikki tärkein tieto, joka vaikuttaa asiakkaan ostopäätökseen. Se sisältää niin hinnan, ohjelman, ajankohdan kuin aikataulun palvelulle. Palveluntuottajan tuotekortti pitää sisällään operatiiviset sekä kaupalliset ominaisuudet. Se on paljon tarkempi kuvaus palvelusta ja sen eri tekijöistä. Se voi olla Excel- taulukko, joka muodostuu kokonaisuudesta, kuten

alihankkijoiden ja palveluntuottajien palveluista. Jokaisella resursilla on oma hankintahintansa ja oma sisältönsä. Tuotekortilla hallitaan kokonaisuutta ja helpotetaan kommunikointia eri osapuolien välillä. Se auttaa myös tekemään budjettia ja ylläpitää hinnoittelua. (Komppula & Boxberg 2002, 111.)

Tonderin (2013, 82-83) mukaan tuotekortin tarkoitus on sekä asiakaslupauksen että palvelukonseptin sisällön dokumentointi. Tarkoituksena on helpottaa osapuolten tiedonsaantia, niin että vuorovaikutus eri toimijoiden välillä on sujuvaa.

5.2 Asiakslähtöinen matkailutuote

Tässä opinnäytetyössä tarkastelemme terveysturmatkailua asiakslähtöisenä kokonaisuutena, joka muodostuu palvelukonseptista, palveluprosessista sekä palvelujärjestelmästä.



Kuvio 4. Välttämättömät edellytykset asiakslähtöisessä matkailutuotteessa (Komppula & Boxberg 2005, 24.)

Mahdollisuuksia ei pysty myymään, eikä niitä kannattakaan luvata asiakkaalle. Matkailuyritys voi Komppulan ja Boxbergin (2002, 24) mukaan vain luoda tuotteen syntymiseen vaadittavat välttämättömät edellytykset. Asiakslähtöinen matkailutuote keskittyy aina asiakkaan ehtoihin ja pyrkii tuomaan hyötyä tai arvoa kokemuksen tasolla. Asiakkaan kokemus on kuitenkin aina subjektiivinen ja sen takia palveluita ja tuotteita täytyy kehittää asiakkaan ehdoilla. Nykypäivänä kannattaakin pitää perusolettamuksena, että matkailupalvelu on asiakslähtöinen.

Matkailutuote on palvelu, joka perustuu palvelukonseptiin. Se on matkailutuotteen ydin, ja sen ympärille rakentuvat palveluprosessi sekä palvelujärjestelmä. Palvelukonsepti perustuu matkailijan primäärisiin ja sekundäärisiin motiiveihin, jotka vaikuttavat asiakkaan matkustuskäyttäytymiseen ja tarpeen tyydyttämiseen. Tuotteen täytyy perustua asiakkaan tarpeisiin, jotta se tuo heille arvoa. Palvelukonsepti on keskellä, koska se vaikuttaa vahvimmin kaikkiin muihinkin prosesseihin ja valintoihin suunnittelun aikana. Idean määrittäminen on tärkeintä, jolloin asiakas saa tarkan kuvan tuotteesta sekä sen sisällöstä. (Komppula & Boxberg 2002, 23-26.)

Palveluprosessi on fyysinen kuvaus matkailutuotteesta, ja ne voidaan jakaa moneen eri moduuliin. Moduuleiden (kuvio 5) pitäisi mukaila asiakkaiden tarpeita sekä palvelukonseptin ideaa. Terveysmatkan suunnittelussa keskityttiin välttämättömimpien moduuleiden esittelyyn, kuten majoitus-, kuljetus- ja hoitomoduleihin. Nämä perustuvat valmismatkan tärkeimpiin ominaisuuksiin. Lisäksi on myös eritelty henkilökohtaisempia moduuleita, kuten oheispalvelumoduuli, mihin kuuluvat vapaa-ajan aktiviteetit. Näin asiakas voi itse räätälöidä hyväksi tuntemansa matkapaketin ja lisätä palveluita halutessaan.

Palvelujärjestelmä edustaa resursseja, joita käytetään palveluprosessin ja palvelukonseptin toteuttamiseen. Se koostuu ulkoisista- ja sisäisistä resursseista ja on sidoksissa paikkaan sekä palveluihin. Ulkoiset tekijät ovat esimerkiksi yhteistyökumppanit ja ympäristö, kun taas sisäiset resurssit edustavat hotellin henkilökuntaa ja hotellin imagoa. Palvelukonseptin kehityksen sekä palveluprosessin suunnittelun ohella, palvelujärjestelmä on fyysinen ja tekninen tekijä, joka vaikuttaa asiakkaan kokemaan vuorovaikutukseen. (Rantakokko 2013, 37.).

5.3 Ryhmämatka ja valmismatka

Ryhmämatkalla tarkoitetaan matkaa, joka on järjestetty etukäteen. Siihen osallistuu matkustajista koostuva ryhmä (Finlex 2006.). Alalla ei ole yhtä tarkkaa käsitettä ryhmälle tai sille monta henkilöä tekee ryhmän. Käsite vaihtelee maittain, yhtiöittäin ja palveluntarjoajien kesken.

Ryhmämatkan ja itsenäisen matkustamisen välillä valitseminen voi olla vaikeaa, vaikka yksinmatkustamisen ja ryhmämatkan välillä onkin eroja ja hyviä sekä huonoja puolia. Monesti ryhmämatkat ovat suunnattu ihmisille, jotka haluavat matkustaa mutteivat uskalla hypätä yksin tuntemattomaan. Ryhmämatka onkin helppo valinta, ja usein se saattaa myös tulla halvemmaksi kuin itsenäinen matka. Usein hintaan kuuluu kaikkien nähtävyyksien

pääsyliput, kuljetukset sekä ruokailut. Näin säästät kallista aikaa sekä hermojasi, kun puolestasi on hoidettu nämä järjestelyt. Vaikka ryhmässä on paljon erilaisia ihmisiä jotka ovat eri taustoista, usein ihmiset valitsevat ryhmämatkan myös sosiaalisten suhteiden takia. Tietenkin ryhmämatkassa on myös riskinsä liittyen liian tiukkoihin aikatauluihin tai sitten ryhmän yhteiseen tunnelmaan. Konflikteja voi syntyä, tai tilanteita joita ei haluaisi kokea lomallaan. Tärkeää on pystyä olemaan joustava, eikä säikähtää pieniä vastoinkäymisiä. (Pacsafe 2013.)

”Valmismatka on yleensä pakettina ostettu matkailupalvelujen yhdistelmä. Valmismatka on esimerkiksi matkatoimiston myymä” (Kilpailu- ja kuluttajavirasto, 2014.) .

