



LAPIN JOULUMATKAILUTUOTTEEN ELINKAARI

**CONCORDE-LENNOISTA
LAAJAMITTAISEEN JOULUMATKAILUUN**

Sanna Hakulinen – Raija Komppula – Salla Saraniemi

ISBN 978-952-5079-97-5
ISBN 978-952-5682-21-2 (PDF)

Ulkoasu: Pramedia Oy

LAPIN JOULUMATKAILUTUOTTEEN ELINKAARI

CONCORDE-LENNOISTA
LAAJAMITTAISEEN JOULUMATKAILUUN

Sanna Hakulinen – Raija Komppula – Saira Saraniemi

2007

ESIPUHE	8
1 JOHDANTO	10
1.1 Taustaa kirjalle.....	10
1.2 Kirjan tehtävä, tavoitteet ja keskeiset käsitteet.....	11
1.3 Elinkaarimallit ja niiden aiempi tutkimus	13
1.4 Tässä elinkaaritutkimuksessa sovellettava malli	14
1.5 Miten elinkaaren vaiheet määritettiin?	18
1.6 Käytetyt menetelmät.....	20
2 MISTÄ JOULUMATKAILU ALKOI: TUOTEKEHITTELYÄ VUOTEEN 1984	24
3 CONCORDET TULEVAT: ESITTELYVAIHE VUODESTA 1984 1990-LUVUN ALKUUN	28
3.1 Ensimmäinen Concorde-lento Rovaniemelle	28
3.2 Concorde-lentojen kehitys 1980-luvulla	31
3.3 Asiakkaiden ja tuotteen ominaispiirteet esittelyvaiheessa.....	33
3.4 Esittelyvaiheen vähäinen kilpailu.....	33
3.5 Paikallisten suhtautuminen joulumatkailuun 1980-luvulla	35
3.6 Median kiinnostus.....	36
4 KASVUVAIHE 1990-LUVULTA ALKAEN	40
4.1 Concorde-lennot 1990-luvulla.....	40
4.2 Joulumatkailun leviäminen Rovaniemen seudulta muualle Lappiin.....	44
4.3 Joulumatkailun kansainvälistyminen ja matkailijoiden lähtömaat.....	46
4.4 Matkailijoiden viipymän kehittyminen	51
4.5 Asiakasprofiilin muutos	53
4.6 Kasvuvaiheen kiristynyt kilpailu	54
4.7 Lappi ja joulumatkailu kasvuvaiheessa	57
4.8 Kasvun taustalla olevia syitä	58
5 NYKYTILA: KASVU- JA KYPSYYSVAIHE RINNAKKAIN	61
5.1 Tuote kansainvälistyy entisestään 2000-luvulla	61
5.2 Tuotteen muotoutuminen nykyiselleen.....	63
5.3 Paikallisväestön suhtautuminen kasvaneeseen matkailuun.....	66
5.4 2000-luvun kilpailun kiristyminen ja kasvun tasaantuminen	67
5.5 Lapin joulucharter-matkailuun liittyviä ongelmia.....	70
5.6 Muutos ja tulevaisuus	72
6 YHTEENVETO JA KESKUSTELUA	77
6.1 Yhteenveto.....	77
6.2 Keskustelua elinkaariteorian ja tutkimusmenetelmien valossa	79
6.3 Lopuksi	81
LÄHTEET	83
LIITTEET	92

KUVIOT

Kuvio 1.	Esimerkki Lapin joulucharter-tuotteen palvelupaketista.....	12
Kuvio 2.	Matkailijoihin, kilpailuun, tuotteeseen ja kohdealueen matkailuun liittyvät muutokset matkailutuotteen elinkaaren eri vaiheissa.....	17
Kuvio 3.	Lapin kansainväliset tilausliikenteen matkailijat vuositasolla	20
Kuvio 4.	Concorde lennot Lappiin	32
Kuvio 5.	Concorde lennot Lappiin	33
Kuvio 6.	Lappiin saapuneet kansainväliset tilausliikenteen matkustajat lentokentittäin	45
Kuvio 7.	Tilausliikenteen laskeutumiset Lapin lentokentille tammi-, marras- ja joulukuussa vuosina 1996–2006.....	46
Kuvio 8.	Lappiin saapuneet kansainväliset tilausliikenteen matkustajat maittain tammi-, marras- ja joulukuussa	48
Kuvio 9.	Rovaniemelle saapuneet kansainvälisen tilausliikenteen matkustajat maittain tammi-, - marras- ja joulukuussa	49
Kuvio 10.	Kansainvälisten matkailijoiden yöpymisten määrä Lapissa joulukuussa sekä tammi-, marras- ja joulukuussa	52
Kuvio 11.	Britannialaisten matkailijoiden yöpymiset Lapissa koko vuonna ja joulukuussa vuosina 1995–2006.....	53
Kuvio 12.	Lappiin saapuneet kansainväliset joulucharter-matkailijat maittain vuonna 2006.	62
Kuvio 13.	Lapin joulucharter-tuotteen elinkaari ja elinkaaren eri vaiheiden ominaispiirteet.	78

TAULUKOT

Taulukko 1.	Lentojen, matkustajamäärien, yöpymisten ja matkatoimistojen määrän kehittyminen	50
-------------	---	----

ESIPUHE

Idea tämän kirjan kirjoittamisesta syntyi Jordaniassa syksyllä 2004, jolloin osallistuin kansainvälisen matkailututkijoiden järjestön AIESTn konferenssiin Petrassa. Eräällä bussimatkalla pohdimme yhdessä Matti Boxbergin kanssa, mikä olisi se suomalainen matkailuinnovaatio, jonka voisimme esitellä vuoden 2005 AIEST konferenssissa, jonka teema oli Innovation in Tourism – Creating customer value. Pitkällisten pähkäilyjenkään jälkeen emme voineet päätyä muuhun kuin toteamaan, että käänteentekevin ja merkityksellisin yksittäinen tuote koko suomalaisen matkailun historiassa lienee Lapissa vuonna 1984 alkanut joulumatkailu. Niinpä ryhdyimme valmistelemaan kuvausta joulumatkailutuotteen synnystä, eli Concorde-lennoista. Yhteinen hankkeemme päättyi kuitenkin odottamattoman traagisesti, kun Matti menehtyi sairauskohtaukseen toukokuussa 2005, vain kaksi viikkoa ennen Concorde joululentojen isän, Colin Mitchellin suunniteltua haastattelua. Colinin kanssa kuitenkin päätimme, että viemme tämän kirjoitustyön päätökseen ja omistamme sen tuloksen Matti Boxbergin muistolle.

Matka noista kipeistä hetkistä tähän päivään oli kuitenkin pitkä ja kivinen. Työ osoittautui varsin mittavaksi ja vaativaksi. Projektin jatkumisen kannalta ratkaisevaa oli Jenny ja Antti Wihurin rahaston myönteinen apurahapäätös syksyllä 2005 sekä kauppatieteiden ylioppilas Sanna Hakulisen innostuminen aiheesta. Alkuperäinen aihe Joulutuote matkailuinnovaationa kääntyi tässä vaiheessa koko jouluchartertuotteen elinkaaren tutkimukseksi. Mukaan hankkeeseen lähti myös jatko-opiskelijani Saila Saraniemi, joka Suomen matkailuimagoa tutkiessaan päätyi kiinnostumaan joulutuotteesta, joka on ollut erityisesti Britannian markkinoilla keskeinen Suomi-imagoon vaikuttanut tekijä. Sannan perusteellinen tutkijantyö yhdessä Sailan tutkijaavun ja oman vaatimattoman ohjauspanokseni kanssa on tuottanut tämän kirjan, joka perustuu pääosin Sannan markkinoinnin pro gradu -tutkielmaan, joka on arvioitu arvosanalla *eximia cum laude approbatur* Joensuun yliopistossa. Tätä kirjaa varten teoriaosuutta on tiivistetty ja varsinaiseen elinkaaren kuvaukseen on tehty joitakin tarkennuksia ja täsmennyksiä. Siitä, että julkaisu tavoittaa nyt akateemisten piiriin lisäksi myös suuren yleisön, saamme kiittää Matkailun edistämiskeskusta.

Epäilemättä tämä elinkaarikuvaus on vain yksi näkökulma aiheeseen. Jos Matti olisi saanut olla mukana hankkeessa pitempään, sisältäisi tämä kirja varmasti huomattavan määrän hauskoja tarinoita, olihan hän itse vahvassa roolissa joulutuotteen kehittämisessä ja markkinoinnissa Lapissa toimiessaan. Nyt kirja perustuu haastatteluihin, joiden määrä oli tutkimusekonomisista syistä pakko rajoittaa siihen, mitä se nyt on. Meillä kirjoittajilla ei Sailaa lukuun ottamatta ole omakohtaisia kokemuksia joulutuotteesta. Saila on Lapin yliopistossa matkailututkimusta opiskel-

lessaan ollut sesonkityöläisenä vastaanottamassa jouluturisteja kuten niin monet Rovaniemellä opiskelevat. Tässä kirjassa olemme myös keskittyneet pääasiassa britannialaisten asiakkaiden ja matkanjärjestäjien tarkasteluun, mikä johtuu siitä, että aluksi tavoitteenamme oli tutkia erityisesti joulutuotteen alkuvaihetta. Tämä kirja on siis vain yksi tulkinta siitä, millainen joulutuotteen elinkaari on tähän saakka ollut, ei varmasti ainoa eikä missään nimessä ainakaan täydellinen. Tästä on kuitenkin hyvä jatkaa tätä tutkimusmatkaa, joka meitä tekijöitä kiehtoo päivä päivältä yhä enemmän. Toivottavasti pääsemme vielä kirjoittamaan jatkoa tähän tarinaan.

Joensuussa toukokuussa 2007,

Raija Komppula
markkinoinnin professori
Joensuun yliopisto

Kiitämme lämpimästi

kaikkia niitä tahoja, jotka ovat omalla panoksellaan mahdollistaneet sen, että Lapin joulucharter-tuotteen elinkaari on saatu kartoitettua ja tämä kirja on nyt käsillä. Eriytyisen kiitoksen ansaitsee Lapin Kansa, joka antoi kirjaamme varten historiallisia kuvia ja pääsyn arkistoonsa. Kiitämme kuvista myös Matkailun edistämiskeskusta ja Lapin Safareita. Kiitämme lämpimästi kaikkia haastateltuja, jotka antoivat meille kallista aikaansa ja jaksoivat myös vastata lukuisiin tarkistuksiin ja lisäkysymyksiimme. Korvaamattomasta asiantuntija-avusta kiitämme myös Lapin Kansan arkistosta Lea Pyykköä ja Maikku Jokela-Räsästä, Tilastokeskukselta Ritva Marinia, Finnavialta Helvi-Marjatta Pääkköstä ja Taavi Ahosta, Pentti Stooria sekä Jussi Sorroa, North Ground Handling Oy.

Lisäksi kiitämme Jenny ja Antti Wihurin rahastoa, jonka apuraha mahdollisti tiedonhankinnan tähän tutkimukseen, sekä Matkailun edistämiskeskusta, jonka sekä taloudellisen että henkisen tuen avulla tämä kirja nyt julkaistaan.

Sanna Hakulinen Raija Komppula Saila Saraniemi

1 JOHDANTO

1.1 Taustaa kirjalle

”Lapin joulumatkailun alku osuu 20 vuoden päähän, jolloin ensimmäinen yliäänikone Concorde Englannista teki pikavierailun Rovaniemelle. Tuskin kukaan osasi ennustaa millainen menestys Lapin joulusta erityisesti Englannissa syntyi. Concordet ovat jo pois liikenteestä, mutta joulumatkailu tekee jatkuvasti uusia ennätyksiä.” (Tuomi-Nikula 2004, s.4)

Ilmailulaitoksen vuoden 2004 vuosikertomuksen mukaan kansainväliset tilauslennot toivat marras – joulukuussa 2004 Pohjois-Suomen lentoasemille yhteensä 180 000 matkustajaa, kun mukaan lasketaan saapuneet, lähtevät ja vaihtavat matkustajat. Saapuneita matkustajia tästä luvusta oli noin puolet. Tilauslentojen määrä oli noin 530. Eniten tilauslentoja saapui Rovaniemelle, mutta joulumatkailijoita saapui myös Kittilään, Enontekiölle, Kemi-Tornioon, Kuusamoon, Kajaaniin ja Ivaloon. Eniten Lappiin saapui joulumatkailijoita Isosta-Britanniasta, mutta joukkoon mahtui myös ranskalaisia, hollantilaisia, unkarilaisia ja kreikkalaisia (Ilmailulaitos 2004, 26–27.) Vuonna 2005 britannialaisten joululennot Lappiin vähenivät muutamilla kymmenillä lennoilla. Emagine - matkatoimiston johtaja Steve Mitchell ilmaisi myös huolensa Lapin joulumatkoihin liittyvästä halpamyynnistä. Lapin markkinoille on tullut yrityksiä, jotka tuovat asiakkaita Lappiin useammiksi päiviksi, mutta halvoilla hinnoilla. (Matkailusilmä 2005.) Vuonna 2006 lentomatkustajien määrä Lappiin kasvoi jälleen, mutta britannialaisten osuus on vähentynyt suhteessa muihin matkustajiin ja matkustajamäärien vuosittainen kasvu on hidastunut.

Lapin ilmailuhistoriaa tutkineen Alakulpin (2003) mukaan britannialainen matkatoimisto Canterbury Travel toi ensimmäiset britannialaiset matkailijat Lappiin vuonna 1983, mutta ensimmäisen Concorde-lennon Lappiin jouluna 1984 järjesti matkatoimisto Goodwood Travel. Concorde-lennot toivat Lapin matkailuelinkeinolle paljon näkyvyyttä. Ensimmäistä lentoa seurasi yli 10 000 katsojaa Rovaniemen lentokentällä ja tapahtuma kiinnosti mediaa aina Englannin ja Ruotsin televisiuutisia myöten (Sarni 1984, 8; Lapin Kansa 1984). Vuosien 1984 ja 1999 välisenä aikana British Airwaysin Concorde lensi Rovaniemelle useita kymmeniä kertoja, kuljettaen yli 9 000 matkustajaa. Air Francen Concorde on lentänyt kerran joulun alla Rovaniemelle sekä kaksi kertaa Ivaloon. Viimeisimmän Concorde-tyypin lennon Rovaniemelle teki Air France maaliskuussa 2000. Pariisin onnettomuuden jälkeisen lentokiellon jälkeen Concordet, jotka lensivät jopa kaksinkertaisella äänennopeudella, poistettiin lopulta käytöstä marraskuussa 2003. Pariisin onnettomuus tapahtui vuonna 2000, kun Concorde oli juuri noussut ilmaan ja sen moottorit

syttyivät palamaan. Kaikki koneen 109 matkustajaa ja henkilökunnan jäsentä sekä 4 ihmistä läheisestä hotellista kuolivat turmassa. Concordeja on valmistettu ainoastaan 14 kappaletta, British Airwaysille ja Air Francelle molemmille seitsemän kappaletta. Concorde-lennot ovat jääneet historiaan, mutta ne ovat antaneet kimmokkeen muille matkanjärjestäjille tuoda satoja tilauslentoja Lappiin. (Alakulppi 2003; Internet 1.)

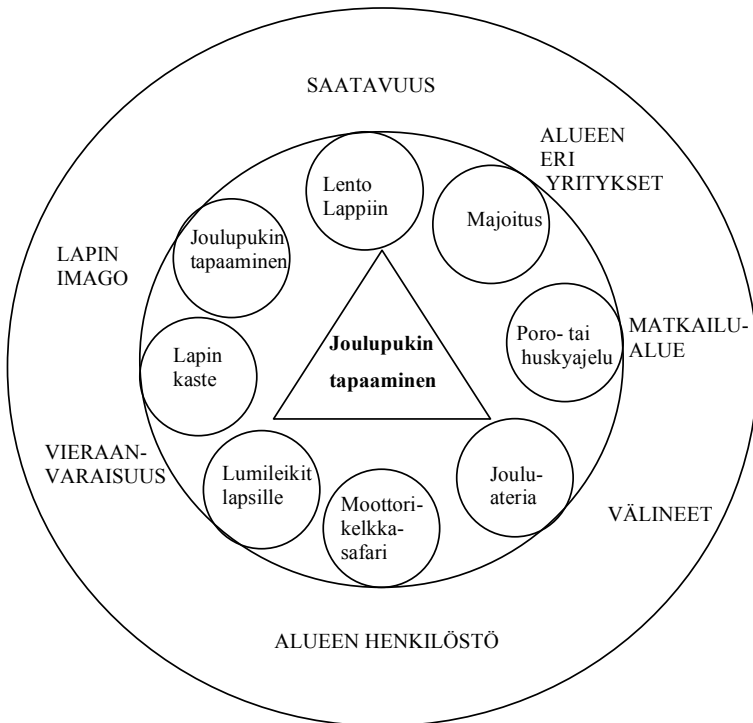
1.2 Kirjan tehtävä, tavoitteet ja keskeiset käsitteet

Tämä kirja perustuu pro gradu -tutkimukseen, jonka tavoitteena oli kartoittaa joulucharter-tuotteen elinkaaren kehitys vuosien 1984 ja 2006 välisenä aikana ja tarkastella erityisesti Concorde-lentojen vaikutusta Lapin joulucharter-tuotteen elinkaareen. Tavoitteeseen päästään selvittämällä matkustajamäärien kehitystä vuosina 1984 -2006 sillä tarkkuudella, kuin tilastot antavat tarkasteluun mahdollisuuden. Tuotteen elinkaaren kuvauksessa kuvataan lisäksi joulumatkailijoihin, kohdealueeseen ja matkailuun, sekä tuotteen sisältöön liittyviä mahdollisia muutoksia. Tarkastelussa kiinnitetään huomiota myös kilpailun kehittymiseen.

Tässä kirjassa Lapin joulucharter-tuotteella tarkoitetaan matkailupakettia, johon yleensä kuuluu tilauslentojen, majoituksen, ruokailun ja erilaisten aktiviteettien lisäksi joulupukin tapaaminen. Joulutuote muodostaa tuoteryhmän, jota useat ulkomaiset tai kotimaiset matkapalvelujen tuottajat tarjoavat erilaisina versioina. Matkan teema muodostuu joulun ja joulupukin tapaamisen ympärille. Charter-sana viittaa tilauslentoihin, jotka ovat suoria lentoja lähtevästä maasta kohdemaahan, eli tässä tapauksessa Suomen Lappiin. Joulumatkailijat olivat alussa yleensä britannialaisia, mutta nykyisin joukossa on enenevässä määrin myös muiden maiden kansalaisia, kuten ranskalaisia, italialaisia, espanjalaisia ja saksalaisia. Suurin osa joulumatkailijoista, noin 74 % on edelleen britannialaisia. Tämän vuoksi keskitymme tässä kirjassa tarkastelemaan pääasiallisesti britannialaisia matkailijoita ja matkanjärjestäjiä, mutta myös muiden kansallisuuksien kiinnostusta joulumatkailua kohtaan tarkastellaan kasvu- ja nykyvaihetta kuvaavissa kappaleissa. Tosiasiallisesti kasvava osa joululenkoista tapahtuu myös perinteisillä reittikoneilla, mutta tässä elinkaaritutkimuksessa keskitytään erityisesti charter -koneilla saapuviin matkustajiin. Joulumatkailijoita tulee Lappiin marras-, joulu- ja tammikuun välillä, pääasiallisesti marras- ja joulukuussa, mutta esimerkiksi venäläiset venyttävät joulusesongin loppiaiselle. Matka kestää lyhimmillään vain yhden päivän ja pisimmillään 7-8 päivää. Yleisin nykyään on 3-4 päivän matka.

Tässä kirjassa *matkailutuote* käsitetään paketoituna tuotteena, joka liittyy vahvasti tiettyyn alueeseen. Matkailutuote on paketti, josta asiakas maksaa tietyn hinnan. Kuviossa 1 on esitetty esimerkki Lapin joulucharter-matkailupaketin sisäl-

löstä. Kuvio on muodostettu Kompplan ja Boxbergin (2002, 25) kokonaismatkailutuotteen rakenteesta esittämää mallia hyväksi käyttäen. Alussa nimenomaan Concorde-lento oli koko matkailutuotteen ydin, jonka ympärille liitettiin jouluteema ja Lappi. Keskimmäisenä kuviossa on tuotteen palveluidea ja sitä ympäröivät palvelumoduulit. Ulommainen kaari kuvaa palvelujärjestelmää, joka koostuu ulkoisista ja sisäisistä resursseista, joita yritykseltä vaaditaan asiakkaan odottaman arvon tuottamiseksi. Lapin joulucharter-matkailupaketin palvelumoduuleihin kuuluu lentojen lisäksi erilaisia aktiviteetteja kuten poro- tai huskyajelu sekä Lapin kaste. Tärkein yksittäinen tapahtuma on joulupukin tapaaminen, jonka ympärille matkanjärjestäjät usein rakentavat koko joulucharter-tuotteen. Lumi ja lumileikit ovat varsinkin britannialaisille lapsille suuri elämys. Palvelujärjestelmään kuuluvat esimerkiksi matkailualue ja Lapin imago.



Kuvio 1. Esimerkki Lapin joulucharter-tuotteen palvelupaketista

1.3 Elinkaarimallit ja niiden aiempi tutkimus

Elinkaarimallien juuret ovat ekologiassa ja diffuusioteoriassa (Polli & Cook 1969, Kauppila 1995, 13). 1950-luvulla esitelty tuotteen elinkaarimalli on yksi lainatuimmista ja tunnetuimmista markkinoinnin teoreettisista malleista (Mercer 1993, 269). Tuotteen elinkaari kuvaa tuotteen markkinoille tulon ja markkinoilta poistumisen välistä aikaa. Elinkaarimallin avulla voidaan kuvata tuotteen myynnin ja kannattavuuden kehitystä tuotteen elinkaaren eri vaiheissa. Matkailututkimuksessa on tutkittu usein matkailualueen elinkaarta, joka on sovellus liiketaloustieteen elinkaarimallista. Siinä myynti on korvattu matkailijamäärällä. (Butler 1980, Kauppila 1995, Berry 2001.) Elinkaarimallia on hyödynnetty myös strategisen johtamisen tutkimuksessa (Low & MacMillin 1988 ja Tse & Elwood 1990, Kauppila 1995, 13 mukaan). Tuotteen elinkaarta voidaan tarkastella asiakkaan tai tuottajan näkökulmasta. Myös tuotteisiin liittyviä materiaalien ja osien elinkaaria voidaan tarkastella (Suomala 2004, 26). *Tässä tutkimuksessa* elinkaarta tarkastellaan alueella tuotetun yhden tuotetyypin näkökulmasta.

Tuotteen elinkaaren tutkimus pyrkii yleensä kuvailemaan eri tuotteiden, tuoteryhmien tai brändien elinkaaria. Polli ja Cook (1969) tekivät jo 60-luvun lopulla laajan tutkimuksen, jossa he tarkastelivat 140 kertakäyttötuotteen elinkaaria ja pyrkivät erottelemaan elinkaarien vaiheita. Suomessakin elinkaaren soveltavia tutkimuksia on tehty muun muassa teknologian alalla. Petri Suomala (2004) analysoi väitöskirjaansa varten tuotteen elinkaaren käsitettä uuden tuotteen kehittämisen kontekstissa. Elinkaarimallia on sovellettu myös yritysten kehityskaaria tutkittaessa (ks. esim. Koskinen 1996).

Matkailututkimuksen piiristä ei ole löytynyt varsinaisia tutkimuksia, jotka keskittyisivät tutkimaan matkailutuotetta yksittäisen tuotteen elinkaaren näkökulmasta. Formica ja Uysal (1996) ovat tosin analysoineet Italiaa matkakohteena vuosien 1760 ja 1994 välisenä aikana tuotteen elinkaaren näkökulmasta. Matkailukohteen elinkaaritutkimukset (ks. esim. Cooper & Jackson 1989; Berry 2001) puolestaan testaavat usein Butlerin (1980) matkailualueen elinkaarimallia. Matkailututkimuksessa matkailutuote nähdään usein nimenomaan matkailualueena. Butlerin (1980) mallin soveltamista on myös kritisoitu (ks. Haywood 1986), sekä toisaalta myös kehitetty eteenpäin. Esimerkiksi Strapp (1988) korvasi mallissa matkailijamäärän matkailijoiden viipymällä ja Toh, Kahn ja Koh (2001) esittävät, että matkailijamäärän voisi korvata myös valtion matkustustaseella. Keller (1987) tutki matkailun kehittämisen hallintaa aluetasolla ja Williams (1993) aluetalouden rakennemuutoksia Mallorcalla. Suomessa matkailualueen elinkaarimallia on soveltanut Pekka Kauppila (1995) Kuusamon Rukaan sekä myöhemmin (Kauppila 2004) Pohjois-Suomen neljään suureen matkailukeskukseen: Leviin, Rukaan, Saariselkään ja Ylläseen.

1.4. Tässä elinkaaritutkimuksessa sovellettava malli

Buhalis (2000) tarkastelee matkailualueen elinkaarta viiden vaiheen kautta, jotka ovat esittelyvaihe, kasvuvaihe, kypsyysvaihe, saturaatiovaihe sekä laskuvaihe. Buhalis kuvaa elinkaaren eri vaiheisiin liittyvät matkailukohteen ominaispiirteet sekä alueen taloudelliset, sosiaaliset ja ympäristövaikutukset. Hän erottaa myös matkailualueen kysyntä- ja tarjontakäyrät. (Buhalis 2000, 105.) Myös Kauppila on tehnyt matkailukeskuksen elinkaaresta Butlerin matkailualueen elinkaaren kuutta vaihetta hyödyntävän taulukon matkailijoissa ja kohdealueella tapahtuvista muutoksista. (Kauppila 1995, 53.) Butlerin (1980) ja Buhaloksen (2000) elinkaaren vaiheista käyttämät nimet poikkeavat toisistaan.

Kauppilan (2004, 101) mukaan Buhalis nimeää elinkaaren kehitysvaiheet lähinnä tarjontanäkökulmasta. Nämä aiheuttavat hänen mielestään tulkintavaikeuksia sovellettaessa taloudellisia ja sosiaalisia vaikutuksia alkuperäiseen elinkaareen. Lisäksi Kauppila tulkitsee, että Buhaloksen stagnaatiovaihe on koko matkailusyklin stagnaatiovaihe, johon sisältyy uusi kasvu. Kauppila (1995, 52) korostaa, että muutokset elinkaarella eivät ole niin jyrkkiä, kuin elinkaarimalli antaa ymmärtää. Muutokset tapahtuvat asteittain, eivätkä kaikki muutokset ilmene kaikissa matkailukohteissa välttämättä lainkaan tai ne vaihtelevat kohteesta toiseen. Elinkaarimalli ei aina edes ole S-muotoinen käyrä.

Tässä tutkimuksessa Lapin joulucharter-tuotetta tarkastellaan tuotteen elinkaarimallin näkökulmasta, soveltaen siihen matkailualueen elinkaarimallia. Lapin joulucharter-tuotteessa on kysymys matkailutuotepaketista, joka koostuu useista eri tekijöistä kuten lennoista ja ohjelmalveluista. Vaikka tuote on paikkaan, Lappiin sidottu, ei tarkastelun kohteena ole alue vaan tuotepaketti. Tuotteesta on tarjolla monia eri matkanjärjestäjien tuottamia versioita.

Usein kirjallisuudessa mainitaan nelivaiheinen tuotteen elinkaarimalli, jossa esittelyvaihetta seuraavat kasvu-, kypsyys- ja laskuvaihe (ks. esimerkiksi Gonçalves & Aguas 1997, 13; Kotler 2000, 304). Tuotteen elinkaareen lisätään joskus tuotekehitysvaihe ennen tuotteen esittelyä markkinoille (ks. esimerkiksi Kotler, Bowen & Makens 1999, 304–306). Tuotekehittelyn tekee yleensä yritys, joka aikoo esitellä tuotteen markkinoille. Tuotekehitysvaiheen huomioiminen tässä tutkimuksessa on erittäin tärkeää, sillä tutkimuksen kohteena oleva joulucharter-tuote ideoitiin matkailukohteen ulkopuolelta jakelutiessä, mikä on tuotekehittelyn kannalta harvinaista. Toisaalta matkailutoimialalla monet tuoteinnovaatiot syntyvät jopa matkailualan ulkopuolella.

Matkailualan kirjallisuudessa kuvataan myös elinkaarimalleja, joissa esittelyvaihetta seuraavat kasvu-, kypsyys-, saturaatio- ja laskuvaihe (ks. Holloway & Robinson 2000, 79, Seaton & Bennett 1996, 123). Myös tässä tutkimuksessa käytetään

kypsyys- ja laskuvaiheen välissä saturaatiovaihetta Buhaliksen (2000) tapaan. Tämä jako helpottaa myös Butlerin matkailualueen elinkaarimallin (1980) vaiheiden ominaispiirteiden hyödyntämistä muun muassa matkailijatyypologioiden ja paikallisyhteisön matkailuun suhtautumisen osalta, vaikka Kauppila (2004) pitääkin eri termien käyttämistä osittain harhaanjohtavana. Elinkaarimallia tulkittaessa tulisi kuitenkin tiedostaa, että mallin vaiheiden rajat ovat häilyviä ja eri vaiheet voivat esiintyä osittain samanaikaisesti. Samassakin elinkaaren vaiheessa voi esiintyä eri vaiheille tyypillisiä ominaispiirteitä.

