

## Raskauden vaikutus matkustamiseen, sekä Babymoon- matka Italiaan

Susanna Malinen



<b>Tekijä(t)</b> Susanna Malinen	
<b>Koulutusohjelma</b> Matkailun koulutusohjelma	
<b>Raportin/Opinnäytetyön nimi</b> Raskauden vaikutus matkustamiseen, sekä Babymoon- matka Italiaan	<b>Sivu- ja liitesivumäärä</b> 46+2
<p>Tämän Haaga-Helian produkti-tyyppisen opinnäytetyön tuloksena syntyi Babymoon- matkapaketti Italian eteläosassa sijaitsevalle Amalfin rannikolle. Idea aiheelle muodostui pikkuhiljaa vuoden alusta alkaen. Koululla suositeltiin kirjoittamaan uudesta ilmiöstä; Babymoonista. Babymoonilla tarkoitetaan matkaa, jonka tulevat vanhemmat tekevät ennen vauvan syntymää. Italia valikoitui matkakohteeksi monista syistä. Italiaa voidaan pitää potentiaalisena vaihtoehtona muun muassa lyhyen lentomatkan takia. Italia on myös monipuolinen maa, joten sieltä löytyy tekemistä ja näkemistä joka makuun. Tällä opinnäytetyöllä ei ole toimeksiantajaa.</p> <p>Opinnäytetyön teoriaosuudessa käydään läpi tuotteistamista, sekä avataan asiakaspalvelun teoriaa palvelumuotoilun näkökulmasta. Teoriaosuudessa tutustutaan myös siihen, mitä elämysmatkailu on ja mitä elämyksellä tarkoitetaan. Opinnäytetyössä on myös esitelty Babymoon- matkailua ja käyty läpi erilaisia riskejä ja tartuntatauteja, joita raskaana oleva pyrkii välttämään, sekä pohdittu sitä, kuinka niiltä voi yrittää suojautua. Lopussa suoritetaan pieni haastattelu, jonka vastausten avulla luodaan Babymoon- paketti. Vastausten perusteella matkasta tehtiin viikon mittainen ja se sisältää aktiviteettien ohella myös rentoutumista rannalla, sekä hyviä ruokapaikkoja.</p> <p>Produkti-osio koostuu varsinaisesta Babymoon- matkapaketista tietojen ja kuvien kera. Se sisältää päiväkohtaisen aikataulun viikonmittaiselle reissulle lentojen aikatauluista päivän retkille ja muille aktiviteeteille. Retkiä tehdään muun muassa Pompeihin, josta löytyy tarkempaa tietoa teoriaosuudesta.</p>	
<b>Asiasanat</b> Babymoon-matkapaketti, Italia, elämys, tuotteistaminen	

# Sisällys

1	Johdanto .....	1
2	Raskaana olevien matkailu .....	3
2.1	Odottavat äidit.....	3
2.2	Ennen matkaa ja lennon aikana huomioitavat asiat.....	3
2.3	Matkalla ja kohteessa huomioitavaa.....	4
2.4	Hyttysten levittämät taudit .....	5
3	Babymoon- pakettien asiakaslähtöisyys ja tuotteistaminen .....	8
3.1	Babymoon.....	8
3.2	Asiakaslähtöisyys ja asiakaspalvelu matkailualalla .....	8
3.3	Asiakaspalvelu palvelumuotoilun näkökulmasta.....	9
3.4	Tuotteistaminen ja tuotekehitys.....	10
3.5	Elämystuote .....	12
3.6	SWOT- analyysi .....	14
4	Italia matkailumaana .....	16
4.1	Italiasta yleisesti.....	16
4.2	Etelä-Italia ja Amalfin rannikko .....	19
4.3	Pompei .....	21
4.4	Suomalaisten matkustaminen .....	21
5	Babymoon matkapaketin suunnittelu ja toteutus.....	23
5.1	Taustatutkimus ja tutkimusmenetelmät .....	23
5.2	Tutkimuksen vastaukset ja luotettavuus.....	24
5.3	Matkapaketin suunnitteluprosessi .....	25
5.4	Valmiin matkapaketin kuvaus.....	29
5.5	Aikataulu .....	38
6	Yhteenveto.....	40
7	Johtopäätökset.....	41
	Lähteet .....	43
	Liitteet.....	47
	Liite 1. Haastattelukysymykset .....	47
	Liite 2. Matkaesite .....	48

# 1 Johdanto

Tämä opinnäytetyö käsittelee matkustamista raskaana olevien näkökulmasta. Työssä pohditaan sitä, mitä tulisi ottaa huomioon raskaana matkustettaessa, sekä käydään läpi erilaisia riskejä, joita tulisi ottaa huomioon lähdeettäessä matkoille ennen vauvan syntymää. Odottavien äitien on esimerkiksi hyvä tarkistaa matkavakuutuksen ehdot, sekä huolehdittava, että tarpeelliset lääkkeet ovat mukana. Tarkoituksena on myös luoda valmis Babymoon- matkapaketti Italiaan. Italia valikoitui matkakohteeksi monista syistä. Yhdeksi syyksi voidaan mainita muun muassa se, että haastateltavat tahtoivat matkaa jonnekin, missä on varmasti lämmintä, mutta minne lentäminen ei kestä montaa tuntia.

Idea opinnäytetyölleni syntyi keväällä lukiessani erästä blogia, jossa nainen kertoi omasta matkastaan raskaana ollessaan. Kesän aikana idea muovautui lisää ja minulle ehdotettiin, että kirjoittaisin samassa myös uudesta trendistä Babymoonista. Lyhykäisyydessään Babymoonilla tarkoitetaan rentouttavia matkoja, joita tuleva äiti ja isä tekevät ennen lapsen syntymää. Matkalla on tarkoitus hemmotella itseään, sekä juhlistaa raskautta. Koen mielenkiintoiseksi tutkia raskauden vaikutusta matkustamiseen, sillä se on ollut lähiaikoina ajankohtainen aihe kaveripiirissäni. Kohderyhmälle ei myöskään suoranaisesti löydy valmiita matkapaketteja, ainakaan Suomessa, joten tuotteen uutuus ja mahdollisuudet viehättävät minua. Työssä aion hyödyntää tietoutta, jota olen oppinut viimeisen parin vuoden aikana matkailualaa opiskellessani, sekä omien matkojeni kautta tullutta kokemusta.

Matkapaketin kohteeksi on valittu Italia ja tarkemmin sanoen Amalfin rannikko Etelä- Italiassa. Italia on monissa julkaisuissa listattu matkakohteiden top- listalle. Italia kuuluu myös Suomalaisten suosikkikohteiden joukkoon, mutta se löytyi myös suosituimpien Babymoon matkakohteiden listalta ulkomaalaisia nettisivuja tutkiessani. Monet matkatoimistot tekevät Suomesta matkoja eripuolille Italiaa, mutta myös omatoimimatkoja tehdään paljon.

Halusin selvittää haastatteluiden perusteella, minkälaiset kohteet ja matkan ominaisuudet houkuttelevat potentiaalista kohderyhmää Babymoon- matkoille. Tällä hetkellä ne aikuiset, jotka ovat lisääntymisiässä kuuluvat siihen sukupolveen, jotka matkustavat paljon. Tätä tietoa tukee myös Tilastokeskuksen sivuilta saatu tieto, jonka mukaan innokkaimpia matkailijoita olivat alle 45-vuotiaat, sillä heistä 96 prosenttia teki jonkin yöpymisen sisältäneen vapaa-ajanmatkan. Kuten haastatteluistakin kävi ilmi, kaikki vastanneet olivat matkustaneet raskaan ollessaan.

Tämä opinnäytetyö on produkti-tyyppinen työ, jossa on tuotettu valmismatkapaketti. Matkapakettia varten kerätään ensin tietoa teoriaosuudessa ja sitä käytetään hyväksi valmiin

matkapaketin tekemisen. Luvussa kaksi käsitellään odottavia äitejä matkailijoina ja perehdytään tarkemmin niihin asioihin, joita tulevien äitien on syytä ottaa huomioon ennen matkalle lähtöä. Luvussa kolme käydään tarkemmin läpi asiakaslähtöisyyttä, tuotteistamista ja elämysmatkailua, sekä luodaan valmiista matkapaketista SWOT-analyysi. Neljännessä kappaleessa aion kertoa yleisesti Italiasta, sekä kuvailla Pompeita, minne tehdään päiväretki. Näin produkti osuuteen viidennessä kappaleessa voin kirjoittaa vain olennaista tietoa, kuten osoitteet ja ajomatkat, sekä laittaa kuvia havainnollistamaan matkakohteita ja reittejä paremmin. Produktin lisäksi viidennessä kappaleessa kuvataan tutkimusmenetelmiä, sekä käydään läpi haastatteluista saatuja vastauksia. Tutkimusmenetelmänä tässä opinnäytetyössä käytettiin kvalitatiivista tutkimusta. Aineistonkeruu tapahtui haastattelemalla. Haastateltaviksi valikoitui viisi naista, jotka joko odottavat lasta tai ovat sen jo saaneet.

Tuloksena on houkutteleva Babymoon- matkapaketti vauvaa odottavalle pariskunnalle, jotka haluavat ennen lapsen syntymää päästä rentoutumaan ja viettämään laatu-aikaa kahdestaan upeissa rantamaisemissa lämmöstä nauttien. Matkanjärjestäjille opinnäytetyöni voisi toimia uusien ideoiden lähteenä ja herättää mielenkiintoa järjestää tämän kaltaisia matkapaketteja asiakkailleen. Tämän kaltaisilla paketeilla he voisivat herättää myös nuorempien ihmisten kiinnostuksen valmismatkapaketteja kohtaan.

## **2 Raskaana olevien matkailu**

Tässä luvussa tutustutaan tarkemmin odottaviin äiteihin ja pohditaan matkustamista heidän kannaltaan. Samalla käydään läpi erilaisia rajoitteita ja riskejä, joita on syytä ottaa huomioon ennen matkalle lähtöä, sekä matkalla ollessa. Tarkastellaan myös lähemmin tämän hetken polttavinta epidemiaa zikavirusta, jota ennen kaikkea raskaana olevien on pyrittävä välttämään.

### **2.1 Odottavat äidit**

Odottavan äidin psyykkisessä ja fyysisessä tilassa tapahtuu monenlaisia muutoksia raskauden aikana, sillä se vaikuttaa lähes jokaiseen elimeen. Se muuttaa tulevan äidin minäkuvaa, sosiaalisia suhteita sekä hormonitoimintaa. Raskaus valmistaa tulevaa äitiä uuteen elämänvaiheeseen ja tekee näin naisesta äidin. Raskaus sekä synnytys vaativat naiselta fyysistä kestävyyttä ja voimaa. (Paananen, Pietiläinen, Raussi-Lehto & Väyrynen 2009, 174.)

Etenkin alkuraskauden aikana Paanasen ym. (2009, 174) mukaan tulevan äidin fyysisessä tilassa tapahtuu paljon muutoksia. Esimerkiksi ruokahalu voi muuttua, jolloin saattaa ilmetä myös mielihaluja outojakin asioita ja aineita kohtaan. Myös veriplasman määrä kasvaa, mutta punasolutuotanto ei juurikaan lisäännä. Tästä syystä hemoglobiinitaso laskee ja saattaa aiheuttaa huimausta tai tunnetta siitä, että kunto on romahtanut ja pienikin määki aiheuttaa hengästymistä. Kasvava kohtu taas aiheuttaa sen, että virtsaamisen tarve lisääntyy.

Suomessa niin sanottu vauvaboomi on hiipunut, sillä viimeisten viiden vuoden aikana syntyneisyys on vähentynyt. Tilastokeskuksen (2016) mukaan syntyneiden määrä Suomessa vähentyi taas edelliseen vuoteen verrattuna. Lapsia syntyi 55 472 vuonna 2015, joka on edelliseen vuoteen verrattuna 1760 lasta vähemmän.

### **2.2 Ennen matkaa ja lennon aikana huomioitavat asiat**

Kun tuleva äiti on terve ja raskaudessa ei ole ilmennyt mitään ongelmia, on lentäminen sallittua ainakin raskausviikolle 36 asti. Kun raskaus on ylittänyt viikon 28, vaaditaan yleensä lääkärintodistus. Matkalle lähtijän on kuitenkin hyvä tarkistaa lentoyhtiön säännöt, sekä matkavakuutuksen ehdot raskauteen liittyen, sillä ne saattavat vaihdella. Finnairin kotimaan ja Skandinavian lennoilla matkustaminen on sallittua raskausviikon 38 loppuun, jos raskaus on sujunut normaalisti. Kuten edelle mainittiin, vakuutusyhtiöiden ehtojen vä-

lillä on eroja. Ennen matkaa on siis syytä varmistaa, että matkavakuutus korvaa mahdolliset raskauteen liittyvien komplikaatioiden hoidot, sekä kotiinkuljetukset. (Stefanovic, Siikmäki & Kantele 2010, 451.)

Etenkin pitkillä lennoilla, on jokaisen ihmisen syytä ottaa huomioon veritulppariski. Pitkään paikallaan istuminen kerryttää nestettä jalkoihin, mikä aiheuttaa turvotusta ja lisää näin tromboosin eli verisuonitukoksen riskiä. Laskimotukoksen eli veritulpan vuosittainen esiintyvyys terveillä nuorilla on noin 4/ 10 000, mutta raskaana olevilla riski on jopa 28/ 10 000. Suurentunut kohtu heikentää laskimopaluuta ja siitä syystä istuma-asento voikin hidastaa alaraajojen laskimoverenkiertoa jopa 75 % verrattuna makuuasentoon. Tästä syystä etenkin raskaana olevien on syytä jaloitella ja huolehtia riittävästä nesteytyksestä, mieluiten veden juomisesta, lennon aikana. Tukisukkien käyttö on suositeltavaa, mikäli lentomatka on pitkä. (Stefanovic ym. 2010, 452.)

Turvavöiden käyttö on aina tärkeää, mutta erityisesti raskaana ollessa niiden asianmukainen käyttö suojaaa kasvavaa kohtua äkkitärähdysten vaaroilta sekä autossa, että lentokoneessa. (Terveyskirjasto 2016a.)

Babymoon travel (2007) sivuston mukaan monissa maissa lääkkeitä tai jopa sairaskertomuksista pyydetään kopiot, jotenka ne on hyvä kantaa käsilaukussa mukana. Myös oman veriryhmän tietäminen etukäteen helpottaa, mikäli jotakin tapahtuu matkan aikana. Lähimpien sairaaloiden yhteystiedot on myös hyvä selvittää ennen matkalle lähtemistä.

### **2.3 Matkalla ja kohteessa huomioitavaa**

Matkailijoiden yleisimmät ongelmat matkustaessa liittyvät usein suurentuneeseen tapaturmien ja tartuntatautien vaaraan, sekä hyvän terveydenhuollon saatavuuteen. Näin ollen raskaana olevien naisten matkailuun liittyvät ongelmat eivät poikkea periaatteessa muista. Raskauteen kuuluu kuitenkin monenlaisia tuntemuksia ja oireita, jotka saatetaan erityisesti reissussa ollessa kokea haasteellisina. Niistä tyypillisimpinä, erityisesti alkuraskauden aikana, esiintyy monesti pahoinvointia ja väsymystä. Nämä on syytä huomioida etenkin matkakohdetta ja aktiviteetteja pohdittaessa. Ruoansulatusvaivat, kuten närästys ja ummetus, ovat näiden ohella myöskin tavallisia. Aikaisemminkin mainittu, tihentynyt virtsaamisen tarve, joka aiheutuu kohdun kasvamisesta, voi olla hyvin ikävä vaiva matkoilla, sillä vessojen löytyminen ja niiden puhtaus saatetaan kokea ongelmalliseksi. (Terveyskirjasto 2015.)

Turistiripuli on tavallisin matkasairaus. Raskaana olevilla on suurempi riski saada tartunta, sillä raskauden aikana mahalaukussa ja suolistossa tapahtuu muutoksia, jotka altistavat suolistoinfektioille. Paras keino suojautua ruoan ja juoman välityksellä tarttuvilta infektioilta on hyvä käsi- ja elintarvikehygienia. Raskaana olevan tulisi välttää muun muassa raakaa ja kuumentamatta valmistettua kalaa, salaatteja, kuorimattomia hedelmiä ja vihanneksia, sekä pastöroimatonta maitoa ja siitä valmistettuja tuotteita. Liha sekä kala on kypsennettävä ja raa'at vihannekset pestävä hyvin ennen syömistä. Nyrkkisääntönä odottaville äideillä on ”keitä, kuori tai jätä syömättä.” Kun nämä neuvot pidetään mielessä, ehkäisee turistiripulin lisäksi myös muita ravinnon välityksellä tarttuvia infektiotauteja. (Stefanovic ym. 2010, 452–453.)