Matkanjärjestäjä on aina vastuussa koko paketista. Valmismatkapakettiin kuuluu aina lento ja majoitus, lento ja matkailupalvelu tai se voi olla räätälöity matka. Kuluttajalla on valmismatkaehtojen takaama peruutusosoikeus tuotteen ostamishetkestä matkan loppuun saakka. Matkustajalla on oikeus apuun ongelmatilanteissa ja matkanjärjestäjä on vastuussa niin kuljetuksista ja majoituksesta kuin myös muiden palveluiden sujuvuudesta. Yrityksen täytyy olla matkatoimistorekisterissä, ja toiminnalla täytyy olla vakuus. (KKV, 2014.)

5.4 Tuotekehitys ja tuotteistaminen

Tuotekehitys on prosessi, joka alkaa uusien ideoiden luomisesta ja päättyy uuden idean kaupallistamiseen. Se voi myös olla jo olemassa olevan tuotteen uudelleenkehitystä ja parantamista vastaamaan paremmin kysyntään. Tuotekehitys alkaa palvelukonseptin, palveluprosessin sekä palvelujärjestelmän kehittämisestä. Tuotekehitys on eri asia kuin tuotteistaminen, koska sen on tarkoituksena kehittää ja monipuolistaa jo olemassa olevia palveluita. (Boxberg & Komppula 2002, 94.)

Asiakas ja markkinat ovat keskiössä, ja heidän osallistuminen tuotekehitysprosessiin on elintärkeää. Usein tuotekehitys nähdään liikaa tuotteen näkökulmasta ja palvelujärjestelmä unohdetaan. Uusien palveluiden kuitenkin tulisi toimia vähemmän muodollisesti, koska asiakkaan kokemus syntyy kokonaismatkailupalvelusta. (Komppula & Boxberg 2002, 96-97.)

Täydellinen idea on sellainen, joka pystyy täyttämään löydetyin markkinaraon. Tuotteistamisprosessin ensimmäinen vaihe on keksiä tämä idea, sekä tutkia sen kannattavuutta. Matkailuelinkeinossa trendit muuttuvat nopeasti, ja kohteiden suosio, tai epäsuosio saattaa olla nopeaa. Talouden muutokset, ympäristö, väestörakenteelliset tekijät, poliittiset

muutokset sekä teknologian kehitys vaikuttavat kaikki ideaan sekä sen kehittämiseen. (Tonder 2013, 21–33.)

Yrityksellä on oltava selkeä näkemys kohderyhmästä ja mihin heidän tuotteensa on tarkoitettu. Konseptoinnin ydin on arvo, mitä asiakas odottaa saavansa. (Komppula & Boxberg 2002, 102.)

Tuotteistamisen ydin on tuote, josta asiakas tietää selkeästi mikä on sen lopullinen hinta, ja jos tuotteeseen voi lisätä palveluja, paljon se tulee kustantamaan. Kun idea on valmis, ja sitä on arvioitu on aika määritellä tuotteen tärkeimmät ominaisuudet. Tuotteistamisen tärkein tehtävä on myydä valmiita tuotteita mahdollisuuksien sijaan. Sen tarkoituksena on välttää tilanteita, joissa asiakkaalle myydään ”eioota”. Ominaisuuksien pitää vastata asiakaiden tarpeita, sekä sitä mitä asiakas odottaa saavansa. (Tonder 2013, 39.)

Tuotteistamisen perustuu tuotteen kohteen vetovoimatekijöistä, ja kuinka niitä hyödynnetään ja tehdään niistä elämyksiä. Vetovoimatekijät voivat olla joko fyysisiä kuten luonto, taikka kohteeseen liittyvät tarinat kuten historia tai kulttuuri. (Komppula & Boxberg 2002, 24-25.)

Tuote voi olla täysin tuotteistettu, osittain tuotteistettu tai tuotteistettu moduloimalla. Täysin tuotteistettu tuote on vakio, eikä se muutu missään vaiheessa. Palvelun voi toistaa mihin aikaan tahansa ja kenen tahansa asiakkaan kanssa. Osittain tuotteistettu tuote sisältää valintoja joita asiakkaat voivat tehdä, kuten esimerkiksi ruokailut, majoitustyyppi tai retket. Moduloimalla tuotteistettu matkailutuote antaa asiakkaan koota tuote itse, ja se voi vaihdella päiväkohtaisesti. (Tonder 2013, 16-17.)

5.5 Asiakasryhmät

Tuotteen täytyy vastata asiakkaan tarpeisiin ja kulutustottumuksiin. Matkailijalla on aina joku motiivi, miksi hän matkustaa. Matkailu harvoin perustuu vain yhdentyypiseen matkailuun, vaan siinä on usein monta eri tarvetta jotka he tyydyttävät yhdellä matkalla.



Kuvio 7. Vapaa-ajan matkailijan motiivit (mukailien Komppula & Boxberg 2008, 60.)

Esimerkiksi, kylpylässä asiakkaat eivät vain istu hotellihuoneessa tai kylvyissä, vaan haluavat myös käydä tutustumassa historiallisiin kohteisiin tai osallistua aktiviteetteihin luonnossa. (Verhelä & Lackman 2003, 24.)

Matkustuksen motiivit voidaan jakaa ensisijaisiin- ja toissijaisiin motiiveihin. Ensisijaiset motiivit vastaavat kysymykseen miksi matkalle lähdetään ja toissijaiset perustuvat miten ja mihin matkustetaan. Ensisijaiset syyt matkalle voivat olla työhön, fyysisyyteen, kulttuuriin, etnisyyteen, nautintoon tai uskontoon liittyvät syyt. Toissijaiset motiivit voivat taas olla henkilökohtaisiin olosuhteisiin, asenteisiin, tietämykseen taikka kokemukseen perustuvia syitä. (DeMicco 2017, 22-23.)

Nykypäivänä ihmisillä on tarve rentoutua ja irtaantua jokapäiväisestä arjesta. Ihmiset elävät hektisessä ympäristössä, ja matkustelu on keino paeta stressiä. Länsimaalainen yhteiskunta on työ orientoitunut, materialistinen ja monet kärsivät aikaansaamisen pakosta. (Smith & Puczko 2009, 61.)

Vapaa-aikaa on enemmän, mutta se ei keskity vain yhteen aikaan vuodesta, vaan hajaantuu koko vuodelle. Monet haluavat nopeita lomiam, ja nopeita elämyksiä ja kokemuksia. Ikääntyvät ihmiset haluavat pidentää terveyttänsä vuosilla, ja useammat ymmärtävät että

terveyden ja pitkä-ikäisyys ovat omissa käsissä. Globalisaatio on avannut myös länsimaalaisten mielenkiinnon hengellisyyttä kohtaan, ja monet trendit liittyvätkin niin mindfulnessiin, hyvinvointiin kuin hengellisyyden etsimiseen esimerkiksi meditaation tai joogan avulla. (Verhelä & Lackman, 30-33.)