Tässä tutkimuksessa sovellettavaan elinkaarimalliin valitut vaiheet ovat tuotekehitysvaihe, esittelyvaihe, kasvuvaihe, kypsyysvaihe, saturaatiovaihe sekä laskuvaihe tai uusi kasvu. Tätä karkeaa jaottelua voidaan kritisoida sekä matkailumaantieteen että markkinoinnin edustajien keskuudessa, koska matkailualueen elinkaarta ja tuotteen elinkaarimalleja yhdistetään ja käytetään tuotteen elinkaarimallin termejä elinkaarien vaiheiden kuvaamisessa. Näin saadaan kuitenkin luotua kokonaiskuva Lapin joulucharter-tuotteen elinkaaren vaiheista. Lisäksi Lapin joulucharter-tuote ja Lappi alueena liittyvät hyvin selvästi toisiinsa. Matkailualueen elinkaarimalli antaa uusia näkökulmia perinteisen markkinoinnin alalla tunnetun tuotteen elinkaarimallin soveltamiseen, kun tuotteeseen liittyy selkeästi joku maantieteellinen alue, kuten usein matkailutuotteiden kohdalla. Tässä tutkimuksessa oletus on, että tuote ei ole käynyt vielä läpi kaikkia vaiheitaan.

Kuviossa 2 hahmotellaan elinkaaren ja kohdealueeseen liittyvien tekijöiden välistä suhdetta sekä itse tuotetta, matkailijoita ja kilpailua. Kuviossa elinkaaren vaiheet on valittu edellä esitellyn tutkimuskirjallisuuden ja erityisesti Buhaliksen (2000) tekemän jaottelun mukaan. Vaiheiden sisällöissä on hyödynnetty esimerkiksi Buhaliksen (2000), Kauppilan (1995), Butlerin (1980) ja Kotlerin ym. (1999) kuvaamia eri elinkaaren vaiheiden erikoispiirteitä. Kuviossa on hyödynnetty Cohenin (1972) ja Plogin (1974, 2001) matkailijatyypologioita sekä Thurot'n (1973, Pearce 1995 mukaan) mallia matkailijoiden tulotasosta. Myös Strappin (1988) matkailijoiden viipymä ja Rogersin (1995) innovaation omaksujaryhmät on otettu mukaan tarkasteluun.

Plogin (1974) mukaan matkailijat ovat alussa allosentrikkoja, jonka jälkeen alueelle saapuvat midsentrikot ja viimeisenä psykosentrikot. Uudemmassa jaotteluunsa allosentrikkoja vastaavat riskinottajat, midsentrikkoja keskittien kulkijat ja psykosentrikkoja varmistajat (Plog 2001). Cohenin (1972) matkailijatyypittelyn mukaan alussa alueella vierailevat etsijät tai kulkurit, jonka jälkeen saapuvat individualistiset massamatkailijat ja vasta heidän jälkeensä alueelle saapuvat myös organisoidut massamatkailijat. Matkailijatyypologioiden ja innovaation omaksujaryhmien suhteelliset osuudet väestöstä (ks. Rogers 1995) ovat lähes yhtenevät.

Matkailijat voidaan luokitella myös tuloluokan mukaan (Thurot 1973, Pearce 1995 mukaan). Matkailukohde houkuttelee alussa hyvätuloisia matkailijoita, jotka

kuuluvat ylempään tuloluokkaan. Seuraavaksi alueelle saapuu ylempi keskiluokka ja heidän jälkeensä keskiluokka. Myöhemmin alueelle matkustavat erityisesti masamatkailijat.

Elinkaaren kuvaamisessa käytetään sekä kvantitatiivisia että kvalitatiivisia mittareita. Tässä tutkimuksessa yksi tärkeimmistä yksittäisistä mittareista elinkaaren kuvauksessa on matkailijamäärästä kertovat tilastot, jotka kertovat matkailijamäärien kehityksen vuosien varrella ja mahdollistavat myös kasvuasteen tarkkailun. Haastattelujen ja dokumenttien avulla on käsitelty muita kuviossa 2 esiteltyjä tekijöitä. Strappin (1988) mukaan matkailijamäärä voidaan myös korvata matkailijoiden viiptymällä. Matkailijoiden viiptymä on elinkaari-teorian mukaan alussa suuri, mutta kun alueelle pääsy helpottuu, viiptymä lyhenee elinkaaren seuraavissa vaiheissa. Matkailijamäärän kasvaessa matkailu muuttuu säännöllisemmäksi, mutta laskuvaiheessa matkailijat ovat pääosin päivä- tai viikonloppumatkailijoita (Butler 1980).

Elinkaaren alkuvaiheessa tuotteen hinta on yleensä korkea, mutta laskee vähitellen, kun tarjonta lisääntyy. Hintakilpailua esiintyy yleensä tuotteen elinkaaren kypsyysvaiheessa. Alussa tarjottava tuote on perustuote, mutta myöhemmin sitä parannellaan. Yleensä saturaatiovaiheessa tuotteen laatu huononee tai tuote voi turmeltua täysin. Esittelyvaiheessa tuotteella ei ole vielä paljon kilpailijoita, mutta kasvuvaiheessa niitä tulee lisää. Kypsyysvaiheessa kilpailijamäärä on suuri, mutta hintakilpailu alkaa vähitellen karsia heikompia pois markkinoilta. Laskuvaiheessa kilpailu vähenee selkeästi. (Kotler ym. 1999.) Kilpailijamäärät kertovat tuotteen kiinnostavuudesta markkinoilla. Kun muut huomaavat, että tuote myy, houkuttelee se lisää kilpailijoita markkinoille.

	Tuotekehitys	Esittely	Kasvu	Kypsyys	Saturaatio	Lasku tai uusi kasvu
MATKAILIJAT						
Matkailijamäärä		Muutamia	Paljon	Liian paljon	Paljon	Paljon
Kasvuaste		Hidas	Nopea kasvu	Nopea kasvu	Hidas kasvu	Laskevat
Matkailijatyytit (Plog 1974, 2001)		Allosentrikot/ riskinottajat		Midsentrikot/ keskitien kulkijat	Psykosentrikot/Varmistajat	
Matkailijatyytit (Cohen 1972)		Kulkurit, etsijät		Ind. massamatkailijat	Org. massamatkailu	
Innovaation omaksijat (Rogers 1995)		Innovaattorit	Aikaiset hyväksyjät	Aikainen enemmistö	Myöhäinen enemmistö	Vitkastelijat
Matkailijan tuloluokka (Thurot 1973, Pearcen 1995 mukaan)		Ylempi tuloluokka	Ylempi keski- luokka	Keskiluokka ----- Massamatkailijat		
Viihymä (Strapp 1988)		Suuri----- Pieni				Lyhenee
TUOTE						
Tuote		Perus	Paranneltu	Hyvä	Turmeltu, huononee	Turmeltunut
Hinta		Korkea	Korkea	Matalampi	Alhainen	Alle kustannusten
KILPAILU						
Kilpailijamäärä		Vähän	Kasvussa	Vakiintunut määrä, tai määrä vähenee		Vähenee
KOHDEALUE JA MATKAILU						
Vetovoimatekijät		Alkuperäiset----- Keinotekoiset				Vanhentuneet
Ympäristö/ infrastruktuuri		Luonnollinen ----- Rakennettu				Käytetty, kulunut, vajaa käyttö
Matkailun luonne		Epäsäännöllinen ----- Säännöllinen kohdematkailu				Viikonloppumatkailu, päivä- matkailu
Investoinnit		Alhaiset	Erittäin korkeat	Erittäin korkeat	Alhaiset	Erittäin alhaiset
Paikallisten ja matkailijoiden välinen suhde (Doxey 1975, Järviluoma 1993 mukaan)		Myönteisyys	Apatia	Ärtymys	Antagonismi	Loppu

Kuvio 2. Matkailijoihin, kilpailuun, tuotteeseen ja kohdealueen matkailuun liittyvät muutokset matkailutuotteen elinkaaren eri vaiheissa (Buhalis 2000, mukaillen).

Alussa kohdetta voidaan yleensä pitää alkuperäisenä, koska matkailu ei ole vielä muuttanut luontaisia vetovoimatekijöitä. Matkailijamäärän lisääntyessä ja matkailuelinkeinon kasvaessa alkuperäisiä vetovoimatekijöitä aletaan korvata uusilla ja keinotekoisilla. (Butler 1980) Plogin (2001, 20) mukaan osa matkailijoista haluaa kotoisia elementtejä matkalleen. Vähitellen kohde pyrkii tarjoamaan kaikkea, mitä kustakin maasta tulevat matkailijat kohteelta toivovat ja kohde menettää alkuperäiset ominaispiirteensä massamatkailun jaloissa. Matkailu muuttuu vähitellen epäsäännöllisestä matkailusta säännölliseksi matkailuksi.

Alussa kohdealueen elinkeinot ovat paikallisten toimijoiden hallinnassa, mutta matkailun lisääntyessä investoivat ulkomaiset toimijat matkailuun. Kehitysvaiheessa esimerkiksi alueen lentoasemia ja hotelleja kehitetään kansainväliseen matkailuun sopiviksi. Vakiintumisvaiheessa kotimaiset yritykset investoivat edelleen matkailuun, mutta ulkomaalaiset alkavat siirtyä uusiin ja yleensä kehitysvaiheessa oleviin matkailukohteisiin. Kotimaisten yritysten investoinnit ovat huipussaan stagnaatiovaiheessa, mutta silti alueen ulkoinen hallinta on maksimissaan. Taantumisvaiheessa kumpikaan sektori ei ole kiinnostunut alueen matkailun kehittämisestä, minkä seurauksena alue alkaa kärsiä työttömyydestä ja muuttotappiosta. (Williams 1993.) Buhaliksken (2000, 105) mukaan investoinnit ovat esittelyvaiheessa vähäisiä, mutta kasvu- ja kypsyysvaiheessa suuria. Saturaatiovaiheessa investoinnit laskevat ja elinkaaren laskuun tultaessa matkailualue ei kiinnosta investoijia.

Doxeyn (1975, Järviluoma 1993 mukaan) mukaan paikallisten suhtautuminen matkailuun on alussa myönteistä, sillä matkailun koetaan hyödyntävän paikallistaloutta. Vähitellen suhtautuminen muuttuu apatian kautta ärtymiseksi.

1.5 Miten elinkaaren vaiheet määritettiin?

Lapin joulucharter-tuotteesta on markkinoilla lukuisia eri versioita, mikä aiheuttaa jonkun verran tulkinnallisia ongelmia elinkaaren vaiheita määriteltäessä: vaihtelua esiintyy matkan keston suhteen ja toiseksi tuotteen sisältö vaihtelee eri matkanjärjestäjien välillä. Lapin joulucharter-tuote ei myöskään ole vielä käynyt elinkaarensa kaikkia vaiheita läpi, mikä muun muassa Berryn (2001) kritiikin mukaan estää eräiden laskennallisten mallien käytön tiedon puutteellisuuden vuoksi. Tässä esitetty tulkinta elinkaaren vaiheiden kestosta ei siis välttämättä ole ainoa oikea tai ainoa mahdollinen.

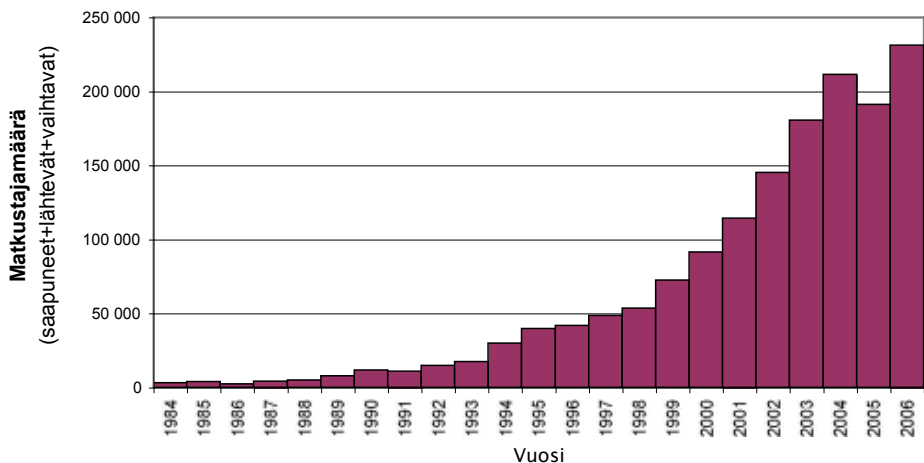
Elinkaaren kuvaamiseksi testattiin Haywoodin (1986) esittämää mallia, jonka avulla olisi mahdollista laskea matkailualueen elinkaaren vaiheet matkailijamäärän vuosittaisen prosentuaalisen muutoksen avulla. Haywoodin malli perustuu Pollin ja Cookin vuoden 1969 artikkeliin, jossa he määrittelevät tuotteen elinkaaren vaiheet

vuosittaisen myynnin prosentuaalisen muutoksen avulla. Tämän mallin mukaan joulucharter-tuotteen esittelyvaihe kestäisi vuoden 1989 loppuun ja vuodesta 1990 siirtyttäisiin kasvuvaiheeseen. Laskelmat kuitenkin osoittavat, että tarkasteluvälillä on vaikutusta hajontalukuihin ja sitä kautta mallin mukaisten elinkaaren vaiheiden laskeamiseen. Jos mukaan otetaan vuodet 1984–2006, joka on tutkimuksen tarkasteluväli, kasvuvaihe on edelleen menossa vuonna 2006. Jos tarkastelu aloitetaan vuodesta 1983, ollaan edelleen kasvuvaiheessa, mutta keskihajonta on noussut merkittävästi ja luvut lähenevät kypsyysvaiheen lukuja. Jos tarkasteluväli aloitetaan jo vuodesta 1975, olisi tuote jo kypsyysvaiheessa. Vuonna 1975 joulumatkailu ei kuitenkaan vielä ollut merkittävää, varsinkaan kun tässä tutkimuksessa ei oteta huomioon jouluteemaa hyödyntäviä incentive-matkoja. Näiden esimerkkien perusteella havaitaan, että malli on varsin herkkä ja riippuvainen tarkasteluvälistä. Todenmukaisemman kuvan kehityksestä saisi, jos käytettävissä olisi kuukausikohtaiset lentotilastot jo vuodesta 1984 tai 1983 lähtien.

Haywoodin soveltama malli antaa viitteitä elinkaaren kehityksestä, mutta ei ole välttämättä luotettava. Esimerkiksi Berry (2001) mainitsee, että laskentamalli vaatii koko elinkaaren aikaisen datan olemassa oloa. Tarkastelun kohteena ovat vain määrälliset mittarit, eli matkailijamäärien kasvuasteiden muutokset. Tärkeämpää on kuitenkin tarkastella mallin yhteydessä laskettuja elinkaaren eri vaiheisiin liittyviä kasvuasteen muutoksia. Tässä tutkimuksessa matkailijamäärän kehitys on merkittävä tekijä tarkasteltaessa elinkaaren vaiheita, mutta myös haastattelut ja dokumenttiaineistot antavat tärkeitä viitteitä elinkaaren kehityssuunnista. Tulosten tarkastelussa onkin elinkaaren vaiheiden erottelussa käytetty hyväksi kuvion 2 mukaisia vaiheita ja niiden ominaispiirteitä. Elinkaaren vaiheiden kuvauksen tulkinta perustuu määrällisten mittareiden (esim. matkailijamäärä, hinta ja viipymä) lisäksi myös haastatteluaineistoon perustuviin laadullisiin mittareihin.

Matkailijamäärät Lappiin ovat vuodesta 1984 kasvaneet moninkertaisiksi. Kuvio 3 (sivu 20) esittää Lapin kansainvälisen tilausliikenteen matkustajat vuositasona vuosien 1984 ja 2006 välisenä aikana. Finavia laskee matkustajat tilastoihinsa aina saapuvina, lähtevinä ja vaihtavina, joten todellinen saapuvien matkustajien määrä on tilastoja noin puolet pienempi, mikä kannattaa huomioida kuviota tarkasteltaessa. Kuvio antaa kuitenkin kuvan matkustajamäärien kehityksestä.

Tilastot sallivat kuukausitason käsittelyn vasta vuodesta 1996 ja saapuneiden matkustajien tarkastelun lähtömaan mukaan vasta vuodesta 1998 alkaen. Kuviosta näkyy, että hitaan kasvun kauden jälkeen vuoden 1996 tienoilla tai hieman sen jälkeen alkaa voimakas kasvu matkailijamäärissä. Vuonna 2005 matkustajamäärät laskevat hieman edellisestä vuodesta, mutta vuonna 2006 matkustajamäärät kasvoivat jälleen.



Kuvio 3. Lapin kansainväliset tilausliikenteen matkailijat vuositasolla (Finavia)

1.6 Käytetyt menetelmät

Ensisijaisena tutkimusaineistona tässä tutkimuksessa ovat haastattelut, joita täydennetään tilastoilla, lehtiartikkeleilla ja muilla dokumenteilla, kuten Matkailun edistämiskeskuksen ja britannialaisten matkatoimistojen esitteillä.

Käytössämme on ollut Finavialta eli Ilmailulaitokselta saamamme *lentoliikennetilastot* vuosilta 1984 - 2006, joista ilmenevät Lapin tilausliikenteen kansainväliset matkustajat. Elinkaaren vaiheiden määrittämiseksi laskelmia varten on hyödynnetty myös lentotilastoja vuosilta 1975–1983. Vuotta 1996 vanhemmat tilastot ovat vuositasolla ja sitä uudemmat mahdollistavat myös kuukausitason tarkastelun, mutta vasta vuodesta 1998 alkaen myös matkustajan lähtömaan mukaan. Rovaniemelle laskeutuneiden British Airwaysin Concorde-lentojen määrät on saatu Jussi Sorron (henkilökohtainen tiedonanto 31.1.2006 ja 29.1.2007) henkilökohtaisesti keräämistä tilastoista. Tilastot on kerätty Finnairin liikenneselvitystilastojen pohjalta, mutta alkuperäisiä tilastoja ei ollut käytettävissä. Sorro työskentelee tätä kirjoitettaessa Rovaniemen lentoasemalla North Ground Handling Oy:ssa. Jussi Sorro on toiminut Rovaniemen lentoasemalla liikennevirkailejana sekä vuodesta 1992 alkaen Deputy Station Managerina, toimien samalla yhteyshenkilönä British Airwaysin ja Air Francen suuntaan. Concorde-lentojen määriä on tarkastettu myös Colin Mitchelliltä (henkilökohtainen tiedonanto 5.8.2006 ja 29.1.2007). British Airwaysin Concorde-tilastoja emme saaneet pyynnöstä huolimatta British Airwaysin museosta Lontoosta.

Aineistoon kuuluu myös *lehtiartikkeleita*. Sanna Hakulinen tutki Lapin Kansan arkistoja vuosien 1983–2005 väliseltä ajalta ja otti talteen kaikki tutkimukselle relevantit artikkelit. Lapin Kansan lisäksi hän on tutkinut Helsingin Sanomien ja Kauppalehden digitaalisessa muodossa olevia artikkeleita Concorde-lennoista ja charterlennoista vuosilta 1995 – 2005. Lisäksi on tutkittu Kauppalehden ja Lapin Kansan artikkeleita syksyltä 2006. Matkailun edistämiskeskuksen arkistoista on saatu myös joitakin Isossa-Britanniassa julkaistuja lehtiartikkeleita, jotka käsittelevät Isosta-Britanniasta Suomeen suuntautuneita joulucharter- tai Concorde-lentoja. Haastattelujen yhteydessä saatiin myös matkanjärjestäjien esitteitä ja MEKin esitteitä.

Lehtiartikkeleista haettiin tietoa tapahtumien kulusta sekä tietoa eri teemoihin liittyen. Tulosten esittelyssä käytetään pääasiallisesti haastatteluja, mutta ilmoitetaan lähdeviittein ne lehtiartikkelit, jotka on valittu mukaan tapahtumien kulkua kuvaamaan. Lehtiartikkelit antoivat mahdollisuuden täydentää tapahtumien kulussa olleita aukkoja, mutta antoivat myös uutta tietoa, joita haastatteluissa ei tullut esille. Näin lehtiartikkelit tukevat ja täydentävät haastatteluita. Tietoa hinnoista tai matkanjärjestäjistä saatiin yhteensä 45 artikkelista, jotka on poimittu MEKin arkistoista, mutta tietoja matkanjärjestäjistä ja hinnoista on kerätty lähinnä vuosilta 1985–1986 sekä vuosilta 2004–2005. Yksittäisiä artikkeleita on mukana vuosilta 1988–1991 sekä vuodelta 1997.

Kirjaa varten haastatteluja tehtiin neljässä jaksossa. Ensimmäiset haastattelut teki Raija Komppula kevään 2005 aikana:

- Vesa Melamies ja Matti Boxberg, molemmat ovat toimineet Lapin Matkailun toimitusjohtajina. Haastattelu 11.3.2005.
- Colin Mitchell, Goodwood Travel -matkatoimiston omistaja. Yritys toimi vuosina 1981–2003. Haastattelu 24.5.2005.
- Tarja Feinberg, Area. Colin Mitchellin suomalainen yhteistyökumppani. Haastattelu 13.9.2005.

Haastateltavien valinnassa on käytetty ns. lumipallo-otantaa. Tässä aineistonkokoamisen menetelmässä alkutilanteessa tiedetään muutamia avainhenkilöitä, jotka johdattavat tutkijan muiden potentiaalisten tutkittavien pariin (Tuomi & Sarajärvi 2002, 88).

Toisen vaiheen haastattelut tutkijat tekivät Helsingissä ja Rovaniemellä tamm- ja helmikuussa 2006 viikoilla 3 ja 6. Haastatteluihin osallistuivat kaikki tutkijat (Sanna Hakulinen, Raija Komppula ja Saira Saraniemi).

- Boris Taimitarha, Matkailun edistämiskeskuksen Lontoon toimiston entinen johtaja sekä Pekka Laukala, Matkailun edistämiskeskuksen entinen hallintojohtaja, 18.1.2006, Helsinki.

- Seppo Sirén, Lapin Safareiden entinen omistaja sekä Kaisa Sirén, Lapin Safareiden entinen työntekijä, 8.2.2006, Rovaniemi.
- Jaakko Alakulppi, Rovaniemen entinen lennonjohdon päällikkö, nykyinen ilmailuhistorian harrastaja, 9.2.2006, Rovaniemi.

Seuraavat haastattelut tehtiin Lontoossa viikolla 16. Lontoossa tehdyt haastattelut keskittyivät britannialaisten matkatoimistojen ja Suomen Matkailun edistämiskeskuksen Lontoon toimiston edustajien käsitykseen Lapin joulucharter-tuotteesta. Lontoossa haastattelijoina olivat Saira Saraniemi ja Sanna Hakulinen:

- Anne Lind, Matkailun edistämiskeskuksen Lontoon toimiston toimistopäällikkö (2005 alkaen, sitä ennen Lontoon toimistossa vuosina 1993–1998) sekä Riitta Balza, Matkailun edistämiskeskuksen Lontoon toimiston tuotepäällikkö (vuodesta 1979 alkaen). 18.4.2006, Lontoo.
- Steve Mitchell, Finnairin UK/ Ireland entinen myynti- ja markkinointijohtaja sekä nykyisen Emagine- matkatoimiston omistaja. 18.4.2006, Lontoo.
- Smita Thaker, matkatoimisto Canterbury Travelin johtaja. 20.4.2006, Lontoo.

Edellä mainituissa haastatteluissa kysyttiin ensin haastateltavien näkemystä joulucharter-tuotteen kehityksestä. Heidän odotettiin vapaasti kertovan, miten asiat ovat edenneet ja mitä on tapahtunut vuosien mittaan tuotteen elinkaarella, sekä roolistaan tapahtumissa. Haastatteluissa kiinnitettiin huomiota seuraaviin teemoihin: *kilpailijat ja kilpailijoiden tulo markkinoille* (uudet matkanjärjestäjät), *kohdealue ja matkailu* (paikallisyönteön suhtautuminen, infrastruktuurin kehitys), *tuotteen kehitys, asiakkaat sekä matkailijamäärän ja matkailijatyypin kehitys*. Haastatelluilta kysyttiin myös lopuksi, miten he näkevät Concorde-lentojen merkityksen joulucharter-tuotteen elinkaaren kehittymisen kannalta ja yleisestikin Concorde-lentojen merkityksen Suomen ja Lapin matkailulle.

Keväällä 2007 Sanna Hakulinen teki lisäksi yhden puhelinhaastattelun sekä kaksi haastattelua Rovaniemellä. Kevään 2007 haastatteluissa keskityttiin tuotteen kasvuvaiheen ja nykytilan selvittämiseen.

- Arto Kanerva, Levin Safarit, yrittäjä. 13.3.2007, puhelinhaastattelu.
- Jyrki Niva, Lapin Safarit, toimitusjohtaja. 14.3.2007, Rovaniemi.
- Juhani Tulppo, Eräsetti, toimitusjohtaja. 15.3.2007, Rovaniemi

Haastattelujen kesto vaihteli 40 minuutista 3,5 tuntiin. Lisäksi osa haastateltavista oli varannut esitteitä tai muuta tutkimuksen kannalta kiinnostavaa materiaalia luettavaksi. Kaikki haastattelut antoivat luvan nauhoitukseen. Nauhat litteroitiin sanantarkasti. Pro gradu – tutkimuksen aikana tapahtumien kulkua tarkistettiin haastatelluilta useain kertaan (lähdeluettelossa haastateltujen henkilökohtaiset tiedon-

annot). Tässä yhteydessä saatiin vielä lisätietoja ja tarkennuksia. Käsikirjoituksen luki ja kommentoi myös kaksi lappilaista alan toimijaa, joita ei ollut haastateltu.

Liitteessä 1 on lueteltu matkanjärjestäjiä Isossa-Britanniassa. Tiedot on kerätty Matkailun edistämiskeskuksen esitteiden ja tiedotteiden, artikkeleiden ja haastatteluiden perusteella. Markkinoilla on voinut olla muitakin matkanjärjestäjiä, jotka eivät ilmenneet lähteistä, mutta luettelo on suuntaa antava. Liitteessä 2 on hintaver-tailua britannialaisten matkatoimistojen tarjoamien matkojen hinnoista.

2 MISTÄ JOULUMATKAILU ALKOI: TUOTEKEHITTELYÄ VUOTEEN 1984

Rovaniemen matkailun internet-sivujen mukaan joulupukkiperinne lienee peräisin Turkin alueella vaikuttaneesta piispa Nikolauksesta. Nykyinen läntisessä kulttuurissa kuvattu joulupukin hahmo syntyi ilmeisesti vuonna 1823 Yhdysvalloissa Clement Clarke Moore'n runon ja Thomas Nast'in piirroksen myötä. Suomalaiset lapset ovat jo 1920-luvulta lähtien uskoneet, että joulupukki asuu Suomen Lapissa. Radiotoimittaja Markus Rautio kertoi Lastentunti -radio-ohjelmassaan, että joulupukki asuu Korvatunturilla. Kun uskomus joulupukin Lapin kotipaikasta alkoi levitä, yhä useammat lapset alkoivat kirjoittaa joulupukille Lappiin. Aluksi 1950-luvulla kirjeisiin vastasivat metsätöissä olleet työmiehet. Järjestelmällisesti joulupukin kirjeisiin alettiin vastata Matkailun edistämiskeskuksen toimesta 1970-luvulla. Vuonna 2004 kirjeitä saapui jo noin puoli miljoonaa 191 eri maasta. (Rovaniemen Matkailu 2005)

Esimerkki: Kirjeet joulupukille

Joulupukki sai Joulupukin Pääpostiin 550 000 kirjettä ympäri maailman vuonna 2005. Eniten kirjeitä joulupukki sai Isosta-Britanniasta, Italiasta ja Puolasta. Neljänneksi eniten kirjeitä tuli suomalaisilta lapsilta. Kirjeiden joukossa on paljon lahjalistoja, mutta osassa ilmaistaan huoli vanhemmista tai kerrotaan lasten kokemasta yksinäisyydestä. (Vehmas 2006.) Riitta Mattila Joulupukin Pääpostista Rovaniemeltä kertoo, että Tsunamin jälkeen joulupukille tuli kirjevyöry Thaimaasta. Kirjeissä kerrottiin kokemuksia selviytymisestä ja toisaalta toivottiin jaksamista. (Melamies 2006.)