Mikäli ripulitauti iskee, on runsas nesteytys tärkeää, erityisesti raskaana olevalle. Jotkin infektioaudit, kuten esimerkiksi E- hepatiitti ja myöhemmin tarkemmin läpikäytävä malaria, voivat olla tavallista vakavampia raskauden aikana. E- hepatiitti leviää veden välityksellä ja ilmenee yksittäisinä tapauksina tai epidemioina tropiikissa. Tavallisella turistilla se on kuitenkin erittäin harvinainen. E- hepatiitti ei johda krooniseen tautiin, mutta naisen ollessa raskaana 2. ja 3. kolmanneksen aikana saatu tartunta aiheuttaa 15- 20 %:ssa tapauksista kuolemaan päätyvän rajun hepatiitin. (Terveyskirjasto 2016a.)

Toksoplasmatartunnan voi saada vaikka kotona kissan ulosteista, mutta ulkomailla, esimerkiksi Välimeren maissa riski tartunnalle on suurempi kuin Suomessa. Vasta-ainemittauksen avulla odottava äiti voi selvittää, onko hän sairastanut taudin jo aikaisemmin. Myös tätä tautia pystytään ehkäisemään hyvällä ruokahygienialla ja raa'an lihan välttämällä. (Terveyskirjasto 2016a.)

Sairastelun lisäksi Babyplan (2015) kehottaa myös huomioimaan muun muassa aurinogonoton vaikutuksen, mikäli matka sijoittuu aurinkolomakohteisiin. Raskauden aikana ihon pigmentti muuttuu ja yleensä syynä on hormonitason nousu. Tämä ilmenee esimerkiksi pisamien lisääntymisenä. Auringon ottaminen ei ole suoranaisesti kiellettyä, mutta se saattaa aikaansaada isojakin pigmenttiläiskiä. Raskaana ollessa iho myös ruskettuu helpommin.

## **2.4 Hyttysten levittämät taudit**

Hyttiset levittävät lähinnä trooppisilla alueilla monia, jopa vaarallisia tauteja, kuten zikavirusta, malariaa, keltakuumetta, sekä denguekuumetta. Näistä kahta ensimmäistä erityisesti raskaana olevien on pyrittävä välttämään ja jättää matkustamatta tartunta-alueille.



Malariaa ja erityisesti zikavirusta käsitellään juuri tämän takia tässä kappaleessa tarkemmin. Tartuntojen ehkäisemisessä tärkeintä on tietenkin pyrkiä suojautumaan hyttysenpistoilta. Hyttysset pistävät yleensä öisin, jolloin niiltä suojautuminen onnistuu parhaiten pukeutumalla vaaleisiin ihon peittäviin vaatteisiin. Paljalla ihoalueilla on suositeltavaa käyttää hyönteiskarkotetta. (Stefanovic ym. 2010, 453–454.)

Raskaus suurentaa alttiutta saada malariatartunta, ja tämän lisäksi tauti saattaa ilmetä erityisen ankarana. Malaria aiheuttaa yleensä, joko keskenmenon tai käynnistää ennenaikaisen synnytyksen. (Stefanovic ym. 2010, 454.)

Malariainfektio voi vaarallisimmillaan johtaa kuolemaan. Sen vakavuus riippuu siitä, mitä lajia malariaparasitti eli loinen on. Vaarallisimman malarian aiheuttaa yleisin malariaparasitti, joka ilman hoitoa johtaa noin 20 %:ssa tartunnoista kuolemaan. Vakavien komplikaatioiden, jopa henkeä uhkaavien, riski kasvaa, mikäli diagnoosi ja hoito viivästyvät. Malaria ei ole vaarallinen tauti pelkästään raskaana oleville, vaan myös lapsille. (Terveyskirjasto 2013.)

Raskaana olevia naisia kehoitetaan välttämään matkoja malaria-alueille. Suurimmat riskit malariatartunnoille ovat trooppisessa Afrikassa ja paikoin Oseaniassa. Tämän lisäksi malariaa esiintyy myös muun muassa Aasiassa, sekä jonkin verran Väli- ja Etelä-Amerikassa. Mikäli matkustamista suuren malariariskin alueelle ei voida välttää raskauden aikana, on hyttysenpistoilta suojauduttava tarkasti ja estolääkitys on hankittava. (Matkailulääketiede 2010.)

Zikavirus ei ole aivan uusi tauti, sillä aikaisemmin yksittäisiä tautitapauksia ja pieniä zikavirusepidemioita on esiintynyt Länsi- ja Keski-Afrikassa, sekä Kaakkois-Aasiassa. Kuitenkin vasta vuodesta 2014 lähtien virus on levinnyt vauhdilla paikkoihin, jossa sitä ei ole aiemmin tavattu, kuten Etelä- ja Väli-Amerikkaan. Sen leviäminen edelleen uusille alueille on hyvin todennäköistä, sillä virusta levittäviä hyttyslajeja tavataan maailmalla laajasti. (Terveyskirjasto 2016b.)

Zikavirusinfektion oireita voivat olla kuumeilu, silmätulehdus, ihottumaa sekä nivel- ja lihaskipuja ja sen itämisaika on 3–12 vuorokautta. Infektio on useimmiten varsin lievä, jopa oireeton, ja se vaatii harvoin sairaalahoitoa. Kuitenkin vuodesta 2014 lähtien Latinalaisessa Amerikassa epidemian yhteydessä on huomattu, että virus voi aiheuttaa synnynnäisiä kehityshäiriöitä muun muassa pienipäisyyttä sikiöille. Riski kasvaa, jos äiti on saanut infektion alkuraskauden aikana. Koska tauti on kuitenkin vielä varsin tuore, sen yleisyyttä sekä riskin suuruutta raskauden aikana ei tarkalleen vielä tiedetä. (Terveyskirjasto 2016b.)

Zikaviruksen ajankohtaisuudesta kertoo myös se, kuinka Helsingin Sanomissa on kirjoitettu lähiaikoina useaan otteeseen. Elokuun lopulla Kaisa Hakkarainen kirjoitti siitä, kuinka Ican- järjestö siirsi pikavauhtia kokouksensa Panamasta Helsinkiin. Tämän tapauksen taustalla oli juurikin zikavirus. Artikkelin mukaan monet muutkin kongressit järjestetään pohjolassa, koska täällä ei koeta suoranaista terrorismin tai zikaviruksen uhkaa. (Hakkarainen 2016, A17.)

Helsingin Sanomissa kirjoitettiin, että tällä hetkellä Suomessa on todettu kuusi zikavirus-tartuntaa. Sen mukaan epidemia-alueita ovat tällä hetkellä lähes koko Latinalainen Amerika, Singapore, Kap Verde ja Fiji. Epidemiasta on kokoajan uutisoitu, että se on vaarallista lähinnä juuri raskaana oleville. Uutisessa kerrotaankin, että yksi tartunnan saaneista oli raskaana ja hän menetti lapsensa. Raskaana oleville tauti on riski, sillä se voi vaikuttaa syntymättömien lasten kehitykseen. Kyseistä tapausta lukuun ottamatta kotimaassa rekisteröidyt zikavirus tartunnat ovat olleet tavallisia infektioita. (Rissanen 2016, A25.)

Helsingin Sanomien (2016) nettisivuilla oli myös selvitetty, mitä raskaana olevan tai perheenlisäystä suunnittelevan pitäisi tietää zikaviruksesta. Tartunta leviää hyttysiltä ja nimenomaan pistoksen aikana hyttysen syljestä. Joissakin tapauksissa sen tiedetään tarttuneen kuitenkin myös seksin välityksellä. Mikäli yritetään perheenlisäystä, suositellaan raskauden yrittämisen lykkäämistä muutamalla viikolla epidemia-alueella matkustamisen jälkeen. Mikäli tuleva isä on matkustanut epidemia-alueella ja saanut zikaviruksen, pitäisi perheenperustamis-suunnitelmia lykätä puolella vuodella. Tämä johtuu siitä, että siemenesteessä virus säilyy pidempään. Vastasyntyneiden pienipäisyyttä on todettu eniten Brasiliassa, mutta edellä mainittujen kohteiden lisäksi myös Miami luetellaan nyt epidemia alueeksi. Thaimaassakin on zikavirustartuntoja, mutta sitä ei pidetä epidemia-alueena, sillä siellä virus on ollut ennenkin ja riskin uskotaan olevan huomattavasti pienempi. Kuitenkin alueen luokitus voi muuttua esimerkiksi ennen joululomakautta.

### **3 Babymoon- pakettien asiakslähtöisyys ja tuotteistaminen**

Tässä luvussa käydään ensin läpi, mitä käsitteellä Babymoon tarkoitetaan. Sen jälkeen käsitellään asiakaspalvelua palvelumuotoilun kautta, erityisesti matkailualalla. Lisäksi pohditaan, mitä tuotteistamisella tarkoitetaan, tarkastellaan matkailutuotteen tuotteistamisen teoriaa, sekä selvitetään tarkemmin matkailuyrityksen tuotteistamista. Lopussa tutustutaan vielä siihen, mitä elämyksellä ja elämysmatkailulla tarkoitetaan. Viimeisenä käydään läpi, mistä SWOT- analyysi muodostuu. Sen perusteella laaditaan SWOT- taulukko suunnitellusta matkapaketista, sillä produktin kannalta sen tekeminen oli oleellista.

#### **3.1 Babymoon**

Babymoonilla tarkoitetaan viimeistä lomamatkaa, jonka tulevat vanhemmat tekevät yhdessä ennen vauvan syntymää. Babymoon- matkoilla on tarkoitus hemmotella itseään ylellisesti ja juhlistaa raskautta. Babymoon- matkoja on olemassa erilaisia, mutta monesti matkan aikana käydään esimerkiksi spa-hoidoissa nauttien alkoholittomista drinkkeistä, jotka ovat erityisesti suunniteltu juuri raskaana oleville naisille. Tulevat isät taas voivat käydä urheiluhieronnoissa ja poltella sikaria. Matkasta tehdään mahdollisimman helppo, jotta pari pääsee nauttimaan ja latailemaan akkujaan ennen suurta hetkeä. Monesti näihin paketteihin kuuluu täydellinen huonepalvelu elokuvineen, sisältäen myöhäisen hotellista uloskirjautumisen ja herkuttelua helpottamaan raskauden aikaisia mielitekoja. Matkan aikana on mahdollista ottaa ihania raskausajan valokuvia kauniissa puitteissa, järjestää vauvanhoitokursseja, sekä joogatunteja. (Babymoon travel 2007.)

Matkailulehti Mondon (2014) artikkelissa sanotaan, että Babymoon-lomat ovat kovassa kasvussa monissa maissa. Yhtenä syynä tälle ilmiölle pidetään sitä, kun Englannin prinssi William vei Kate- vaimonsa Karibian lomalle ennen vauvan tuloa. Artikkelissa kerrotaan joidenkin eurooppalaisten hotellien tarjoavan spa- hemmotteluja sisältäviä babymoon-paketteja. Myös suomalaiset tekevät jonkin verran Babymoon- matkoja itsenäisesti maailmalle, eikä ole myöskään harvinaista lähteä Babymoon- matkalle Tallinnaan tai Tukholmaan laivoilla, mikäli tulevat äidit haluavat tai joutuvat välttämään lentämistä.

#### **3.2 Asiakslähtöisyys ja asiakaspalvelu matkailualalla**

Yksi hyvä keino erottua markkinoilla ja tuottaa asiakkaalle lisäarvoa, on omata kilpailijoita parempi asiakaspalvelu. Asiakaspalveluksi määritellään toiminta, jonka tarkoituksena on opastaa ja auttaa asiakasta. Asiakaspalveluhenkilöstön laatu ja määrä vaikuttavat oleelli-

sesti palvelun sujuvuuteen, sekä saavutettavuuteen. Heidän tulisi olla osaavia ja palveluhenkisiä, mutta oleellista on myös, että ruuhka-aikoinakin on tarpeeksi henkilökuntaa sujuvan palvelukokemuksen saavuttamiseksi. Hyvän asiakaspalvelun merkitys on entistä tärkeämpää niillä aloilla, joissa tuotteet ovat sellaisinaan hyvin toistensa kaltaisia, kuten myös matkailualalla. Palvelu voi olla joko yrityksen päätuote tai sitten se on tavaratuotteen liitetty lisäosa. (Bergström & Leppänen 2015, 161–164.)

Matkailutuotteiksi kutsutaan palveluita, sekä yleisesti vielä erilaisten palvelupakettien yhdistelmiä. Tästä hyvänä esimerkkinä ovat juuri Babymoon-paketit, joissa on luotu valmis paketti sisältäen matkat, kuljetukset, sekä majoitus. Babymoon- matkoillehan lähetään juuri rentoutumaan ja silloin haetaan helppoutta. Ratkaiseva tekijä matkailupalvelun menestymisen kannalta pitkällä aikavälillä on asiakastyytyväisyys. Se muodostuu etukäteisodotuksista, ja tietenkin myös siitä, miten asiakas kokee kokonaisuutena palvelutapahtuman eli muun muassa palvelun laadun. (Tuulaniemi 2011, 260.)

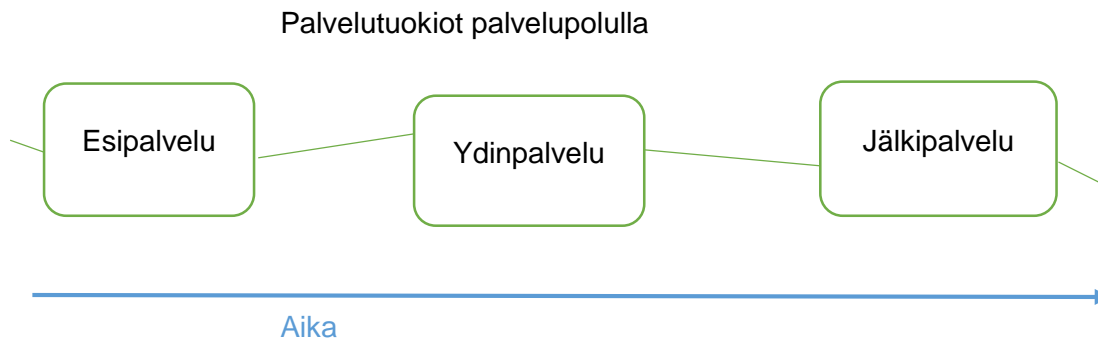
Komppula ja Boxberg (2005, 21) taas määrittelevät asiakaslähtöisen matkailutuotteen näin: ”Matkailutuote on asiakkaan subjektiiviseen arviointiin perustuva kokemus, jolla on tietty hinta ja joka syntyy prosessissa, jossa asiakas hyödyntää palvelun tarjoajien palveluja osallistumalla itse palvelun tuotantoprosessiin.” Tänä päivänä pidetään erittäin tärkeänä sitä, että tuotteen tai palvelun tulee tarjota asiakkaalle lisäarvoa, sillä asiakkaan tavoitteena on hyöty tai arvo, joka on kulloinkin ainutkertainen kokemus.

### **3.3 Asiakaspalvelu palvelumuotoilun näkökulmasta**

Tuulaniemen (2011, 71) mukaan jokaisen palvelun keskiössä on ihminen, palvelun käyttäjä eli asiakas. Mitään palveluahan ei ole olemassa, mikäli ihminen ei tarvitse ja kuluta sitä. Palvelussa oleellisena osana ovat asiakaspalvelijat, jotka toimivat asiakasrajapinnassa. Yhdessä asiakaspalvelijat ja asiakkaat muodostavat palvelukokemuksen. Olenaista palvelukokemuksen muodostumisessa on heidän vuorovaikutuksensa ja tästä syystä onkin ymmärrettävä heidän molempien tarpeita, arvoja, motivaatiotekijöitä sekä odotuksia.