6 Valmismatka Bulgariaan

En missään nimessä halunnut suunnitella rantaloma tyylistä matkaa. Miettiessäni vetovoimatekijöitä mieleeni tuli, kuinka suomalaiset usein kärsivät esimerkiksi ihosairauksista kuten psoriasisista tai atooppisesta ihosta. Atooppista ihottumaa tavataan 15- 30 prosentilla suomalaisista, ja se on melko yleinen. Väestöstä psoriasisista sairastaa noin kaksi prosenttia, ja vaikka nämä ovat perinnöllisiä sairauksia niitä tavataan usein. (Tampereen yliopistollinen sairaala).

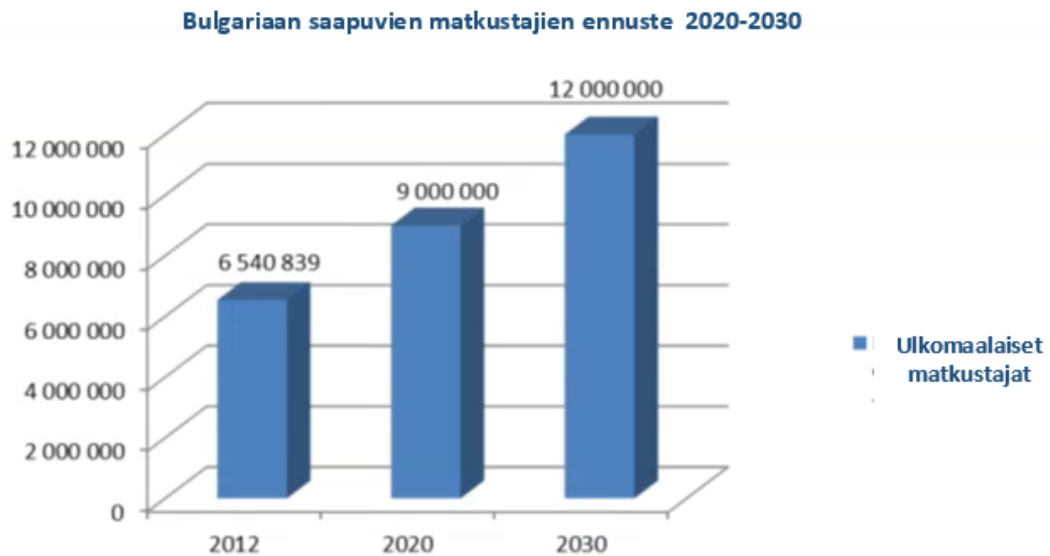
Menetelmänä olen käyttänyt pöytälaatikkotutkimusta sekä sekundaaritietoa. Tietoa saadaan ulkoisista lähteistä kuten alan kirjallisuudesta, tutkimuksista, aikaisemmista julkaisuista sekä sähköisistä tietolähteistä. Täydennän tietoperustaa myös osallistuvalla havainnoinnilla, mikä perustuu omaan kokemukseeni. Aloitin jo Bulgariassa tutkimaan aihetta, ja ehdin vieraillla monissa kylpylöissä etsimässä tietoa sekä keskustelemassa hotellien johdon kanssa mahdollisesta yhteistyöstä. Syntyi idea terveysmatkasta ja opinnäytetyön ideaa miettiessäni, tämä suunnitelma palasi mieleeni ja päätin yhdistää nämä kaksi yhdeksi projektiksi. Samalla tämä opinnäytetyö tukee yrittäjyysuuntautumistani.

Opinnäytetyön tarkoituksena on selvittää, mitä Bulgariaan sijoittuvaan terveysmatkailupaketti vaatii teoriassa. Uuden matkailutuotteen kehityksessä on tärkeä seurata prosesseja, ja työni teoriaosio perustu Komppulan ja Boxbergin asiakaslähtöiseen matkailutuotteen välttämättömiin edellytyksiin kuten kuviossa 4 on esitelty.

Kuten aiemmin käsitelimme, terveyden- ja hyvinvoinnin merkitys on kasvanut, ja tulee vielä kasvamaan. Lisääntynyt tietoisuus terveellisistä elämäntavoista ja huomio omasta hyvinvoinnista tekevät tästä terveysmatkasta ajankohtaisen ja alalla on selkeästi tilaa kehittämiseksi.

6.1 Suunnitteluprosessi

Matkustajamäärät ovat kasvaneet tasaisesti, ja tulevaisuuden ennuste mukailee tätä kasvua. Bulgarian saapuvien matkustajien määrä lisääntyy hyvää vauhtia, ja se myös tarkoittaa että markkinoilla on tilaa kilpailulle ja uusille yrityksille.



Kuvio 6. Horizon 2020. Strategia Bulgarian matkailun kehittämiseksi (Republic of Bulgaria, 18)

Turismin bruttokansantuotteen vaikutus Bulgariassa on kasvanut ja tulee vielä kasvamaan. Ennuste on, että vuosien 2017- 2027 välillä turismin vaikutus suoraan bruttokansantuotteeseen kasvaa 4,9 prosenttiin. (The World Travel & Tourism Council, 2017.) Turismin ollessa yksi Bulgarian tärkeimmistä bruttokansantuotteeseen vaikuttavista tekijöistä, on kasvu aina tervetullutta. Kasvu mahdollistaisi uusia investointeja ja työpaikkoja, mikä on tärkeää, jotta Bulgariasta voisi kehittyä yksi Euroopan johtavista terveysmatkailumaista.

Tiettyjä trendejä joihin kannattaa kiinnittää huomiota on havaittavissa kypylä- ja hyvinvoinnin sektorilla. Yksi tulevaisuuden trendi on yhdistelmäloima, jossa kylpylämatkailu yhdistetään toiseen matkailun muotoon, esimerkiksi golfmatkailuun tai kulttuurimatkailuun. Vaihtoehtoisten matkailusegmenttien tarjoaminen kylpyläloman ohessa lisää asiakkaiden kiinnostusta, sekä mahdollistaa laajemman valikoiman matkailutuotteita asiakkaalle. Näin ollen se tavoittaa enemmän matkustajia, ja antaa heille vapauden räätälöidä matkaansa haluamaansa suuntaan. (Kazandzhieva, 2014.) Tämä myös tukee asiakaslähtöisen matkailutuotteen teoriaa, että asiakkaan kokemus on subjektiivinen ja mitä asiakaslähtöisempi terveysmatkailu on, sen varmemmin asiakas on tyytyväinen tuotteeseen ja palveluun.