Yksi mieleen jäänyt kirje Joulupukin Pääpostissa työskenteleville on 10-vuotiaan pojan lähettämä työhakemus Etelä-Suomesta (Vehmas 2006/Lapin Kansa):

"Kirje oli täydellinen työhakemus. Poika kirjoitti kirjakielellä ja kertoi reippaasti taidoistaan ja tiedoistaan ja pyysi päästä joulupukille töihin tontuksi. Kirje oli niin hellyttävä, että pojalle vastattiin oitis, että kunhan hän kasvaa vähän isommaksi, niin tervetuloa!"

(Lähteet: Melamies, STT 2006/ Karjalainen; Vehmas 2006/ Lapin Kansa



Joulupukki lasten kanssa. Kuva: MEKin kuvapankki

Matkailu alkoi Rovaniemen Napapiirillä kesällä 1950, kun Yhdysvaltojen presidentin puoliso Eleanor Roosevelt vieraili Rovaniemellä. Napapiirille rakennettiin hänen kunniaksensa pieni hirsimökki, josta tuli vuosi vuodelta tunnetumpi matkailijoiden vierailukohde. Nykyään mökki on avoinna museokahvilana. (Rovaniemen Matkailu 2005.) 1970-luvun alussa Niilo Tarvajärvi ajoi myös joulumaahan-ketta, jonka tarkoituksena oli rakentaa joulun elämyspuisto Ounasvaaran lähetyville (Internet 2).

Suomessa oli pienimuotoista joulumatkailua jo 1970-luvulla, jolloin Lapis-sa vieraili pieniä saksalaisryhmiä. Finnairin Ison-Britannian nuori myyntiedustaja Steve Mitchell tutustui ensimmäistä kertaa Suomen Lappiin vuonna 1972. Muutaman päivän pituinen matka jätti häneen pysyvän vaikutuksen. Suomalaisten mielestä joulupukki asui Suomen Lapissa, mutta Isossa-Britanniassa joulupukki yhdistettiin todennäköisemmin Grönlantiin kuin Suomeen tai Lappiin.

Steve Mitchell sai idean tehdä joulupukki ja Lappi tunnetuksi maailmalla 1980-luvun alussa. Tehokkain keino oli hyödyntää mediaa. Vuonna 1981 Isossa-Britanniassa lapsille järjestettiin kirjoituskilpailu Finnairin ja lontoolaisen kaupallisen radioasema Capital Radion yhteistyönä. Idea prinsessa-aiheisesta kirjoituskilpailusta syntyi prinsessa Dianan ja prinssi Charlesin vihkimisvuoden kunniaksi. Kilpailun voittaneet kuusi lasta pääsivät palkintomatalle Lappiin tapaamaan joulupukkia ja samalla lennolla britannialaisten lasten kirjeet kuljetettiin Lappiin. Mitchellin mukaan Suomessa paikalliset ihmiset lähinnä kummastelivat, miksi joku haluaa tuoda

lapsia pimeään Lappiin joulukuussa. Capital Radio uusi kuitenkin menestyneen kilpailunsa seuraavana vuonna ja vastauksia saapui jälleen 50 000 – 60 000. Vuosina 1982 ja 1983 Steve Mitchell esitteli Lappia ja joulupukkia myös Ison-Britannian televisiossa ja sai luotua kuvaa Lapista joulupukin kotimaana. Hän toi myös DC-10 tilauslennon Rovaniemelle toukokuussa 1982 ja järjesteli kustannusosakeyhtiö IPC:n Lontoosta tuomaan yli 300 mainostoimiston edustajaa uuden IPC-lehden lanseeraus-tilaisuuteen Lappiin. Lisäksi Steve Mitchell oli mukana järjestämässä Perkins Enginen isännöimää liikematkaa kesäkuussa Helsinkiin, josta hän toi asiakkaat myös päiväksi Lappiin. Mitchellin mukaan hän liitti molempiin matkoihin joulupukin. (Steve Mitchell, henkilökohtainen tiedonanto 13.10.2006.)

Joulumatkailu Lappiin oli ennen 1980-lukua vielä hyvin pienimuotoista, eikä Lapin matkailun tilaa ollut kunnolla määritelty. Tätä kuvaa hyvin Lapin Kansan leh-tiartikkeli (17.2.1984), jossa lainataan Suomen Matkailun edistämiskeskuksen silloisen johtaja Bengt Pihlströmin esittämiä ajatuksia Lapin matkailun tilasta. Pihlströmin mukaan tuolloin matkailussa ei ollut valmista tuotetta ja pohjoiselta puuttui kokoaan oma imagonsa. ”Ehkäpä sitten joulupukista saataisiin tähän asiaan ratkaisu”, oli Pihlströmin silloinen kommentti, mutta uskoiko hän itseään joulupukin voimaan matkailun tulevassa kehityksessä? Ilmeisesti uskoa oli tai uskoa saatiin jostakin, sillä Lapin Kansan artikkelissa (Torkko 1984) maaherra Asko Oinaan ja Matkailun edis-tämiskeskuksen Bengt Pihlströmin keväällä 1984 asettaman joulupukkityöryhmän kerrottiin kokoontuneen vuoden mittaan ahkerasti.

Canterbury Travelsin omistajan Adrian Collinsin kerrotaan tuoneen 35 hen-gen ryhmä reittikoneella Suomen Lappiin vuonna 1983 (Autio 2001, 13; Tuomilaak-so 2001, s.10; Alakulppi 2003). Collins järjesti samanlaisen matkan myös seuraavana vuonna. Collinsin mukaan vuonna 1985 tai 1986 hän oli Helsingissä järjestämässä kansainvälistä seminaaria ja sai idean päättää tilaisuus tavanomaisesta poikkeavas-ti. Hän lennätti osallistujat Napapiirille, jossa he saivat läksiäislahjan joulupukilta. Huomatessaan kuinka paljon aikuiset ilahtuivat joulupukilta saamistaan lahjoista, Collins ajatteli, että lapsille kokemus voisi olla vieläkin suurempi elämys. (Pihlaja 2005; Adrian Collins, henkilökohtainen tiedonanto 31.7.2006).

Useimpien haastateltujen mielestä kuitenkin britannialaisen Goodwood Travel –matkatoimiston vuonna 1984 järjestämä Concorde-lento Rovaniemelle oli käännteentekevä joulumatkailun kannalta. Normaalisti tällä jopa kaksi kertaa äänen-nopeudella lentävällä koneella lennettiin maanantaista perjantaihin liikemieslentoja Lontoon ja New Yorkin välillä. Ensimmäistä Concorde-lentoa seurasi valtava median kiinnostus, jonka useat suomalaiset haastatellut mainitsevat käänteen tekeväk-si Lapin joulucharter-tuotteen sekä koko Lapin ja Suomen matkailun kehityksessä. Britannialaisten näkökulmasta Concorde oli toki kansallinen ylpeydenaihe, jolla ei kuitenkaan ollut mitään tekemistä joulun kanssa. Kaikki Suomen Matkailun edis-

tämiskeskuksen edustajat paikallisten toimijoiden lisäksi pitävät Concordea joulumatkojen kaupallisena aloittajana, juuri Concorden aiheuttaman julkisuuden vuoksi. ”Ja jos aatellaan ihan vielä, et se ois ollut kone X, mikä tahansa kone, niin se ei ois saanut sitä julkisuutta ja sitä potkua siihen, mitä se sai, kun se oli Concorde”.

Tuotekehitysvaihe elinkaariteorian valossa vuoteen 1984 saakka:

Seatonin ja Bennettin (1996) mukaan menestyvän tuotteen takana on yleensä hyvä tuotekehitysvaihe. Tuotekehitysvaiheelle on ominaista, että myyntiä ei vielä ole ja investoinnista aiheutuu yritykselle kustannuksia. Lapin joulucharter-tuotteen kehittäminen on lähtenyt liikkeelle jo aiemmista ideoista hyödyntäen joulupukkia matkailussa, vaikkakin monet haastattelut pitivät Goodwood Travelin Concorde-lentoa vuonna 1984 Lapin joulumatkailutuotteen varsinaisena käynnistäjänä.

Lapissa on ollut haastattelujen mukaan pienimuotoista joulumatkailua ainakin jo 1970-luvulla. Lisäksi joulun mystiikan olivat havainneet suomalaisten lisäksi ainakin britannialaiset Steve Mitchell ja Adrian Collins. Suomalaisten mielestä Lappi on ollut joulupukin asuinmaa jo aikaisemminkin, mutta ulkomailla joulupukki yhdistettiin usein myös muun muassa Grönlantiin.

Merkittävä piirre Lapin joulucharter-tuotteen kohdalla on se, että tuote tai ainakin tuotteen kaupallistaminen on ideoitu Lapin ulkopuolella. Lappilaisten toimijoiden investoinnit tuotekehitysvaiheessa ovat kohdistuneet lähinnä tuotteen markkinointiin ennen matkailutuotteen lanseerausta.

3 CONCORDET TULEVAT:

ESITTELYVAIHE VUODESTA 1984 1990-LUVUN ALKUUN

Lapin joulucharter-tuotteen esittelyvaiheen voidaan sanoa alkaneen 25.12.1984, jolloin British Airwaysin Concorde lensi ensimmäistä kertaa Rovaniemelle tuoden britannialaisia vapaa-ajan matkailijoita joulunviettoon yhden päivän ajaksi. Myöhemmin Goodwood Travel sai seuraajia muista matkanjärjestäjistä, vaikka esittelyvaiheessa kilpailu oli lähes olematonta ja markkinoilla oli vain muutamia britannialaisia joulumatkanjärjestäjiä. Muillekin toimijoille oli tilaa markkinoilla. Esittelyvaiheessa 1980-luvulla kaikki joulucharter-lennot saapuivat vielä Rovaniemen kentälle.

3.1 Ensimmäinen Concorde-lento Rovaniemelle

Colin Mitchell ja Jan Knott tapasivat ensimmäisen kerran vuonna 1969 ja perustivat Goodwood Travel nimisen matkatoimistonsa vuonna 1981, varsinaisen liiketoiminnan alkaessa seuraavana vuonna. Vuonna 1983 Goodwood Travel teki ensimmäisen yhden päivän matkansa Concordella Nizzaan Monacon Grand Prixiin. Matkan saaman suosion myötä seuraavana vuonna haluttiin edelleen järjestää matka Monacoon, mutta Mitchell ja Knott halusivat lähteä Concordella myös jonnekin muualle. Useat heidän asiakkaistaan olivat iäkkäämpiä ihmisiä, jotka eivät tulleet matkalle moottoriurheilun vaan Concorden takia. Mitchell ja Knott saivat idean tarjota matkoja iäkkäämmille ihmisille joulun aikaan. Britannialaiset viettävät yleensä joulupäivän perheen parissa, mutta Isossa-Britanniassa on myös paljon vanhuksia, jotka joutuvat viettämään joulun yksin. Concorde-lento joulupäivänä tarjoaisi yksinäisille mahdollisuuden viettää joulua kokemalla ainutlaatuinen elämys.

Colin Mitchellin mukaan idea lentää Concordella juuri Rovaniemelle tuli hänen hyvältä ystävältään ja entiseltä työtoveriltaan suomalaiselta Tarja Feinbergiltä, jolle hän kertoi Monacon matkan onnistumisesta. Mitchell ja Knott halusivat lähteä jatkossa myös eksoottisempiin paikkoihin yhdeksi päiväksi. Pubissa istuessaan he piirsivät karttaan ympyrän, josta hahmoteltiin paikkoja, minne voisi tehdä päivämatkan. Feinbergin mietittyä asiaa hetken, hän ehdotti Suomen Lappia. Mitchell epäili ensin, haluaisiko kukaan matkustaa Lappiin, mutta kyseli myöhemmin Feinbergiltä, millainen Lappi on. Feinbergin mukaan Colin ei noihin aikoihin tiennyt Suomesta muuta kuin hänet, eikä ollut koskaan käynyt Suomessa. Colin kuitenkin tiedusteli British Airwaysilta Lontoosta voisiko Concorde laskeutua Rovaniemelle, mutta sai aluksi kielteisen vastauksen. Myöhemmin selvisi, että myös DC-10 on laskeutunut Rovaniemen lentokentälle ja lopulta lupa saatiin ensimmäisen Concorden laskeutumiselle.

Vuoden 1984 alkupuolella Mitchell meni Matkailun edistämiskeskuksen (MEK) Lontoon toimistoon tapaamaan silloista toimistopäällikköä Boris Taimitarhaa ja kysyi hänen mielipidettään Concorde-lennoista Lappiin. Taimitarha kiinnostui asiasta ja otti yhteyttä Lapin Matkailun silloiseen toimitusjohtajaan Vesa Melamiehen toukokuussa 1984. Myös Melamies kiinnostui asiasta ja alkoi vaihtaa ajatuksia Mitchellin kanssa matkan järjestelyistä. Ensin ajatus vain päivän pituisesta matkasta Rovaniemelle vaikutti Melamiehestä järjettömältä ja hän epäili, onnistuisiko matka laisinkaan.

Boris Taimitarha antoi Goodwood Travelille markkinointitukea MEKin pääkonttorin hyväksynnällä. Mitchellin kerrottua tarkemmin, milloin Suomeen lennetäisiin ja kuinka kauan paikalla viivytään, jäi ohjelman suunnittelu Melamiehen sekä Lapin Matkailun vastuulle. Melamiehen piti laatia alustava luettelo siitä, mitä Rovaniemellä voisi tehdä. Budjettia Mitchell ei antanut, vaan ohjelmat saisivat maksaa, minkä maksaisivat, sillä hän halusi tarjota parasta mitä tarjolla oli. Lapin Matkailussa ajateltiin, että ”tässä on kunnan asiakas”. Melamies alkoi ideoida ohjelmaa Lapin Safareiden Seppo Sirénin kanssa. Tiedettiin, että ohjelma täytyisi suunnitella noin sadalle henkilölle ja ohjelmiin piti saada aikaan rotaatiota, jotta kaikki asiakkaat eivät jonottaisi samaan paikkaan samaan aikaan. Päätettiin suunnitella 4 – 5 aktiiviteettia. Yhteistyöhön otettiin mukaan myös Hotelli Pohjanhovi ja Kutilan liikenne. Ensimmäisen yhdenpäivän Concorde -matkan hinta lehtitietojen mukaan oli 799 puntaa (Sarni 1984).

Ensimmäinen Concorde-lento Rovaniemelle vaati erikoisjärjestelyitä, sillä suurin osa Suomen lentokentistä oli joulupäivänä kiinni. Jaakko Alakulppi muistelee lentoaseman päällikön Ossi Kompan suhtautuneen heti asiaan erittäin myönteisesti: ”*totta kai tuo homma täytyy hoitaa*”. Komppa tunsu hyvin Ilmailulaitoksen väen ja alkoi valmistella lupa-asioita. Lentokentän työntekijät suhtautuivat innolla siihen, että Rovaniemen lentokentälle laskeutuisi Concorde. Lisäksi lennon uskottiin tuovan positiivista mainetta Rovaniemelle. Finnair toimitti Oulusta Concorden vaatiman aggregaatin ja sopivat portaat. Rovaniemen lentoaseman kerho oli mukana järjestelyissä. Koska Concordea katsomaan odotettiin tuhansia ihmisiä, piti jonkun huolehtia liikenteen ohjauksesta. Korvaukseksi lentoaseman kerho sai Concordea kentälle katsomaan tulleiden paikkakuntalaisten pysäköintimaksujen tuoton yhden päivän ajalta. Boxberg ja Melamies muistelivat, että myös Heathrown lentokenttä Lontoossa oli joulupäivänä 1984 kiinni, mutta se avattiin Concorde-lentoa varten.

Ensimmäisen Concorde-lennon laskeutumista Rovaniemen lentokentälle saapui katsomaan noin 10 000 ihmistä ja lentokentälle oli kymmenen kilometrin autojono. Ennen laskeutumistaan Concorde lensi kunniakierroksen Rovaniemen yllä. (Sarni 1984.) Tapahtuma kiinnosti myös median edustajia. Lapin Kansan (27.12.1984) mukaan ensimmäistä Concorde- vierailua Rovaniemelle seurasi noin 40 toimittajan

joukko. Concorde-vierailulla oli mukana Independent Televisionin kuvausryhmä ja samana iltana kanava lähetti Isossa-Britanniassa vierailua koskevan uutisfilmin. Boxbergin ja Melamiehen mukaan ensimmäisen lennon saapumista oli kuvaamassa koneessa olleen britannialaisen kuvausryhmän lisäksi myös Tauno Romppainen Rovaniemen lentoasemalla.

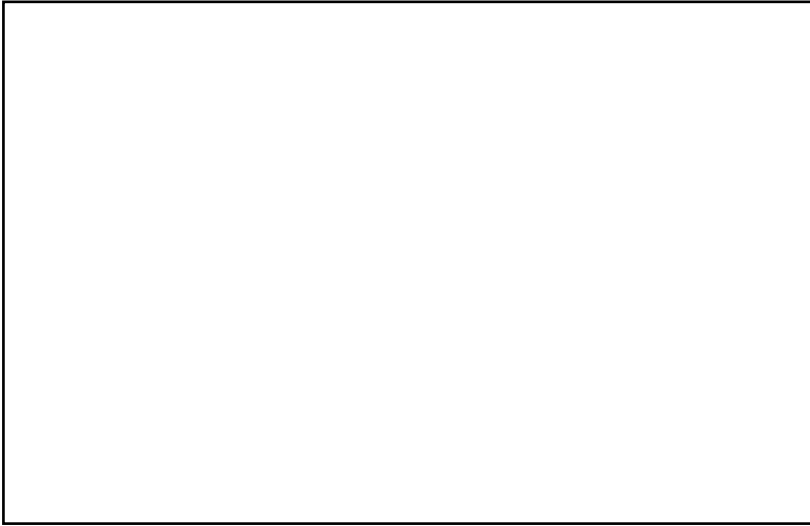
Mielenkiintoinen yksityiskohta Goodwood Travelin näkökulmasta oli pieni mediasekaannus. Independent Television kertoi valtakunnan uutisissa Isossa-Britanniassa ensimmäisestä Concorde- lennosta Rovaniemelle ja toimittaja sanoi: ”..this Canterbury tour operator”, tarkoittaen Canterburyssa sijaitsevaa matkatoimistoa, mutta Colin Mitchellin mielestä jotkut ymmärsivät sen suoraan Canterbury Travel -matkatoimistoksi. Goodwood Travel sijaitsi Canterburyssa ja toisen matkatoimiston nimi oli Canterbury Travel, joka ei kuitenkaan sijainnut lähelläkään Canterburya. Toisen haastatellun matkatoimiston edustaja ei ottanut tällaista asiaa esille. Canterbury Travel on nykyään yksi merkittävimmistä britannialaisista matkanjärjestäjistä, jotka tuovat matkailijoita Lapin jouluihin. Kuitenkin tämä lähetys ja muu ensimmäiseen Concorde-lentoon liittynyt mediakiinnostus toi joulun Suomen Lapissa britannialaisten tietoisuuteen. Myöhemmin matkoilla oli Colin Mitchellin mukaan muun muassa BBC.

Ilman kommelluksia ensimmäinen matka ei kuitenkaan sujunut, sillä britannialaisia matkailijoita lentokentältä hakemaan tullut bussi hajosi heti alkuvaiheessa. Oman erikoisen lisänsä antoi sateinen sää ja lumeton maa.

”Meillä oli kodat pystyssä ja maa oli vihreenä. Porolla ja kelkalla ajettiin siinä nurmikolla ympyrää. Muistan kun istuttiin siinä bussissa ja katottiin, kun ne ihmiset teki siellä kaikkea. Tästä ei voi jatkuvuutta tulla, et tää lähtee niin huonosti liikkeelle. Niin sitä vaan lähti kuitenkin liikkeelle se homma” (Lappilainen toimija)

Sateinen sää ei suosinut Lapissa joulua viettäviä britannialaisia, mutta enemmän poikkeuksellinen sää taisi huolestuttaa suomalaisia.

”Nämä kaikki englantilaiset olivat tietysti ensimmäistä kertaa Lapissa. Ei ne voineet tietää kuinka paljon siellä pitäis olla lunta. Et ne ilmeisesti ajatteli, että tämä on normaali talvi. Että ollaanpa tyytyväisiä” (Lappilainen toimija)



British Airwaysin Concorde ensimmäisen kerran Rovaniemen kentällä

Concorde-lentojen järjestelyissä mukana olleet haastatellut mainitsevat, että vuoden 1984 Concorde-lennon ohjelmaan kuului poroajelua, moottorikelkkailua, pulkkamäkeä, suopungin heittoa ja Lapin kaste, sekä sittemmin jokavuotiseksi perinteeksi muodostunut jouluillallinen Pohjanhovissa. Illallisella oli tarjolla perinteinen suomalainen joulupöytä, joka oli eksotiikkaa britannilaisille. Tarjolla oli jopa 50 erilaista herkkua. Ensimmäisen joulupäivän ohjelmassa oli mukana suomalainen pianisti, mutta seuraavina vuosina musiikista ja ohjelmasta vastasi englantilainen viihdetaiteilija Jill Martin. Jälkiruuan jälkeen joulupukki pyydettiin poroineen sisään Pohjanhoviin, jossa hän jakoi sylissään istuville lapsille joululahjat. Sirénien mukaan ensimmäisen Concorde-lennon ohjelma Rovaniemellä toteutettiin kannustematkojen ohjelmakonseptilla.

3.2 Concorde-lentojen kehitys 1980-luvulla

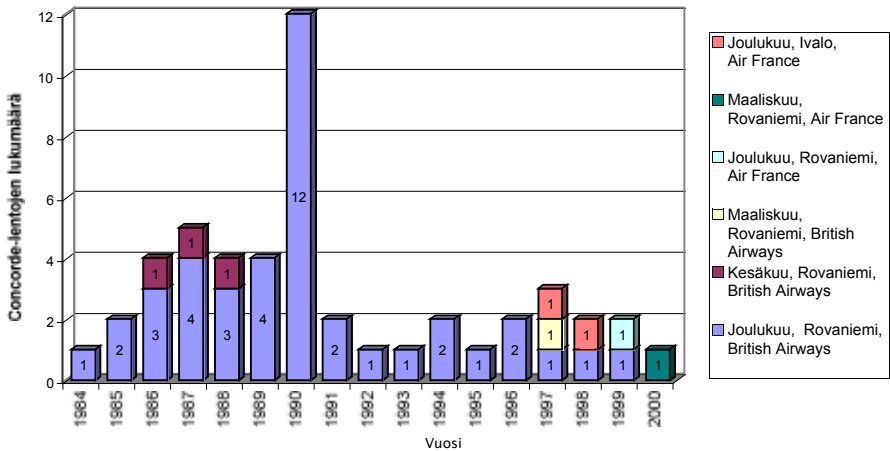
Lapin Matkailu oli sopinut Colin Mitchellin kanssa alussa vain yhdestä Concorde-lennosta, mutta joulupäivänä 1984 Mitchell oli ehdottanut Melamiehelle ja Pohjanhovin silloiselle johtajalle Ari Arvoselle, että he tulisivat keskustelemaan jatkosta Canterburyyn Goodwood Travelin toimistolle. Matka toteutettiin tammikuussa 1985. Melamiehen mukaan päivän aikana keskusteltiin ensimmäisestä kesällä toteutettavasta Concorde-matkasta ja Concorde-lentojen jatkamisesta jouluisin.

Concorde-lento sai jatkoa heti seuraavana vuonna 1985. Rovaniemelle saapui

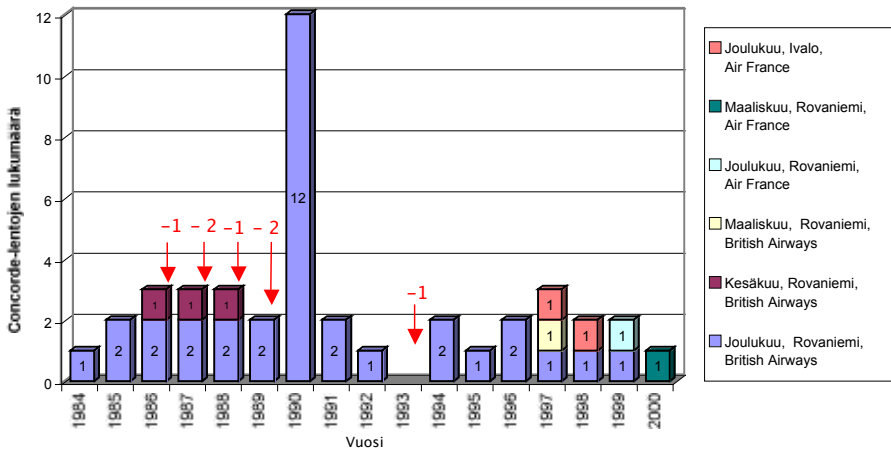
kaksi Concordea joulukuussa. Concorde-lentojen määrästä saimme kaksi toisistaan hieman eroavaa tietoa, joten esitämme lennoista kaksi eri kuviota. Kuvioissa 4 ja 5 on Lappiin tulleiden Concordejen lukumäärät vuosittain. Kuvioissa on eroteltu myös kesäkuussa saapuneet Concorde-lennot. Kuvion 4 tiedot on saatu Jussi Sorrolta (henkilökohtainen tiedonanto 31.1.2006) ja Rovaniemen ulkopuolelle tulleita lentoja on täydennetty Alakulpin Lapin ilmailuhistoria 2-teoksesta (ks. Alakulppi 2006). Alakulpin mukaan Concordella lennettiin Lappiin 49 kertaa vuosien 1984 ja 2000 välisenä aikana.

Kuviossa 5 Concorde-lennot ovat esitetty entisen Goodwood Travelin omistajan Colin Mitchellin (henkilökohtainen tiedonanto 5.8.2006 ja 29.1.2007) kuviosta 4 antamien kommenttien pohjalta. Hänen mukaansa Concorde olisi lentänyt vuosien 1986–1989 välisinä aikana Rovaniemelle vain kaksi kertaa kunakin vuonna joulukuussa. Lisäksi hän painottaa, että vuoden 1993 Concorde-lento olisi ollut Goodwood Travelin kolmaskymmenes Concorde-lento Lappiin, mutta lento peruttiin voimakkaan ristituulen takia, eikä lento lähtenyt laisinkaan Lontoosta.

Kuviossa 5 on seitsemän lentoa vähemmän kuin kuviossa 4 ja erot on merkitty kuvioon 5 nuolin. Erot voisivat johtua siitä, että joku toinen matkanjärjestäjä olisi järjestänyt tilauslentoja British Airwaysin Concordella, mutta ainakaan haastattelujen mukaan Goodwood Travelilla ei vaikuttanut olevan vielä 1980-luvulla kilpailevia matkanjärjestäjiä, jotka olisivat lennättäneet asiakkaita Lappiin British Airwaysin Concordella. British Airwaysin museolta ei ole saatu pyynnöistä huolimatta tietoja Concorde-lentojen tarkoista määristä Lappiin.



Kuvio 4. Concorde lennot Lappiin (Sorro 31.1.2006, Alakulppi 2006)



Kuvio 5. Concorde lennot Lappiin (Sorro 31.1.2006, Alakulppi 2006, Mitchell 5.8.2006 ja 29.1.2007)

Joulun lisäksi britannialaiset lensivät Concordeilla juhannuksen viettoon Rovaniemelle vuosina 1986–1988. Goodwood Travel ei jatkanut juhannuslentoja, koska ne eivät olleet yhtä suosittuja kuin joululennot ja kahden päivän matkat aiheuttivat myös lisäkustannuksia. (Colin Mitchell, henkilökohtainen tiedonanto 5.8.2006). 1990-luvun Concorde-lennoista kerromme lisää kasvuvaihetta käsittelevässä kappaleessa.

3.3 Asiakkaiden ja tuotteen ominaispiirteet esittelyvaiheessa

Ensimmäisellä Concorde-lennolla vuonna 1984 suurin osa joulumatkailijoista oli vielä aikuisia tai vanhuksia. Useat perheelliset viettivät joulupäivää sukulaisissa, eivätkä tällöin lähteneet pitemmälle matkalle. Kun Concorde-lennot siirrettiin joulupäivältä joulua edeltäville viikonlopuille, Colin Mitchellin arvioiden mukaan vuoden 1987 tienoilla, tuli matkoille enemmän lapsia. Jatkossa jokaisella Concorde-lennolla oli noin 25 lasta, vaikka Goodwood Travel oli alussa olettanut kohderyhmän muodostuvan korkean hinnan vuoksi yksin jouluaan viettävistä aikuisista. (Colin Mitchell, henkilökohtainen tiedonanto 4.8.2006.) Britannialaisten ensimmäinen syy lähteä Concorde-lennoille jouluna on ollut varmasti ensimmäistä kertaa itse kone, mutta kun asiakkaat ja matkanjärjestäjät huomasivat, mitä paikan päällä oli, koko jouluihin elämys alkoi myydä. Joulumatkailijoille oli tarjolla erilaisia aktiviteetteja, kuten moottorikelkkailua, husky- tai poroajelua, pulkkamäkeä ja Lapin kastetta vain muutamia mainitaksemme.