Koko palvelu tapahtuma kokonaisuutenaan voidaan Tuulaniemen (2011, 78–79) mukaan asettaa aika-akselille. Toisin sanottuna, koska palvelu on prosessi, itse palvelun käyttäminen tai kuluttaminen tarkoittaa aika-akselille sijoittuvan kokemuksen kuluttamista. Se, miten asiakas kulkee ja kokee palvelun aika-akselilla, voidaan kuvata palvelupolkuna. Palvelupolku on kuvattu aika-akselille kuviossa 1. Palvelupolku voidaan jakaa eri vaiheisiin; esipalvelu, ydinpalvelu ja jälkipalvelu. *Esipalveluvaiheessa* asiakas esimerkiksi ottaa yhteyttä

matkanjärjestäjään, jolta hän haluaa tilata Babymoon- matkapaketin. *Ydinpalveluvaiheessa* eli itse matkalla ja matkan aikana asiakas saa varsinaisen arvon. *Jälkipalvelu* tapahtuu kun asiakas palaa matkalta ja ottaa yhteyttä palveluntuottajaan eli matkanjärjestäjään. Esimerkki tällaisesta yhteydenotosta on asiakaspalautteet, jotka ovat erittäin tärkeitä yrityksille palveluiden kehittämisen kannalta.



Kuvio 1. Palvelupolku. Mukailten Tuulaniemi (2011,79.)

Matkailualalla palvelumuotoilun tavoitteena on kestävä vuorovaikutussuhteen muodostuminen, sekä asiakkaan, että palveluntarjoajan, mutta myös eri palveluntarjoajien välille. Palvelumuotoilun avulla on helpompi tunnistaa vuorovaikutusmahdollisuudet, kuten aikaisemmin mainitun palvelupolun kautta. Palvelumuotoilu mahdollistaa sekä palvelun laadun parantamisen, että asiakastytyväisyyden lisäämisen. (Tuulaniemi 2011, 270.)

### 3.4 Tuotteistaminen ja tuotekehitys

Tuotteistamiseksi kutsutaan Lehtisen & Niimäen (2005, 45) mukaan prosessia, joka on jatkuvaa ja vaiheittain etenevää. Usein tuotteistamisprosessiksi mielletään pelkkä tuotteiden muodostuminen, mutta sen lisäksi siihen kuuluu myös valmisteleva työ, sisäisen ja ulkoisen markkinoinnin valmistelu, sekä seuranta ja arviointi. Parhaimmillaan tuotteistaminen on kehittämis- ja kehitysprosessi, missä johto ja henkilöstö oppivat jäsentämään ja ymmärtämään paremmin palveluitaan ja palveluiden tuotteistamista.

Tuotekehityksen tavoitteena yrityksellä on luoda kokonaisuuksia, jotka vastaavat asiakkaiden tarpeita. Jotta tuotekehityksessä onnistuttaisiin, on yrityksen seurattava ja tulkittava markkinoita, trendejä, asiakkaiden käyttäytymistä, mutta myös panostettava systemaattiseen tutkimukseen. Tämän lisäksi muun muassa väestön ikääntyminen, ilmastonmuutos,

sekä taloudellinen kehitys on otettava huomioon tuotekehityksessä. Luonnollisuus, turvallisuus, terveellisyys, sekä kestävä kehitys ovat trendejä, joihin tuotekehityksenkin on vastattava. (Bergström & Leppänen 2015, 183.)

Tuotteistamisessa asiakaslähtöisyys ja asiakkaiden tarpeiden huomioiminen on keskeisessä osassa. Tämän lisäksi on kuitenkin myös kiinnitettävä huomiota organisaation tarpeisiin. Kuten jo aikaisemmin mainittiin, on yrityksen seurattava jatkuvasti, mitä maailmalla tapahtuu. Vain näin yritys voi lanseerata markkinoille ostajia tyydyttävän tuotteen. Tuotekehitystä varten yrityksellä tulee olla riittävä määrä tietoa sekä markkinoista, ympäristöstä, mutta myös omista resursseistaan. Tätä varten sen on tehtävä ympäristö-, markkina-, kilpailija-, sekä yritysanalyysi. Ympäristöanalyysi tehdään, jotta saadaan selville taloudellisen, kulttuurisen, lainsäädännöllisen sekä teknologisen kehityksen suunta. Markkina-analyyssissä taas selvitetään markkinoiden koko ja kylläisyys, segmentit sekä ostoskäyttäytyminen. Kilpailija-analyyssissä selvitetään kilpailijat, niiden menestystekijät ja markkinaosuudet, sekä kilpailun yleispiirteet. Yrityksen kannalta on erittäin tärkeää tietää, onko alalla vaarallisia haastajia ja ketkä ovat mahdollisia ylivoimaisia kilpailijoita. Tällä selvityksellä on vaikutusta yrityksen kilpailuetuajatteluun. Viimeiseksi yritysanalyysin avulla selvitetään yrityksen henkiset, taloudelliset ja tuotannolliset resurssit. Jotta ei syntyisi ristiriitaa erilaisten ratkaisujen välillä, on tämän lisäksi tunnettava yrityksen muiden tuotteiden asema ja imago markkinoilla. (Bergström & Leppänen 2015, 190.)

Tuotekehityksessä hyvänä esimerkkinä voidaan käyttää Aurinkomatkoja, joka on valmismatkanjärjestäjä ja Finnairin tytäryhtiö. 90 prosenttia yhtiön liikevaihdosta tulee siis pakettimatkoista. Bergströmin & Leppäsen (2015, 201) kirjassa esitettävässä esimerkissä Tuotekehitys Aurinkomatoissa kertoo, että pakettimatkailu elää tällä hetkellä murrosvaiheessa; miksi ostaisi valmispakettia, kun suunnittelun ja toteutuksen voi tehdä myös itse. Alan haasteena onkin kehittää matkapaketti uudelle palvelutasolle, jossa valmismatkapaketin ostaminen on perusteltua. Tuotekehittelyä tehtäessä on seurattava yleistä markkinoinnin kehitystä, trendejä, toimialan tilanteita, sekä kuunneltava asiakkaita, sekä seurata kilpailijoita. Tärkeää on seurata myös sitä, miten asiakaskäyttäytyminen matkailualalla on muuttunut ja on edelleen muuttumassa.

Vuoden 2015 alussa Aurinkomatkat lanseerasi uuden tyylin kertoa asiakkailleen tuotetarjoomasta. Ennen sitä oli selvitetty asiakkaiden tarpeita, sekä odotuksia lomailulta, mutta myös luotu katsaus kuluttajakäyttäytymisen muutosta ajaviin trendeihin. Tämän lisäksi haastateltiin kohteessa työskenteleviä työntekijöitä, jotta saataisiin selville minkälaisia toiveita he kuulevat asiakkailtaan loman aikana ja minkälaisia näkemyksiä heillä on tar-

joomasta. Tuotekehityksellä luotiin raamit, joiden sisällä voidaan rakentaa uudenlaisia lomasisältöjä ja kehittää tarjoomaa siten, että se vastaa pitkällä tähtäimellä asiakkaiden muuttuviin tarpeisiin. Tuotekehityksen seurauksena syntyi uudenlaisia lomakokoelmia, joissa yhdistyy kohteet, hotellit sekä aktiviteetit vastaamaan erilaisia lomatoiveita. Tämä uusi tapa etsiä ja löytää omia unelmia vastaava loma ei kuitenkaan korvaa vanhaa tuttua tapaa hakea kohteittain matkoja. (Bergström & Leppänen 2015, 201.)

### **3.5 Elämystuote**

Matkailualalla ja erityisesti sen markkinoinnissa on hyödynnetty jo useita vuosia elämyksiä ja elämyksellisyyttä lisämyynnin toivossa. Niistä puhuminen on yleistynyt jo niin paljon, että elämys- sana alkaa kärsiä inflaatiosta. Tarssasen (2009,8-9) kirjassa erotellaan elämys palvelusta siten, että elämyksen tuottamisessa käytetään draamallisuutta, teemoittelua, sekä kokemuksen räätälöintiä kullekin asiakkaalle sopivaksi. Siinä missä palveluita tarjotaan asiakkaille, elämystuotteen ostajaa kohdellaan vieraana. Voidaan sanoa myös niin, että palvelu toimitetaan tai tuotetaan asiakkaalle pyynnöstä tarkan kaavan mukaisesti, kun taas elämys syntyy kokemuksen kautta ja se voi jokaiselle olla omanlaisensa.

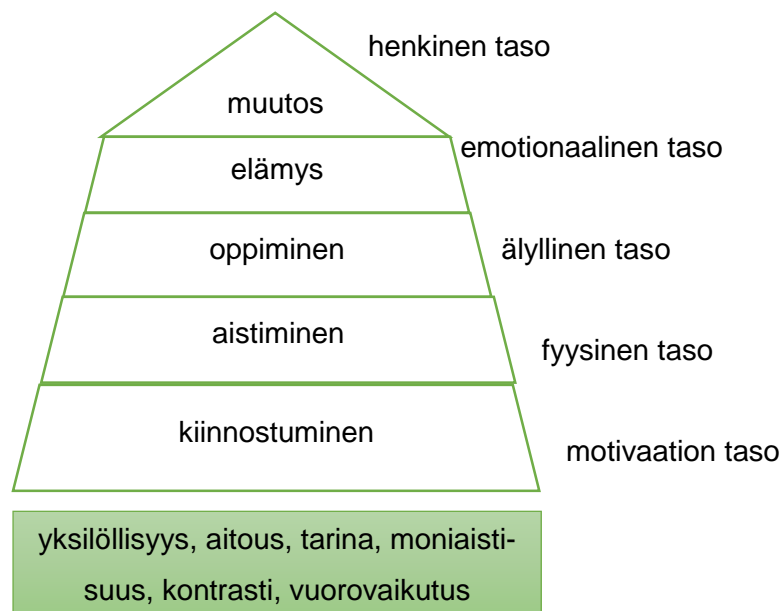
Tarssasen (2009, 9) kirjassa kerrotaan seuraavasti; Ihmisen seuratessa esimerkiksi ohjelmaa televisiosta, uppoutumatta siihen, korostuu elämyksen viihteellisyys. Esimerkiksi taas hiihtoretkeillä tai melontakursseilla, missä osallistuminen on selkeästi aktiivisempaa, tilanne itsessään vetää kokijan mukanaan, mutta ei kuitenkaan vaadi häneltä sen suurempaa uppoutumista, korostuu tällöin opetuksellinen näkökulma elämyksestä. Kun henkilö on aktiivisesti toteuttamassa elämyskokemustaan esimerkiksi kiipeilytilanteissa tai seikkailuissa uppoutuen kokemusvirran vietäväksi, tällöin on kyse todellisuuspakoisesta elämyksestä. Kun kaikki edellä mainitut ulottuvuudet on otettu huomioon, voidaan sanoa, että kokonaisvaltainen elämyskokemus on syntynyt.

Ylen artikkelissa Loukasmäen (2016a) mukaan matkailussa on erittäin tärkeää kokea elämyksiä. Elämykset vaihtelevat kuitenkin ääripäästä toiseen. Tämä johtuu siitä, että matkailijat tulevat erilaisista kulttuureista ja maista. Esimerkiksi Aasialaisten mielestä elämyksiä voivat olla monet luontoon liittyvät asiat, joita ei muualla voi kokea. Näitä ovat muun muassa taivaalla säkenöivät revontulet tai puhdas ilma ja vesi, jota voi juoda suoraan puurosta. Suomalaisten näkökulmasta nämä asiat kuuluvat taas arkipäivään, emmekä siksi koe niitä elämyksiksi.

Samaa mieltä ollaan myös Tarssasen (2009,10) kirjassa, jossa sanotaan elämyksen olevan viime kädessä henkilökohtainen kokemus, eikä matkailuelämyksiä voida varmuudella

taata. Kiinnittämällä kuitenkin erityisesti huomiota asiakkaan kokemukseen, voidaan kuitenkin merkittävästi vaikuttaa elämyksen syntymiseen.

Minkälainen tuote on elämystuote? Minkälaisia elementtejä matkailutuotteessa pitäisi olla, jotta sen voitaisiin sanoa tuottaneen elämyksiä asiakkaalle? Näihin kysymyksiin voidaan etsiä vastauksia Tarssasen (2006,8-9) kirjassa esiteltävästä elämyskolmiosta kuviossa 2. Malli kuvaa täydellistä tuotetta, jonka jokaisella tasolla elämyksen kaikki elementit ovat edustettuina. Elämyskolmiossa elämystä tarkastellaan kahdesta eri näkökulmasta. Toinen tasoista on asiakkaan kokemuksen tasot ja asiakkaan kokemukseen vaikuttavat tekijät, jotka on kuvattu kuvion alareunassa. Mallin vertikaalisella akselilla taas kuvataan asiakkaan kokemuksen rakentumista eri tasoilla.



Kuvio 2. Elämyskolmio (The Experience Triangle.) Mukailten Tarssanen (2006, 8.)

Elämyksen elementtejä eli alimmaista vihreää palkkia tarkasteltaessa, ensimmäisenä elementtinä Tarssasella (2006, 9-12) on *yksilöllisyys*. Yksilöllisyys näkyy joustavuudessa, asiakaslähtöisyydessä ja ennen kaikkea siinä, että on mahdollisuus räätälöidä jokaisen asiakkaan tarpeiden ja mieltymysten mukainen tuote. Seuraavana on *aitous*, jolla tässä yhteydessä tarkoitetaan tuotteen uskottavuutta. Tuotteen tulee siis perustua tekijöidensä kulttuuriin siten, että sen tuottajat tuntevat sen luontevasti osaksi omaa, paikallista identiteettiään. *Tarina* taas liittyy tuotteen aitouteen. Tarinan käyttö tarkoittaa yksinkertaistet-



tuna sitä, että sen avulla asiakkaalle perustellaan se, mitä tehdään ja missä järjestyksessä. Tarina myös houkuttelee asiakkaan tunnetasolla osaksi kokemusta. Seuraavana olevalla *moniaistillisuudella* tarkoitetaan sitä, että tuote olisi koettavissa mahdollisimman monilla aisteilla; haistaen, maistaen, tuntien ja kuullen. Kun tuote tuo erilaisuutta asiakkaan näkökulmasta, käytetään sanaa *kontrasti*. Tuotetta käytettäessä asiakkaan on siis voitava kokea jotakin eksoottista, uutta, sekä tavallisuudesta poikkeavaa. Viimeisenä paikissa on *vuorovaikutus*, millä tarkoitetaan onnistunutta kommunikaatiota oppaan tai muiden matkalaisten kanssa. Oleellisena osana vuorovaikutuksessa on myös yhteisöllisyys, kun koetaan jotain yhdessä porukkana.

Kokemuksen tasoja tutkittaessa, alimpana on *motivaatio*, jolla tarkoitetaan asiakkaan kiinnostuksen herättämistä. Tuote tuodaan esimerkiksi mainonnan avulla asiakkaan tietoisuuteen, ja luodaan sen avulla asiakkaalle odotukset tuotetta kohtaan, sekä valmius ja halu kokea ja osallistua. Seuraavaksi on *fyysinen* taso, jossa asiakas kokee ympäristöä aistiensa avulla. Fyysisellä tasolla hyvä tuote takaa turvallisen, sekä miellyttävän kokemuksen, eli ei ole liian kuuma, kylmä, jano, nälkä taikka vessahätä fyysisestä vaarasta puhumattakaan. Kolmantena on *älyllinen* taso, missä hyvä tuote tarjoaa asiakkaalleen sekä oppimis-, että harjaantumiskokemuksen. Asiakas saa siis mahdollisuuden kehittyä, oppia jotakin uutta, sekä saada uutta tietoa, joko tiedostamatta tai tiedostetusti. Neljäntenä tasona on *emotionaalisuus*, eli varsinaisen elämyksen kokeminen. Mikäli tuotteessa on tähän asti otettu hyvin huomioon edelliset tasot, on todennäköistä, että asiakas kokee hyvin positiivisen tunnereaktion onnellisuutta, onnistumisen ja oppimisen riemua, jotakin sellaista, mitä yksilö kokee merkitykselliseksi. Ylimpänä tasona on varsinainen elämyksen kokeminen. Elämyksen kaltainen voimakas ja positiivinen tunnereaktio saattaa jopa johtaa henkilökohtaiseen muutostokemukseen, joka parhaimmillaan johtaa pysyviin muutoksiin mielentilassa, fyysisessä olotilassa tai jopa elämäntavassa. (Tarssanen 2006, 12–14.)