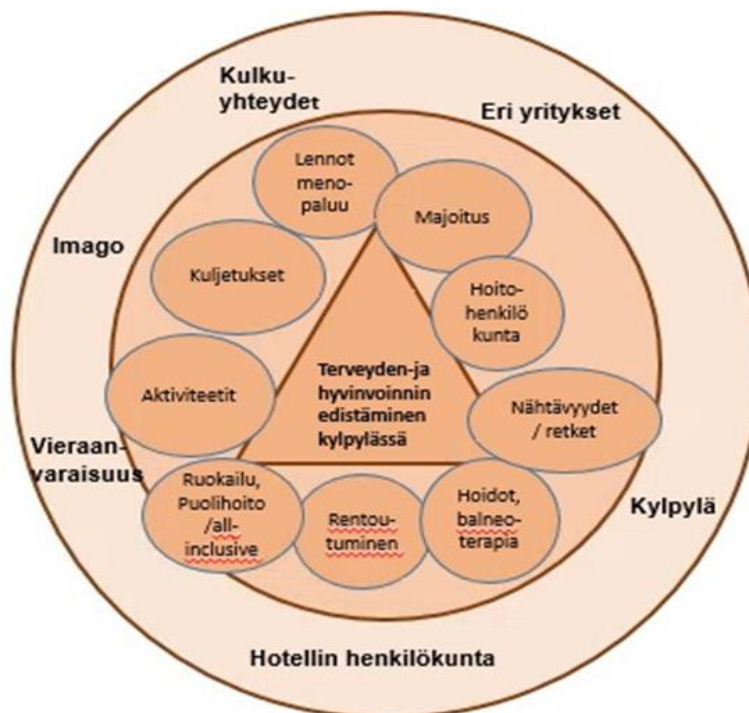
Kaikki Suomen suurimmat matkatoimistot järjestävät kiertomatkoja Bulgariaan, mutta ne ovat poikkeuksetta all- inclusive rantalomia, jotka järjestetään kesäsesongin aikaan touko- kuusta- syyskuuhun. Kiinnostusta Bulgariaa sekä markkinoita Bulgariaa kohtaan on, mutta kilpailua taikka erottautumista massaan ei ole.

Terveysmatkan tuotesuunnitteluprosessissa käsitellään palveluita, palvelumoduleeita ja matkan kokonaisuutta. Tässä vaiheessa suunnitellaan ja esitetään varsinaisen matkan aikataulu ja kulku. Matkan kesto on yhdeksän päivää, joista seitsemän vietetään kylpylässä ja kaksi päivää varataan matkoihin. Lentoyhtiönä käytetään Lufthansaa, jolla on vain noin 1,5 tunnin pysähdys Saksassa ennen kuin se jatkaa Bulgarian pääkaupunkiin Sofiaan. (Lufthansa, 2018.)

Terveysmatkaan kuuluu lento, majoitus ja kuljetukset. Matkalla on puolihoito, eli aamiaisen sekä illallinen kuuluvat hintaan. Majoitus on kahden hengen huoneissa. Matkaansa asiakas voi lisätä aktiviteetteja tai käydä tutustumassa historiallisiin tai kulttuurisiin perintöihin, joita löytyy kylpylän lähiympäristöstä. Terveysmatka keskittyy kuitenkin eniten hoitoihin sekä itse kylpyläympäristöön.

6.2 Tuotteen esittely

Terveyden- ja hyvinvoinnin edistäminen kylpylässä on matkan ydin ja kokemus, mitä asiakas odottaa matkalta. Terveysmatka koostuu useista moduuleista, jotka muodostavat kokonaismatkailutuotteen.



Kuvio 5. Malli matkailupalvelupaketista (Komppula & Boxberg 2002, 25)

Matkailutuotteeni on terveysmatka Bulgariaan. Terveysmatka sijoittuu Hot Springs hotelliin, joka sijaitsee Bankyan kylässä. Kylässä on 72 kuumaa mineraalilähdettä joiden lämpötila on jopa 58 astetta. Kylpylä ja sen mineraalivesien mineraalipitoisuudet sopivat kolmeen eri sairauteen, ja heidän hoitopaketit ovatkin jaettu niiden mukaan. (Hot Springs, 2018.)

Hoitopaketit ovat jaettu liikuntaelinsairauksiin, keskus- ja ääreishermoston sairauksiin sekä hengityselinsairauksiin. Jokainen paketti on erilainen, ja sopivat hoidot ovat tarkasti valittu. Osaavat lääkärit ja hoitohenkilökunta tekevät diagnoosin ja suunnitelman hoidolle sekä sen aikataulun. Hoidot tehdään kylpylän omissa altaissa, mutta niihin voi yhdistää myös rentouttavia kauneus- ja hyvinvointihoitoja kuten hierontaa, kasvohoitoja sekä aktiviteetteja. (Hot Springs, 2018.)

Hot Springs Medical & Spa hotelli on 4 tähden hotelli, joka on voittanut parhaan kylpylän palkinnon vuonna 2017, sekä sen tämänhetkinen arviointi on 9,3 / 10 booking.com sivustolla, jossa sen on arvioinut 1241 asiakasta. (booking.com, 2018.) Tämä kertoo vahvasti hotellin olevan erittäin kilpailukykyinen kansainvälisille matkustajille, ja sertifikaatit että asiakkaiden arvostelut luovat luottamusta.

Matkan tarkoituksena on löytää parannusta edellämainittuihin sairauksiin balneoterapian kautta, mutta myös tuottaa kylpyläelämyksiä, joita ei suomessa voi kokea. Elämyksenä ovat Bulgarian vetovoimatekijät, jotka ovat upea luonto, puhdas vuoristoilma ja hoitavat mineraalilähteet. Kylpylät tuovat myös mielihyvää ja hoidot parantavat hyvinvointia. Rauhallinen ympäristö vapauttaa stressiä ja niin mieli kuin kehokin lepäävät.

Hotelli sijaitsee puhtaassa vuoristoilmassa, missä upea luonto antaa monia mahdollisuuksia myös vapaa-ajan aktiviteetteihin. Retket ja luonnossa oleminen ovat osa matkan kokonaisuutta. Tärkeässä osassa on myös käyttää hyödyksi ympäröiviä resursseja kuten kulttuuriperintöä sekä luontoa.

6.3 Matkan kesto ja hinnoittelu

Matkan kesto kokonaisuudessa on yhdeksän päivää, joista seitsemän kokonaista päivää vietetään kylpylässä ja kaksi päivää varataan matkustamiseen.

Lentoihin ja matkustukseen varataan molempiin suuntiin yksi ylimääräinen päivä. Lentoyhtiönä käytämme Lufthansaa, joka on yksi maailman suurimmista lentoyhtiöistä. He lentävät Helsingistä Saksan kautta Bulgarian pääkaupunkiin Sofiaan kuudessa tunnissa. Olen

itse käyttänyt vuosikautia heidän lentojaan, eikä minulla ole kertaakaan ollut ongelmia. Vaihto sujuu nopeasti joko Frankfurtissa tai Münchenissa, josta lento jatkaa suoraan Sofiaan. Lentojen hinta tulee olemaan noin 450 euroa yhteensä. Matkustus ajankohtana on ajateltu alustavasti toukokuun loppua, koska lämpötilat Bulgariassa ovat silloin otolliset, eikä silloin ole liian kuuma taikka liian kylmä. Myöskään kesäsesonki ei ole alkanut täysin, jolloin on helpompi ja halvempaa löytää tilaa niin hotellista kuin oheispalveluista.