Sirénien mukaan ensimmäisen Concorde-lennon ohjelma Rovaniemellä toteutettiin kannustematkojen ohjelmakonseptilla ja myöhemminkin ohjelmatarjonta on turvautunut ohjelmopalveluyritysten 1980-luvulla luomaan konseptiin. Kanteleen (2006, 166) mukaan juuri kannustematkailu mahdollisti Lapin vapaa-ajan matkailun. Hän toteaa, että Lappiin syntyi 1980-luvulla kaksi uutta asiakasryhmää: työmatkailijat ja joulumatkailijat. 1990-luvun alussa Lapin kannustematkatuotteen osat olivat myös yksittäisten matkailijoiden ostettavissa.

Alussa ensimmäiset matkat Concordella olivat yhden päivän pituisia matkoja, mutta esimerkiksi Canterbury Travel aloitti joulumatkansa yöpymisen sisältävillä matkoilla. Päivämatkat he aloittivat vasta vuonna 1990. Emagine-matkatoimiston edustajan mukaan he aloittivat myös yöpyvillä matkoilla ja liittivät mukaan päivämatkan asiakkaiden toiveesta, vaikka itse he olisivat mielellään tarjonneet vain yöpyviä vaihtoehtoja.

Esimerkki: Lapin kaste

Ohjelmopalveluyrittäjät muistelevat huvittuneena useita asiakkaiden kanssa tapahtuneita sattumuksia. Yksi mieleenpainuvista tapahtumista on Lapin kaste. Britannialaisten matkailijoiden joukossa oli aina henkilöitä, jotka eivät millään suostuneet laittamaan pakkaskelille sopivaa vaatetusta ylleen. Erään kerran Lapin Safareille tuli ryhmä britannialaisia matkailijoita ja pakkasta oli ulkona lähemmäs 35 astetta:

“Kaveri oli farkuissa ja sitten sillä oli lyhytihainen valkoinen kauluspaita. Eikä mitään päällä. Ja siihen kastepukille tuli ja siin oli just näitä meidän Jussi Tiitola kastamassa tai oliks se Paadar Jouni... Se näki tään kaverin ja se kasto sen. Minä en muista sen sanoja, mut se sano sille kuitenkin, että: ”Mä näen, että sä panet jotain pitempää päälle tässä viimesen tunnin päästä tai sä kuolet.”

Ja suomeks kerto tämän homman, ihan omat löpinät. Ja kun mie olin vieressä, se oli aivan mahtavaa. Englantilaisissa ryhmissähän on tämmöisiä justuinsa machoa, jotka tulee, et ne niin kun ei pane vaatetta päälle”

3.4 Esittelyvaiheen vähäinen kilpailu

Goodwood Travel aloitti Concorde-lentonsa Lappiin vuonna 1984. Canterbury Travelin edustajan mukaan Canterbury Travel toi ensimmäisen tilauslentonsa Luostolle vuonna 1987. Finnairin myynti- ja markkinointipäälliköksi myöhemmin Isossa-Britanniassa noussut Steve Mitchell sai myös Finnairin 1980-luvulla ostaman Finlandia Travelin vastuulleen. Lapin paikallisten toimijoiden mukaan Steve Mitchellillä on ollut merkittävä rooli siinä, että myös muu kuin yhden päivän charter-kauppa alkoi laajentua, sillä Finlandia Travel alkoi tuoda yöpyviä matkailijoita Lappiin. Jouluisin yhtiö toi 4 -5 ryhmää, jotka viipyivät noin neljän yön verran. Finlandia Travel pyrki tarjoamaan hieman laadukkaampaa ja kalliimpaa tuotetta. MEKin edustajat muistelevat Finlandia Travelin tulleen markkinoille pari vuotta Canterbury Travelin jälkeen. Samalla he muistelivat, että Finlandia Travelin kanssa samoihin aikoihin tuli markkinoille kaksi pienempää matkatoimistoa: Scantour ja Specialised Tours, jotka käyttivät Finnairin reittilentoja.

3.5 Paikallisten suhtautuminen joulumatkailuun 1980-luvulla

1980-luvun alussa Lapin hotellit olivat jouluisin usein kiinni. Jo ennen Concorde- ja paikalliset yrittäjät miettivät keinoja hotellien auki pitämiseen. Concorde-lennot tarjosivat syyn avata hotellin 1984. Tuolloin ”Joulupukin paja” Napapiirillä koostui Colin Mitchellin (henkilökohtainen tiedonanto 10.10.2006) mukaan vain yhdestä mökistä, jossa myytiin lahjatavaroita, mutta siellä ei vielä hyväksytty luottokortteja. Mitchell pyysi mahdollisuutta luottokorttiasointiin, koska hän tiesi asiakkaiden olevan valmiita käyttämään matkamuistoihin rahaa ja luottokorttien avulla välttääisiin käteisvaluutan vaihdosta. Joulupukin Pajakylä rakennettiin Rovaniemelle vuonna 1985 (Torkko 2005).

1980-luvun alussa lentokentät olivat joulupäivänä Suomessa kiinni. Vuonna 1984 Rovaniemen lentokenttä avattiin ensimmäistä kertaa poikkeuksellisesti joulupäivänä Concorde-matkailijoita varten. Haastatteluissa mainittiin, että myös Lontoossa Heathrown lentokenttä oli jouluisin kiinni, mutta sekin avattiin Concordea varten joulupäivänä vuonna 1984.

Ensimmäinen Concorde-lento kiinnosti niin suomalaisia median edustajia kuin paikallisia asukkaita. Ensimmäistä Concorde-lentoa oli Rovaniemen lentokentällä seuraamassa noin 10 000 henkilöä. Positiivista asennetta joulumatkailuun osoittaa myös se, että Lapin maaherra Asko Oinas julisti koko Lapin joulumaaksi vuonna 1984 (Torkko 2005, 4). Haastateltujen mukaan paikalliset toimijat ja asukkaat suhtautuivat joulucharter-lentoihin alussa erittäin myönteisesti.

”...halusit sä mitä vaan, niin se oli hirveen helppoa asiakkaalle järjestää... Siis mitä vaan asiakkaat halus, niin ei muuta kuin puhelimesta kiinni, et meillä on tämmöinen valtava argentiinalainen porukka, joka on hirveen kiinnostunut, et pääsiskö? Kaikki onnistu. Kaikki oli hirveen helppoa.”

(Lappilainen toimija)

Matkanjärjestäjistä yksi kertoi matkailun olleen 1980-luvulla Lapissa aivan lapsen kengissä, mutta ihmiset olivat innokkaita oppimaan. Heillä oli aitoa kiinnostusta ja halua kehittää paikallista matkailua.

”He todella kuuntelivat jokaisen pienenkin yksityiskohdan ja kysyivät oikeita kysymyksiä... heidän intonsa ja halunsa kehittää aluetta ja saada sinne matkailua oli aistittavissa. He tiesivät, että heillä oli yksi mahdollisuus onnistua ja he halusivat käyttää sen hyvin.” (Britannialainen matkanjärjestäjä)

MEKin edustajien mukaan Suomessa oli alussa havaittavissa pientä epäilystä Concorde-matkoja kohtaan. Mainosarvoa pidettiin merkittävänä, mutta epäiltiin jättävätkö päiväkävijät Suomeen rahaa. Isosta-Britanniasta saadut viestit joulumatkojen kysynnästä ja Lapista saatu palaute, että kysyntään pystytään vastaamaan, vakuutti epäilijät. 1980-luvulla päivän matkalle Lappiin saapuvat matkustajat lensivät pääasiassa Rovaniemelle ja vielä vuonna 2005 suurin osa yhden päivän pituisista matkoista tehtiin edelleen Rovaniemelle.

3.6. Median kiinnostus

Colin Mitchell (henkilökohtainen tiedonanto 9.10.2006) kertoi, että heidän matkoillaan oli mukana ITV vuonna 1984 ja myöhemmillä lennoilla muun muassa BBC. Kaisa Sirén muistelee, että vuoden 1987 jälkeen median kiinnostus kasvoi entisestään ja tällöin mediaa alkoi kiinnostaa nimenomaan joulupukki, eivätkä Lappiin tehdyt matkat. Capital Radio teki ainakin neljän vuoden ajan ohjelmia Karhunpesältä ja Steve Mitchell toimi Finnairin organisaattorina. 1980-luvun lopulla myös britannialainen piilokamera kävi kuvaamassa yhtä jaksoaan Lapissa (Kaisa Sirén, henkilökohtainen tiedonanto 15.1.2007.) Vuonna 1988 Lapin Kansa (18.11.1988) uutisoi joulukaudesta tulleen Lapin uusi matkailusezonki. Samaisessa artikkelissa todetaan:

”Joulupukki on osoittautunut parhaaksi joulumaan pr-mieheksi ja tänäkin vuonna maakuntaan saapuu useita kuvausryhmiä, kuten neljä japanilaista,

ranskalainen, brasilainen ja kaksi amerikkalaista ryhmää. Lisäksi MTV:n viime kevättalvella tekemä jouluohjelma esitetään jouluna Irlannissa, Italiassa, Englannissa ja Suomessa.”

Kaisa Sirénin mukaan kasvuvaiheessa vuoden 1992 tienoilla Lapin Safareilla oli joulukuussa 7-10 mediaryhmää ja ne olivat kiinnostuneita ”satumatkoista”.

”Muistan myös yhden joulukuun alun, jolloin tuli ryhmä tekemään satufilmiä ja lunta ei ollut yhtään. Odottivat 4 päivää ja lunta ei vaan tullut. Oli yksi päivä jäljellä ja päätimme tilata palokunnan tekemään vaahtoa Karhunpesälle, jotta ulko-osuudet saatiin kuvattua. Kun viimeisen päivän aamu valkeni, oli maassa myös 5 cm lunta, joka riitti!”

(Kaisa Sirén, henkilökohtainen tiedonanto 15.1.2007.)

Esittelyvaihe elinkaari-teorian valossa 1984–1990-luvun alkuun:

Esittelyvaiheessa (lanseerausvaiheessa) tuote tuodaan markkinoille ensimmäistä kertaa. Lapin ja joulupukin yhdistämistä toisiinsa oli ideoitu sekä paikallisesti että myös Isossa-Britanniassa jo aiemminkin. Haastattelujen ja lehtiartikkelien mukaan kuitenkin vasta ensimmäinen Concorde-lento Rovaniemelle 25.12.1984 avasi joulumatkailutuotteen elinkaaren. Ratkaisevana ideana oli yhdistää mediaa kiinnostava Concorde-lento ja jouluteema toisiinsa. Lento sai huomiota sekä britannialaisessa että etenkin suomalaisessa mediassa: Rovaniemellä noin 10 000 paikallista ihmistä ja lukuisat median edustajat Suomesta, Isosta-Britanniasta ja Ruotsista todistivat ensimmäisen Concorden laskeutumista Rovaniemen kentälle. Media toi Lapin joulucharter-tuotteen selvästi britannialaisten tietoisuuteen ja myöhemmin useammat matkatoimistot Isossa-Britanniassa alkoivat järjestää joulumatkoja. Useamman haastatellun mukaan juuri Concorde-lento toi joulucharter-tuotteen kaupalliseen käyttöön. Matkanjärjestäjä uudisti jo olemassa olevaa tuotettaan ja siitä muodostui sekä asiakkaille että paikallisille palveluntuottajille uusi tuote.

Esittelyvaiheen aikana Isossa-Britanniassa muut matkajärjestäjät huomasivat joulumatkojen kiinnostavan asiakkaita, joten kilpailijoita alkoi vähitellen tulla Ison-Britannian markkinoille. Kotlerin ym. (1999) mukaan tuotteen hinta on esittelyvaiheessa korkea ja tarjottava tuotemäärä on pieni. Tätä tukevat myös tämän tutkimuksen tulokset. Ensimmäinen Concorde-matka Lappiin vuonna 1984 maksoi 799 silloista englannin puntaa. Joulutuotteella ei ollut kilpailijoita Isossa-Britanniassa. Goodwood Travel ja Canterbury Travel olivat ensimmäisenä markkinoimassa joulutuotetta Isossa-Britanniassa ja niitä seurasi muutamaa vuotta myöhemmin Finlandia Travel, jonka kanssa samaan aikoihin markkinoille tuli myös muutama pienempi matkanjärjestäjä.

Concorde-lentoja järjestäneen matkatoimisto Goodwood Travelin asiakkaat kuuluivat pääasiassa ylempään tuloluokkaan, mikä tukee Thurot'n (1973, Pearcen 1995 mukaan) vaihejaottelua tuloluokan mukaan. Canterbury Travelin alkaessa järjestää säännöllisesti tilauslennoilla joulumatkoja, kuuluivat heidän asiakkaansa haastateltujen mukaan pääasiallisesti ylempään keskiluokkaan.

Toisaalta Plog (1974, 2001) ja Cohen (1972) olettavat malleissaan, että ensimmäiset matkailijat ovat eräänlaisia seikkailijoita, jotka matkustavat uusille alueille suunnitellen itse matkansa. Varsinaisen joulumatkailun aloit-

taneet britannialaiset ovat koko joulucharter-historian ajan suosineet valmiita pakettimatkoja, joten tämä kriteeri ei joulucharter-tuotteen kohdalla ole yhtenevä elinkaarimallissa esitettyjen matkailijatyypittelyiden kanssa. Toisaalta ensimmäisille britannialaisille joulumatkailijoille Suomi ja Lappi olivat varsin uusi kohde 1980-luvun alussa. Innovaation diffuusion teorian näkökulmasta ensimmäiset Lappiin saapuneet matkustajat edustivat innovaattoreita, joita uusi joulutuote viehätti. Kohteen sijainnin vuoksi joulumatkailijat saapuivat Lappiin lentäen. Aikaisemmat Lapin matkailijat 1970-luvulla olivat ehkä enemmänkin Cohenin luokittelun mukaisia “tutkimusmatkailijoita”.

1980-luvun alussa Lapin infrastruktuurin taso oli huomattavasti nykyistä alhaisempi. Useat haastatellut mainitsivat hotellien ja lentoasemien olleen kiinni jouluna ennen ensimmäistä Concorde-lentoa. Vähitellen hotelleja avattiin kysynnän lisääntyessä myös jouluksi, mutta kapasiteetin pieni määrä ja alhainen taso ei haastateltujen mukaan suosinut suuria matkailijamääriä eikä yöpymisen sisältäviä joulumatkoja. Tämä saattoi osaltaan vaikuttaa myös siihen, että matkat olivat edelleen kestoltaan lyhyitä: Goodwood Travelin matkat olivat alussa vain yhden päivän mittaisia ja Canterbury Travelilla ensimmäiset matkat olivat muutaman päivän pituisia. Canterbury Travel aloitti yhden päivän matkat vuonna 1990 asiakkaiden toiveesta.

Lappi oli 1980-luvulla luonnonvetovoimaltaan vahva ja rauhallinen alue, jossa ei ollut näkyvissä kaupallistumisen piirteitä. Hotellikapasiteetti oli pientä ja lentomatkailussa ei ollut ruuhkia. Vuonna 1985 Rovaniemelle rakennettiin Joulupukin Pajakylä. Lappi säilytti alkuperäiset vetovoimatekijänsä tuotteen elinkaaren alussa 1980-luvulla, mikä tukee muun muassa Butlerin (1980) elinkaariteoriaa.

Paikallisen väestön suhtautumista matkailua kohtaan kuvailtiin haastattelussa erittäin myönteiseksi joulumatkailun alkuvaiheessa. Matkanjärjestäjien mukaan paikalliset toimijat olivat hyvin avuliaita. Asioita toteutettiin talkootyöllä, eivätkä voitot olleet alussa pääasia. Viranomaiset pitivät matkailun edistämistä koko Lapin alueen etuna. Investointeja tehtiin haastateltujen mukaan jonkin verran ja ne kohdistuivat lähinnä lentokenttien asiakastilojen laajentamiseen ja hotellikapasiteetin lisäämiseen, mutta myös teiden ja valaistuksen uusimiseen panostettiin

4 KASVUVAIHE 1990-LUVULTA ALKAEN

Lapin joulucharter-tuotteen kasvuvaiheen voidaan sanoa alkaneen 1990-luvun alussa. Jyrkin kasvu lentomatkustajamäärissä on vuoden 1996 ja 1997 tienoilla. *“Nimenomaan siinä vaiheessa tuli nää isot varteenotettavat. Huomas, et hetkine, täähän on tuote, joka myy siellä päässä”* (Isossa-Britanniassa). *Silloin se on lähtenyt räjähdysmäisesti kasvuun.*” (Lappilainen toimija)

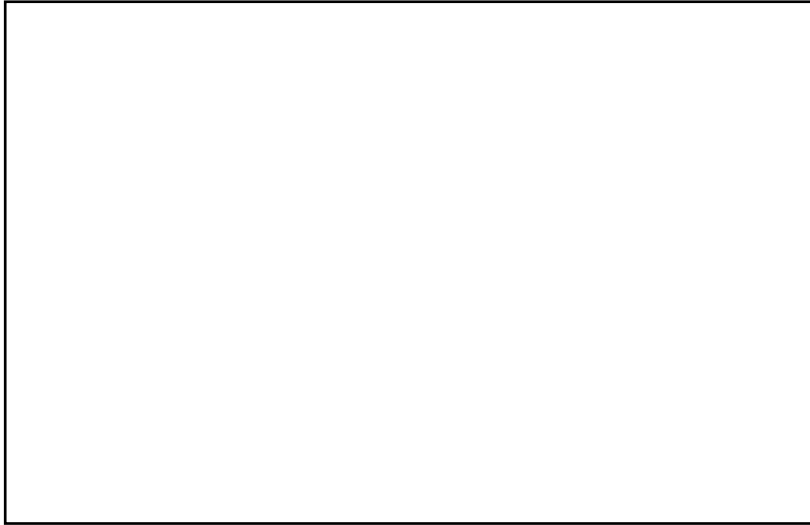
Seuraavassa kappaleessa esitellään Lapin joulucharter-tuotteen kasvuvaiheelle ominaisia piirteitä. Sitä ennen kerrotaan lyhyesti Concorde-lentojen jatkumisesta 1990-luvulta siihen saakka, kunnes Concorde-lennot Lappiin jouduttiin lopettamaan Pariisiin onnettomuuden seurauksena.

4.1 Concorde-lennot 1990-luvulla

Pääosin Concorde-lennot saapuivat Rovaniemelle, mutta Alakulppi (2006, 716–717) mainitsee Lapin ilmailuhistoria 2- teoksessaan, että Air Francen Concorde laskeutui Ivaloon ensimmäisen kerran 14.12.1997, jolloin matkanjärjestäjinä toimivat suomalainen Lapponia Tours ja lontoolainen Superlative Travel. Air France lensi Ivaloon myös joulukuussa 1998 ja kerran joulukuussa Rovaniemelle vuonna 1999. Viimeinen lento Lappiin maaliskuussa 2000 oli myös Air Francen Concorde. Sivulla 41 on kuva historiallisesta tapahtumasta 19.12.1999, jolloin Air Francen ja British Airwaysin Concordet olivat samanaikaisesti Rovaniemen kentällä.

Saamiemme tietojen mukaan Concorde-matkoja Lappiin järjestivät vain Goodwood Travel ja Superlative Travel. Lontoolainen Canterbury Travel -matkatoimisto tarjosi esitteessään British Airwaysin Concorde-lentoa Rovaniemelle joulukuussa vuonna 1993, mutta lento ei toteutunut huonon varaustilanteen vuoksi (Adrian Collins, henkilökohtainen tiedonanto 31.7.2006). Myös Ranskasta suunniteltiin Concorde-lentoa Rovaniemelle jo vuonna 1991 tai 1992, mutta se jäi vain suunnitelluasteelle (Timo Hänninen, henkilökohtainen tiedonanto 18.1.2007).

Vuosien varrella Concordella lentäminen tuli entistä kalliimmaksi asiakkaille, joten Goodwood Travelissa saatiin idea käyttää Finnairia toisella lentomatkalla ja Concordea toisella. Colin Mitchell muistelee yöpymisen sisältävien matkojen tulleen Goodwood Travelin ohjelmistoon vuonna 1992. Tarjolla oli päivämatkan lisäksi kahden ja kolmen päivän pituisia matkoja. (Colin Mitchell, henkilökohtainen tiedonanto 4.8.2006.)



Air Francen ja British Airwaysin Concorde't samaan aikaan Rovaniemen lentokentällä 19.12.1999.

Goodwood Travelin alkaessa käyttää Finnairia toisella lentovälillä päätettiin molemmat lentoreitit täyttää tarjoamalla suomalaisille edullisia ostosmatkoja Lontooseen. Tarja Feinberg kertoi myyneensä paikat Arean nimissä Finnairin lennoille ja lennätti samalla koneella suomalaisia Lontooseen jouluostoksille. Perjantaina 100 suomalaista lensi Helsingistä Lontooseen Finnairilla. Lauantaina 100 britannialaista lensi vastaavasti Finnairilla kahden päivän matkalle Rovaniemelle. Mukana oli myös muutamia kolme päivää Rovaniemellä viipyviä britannialaisia. Sunnuntaina Concorde toi yhden ja kahden päivän matkalle saapuvia matkustajia Lontoosta Rovaniemelle ja jatkoi Lontooseen samana päivänä mukanaan päivämatalaiset ja lauantaina kahden päivän matkalle saapuneet britannialaiset. Maanantaina Finnairilla Lontooseen lensivät kahden päivän matkalle sunnuntaina Concorde'lla saapuneet, sekä lauantaina Finnairilla saapuneet britannialaiset. Lennot oli järjestetty niin, että kaikki sujui ongelmitta. (Colin Mitchell, henkilökohtainen tiedonanto 4.8.2006.)

Muutamien haastateltujen mukaan Finnairilla oli aluksi suhtauduttu epäilevästi Concorde-yhteistyöhön. Alussa Finnairin hintojen kuviteltiin olevan liian korkeat Goodwood Travelille, mutta hankkeen edetessä huomattiin systeemin toimivan ja yhteistyötä jatkettiin monta vuotta peräjälkeen. Feinberg sai Arean nimissä suomalaisia vakioasiakkaita Lontoon viikonloppumatkoille ennen joulua. Viimeinen joulun alla lennetty Concorde-lento Rovaniemelle oli vuonna 1999. Lentojen loputtua myös Finnairilla tehdyt suomalaisten edulliset ostosmatkat Lontooseen loppuivat.

Vuosien varrella Lapin Concorde-lennoille alkoi tulla yhä enemmän lapsiperheitä. Concordella lennettiin Lappiin joulun alla vuosien 1984 ja 1999 välillä, joten samoja ihmisiä alkoi tulla myös uudestaan Lappiin. Feinberg muistelee, että pariskunnat tulivat uudestaan tuoden lapsensa tai lastenlapsensa, tai jopa naapurinsa. Goodwood Travelin omalla postituslistalla oli noin 120 000 nimeä ja näistä 2 500 asiakasta oli Goodwood Travelin järjestämällä matkoilla useammin kuin kahdesti, koska Goodwood Travelilla oli tarjottavana useita erilaisia kohteita. Feinbergin totea, että aluksi Concorde oli asiakkaille suurin ja tärkein syy matkustaa. Rovaniemelle tultiin aluksi Concorde-lennon vuoksi, ei kohteen takia. Sana alkoi kuitenkin kiertää Isossa-Britanniassa. Kun Isossa-Britanniassa tiedettiin, mitä perillä Lapissa on, kaikki yhdistyi matkailijoille tarjottavaksi luksukseksi.

Kuten kuvioista 4 ja 5 havaitaan, vuonna 1990 Concorde lentoja oli jo 12. Sirénien ja Mitchellin mukaan 10 näistä lennoista oli British Airwaysin palkintomatkoja asiakkailleen. Kaksi muuta lentoa olivat perinteisiä maksavia asiakkaita. Kaikki 12 lentoa olivat yhden päivän kestoisia. British Airwaysin kilpailun oli tarkoitus piristää kaupankäyntiä vuoden 1989 talouslaman jälkeen (Colin Mitchell, henkilökohtainen tiedonanto 4.8.2006 ja 5.8.2006) British Airways arpoi yleisökilpailunsa yhteydessä 1000 matkaa. Lappi voitti äänestyksessä vaihtoehtoisena kohteena olleen Egyptin ja matka suuntautui napapiirille. (Lapin Kansa 14.11.1990.) Joulukuun ”säännöllisistä” Concorde-lennoista hyötyi myös Lapissa oppaana työskennellyt brittialainen poika:

“..meillä oli silloin yks englantilainen poika, joka pelas jalkapalloa täällä ammatikseen. Se oli meillä oppaana... Se oppi tietenkin tuntee sen staffin saman tien, kun siinä oli vaan muutama miehistö, jotka laskeutu lumelle. Se aina sitten vitsaili, että: “Mun aamun newspaper tulee Concordella”. Ne toi sille päivän lehden!” (Lappilainen toimija)

Vuonna 1993 Goodwood Travel olisi lennättänyt brittialaisia matkailijoita Concordella Rovaniemelle kymmenen vuoden ajan. Juhlavuoden kunniaksi suunniteltiin rovaniemeläisen matkanjärjestäjän ja paikallisten kesken yllätysohjelmaa brittialaiselle matkanjärjestäjälle ja heidän asiakkailleen, mutta olosuhteiden takia kone ei koskaan lähtenyt Lontoosta.

“Tänne oli just tään 10-vuotis kunniaksi järjestetty erikoisohjelma. Kaiken maailman virityksiä oli täällä ja sitten se (Concorde) vain jäi tulematta. Muun muassa 10-vuotis tulikivi. Ne oli valmiina kaikki oottamassa asiakkaita. Se roikku se homma pitkään ilmassa sinä päivänä, että lähtekö se vai ei. Lopulta tuli viesti, et ei ne pääse lähtemään. Ja se oli vielä semmoinen järjestely,

että tää matkanjärjestäjä ei tiennyt, että täällä on yhteisvoimin tehty matkanjärjestäjälle, mutta myös asiakkaille erityiselämys.” (Lappilainen toimija)

Alakulpin mukaan Concordet eivät saaneet lentää ääntä nopeammin maa-alueella, joten koneella tehtiin kierros Norjan ilmatilassa Pohjanmeren ja Atlantin yllä. Norjan ilmavoiman F16 hävittäjälentäjät halusivat myös käydä tervehtimässä Rovaniemelle lentävää Concordea, vaikka Concorden maksimivauhti merialueella ylittikin F16-hävittäjien nopeuden. Concorden miehistö vitsaili, että “Pannaas vähän kisuja lisää” lisäten Concorden nopeutta, jolloin hävittäjien ja Concorden välimatka kasvoi entisestään. Concorde joutui lopulta hidastamaan, jotta hävittäjät pystyivät seuraamaan Concordea. *“Sitten ne ilmesty nää kaks F16, toinen ilmesty toiselle puolelle ja toinen toiselle puolelle, samalla nopeudella ja sitten ne vaaputtivat.”*

Esimerkki: Concorde-miehistön huumoria

Haastatellut muistelevat myös Concorde-miehistön hauskoja tempauksia ja huumorintajuja. Miehistö otti osaa matkailijoille järjestettyihin läksiäisjuhlin:

“Oikein kunnan jouluillalliset monipuolisine ruokalajeineen ja sitten se floor show. Tällä yhtiöllä oli semmonen järjestelmä, että he toimittivat tommoisien lasten kanssa tottuneen emännän hoitamaan näitä vieraita. Jollakin oli koko perhe mukana. Niin nehän lauloivat englantilaisia lauluja siinä floor showssa ja tää emäntä veti niitä. Ja sitten se loppuhuipentuma oli se, että se miehistö, joka lentää sen koneen Lontooseen, niin se miehistö piti oman shownsa ... Ainakin sinä iltana se oli sillain, että emännät pani cockpit henkilöstön eli ohjaamohenkilöstön kampeet päälle. Kipparit ja navigaattorit ja niitä oli kolme. Ja sitten nää miehet pani lentoemäntien kampeet. Ja se oli hyvä, kun sitten kipparillakin oli huulipunatkin pitkin poskia”

Alakulpin mukaan lumi innoitti myös miehistön jäseniä, sillä miehistön keskuudessa vitsailtiin 1990-luvun lopussa, että myöskään “Concordessa ei ole nähty aikaisemmin lunta”:

“Concorde rullas normaaliin paikkaan, mihin oli määräkin ja portaat työnnettiin paikalleen... kippari paitahihaisillaan juoksee kipinkapin portaita alas ja menee lumipenkaan ja sanoo, että “My navigator has not ever seen snow in Concorde cockpit, but now he will be surprised” ja teki ne pallot, lumipallot ja kiikutti sinne ohjaamoon. ”Nyt sä oot nähnyt!”