### **3.6 SWOT- analyysi**

SWOT- analyysin nimi muodostuu englanninkielisistä sanoista, joita ovat strengths (vahvuudet), weaknesses (heikkoudet), opportunities (mahdollisuudet), sekä threats (uhat). Viitalan ja Jylhän (2013, 49–50) mukaan SWOT- analyysiä käytetään sekä liikeidean muodostamiseen, mutta myös yrityksen jatkuvaan kehittämiseen eri tilanteissa. Menetelmää voidaan käyttää hyödyksi myös yksittäisten projektien yhteydessä. Pohjimmaisena ajatukseksi on, että mahdolliset uhat on tunnistettava, jotta ne pystytään minimoimaan ja varautumaan niihin. Jos yritys näkee ideansa vahvuudet ja markkinoilla näkyvä olevan mahdollisuuksia tarjolla, on luontevaa edetä niiden voimalla eteenpäin. Tarkasteltaessa taas uhkia

ja heikkouksia, opitaan varomaan ja tunnistamaan mahdollisia sudenkuoppia. SWOT-analyysi ohjaakin yritystä kohdistamaan eli fokuoimaan huomion oleellisiin asioihin.

Valmiista matkapaketista on luotu SWOT-analyysi ja se on esitetty kuviossa 3. SWOT-analyysin perusteella voidaan sanoa, että matkapaketilla on monia vahvuuksia sekä mahdollisuuksia. Merkittävimpänä voidaan pitää sitä, että matkapaketti on uutuus Suomessa, eikä sillä siitä syystä ole suoranaisia kilpailijoita. Toki kaikesta löytyy myös huonoja puolia. Heikkouksien ja uhkien suhteen merkittävimäksi ongelmaksi voisi muodostua matkapaketin hinta tai se, että kiinnostusta tämän kaltaisille tuotteille ei löytyisi.

<p style="text-align: center;"><b>VAHVUUDET</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- raskaana olevien erityistarpeet huomioitu, esim. tarpeeksi lepoa</li> <li>- kysyntä -&gt; äideille tehty kyselytutkimus</li> <li>- suorat lennot</li> <li>- lentoaika ei liian pitkä</li> <li>- sama valuutta -&gt; hintatasoa helppo vertailla koh-teessa</li> <li>- paljon nähtävää ja koettavaa</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>HEIKKOUEDET</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- hinnoittelu vaikeaa -&gt; hinnat perustuvat arvioon</li> <li>- matkan hinta -&gt; este joillekin</li> <li>- tuotteen uutuus -&gt; ei tiedetä miten se otetaan vastaan ja miten paketti toimii</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>MAHDOLLISUUDET</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Suomesta ei tehdä babymoon matkapaketteja -&gt; ei kilpailijoita</li> <li>- uutuuden viehäytys -&gt; uutuus markkinoilla</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>UHAT</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Italialaisten toisinaan heikko englanninkielen taito-&gt; kommunikaatio-ongelmat</li> <li>- terroriuhat</li> <li>- luonnonkatastrofit, kuten Italiaa toisinaan vaavat maanjäristykset</li> <li>- Babymoon- matkat eivät herätä kiinnostusta</li> </ul>

Kuvio 3. SWOT analyysi Babymoon- matkapaketista Italiaan. SWOT- taulukko on tehty tässä opinnäytetyössä esitettyjen tietojen perusteella.

## 4 Italia matkailumaana

Tässä kappaleessa tutustutaan tarkemmin Italiaan matkailumaana ja erityisesti Etelä-Italiassa sijaitsevaan Amalfin rannikkoon, minne Babymoon- paketti tehdään. Aluksi käydään läpi yleistietoa Italiasta, sen liikenteestä, ilmastosta ja mahdollisista vaaratekijöistä. Amalfiin tutustuttaessa esitellään tietoa myös Etelä- Italiasta ja sen ”pääkaupungista” Napolista. Samalla selvitetään, mitkä ovat suomalaisten suosituimmat kohteet ja missä määrin suomalaiset ylipäätään matkustelevat.

### 4.1 Italiasta yleisesti

Italia on ”saappaan muotoinen maa”, joka sijaitsee Etelä-Euroopassa Alppien eteläpuolella ja Välimeren rannalla. Rajanaapureina Italialla ovat pohjoisessa Ranska, Sveitsi, Itävalta ja Slovenia, sekä maan rajojen sisällä kokonaan sijaitsevat itsenäiset kääpiövaltiot San Marino ja Vatikaani. Italian tarkempaa sijaintia on havainnollistettu kuvilla 1 ja 2. Apenniinien niemimaan lisäksi Italialle kuuluu myös saaria, joista suurimmat ja tunnetuimmat ovat Sisilia ja Sardinia. (Ulkoasiainministeriö 2016.)



Kuva 1. Italian kartta. (CIA 2016.)

Italian väkiluku vuonna 2015 oli 60 795 612, mikä tarkoittaa 12 prosentin osuutta koko EU:n väkiluvusta. Italian pinta-ala on 302 073 km<sup>2</sup> ja sen pääkaupunki on Rooma. Italian valtionmuoto on parlamentaarinen tasavalta ja rahayksikkönä käytetään Euroa. Talouden tärkeimpiä toimialoja Italiassa olivat vuonna 2014 tukku- ja vähittäiskauppa, majoitus, kuljetus- ja ravitsemustoiminta (20,1 %). Sen tärkeimmät vientimaat ovat Ranska, Saksa, sekä Yhdysvallat ja tuontimaat Ranska, Saksa, sekä Kiina. Bruttokansantuote Italiassa vuonna 2015 oli 1,636 biljoonaa euroa, kun taas vastaava luku Suomessa oli 207,220 miljardia euroa. (Euroopan unioni 2016.)



Kuva 2. Italian maantieteellinen sijainti Euroopassa. (CIA 2016.)

Italiassa virallisena pääkielenä on italia, mutta siellä puhutaan myös jonkin verran saksaa, ranskaa, sekä sloveenia. 80 prosenttia väestöstä on kristittyjä, suurimmalta osin Roomalaiskatolilaisia. Jehovan todistajien ja protestanttien osuus on varsin pieni. (CIA 2016.) Monet Italiassa matkustaneet tietävät, että varsinkin suurista kaupungeista poistuttaessa paikallisten englanninkielentaito ei välttämättä ole kovin sujuvaa.

Italia on moderni teollisuusmaa, mutta poiketen esimerkiksi Suomesta, Italiasta on vaikea löytää suuria tavarataloja. Paikallisen tavan mukaan tavarat hankitaan erikoisliikkeistä, esimerkiksi juustot juustokaupoista ja lihat lihakaupoista. Pienten erikoisliikkeiden valtava määrä näkyy myös palvelutasossa, joka yleisesti ottaen on huomattavan hyvä. Suuressa osassa erikoisliikkeitä hinta- laatusuhde on yleensä myös erinomainen. (Ulkoasiainministeriö 2016.)

Italian junaliikenne on nopeaa, etenkin suurkaupunkien välillä. Junaliikennettä käyttävien on syytä muistaa leimata lippunsa asemalaitureilla jo ennen junaan nousua, sillä leimamatta jättämisestä voi seurata sakkorangaistus. Taksit ovat Italian suurissa kaupungeissa Helsinkiin verrattuna hiukan edullisempia. Oikeat taksit ovat joko keltaisia tai valkoisia ja niissä on toimiva taksimittari. Lisämaksua tulee lentokenttä-, yö-, ruuhka- sekä sunnuntaiajoista. Myös kaupunkien rajat ylittävistä kuljetuksista peritään lisämaksua. Kuten myös Suomessa, ajolle määräytyy kilometrikorvauksen lisäksi aloitusmaksu. Mikäli tahtoo saada kuitenkin, on se pyydettävä erikseen. Lento-, juna- sekä yleisten kulkuvälineiden pistelakot ovat yleisiä Italiassa. Niistä voidaan ilmoittaa hyvinkin pienellä varoitusajalla ja yleensä ne kestävät alle 24 tuntia. Paikallisia tiedotusvälineitä seuraamalla matkailijoiden tulisi pyrkiä saamaan tietoa mahdollisista lakoista. (Ulkoasiainministeriö 2016.)

Terrorismista puhuttaessa, myös Italiassa muun Euroopan tavoin viranomaiset ovat nostaneet valmiustasoaan, sillä terrorismin uhan arvioidaan kohonneen. Matkailijoita kehoitetaan varovaisuuteen ja yleiseen valppauteen erityisesti turistien suosimilla alueilla, julkisten rakennusten lähetyvillä, sekä julkisessa liikenteessä. Italia on myös ilmoittanut, että se on tehostanut rajavalvontaa erityisesti Ranskan vastaisella rajalla, siellä tapahtuneiden terrori-iskujen takia. (Ulkoasiainministeriö 2016.)

Terrorismin ohella myös maanjäristykset ovat mahdollinen ja ajankohtainen uhka Italiassa. Italiasta suurin osa sijaitsee seismisesti aktiivisella maaperällä. Tästä syystä maanjäristykset ovat mahdollisia. Viimeisimmät kuolonuhreja vaatineet maanjäristykset tapahtuivatkin tämän vuoden elokuussa Keski-Italiassa Lazion ja Marchen alueilla. (Ulkoasiainministeriö 2016.) Tämän lisäksi lokakuun lopussa Keski-Italiassa oli myös muutamia voimakkaita maanjäristyksiä. Maanjäristykset eivät vaatineet näillä kerroilla kuolonuhreja, mutta loukkaantuneita oli useita ja rakennukset kärsivät suuria tuhoja. (Yle 2016b.)

Mikäli maanjäristys alkaa matkan aikana, on tärkeää pystyä rauhallisena, eikä antaa paniikille valtaa. Jos maanjäristys alkaa sisätiloissa oltaessa, pitää pysytellä sisällä ja hakeutua huoneiston vahvimpaan kohtaan, esimerkiksi ovenkaarien tai sisäseinien viereen. Lasiseinien ja ikkunoiden läheisyyttä tulee välttää sirpalevaaran takia. Tukevien pöytien alle suojautuminen antaa lisäksi turvaa mahdollisilta lohkareilta, joita saattaa pudota katoilta. Sähkövalojen kytkemistä on vältettävä järjestyksen aikana, sillä oikosulkuvaara on silloin suuri. Paras valaisukeino on taskulamppu. Turvallisin paikka maanjäristyksen aikana ovat avoimet paikat ulkona. Ulkona pitää pystytellä poissa voimajohtojen, sekä rakennusten lähei-

syydestä, sillä rakennuksista saattaa putoilla esineitä vielä järistyksen lakattuakin. (Suomen suurlähetystö Ateena 2007.) Matkakohteessa on hyvä lukea hotellin antamat ohjeet, sillä paikalliset ihmiset osaavat antaa tarkimmat ohjeet, miten siellä kannattaa toimia.

Italiassa vallitsee välimerellinen ilmasto. Roomassa yleensä ilmasto on miellyttävä ja lämmin. Vuotuinen keskilämpötila Roomassa on suunnilleen 16 Celsius astetta ja kosteus hieman yli 70 prosenttia. Talvet ovat tavallisesti leutoja, mutta tammi-helmikuussa saattaa olla hyvinkin kylmää ja yölämpötila laskea jopa nollan alapuolelle. Tammikuussa Rooman keskilämpötila on 6-7 °C, heinäkuussa vastaavasti 25–26°C. (Ulkoasiainministeriö 2016.)

Tästä syystä ei olekaan ihme, että turistikohteena Italian ajatellaan tarkoittavan auringonpaistetta, hyvää ruokaa, musiikkia ja romantiikkaa. Monet matkailijat ovat myös hurmaantuneet Italian kuuluisista muotitaloista, jotka ovat tunnettuja niiden laadukkaista ja tyylikkäistä muotiluomuksista. (Boniface, Cooper & Cooper 2016, 326.)

Turismilla on Italiassa pitkät perinteet. Kotimaanmatkailu kukoisti muinaisina aikoina, kun rikkaat Rooman kansalaiset vierailivat heidän kesähuviloillaan esimerkiksi Baialla Napolin rannikolla. Rooman imperiumin kaatumisen jälkeen matkailu kuitenkin tyrehtyi moniksi vuosisadoiksi. Siitä huolimatta Rooma jatkoi edelleen eurooppalaisten kristittyjen pyhiinvaeltajien kohteena ja osittain heidänkin ansiostaan Keskiajalla Italia lähti taas kukoistamaan. Firenzestä ja Venetsiasta alkoi muodostua kulttuurin kehtoja ja monet kuuluisat kirjailijat ja taiteilijat saapuivat Italiaan hakemaan inspiraatiota teoksilleen. Yhä tänäkin päivänä monet turistit tulevat Italiaan juurikin kulttuurin takia. Voidaankin todeta, että maan taiteen ja arkkitehtuurisen perimän ansiosta Italia sijoittuukin maailman viiden parhaan kohteen joukkoon. (Boniface ym. 2016, 326.)

## **4.2 Etelä-Italia ja Amalfin rannikko**

Etelä-Italiasta puhuttaessa, suurin osa loma-asunnoista sijaitsee Sorrentossa, Napolin lahden eteläpuolella. Rannat ovat lähellä ja sen tärkeimmät vetonaulat, erityisesti vanhempien matkailijoiden mieleen ovat:

- rannikon mielettömät maisemat ajettaessa Sorrentosta Amalfiin;
- kuvankauniit lomakohteet Positano, Ravello, sekä historiallinen Amalfin kaupunki
- mutkaton elämäntyyli ja Napolilainen herkkätunteinen musiikki, joka monille turisteille toimii tyypillisenä esimerkkinä Italiasta.

Napoli on Italian kolmanneksi suurin kaupunki ja kiireisin satama-alue. Valitettavasti kuitenkin sen maine muun muassa erilaisten ongelmien, mafian ja poliittisen korruption takia enemmänkin karkottaa, kuin houkuttelee turisteja. (Boniface ym. 2016, 339–340.)

Napolin alue on yksi Euroopan vanhimmista ihmisen asuttamista alueista ja nykyisin siellä asuu noin miljoona ihmistä. Koko Napolin metropolialueella ihmisiä asuu kuitenkin jopa kolmisen miljoonaa. Napolinlahden ympärille ja Vesuviuksen kupeeseen levittäytyvä jopa kaoottiseksi kutsuttava metropoli tarjoaa nähtävää ja koettavaa sekä kulttuurinälkäisille, että auringon lämpöä hakeville. Kirkot ovat vaikuttavan näköisiä taiteellisia kokonaisuuksia tyylikkäine pienine yksityiskohtineen. Kirkkoihin on pääsääntöisesti vapaapääsy, mutta mikäli tahtoo kirkkoon sisälle, on syytä olla shortseja ja toppia peittävämpää vaatetusta mukana. Napolista sanotaan, että sitä joko vihaa tai rakastaa. Sen omintakeinen piirre on sen liikainen ja rujo ulkokuori, joka jakaa ihmisten mielipiteet. (Rantapallo 2016.)

Amalfin rannikko sijaitsee Salernon maakunnassa, Salernonlahden rannikolla Etelä-Italiassa lähellä Napoliä. Sen rannikko on jyrkkää ja vaikeakulkuista, mutta erittäin kaunista. Amalfin rannikkoon kuuluu useampia pienempiä kyliä, muun muassa upeat kuvankauniit Positano ja Amalfi. On vaikea käsittää, että kaunis pieni Amalfi kauniine auringontäyteisine piazzoineen ja pienine rantoineen oli kauan sitten merkittävä rannikkokaupunki, jossa eli yli 70 000 asukasta. Amalfi on hyvin pieni kaupunki, sillä sen voi kävellä päästä päähän vain noin 20 minuutissa. Siellä ei kuitenkaan löydy historiallisia vanhoja rakennuksia samassa määrin, kuten muualla Italiassa. Syy tähän on varsin ikävä, nimittäin 1343 suurin osa vanhaa kaupunkia ja sen asukkaita valuivat mereen maanjäristyksen seurauksena. (Bonetto, Garwood, Hardy, Landon & Smith 2016, 18–21.)

Amalfin kaunis rannikko kuvassa 3. on kuulunut vuodesta 1997 UNESCON maailmanperintölistalle. Rannikko on ollut asutettuna jo Keski-ajan alusta alkaen ja siellä on kauniin luonnon lisäksi myös säilynyt joitakin arkkitehtuurillisesti merkittäviä kohteita. (UNESCO 2016.)

Napoli on Amalfia lähinnä sijaitseva isompi kaupunki, joissa ilmastot ovat lähes samanlaisia. Napolissa vallitsee välimerenilmasto, kuivine ja kuumine kesineen ja leutoine talvineen, kuten jo aikaisemmin Italiasta kerrottiin. Lämmin kausi kestää kesäkuun puolestavälistä syyskuun puolelle, jolloin keskilämpötila on yli 27C astetta. Kylmin aika kestää marraskuun lopulta suunnilleen maaliskuun puoleenväliin, jolloin päivän keskilämpötila jää alle 16C asteeseen. (Weatherspark 2016.)