Hinnoittelu on yksi kannattavuuden tärkeimpiä tekijöitä, sekä se vaikuttaa heti asiakkaan ostopäätökseen. Hinnoittelu on vaikeaa aineettomuuden takia, ja sen takia usein hinnoitteluperusteet muodostuvat palvelun maineen sekä yrityksen brändin mukaan.

Hinnoitteluperusteet voidaan jakaa kolmeen erilaiseen tapaan, ja niitä kaikkia olisi hyvä hyödyntää määriteltäessä palvelun hintaa.

Hinnoitteluperusteet jaetaan markkina-, kilpailu- sekä asiakasperusteiseen hinnoitteluun. Markkinahinta syntyy kysynnän ja kilpailutekijöiden perusteella kun taas asiakasperusteisessa hinnoittelussa hinta määräytyy kohderyhmän mukaan. (Tonder 2013, 88–90.)

Terveysmatkan hinnoittelu tässä työssä on vain suuntaa antavaa, koska tarkoituksena ei ole toteuttaa terveysmatkaa. Alustavat hinta-arviot löytyvät kohdasta liite 2. Ne perustuvat kokemuksiini Bulgarian hintatasosta, sekä hotellin kiinteisiin hintoihin. Lopullinen hinta on vain suuntaa antava, eikä siihen ole lisätty matkanjärjestäjän kuluja, lisiä tai arvonnalisäveroja.

6.4 Päiväohjelma

Terveysmatkan keskittyy eniten hoitoihin joita tehdään asiakkaan tarpeiden mukaan, mutta vapaa-aikaakin tulee olemaan, ja silloin on mahdollista tehdä päiväretkiä ja aktiviteetteja lähialueilla. Jokaiseen ohjelmaan kuuluu ilmainen lääkärintarkastus ennen hoitojen aloittamista, näin varmistamme mitkä hoidot sopivat asiakkaalle parhaiten ja samalla tehdään asiakkaille tehdään seitsemän päivän ohjelma hoitoihin. Hoitokertoja on neljä päivässä, ja ne vaihtelevat sen mukaan minkä paketin asiakas on valinnut.

Hot Springs- hotelli tarjoaa erinomaiset mahdollisuudet vapaa-ajan aktiviteetteihin kuten tenniksen pelaamiselle, kuntosalille, pyöräilylle, patikoinnille sekä ratsastukselle. Kaikki ovat ohjattuja aktiviteetteja, ja ne voi joko varata ennen matkaa tai matkan aikana mahdollisuuksien mukaan. Alueella on myös nähtävyyksiä ja historiallisia kohteita, kuten Vihrenin vuoristo, josta löytyy suojattu alppikukka Edelweiss tai Pirinin kansallispuisto, joka on UNESCO:n maailmanperintökohde ja tunnettu ainutlaatuisesta monimuotoisuudestaan.

Rilan luostari on yksi Bulgarian symboleista ja se kuuluu Unescon maailmanperintökohteiden luetteloon. Myös Rozhenin luostari on yksi harvoista vielä pystyssä oleva keskiajalta oleva luostari ja se on kuuluisa sen säilyneistä seinämaalauksista, lasimaalauksista sekä kaiveruksista. (Hot Spring, 2018.)

6.5 Hoidot

Hoidot jakautuvat kolmeen eri pakettiin, ja ne on jaoteltu seuraavanlaisesti ; tuki- ja liikuntaelinten sairaudet, keskus- ja ääreishermoston sairaudet sekä hengityselinsairaudet. Hotelli on esitellyt selkeästi sairaudet, sekä listannut esimerkkinä minkälaisia vaivoja he pystyvät hoitamaan.

Tuki- ja liikuntaelinsairauksista parannusta löytyy niin nivelrappeumaan, niveltulehdukseen, välilevyn tulehdukseen, selkärangan nivelrikkoon, skolioosiin, lonkkaniveliin ongelmiin sekä ihon- ja lihaksien tulehduksiin. Keskus- ja ääreishermoston sairauksissa luetellaan hermotulehdus, hermojuuren tulehdukset sekä ääreishermoston ongelmat. Hengityselinsairauksissa voidaan hoitaa astmaa, keuhkokuumeen jälkitauteja sekä muita keuhkosairauksia.

Tuki- ja liikuntaelinsairauksien sekä keskus- ja ääreishermoston sairauksiin tarkoitetut paketit ovat samanlaiset sekä saman hintaiset. Molemmat sisältävät ilmaisen lääkärintarkastuksen ennen hoitojen aloittamista, sekä neljä eri hoitoa jokaisena päivänä. Hoidot on jaettu seuraavasti; fysioterapiaa käyttäen edistynyttä teknologiaa eli vaivoja hoidetaan värähtelyteknologialla ja laserteknologialla, klassinen fysioterapia joka koostuu perinteisistä fysioterapisista opeista, kinesioterapiassa käytetään eri hierontoja kuin myös liikettä vahvistavia terapeutoita kuten pilatesta tai muita kehoa tukevia harjoitteita sekä vesiterapia, jossa käytetään kylpylän omia mineraalilähteitä.

Hengityselinsairauksien paketti on hieman erilainen, sekä myös hinnaltaan halvempi. Siihen kuuluu myös ilmainen lääkärin tapaaminen, mutta hoidot ovat hieman erilaiset. Hengityselinsairauksissa käytetään erikseen inhalointia sekä mutahoitoa, muuten hoidot ovat samat.

6.6 Valmis tuotekuvaus

Matka alkaa Helsinki- Vantaan lentokentältä, josta asiakkaat lentävät Bulgarian pääkaupunkiin Sofiaan. Sofian lentokentällä heitä on vastassa opas, jonka opastuksella ryhmä suuntaa hotelliin, missä vietetään ensimmäinen yö. Sisäänkirjautumisen jälkeen on va-

paa-aikaa tai vaihtoehtoisesti asiakas voi valita Sofian opastetun kaupunkikierroksen. Illallinen kuuluu matkan hintaan ja se nautitaan hotellin omassa ravintolassa. Seuraavana aamuna lähdetään kohti Bankyaa yhteiskuljetuksella.

Bankyassa sisäänkirjaututaan hotelliin, jonka jälkeen ryhmällä on tapaaminen lääkärin kanssa. Jokainen tapaaminen on henkilökohtainen, ja niissä suunnitellaan henkilökohtaiset hoitoprosessit. Asiakkaat ovat jo ennen matkaa valinneet paketin joka sopii heille, mutta lääkäri on loppupeleissä se, joka arvioi mitkä hoidot asiakkaalle sopivat. Jokaisena päivänä on neljä eri toimenpidettä, joita asiakkaat noudattavat. Hoitohenkilökunta kulkee koko prosessin ajan asiakkaan vierellä ja varmistavat, että hoidot sopivat asiakkaalle. Hoitoprosessi alkaa heti ensimmäisenä päivänä, ja ensimmäisenä päivänä ohjelma keskittyykin hoitoihin. Aamiainen ja illallinen nautitaan aina hotellin ravintolassa.