Concorden onnettomuus Pariisissa vuonna 2000 oli Goodwood Travelille shokki, sillä koneet asetettiin lentokieltoon. Yrityksen palveluksessa oli 15 henkilöä ja onnettomuuden seurauksena henkilökuntaa oli vähennettävä. Onnettomuudesta alkanut 15 kuukauden aikajakso maksoi Goodwood Travelille satojatuhansia puntia. Toimiston vuokrat, henkilökunnan palkat ja uusien matkojen mainonta ylittivät matkoista saadut tulot. Uudet matkat eivät menneet toivotulla tavalla kaupaksi, sillä matkatoimisto oli tunnettu nimenomaan luksustason Concorde-matkojen järjestäjänä. Kilpailijoita tuli samalla markkinoille ja myynnistä saatu kate heikkeni. Mitchelin mukaan British Airways oli investoinut 84 miljoonaa puntia muutoksiin, jotta lentoja olisi voitu jatkaa vuoteen 2008. Myös Goodwood Travelille oli luvattu, että charter-lentoja voitaisiin jatkaa marraskuussa 2003. Air Francen toiminnot olivat kannattamattomia, joten he lopettivat Concorde-lennot toukokuussa vuonna 2003. British Airways joutui seuraamaan Air Francen esimerkkiä ja teki viimeisen lennon saman vuoden toukokuussa. Myös Goodwood Travel lopetti toimintansa 2003. (Colin Mitchell, henkilökohtainen tiedonanto 10.10.2006.)

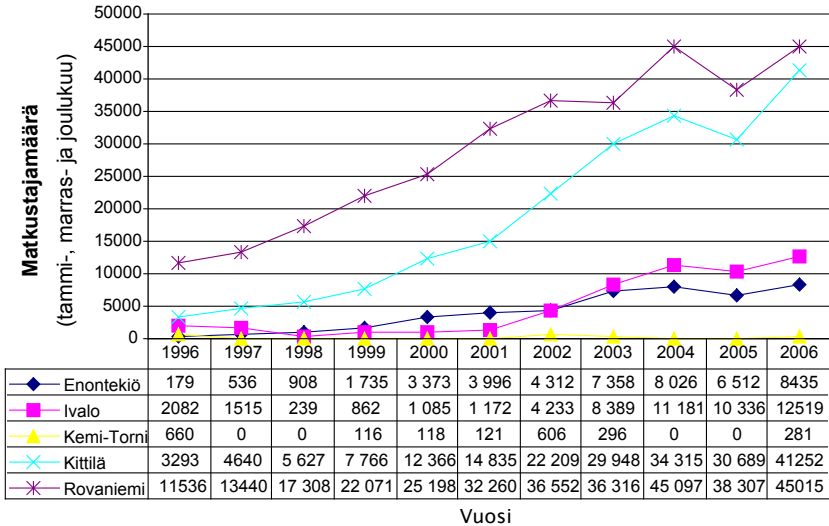
4.2 Joulumatkailun leviäminen Rovaniemen seudulta muualle Lappiin

Lapin Safareiden toimitusjohtaja Jyrki Nivan mukaan joulumatkailu oli 1990-luvun puoleen väliin saakka hyvin Rovaniemi-keskeistä, mutta sen jälkeen matkanjärjestäjät alkoivat hakeutua enenevässä määrin muuallekin Lappiin. Kuviossa 6 on esitetty vuodesta 1996 alkaen Lappiin saapuneet kansainväliset tilauslentoliikenteen matkustajat tammi-, marras- ja joulukuulta vuosittain. Kuviossa kaikki lentokentät esitetään erillään.

Enontekiölle säännöllinen reittiliikenne alkoi vuonna 1989 ja ensimmäiset suorat charter-lennot saapuivat Isosta-Britanniasta vuonna 1996. Kittilään ensimmäiset suorat joululennot Isosta-Britanniasta alkoivat vuonna 1993 neljällä lennolla. Enontekiön, Kittilän ja Rovaniemen lisäksi myös Ivalon lentoasema palvelee ulkomaisia matkailijoita ja matkailuelinkeinoja. Kemi-Tornion matkustajista suurin osa on liikematkustajia, mutta myös tilausmatkat ovat lisääntyneet. Tilausliikennettä ovat kasvattaneet suosittu matkailukohteet: Kemin Lumilinna ja jäänmurtaja Sampo (Ilmailulaitos 1997, 66–79.)

1990-luvulla joulucharter-lentoja alettiin tehdä Rovaniemen lisäksi muuallekin Lappiin. Britannialainen matkatoimisto Canterbury Travel tosin toi joulumatkailijoita Luostolle jo 1980-luvulla. Leville ensimmäiset joulumatkailijat tulivat 1990-luvun alussa. Lapin Kansa esitteli (16.11.1991) nykyisin Levin Safareiden yrittäjänä toimivan, ja aiemmin myös Levin Matkailu Oy:n toimitusjohtajana toimineen Arto Kanervan Levin joulumatkailun idean isänä. Ensimmäiset Levin Safareiden hoita-

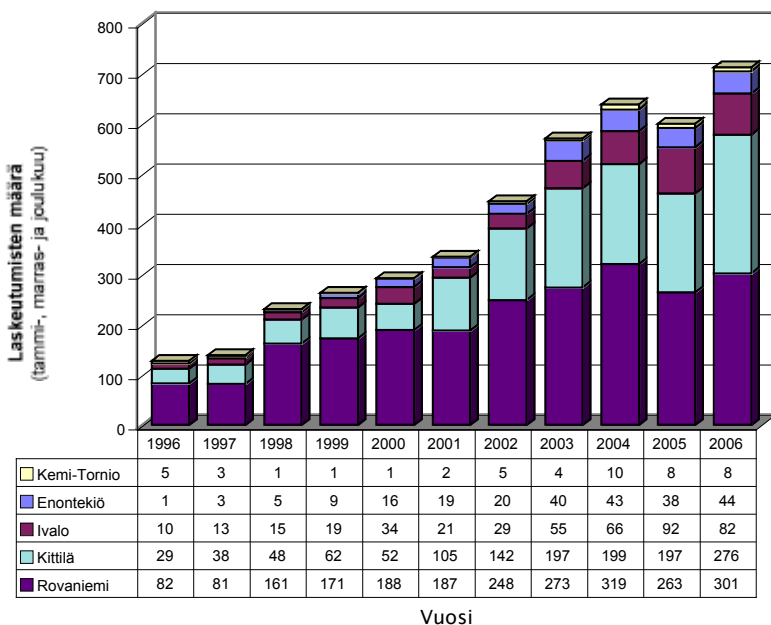
mat britannialaiset joulucharter-matkailijat saapuivat Leville vuonna 1991. Tuolloin englantilaisia matkailijoita tuli joulun aikaan noin 700 henkeä ja he viipyivät Levillä 4-5 päivää. Matkailijat lennätettiin suorilla lennoilla Rovaniemen lentokentälle, koska Kittilän lentokenttää ei voitu liittää pienten puitteiden vuoksi ohjelmaan.



Kuvio 6. Lappiin saapuneet kansainväliset tilausliikenteen matkustajat lentokentittäin (Finavia)

Lapin Kansa (1.12.1992; 20.12.1992) uutisoi vuonna 1992, että britannialaisten joulumatkailu levisi myös Saariselälle, kun ennen lähes kaikkien lentojen pääte-pysäkinä oli ollut Rovaniemi. Suoria tilauslentoja tuli Ivalon kentälle Englannista ja Skotlannista viisi ja näillä lennoilla matkusti noin 900 matkailijaa Isosta-Britanniasta. Matkat järjesti Canterbury Travel ja ne olivat kestoltaan yhden päivän matkoja. Vierailijoita isännöi Suomessa PR-Safaris.

Vuonna 2006 kansainvälisiä joulumatkailijoita tuli myös esimerkiksi Suomulle, Sallaan, Enontekiön Hettaan, Kilpisjärvelle ja Posiolle (Oinas 2006, 20; Torvinen 2006, 2). Kuviossa 7 esitetään tilausliikenteen laskeutumiset Lapin lentokentille tammi-, marras- ja joulukuussa vuosien 1996 ja 2006 välisenä aikana.



Kuvio 7. Tilausliikenteen laskeutumis Lapin lentokentille tammi-, marras ja joulukuussa vuosina 1996–2006. (Finavia)

Monet yli yön kestäviä matkoja järjestävät britannialaiset matkanjärjestäjät ovat halunneet matkoillensa Lapista oman kohteen, jonne ei tule muiden matkatoimistojen asiakkaita. Asiakkaille halutaan tarjota rauhaa, jota Lapissa on. Kaksi matkanjärjestäjää totesi myös, että kaupallistuneilta alueilta halutaan pois. Vaikka matkustajat nauttivat luonnon rauhasta, osa heistä haluaa myös mahdollisuuden viettää aikaa kaupakeskuksissa ostelemassa tuliaisista ja matkamuuistoja.

Rovaniemi on rekisteröity nykyään joulupukin lentoasemaksi ainakin EU:n maissa ja Norjassa. Ilmailulaitoksen historiikissa (1997) mainitaan, että Rovaniemen maine joulupukin lentoasemana on osaltaan kasvattanut joulun ja talviajan tilausliikennettä napapiirille vuodesta 1990 alkaen. (Ilmailulaitos 1997, 95.)

4.3 Joulumatkailun kansainvälistyminen ja matkailijoiden lähtömaat

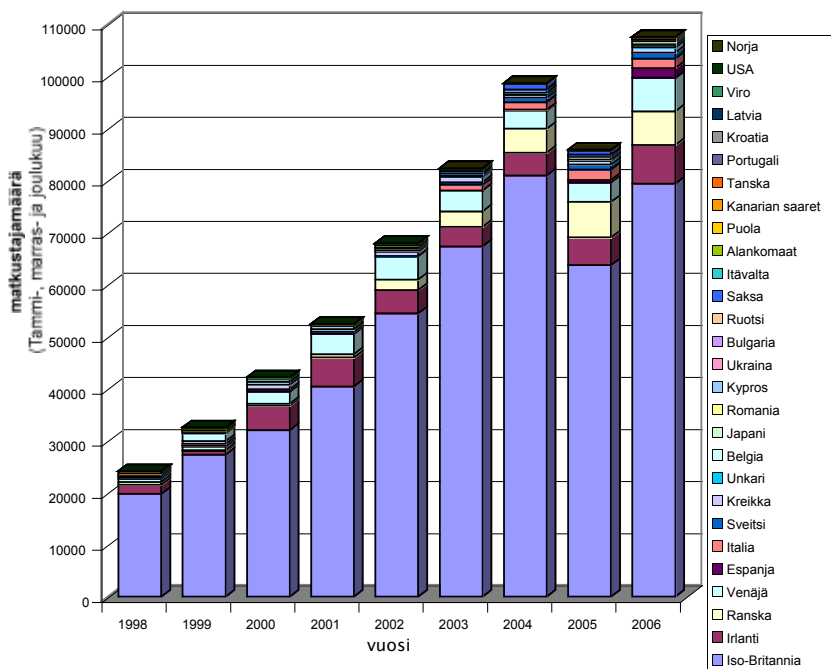
1980-luvulla ja vielä 1990-luvun alussa joulumatkailijat olivat pääsääntöisesti britannialaisia. Jyrki Nivan mukaan hänen siirtyessä Lapin Safareiden toimitusjohtajaksi vuonna 1992, oli olemassa jo kansainvälinen joulupaketti. Tällä hän tarkoittaa sitä, että asiakkaita tuli ylimääräisillä joulunajan reittiliikenteen vuoroilla Lappiin

esimerkiksi Italiasta, Saksasta ja Ranskasta, mutta matkailu oli pienimuotoista. Selkeästi enemmän joulucharter-matkailijoita alkoi tulla muualtakin kuin Isosta-Britanniasta vasta 1990-luvun lopussa ja 2000-luvun puolella. Niva totesi osuvasti, että on: *“2000-luvun huumoria lentokonecharteeraus muista maista kuin Briteistä.”* 1990-luvun loppupuolella Rovaniemellä oli seikkailunomaisesti kreikkalaisia, mutta venäläiset tulivat heti charter-liikenteen avauduttua Venäjältä. Eräsetin toimitusjohtaja Juhani Tulpon mukaan venäläiset alkoivat tulla Rovaniemelle vuosituhannen vaihteessa. 2000-luvun alkuvuosina paikallisen toimijan mukaan matkailijoita alkoi tulla charter-koneilla enenevässä määrin myös Italiasta, Espanjasta ja Puolasta.

“Venäjän markkinat on taas semmoiset, että niin paljon, kuin me vaan saadaan täältä majoitusta, niin me saadaan myytyä. Saatas myytyä paljon, paljon enempi Rovaniemee. Todella paljon enempi...Siellä on potentiaalia, vaikka kuinka paljon. Nimenomaan Rovaniemelle...täällä on riittävän suuret shoppailumahdollisuudet. Se on tärkeätä heille. He tulee rahapussin kanssa... Se rajoittaa jonkin verran. Vaikka Saariselällä on kylpylää ja on muita mahdollisuuksia vaikka kuinka paljon, mutta Ivalo on pieni shoppailupaikka.”
(Lappilainen toimija)

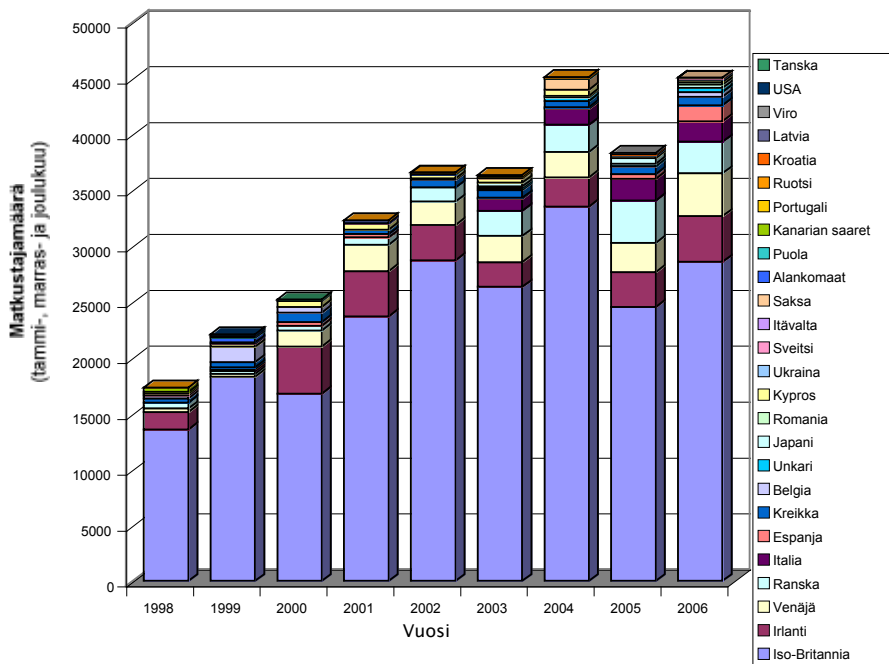
Saariselkä houkuttelee britannialaisia, mutta Tulpon mukaan venäläisille ja kreikkalaisille kohde ei mene yhtä hyvin kaupaksi kuin Rovaniemi. Arto Kanerva muistelee venäläisten aloittaneen joulumatkat Leville noin 1990-luvun lopulla ja ranskalaisten ja espanjalaisten matkustaneen Leville suuremmissa määrin 2000-luvun alusta.

Kuviossa 8 esitetään Lappiin suorilla charterlennoilla saapuneiden kansainvälisten matkustajien määrät tammi-, marras- ja joulukuussa vuosien 1998 ja 2006 väliseltä ajalta. Tätä aiemmilta vuosilta lähtömaata ei saatu erotettua lentotilastoista kuukausitasolle. Kuviossa kutakin maata kuvaavat palkit ovat selitteiden mukaisessa järjestyksessä. Eniten matkustajia on tullut Isosta-Britanniasta, mutta heidän suhteellinen osuutensa muihin maihin verrattuna on laskenut. Irlantilaiset, venäläiset, ranskalaiset ja italialaiset ovat myös kasvattamassa osuuttaan Lapin joulumatkailijoista.



Kuvio 8. Lappiin saapuneet kansainväliset tilausliikenteen matkustajat maittain tammi-, marras- ja joulukuussa (Finavia)

Suurin osa joulumatkailijoista tulee edelleen Rovaniemelle. Haastattelujen perusteella suurin osa päivamatkailijoista lentää Rovaniemelle ja vierailee Joulupukin Pajakylässä. Tämän vuoksi kuviossa 9 esitetään vielä erikseen Rovaniemen lentoasemalle saapuneet kansainvälisen tilausliikenteen matkustajat tammi-, marras- ja joulukuulta. Kuvioista on havaittavissa, että tilauslennoilla lentäneiden britannialaisten suhteellinen osuus kaikkiin muihin maihin suhteutettuna on laskenut. Ranskalalaisten ja italialaisten osuus on vastaavasti kasvanut, mutta myös irlantilaisten ja venäläisten osuus kaikista joulumatkailijoista on merkittävä.



Kuvio 9. Rovaniemelle saapuneet kansainvälisen tilausliikenteen matkustajat maittain tammi, - marras- ja joulukuussa (Finavia)

Eri aineistojen pohjalta on koottu taulukko, jolla on pyritty kuvaamaan matkailijamäärien ja lentojen kehitystä vuodesta 1983 (Taulukko 1, sivu 50).

Taulukko 1. Lentojen, matkustajamäärien, yöpymisten ja matkatoimistojen määrän kehittyminen

	Kansainvälisten matkustajien määrä vuositasolla (saapuneet + lähteneet + vaihtaneet)	Matkustajamäärän muutos edellisestä vuodesta (%)	Saapuneet kansainvälisen lentoamatkustajat (tammi- ja joulukuu)	Kansainvälisten tilausliikenteen laskentamiset Lappiin vuositasolla	Kansainvälisen tilausliikenteen laskentamiset Lappiin (tammi-, marras- ja joulukuu)	Concorde-lentojen lukumäärä joulukuussa	Britanniatusten yöpykset Lapissa joulukuussa *	Joulumarkoja tarjoavien matkatoimistojen määrä Isoissa-Britanniasa**
1983	1 159	-	N/A	25	N/A	0	N/A	Britanniasa**
1984	3 214	177,3 %	N/A	19	N/A	1	N/A	1 (marche)
1985	3 941	22,6 %	N/A	27	N/A	2	N/A	2 (joulukuusta)
1986	2 427	-38,4 %	N/A	21	N/A	2-3	N/A	2 (?)
1987	4 128	70,1 %	N/A	40	N/A	2-4	N/A	2 (?)
1988	4 879	18,2 %	N/A	34	N/A	2-3	N/A	6
1989	7 811	60,1 %	N/A	59	N/A	2-4	N/A	4-5 (?)
1990	11 764	50,6 %	N/A	82	N/A	12	N/A	4-5 (?)
1991	10 967	-6,8 %	N/A	86	N/A	2	N/A	9
1992	14 694	34,0 %	N/A	123	N/A	1	N/A	2 tai enemmän
1993	17 278	17,6 %	N/A	132	N/A	0-1	N/A	6
1994	29 781	72,4 %	N/A	163	N/A	2	N/A	3 tai enemmän
1995	39 676	33,2 %	N/A	215	N/A	2	14 733	N/A
1996	41 822	5,4 %	17750	231	127	2	12 254	N/A
1997	48 544	16,1 %	20131	199	138	2	15 006	N/A
1998	53 431	10,1 %	24082	244	230	2	20 767	N/A
1999	72 343	35,4 %	32350	314	262	2	25 685	19
2000	91 454	26,4 %	42140	346	291	0	46 393	16
2001	114 353	25,0 %	52384	383	334	0	46 345	21
2002	145 092	26,9 %	67912	512	444	0	58 932	11
2003	180 366	24,3 %	82307	684	569	0	75 199	14
2004	211 345	17,2 %	98619	759	637	0	84 112	15
2005	190 953	-9,6 %	85844	697	598	0	88 200	16
2006	231 157	21,1 %	107502	862	711	0	110 314***	15

N/A= tietoa ei saatavilla

* Yöpymissä merkity vain uudet Tilastokeskuksen korjatut tiedot vuosilta 1995–2005, aiemmilla vuosilla korjattuja aikasarjoja ei ole tehty.

**) Arvo

***) Vuoden 2006 luvut ovat ennakkotietoja

Lähteet: Finavia, Tilastokeskus, Sorro 31.1.2006, Alakulppi 2006, Mitchell 5.8.2006 ja 29.1.2007, MEKin esitteet, haastattelut ja lehdistötekstit.

Tilausliikenteen laskeutumisia tarkasteltaessa on huomioitava, että mukana luvuissa on myös mahdolliset incentive-lennot sekä suomalaisten matkatoimistojen suorot aurinkolennot. Markkinoille tulleita britannialaisia matkanjärjestäjiä on selvitetty Matkailun edistämiskeskuksen talviesitteiden, lehtiartikkeleiden ja haastattelujen pohjalta. Britannialaisia matkanjärjestäjiä on koottu liitteeseen 1. Markkinoilla on voinut olla muitakin matkanjärjestäjiä, mutta listauksen avulla pyrimme esittämään yleiskuvan kilpailun kehittymisestä Ison-Britannian markkinoilla.

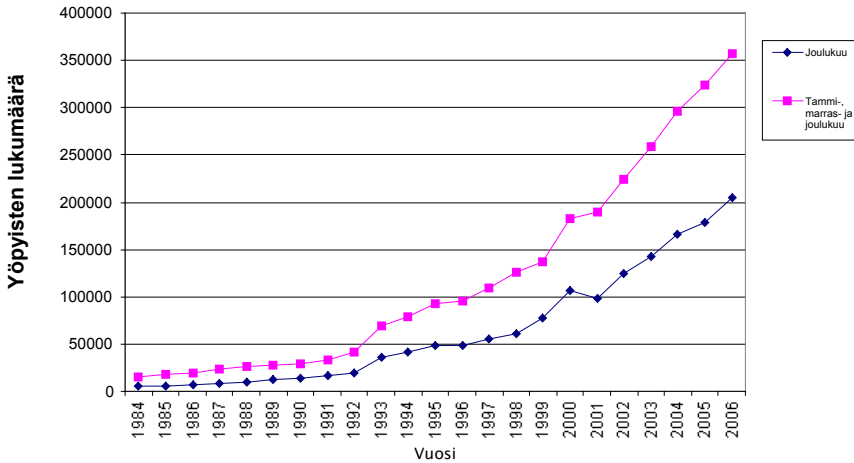
4.4 Matkailijoiden viipymän kehittyminen

Matkailijoiden viipymässä on tapahtunut muutoksia vuosien varrella. 1980-luvun alussa Concordella tulleet matkustajat viipyivät Lapissa vain päivän. Myöhemmin Concordella tuleville matkustajille tarjottiin myös yöpymisen sisältävä tuote. Colin Mitchellin mukaan Goodwood Travelin asiakkaille tarjottiin yhden, kahden tai kolmen päivän matkoja vuonna 1992. Yöpymisen sisältävissä matkoissa toinen puoli matkasta lennettiin normaalilla koneella, jotta myyntihinta voitiin pitää kohtuullisella tasolla. Vuonna 1987 Canterbury Travel operoi ensimmäisen tilauslennolla tulleen varsinaisen joulumatkan Luostolle. Ensimmäisellä matkalla oli yöpyviä asiakkaita, kuten seuraavinakin vuosina. Ensimmäinen päivämatka Canterbury Travelilla oli vuonna 1990. MEKin edustajien mukaan päivämatkoja tarjoavat matkatoimistot huomasivat vähitellen, että useamman päivän pituiset matkat kannattavat päivämatkoja paremmin ja tarjontaa suunnattiin yöpyviin. Osa matkatoimistoista myisi mielellään pelkkiä yöpymisen sisältäviä matkoja, mutta päivämatkoja on tarjolla asiakkaiden toiveesta. Aiemmin ongelmallisena pidettiin juuri vierailijoiden lyhyttä viipymää Lapissa. Lapin Kansan mukaan vuonna 1990 suurin osa joulumatkailijoista viipyi Rovaniemellä vain päivän. (Lapin Kansa 19.9.1990.)

Matkailijoiden viipymisestä on mahdollista saada tietoa välillisesti tarkastelemalla majoitustilastoja. Tilastokeskuksen mukaan majoitustilastot eivät ole täysin vertailukelpoisia ennen vuotta 1995 olevien tietojen osalta. Tilastokeskuksen majoitustilastojen tietojärjestelmä uudistettiin vuonna 2004, jolloin otettiin käyttöön tiedon korvausmenetelmä (imputointi) (Internet 3). Menetelmän käyttö parantaa tilastojen alueellista ja ajallista vertailukelpoisuutta. Korjattuja aikasarjoja on tuotettu takautuvasti toistaiseksi vain vuosien 1995–2005 väliseltä ajalta ja tällöinkin vain koko vuoden ja joulukuun osalta. Tämän lisäksi majoitustilastoon tehtiin tiedonkeruuta koskevia muutoksia vuosina 1986 ja 1993.

Kuviosta 10 näkyy, että kansainväliset yöpymiset ovat lisääntyneet Lapissa vuosien 1984 ja 2006 välisenä aikana. Kuten lentotilastoissa lentomatkustajien kohdalla, myös majoitustilastoissa on tapahtunut yöpymisten osalta kasvua. Kuviossa

10 on esitetty yöpymisvuorokausien lukumäärä sekä joulukuun että tammi-, marras- ja joulukuun osalta. Taulukon tiedot ovat ennakkotietoja, jotka voivat jonkin verran poiketa lopullisista tiedoista.

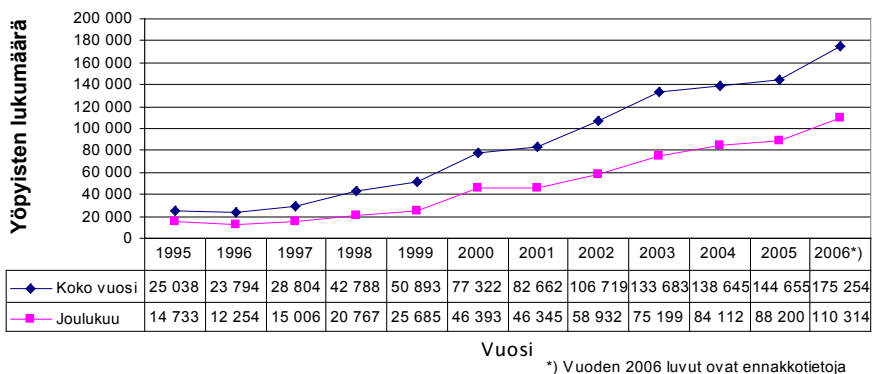


Kuvio 10. Kansainvälisten matkailijoiden yöpymisten määrä Lapissa joulukuussa sekä tammi-, marras- ja joulukuussa. (Tilastokeskus, Majoitustilasto)

Kuviossa 11 on esitetty britannialaisten matkailijoiden yöpymiset koko vuonna sekä joulukuussa vuosina 1995 – 2006. Kuviosta havaitaan, että britannialaisten matkailijoiden yöpymiset ovat lisääntyneet joulukuun osalta tasaisesti vuosina 1995–2006, jos ei oteta huomioon vuoden 1996 pientä laskua yöpymisvuorokausissa. Yöpymiset alkoivat kasvaa selvemmin vuoden 1996 jälkeen. Vuoden 2006 Tilastokeskuksen ennakkotietojen mukaan britannialaisten matkailijoiden yöpymiset kasvoivat edelleen vuonna 2006 ja kasvuaste verrattuna aikaisempiin vuosiin on merkittävä.

Vaikka vuonna 2005 lentomatkastajamäärät vähenivät (ks. kuvio 3 s.20 ja kuvio 8, s.48), britannialaisten matkailijoiden yöpymiset lisääntyivät joulukuussa. Tämä viittaa yöpymisen sisältävien matkojen suosion kasvuun ainakin britannialaisten matkailijoiden osalta.

Jyrki Nivan mukaan viipyminen lomakohteissa pitenee ja samalla kysyntä leviää kaikkialle Lappiin. Toisaalta markkinointipäällikkö Hanna-Mari Kyläkoski toteaa, että Rovaniemellä englantilaisille suuntautunut joulumyynnin kasvu on tasaantunut, eikä kaupungin yöpymisluvuissa voi enää odottaa kasvua, sillä hotellit ovat jouluisin täynnä (Tuomi 2006).



Kuvio 11. Britannialaisten matkailijoiden yöpymiset Lapissa koko vuonna ja joulukuussa vuosina 1995–2006 (Tilastokeskus, Majoitustilasto)

4.5 Asiakasprofiilin muutos

Goodwood Travelin Concorde-lentojen asiakkaat kuuluivat yleisesti ylempään tuloaluokan kansalaisiin, joilla oli varaa lähteä päivän tai kahden pikavierailulle Concordeella. Osa Concorde-matkailijoista oli kuitenkin säästänyt matkarahat yhden tai useamman vuoden aikana, jotta heillä oli varaa toteuttaa unelmansa edes kerran elämässään. Myös Canterbury Travelin asiakkaat kuuluivat MEKin edustajien mukaan tuolloin ylempään keskiluokkaan.