Amalfin vielä kesken oleva matkailusivusta Amalfi.com (2016) kuvailee Amalfin rannikkoa seuraavasti; Vierailu Amalfin rannikolle tarjoaa mahdollisuuden matkailla idyllisimmissä ja näyttävimmissä vuorimaisemissa, mitä Italiasta löytyy. Ajele tuulisilla rannikkoreiteillä, nauttien häikäisevistä maisemista ja koe romanttisia historiallisia nähtävyyksiä. Taidanomaiset nähtävyydet ympäröivällä alueella ovat ansainneet paikkansa UNESCO:n maailmanperintölistalla. Nauttiessasi Amalfista tienpäällä, näet samalla Välimerelliset maisemat, kuvankauniit kylät ja rehevät metsät, sekä haistat sitruunan tuoksun.

### **4.3 Pompei**

Joka vuosi noin 2,5 miljoonaa ihmistä saapuu katsomaan Pompein raunioita, kaupunkia, joka jäi tuhkan alle Vesuvius tulivuoren purkautuessa vuonna 79 EAA. Tänä päivänä Pompein rauniot ovat yksi maailman merkittävimmistä arkeologisista löydöksistä. Tuhkan ja laavan valuessa koko kaupungin ylle, se samalla myös kivetti kaiken niille sijoilleen, jossa ne olivat Rooman valtakauden aikaan olleet. Seurauksena tästä on säilynyt huomattavan hyvin pala antiikin elämää, jossa turistit voivat tänä päivänä kulkea pitkin katuja ja ihastella miltein kaksituhatta vuotta vanhoja koteja, temppeleitä, kauppoja, kahviloita, amfiteatteria, sekä bordellia. (Bonetto ym. 2016, 66–67.)

Viime vuosina paikka on kärsinyt lukuisista merkittävistä vahingoista huonon ilman takia. Viimeisimpänä rankkasade aiheutti erään ikivanhan kaupan seinän romahtamisen maaliskuussa 2014. Korjaustyöt ovat käynnissä, mutta prosessi on valitettavasti hiukan jumissa poliittisten, rahallisten, sekä byrokraattisten ongelmien takia. (Bonetto ym. 2016, 67.)

Amalfin rannikon lisäksi myös Pompein arkeologinen alue on kuulunut vuodesta 1997 UNESCO:n maailmanperintökohteiden joukkoon. UNESCO:n kohteista 51 on Italiassa. Niistä 47 on kulttuurikohteita ja loput 4 ovat luontokohteita. (UNESCO 2016.)

### **4.4 Suomalaisten matkustaminen**

Vuonna 2014 suomalaiset tekivät Tilastokeskuksen tutkimuksen mukaan ulkomaille 7,9 miljoonaa erilaista vapaa-ajanmatkaa. Suosiotaan lisäsivät erityisesti Etelä-Eurooppaan suuntautuneet matkat. (Tilastokeskus 2015, 1.)

Tilastokeskuksen teettämän tutkimuksen mukaan noin 4 miljoonaa eli 91 prosenttia 15–84-vuotiaista suomalaisista teki vuoden 2014 aikana ainakin yhden sellaisen vapaa-ajanmatkan, joka sisälsi yöpymisen. Tähän ei siis lasketa niitä matkajia, jotka esimerkiksi kävivät päivärasteilyllä Tallinnassa. Tilastoon on laskettu mukaan kaikki koti- ja ulkomaan vapaa-ajanmatkat, mukaan lukien mökki- ja vierailumatkat esimerkiksi sukulaisten luokse.



Pääkaupunkiseudulla asuvat matkustavat huomattavasti muuta maata useammin, sillä pääkaupunkiseutulaisista 96 prosenttia teki jonkin yöpymisen sisältäneen vapaa-ajanmatkan. Asuinpaikan lisäksi myös koulutusaste vaikutti matkailuaktiivisuuteen, sillä opisto- tai korkea-asteen opinnot suorittaneista 94 prosenttia teki yli yön kestäneen vapaa-ajanmatkan. Mikäli tilannetta tarkastellaan ikäryhmittäin, innokkaimpia matkailijoita olivat alle 45-vuotiaat, sillä heistä 96 prosenttia teki jonkin yöpymisen sisältäneen vapaa-ajanmatkan. Vain yhdeksän prosenttia koko Suomen väestöstä ei tehnyt kyseisen vuoden aikana yhtään yöpymisen sisältänyttä vapaa-ajanmatkaa oman elinympäristönsä ulkopuolelle. (Tilastokeskus 2015, 11.)

Tutkimuksessa selvitettiin myös vastausta siihen, miksi kaikki ihmiset eivät olleet matkustaneet. Matkustamattomista suomalaisista 38 prosenttia sanoivat, etteivät he halua matkustaa, 25 prosenttia kertoi terveydellisen syyn estävän matkustamisen ja 15 prosenttia suomalaisista ei matkustanut taloudellisista syistä johtuen. Tutkimukseen osallistuneilla taloudellisen tilanteen takia lomamatkoista luopumisen syynä on kuitenkin vähentynyt viime vuosina. (Tilastokeskus 2015, 11.)

Yöpymisiä vain yhdessä maassa sisältäviä matkoja suomalaiset tekivät vuonna 2014 yhteensä 5 465 000 matkaa. Tästä luvusta 347 000 matkaa tehtiin Italiaan. Suosituin matkustuskohde suomalaisten keskuudessa on selkeästi Viro, mikä johtunee sen läheisestä sijainnista ja matkan teon helppoudesta ja halpuudesta. Sinne tehtiin vuonna 2014 yhteensä 1 325 000 matkaa. Tämän jälkeen suosituimpia matkailukohteita ennen Italiaa olivat Ruotsi, manner Espanja, sekä Kanariansaaret. (Tilastokeskus 2015, 15.)

## 5 Babymoon matkapaketin suunnittelu ja toteutus

Tässä kappaleessa luodaan opinnäytetyön produkti eli Babymoon- matkapaketti Italiaan. Babymoon on varsin uusi käsitteenä, joten halusin tutkimuksessani selvittää, mitä äidit tietävät siitä. Tavoitteenani oli luoda hyvä Babymoon- paketti. Halusin tiedustella äideiltä, minkälaisia asioita he pitävät tärkeinä matkan kannalta, sekä olisiko tämänkaltaisille matkoille kysyntää. Käyn myös tarkemmin läpi prosessin etenemistä ja sitä, mitkä seikat vaikuttivat päätökseeni valita matkakohteeksi juuri Italia.

### 5.1 Taustatutkimus ja tutkimusmenetelmät

Tutkimuksella ja sen tekemisellä on aina jokin tehtävä tai tarkoitus ja se ohjaa tutkimusstrategisia valintoja. Tutkimusmenetelmät voidaan jakaa kahteen ryhmään; kvalitatiivinen ja kvantitatiivinen. Kvantitatiivista eli määrällistä tutkimusta käytetään melko paljon esimerkiksi sosiaali- ja yhteiskuntatieteissä. Sen keskeisiä piirteitä ovat muun muassa hypoteesien esittäminen, koehenkilöiden tai tutkittavien henkilöiden valinta sekä päätelmien teko havaintoaineiston tilastolliseen analysointiin perustuen. Toinen tutkimustyyppi on kvalitatiivinen eli laadullinen, minkä tyylillä myös tämän opinnäytetyön tutkimus on tehty. (Hirsjärvi, Remes & Sajajärvi 2009, 135–140.)

Toteutettava tutkimus on kvalitatiivinen ja se toteutetaan haastattelemalla. Lähtökohtana laadullisessa eli kvalitatiivisessa tutkimuksessa on todellisen elämän kuvaaminen, sisältäen ajatuksen todellisuuden moninaisuudesta. Laadullisessa tutkimuksessa pyritäänkin tutkimaan asiaa mahdollisimman kokonaisvaltaisesti. Kvalitatiivinen tutkimusmenetelmä soveltuu mainiosti kun halutaan selvittää henkilön käyttäytymistä ja kokemuksia. (Hirsjärvi ym. 2009, 161–162.) Tätä opinnäytetyötä varten tehtävässä, odottavien äitien matkustamiseen liittyvässä, tutkimuksessa halutaankin juuri selvittää vastaajien omia ajatuksia ja kokemuksia.

Kvalitatiiviselle tutkimukselle on tyypillistä suosia ihmistä tiedonkeruun instrumenttina, kuten myös tämän työn tutkimuksessa. Apuna tällaisessa tiedon hankinnassa monesti käytetään lomakkeita ja testejä. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa kohdejoukko valitaan tarkoituksenmukaisesti, eikä satunnaisotoksen menetelmää käyttäen. Myös tätä työtä varten tehdyssä haastattelussa vastaajat ovat valikoituneet sen mukaan, ketkä ovat olleet tai ovat tällä hetkellä raskaana. Laadulliselle tutkimukselle ominaista on myös se, että tutkimussuunnitelma saattaa muotoutua tutkimuksen edetessä. Se siis toteutetaan joustavasti ja suunnitelmia voidaan muuttaa olosuhteiden mukaisesti. (Hirsjärvi ym. 2009, 164.)

## 5.2 Tutkimuksen vastaukset ja luotettavuus

Tutkimuksen tekemisessä onnistuttiin odotetusti. Vastajamääräksi riitti viisi henkilöä, joten se oli helppo toteuttaa. Aineisto kerättiin haastattelemalla. Kävin haastattelemassa tuttaviani ja kirjoitin samalla ylös heidän vastauksiaan, sekä nauhoitin ne puhelimeeni. Kysymyksillä pyrin saamaan tietoa siihen, minkälaisia matkoja raskaana olevat haluaisivat. Kyselin heiltä ensin, tietävätkö he mitään Babymoonista. Tämän jälkeen kerroin heille omin sanoin, mitä sillä tarkoitetaan, tai täydensin heidän tietojaan.

Haastattelin viittä ihmistä tutkimukseeni. Ensimmäisen kyselin vastaajilta heidän ikänsä. He kaikki ovat iältään 25–30 -vuotiaita. Tutkimukseeni ei ollutkaan tarkoitus hankkia hirveästi vastaajia, mutta koska otanta on varsin suppea ja ikähaarukka melko pieni, uskon sen vaikuttavan vastaustuloksiin. Suuntaa antavia ne kuitenkin ovat ja niiden pohjalta oli hyvä lähteä työstämään produktia.

Halusin myös tietää, ovatko vastaajat matkustaneet ulkomaille raskaana ollessaan ja mikäli kyllä, minne. Vastaajista kaikki viisi olivat käyneet ulkomailla raskaana ollessaan. Kaksi vastaajista oli käynyt Espanjassa ja yksi Turkissa. Loput kaksi haastateltavaa olivat olleet häämatkallaan raskaana ollessaan, jolloin matkakohteina olivat Malediivit ja Miami. Molempien häämatkalaisten matkat oli varattu, ennen kuin he tiesivät raskaudesta. Tällä kysymyksellä halusin selvittää sitä, kuinka yleistä matkustaminen on raskaana ja mielenkiinnosta halusin myös tietää, minne asti he uskaltavat ja haluavat matkustaa.

Kysyttäessä äideiltä, minkälaista matkaa he toivoisivat raskaana ollessaan, kävi jokaisesta vastauksesta ilmi lepo. Muita esille nousseita vastauksia olivat rannalla nautiskelu, uiminen, kaupunkiin tutustumista ja kävelyä, hyvää ruokaa sekä patikointia. Matkan pituudesta kysyttäessä kaikki vastaajat olivat sitä mieltä, että matkan pitäisi olla viikon mittainen. Kaksi vastaajista oli sitä mieltä, että pidempikin kävisi. Kaikki vastaajat halusivat vähintään perus hyvää hotellia. Kaksi vastaajista oli sitä mieltä, että kolmen tähden hotelli olisi hyvä, mutta loput halusivat vähintään neljän tähden majoitusta. Kuitenkaan hinta ei saanut karata aivan älyttömyyksiin. Näiden vastausten perusteella sain tiedon siitä, minkä pituisista matkista alkaisin suunnitella, minkälaista ohjelmaa se sisältäisi, sekä minkä tasoista hotellia alkaisin etsiä. Yleensä Babymoon- matkoilla puitteet ovat laadukkaita ja ihmiset ovat valmiita panostamaan siihen.

Kun tiedustelin haastateltaviltani toiveita siitä, minne Babymoon- matka kohdistuisi, tuli kaikilta vastaukseksi rantakohde. Vastausta perusteltiin sillä, että siellä olisi paras rentou-

tua, levätä, uida ja nauttia yhdessäolosta. Kuitenkin kolme vastaajaa toivoivat myös kaupunkielämää reissultaan, jottei koko matka olisi pelkästään rannalla makoilua. Tarkempia paikkamääritteitä kysyttäessä esiin nousi Välimeren rannikko tai yhdessä vastuksista mainittiin myös Keksi- Eurooppa. Välimerenmaita perusteltiin sillä, että lentomatka ei olisi liian pitkä, mutta siellä olisi myös ”takuulämmintä.” Kohteen pitäisi myös ”länsimaalainen”, jotta sairaalat olisivat luotettavia ja hygieniataso kohdillaan. Näiden lisäksi rokotteet, lähin sairaala ja tartuntataudit nousivat esille, keskusteltaessa siitä, mitä tulisi ottaa huomioon raskauden aikana matkustettaessa.

Kolme vastaajista ei ollut koskaan kuullut Babymoonista ja kaksi vastaajista tiesi siitä vain jotakin. Toinen näistä tiesi tuttavansa käyneen Babymoon- matkalla. Kaikki vastaajat olivat sitä mieltä, että voisivat harkita tällaista matkaa. Kukaan ei ollut suuresti innostunut, mutta myöskään täystyrmäyksiä ei tullut. Tämä tieto on mielestäni oleellinen, jos pohditaan kannattaisiko tällaisten matkojen järjestäminen aloittaa Suomessa.

Kun olin haastatellut kaikki viisi naista, kuuntelin nauhoitteet ja kokosin vastaukset paperille, jota olin myös täyttänyt haastatteluita tehdessäni. Näin pystyin vertailemaan ja niputtamaan vastauksia helpommin.

Tutkimusta tehtäessä pitäisi määritellä ovatko tutkimusmenetelmä- ja sen tuloksista johdetut päätelmät valideja ja reliaabeleita. Validiteetti eli pätevyys kertoo siitä, miten hyvin tutkimus mittaa sitä, mitä sen avulla oli tarkoituskin tutkia tai selvittää. Validiteettia on hankalampi arvioida tai se ei ole niin yksiselitteistä kuin reliabiliteetti. Reliabiliteetti taas tarkoittaa luotettavuutta eli miten luotettavasti käytetty tutkimusmenetelmä mittaa haluttua ilmiötä. Jos tulokset ovat samat vaikka tutkimusmenetelmä muuttuu, voidaan tuloksia pitää reliaabeleina. (Bell 2010, 119–120.)

Tuotetun tutkimuksen validiteetti on hyvä, sillä kaikki vastaajat kuuluvat kohderyhmään. Myös kysymykset ovat valideja eli niiden avulla sain selville sen, mitä oli tarkoitus tutkia. Käytetty tutkimusmenetelmä, eli haastattelu, oli luotettava, eikä vastauksissa ilmennyt risiiriitoja.

### **5.3 Matkapaketin suunnitteluprosessi**

Matkapaketin kohderyhmään eli odottaviin äiteihin on tutustuttu tarkemmin teoriaosuuden kautta luvussa kaksi. Tässä luvussa suoritettuna pienen kyselyn ansiosta tiedetään enem-

män kohderyhmän toiveista ja tarpeista matkapakettia koskien. Näistä saatuja tietoja hyödynnetään matkan suunnittelussa. Tavoitteena on, että luotu tuote on asiakaslähtöinen ja vastaa kohderyhmän tarpeita ja toiveita.

Idea produktille muodostui pikkuhiljaa. Ensin olin jo keväällä saanut blogia lukiessani ajatuksen siitä, että haluan kirjoittaa opinnäytetyössäni raskauden vaikutuksesta matkustamiseen. Sen jälkeen minulle ehdotettiin, että voisin kirjoittaa myös Babymoon matkailusta, sillä se on uudehko trendi, mistä Suomessa ei olla vielä kovin tietoisia. Kuitenkin vasta siinä vaiheessa, kun aloin kirjoittamaan opinnäytetyötäni minulle muodostui idea siitä, että voisin tehdä produktin eli suunnitella Babymoon- matkapaketin ja kirjoittaa siitä.