Matkan tärkein motiivi on terveys- ja hyvinvointi sekä niihin liittyvät hoidot, joten vapaa-ajan ohjelma on räätälöitävissä asiakkaan toiveiden mukaan sen jälkeen kun he ovat saaneet hoitosuunnitelmansa. Hoitojen ulkopuolella asiakkailla on mahdollisuus osallistua moniin aktiviteetteihin sekä tutustua ympäröivään historialliseen- ja kulttuuriseen perintöön. Ne voidaan helposti organisoida hotellilla, ja opas pitää huolen koko matkan aikana prosessien sujuvuudesta. Nämä oheisohjelmat eivät kuulu matkan hintaan.

Yhdeksäntenä päivänä hotellilla nautitaan vielä aamiainen, jonka jälkeen yhteiskuljetus vie asiakkaat suoraan Sofian lentokentälle, mistä he ottavat lentonsa takaisin Helsinki- Vantaan lentokentälle.

7 Johtopäätökset ja pohdinta

Bulgarialla on valtava luonnonvarojen potentiaali, sekä suuri määrä erikoistuneita kylpyläkeskuksia. Maalla on kilpailukykyinen hinnoittelu, ja asiakasmäärät kasvavatkin tasaisesti (kuvio 6). Markkinoilla on tilaa kansainvälisille yrityksille, ja panostamalla terveysturkailuun on Bulgarialla mahdollisuus kasvaa vaikuttavaksi tekijäksi terveysturkailussa.

Monet ongelmat johtuvat poliittisesta sekä huonosta taloudellisesta tilanteesta, jotka valittavasti tuntuvat jatkuvan aina samana. Ongelmana on myös maan heikko infrastruktuuri ja kehittymättömät seudut, henkilökunnan vähäinen tieto hyvinvoinnista sekä riittämätön ja kouluttamaton henkilökunta. Asema on haastava, mutta Bulgarialla on mahdollisuuksia kehittyä parempaan suuntaan noudattamalla kehitystyötä, kuten esimerkiksi aloittamalla kansallinen- sekä kansainvälinen kampanja terveysturkailusta Bulgariassa. Myös Euroopan unionin tuki ja rahoitus ympäristön ja kylpyläiden kehitystyölle mahdollistaisi kylpyläiden uudistamista. Yleisestikin investoinnit sekä mainonnan lisääminen olisi tärkeää, jotta Bulgaria muuttuisi tutummaksi ja turvallisemmaksi maaksi kansainvälisille matkustajille.

Terveysturkailu ei myöskään ole täysin riskitöntä ja Bulgarian olisi hyvä kehittää kestävä kehityksen strategia, jota se ylläpitää ja valvoo. Luonnonvarojen liikakäyttö ja pohjavesien saastuminen ovat vakava uhka, ja jotta niiltä vältytään täytyisi investoida laadun tarkkailuun. Laadun tarkkaileminen voi helposti jäädä pois resurssipulan takia. Tämä aiheuttaisi hotellien- ja kylpyläiden laadun laskemista, joka taas vaikuttaa suoraan kylpyläympäristöön sekä asiakaskokemuksiin.

Opinnäytetyöni tavoitteena oli tutkia terveysturkailun potentiaalia, Bulgariaa terveysturkailumaana sekä suunnitella uudenlainen terveysturka kylpylään. Tarkoituksena ei ollut tehdä valmista matkaa, vaan enemmänkin tutkia onko tällaiselle kysyntää ja onko se realistisesti toteutettavissa. En halunnut tehdä opinnäytetyötä toimeksiantona, koska mielestäni minussa on kaikki potentiaali toteuttaa itse tämäntyylinen matkailualan yritys tulevaisuudessa, eikä hyviä ideoita kannata jakaa ilmaiseksi pois.

Olen opinnoissani suuntautunut yrittäjyyteen ja koen, että se on kasvattanut minusta tulevaisuuden yrittäjän. Olen suhteellisen tyytyväinen työhöni, sekä olen innoissani siitä, kuinka suuri mahdollisuus olisi tällä hetkellä iskeä markkinoille tällaisellä tuotteella. Vaikka valitettavasti yksi opettajista piti tätä opinnäytetyötä epärealistisena, en lannistunut. Yrittäjyys on riskialtista, mutta epärealistista se ei koskaan ole.

Työn produkti on tuotekuvaus terveystmatkasta Bulgarian Hot Springs terveiskylpylään. Kuvaus ja suunnitelma ovat mielestäni onnistuneita, vaikkakin toteutuessaan kaipaavat vielä syvempää perehtymistä yhteistyökumppaneihin, lakeihin sekä hinnoitteluun. Terveystmatka olisi testattava käytännössä, jotta koetaan palvelu myös asiakkaan näkökulmasta.

Opinnäytetyöprosessi on ollut opettava, niin hyvässä kuin pahassa. Tärkein oppi on ollut kärsivällisyys niin kirjoittamisessa kuin ymmärtää, että oman yrityksen aloittaminen vaatii pitkäjänteistä työtä ja tutkimista. Ennenkuin lähtisin järjestämään terveystmatkoja, olisi mielestäni hyvä kerätä oppia saman alan yrityksestä ja näin ollen saada enemmän sekä itsevarmuutta että valmiuksia perustaa oma yritys.

Työni valmistui ajallaan kuten olin suunnitellutkin, mutta valitettavasti aika loppui kesken. Olisin halunnut vielä hienosäätää työtä, mutta minulle tärkeämpää on valmistua ajallaan.

Aloittaminen oli erittäin vaikeata, ja kamppailin pitkään sen kanssa. Mielestäni olen myös aina ollut erittäin huono kirjoittaja, ja kesti kauan ennenkuin sain ensimmäiset lauseet kirjoitettua, ja tämä kamppailu on kestänyt koko prosessin ajan. Koen kuitenkin onnistumisen tunnetta, kun mietin että saavutin tavoitteet, niin opinnäytetyöprosessin kuin produktin kanssa. En usko täydellisyyteen, taikka siihen että tämä opinnäytetyö kertoo realistisesti mitään minusta ihmisenä, opiskelijana taikka tulevaisuuden yrittäjänä. Tämä varmasti näkyy tietyissä kohdissa opinnäytetyössä, mutta tunnen että olen tehnyt parhaani minkä pystyn tilanteessa missä olen. Olen samaan aikaan matkustanut Brasiliassa, ja elämäkokemukset veivät suuren osan ajasta mitä minun olisi pitänyt käyttää kirjoittamiseen.

8 Lähteet

Bojadgieva, K. & Benderev, A. & Dipchikova, S. & Koseva, J. 2002. thermal waters and balneology in Bulgaria. Luettavissa: http://www.fcs.uner.edu.ar/libros/archivos/Termalismo/Balneologia-Spa/thermal_waters_and_balneology_in_bulgaria.pdf. Luettu: 15.05.2018.