Nykyään Isossa-Britanniassa on trendikästä tuoda perhe Lappiin. Osalla asiakkaista on lappilaisten toimijoiden mukaan selvästi ylimääräistä rahaa ja osa ottaa matkaa varten vaikka lainaa. Yksi haastateltu oli kuullut jopa eläkesäästöjen realisoinnista matkoja varten. Ensimmäisenä Leville saapuneet britannialaiset matkustajat 90-luvulla kuuluivat tulotasoltaan yläluokkaan, mutta vähitellen matkailijat ovat keskiluokkaistuneet. Tulpon mukaan ensimmäiset Rovaniemelle saapuneet venäläiset olivat ”ökyrikkaita”, mutta heidänkin ryhmänsä on keskiluokkaistunut. Toisaalta Tulppo mainitsee, että Isosta-Britanniasta tulee nykyisin hyvin erilaisen taustan omaavia matkailijoita samanaikaisesti:

”On isovanhempia, jotka todella päättää, että ne vievät ne lapsenlapset ja sitten kun seuraavat kasvaa, niin tuovat uudet. Sitten on semmoisia bisnesmiehiä, joilla ei ole perheelle aikaa, niin ne tekevät sen saturetken. Yhden päivän ottaa töistä vapaata.”

Vaikka Lapin joulumatka on perinteisesti ollut eräänlainen ”Once in a lifetime” -kokemus asiakkaille, ovat samat asiakkaat matkatoimistojen edustajien mukaan tulleet matkoille uudestaan. Tyytyväinen asiakas haluaa mahdollisesti kokea saman matkan samanlaisena uudelleen. Osa yhden päivän pituisella matkalla olleista asiakkaista haluaa tulla uudelleen pidemmälle matkalle, sillä yhdessä päivässä ei paikanpäällä ehdi kokea kaikkea. Eräs matkatoimiston edustaja huomauttaa, että osa asiakkaista haluaa tulla uudestaan Lappiin joulumatkalle, mutta he kokeilevat mielellään myös matkanjärjestäjän tarjoamaa uutta kohdetta.

Muutama haastateltu mainitsee asiakkaiden muuttuneen myös vaatimustasoltaan. He vaativat yhä enemmän samalla rahalla. Matkasta ei olla valmiita enää maksamaan yhtä paljon kuin ennen ja silti matkalta halutaan koko ajan enemmän. Tämä heijastuu myös matkanjärjestäjiin Isossa-Britanniassa ja palvelun tuottajiin Suomessa. Yksi haastatelluista mainitsee myös amerikkalaisen haastekulttuurin leviämisen Isoon-Britanniaan. Asiakkaat saattavat valittaa yhä helpommin pienistä asioista ja unohtaa perinteisen maalaisjärjen käytön.

Matkatoimistojen edustajien mukaan henkilökohtaiset suositukset tuovat heille paljon uusia asiakkaita. Myös kilpailijoilta tulee asiakkaita, sillä toisen matkanjärjestäjän matkalta saadut kokemukset eivät ole aina välttämättä vastanneet asiakkaiden odotuksia. Haastateltujen matkatoimistojen edustajat korostivatkin, että he käyttävät esitteissään neutraaleja ilmaisuja ja pyrkivät välttämään liian suurten odotusten synnyttämistä.

”Mainostamme vähemmän, mutta annamme heille enemmän kuin he odottivat...Ylitämme odotukset. Ja koska asiakkaat ovat nykyään yhä vaativampia, on mukava tarjota heille enemmän kuin he odottivat.”

(Britannialainen matkanjärjestäjä)

4.6 Kasvuvaiheen kiristynyt kilpailu

1990-luvulla matkanjärjestäjiä alkoi tulla selvästi lisää. Matkailun edistämiskeskuksen lehdistötiedotteessa vuodelta 1991 (18.10.1991) mainitaan jo kahdeksan britannialaista joulumatkanjärjestäjää. Vuosi 2000 osoittautui matkanjärjestäjien määrän mukaan tarkasteltuna huippuvuodeksi. Tällöin 21 britannialaista matkanjärjestäjää tarjosi joulumatkoja Suomen Lappiin. Sittenmin määrä on vakiintunut noin 15–20 matkanjärjestäjän välille. Markkinoilla on myös pienempiä matkanjärjestäjiä, jotka käyttävät Finnairin reittilentoja. Lisäksi joissakin britannialaisissa lehdissä ilmeni, että lehdet järjestivät myös lukijamatkoja joulun alla Lappiin.

Arto Kanervan mukaan Lapin joulumatkoja tarjoavia britannialaisia matkan-

järjestäjiä oli alussa vain muutamia, jonka jälkeen 3-4 vuotta myöhemmin tuli paljon pieniä. Pienemmät matkanjärjestäjät tippuivat markkinoilta pois vuosien 1998 ja 1999 tienoilla, kun isot matkanjärjestäjät alkoivat vallata markkinoita ja kilpailussa vain parhaiten pärjäävät jäivät jäljelle. Kehitys vaikuttaa olleen samankaltaista Levin alueen lisäksi myös Rovaniemellä ja muuallakin Lapissa.

MEKin Lontoon toimiston edustajat muistelevat kireimmän kilpailun alkaneen 90-luvun puolivälissä, minkä vahvistavat myös Lapin paikalliset toimijat, jotka muistelevat kilpailun kiristymisen ajoittuvan tähän ajankohtaan. Heidän mukaansa hinta tuli ratkaisevaksi tekijäksi vuosien 1994–1997 välisenä aikana. Tällöin markkinoille tuli suurella volyymillä uusi matkanjärjestäjä, joka myi tuotteen halvalla hinnalla asiakkaille. Merkille pantavaa tuotteessa oli, että hintaan sisältyi pelkät lennot.

Matkanjärjestäjät kokevat, että he kilpailevat käytännössä kaikkien kanssa, jotka tuovat jouluchartereita Lappiin. Eräs matkatoimiston edustaja huomautti, että hyvä kilpailu ei ole koskaan pahasta, sillä sen avulla toimijat joutuvat tarkistamaan tuotteen laatuun ja standardeihin liittyviä tekijöitä. Ärsyttävää on sen sijaan kilpailun aikaansaama toisten tuotteiden suora kopiointi. Jotkut matkanjärjestäjät kopioivat toisten matkanjärjestäjien ohjelmien nimiä ja jopa esitteiden kirjoituksia. Haastatteluissa käsiteltiin kilpailua yleisesti, mutta myös hintakilpailua, kilpailua Suomessa sekä maiden välistä kilpailua.

Kilpailua esiintyy Lapissa myös ohjelmanpalveluyritysten välillä. Lapin Safarit oli 1980-luvun alussa ainoa paikallinen ohjelmanpalveluyritys Rovaniemellä, joten asiakkaat tulivat heille. Eräsetti aloitti toimintansa Rovaniemellä vuonna 1990. Saariselällä toimi Luonto Loma ja Arctic Safaris tuli markkinoille 1985. Levin Safarit aloitti toimintansa virallisesti 1991 pääpaikkanaan Levi. Myöhemmin markkinoille on tullut lisää pienempiä ja isompia toimijoita ja yritykset ovat laajentaneet toimintaansa ympäri Lappia ja myös Kuusamoon.

Britannialaisten matkatoimistojen edustajat kokevat, että hintakilpailu on johtanut myös ohjelmanpalveluyrittäjien kilpailutilanteen kiristymiseen. Hintoja ei pitäisi laskea liian alas, jotta katteet eivät häviäisi paikallisilta toimijoilta kokonaan. Vuonna 1993 erilaisia kelkkasafariyrityksiä Lapissa oli jo kymmeniä (Laalo 1993). Yksi matkatoimiston edustaja kritisoi myös paikallisten toimintaa Lapissa: mukaan tulee myös toimijoita, jotka keskittyvät laadun sijasta pelkästään myynnin lisäämiseen. Haastatteltujen ohjelmanpalveluyritysten edustajat painottivat laadun tärkeyttä hinnan sijaan. *”Joskus me menetetään sen takia asiakkaita, kun ei lähetä tekemään halvalla.”*

Sen lisäksi, että kilpailua on alkanut esiintyä Ison-Britannian markkinoilla ja Lapissa, pohdittiin haastatteluissa myös Pohjoismaiden välistä kilpailua joulutuotteesta. Ruotsi on yrittänyt aikaisemmin kilpailla omalla joulumaalla, joka ei kuitenkaan pärjännyt kilpailussa Suomen kanssa. Vuonna 2006 Ruotsi otti kuitenkin

jälleen käyttöön Swedish Lapland -nimen, vaikka idea tuotemerkestä syntyikin jo vuonna 2000. Ruotsin Lappi on päättänyt haastaa Suomen Lapin. Pajalan matkailupäällikkö Kerstin Svalan mukaan Suomen Lapissa kaikki ei välttämättä olisi enää aitoa, vaan tilalle on tullut kaupallisuutta. Ruotsin Lapin matkailustrategian avainasanana on *aitous*. (Holma 2006, 15–16.) Lappilaiset haastatellut eivät usko Ruotsin pärjäävän kilpailussa, sillä maa on heidän mukaansa Suomen Lapin joulumatkailua ainakin kymmenen vuotta jäljessä. Mutta mitä tapahtuisikaan kymmenen vuoden kuluttua, jos Ruotsi ottaa mallia Suomen Lapista, mallintaa hyvät käytäntömme ja kehittää infrastruktuuriaan?

The Timesin Isossa-Britanniassa ilmestyneessä artikkelissa (Pearce 1991) kerrotaan myös Grönlannin mainostaneen maataan joulupukin aitona kotimaana ja avanneen Rudolf the Red-Nosed Reindeer -nimellä toimivan ravintolan ensimmäisessä vaiheessa olevaan huvittelukeskukseen, johon artikkelin mukaan odotettiin matkailijoiden ryntäystä. Kiista joulupukin kotimaasta nousi artikkelin mukaan esiin myös Pohjoismaiden neuvoston kokouksessa vuonna 1990, kun Grönlannin silloinen pääministeri syytti Suomea joulupukin varastamisesta. Artikkelin lopussa arvelaan Suomen joutuneen hyökkäyksen kohteeksi osittain siitä syystä, että Rovaniemellä toimiva joulupukin keskus on osoittautunut menestykseksi yli 500 000 vuotuisella kävijämäärällään ja lisäksi Suomeen tulvii kirjeitä joulupukille yli 600 000, kun Grönlantiin tulee vuosittain vain 30 000 kirjetä. Vuonna 2005 kirjeitä joulupukille Napapiirille saapui noin 550 000. Suurin osa kirjeistä tulee Britanniasta, noin 370 000 ja seuraavaksi eniten Italiasta ja Puolasta. (Vehmas 2006.)

Kalevan verkkolehti (Sahavirta 2007) raportoi norjalaisen NRK:n radioaseman internet sivujen kertomasta ehkä uusimmasta yrityksestä viedä joulumatkailu Suomesta. Pohjoisnorjalaisen markkinointikampanjan mukaan Joulupukin toimisto sijaitsee Nordkappissa, ei suikaan Pohjois-Suomen Napapiirillä, Grönlannissa tai Pohjois-Ruotsissa. Kampanjan avulla pyritään houkuttelemaan nykyisin Rovaniemellä vierailevat englantilaiset perheet Pohjois-Norjaan. Britannialaisille tarjotaan suoria charter-lentoja Lontoosta Lakselviin. Ongelmaksi voi kenties muotoutua yli 200 kilometrin bussimatka Lakselvin lentokentältä Nordkappiin. Toiseksi ongelmaksi povataan säätä. (Sahavirta 2007.)

MEKissä painotettiin 1980-luvulla, että markkinoitaessa Suomen Lappia, on markkinoinnissa käytettävä Finnish Lapland -nimeä. Myöhemmin matkanjärjestäjät ovat siirtyneet pääasiassa käyttämään pelkkää Lapland -nimeä. Yleensä joulucharter-tuotteen kohdalla matkanjärjestäjät tarkoittavat alueellisesti Suomen Lappia, jossa joulumatkailu tapahtuu tällä hetkellä. Haastatelluista osa on huomannut, että Ruotsi on mainostanut myös omaa Lappiaan pelkkänä Laplandina. Ruotsalaiset ovat markkinoineet itseään myös Hollannissa Lapland-nimen alla.

” Että ne ei enää myyneetkään sitä Swedish Lapland tai millään muulla vaan Lapland. Sit mä rupesin kattoon, että mikä Lapland. Se olikin Ruotsin Lappi”
(MEKin edustaja)

4.7 Lappi ja joulumatkailu kasvuvaiheessa

Joulumatkailu Lappiin muodostui MEKin edustajien mukaan heti 1980-luvun jälkeen säännölliseksi matkailuksi, sillä heti alkuvuosista lähtien joulumatkailijoiden määrä on kasvanut. Joulumatkailussa ei ole ollut incentive-matkoille ominaisia heilahteluja.

Lapin matkailun viisi sesonkia ovat kevät, kesä, ruska, ensilumi ja sydäntalvi. Joulumatkailijat kuuluvat merkittävimpiin ulkomaisten talvimatkailijoiden ryhmään. (Suomen Matkailun kehitys 1995, 45, 75.) Suurin osa joulumatkailijoista, vuonna 2006 noin 74 prosenttia, tulee Isosta-Britanniasta. 1970-luvulla britannialaiset matkustivat Lappiin vain kesällä, mutta nykyään talvikausi on kesää suosittumpi. Joulumatkailu on MEKin edustajien mukaan auttanut myös Lapin hiihtotuotteen edistämässä.

Lappi alueena tunnetaan silti Suomea paremmin. Isossa-Britanniassa Lappi on haastatelluista suurimman osan mielestä vahvempi brändi kuin Suomi. Lappia markkinoidaankin usein pelkällä Lapland-nimellä, eikä Suomena. Vaikuttaa myös siltä, että Kuusamo on hakeutumassa alueena mukaan Lapin markkinointiin. Kuusamon matkailuyritykset menestyivät hyvin marras- ja joulukuun myynnissään vuonna 2006. Isosta-Britanniasta saapui kaksi kertaa enemmän matkailijoita edellisvuoden vastaavaan aikaan verrattuna. Myös osa Rovaniemelle saapuvista matkailijoista kuljetettiin Kuusamoon Rovaniemen huonon lumitilanteen vuoksi. Kuusamossa riitti lunta jo lokakuulta alkaen. Kuusamo on tehnyt ulkomaanmarkkinointia yhdessä naapurikuntiansa Sallan, Taivalkosken ja Posion kanssa. Kuusamon myyntiä vauhdittavat suorat lentoyhteydet ja vuonna 2006 sinne tulivat myös ensimmäiset päivächarterit. (Tuomi 2007.)

Vuosien varrella Lapin lentokentät alkoivat kärsiä tilan ahtaudesta matkustajamäärien ja konemäärien lisääntyessä. Ensimmäisenä jouduttiin kiinnittämään huomiota lentokentän ahtaisiin asiakastiloihin. Rovaniemen lentokentällä huomioitiin safariyrittäjien tarpeet ja lentoaseman alakertaan luotiin tilat, joissa kiireisimmät matkailijat pystyivät vaihtamaan vaatteensa safareita varten. Lisääntyneen matkailijamäärän vuoksi useita Lapin lentokenttiä on laajennettu ja yleisötiloja parannettu. Rovaniemen lisäksi Ivalo ja Kittilä ovat laajentuneet matkustajamäärien kasvaessa vuosi vuoden jälkeen. Viimeisimpiä laajennuksia on tehty Kittilän lentoasemalle

vuosina 2005 ja 2006. Laajennukset parantavat lentoaseman lähtöselvitys- ja odotus-tiloja. (Ilmailulaitos 2005, 19; Internet 4.)

Lentomatkailua koetteli Kittilän lentoasemalla syttynyt tulipalo 27.7.2006. Palo vaurioitti lentoaseman saapuvan liikenteen sekä Non-Schengen osaa. (Internet 5; Internet 6.) Rovaniemen uuden terminaalin lentoasemarakennus vihittiin käyttöön 18.5.1992 ja laajennusosa otettiin käyttöön vuonna 2000. Ivalon lentoasemarakennusta laajennettiin vuonna 1986, 1997 ja 1998. (Alakulppi 2006, 703, 714.)

Joulumatkailu innosti myös kiinnittämään huomiota Rovaniemen lentokentän yleisilmeeseen. Lentokentällä esiteltiin ensimmäistä kertaa vuonna 1996 nähtävyytenä toimiva poropatsas, jonka toteutti Taote Oy kuvanveistäjä Urpo Kärhen johdolla (Alakulppi 2006, 795). Alakulppi pitää tärkeänä lentokentän silloisen päällikön Ossi Kompan aloitteellista toimintaa ja halua kehittää Rovaniemen lentokenttää matkailijoita palvelevaksi. Myös muu kenttähenkilöstö osoitti vastaavanlaista kiinnostusta joulumatkailua kohtaan.

Vaikka lentoasemia on laajennettu ja erityistä huomiota on kiinnitetty matkailijoiden viihtyvyyteen tulevaisuudessakin, mainittiin muutamassa haastattelussa Suomen lentoliikenteessä alussa olleet pullonkaulat. Reittilennot tulivat Lappiin Helsingin kautta ja aikatauluissa oli parannettavaa. Helsingissä piti odottaa useita tunteja jatkolentoa esimerkiksi Rovaniemelle. Pääasiassa vain suuremmat britannialaiset matkatoimistot käyttivät suoria tilauslentoja Isosta-Britanniasta Lappiin.

Myös ulkomaiset toimijat ovat investoineet Lappiin. Esimerkiksi lontoolainen matkatoimisto Canterbury Travel on rakentanut mökkejä ja varastotiloja Luostolle. Lisäksi se avasi vuonna 2005 uuden hotelli-ravintolan Suomulle ja neuvotteli Sodankylän lentokentän ostamisesta (Oinas 2005; Hakala 2005).

Lentoasemien ja hotellien lisäksi investoitiin myös teiden ja valaistuksen parantamiseen. Santapark perustettiin vuonna 1997 ja avattiin virallisesti seuraavana vuonna 1998. (Torkko 2005, 4; Internet 7, Rovaniemen Matkailu 2005.) Aina paikalliset resurssit eivät riittä tyydyttämään voimakkaasti kasvanutta matkailua: *”kuljetuskalustoja, busseja tuodaan Etelä-Suomesta, tuodaan Ruotsin puolelta. Ei enää riittä paikalliset bussit alkuunkaan. Eli se on yhtä hulinaa se joulukuu.”* (Lappilainen toimija)

4.8 Kasvun taustalla olevia syitä

Voimakkaan kasvuvaiheen aiheuttajaksi paikalliset toimijat arvelevat Lapin joulutuotteen tunnettuuden lisääntymisen Isossa-Britanniassa ja tiedon leviämisen Lapin joulutuotteesta myös muihin maihin. Tuote oli muotoutunut perusmuotoonsa 1980-luvulla Isossa-Britanniassa. 90-luvun puolessa välissä alkoi esiintyä myös uusia ta-

poja toteuttaa joulumatkailua. Britannialaiset toimijat etsivät sellaisia konsepteja, että loppuasiakkaalla oli varaa ostaa tuote, sillä aiemmin tuote oli lähinnä yläluokan ostettavissa. Tuotetta siis yksinkertaistettiin. Myös uusien ja isojen matkanjärjestäjien mukaan tulo lisäsi volyyymiä, sillä heillä oli entuudestaan suuri asiakaspääoma, joille Lapin matkoja voitiin tarjota.

Paikallisen lappilaisen toimijan mukaan se, että Isossa-Britanniassa koetaan jollakin tapaa trendikkääksi tuoda lapset Lappiin tapaamaan joulupukkia, lisää edelleen kiinnostusta Suomen Lappia kohtaan. Jyrkän kasvun taustalla vuosien 1996 ja 1997 tienoilla on haastateltujen lappilaisten toimijoiden mukaan isojen varteenotettavien matkanjärjestäjien tulo markkinoille. Lappilainen joulutuote on esiintynyt paljon mediassa Isossa-Britanniassa ja kauppa luo safaryrittäjän mukaan uutta kauppaa. Kasvua ja menestymistä Britannian markkinoilla voidaan selittää myös Lappissa toimivien palveluntuottajien hyvällä ammattitaidolla, joka pitää huolen siitä, että asiakkaat pysyvät tyytyväisenä. Yksi paikallinen toimija toteaa, että välillä ”*on kasvettu sen takia, koska on ollut pakko kasvaa*”. Kasvu ei välttämättä ole ollut edes hallittua.

Kasvuvaihe elinkaariteorian valossa 1990-luvulta alkaen:

Kasvuvaiheen alun määrittämisessä käytettiin tässä tutkimuksessa matkailijamäärien kehitystä sekä kilpailevien matkanjärjestäjien markkinoille tuloa. Jyrkkä matkailijamäärien kasvu alkaa tilastojen mukaan vuosien 1996 ja 1997 tienoilla. Toisaalta haastatellut esittävät muutamia seikkoja, jotka viittaisivat kasvuvaiheen alkamiseen jo hieman aiemmin. Kilpailevia matkanjärjestäjiä alkoi olla useampia 1990-luvun alussa. Myös paikallisten palveluntuottajien välille alkoi tuolloin muodostua kilpailua. Kasvuvaiheen voidaan sanoa alkaneen 1990-luvun alussa, mutta jyrkempi kasvu sai alkunsa vuosien 1996–1997 tienoilla. Haywoodin (1986) sekä Pollin ja Cookin (1969) mallien mukaisesti tehtyjen laskelmien perusteella Lapin joulucharter-tuotteen kasvuvaihe alkaisi vuodesta 1990.

Tuotteen elinkaarimallin mukaan kasvuvaiheessa myynti kasvaa ja kilpailijoita tulee markkinoille voittojen toivossa. Hinta joko pysyy ennallaan tai alkaa vähitellen laskea. (Kotler ym. 1999.) Vuonna 1991 joulumatkoja Lappiin tarjosi Isossa-Britanniassa 8-9 matkanjärjestäjää. Vuosien 1996 ja 1997 aikana matkailijamäärien kasvu nytkähti rajusti ylöspäin ja kilpailu kiristyi matkanjärjestäjien tarjonnan lisääntyessä Isossa-Britanniassa. Haastatteluihin mainittiin, että vuonna 1997 Ison-Britannian markkinoille tuli mukaan matkanjärjestäjä, jonka hinnat olivat selvästi matalammat ja tuote tarkoitettu laajemmalle kohderyhmälle. Ensimmäistä kertaa hinta tuli keskusteluun myös

palvelun tuottajien keskuudessa Lapissa, kun matkanjärjestäjät alkoivat kilpailuttaa ohjelmapalveluyrityksiä. Ensimmäisiä hintakilpailun merkkejä alkoi siis esiintyä, mikä viittaa myös kypsyyssvaiheelle tyypilliseen piirteeseen (ks. Kotler ym. 1999).

1990-luvulla matkailijat eivät olleet enää pelkästään alkuvaiheen innovaattoreita, jotka halusivat kokeilla uutta, vaan lähinnä aikaisia hyväksyjä. Joulumatkat tunnettiin jo Isossa-Britanniassa. Asiakkaita tuli ylemmän luokan lisäksi muistakin tuloluokista, lähinnä ylemmästä keskiluokasta (vrt. Thurot'n malli, Pearcen 1995 mukaan). Butlerin (1980) mallin mukaan kehitysvaiheessa alueen luonnollisia sekä kulttuurisia vetovoimatekijöitä kehitetään ja alkuperäisiä vetovoimatekijöitä aletaan myös korvata keinotekoisilla. Vuonna 1998 avattiin Santapark, joka voidaan lukea kuuluvaksi Butlerin (1980) mainitsemiin keinotekoiisiin vetovoimakohteisiin.

1990-luvulla ulkomaiset toimijat alkoivat yhdessä paikallisten kanssa kehittää alueen majoituskapasiteettia. Canterbury Travel on esimerkki ulkomaisesta yrityksestä, joka on investoinut muun muassa Luoston alueen kehittämiseen matkailulle sopivaksi. Myös viranomaiset joutuivat kiinnittämään huomiota esimerkiksi lentokenttien ahtaaksi käyneisiin tiloihin, joten lentokenttien asiakastiloja on uusittu useampaan kertaan. Tämä tukee Buhaloksen (2000) esittämää investointien lisääntymistä siirryttäessä esittelyvaiheesta kasvu-vaiheeseen. Haastattelujen mukaan matkanjärjestäjät hakevat Lapista myös omia kohteita. Esimerkiksi Canterbury Travel on tehnyt pitkään matkoja Luostolle ja Cosmos Leville.

5 NYKYTILA: KASVU- JA KYPSYYSVAIHE RINNAKKAIN

2000-lukua joulumatkailun osalta on leimannut kilpailun kiristyminen etenkin Isossa-Britanniassa. Toisaalta joulutuote on kansainvälistynyt, mikä tarkoittaa, että Lappi houkuttelee joulumatkailijoita Ison-Britannian lisäksi muistakin maista. Tässä kappaleessa on tarkoituksena esittää haastatteluissa esille tulleita nykytilalle ominaisia piirteitä. Edellinen 1990-luvun alusta alkaneesta kasvuvaiheesta kertova kappale liittyy oleellisesti nykytilaan, sillä kasvu- ja kypsyysvaihe vaikuttavat esiintyvän tätä kirjoitettaessa (v.2007) osin rinnakkain.

5.1 Tuote kansainvälistyy entisestään 2000-luvulla

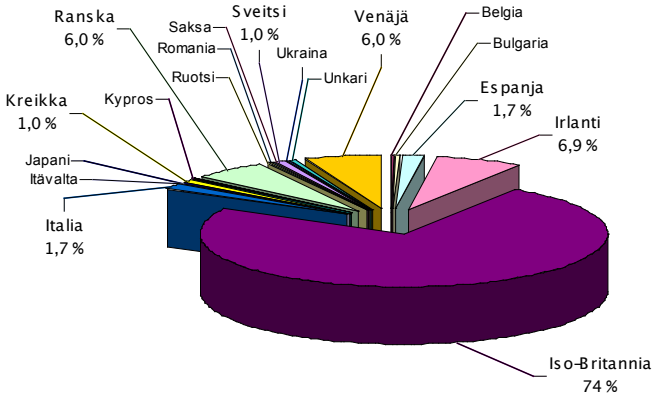
1990-luvun loppupuolella Lapin joulucharter-tuote alkoi vähitellen kansainvälistyä entisestään. Britannialaisten lisäksi Lappi ja joulu alkoivat houkuttaa suuremmis- sa määrin matkailijoita myös muista maista. Vaikka muitakin kuin britannialaisia matkailijoita on tullut pienessä määrin joulumatkailun alkuvaiheista alkaen, on chartermatkustus jouluisin Lappiin muualta kuin Isosta-Britanniasta ”2000-luvun huumoria”. Joulumatkailun kansainvälistyminen olisi Jyrki Nivan mukaan erittäin tervetullutta Lapille.

Nivan mukaan joulumatkailu voidaan jakaa nykyään pääsääntöisesti neljään kauteen:

1. *Joulun aluskausi*, joka on houkutelut tähän päivään saakka pääsääntöisesti britannialaisia. Kausi alkaa lumen laskeutuessa maahan ja kestää joulukuun 23.päivään saakka.
2. *Joulunaika*. Rovaniemellä joulunaika on perinteisesti ollut kansainvälinen, jolloin sinne saapuu joulumatkailijoita britannialaisten lisäksi monista muistakin kansallisuuksista. Hiihtokeskuksissa esim. Saariselällä britannialaiset palveluntuottajat jatkavat sesonkia joulun yli.
3. *Uusi vuosi*, joka on edellisiä kausia kansainvälisempi, sillä silloin Lappiin saapuvat myös venäläiset.
4. *Loppiaisen* täyttävät pääasiassa venäläiset.

Kansainvälisillä tilauslennoilla saapuneiden matkailijoiden osuutta Lapis- sa vuonna 2006 havainnollistaa tarkemmin kuvio 12. Kuviossa maat, joiden osuus kaikista matkailijoista on alle yksi prosentti, on kursivoitu. Isosta-Britanniasta tulee selvästi eniten joulumatkailijoita, noin 74 prosenttia. Joulun alla eniten matkailijoita

tulee Ison-Britannian lisäksi Irlannista, Venäjältä, Ranskasta, Italiasta ja jonkin verran Japanista ja Kreikasta. Suurin osa venäläisistä tulee yleensä vasta uudenvuoden jälkeen juhlimaan venäläistä joulua juliaanisen kalenterin mukaisesti. Osa Espanjasta saapuvista matkailijoista voi olla lomalennoilla saapuvia suomalaisia, mutta esimerkiksi Villi Pohjola tuo tilauslennoilla espanjalaisia Rovaniemen Vaatunkiin (Torvinen 2006, 2).



Kuvio 12. Lappiin saapuneet kansainväliset joulucharter-matkailijat maittain vuonna 2006. (Finavia)

Esimerkki: Eroja eri kansallisuuksien välillä

Rovaniemeläisen matkailupalveluyrityksen edustaja muistelee nyt jo hieman huvittuneena eri kansallisuuksien eroja matkojen suunnitteluun liittyen. Britannialaisten matkat olivat pääsääntöisesti aina olleet pakettimatkoja, mutta kaikki kansallisuudet eivät toimi samalla tavalla:

“Meillä oli tuossa X-kadulla, selkeesti pienemmät tilat kuin tänä päivänä. Käveli sisään tää matkanjohtaja. Mie ihmettelin, et mikä tuo porukka on tuolla pihalla? 120 ihmistä pihalla ootti. Hän ei ollut edes soittanut meille. Käveli meille sisään ja et: ”Oisko teillä safareita myytävänä?”