Syy siihen, miksi valitsin kohteeksi juuri Italian, johtui monesta syystä. Ensinnäkin tutkin Babymoon- sivustoja, joissa järjestettiin Babymoon- matkoja eri kohteisiin. Italia pomppasi monessa paikassa suosituimpien kohteiden joukkoon muun muassa siksi, että sitä pidetään romanttisena kohteena. Italia on myös minun suosikkikohteeni Euroopassa, joten koin sen myös mielekkääksi vaihtoehdoksi siitä syystä. Tutkin myös tilastokeskuksen sivuja ja löysin tutkimuksen, jonka mukaan Italia on selkeästi yksi suosituimmista matkakohteista suomalaisten keskuudessa. Yksi oleellisimmista syistä oli kuitenkin se, että suuri osa haastateltavistani vastasi, että matkakohde voisi mielellään olla Euroopassa ja vaikka Välimeren rannalla.

Näiden syiden lisäksi mietin myös sitä, mikä olisi järkevä kohde Babymoon- matkan tekoon. Aikaisemmin kävin läpi riskejä, joita raskaana matkustamiseen sisältyy, joten halusin löytää kohteen, missä näitä riskejä voisi minimoida. Ensinnäkin kohteen täytyi olla sellainen, jossa ei ole tavattu zikavirusta tai muita hyttysen levittämiä vaarallisia tauteja. Turistiripulin tai minkä tahansa taudin voi toki saada lähes missä vain, mutta korkeamman hygieniatason kohteissa riskit ovat aina pienempiä. Myös lentoaika Suomesta on mielestäni inhimillinen eli noin kolmisen tuntia. Tässä ajassa veritulpan riski ei ole niin suuri, mutta toki matkalle lähtevän kannattaa silti nousta lennon aikana jaloittelemaan. Kolme vastaajista sanoikin, että matkan pitää sijoittua sellaiseen kohteeseen, jonne lentomatka ei ole pitkä ja kaksi kiinnitti huomiota myös tartuntatautien välttämiseen.

Terrorismin uhka voi periaatteessa olla missä tahansa, mutta kuten aikaisemmin mainittiin, ei erityistä vaaraa ole, kunhan on valppaana etenkin suurissa ihmisjoukoissa. Amalfi on toki yksi Italian suosituista turistikohteista, mutta esimerkiksi Roomaan ja muihin isoihin kaupunkeihin verrattuna varsin marginaalinen.

Italiaan matkatessa ei voi välttyä auringon saamiselta. Raskaana ollessa Amalfi voi olla ehkä hiukan liian kuuma paikka kesähelteillä eli ainakin heinä- elokuun aikaan, kuten aikaisemmin esitetystä keskilämpötilasta voi päätellä. Vaikka Amalfi sijaitseekin rannikolla, jossa ilma ei käy niin tukalaksi, kuin esimerkiksi Roomassa, suosittelisin Babymoon- matkan tekoa joko alku kesälle tai syksylle. Kaikki viisi vastaajaa myös sanoivat, että he halusivat lähteä Babymoon- matkalle ”takuuvarman” auringon ja lämmön luokse. Tässäkin kohtaa Välimerenmaat nousivat kolmelta vastaajista esille.

Kun ajankohta matkalle oli päätetty, matkapaketin suunnittelu jatkui kohteeseen eli Italiaan ja erityisesti Amalfin rannikkoon tutustumalla. Kuten aikaisemmin mainittiin, Italia on yksi suomalaisten suosikki kohteista, joten matkailualalta löytyy monia palveluntarjoajia, jotka tekevät matkoja sinne. Suoranaisia kilpailijoita ei kuitenkaan Suomesta löydy Babymoon- paketeille, sillä niitä tarjoavia matkatoimistoja ei toistaiseksi ainakaan ole.

Teoriaosuudessa mainittiin, että Napoli on kohdettamme lähin suuri kaupunki, joten sieltä on myös lähin kansainvälinen lentokenttä. Lentoyhteyksiä tutkittaessa huomasin, että suoria lentoja Helsingistä Napoliin tarjoaa ainoastaan Finnair. Vuonna 2016 Finnair on lentänyt Napoliin 20.6 – 11.8 välisenä aikana, mutta seuraavalle vuodelle ei löydy tarkkoja päivämääriä (Finnair 2016). Olin alun perin ajatellut ilmaston kannalta, että tekisin matkapaketin kesäkuun alulle, mutta lentoaikataulujen takia joudun siirtämään sitä muutamalla viikolla eteenpäin. Lentokalenteria tutkiessani huomasin, että vuonna 2017 ensimmäinen suora lento Finnairilla Helsingistä Napoliin lähtee maanantaina 26.6. Mikäli paluun ottaisi viikon päähän eli 3.7, tulisi lennoille hintaa yhteensä yhdelle ihmiselle 266€ sisältäen verot ja muut maksut (Finnair 2016). Matkapäivät ovat siis 26.6- 3.7.2017 eli matka kestää maanantaista maanantaihin. Tämä sopii hyvin, sillä tutkimustulosten perusteella raskaana olevat toivovat suunnilleen viikon mittaista lomamatkaa.

Momondon (2016) -sivustolla lentojen hintoja vertailllessani katsoin myös matkoja toukokuulle vertailun vuoksi. Halvin hinta, mitä viikonpituiseksi matkalle löytyi, maksoi Lufthansalla 209€. Menomatalla matka-aika oli 4h 55min ja paluussa 9h 05min, sisältäen kummatkin yhden välilaskun Saksassa. Matkan hintaa ei siis juurikaan saataisi laskettua, vaikka matka sisältäisikin välilaskun. En kuitenkaan kokenut, että siitä olisi suurta rahallista hyötyä, että välilaskusta aiheutuvat odottelut ynnä muut vaivat olisivat kannattavia. Ainoa positiivinen puoli olisi se, että ilmasto olisi hiukan leudompi toukokuussa, mutta rantalomakohteessa kesäkuukaan ei ole mitenkään mahdoton ajankohta.

Lähdin etsimään hotelleja haastatteluista saatujen vastausten perusteella. Miettiessäni potentiaalista hotelli vaihtoehtoa katsoin Babymoon travel (2007) sivuston suosittellemaa

hotelia Amalfin rannikolla, jonne kyseinen yhtiö teki babymoon matkapaketteja. Tutkiesani hotellin hintaa, se antoi yhdelle yölle hinnaksi 550€. Vaikka tekemieni haastatteluiden perusteella tulevat äidit haluavatkin hiukan tasokkaampaa majoitusta, on silti hinnan pyryttävä kohtuullisena. Kolme vastaaja sanoi haluavansa hotellilta 4-5 tähden luokitusta ja kaksi sanoi 3 tähden hotellin olevan hyvä.

Jatkoin hotellien selailua ja löysin Booking.com sivuilta erittäin suloisen näköisen pienen hotelli Diecisedicin. 7 yön majoitus 26.6–3.7 kahdelta aikuiselta juniorsviitissä maksaisi 1498€ (Booking.com 2016). Hintaan sisältyy tilava huone keskeisellä, mutta rauhallisella sijainnilla aivan Amalfin keskustassa. Asiakkaiden arvostelujen mukaan hotelli on erittäin hyvä ja henkilökunta mukavaa ja kielitaitoista. Odottavia äitejä ajatellen hotellissa on mahdollisuus saada muun muassa aamupala huoneeseen ja asiakkaat voivat itse valita haluavatko he perinteisen italialaisen vai mannermaisena aamupalan. Huone sisältää suuren television, jota tulevat vanhemmat voivat katsella illalla yhdessä maaten erikoispitkällä sängyllä kylpytossut jalassa. Huoneet sisältävät myös ilmaisen wifin, jota monet kaipaavat. Jokaisessa huoneessa on myös ilmastointi, joka kesällä on hyvin tarpeellinen, parveke, sekä minibaari, johon voi laittaa omat vedet kylmenemään. Huoneet ovat myös äänieristettyjä, joten ulkoa kantautuva melu ei häiritse unia, joita odottava äiti tarvitsee. Myös jokapäiväinen siivous kuuluu hintaan, joten siitäkään ei tarvitse murehtia reissun aikana. Lentokentälle on hotellilta 38kilometriä, mutta hotelli järjestää kuljetuksen, jolloin matkalaisten ei tarvitse kanniskella laukkuja ja pohtia kuljetuksia. (Diecisedici 2016.) Ainoana miinuksena on se, että hotellissa ei ole omaa uima-allasta. Yksi haastatteluun vastanneista toivoi uima-allasta Babymoon- matkalle. Onneksi hotelli sijaitsee vain kivenheitonpäässä rannasta, josta löytyy rantatuoleja. Kaikki kyselyyn vastanneet toivoivat rentoa olemista ja lepoa Babymoon- matkalta. Mikä olisikaan rennompaa, kuin maata rantatuolilla kuunnellen aaltojen ääniä ja pulahtaa välillä uimaan auringon paistaessa siniseltä taivaalta!

Haastattelua tehtäessä kysyin äideiltä, mitä tulisi ottaa huomioon lähdeettäessä raskaana matkoille. Muutamasta vastauksesta kävi ilmi, että pitäisi selvittää lähin sairaala etukäteen. Amalfia lähinnä sijaitsevan sairaalan löytyminen ei ollutkaan niin helppoa. Erilaisista keskustelupalstoista löytyi viitteitä siitä, että lähin sairaala löytyisi Salernosta eli noin 50minuutin ajomatkan päästä. Myös Hospitalby (2016) sivustolta löytämäni tiedon mukaan tämä pitäisi paikkaansa.

Haastatteluissa tärkeäksi tekijäksi nousi rentoutuminen, sekä lepäilyn tarve. Matkalla halettiin kuitenkin myös sopivassa määrin kokea ja nähdä kohteelle olennaisia nähtävyyksiä ja retkiä. Huomioin nämä seikat, kun suunnitelin aikataulua ja ohjelmaa matkalle. Matkalle halutaan siis jättää vapaata aikaa, jolloin osallistujat voivat tutustua itsenäisesti Amalfin

kaupunkiin, sen ihaniin pikku ravintoloihin, sekä lepäillä rannalla tai hotelilla. Asiakkaiden tarpeiden huomioiminen, sekä asiakaslähtöisyys ovat tärkeässä roolissa tuotteistamisessa. Vain näin yritys voi luoda markkinoille asiakkaita tyydyttävän tuotteen.

Matkapakettia tehdessäni ajattelin itseni matkatoimiston rooliin ja ystäväpariskuntani asiakkaiksi. Puhuin ystäväni kanssa opinnäytetyöni aiheesta ja hän sanoi, että voisin suunnitella matkan heitä ajatellen. Aloin siis luomaan matkapakettia, miettien samalla myös sitä, minkälainen paketti olisi heidän tarpeitaan vastaava. Nuori ja aktiivinen pari, joka lähtee matkoille ennen vauvan syntymää. Kun matkapaketin runko oli tehty, kerroin sen kulusta ystävälleni ja hän sanoi, että se kuulosti erittäin hyvältä. Rahatilanne ei heillä ole tällä hetkellä kovin hyvä matkan kannalta, mutta muussa tapauksessa hän olisi kuulemma mennyt heti varaamaan heille vastaavanlaista matkaa. Vaikka tilanne olikin kuvitteellinen, noudatti se samalla myös palvelumuotoilun palvelupolkua. Esipalveluvaiheessa ystäväni pyysi minua suunnittelemaan paketin heitä mielessä pitäen. Ydinpalveluvaiheeksi voi mielestäni luokitella tilanteen, jossa ystäväni kuulee, mitä paketti sisältäisi ja minkälaista ohjelmaa siihen on suunniteltu. Ystäväni piti paketista ja olisi ollut halukas lähtemään tämän kaltaiselle reissulle. Vaikka ystäväni ei ollutkaan matkalla konkreettisesti, antoi hän silti siitä hyvää palautetta matkanjärjestäjälle eli minulle.

#### **5.4 Valmiin matkapaketin kuvaus**

Matkapaketti sisältää aikataulut, kuvauksen matkareitistä ja siihen sisältyvästä ohjelmasta kuvien kanssa. Matkan hintaan kuuluvat Finnairin suorat lennot Helsingistä Napoliin maanantaina 26.6 klo 8:45 ja paluu seuraavana maanantaina 3.7 Napolista Helsinkiin klo 12.00. Lentokoneeseen voi halutessaan tilata etukäteen ruoka-annoksen lisämaksusta, mutta muussa tapauksessa lennolla tarjoillaan ainoastaan teetä, kahvia, vettä ja mustikkamehua. Sky bistro tuotevalikoimasta voi lennon aikana ostaa salaattia, leipää ynnä muita tuoretuotteita. (Finnair 2016.) Majoitus on järjestetty hienossa Diecisedici- hotellin junior sviitissä Amalfin keskustassa, johon sisältyy aamupala. Lisämaksua tulee bussikuljetuksista lentokentältä ja takaisin, sekä autonvuokrauksesta ja muista aktiviteeteistä. Matka on suunniteltu viikon mittaiseksi, jolloin se kestää maanantaista maanantaihin 26.6- 3.7.2017.



## Maanantai

- Finnairin lento AY 903 Helsinki- Vantaan lentoasemalta (HEL) lähtee 26.6 klo 8:45 ja saapuu Capodichinon lentoasemalle Napoliin (NAP) klo 11:15 paikallista aikaa, joka on 1h jäljessä Suomen aikaan. Lento aika on 3 tuntia ja 30 minuuttia.
- Bussi tulee noutamaan Napolin lentoasemalta. Ajoaika Hotelli Diecisedille on ruuhkista riippuen reilun tunnin verran. Hotelli sijaitsee osoitteessa: Piazza Municipio, 10–16 - 84011 Amalfi.
- Hotelliin kirjautuminen klo 14.00
- Vapaata aikaa
- Klo 20.00 on varattu illallispöytä Ravintola Da Gemmaan. Ravintola löytyy osoitteesta Via Fra' Gerardo Sasso 11. Ravintola on saanut paljon kehuja Trip Adviserissa ja siellä kehoitettiin varaamaan pöytä etukäteen. (Trip Advisor 2016.)



Kuva 3. Amalfin upea rannikko. (Pekka Malinen 2016.)

Ensimmäisenä matkapäivänä on hyvä ottaa haltuun muutamia hyödyllisiä sanoja ja lauseita:

Hei- Ciao  
Näkemiin- Arrivederci  
Hyvää huomenta-Buongiorno  
Hyvää iltaa- Buenasera  
Kyllä/ Ei- Si/ No

Missä sijaitsee [paikan nimi]?- Dov'è [paikan nimi]?  
Paljoko se maksaa?- Quanto costa?  
Kiitos- Grazie  
Ole hyvä- Prego  
Soita lääkärille- Chiami un medico  
(Bonetto ym. 2016, 129.)

Tippaus sääntöjä:

Takseissa hinta pyöristetään lähimpään eurolukemaan, eli tasalukuun. Ravintoloissa on syytä jättää noin 10 % tippiä laskun loppusummasta, mikäli siihen ei erikseen kuulu niin sanottu palvelumaksu. Kahviloissa pätee sama sääntö, jopa 10sentin kolikko on hyväksyttävä määrä. Hotelleissa siivoojille tai aulatyöntekijöille ei tarvitse välttämättä jättää tippiä, mutta laukunkantajat odottavat euron tai kahden tippausta.  
(Bonetto ym. 2016, 126.)

## Tiistai

- Aamiainen hotellissa
- Klo. 12.00 voi noutaa vuokra-auton hotellin läheltä Amalfin keskustasta. Vuokra auto on manuaalivaihteinen Renault Twingo, neljän hengen kolme ovinen ilmastoitu pieni auto. Vakuutus sisältyy hintaan. Kahden päivän vuokralle hintaa tulee 124€. (Expedia 2016.)

Italiassa vähimmäisikä ajolupaa varten on 18 vuotta, kuten Suomessa. Jotta auton voi vuokrata, on ajokortin oltava ainakin yhden vuoden vanha. Toisinaan alle 25 vuotiaiden kuljettajien on maksettava nuoren kuljettajan lisämaksu. (Autoeurope 2016.)

Kahdessa haastattelussa kävi ilmi, että raskaana olevat äidit tahtoisivat matkan aikana päästä patikoimaan, mikäli olo vaan sen sallii.

- Lähdetään ajamaan kohti Positaanoa, jonne matkaa on n. 18 km Amalfista. Amalfin rannikolla patikointi on suosittu aktiviteetti ja kauniissa vuoristomaisemissa kulkee useita hyvin merkittyjä patikointireittejä. Sentiero degli Dei on yksi tunnetuimmista patikointireiteistä. Reitin pituus on 8km ja se päättyy Praianoon. Välttämättä ei ole suositeltavaa kulkea reittiä päästä päähän, sillä se voi käydä liian rankaksi odottavalle äidille. Tämän lisäksi pitäisi kävellä vielä takaisin autolle. Kunnan nesteytyksestä ja evästauoista on syytä pitää huolta ja hakeutua varjoon päivän kuumimpana hetkenä.