Booking.com, 2018. Hot Springs, Medical spa & hotel. Luettavissa: https://www.booking.com/hotel/bg/hot-springs-medical-and-spa.fi.html?aid=356986;label=gog235jc-hotel-XX-bg-hotNspringsNmedicalNandNspa-unspec-br-com-L%3Afi-O%3AwindowsS10-B%3Aedge-N%3AXX-S%3Abo-U%3AXX-H%3As;sid=6056a586bb3b1e741626ef36e166b573;dist=0&sb_price_type=total&type=total&. Luettu: 20.05.2018.

Boyana-MG. Hissar. Luettavissa: <http://www.bulgaria-relax-and-spa.com/hissar/>. Luettu: 10.05.2018.

Bulgarian Union of Balneology and SPA Tourism. Kyustendil. Luettavissa: http://med-spa.kittbg.com/en/health/resort-Kustendil/set-resort_52/. Luettu: 10.05.2018.

Cooper, C. & Hall, C. M. (2008). Contemporary tourism. An international approach. Oxford: Elsevier Science.

DeMicco, F. 2017. Medical tourism and wellness. Hospitality bridging healthcare (H2H). Apple Academic Press. Toronto.

Everyculture. Culture of Bulgaria. Luettavissa: <http://www.everyculture.com/Bo-Co/Bulgaria.html>. Luettu: 22.12.2017.

Finlex 2006. Laki majoitus- ja ravitsemistoiminnasta 28.4.2006/308. Luettavissa: <https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2006/20060308>. Luettu: 22.12.2017.

Georgiev, G. & Vasileva, M. 2010. Conceptualization and classification of balneo, spa and wellness establishments in Bulgaria. Luettavissa: http://www.utmsjoe.mk/files/Vol.%201%20No.%202/0-8-37-44-B-Georgiev-Vasileva_Trifonova.pdf. Luettu: 4.1.2018.

Globalis, 2015. Bulgaria. Luettavissa: <http://www.globalis.fi/Maat/Bulgaria>. Luettu: 22.12.2017.

Golušin, Z. Jovanović, M. Jeremić, B. Jolić, S. 2014. Balneotherapy of Psoriasis. Luettavissa: <https://www.degruyter.com/downloadpdf/j/sjdv.2014.6.issue-3/sjdv-2014-0009/sjdv-2014-0009.pdf>. Luettu: 22.12.2017.

Holloway, C. & Humphreys, C. 2016. The business of Tourism. Tenth edition. Pearson. United Kingdom.

Hot Springs, 2018. Medical spa & hotel. Luettavissa: <https://hotsprings-spa.com/en>. Luettu: 10.05.2018.

Invest Bulgaria. Promoting the advantages of investing in Bulgaria. Luettavissa: https://www.investbg.government.bg/files/useruploads/files/brochures2013/en/medical_tourism_&_balneology_en-2.pdf. Luettu: 20.05.2018.

Karjalainen, 2016. Momondon tilastot osoittavat: Tällaisista lomista suomalaiset haaveilevat. Luettavissa: <https://www.karjalainen.fi/uutiset/uutis-alueet/kotimaa/item/116746-momondon-tilastot-osoittavat-tallaisista-lomista-suomalaiset-haaveilevat>. Luettu: 9.1.2018.

Kazandzhieva, V. 2014. Trends in the development of spa and wellness tourism. Luettavissa: https://www.researchgate.net/publication/263808671_TRENDS_IN_THE_DEVELOPMENT_OF_SPA_AND_WELLNESS_TOURISM. Luettu: 2.2.2018.

Kilpailu- ja kuluttajavirasto. 2014. Valmismatka. Luettavissa: <https://www.kkv.fi/Tietoa-ja-ohjeita/Matkustaminen-ja-matkan-jarjestaminen/matkustaminen-ja-liikenne/valmismatka/>. Luettu: 31.1.2018.

Kirilov, S. & Stankova, M. 2017. Improving quality of life through balneotourism practices: the Bulgarian experience. Luettavissa: <http://ekon.sjol.eu/download.php?id=49728cc86af5d529dac68f186a07790af7d0911b>. Luettu: 22.12.2017.

Komppula, R. & Boxberg, M. 2002. Matkailuyrityksen tuotekehitys. Edita. Helsinki.

Lackman, P. & Verhelä, P. 2013. Matkailun ohjelmalvelut. WSOY. Porvoo.

Lufthansa, 2018. Lentohinnat. Luettavissa: <https://book.lufthansa.com/lh/dyn/air-lh/revenue/viewFlights>. Luettu: 20.05.2018.

Maailman terveysjärjestö. Usein kysytyt kysymykset. Luettavissa: <http://www.who.int/suggestions/faq/en/>. Luettu: 20.05.2018.

Mainil, T. & Eijgelaar, E. & Klijs, J. & Nawijn, J. & Peeters, P. 2017. Research For Tran Committee- Health Tourism In The Eu : A General Investigation. Directorate-General For Internal Policies. Policy Department For Structural And Cohesion Policies. Transport And Tourism. Brussels. Luettavissa: [http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2017/601985/IPOL_STU\(2017\)601985_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2017/601985/IPOL_STU(2017)601985_EN.pdf). Luettu: 3.5.2018.

Markovska, I. Balneologie. InvestBulgaria Agency. Luettavissa: <http://www.investbg.government.bg/de/sectors/facts-27.html>. Luettu: 15.05.2018.

Matkailun edistämiskeskus 2005. Hyvinvointi- ja wellness-matkailun peruskartoitus. MEK A:144. Helsinki: Matkailun edistämiskeskus. Loppuraportti.

Mäkelä, M. 2002. Matkailun edistämiskeskus. Kiertomatkailustrategia. Luettavissa: <http://www.visitfinland.fi/wp-content/uploads/2013/05/2002-MEKin-kiertomatkailustrategia.pdf?dl>. Luettu: 24.12.2017.

Packsafe, 2013. Pros and Cons of Traveling with a Tour Group. Luettavissa: <http://www.pacsafe.com/blog/pros-and-cons-of-traveling-with-a-tour-group.html>. Luettu: 16.12.2017.

Puczko, L. & Smith, M. 2009. Health and wellness tourism. Butterworth-Heinemann. UK/USA.

Rantakokko, E-M. 2013. Marjasta viiniksi. Suomalainen viinimatkailutuote suomalaisten viinintuottajien kuvaamana. Pro gradu- tutkielma. Lapin yliopisto. Yhteiskuntatieteiden tiedekunta. Matkailututkimus.

Republic of Bulgaria. Horizont 2020. Ministry of economics. Luettavissa: http://www.mi.government.bg/files/useruploads/files/strategy-bulgaria-2030_25022014.pdf. Luettu: 2.2.2018.

Shishmanova, M. 2014. Balneotourism in Bulgaria. Teoksessa Efe, R. & Özturc, M. Tourism, Environment and Ecology in the Mediterranean Region. s. 65. Cambridge scholar. Luettavissa: <https://books.google.fi/books?id=lihQBwAAQBAJ&pg=PA66&lpg=PA66&dq=re->

gion+of+kyustendil+mineral+waters&source=bl&ots=7mSWNF1PKK&sig=0CPw4zSHow1oltWz7WrGcwwZhpl&hl=fi&sa=X&ved=0ahUKEwiWkcP85rnYAhWCd5oKHbUtBec4ChDoAQg5MAI#v=onepage&q=region%20of%20kyustendil%20mineral%20waters&f=false. Luettu: 22.12.2017.