Mie olin, et milloin?

– “No, mitä nopeammin niin sen parempi. Noi on noita mun asiakkaita.”

Niillä on rahat taskussa ja hän sanonut, että tään verran ne suunnilleen maksaa, et pystyttekö te järjestämään? Niinhän siinä sitten venyttiin monenlaisiin kierteisiin... Saatiin niitä puettua ja kaikki meni

hienosti. Lopulta hän oli tyytyväinen ja asiakkaat oli tyytyväisiä. Siitähän saatiin hyvä kontakti ja hän kävi monet vuodet pyörähtämässä täällä. Vaikka hänelle kuinka rautalangasta väännettiin, et sanoisit ees yhen päivän milloin olette tulossa, niin me voitais kattoon joku rako, milloin voisit asiakkaas tuoda. Ei se vaan ikinä oppinut sitä. Se oli kuitenkin siihen aikaan, kun puhutaan 120 hengen ryhmä, tosi iso ryhmä.”

(Lappilainen toimija)

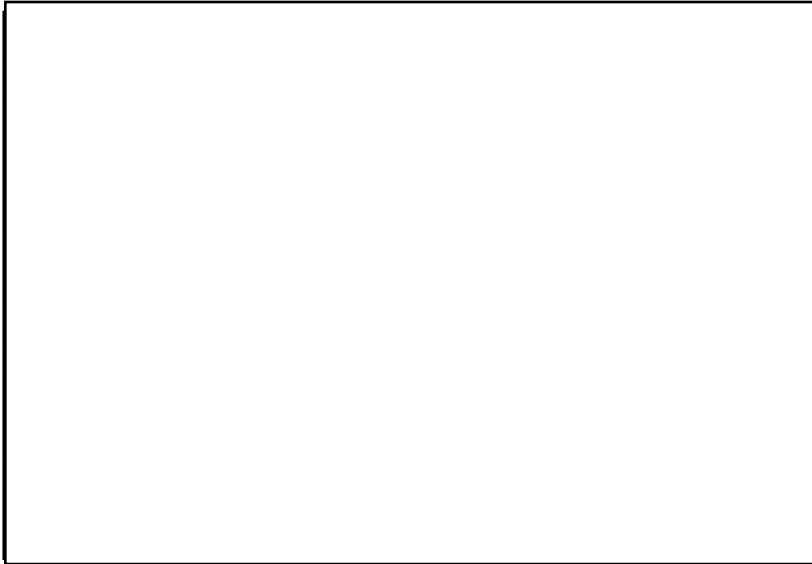
5.2 Tuotteen muotoutuminen nykyiselle

Tärkein elementti matkalla nykyään on joulupukin tapaaminen ja jotkut matkatoimistot ovat kehittäneet tuotetta niin, että joulupukin etsiminen Lapin luonnosta on koko matkan idea ja kaikki toiminta tapahtuu sen ympärillä.

Alussa britannialaisten tärkein syy lähteä Concorde-lennoille jouluna on ollut varmasti ensimmäistä kertaa itse kone, mutta kun asiakkaat ja matkanjärjestäjät huomasivat mitä paikan päällä oli, koko jouluinen elämys alkoi myydä. Tärkein vetovoimatekijä britannialaisilla lähteä Lappiin matkalle näyttää olevan Lapin mystiikka, lumi ja joulupukki. Lapin mystiikka pakkasineen ja poroineen assosioidaan joulupukkiin. Yksi matkatoimiston edustaja korostaa myös Lapin revontulia. Britannialaisista kaikki eivät tiedä, missä Lappi sijaitsee maantieteellisesti, mikä lisää Lapin mystisyyttä edelleen.

”Mielestäni siellä on tiettyä mystiikkaa... Missä joulupukki asuu? Hän asuu Lapissa? Missä Lappi sijaitsee ja millainen se on?”

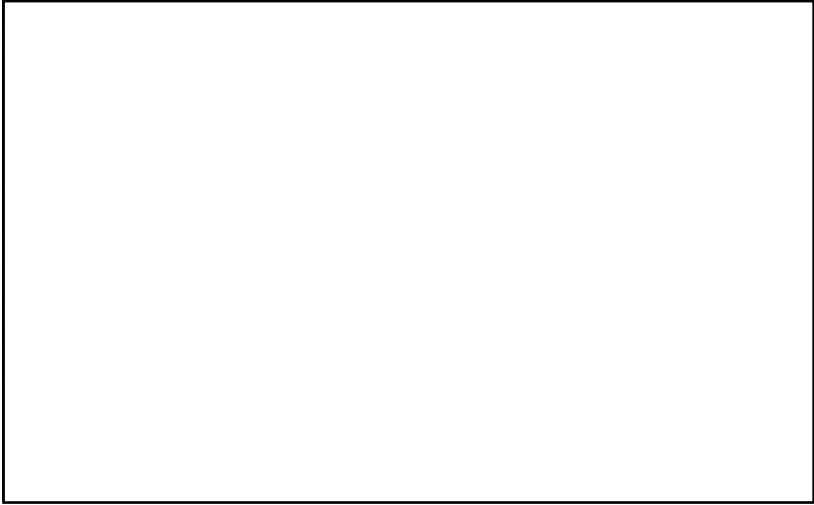
(Britannialainen matkatoimiston edustaja)



Kelkkasafari läpi mystisen metsän.

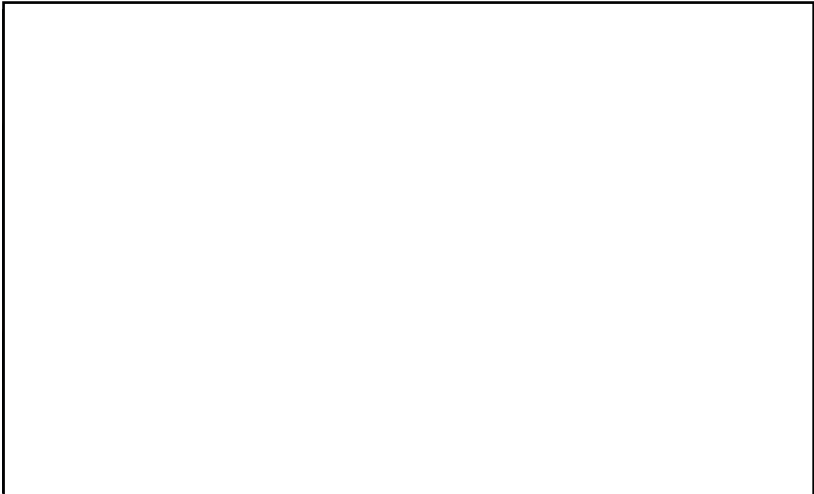
Vuonna 2004 Isossa-Britanniassa kritisoitiin lehdissä Lapin joulumatkoja. Otsikoissa mainittiin, että joulupukki oli liian kiireinen tavatakseen lapset (Harding 2004, Burleich 2004, Daily Express 8.12.2004). Osa matkailijoista pettyi, kun lapset eivät ole saaneet henkilökohtaisesti tavata joulupukkia. Tutkimusta varten tehdyissä haastatteluissa pääasialliseksi syyksi henkilökohtaisen käynnin peruuntumiselle arvioitiin lentojen myöhästymistä. Kun kone tulee myöhässä ja lähtee ajoissa, jostakin on luovuttava ja joulupukin henkilökohtainen tapaaminen on ollut yksi ratkaisu ottaa aikataulua kiinni. Ongelma koskettaa siis lähinnä päivämatalaisia, joiden ohjelma on suunniteltu tiukasti yhdelle päivälle. Myöhästymisiin ei ole varaa. Joulupukin tapaamisen tärkeys on huomattu myös matkatoimistojen keskuudessa.

*”Niillä on tämmöinen, että joulupukin tapaaminen jotenkin guaranteed...
“Every family guaranteed a private meeting with Santa”, et tää on nyt heidän mielestään se myyntiargumentti.”* (MEKin edustaja)



Lapsien aktiviteettejä jouluna, hoijakkareki.

Vuonna 2005 tilastojen mukaan (ks. kuvio 11, s.53) britannialaisten yöpymiset kasvoivat edelleen, vaikka lentomatkailijamäärät näyttivät laskeneen. Tämä viittaa yöpymisen sisältävien matkojen lisääntymiseen ainakin joulumatkailijoiden suurimman asiakasryhmän, britannialaisten keskuudessa. Päivämatkoja on kuitenkin oltava tarjolla, sillä Isossa-Britanniassa on paljon varakkaampia ihmisiä, joilla on rahaa maksaa, mutta ei välttämättä ylimääräistä aikaa. Lapset haluavat Lappiin katsomaan joulupukkia ja vanhemmat haluavat tarjota lapsille elämyksen vaikka päivämatkan muodossa.



Aktiviteetteja Poropirtin edustalla.

Lähes kaikki Lapin joulumatkatuotteet myydään Isossa-Britanniassa paketteina. Valmiiksi suunnitellut pakettimatkat sopivat erittäin hyvin perheille ja lisäksi britit pitivät siitä, että heidän matkansa on suunniteltu valmiiksi.

”Pakettimatkat on täällä ollut aina. Tää joulutuotteeseen vaan jotenkin sopii sellainen pakettimatka. Et jos sitä lähtis yksin rakentamaan, niin se ei onnistus... englantilaiset tiedostaa sen ja sitä se haluaa. Se haluaa matkan, joka on järjestetty hänelle A:sta B:hen” (MEKin edustaja)

Jos tuotetta alkaisi koota itse, hinta muodostuisi todennäköisesti järjestettyjä pakettimatkoja kalliimmaksi. Matkanjärjestäjät varaavat hotellihuoneet jouluksi useaksi vuodeksi eteenpäin ja vapaina olevien huoneiden hinta on joulun aikaan korkea.

Lapin joulucharter-tuote ei haastattelujen perusteella ole koskaan ollut edullinen. Jos rahaa ei ole ollut, matkaa varten on myös säästetty vuosien mittaan. Liitteeseen 2 on koottu hintoja sekä päivän kestävästä että yöpymisen sisältävistä matkoista. Taulukon hinnoista on poistettu inflaation vaikutus. Concorde-lennot olivat hinnaltaan aivan omaa luokkaansa suhteessa matkan kestoon. Päivämatkojen hinnat näyttävät sen sijaan hieman laskeneen, mikä viittaa kiristyneeseen kilpailuun ja sitä seuranneeseen hintojen laskuun. Yöpyminen sisältävien matkojen hintoja on vaikea vertailla, sillä hinnoissa on 1-7 yön sisältäviä matkoja.

MEKin Lontoon edustajat korostavat kuitenkin, että Lapin joulutuote nousi Isossa-Britanniassa vuoden 1984 tienoilla huipputuotteeksi eikä siinä ole ollut samanlaisia heilahteluja kuten esimerkiksi incentive-tuotteissa on ollut. Tuotetta halutaan haastattelujen perusteella uudistaa niin matkanjärjestäjien kuin paikallisten ohjelmapalveluyritysten toimesta, mutta kehitettävää on vielä tulevaisuudessakin.

”Jos aatellaan kokonaisvaltaisesti elinkeinoo, niin ihan liian paljon mennään vielä sillalailla, että: ” Me vaan tehtiin, mitä ne käski tehdä”. Elinkeinosta tulee ihan liian vähän uusia ideoita...Ne, jotka on jakeluteitä ja myyjiä, niin ei ne mitään muuta odotakaan kuin, että tulis jotain uutta.”

(Lappilainen toimija)

5.3 Paikallisväestön suhtautuminen kasvaneeseen matkailuun

Haastatteluiden mukaan 1980-luvulla joulumatkailuun suhtauduttiin erittäin myönteisesti. Yhdessä haastattelussa mainittiin, että nykyään asennoitumisessa alkaa tapahtua muutosta kielteisempään suuntaan. Suurin osa haastatelluista mainitsee, että

jos valituksia tulee, niitä on erittäin vähän ja valittajat kuuluvat asennoitumisensa puolesta vähemmistöön. Suurin osa haastatelluista pitää paikallisia toimijoita ammattimaisina ja heidän suhtautumista matkailuun myönteisenä, mutta paikallisväestön keskuudessa on paikallislehtien yleisönosaston kirjoittelussa valitettu muun muassa moottorikelkkojen savuttelusta.

Toisaalta joidenkin valitusten syynä voi olla matkailun kasvaminen suureksi massoja tuovaksi bisnekseksi, mutta joidenkin valitusten taustalla voi olla maankäyttöoikeuksiin liittyvät selvittelyt. Kuitenkin valitukset ovat jääneet hyvin vähäiseksi ja suurin osa lappilaisista on aidosti kiinnostunut matkailusta, tullen jopa katsomaan ulkomailta jouluksi saapuneita matkailijoita. Esimerkiksi Levillä ymmärretään matkailun merkitys alueen elinvoiman kannalta: *”Levi –Kittilän alue, eihän se tulis toimeen ilman matkailua ja kyllä sen nyt jo kaikki ymmärtää”*. Haastatellut kehuivat myös paikallisten päättäjien suhtautumista matkailuun:

”Päättäjät, jotka kunnassa päättää näitä asioita, näkee matkailun merkityksen erittäin suurena ja ovat meidän kanssa yhteisessä rintamassa ajamassa näitä ja kehittämässä näitä asioita, jotta niistä olis mahdollisimman vähän haittaa.» (Lappilainen toimija)

Yksi haastatelluista huomauttaa, että alueellisesti Lappia ja matkailua tarkasteltaessa on huomioitava, kuinka matkailu on alueelle syntynyt. Rovaniemi on ollut kaupunkina olemassa ennen kuin alueelle on tullut matkailua, mutta Levin matkailukeskus on syntynyt matkailua varten.

5.4 2000-luvun kilpailun kiristyminen ja kasvun tasaantuminen

Kilpailu alkoi selkeästi jo 1990-luvun puolen välin tienoilla ja Lapin jouluchartertuotteen kohdalla kilpailu on kiristynyt voimakkaasti edelleen 2000-luvulla. Kilpailua esiintyy sekä paikallisesti Lapissa ohjelmanjärjestäjien kesken sekä erityisesti Isossa-Britanniassa.

”Niillä oli viime vuonna muutamilla vaikeuksia myydä näitä matkoja sen takia, että sitä tarjontaa yht’äkkiä viime vuonna tuli niin hirveesti markkinoille. Ne joutu jotkut tämmöiseen alennusmyyntiin.” (MEKIn edustaja)

Lisääntynyt kilpailu matkanjärjestäjien välillä Isossa-Britanniassa on aiheuttanut paineita alentaa tuotteiden hintaa ja osa matkanjärjestäjistä on haastateltujen

mukaan tullut tietoisesti markkinoille alhaisella hinnalla ja suurella volyymilla. Hintakilpailu näkyi myös tinkimisenä ohjelmapalveluyrittäjien ohjelmien hinnasta:

”...puhutaan niin kun kymmenien senttien kilpailusta, kun matkanjärjestäjä haluaa hintaa. Et se on mennyt ihan niin kun älyttömäks.”

(Lappilainen toimija)

Nykyään päivätuote on markkinoilla raa’asti kilpailtu tuote, joten kaikilla palvelun tuottajilla on halu tuotteistaa pitempikestoisia matkoja. Raaka hintakilpailu on joidenkin haastateltavien mukaan alkanut todella 2000-luvun puolella. Steve Mitchellin mukaan vuonna 2005 hinnat poljettiin markkinoilla todella alas. Asiakkaan oli mahdollista ostaa viiden päivän matka yhden päivän kestoisen matkan hintaan.

Volyymien kasvaessa hintojen odotetaan laskevan markkinoilla. Yksi lappilainen palvelun tuottaja pohti, kuinka teolliseen malliin joulutuotteen on mahdollista taipua? *”Jos me halutaan oikeen teolliseen muottiin taipuva tuote, niin se ei rakennu sellaiselle, mitä se tänä päivänä rakentuu. Se on vaarallinen tie.”* Pienempiä yrityksiä on jättäytynyt pois Ison-Britannian markkinoilla jo aiemminkin ja Nortours teki vuonna 2005 konkurssin.

MEKin haastateltujen mukaan yksi matkanjärjestäjien tapa lievittää kilpailun vaikutuksia näyttää olevan se, että pitempiä matkoja järjestävät matkatoimistot haluavat, että heillä on Lapissa oma kohde, jonne he menevät, eikä sinne tule samanaikaisesti muita. Tämä estää kilpailevien matkatoimistojen asiakkaiden välisen tuotteista käytävän keskustelun ja kilpailevien tuotteiden sisällön vertailun. Vuonna 2005 markkinoilla näytti olevan jo jonkinlaista yltärintoutta, joka aiheuttaa kilpailua hinnoilla.

Lentomatkaileijamäärien kasvu on selvästi tasaantunut sitten 1990-luvun voimakkaamman kasvun vuosista. Lapin Liiton matkailukoordinaattori Satu Luiro kertoi Kaleva.plus - verkkolehdessä, että joulumatkojen kysyntää voidaan pitää edelleenkin hyvänä, vaikka kasvu on tasoittumassa 2000-luvun 20 prosentin kasvulukemista (Laine 2006). Suhteellinen kasvu on nykyään suurempaa muualla Lapin maakunnassa kuin Rovaniemellä. Rovaniemellä kasvua rajoittaa osaltaan majoituskapasiteetti. Matkanjärjestäjät ovat alkaneet hakeutua Rovaniemen ulkopuolelle. Myös lumipula aiheuttaa hakeutumista Rovaniemeä pohjoisemmaksi.

Esimerkki: Vuoden 2006 lumipula

Joulun alla vuonna 2006 erityisesti Rovaniemen alueella paikallisia matkailualan toimijoita huolestutti lumipula. Lapin Kansan artikkeleissa lumitilannetta seurattiin tiiviisti:

”Tekolumi turvaamaan safareita” (Tuomilaakso 2006 /Lapin Kansa 21.11.2006)

”Lumipula varjostaa sesongin alkua” (Virtanen 2006 /Lapin Kansa 24.11.2006)

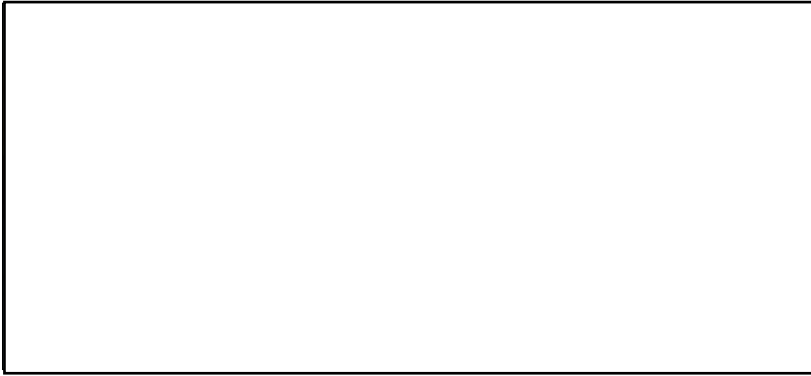
” Maisemaa tykitetään lumiseksi” (Hietala 2006/ Lapin Kansa 2.12.2006)

”Turisteja kuskataan lumisimmille alueille”(Ruokamo 2006/ Lapin Kansa 14.12.2006)

Lumipula koski pääasiallisesti Rovaniemen seutua, mutta Länsi-Lapissa ja Saariselällä lumitilanne kuvattiin hyväksi. Päivämatkalaisten aktiviteetit Rovaniemellä turvattiin tekolumen avulla, mutta yön yli viipyviä matkustajia kuljetettiin pohjoisemmaksi lumisille alueille. (Ruokamo 2006; Tuomilaakso 2006.) Haastatteluissa mainittiin kuitenkin yhteinen huoli lumipulan aiheuttamista ongelmista matkailulle:

” Viime joulukuu oli tietysti katastrofi Rovaniemen alueella ja todella on vilpittömästi pahoillani siitä, että näin on käynyt. Ensinnäkin siellä on äärimmäisen hyviä kollegoita, joiden puolesta on ihan oikeesti huono olo. Mutta toinen juttu on se, että se on ihan sama missä päin Lappia jotain tapahtuu. Jos Rovaniemellä ei ole lunta, niin lööpit on selkeet Englannissa ja ne kertoo, että Suomen Lapissa ei ole lunta.” (Lappilainen toimija)

Lentokenttien kannalta olisi hyvä, jos lentoja voitaisiin hajauttaa pitkin viikkoa (Laine 2006). Lappilaisen toimijan mukaan lennot tulevat pääosin tiettyinä suosituinapäivinä, koska ne sopivat britannialaisille matkustajille parhaiten. Lisäksi lennot keskittyvät joulua edeltäville viikonlopuille. Toisaalta Rovaniemen lentoaseman päällikkö ja Ilmailulaitoksen Pohjois-Suomen aluejohtaja Martti Oinas kertoo Kaleva.Plus - verkkolehden sivuilla (Laine 2006) viikonloppujen olevan kiireisiä, mutta niissäkään ei ole vielä tullut katto vastaan, sillä ruuhkia puretaan ylimääräisen henkilökunnan avulla.



Joululentojen viilskettä Rovaniemen kentällä vuonna 2006.

5.5 Lapin joulucharter-matkailuun liittyviä ongelmia

Haastatteluissa mainittiin myös joulucharter-tuotteeseen liittyviä ongelmia. Yksi merkittävä ongelma varsinkin yhden päivän kestoisissa matkoissa on lentojen myöhästymiset ja jonottaminen paikanpäällä ohjelmapaikkoihin. Ohjelma on etukäteen tarkkaan suunniteltu ja jos tulolento myöhästyy, joudutaan aikataulua ottamaan kiinni esimerkiksi ohjelmien kestoa lyhentämällä. Lentoasemalla täytyy paluulentoa varten olla kuitenkin aina ajoissa. Vuonna 2004 kirjoittelua aiheutti Isossa-Britanniassa se, että kaikki eivät saaneet tavata joulupukkia henkilökohtaisesti. Taustalla tässäkin tapauksessa oli haastattelujen perusteella tulolennon myöhästymisen. Matkailijoiden suuri määrä on aiheuttanut jonottamista esimerkiksi ohjelmapaikoilla, mutta myös lentokenttien ruuhkautuminen mainittiin yhdessä haastattelussa negatiiviseksi asiaksi.

”...lentokentälle saapui kahdentoista ja vartin yli yhden välillä 26 konetta. Ja meidän pitäisi löytää asiakkaamme sieltä. Ja oppaat odottivat tiellä... Emme lennä sinne enää.” (Britannialainen matkanjärjestäjä)

MEKin edustajien mukaan joulutuotteeseen liittyen on tullut vain yksittäisiä valituksia ja niitäkin erittäin harvoin. Negatiivista palautetta MEKin Lontoon toimistoon on tullut lähinnä suomalaisesta ruuasta. Suomalaiset haluavat heidän mukaansa aina sitkeästi tarjota aterialla laatikot ja poropyörökät lapsille. Osa englantilaisista kaipaava tähän vaihtelua ja haluaa myös esimerkiksi ranskalaisia perunoita vaihtoehdoksi joulupöydän herkuille.

Yksi britannialaisen matkatoimiston edustaja sekä yksi paikallinen lappilainen toimija mainitsivat haastattelussa myös, että amerikkalainen haaste- tai kompen-

saatiokulttuuri on leviämässä Isoon-Britanniaan. Matkanjärjestäjät joutuvat entistä tarkemmin miettimään toimintojaan, sillä pieneltä ja mitättömältä vaikuttanut asia voi aiheuttaa oikeusseuraamuksia. Asiakkaat ovat muutenkin matkanjärjestäjien mukaan entistä vaativampia. Samassa yhteydessä britannialainen haastateltu totesi, että suomalaisten olisi varmasti vaikea ymmärtää amerikkalaisen kulttuurin aiheuttamia vaikutuksia.

Yksi matkanjärjestäjä toi esiin uuden britannialaisen lainsäädännön, jonka mukaan lapset eivät saisi olla poissa koulusta omien lomien vuoksi lukukauden aikana. Ennen vanhemmat pystyivät helposti ottamaan lapset koulusta mukaan lomille, mutta nyt matkoille on vaikea lähteä arkipäivinä. Lainsäädäntö on hänen mukaansa vaikuttanut joulumatkailuun, jossa sesonki on lyhyt ja keskittyy parille joulua edeltävälle viikolle:

”Bisnestä ei voi pyörittää parin lähdön varassa. Nyt kaikki haluavat samoille lähtöpäiville... vuonna 2002 aloitimme jo 6.päivä joulukuuta. Aloitimme joulukuun ensimmäisenä viikonloppuna. Tänä vuonna meillä oli yksi lähtö 9. päivä ja sen jälkeen kaikki siirtyi päiville 15, 16, 17, ja 18 ... Joten on tapahtunut dramaattista muutosta ja sen on aiheuttanut valtion lainsäädäntö.”
(Britannialainen matkatoimiston edustaja)

Hintakilpailu aiheuttaa ongelmia niin matkanjärjestäjille kuin paikallisille toimijoille. Kilpailun seurauksena hintoja on poljettu alas viimeisten parin vuoden aikana tai markkinoilla on tarjottu erilaisia alennuksia. Markkinoille on muutaman haastatellun mukaan tullut myös uusia matkanjärjestäjiä, jotka ovat tulleet markkinoille voittojen toivossa, mutta eivät ole perehtyneet tarpeeksi itse tuotteeseen.

Yksi haastateltu arvosteli myös Finnairin hinnoittelupolitiikkaa, sillä kalliit lennot vaikeuttavat sesongin ulkopuolista matkailua reittilennoilla Suomeen. Toisaalta Suomen kotimaan lentoyhteydet ja jatkoyhteydet ulkomailta ovat parantuneet 80-lukuun verrattuna, jolloin jatkolennot eivät olleet yhtä sujuvia kuin nykyään.

Matkanjärjestäjistä yksi piti ongelmallisena ympärivuotisen henkilöstön työllistämistä kausivaihteluiden vuoksi. Suomalaisille työntekijöille halutaan tarjota ympärivuotista työtä, sillä se lisää myös työntekijöiden sitoutumista. Yhdessä haastattelussa korostettiin lisäksi ohjelmapalveluyrittäjien omaehtoisen tuotekehittelyn tärkeyttä. Yksi haastatelluista mainitsi, että matkailussa tulisi suosia paikallisia toimijoita sekä raaka-aineita. Ruokia ja työntekijöitä ei tarvitsisi kuljettaa tulomaasta kohdemaahan.

Vuonna 2006 Lapin joulumatkojen järjestäjiä Suomessa huolestutti lumipula. Matkailijoita jouduttiin kuljettamaan välillä linja-autoilla Rovaniemeltä Kuusamoon tai Kittilään (Ruokamo 2006) ja päivämatkalaisten safariaktiviteetit turvattiin

tekolumen turvin (Tuomilaakso 2006, 2). Lunta tehtiin valmiiksi ja ohjelmapaikkoja lumetettiin aktiivisesti. Myyntiä heikensi lähinnä se, etteivät lisäohjelmat menneet Rovaniemellä yhtä hyvin kaupaksi: matkailijoille tarjotaan ensin pieni ”maistiainen” kaikista aktiviteeteista, minkä jälkeen asiakas voi ostaa haluamiaan ohjelmapalveluita lisää. Asiakkaat eivät Tulpon mukaan lumipulasta valittaneet, ja kun palveluiden järjestämisessä onnistuttiin vaikeista sääolosuhteista huolimatta, luotettavuus hyvänä palveluntuottajana kasvoi entisestään. Lumipula häytti talvella 2006–2007 myös Keski-Euroopan matkailukohteita.

5.6 Muutos ja tulevaisuus

Useat haastatellut nostivat itse esille muutoksen. He kokivat, että jotakin on tapahtumassa, tai että 2000-luvun ensimmäisen vuosikymmenen jälkipuoliskolla Lapin matkailun kannalta eletään ratkaisevaa aikakautta. Huomattava on, että suurin osa haastatteluista tehtiin vuonna 2006 ja edellinen vuosi 2005 oli huonompi vuosi joulumatkailun kannalta. Suurin osa haastatteluista uskoo Lapin matkailun jatkavan kasvuaan, mutta havaittavissa oli tiettyä varovaisuutta tulevaisuuden suhteen.

”Uskon, että Lappi jatkaa kasvuaan ja minusta tämä on käännekohta Lapin historialle siinä mielessä, kuinka se kehittyy.”

(Britannialainen matkatoimiston edustaja)

Muutosta pohtiessaan muutamat haastatellut alkoivat puhua saturaatio- ja lkipisteestä ja toivat itse tarkasteluun elinkaariajattelun. Osa koki tulevaisuuden olevan valoisa matkailijamäärien kasvun suhteen.