Lisätietoa reitistä ja kauniita kuvia patikkaretken varrelta voi katsoa ositteesta: <http://www.positano.com/en/e/il-sentiero-degli-dei>



Kuva 4. Ajoreitti Amalfista Positaanoon. (Google maps 2016.)

Tiet ovat mutkittavia ja ajamiseen on keskityttävä huolellisesti, sillä ajo-tyyli poikkeaa suomalaisesta liikennekulttuurista. Ajomatkan varrella voi ja kannattaa pysähtyä ihailemaan maisemia ja vaikka hypätä mereen vilvoittelemaan.

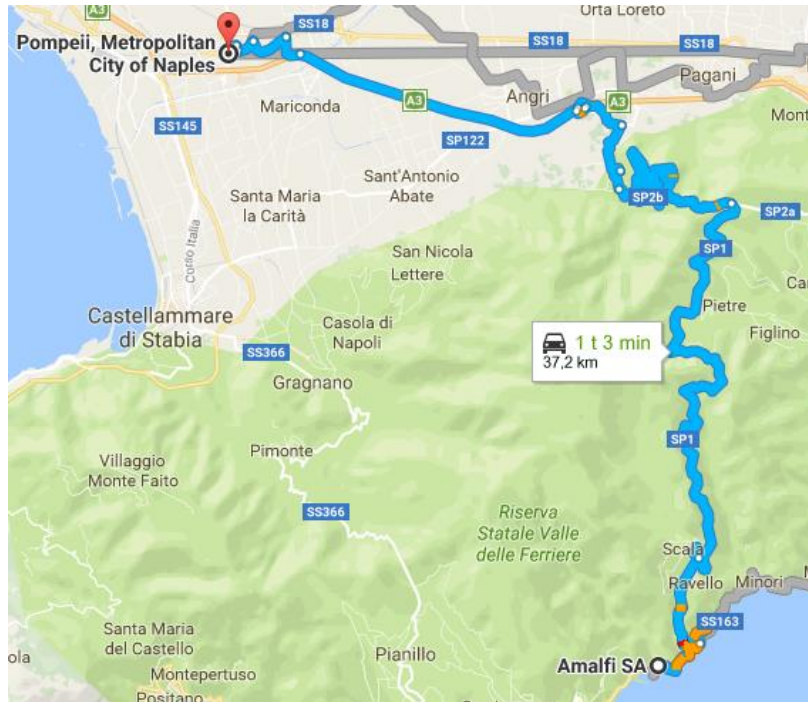
Praianon entinen kalastajakylä sijaitsee noin puolessa välissä matkaa, joten sinne on hyvä sijoittaa esimerkiksi lounastauko. Rannalla sijaitsee useita hyviä ravintoloita, joista avautuu upea maisema merelle. Yksi tällainen ravintola on Tramonto d'Oro Restaurant. Ravintolan osoite on Via Gennaro Capriglione 119, 84010 Praiano. (Trip Advisor 2016.)



Kuva 5. Upea maisema matkalta. (Susanna Malinen 2007.)

## Keskiviikko

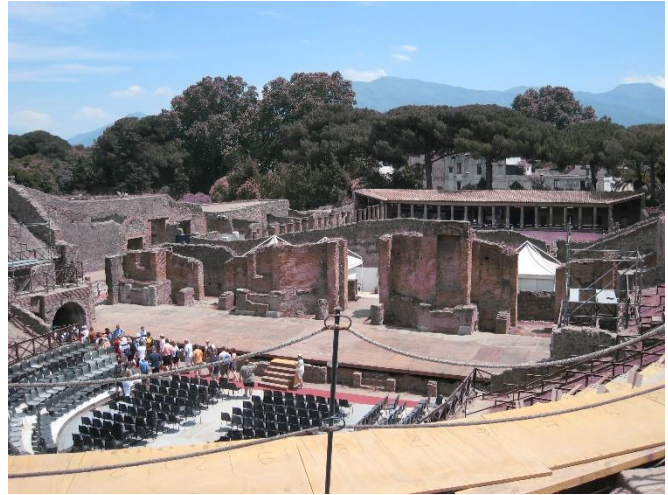
- Kun aamupala on syöty, lähdetään ajamaan kohti Pompein raunioita. Matkan pituus on noin 37 km, mutta ajallisesti matkaan menee noin tunti. Pompeista voi lukea tarkemmin kappaleessa 4.3



Kuva 6. Ajoreitti Amalfista Pompeihin. (Google maps 2016.)

Pompeissa vierailuun kannattaa varata noin kolme tuntia aikaa, sekä pukea mukavat kengät ja hattu, joka suojaa auringolta. Mukaan on syytä myös ottaa tarpeeksi juomavettä ja valokuvatessa täytyy muistaa, että salamavalon käyttäminen on kiellettyä. (Bonetto ym. 2016, 68.)





Kuva 7. Pompein raunioita. Kuva 8. Amfiteatteri. Kuva 9. & 10. Hyvin säilyneitä maalauksia, sekä mosaiikkeja antiikinaikaisessa ravintolassa. (Susanna Malinen 2007.)

- Mikäli Pompeissa kiertelyn jälkeen jää vielä aikaa ja innostusta, kannattaa käydä tutustumassa myös Napoliin. Perimätiedon mukaan Pizza on alun perin lähtöisin Napolista ja sitä onkin runsaasti tarjolla kaupungissa, joten ainakin lounashetkeä kannattaa harkita täällä. Napolista voi lukea lisää kappaleessa 4.2

Pizzeria ehdotuksia Napolissa:

Pizzeria Brandi, Salita Sant'Anna di Palazzo 1-2, Naples, IT

Di Mattero, Via dei Tribunali 94, Naples, IT

Da Michele, Via Cesare Sersale 1-3, Naples, IT

(<http://www.autoeurope.fi/go/autovuokraamo>)

- Auton palautus tankattuna samaan paikkaan, mistä noudettiin klo 20.00 mennessä

## Torstai

- Kahden rankan retkipäivän jälkeen pyhitetään aikaa jokaisessa haastattelussa esiin nousseelle levolle ja rentoutumiselle eli vapaavalintaista ohjelmaa.



Kuva 11. Rantaelämää Amalfin rannikolla. (Susanna Malinen 2007.)

## Perjantai

- Aamupalan jälkeen tutustutaan tarkemmin Amalfin kaupunkiin. Edellisinä päivinä sen rannat ja ravintolat ovat mahdollisesti jo tulleet jonkin verran tutuiksi, mutta nyt tutustutaan hiukan sen nähtävyyksiin ja historiaan

Amalfin pääaukio on Piazza del Duomo, jossa seistessään näkee kaupungin merkittävimmän nähtävyyden Amalfin katedraalin. Aukiolla ollessaan voi nähdä pääkadun, kapeita kujia, sekä pieniä kauppoja ja ravintoloita.

Amalfin katedraali Piazza del Duomolla aukeaa aamuisin 7:30 ja sulkee iltaisin 19:45. Katedraali on yksi rannikon upeimmista rakennuksista ja hallitsee Amalfin kaupunkikuvaa suurine pronssisine ovineen, jotka ovat alun perin valmistettu Syyriassa. Katedraalia on korjailtu ja paranneltu useita kertoja, jonka takia siinä on osia monilta eri vuosisadoilta. Vähemmän vakuuttava on sen barokki-aikainen sisäosa, vaikkakin alttarilla onkin muutamia hienoja patsaita ja mosaiikkeja 1300-luvulta. (Bonetto ym. 2016, 92.)

Museo della Carta on paperitehdas 1400-luvulta, joka tekee siitä Euroopan vanhimman. Kierros kestää 15 minuuttia ja sisäänpääsy maksaa 4€. Kierroksen aikana esitellään alkuperäisiä paperi painoja, jotka ovat edelleen täydessä toiminnassa. (Bonetto ym. 2016, 93.)

Suuria ostoskeskuksia Amalfista ei löydy, mutta hyviä tuliaisia voi käydä katselemassa esimerkiksi Anastasio Nicola Sas- nimisessä gourmet kaupassa. Tästä tasokkaassa supermarketista löytyy kaikkea ilmakuivatusta lihasta, paikallisiin juustoihin, pastoihin ja paikalliseen ylpeyteen limoncelloon. (Bonetto ym. 2016, 97.)

Limoncello on kuuluisaa italialaista sitruunalikööriä, joka on kotoisin Amalfin rannikolta. Paksukuorinen ja pitkulainen sfusato amalfitano puristetaan joko limoncello-likööriksi, jota tulevan isän täytyy maistaa tai raskaana olevalle soveltuvaksi jäähileiseksi janojuomaksi granitaksi. (Helsingin Sanomat 2016d.)

- Iltapalalle ravintolasuositus: Eolo, joka on Välimerellinen ravintola Amalfin keskustassa. Ravintolaa on keuhuttu hyvin tunnelmalliseksi ja ruokaa erinomaiseksi. Hintataso on hiukan kalliimpaa, mutta sen arvoista. Ravintola sijaitsee osoitteessa Via Mauro Comite 3. (Trip Advisor 2016.)

### Lauantai

- Vesibussilla on helppo tutustua rannikon upeisiin maisemiin eri perspektiivistä, maistella paikallisia herkkuja tai nauttia tunnelmallisista auringonlaskuista romanttisesti kahdestaan. Napoli, Capri, Sorrento, Positano ja Amalfi ovat lyhyen merimatkan päässä toisistaan. Nyt voi itse valita, mikä reitti olisi mielenkiintoisin kulkea. Esimerkiksi Caprin ja Napolin välillä liikennöi päivittäin noin 25 alusta. Ensimmäinen lähtee liikkeelle jo ennen klo 6.00 ja viimeinen klo 22.00. Liikenne Amalfiin, Sorrentoon, sekä Positaanoon päättyy yleensä ennen klo 19.00. Niiden välillä vuoroja kulkee 5-10 päivässä. Aluksia käyttäen voi tehdä reittejä oman mielen mukaan, pysähdellä jonnekin aina välillä syömään ja uimaan, ja jatkaa sitten taas matkaa. Merimatka kestää kohteesta riippuen noin puolesta tunnista puoleentoista tuntiin ja maksavat 8-20 euroa. (Pesonen 2016, D8.)

Aluksille voi ostaa lippuja ja tarkistaa aikatauluja netistä osoitteesta: <http://www.capri.com/en/ferry-schedule>. Lippu saa ostaa myös satamien lippuluukuilta, mikäli ei halua etukäteen aikatauluttaa reittejään.





Kuva 12. Caprin ylellinen paratiisisaari ja kuva 13. Pieni keskusta täynnä ihania kauppoja ja romanttisia ravintoloita. (Pekka Malinen 2007.)



Kuva 14. Sorrento on perinteikäs ja suosittu rantakohde ja sen rannalta on näkymä suoraan Vesuviukselle. (Pekka Malinen 2016.)





Kuva 15. Positanoa sanotaan Amalfin rannikon kauneimmaksi kaupungiksi. (Susanna Malinen 2007.)

### Sunnuntai

- Rannalla rentoutumista ja uimista
- Matkalaukkujen pakkaamista ja ajoissa nukkumaan, sillä aamulla on aikainen herätys

### Maanantai

- Bussi noutaa hotelli Diecisedicin edestä klo 8:15
- Finnairin lento AY 904 lähtee Napolin Capodichinon lentoasemalta klo 12:00 ja on perillä Helsinki- Vantaan lentoasemalla klo 16:20

Babymoon- matkapaketin markkinointia varten on laadittu matkaesite, joka löytyy liitteestä 2. Siihen on lyhyesti kerrottu matkapaketin oleelliset tiedot, matkan ajankohta ja pituus, hinnat, majoitus, sekä aktiviteettimahdollisuuksia.

## **5.5 Aikataulu**

Opinnäytetyön työstäminen ajatustasolla alkoi vuoden 2016 keväällä, kun sain ajatuksen, että haluaisin lähteä kirjoittamaan opinnäytetyötä raskauden vaikutuksista matkustamiseen. Ajatus muovautui kesän aikana, jolloin siihen tuli lisänä Babymoon-matkailu. Aloin

etsimään tietoa ja kyselemään kavereiltani ajatuksia siihen. Itse työn kirjoittaminen aloitettiin syyskuun alussa, mutta sitä ennen oli käyty jo sähköpostiviestittelyä koululle ja kerätty lähdemateriaalia. Ensimmäisessä seminaarissa päätimme, että työ ei tarvitse toimeksiantajaa, sillä minulla oli jo tarkka visio siitä, mitä halusin kirjoittaa ja tuottaa. Toimeksiantajan kanssa emme olisi todennäköisesti päässeet samaan lopputulemaan, ellen olisi ottanut toimeksiantajakseni ystävääni. Ensimmäiseen seminaariin piti kirjoittaa alustava runko opinnäytetyölle, sekä kerto hieman tarkemmin, mitä opinnäytetyö tulee sisältämään. Ensimmäisen seminaarin jälkeen piti alkaa kirjoittamaan teoriaosuutta, sekä suunnitella haastatteluita varten oleelliset kysymykset.

Teoriaosuus valmistui lokakuun loppuun mennessä ja lokakuun lopulla sain myös tehtyä haastattelut tutkimukseeni. Opinnäytetyössäni tutkimuksella ei ollut niin suurta painoarvoa, tärkeämpää oli saada tehtyä produkti. Produktin tekoon vaikutti kuitenkin oleellisesti haastatteluiden vastaukset, sillä halusin tehdä tuotteen asiakkaiden tarpeet huomioiden, kuten tuotteistamisen kannalta on oleellista. Haastateltavia ei tarvinnut olla montaa, joten vastausten saaminen ei ollut haasteellista tai työtä hidastavaa. Marraskuun alusta alkaen paneuduin lähinnä produktin työstämiseen. Työn tavoitteena oli sen valmistuminen marraskuun loppuun mennessä, jotta valmistumiseni saataisiin joulukuulle. Viimeiseen seminaariin 11.11 piti palauttaa valmis työ. Tämän jälkeen jäin odottamaan palautetta ja tekemään tarvittavia korjauksia. Opinnäytetyön aikataulun vaiheet löytyvät kuvioista 4.

Kuukausi	Opinnäytetyön eteneminen
touko	Idea opinnäytetyön aiheesta syntyi -> aiheena raskauden vaikutus matkustamiseen
kesä	Kerroin koululla ideastani -> minulle ehdotettiin, että kirjoittaisin myös Babymoonista
heinä	Luin blogeja, etsin lisätietoa ja keskustelin ystäväni kanssa aiheesta
elo	Olin koululle yhteydessä -> halusin tietää miten pääsen alkuun työssäni ja kuka on ohjaajani
syys	Ensimmäinen seminaari 10.9 -> valmiina piti olla työn alustava runko
loka	Teoriaosuuden kirjoittamista, sekä haastatteluiden tekemistä
marras	Produktiosuuden työstäminen ja ensimmäisen version palauttaminen
joulu	Sain korjausehdotuksia ja viimeistelin opinnäytetyön

Kuvio 4. Opinnäytetyön aikataulu.

## 6 Yhteenveto

Työ eteni loogisessa järjestyksessä. Ensin kerättiin tietoa teoriaosuuteen ja tehtiin haastattelut. Niiden pohjalta oli lopuksi helpompaa lähteä kokoamaan produktiosiota.

Tämän opinnäytetyön produktiosiossa syntyi Babymoon- matkapaketti Amalfin rannikolle. Matkapaketti on viitteellinen esimerkki siitä, minkälaista aikataulua ja ohjelmaa kyseinen loma voisi sisältää. Matkapakettia suunniteltaessa käytettiin apuna haastatteluista saatuja vastauksista. Haastatteluun vastasi viisi naista, jotka ovat olleet raskaana. He olivat myös kaikki matkustaneet raskaana ollessaan.

Matkapaketti sisältää lepoa ja rentoa oloa, mikä nousi haastatteluissa tärkeäksi seikaksi. Matkan aikana vieraillaan myös teoriaosuudessa tarkemmin tutustuttuihin kohteisiin, esimerkiksi Pompein raunioihin. Matkapaketissa on lentojen tarkat lähtö- sekä saapumisajat ja siihen on kerätty myös muita tärkeitä tietoja, joita esimerkiksi kohdeoppailta voisi kysyä järjestetyillä pakettimatkoilla.