Suontausta, H. & Tyni, M. 2005. Wellness.Matkailu. Hyvinvointi matkailun tuotekehityksessä. Edita Prima Oy. Helsinki

Tampereen yliopistollinen sairaala. 2017. Ihottumat ja muut ihosairaudet. Luettavissa: https://www.tays.fi/fi-FI/Palvelut/Ihotaudit/Ihottumat_ja_muut_ihosairaudet. Luettu: 3.5.2018.

The association of hotel and restaurant keepers Velingrad and Western Rhodopes. Velingrad & Western Rhodopi. <http://velingrad-bg.com/en/about-velingrad/>

The World Travel & Tourism Council, 2017. Travel & tourism. Economic impact 2017 Bulgaria. Luettavissa: <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/countries-2017/bulgaria2017.pdf>. Luettu: 15.05.2018.

Tolkki Lea, Terveysmatkailu-info 2003.

Tonder, M. 2013. Ideasta kaupalliseksi palveluksi; matkailupalveluiden tuotteistaminen. Restamark. Vantaa.

Ulkoministeriö, 2017. Bulgaria: matkustustiedote. Luettavissa: <http://formin.finland.fi/public/default.aspx?contentid=341218&nodeid=15735&contentlan=1&culture=fi-FI>. Luettu: 20.12.2017.

Vahvaselkä, I. 2009. Kansainvälinen liiketoiminta ja markkinointi. Helsinki. Edita Prima Oy.

Visit Bulgaria. Bankya Spa & Wellness. Luettavissa: http://www.visitbulgaria.net/en/bankya/bankya_spa.html. Luettu: 15.4.2018.

Visit Finland. 2014. Hyvinvointimatkailustrategia kansainvälisille markkinoille vuosille 2014-2018. Luettavissa: http://www.visitfinland.fi/wpcontent/uploads/2015/01/HYVINVOINTIMATKAILUSTRATEGIA-2014-2018_final1.pdf?dl. Luettu: 18.12.2017

Vuoristo, K-V. 2003. Matkailun maailma. WSOY. Porvoo. Hansaprint. Vantaa.

9 Liitteet

Liite 1. Matkailun alustava tuotekortti

Paketin nimi	Terveysmatka Bulgarian mineraalilähteille
Yritys	Ei ole vielä perustettu
Yhteyshenkilö	Rositsa Kauppinen
Paketin sisältö	Lennot, kuljetukset, majoituspalvelut 2hh. Puolihoito. Seitsemän päivän hoitoprosessi kylpylässä.
Paketin kuvaus	Terveysmatkan tarkoituksena on löytää parannusta eri sairauksiin mineraalikylpyjen, sekä eri toimenpiteiden kautta.
Kesto	Yhdeksän päivää
Ryhmäkoko	12 henkilöä
Hinta	Noin 1900 euroa. Yhden hengen lisä lisämaksusta.
Voimassaoloaika	Kokovuotinen
Lisätietoja	Valittavat hoitopaketit jakaantuvat seuraaviin ; liikuntaelinsii- raudet, keskus- tai ääreishermoston sairaudet tai hengityselinsii- raudet. Hintaan kuuluu lääkärintarkastus sekä neljä eri hoitoa per päivä.

	Oheispalveluita mahdollista lisätä lisämaksusta.
Varaukset	Ei oteta vielä varauksia
Kohteen nettisivut	Kohteella ei ole vielä nettisivuja

Liite 2. Hinnoittelu

Lennot	Meno-paluu lento Helsinki- Sofia	450 e
Kuljetus ja opas	Lentokenttäkuljetus Sofian lentokenttä-hotelli	20 e
	Hotelli- Bankya	50e
	Bankya- Sofian lentokenttä	50e
	Opas/hh/9 päivää	100e
Hotellit ja ruokailut	Puolihoito 7 päivänä / 2hh	450e
	1 illallinen Sofiassa	15 e
	1 aamiainen Bankyassa lähtöpäivänä	15 e
Hoitopaketit	Liikuntaelinsairauksien paketti	300e
	Keskus- tai ääreishermoston paketti	300 e
	Hengityselinsairauksien paketti	250 e
Retket	Puolipäiväretket historiallisiin- ja kulttuuriin kohteisiin	40 e
	Aktiviteetit kylpylän läheisyydessä	10-40
		1450 e (ilman retkiä, yksi hoitopaketti)

Liite 3. Matkasuunnitelma esimerkiksi online- ympäristössä

Suunnitelma	Lisätietoja
Päivä 1. Sofia Opas sekä kuljettaja tapaavat sinut Sofian lentokentällä. Sisäänkirjautuminen hotelliin. Vapaa-aikaa tai vaihtoehtoisesti Sofian kaupunkierros. Illallinen.	Päivä 2. Kuljetus Bankyaan ja hoidon aloitus Sisäänkirjautuminen Hot Spring-hotelliin. Tapaaminen lääkärin kanssa, jonka jälkeen aloitetaan hoitoprosessi. Vapaa-aikaa. Illallinen.
Päivä 3-8. Hoitoprosessi Aamiainen. Hoitoprosessin jatkaminen. Puolipäiväretket lähiympäristöön tai aktiviteettien suorittaminen, lisätietoja kohdasta löydät enemmän tietoa. Illallinen.	Päivä 9. Paluu Sofiaan Aamiainen. Kuljetus lentokentälle.

Liite 4. Matkan lisätiedot esimerkiksi online- ympäristössä

Suunnitelma	Lisätietoja
Hinta sisältää: -Majoitukset -Puolihoidon -Yksityiset kuljetukset ilmastoiduissa bussissa -Oppaan	Hintaan ei kuulu: - Puolipäiväretket tai aktiviteetit -Ruokailut, muut kuin mainittu puolihoito -Henkilökohtaiset kulut -Tipit

Kuva 1. Esite



LÄHDE KANSSAMME TERVEYSMATKALLE BULGARIAN PARANTAVILLE MINERAALILÄHTEILLE

Hot Spring terveyskylpylä sijaitsee Bulgarian tarunhoitoisessa Bankyan kylässä. Hotellilla on hulpea kylpylä, ja mineraalilähteet pulpuavat suoraan sen altaisiin. Mineraalivesillä on todistetusti parantavia vaikutuksia koko kehoon, niin sisäisesti kuin ulkoisestikin.

UUTUUS! Kärsitkö liikuntaelin, keskus- tai ääreishermoston sairauksista tai onko sinulla hengityssairaus? Hot Spring kylpylä on erikoistunut hoitamaan näitä valvoja osaavien lääkäreiden kanssa.

Kysy lisää räätälöidystä matkasta