Matkasta löytyy liiteosiossa myös pieni matkaesite, jossa lyhykäisyydessään käydään läpi pääkohdat matkasta. Matkalle lähtijöille voitaisiin matkaesitteen lisäksi antaa kohdetietoja, joita on tarkemmin käyty läpi teoriaosuudessa kappaleessa neljä.

Matkapaketti on suunniteltu sellaisille ihmisille, jotka ovat aikaisemminkin matkustaneet, mutta saattavat silti tarvita avustusta tai ideoita matkalleen. Opastetut pakettimatkat ovat hyviä sellaisille, joilla ei ole paljon matkustuskokemusta ja jotka eivät välttämättä osaa kommunikoida vieraalla kielellä. Tässä paketissa on osattava toimia itsenäisesti, mutta hotellit ja kuljetukset, sekä auton vuokraaminen on hoidettu jo etukäteen, jotta matkan perusrunko on koossa.

## 7 Johtopäätökset

Tuotteistamisessa asiakaslähtöisyys, sekä asiakkaiden tarpeiden huomioiminen ovat tärkeässä roolissa, kuten myös Babymoon- matkapaketin kehittämisessä. Tästä syystä oli tärkeää haastatella potentiaalisia asiakkaita, jotta tuotteesta saatiin tehtyä asiakkaiden tarpeita vastaava tuote, kuten Bergström ja Leppänenkin (2015) painottavat. Tuotekehityksestä taas puhuttaessa Bergström ja Leppänen (2015) mainitsevat luonnollisuuden, turvallisuuden, terveellisuuden, sekä kestävä kehityksen tämän hetkiseksi trendeiksi, jotka on otettava huomioon. Vaikka Babymoonia voidaankin itsessään sanoa trendiksi, on kehitettyä Babymoon- matkapakettia suunniteltaessa huomioitu myös edellä mainittuja trendejä. Trendeistä erityisesti turvallisuus, sekä terveellisyys nousivat esille muun muassa matkakohdetta pohdittaessa.

Opinnäytetyön avulla pyritään tuomaan Babymoon- matkat myös suomalaisten tietoisuuteen. Haastatteluiden perusteella tällaisille matkoille voisi löytyä kysyntää myös Suomesta. Näin siksi, että sitä voidaan pitää myös parisuhteen kannalta tärkeänä viimeisenä kahdenkeskeisenä rentoutumismatkana ennen vauvan syntymää. Uskoisin Babymoon-matkoille löytyvän myös markkinoita. Tätä tietoa tukee myös se, että Tilastokeskuksen (2015) teettämän tutkimuksen mukaan alle 45-vuotiaat ovat innokkaimpia matkailijoita.

Tässä työssä suunnittelen Babymoon- pakettia vain yksittäisille matkustajille. Jos Babymoon-matkoja alettaisiin myymään paketteina, olisi mahdollista saada järjestettyä matkat ja majoitukset kiinteillä ryhmähinnoilla. Lisäksi aktiviteettien järjestäminen olisi huomattavasti helpompaa. Muun muassa mammajoogan järjestämistä hotellilla, ”vauvavatsa valokuvausta” kauniissa ympäristössä ynnä muuta. Voisin ainakin itse kokea sen mukavana plussana, että lähdettäessä Babymoon- ryhmämatkalle kohtaisin uusia ihmisiä, jotka ovat samassa tilanteessa. Matkalta olisi mahdollista saada uusia verkostoja, joiden kanssa keskustella ja viettää yhdessä vauvavuotta. Kuten Tarssasenkin (2006) elämyskolmion ylimmällä palkilla oleva vuorovaikutus sanoo; oleellisena osana vuorovaikutuksessa on yhteisöllisyys, kun koetaan jotain yhdessä porukkana. Bergströmin ja Leppäsen (2015) kirjassa kirjoitettiin siitä, kuinka matkailualan haasteena on kehittää matkapaketteja uudelle palvelutasolle, jossa valmismatkapaketin ostaminen on perusteltua. Omalta kannalta ajatellessani en välttämättä näe tarvetta valmismatkapaketeille, mutta tällaisessa tilanteessa voisin nähdä sen potentiaalisena vaihtoehtona.

Opinnäytetyöprosessi on ollut melko pitkä ja toisinaan myös yllättävän haastava. Luotettavien lähteiden ja ajankohtaisten aineistojen löytäminen, sekä niistä olennaisten teorioiden

poimiminen ei ole aina ollut ihan mutkatonta. Omassa päässä idea on muodostunut selkeästi, mutta kun ajatukset on pitänyt koota johdonmukaisessa järjestyksessä paperille, ei se olekaan ollut enää niin selkeää. Toisinaan kirjoittaminen sujui helposti ja materiaalia löytyi, mutta toisinaan kärsivällisyys ei riittänyt ja monen tunnin ruudun tuijottelun seurauksena syntyi vain muutama lause. Opin kirjoittamisen aikana sen, että pelkkä idea ei riitä, vaan työn eteen on nähtävä vaivaa ja oltava kärsivällinen, jotta idea pystytään toteuttamaan.

Oletin ensin, että produktin tekeminen olisi mukavin ja helpoin osuus, kun teoriaosuudet ja taustatutkimukset on tehty. Kuitenkin sen kohdalla koin kaikkein suurimmat tuskastelut. En oikein tiennyt miten produktia lähtisin muodostamaan ja kuinka laaja siitä pitäisi tehdä. Ideoita riitti paljon, mutta en voinut vain kirjoitella mitä mieleen tuli. Myös niiden tekstien oli viitattava lähteisiin ja oltava jossakin määrin yhteydessä myös teoriassa läpikäymiini seikkoihin.

Loppujen lopuksi työn tekeminen oli kuitenkin mielenkiintoista ja opin tutkimaan lähteitä kriittisemmin. Lähdeviitteiden tekeminen on aina ollut minulle haasteellista, sillä en ole saanut niihin mielestäni tarpeeksi hyvää opetusta. Nyt kuitenkin koen, että ne ovat ainakin ”normaaleissa” tapauksissa hallussani. Tämän opinnäytetyön ansioista opin aikatauluttamaan suuria projekteja ja pysymään tavoiteaikataulussa. Sain sovitettua opinnäytetyön tekemistä hyvin töiden ja muiden velvollisuuksien ohella. Opin itsestäni työskentelijänä pitkäkestoisessa projektissa, koska jouduin toteuttamaan opinnäytetyöni kokonaan yksin. Se antaa minulle vahvuutta tulevaisuuden työtehtäviä ajatellen. Mielestäni myös seminaareissa palautteiden antaminen ja saaminen on tärkeää, sillä se tulee olemaan myös tärkeää tulevaisuudessa, minne sitten menenkään töihin. Lisäksi koen, että opinnäytetyössä tuli käytännön toteutusta monille asioille, joita olimme opetelleet aikaisemmillä lukukausilla.

## Lähteet

Amalfi 2016. Visit Amalfi Coast. Luettavissa: <http://www.amalfi.com/>. Luettu: 29.10.2016.

Autoeurope 2016. Luettavissa: <http://www.autoeurope.fi/go/autovuokraamo-italia/>. Luettu: 10.11.2016.

Babymoon travel 2007. Q&A Everything Babymoon. Luettavissa: <https://www.babymoon.eu/questions-answers-about-going-on-a-babymoon/>. Luettu: 21.9.2016.

Babyplan 2015. Ihon muutokset raskauden aikana. Luettavissa: <http://babyplan.fi/ihon-muutokset-raskauden-aikana/>. Luettu: 28.9.2016.

Bell, J. 2010. Doing Your Research Project. Open University Press

Bergström, S. & Leppänen, A. 2015, Yrityksen asiakasmarkkinointi. Edita Publishing Oy

Bonetto, C. Garwood, D. Hardy, P. Landon, R. & Smith, H. 2016. Lonely planet: Amalfi Coast Road trips. Lonely Planet Publications Pty Ltd.

Boniface, B. Cooper, R. & Cooper, C. 2016. Worldwide destinations. The geography of travel and tourism. 7<sup>th</sup> edition by Routledge.

Booking.com 2016. DieciSedici. Luettavissa: <http://www.booking.com/hotel/it/domus-amalfi.fi.html>. Luettu: 25.10.2016.

Capri Ferry Schedules 2016. Luettavissa: [http://www.capri.com/en/ferry-schedule?path\\_id=1](http://www.capri.com/en/ferry-schedule?path_id=1). Luettu: 6.11.2016.

CIA 2016. The World Factbook. Italy. Luettavissa: <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/it.html>. Luettu: 3.10.2016.

Diecisedici hotel 2016. Luettavissa: <http://www.diecisedici.com/>. Luettu: 25.10.2016.

Euroopan unioni 2016. Italia. Luettavissa: [http://europa.eu/european-union/about-eu/countries/member-countries/italy\\_fi](http://europa.eu/european-union/about-eu/countries/member-countries/italy_fi). Luettu: 3.10.2016.

Expedia 2016. Carsearch. Luettavissa: <https://www.expedia.fi/carsearch>. Luettu: 1.11.2016.

Finnair 2016. Lennot Napoliin. Luettavissa: <https://www.finnair.com/FI/FI/destinations/europe/italy/naples/>. Luettu: 17.10.2016.

Google maps 2016. Kartat. Luettavissa: <https://www.google.fi/maps/place/84011+Amalfi>. Luettu: 20.10.2016.

Hakkarainen, K. 2016. Pelko työntää Helsinkiin. Helsingin Sanomat A17

Helsingin Sanomat 2016. Zikavirus rajoittaa raskaana olevan matkailua- kysyimme, mitä viruksesta pitää tietää lomaa suunnitellessa. Luettavissa: <http://www.hs.fi/matka/a1474251891203>. Luettu: 25.9.2016.

Hirsjärvi, S. Remes, P. & Sajajärvi, P. 2009, Tutki ja kirjoita. Kariston Kirjapaino Oy

Hospitalby 2016. Amalfi Hospital. Luettavissa: <http://www.hospitalby.com/italy-hospital/amalfi-hospital/>. Luettu: 26.10.2016.

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

Lehtinen, U. & Niinimäki, S. 2005. Asiantuntijapalvelut: Tuotteistaminen ja markkinoinnin suunnittelu. 1. painos. Werner Söderström Osakeyhtiö.

Momondo 2016. Lennot. Luettavissa: <http://www.momondo.fi/flightsearch/> Luettu: 17.10.2016.

Mondo 9/2014. Hauskat matkatrendit. Luettavissa: <http://www.mondo.fi/uutiset/hauskat-matkatrendit>. Luettu: 28.9.2016.

Paananen, U. Pietiläinen, S. Raussi- Lehto, E. & Väyrynen, P. 2009. Kätilötyö. Edita Publishing Oy

Pekka Malinen. Kuvat. 2016.

Pesonen, H. 2016. Vesibussi vie Amalfin rannikolle. Helsingin Sanomat D8

Rantapallo 2016. Ainutlaatuinen Napoli on kesäisin helteinen kulttuurikohde. Luettavissa: <http://www.rantapallo.fi/italia/napoli/>. Luettu: 6.11.2016.

Rissanen, V. 2016. Suomessa todettu kuusi zikavirustartuntaa. Helsingin Sanomat A25

Suomen suurlähetystö Ateena 2007. Ohjeita maanjäristyksen varalle. Luettavissa: <http://www.finland.gr/public/download>. Luettu: 15.11.2016.

Stefanovic, V. Siikamäki, H. & Kantele, A. 2010. Matkailulääketiede. Duodecim

Susanna Malinen. Kuvat. 2007

Tarssanen, S. 2009. Elämystuottajan käsikirja. Oy Sevenprint Ltd

Tarssanen, S. 2006. Handbook for Experience Tourism Agents. University of Lapland Press

Terveyskirjasto 2013. Malarian tartunta, taudinkuva ja diagnoosi. Luettavissa: [http://www.terveyskirjasto.fi/terveyskirjasto/ktl.mat?p\\_artikkeli=mat00029](http://www.terveyskirjasto.fi/terveyskirjasto/ktl.mat?p_artikkeli=mat00029). Luettu: 20.9.2016.

Terveyskirjasto 2015. Raskaus (normaali kulku.) Luettavissa: [http://www.terveyskirjasto.fi/terveyskirjasto/tk.koti?p\\_artikkeli=dlk00159](http://www.terveyskirjasto.fi/terveyskirjasto/tk.koti?p_artikkeli=dlk00159). Luettu: 28.9.2016.

Terveyskirjasto 2016a. Raskaana olevat. Luettavissa: [http://www.terveyskirjasto.fi/terveyskirjasto/ktl.mat?p\\_selaus=54712](http://www.terveyskirjasto.fi/terveyskirjasto/ktl.mat?p_selaus=54712). Luettu: 6.10.2016.

Terveyskirjasto 2016b. Zika. Luettavissa: [http://www.terveyskirjasto.fi/terveyskirjasto/ktl.mat?p\\_artikkeli=mat00227](http://www.terveyskirjasto.fi/terveyskirjasto/ktl.mat?p_artikkeli=mat00227). Luettu 20.9.2016.

Tilastokeskus 2016. Syntyneet. Luettavissa: <http://tilastokeskus.fi/til/synt/index.html>. Luettu: 19.10.2016.

Tilastokeskus 2015. Suomalaisten matkailu 2014. Luettavissa: [http://www.stat.fi/til/smat/2014/smat\\_2014\\_2015-04-10\\_fi.pdf](http://www.stat.fi/til/smat/2014/smat_2014_2015-04-10_fi.pdf). Luettu: 3.10.2016.



Trip Advisor 2016. Da Gemma. Luettavissa: [https://www.tripadvisor.fi/Restaurant\\_Review-g187780-d1028401-Reviews-Da\\_Gemma-Amalfi\\_Amalfi\\_Coast\\_Campania.html](https://www.tripadvisor.fi/Restaurant_Review-g187780-d1028401-Reviews-Da_Gemma-Amalfi_Amalfi_Coast_Campania.html). Luettu: 3.11.2016.

Tuulaniemi, J. 2011. Palvelumuotoilu. Kariston Kirjapaino Oy

Ulkoasiainministeriö 2016. Matkustaminen ja maat: Italia. Luettavissa: <http://formin.finland.fi/public/default.aspx?nodeid=43979&contentlan=1&culture=fi-FI>. Luettu: 3.10.2016.

UNESCO 2016. Costiera Amalfitana. Luettavissa: <http://whc.unesco.org/en/list/830/>. Luettu: 6.10.2016.

Viitala, R. & Jylhä, E. 2013. Liiketoimintaosaaminen. Menestyvän yritystoiminnan perusta. Edita Publishing Oy

WeatherSpark 2016. Luettavissa: <https://weatherspark.com/averages/32302/Naples-Campania-Italy>. Luettu: 5.10.2016.

Yle 2016a. Elämys koukuttaa aasialaisturistin – matkailijat haluavat vieraaksi suomalais-koteihin. Luettavissa: <http://yle.fi/uutiset/3-9141860>. Luettu: 14.10.2016.

Yle 2016 b. Keski- Italiassa voimakas maanjäristys- Useita loukkaantunut, rakennuksia sortunut. Luettavissa: <http://yle.fi/uutiset/3-9261416>. Luettu: 31.10.2016.



## Liite 2. Matkaesite

### Amalfin rannikko – kuvankaunis babymoon- matkakohde teille kahdelle

Babymoon matkat ovat tarkoitettu pariskunnille, jotka haluavat päästä viimeistä kertaa ennen vauvan syntymää viettämään laadukasta parisuhdeaikaa kahdestaan. Matkan aikana rentoudutaan ja kerätään voimia tulevaa vauva-arkea varten.

Amalfin rannikolla pääset nauttimaan aurinkoisista ja lämpimistä päivistä rannalla lepäillen ja uiden. Vastapainoksi löytyy myös patikointia upeissa maisemissa, tutustumista lähikyliin, sekä historian ja kulttuurin nälkäisille tarjolla on Pompein rauniokaupunki ja rujo, mutta monipuolinen Etelä-Italian pääkaupunki Napoli. Kulinaristeille Italia tarjoaa myös valtavan kattauksen erilaisia makuelämyksiä ja laadukkaita ruokakokemuksia.



Amalfin Rannikko



Pompein rauniot

Matkan hinta sisältää:

- Finnairin suorat lennot Helsingistä Napoliin
- Majoituksen boutique- tyylisessä Decisedici-hotellin juniorsviitissä
- Aamupalat
- Valmiiksi suunniteltuja retkikohteita

Matkan ajankohta on 26.6–3.7.2017