”Sit ollaan puhuttu semmoisesta saturaatiopisteestä. Se ei vaan tunnu tulevan se saturaatiopiste. Joka vuosi tulee uus (matkanjärjestäjä).”

(MEKin edustaja)

Kolmessa haastattelussa mainittiin, että korkein huippu elinkaarella on ohitettu. Kahdessa haastattelussa tuotteen arveltiin olevan laskuvaiheessa. Elinkaarta miettiessään, yksi haastateltu toi esille jo edellä mainitun tarpeen kehittää tuotetta:

”Huippu on ohitettu, tulemme elinkaarta alaspäin. Ja niin kun jokaisessa elinkaaressa, kun se menee ylös tai kun ollaan huipulla, pitäisi aloittaa jotain uutta” (Britannialainen matkatoimiston edustaja)

Vaikkakin matkailijamäärät ovat kasvaneet useimpien mielestä ja matkailu Lapissa houkuttelee massoja, ei se kaikkien mielestä ole vielä massamatkailukohde:

” Mielestäni se (Lappi) ei ole tällä hetkellä massamatkailukohde ja toivon ettei siitä koskaan tule sellaista. Aivan lähitulevaisuudessa en näe Lappia kohteena, joka kehittyisi massamatkailuun sopivaksi. Alueella ei ole siihen tarvittavaa infrastruktuuria... jos Lapissa olisi massamatkailua, se pilaisi Lapin.”
(Britannialainen matkatoimiston edustaja)

Lapin tulevaisuuden mahdollisuutena muutamat haastatellut korostavat hyvää infrastruktuurin tasoa ja hyviä matkailulle sopivia paikkoja, joita voidaan kehittää tulevaisuudessa. Lisäksi yksittäisissä haastatteluissa tuotiin esille, että Lapissa on ammattitaitoisia työntekijöitä ja Suomi yleensä on ”vihreä maa” kierrätyksen ja esimerkiksi puhtaiden vesivarojen suhteen. Britannialaiset ovat myös kiinnostuneet loma-asunnoista Lapissa (Jurvelin 2007), mikä mahdollisesti kasvattaa viipymiä jatkossa. Jyrki Nivan mukaan viipymät tulevat tulevaisuudessa kasvamaan, vaikkakin matkailussa perinteinen viikon viipymä on vielä todella vähäistä Lapin joulumatkailussa.

Uhkaksi haastatellut mainitsivat massat, jotka ruuhkauttavat aluetta. Laadun sijaan ajatellaan liikaa volyymia ja volyymin kautta saatavia tuloja. Rahastamista tulisi varoa, sillä jo nyt Suomi mielletään kalliiksi maaksi. Toisaalta nykyään lappilaiset toimijat vaikuttavat haastattelujen perusteella painottavan laatua määrän ja hinnan sijaan. Kuten kaikkialla muuallakin, myös maailman tilanne vaikuttaa Lapin joulutuotteeseen. Yleisesti Lappi mielletään turvalliseksi kohteeksi. Tulevaisuudessa matkanjärjestäjien tulisi yhden haastatellun mielestä keskittyä luomaan Lapista yhteinen markkinointiviesti eri toimijoiden kesken.

Arto Kanervan toiveena on, että tulevaisuudessa pienet matkanjärjestäjät, jotka eivät välttämättä saa myytyä edes yhtä konetta täyteen, pystyisivät jakamaan koneen paikat keskenään. Tällöin riskit pienenisivät.

Kauppalehden artikkelissa (Västilä 2005) Lapin liiton tutkija Sami Laakkonen pitää Lapin matkailunäkymiä edelleen suotuisina, vaikka jouluna 2005 uutisoitiinkin Lapin matkailua kohdanneesta lamasta. Hänen mukaansa on vaarallista ja lopputuloksen kannalta harhaanjohtavaa tarkastella vain yhtä mittaria, kuten tässä tapauksessa joululentojen määrää. Konekoot ovat kuitenkin suurentuneet ja viipyvien asiakkaiden määrä on noussut. Vuonna 2006 lento- ja majoitustilastot osoittivat jälleen joulumatkailun kasvaneen edellisestä vuodesta ja ollen huippuvuosi verrattuna aiempiinkin vuosiin.

Lapin matkailustrategiassa keskitytään isompiin matkailukeskuksiin, jossa Levi, Ylläs ja Olos ovat yhtenä kokonaisuutena ja lisäksi keskuksia ovat Saarisel-

kä, Pyhä-Luosto ja Rovaniemi. Myös Salla on liittymässä kasvukeskusten joukkoon. Lapin matkailun kehittyminen on Laakkosen mukaan pohjautunut viime vuosina kansainvälistymiseen. Lapin kesää ei ulkomailla vielä tunneta ja sen kehittäminen on Laakkosen mukaan yksi tulevaisuuden haasteista, sillä majoituksen käyttöaste on vuositasolla alle 50 prosenttia. (Västilä 2005.)

Joulucharter-tuotteen nykytila elinkaariteorian valossa:

Lapin joulucharter-tuotteen voidaan tulkita elävän vielä kasvuvaiheen loppua, varsinkin jos tarkastellaan pelkästään matkailijamääriä, mutta monet merkit viittaavat siihen, että elinkaareissa on jo menty eteenpäin. Vaikuttaa siltä, että vuoden 2006 lopulla Lapin joulucharter-tuote on kasvu- ja kypsyysvaiheen välimaastossa. Osa haastatelluista oli selvästi sitä mieltä, että Lapin joulucharter-tuote on vasta kasvuvaiheessaan, osa taas epäili tuotteen olevan jo laskuvaiheessa. Käytettävissä olevien tietojen perusteella ei vaihetta voida määrittää tarkasti.

Berryn mukaan vaiheesta toiseen siirtyminen elinkaarella voi olla häilyvää (vrt. Berry 2001). Matkailijamäärät laskivat hieman vuonna 2005, mutta vastaavasti samana vuonna yöpymisvuorokaudet lisääntyivät. Vuonna 2006 matkailijamäärät kasvoivat jälleen ja saavuttivat uuden huipun. Matkailijamäärien ja yöpymisvuorokausien kasvu voisi yhtä hyvin viitata kasvuvaiheen jatkumiseen, mutta toisaalta tuotteen elinkaarimallien mukaan matkailijamäärät kasvavat vielä kypsyysvaiheessakin, vaikka kasvu ei ole enää kasvuvaiheen kaltaista. Kasvu hidastuisi selvästi saturaatiovaiheessa.

Merkittävämpänä tekijänä kypsyysvaiheen alkua puoltavaan tulkinnaan on haastatteluissa esiin tullut kiristynyt kilpailu. Vuonna 1991 matkanjärjestäjiä oli yhdeksän, mutta vuonna 2000 jo 21. Kiristynyt kilpailutilanne on aiheuttanut viime vuosina hinnoilla kilpailua ja useammilla toimijoilla myös katteiden vähenemistä. Kotler ym. (1999) pitävät kypsyysvaiheen merkinä kiristynyttä kilpailua. Hintakilpailu karsii heikompia kilpailijoita pois. Muutama matkanjärjestäjä toteaa haastatteluissa, että kiristynyt kilpailu vähentää sekä heidän, että paikallisten toimijoiden katteita. Tuotteen hinta on laskenut osittain myös hintakilpailun seurauksena. Halvimmillaan tuotetta on tarjottu aikuisille alle 300 punnalla. Osa matkatoimistoista tarjoaa tuotetta niin, että hintaan sisältyy pelkät lennot ja kaiken muun asiakas joutuu ostamaan lisänä.

Tämä viittaisi myös joidenkin tuottajien kohdalla tuotteen laadun alenemiseen.

Lapissa alkaa vähitellen ilmetä myös matkailuun liittyviä lieveilmiöitä, jotka heijastuvat joillekin ongelmina. Paikallisten lehtien yleisönosastoilla on haastattelujen perusteella kritisoitu kelkkojen saasteita, mikä viittaa paikallisen väestön lisääntyneeseen kritiikkiin matkailua kohtaan.

Toisaalta matkailijamäärien kasvu on aiheuttanut ruuhkia ja jonottamista ohjelmopalvelupisteissä. Useat haastatellut alkoivat haastatteluissa itse pohtia sitä, missä vaiheessa elinkaarta Lapin joulucharter-tuote elää. Osan mielestä huippu matkailijamäärissä on saavutettu, osan mielestä huippu on ohitettu ajat sitten ja osa uskoo matkailun vielä kasvavan. Jotain on siis selvästi tapahtumassa. Tuote voi myös uusiutua ennen mahdollista laskua. Sen puolesta puhuu lentomatkailijamäärän vuoden 2005 tilapäisestä laskusta huolimatta yöpymisvuorokausien nousu.

Tutkimustulosten perusteella on löydettävissä viitteitä myös saturatiovaiheesta. Kuten muun muassa Berry (2001), Haywood (1986) ja Kauppila (2004) esittävät, tuotteen siirtyminen elinkaarella vaiheesta toiseen on häilyvää. Voidaan olettaa, että Lapin joulucharter-tuotteessa kypsyy- ja saturatiovaiheen piirteet tulevat esiin samanaikaisesti. Paikallisväestössä esiintyy jo nyt hieman vastustusta, joka lisääntyy mallin mukaan saturatio-vaiheessa. Vaikka lentomatkestäjien osalta laskua tapahtui vuonna 2005, oli lasku vain väliaikaista ja vuonna 2006 saavutettiin lentomatkestäjien määrissä uusi huippu. On kuitenkin selvää, että kasvu on tasoittunut ja hidastunut. Kasvua voi rajoittaa tulevaisuudessa majoituskapasiteetti, mutta mahdollinen imagon huonontuminen laadun heikkenemisen seurauksena voi myös vähentää kasvua.

On myös mahdollista, että Lapin joulucharter-tuote jatkaa kasvuaan. Vuoden 2005 lasku matkailijamäärissä oli väliaikainen. Yöpymisten lisääntyminen britannialaisten keskuudesta viittaa siihen, että matkailu voi kasvaa edelleen, vaikkakin kasvu on tasoittunut, kuten elinkaarimallissa oletetaan tapahtuvan kypsyyvaiheeseen siirryttäessä. Tuotteen elinkaarimalli voi olla muodoltaan erilainen ja S-muoto on vain yleisin. Kasvua voi tapahtua myös muilla markkinoilla, mistä osoituksena on britannialaisten suhteellisen osuuden väheneminen joulumatkailijoiden kokonaismäärästä. Venäläiset ovat kasvattaneet osuuttaan ja samalla he pidentävät sesonkia joulun ja uuden vuoden yli. Myös esimerkiksi ranskalaiset ja italialaiset ovat olleet kiinnostuneita Lappiin suuntautuneista joulumatkoista.

Majoituskapasiteetin lisääntyminen mahdollistaa yöpymisen sisältävien matkojen lisääntymisen, mikä osaltaan jatkaa tuotteen elinkaarta. Tutkimustuloksen perusteella esimerkiksi Rovaniemeltä siirrytään vähitellen myös uusiin kohteisiin, mikä mahdollistaa matkailijamäärien kasvun tai yöpymisten lisääntymisen. Elinkaari vaikuttaa uusiutuvan, mikä on matkailutuotteen kannalta tärkeää.

6 YHTEENVETO JA KESKUSTELUA

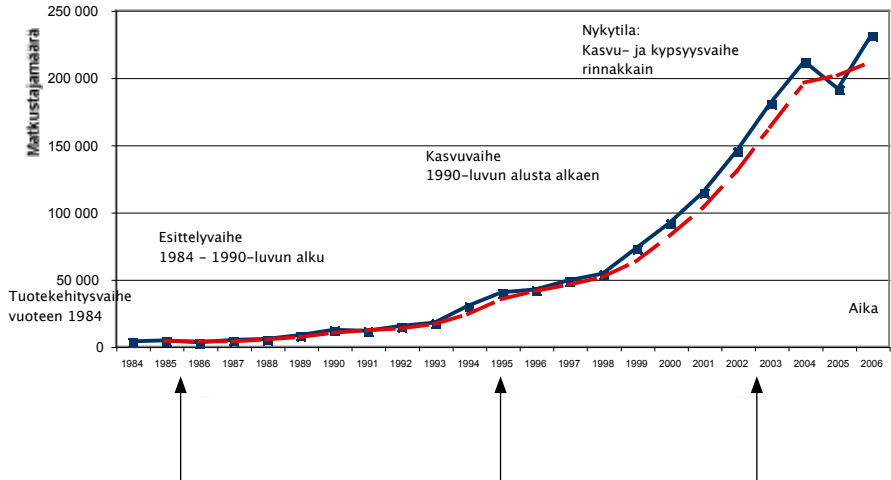
6.1 Yhteenveto

Lapin jouluchartertutteen tuotekehittelyä vaikuttaa tapahtuneen jo ennen vuotta 1984, jolloin ensimmäinen Concorde-lento Rovaniemelle toteutui. Britannialaisen matkatoimisto Goodwood Travelin järjestämä Concorde-lento yhdistettynä jouluteemaan vuonna 1984 näyttää kuitenkin toimineen eräänlaisena matkailuinnovaationa, joka kaupallisti joulucharter-tuotteen ja sai muutkin matkanjärjestäjät kiinnostumaan joulutuotteesta. Concorden vaikutus on ollut erittäin merkittävä Lapin joulucharter-matkailun kaupallistumisessa, vaikka pienimuotoista joulumatkailua on ollut jo ennen sitä. Aiemmat matkat olivat ns. kannustematkan (vrt. Kantele 2006) tyyppisiä matkoja.

Joulumatkailun alkuvaiheen innostuksen jälkeen oli tärkeää, että joululennot saivat jatkoa myöhempinäkin vuosina. Concorden media-arvo oli suuri: vuonna 1984 kymmeniä median edustajia todisti Rovaniemen kentällä koneen ensimmäistä laskeutumista. Lentoa uutisoitiin myös Ison-Britannian mediassa. Concorden saaman mediajulkisuuden myötä Lappi alkoi kiinnostaa muitakin matkanjärjestäjiä Isossa-Britanniassa.

Kuviossa 13 on esitetty joulucharter-tuotteen matkailijamäärät ja havainnollistettu tuotteen elinkaaren kehitystä. Yhtenäinen viiva kuvaa Lappiin kansainvälisten tilauslentomatkustajien määrää vuositasolla. Mukana ovat saapuneet, lähteneet ja vaihtavat matkustajat. Kuvion katkoviiva on matkailijamäärien trendi, joka on johdettu kahden vuoden liukuvaa keskiarvoa käyttämällä. Kuviossa on esitelty myös esittely- ja kasvuvaiheelle sekä nykytilalle tyypillisiä piirteitä.

Jos Lapin joulucharter-tuotteen elinkaaren tarkastelussa kiinnitetään huomiota vain lentomatkustajamäärien kasvuun, voidaan tulkita, että tuote elää vuoden 2006 lopussa edelleen kasvuvaiheessa. Jos tarkasteluun otetaan mukaan laadullisia mittareita, vaikuttaa tuote olevan elinkaarensa kasvu- ja kypsyysvaiheen välimaastossa. Yksi merkittävä tekijä, joka viittaa kypsyysvaiheeseen, on kiristynyt kilpailu. Lapissa on haastattelujen mukaan alkanut esiintyä myös matkailuun liittyviä lieveilmiöitä, jotka heijastuvat joillekin ongelmoina.



Esittelyvaihe 1984 - 1990 luvun alku	Kasvu vaihe 1990-luvun alusta alkaen	Nykytila: Kasvu- ja kypsyyssivaihe samanaikaisesti
<ul style="list-style-type: none"> • Matkailijoita vähän • Kasvu pientä, mutta kasvuaste suhteellisen suuri • Matkailijoille tarjotaan pakettimatkoja • Matkailijat saapuvat Lappiin lentäen • Talvinen Lappi uusi alue britannialaisille • Viipymä alueella lyhyt • Matkustajat kuuluvat pääasiallisesti ylempään tuloluokkaan, mutta vähitellen matkailijoita tulee myös ylemmästä keskiluokasta • Tuote alussa luksus- tai perustuote • Tuotteen hinta on korkea • Kilpailijoita alussa vähän • Alueen infrastruktuurintaso matala • Alueen vetovoimatekijät ovat luonnollisia • Investoinnit vähäisiä, mutta niitä tehdään isompien matkaryhmien vuoksi • Paikallisyhteisön suhtautuminen matkailuun on erittäin positiivista 	<ul style="list-style-type: none"> • Matkailijoita paljon • Matkailijamäärä kasvaa, kasvu suurta. • Kilpailijoita paljon • Matkailijoille tarjotaan pakettimatkoja • Matkailijat saapuvat Lappiin lentäen • Viipymä alueella kasvaa hitaasti • Matkustajat kuuluvat ylempään keskiluokkaan tai keskiluokkaan • Tuote usein perustuote • Tuotteen hinta laskee • Alueen infrastruktuuri paranee • Vetovoimatekijöitä kehitetään ja alkuperäisten rinnalle rakennetaan keinotekoisia vetovoimatekijöitä • Investoidaan lisää lentokentille ja uusiin majoitustiloihin • Paikallisyhteisön suhtautuminen myönteistä 	<ul style="list-style-type: none"> • Matkailijoita paljon • Kasvu hidastuu ja tasaantuu • Kiristynyt kilpailu • Hintakilpailu • Tuotteen hinta laskee • Tuotteen laatu heikkenee • Ongelmia alueella • Etsitään uusia kohteita

Kuvio 13. Lapin joulucharter-tuotteen elinkaari ja elinkaaren eri vaiheiden ominaispiirteet.

Lentomatkustajamäärät ovat kasvaneet tasaisesti tuotteen yli 20-vuotisen historian ajan. Matkailijamäärät voivat kasvaa kypsyyssivaiheissa, mutta

kasvuvauhti hidastuu vähitellen. Vuonna 2005 lentomatikustajia saapui Lappiin edellisvuotta vähemmän. Toisaalta yöpymiset Lapissa lisääntyivät edelleen, mikä viittaa yöpymisen sisältävien matkojen lisääntymiseen myös britannialaisten matkailijoiden osalta. Lapissa alueen vetovoimatekijät ovat säilyneet pääosin alkuperäisinä, tosin keinotekoisiaakin elementtejä on lisätty ja jotkut alueet ovat haastateltujen mukaan muuttuneet entistä kaupallisemmiksi. Rovaniemi on alusta asti kiinnostanut etenkin päivän matkalle saapuvia ja alueen infrastruktuurin taso on liikenneyhteyksineen ja hotellikapasiteetteineen hyvä. Toisaalta osa matkanjärjestäjistä haluaa suunnata matkansa uusille alueille, joissa ei ole kaupallisia elementtejä, vaan vetovoimatekijät ovat säilyneet alkuperäisempinä.

Lapin joulucharter-tuote voi jatkaa kasvuaan, varsinkin jos matkailu laajenee ympäri Lappia. Rovaniemen alueelta onkin hakeuduttu vähitellen uusille alueille, joissa myös majoituskapasiteetin kasvu on mahdollista. Päivämatkoja tarjotaan yhä asiakkaiden pyynnöstä, mutta yöpymisen sisältävät matkat ovat lisänneet suosiotaan. Yöpyvät asiakkaat jättävät alueelle päivämatkalaisia enemmän rahaa ja edistävät paikallisen matkailuelinkeinon kehittymistä. Yöpymisen sisältävät matkat ovat myös aikataulunsa suhteen päivämatkoja joustavampia, sillä ne eivät ole niin riippuvaisia esimerkiksi myöhässä saapuvista koneista. Joulutuotteesta on markkinoilla lukuisia eri versioita ja huomiota onkin jatkossa kiinnitettävä tuotteen laatuun. Myös tuotekehittelyä tarvitaan tuotteen uudistumiseksi. Britannialaisten lisäksi Lappi kiinnostaa muun muassa ranskalaisia ja italialaisia, joten kasvua voidaan hakea myös laajentamalla markkina-aluetta ja pitää samalla nykyiset asiakkaat tyytyväisinä. Venäläiset ovat jo laajentaneet joulusesongin loppiaiseen saakka, mutta joulutuote on edesauttanut myös hiihtotuotteen markkinointia. Lapin joulucharter-tuote uusiutuu ja elinkaarta voidaan pidentää juuri hakeutumalla uusille alueille, sesongin pidentämisellä sekä uusien kohderyhmien myötä.

6.2 Keskustelua elinkaariteorian ja tutkimusmenetelmien valossa

Matkailutuotepaketin elinkaaren analysoinnissa matkailualueen elinkaarimallin ja tuotteen elinkaarimallin yhdistäminen on hedelmällistä. Määrällisten mittareiden lisäksi on käytettävä kuitenkin myös laadullisia mittareita. Viitekehyksen mukaisiin matkailijoihin, tuotteeseen, kilpailuun sekä kohdealueeseen ja matkailuun liittyvät tekijät ovat pääosin soveltuvia mittareita matkailutuotepaketin elinkaarikuvauksessa, mutta osa kuvailluista tekijöistä poikkei aiemmista tutkimuksista (esim. viipyminen). Lapin joulumatkailijoiden viipyminen vaikuttaa pidentyneen elinkaaren edetessä. Alussa Isosta-Britanniasta lennettiin Lappiin vain yhdeksi päiväksi, mutta vähitellen matkailijoille tarjottiin mahdollisuus yöpyä. Alussa päivämatkojen suureen määrään

on voinut vaikuttaa infrastruktuurin alhaisempi taso, etenkin majoituskapasiteetin osalta. Hotellit eivät välttämättä pystyneet varmistamaan majoitusta useille sadoille matkustajille kerrallaan. Myös esimerkiksi britannialaisten yöpymisten lisääntyminen joulukuussa viittaa viipymän kasvuun. Nykyään alueen infrastruktuuri sallii myös pidemmät viipymät alueella ja hotellit pystyvät vastaamaan matkailun kasvaviin tarpeisiin. Concordella lennettyjen matkojen tarkoituksena oli aluksi viedä asiakkaat vain yhden päivän matkalle, kunnes myöhemmin Lappi houkutteli myös Concordella lentäviä asiakkaita yöpyville matkoille. Concorde-lentojen aikaan voidaan olettaa, että itse lento tällä yliäänikoneella oli asiakkaalle matkakohdetta ja sen palvelutarjontaa tärkeämpi elämys.

Lapin joulucharter-tuotteen kohdalla tuote on alusta alkaen ollut matkailijalle matkatoimiston järjestämä matkailupaketti. Myös tulevaisuudessa pakettimatkat tulevat mitä todennäköisimmin säilyttämään suosionsa helppoutensa ja myös hinnan takia. Jos matkailija rakentaisi tuotteen itse, hinta voisi nousta järjestettyä pakettimatkaa kalliimmaksi lähinnä lentohintojen takia. Toisaalta internetin kautta tapahtuvien matkavarausten suosio on lisääntynyt, mikä voi myös lisätä tulevaisuudessa omatoimista matkailua. Vuonna 2005 konkurssiin menneen Nortours matkatoimiston toimitusjohtaja Jussi Lahtisen mukaan he huomasivat, että britannialaiset tilasivat matkatoimistolta esitteitä ja varasivat sitten matkansa ja hotellinsa itse. (Myllylahti 2005.) Joulun aikaan omatoimista matkailua rajoittaa kuitenkin rajallinen hotellikapasiteetti. Tässä tutkimuksessa on keskitytty tutkimaan joulucharter-tuotetta, johon kuuluvat tilauslennot Lappiin, mutta asiakkaalle sama elämys voi syntyä myös itse koottuna pakettina. Kohdealueen kannalta asiakkaiden itse kokoama joulumatka on edelleen joulutuote, joka on asiakkaalle joulumatkailutuotteen uusi versio.

Tutkijoina olemme pyrkineet tässä tutkimuksessa mahdollisimman suureen objektiivisuuteen, mutta tiedostamme, että tutkijan tulkinnat heijastavat aina jossain määrin tutkijan subjektiivisuutta. Historian tutkijan tulee pyrkiä oikeudenmukaiseen kuvaukseen ja tehdä oikeutta tutkimuksen kohteena oleville ihmisille ja asioille (Kalela 2000, 55). Tässä tutkimuksessa keskityttiin tietoisesti joulucharter-tuotteen alkuvaiheen lähempään tarkasteluun, minkä vuoksi alkuvaiheen toimijoiden osuus haastatteluissa on huomattava. Aineiston monipuolisuudella on pyritty varmistamaan mahdollisimman totuudenmukainen tapahtumien kuvaus. Haastavaa tulosten raportoinnissa oli se, kuinka varmistetaan tulosten esittely mahdollisimman totuudenmukaisesti ja uskottavasti siten, ettei yhdenkään haastatellun näkökulma saa muihin verrattuna hallitsevaa asemaa. Haastattelujen käytössä tulee aina huomioida se, että haastateltavat kertovat asioista muistinvaraisesti ja eri ihmiset näkevät asiat eri näkökulmista. Uskomme, että haastatellut ovat puhuneet totta, mutta havaittavissa oli selvästi erilaisia näkemyksiä joulucharter-matkailun aloittajasta tai tuotteen kehittäjästä.

Tutkimuksen etenemisen kannalta oli hankaluutena se, että pitkän aikavälin tilastojen saatavuudessa esiintyi suuria ongelmia: esimerkiksi Finavian tilastot mahdollistivat kuukausitason matkailijamäärien tarkastelun Lapin lentoasemilla vasta vuodesta 1996 alkaen ja lähtömaan mukaan vasta vuodesta 1998 alkaen. Sesongin mukainen tarkastelu (*marras-, joul- ja tammikuu*) vaikuttaa aluksi luontevoimalta joulumatkailun kannalta, mutta tässä tutkimuksessa kuukausitason tilastoja on tarkasteltu vuosittain *tammi-, marras- ja joulukuu*. Tämä tarkastelu on valittu tutkimukseen, koska vuotta 1996 edeltävät lentotilastot ovat vuositason tilastoja. Vuositason tilastoja ei ole ollut mahdollista tarkastella kuukausitasolla eikä joulusesongin mukaan, eli tammikuuta ei ole voinut erottaa edelliseen vuoteen kuuluvaksi oikealle sesongilleen. Yhtenäinen tarkastelutapa läpi koko tutkimuksen on kuitenkin tärkeää, mikä puoltaa tässä sovellettua vuosittaisten vertailujen käyttöä. Tutkimukseen valittu tarkastelutapa ei vaikuttane oleellisesti sesonkien mukaiseen tulkintaan, sillä suurin osa joulumatkailijoista on britannialaisia, jotka matkustavat edelleen jouluchartereil-la Lappiin pääosin joulukuussa eivätkä tammikuussa kuten esim. venäläiset matkailijat.

Myös Tilastokeskuksen majoitustilastojen tilastointi oli uudistunut useamman kerran tarkasteltavan aikajakson aikana. Uudet käsitellyt majoitustilastot saatiin vuodesta 1995 alkaen joulukuun ja koko vuoden osalta. Valitsimme lentotilastot matkailijamäärien tarkkailuun, koska ensinnäkin suurin osa joulucharter-matkailijoista saapuu Lappiin lentäen. Toiseksi, majoitustilastot eivät huomioi päivämatkailijoita, jotka kuuluivat tärkeänä ryhmänä Lapin joulucharter-matkustajiin. Kuukausitason tilastojen puuttuminen alkuvuosilta ei haitannut tutkimusta niin paljon, kuin alussa tutkijana oletimme. Lisäksi vuodesta 1996 alkavat kuukausitason tilastot seurailevat vuositason tilastojen kehittymistä. Haastatteluissa ilmeni selkeästi, että Lapin matkailussa joulukuusi on selvästi merkittävä sesonki ja joulumatkailu on merkittävä osa myös vuositason tilastoissa. Haastattelut ja dokumenttiaineisto täydensivät tilastoja ja mahdollistivat kronologisen tapahtumien kuvauksen.

6.3. Lopuksi

Vaikka totesimme Lapin joulucharter-tuotteen olevan kasvu- ja kypsyyssvaiheen välimaastossa, voi erityisesti matkailijoiden viipymän piteneminen jatkaa tuotteen kasvua edelleen. Elinkaarta voidaan myös pidentää hakeutumalla uusille alueille Lapissa, uusien kohderyhmien avulla sekä sesongin laajentamisella. Jos tavoitteena on edelleen kasvattaa matkailijamääriä, tulee erityistä huomiota kiinnittää tuotteen laatuun. Jonotukset ja ruuhkat ovat asioita, joita matkailijat eivät Lapista hae. Lapin potentiaalina joulumatkailijoiden kannalta ovat uudet kohteet tai aiempien matkailu-

keskittymien kehittäminen. Pienemmissä kohteissa matkailijat saavat kaipaamaansa joulun mystiikkaa ja siihen liittyvää Lapin luonnon rauhaa. Toisaalta isot konekoot vaativat, että kohde pystyy palvelemaan kerralla yhä suurempia ryhmiä. Silti osa vie-roksuu liiallista kaupallistumista. Massamatkailu tuskin sopii Lapin kaltaiselle matkailukohteelle ja toisaalta alueelle ei ole haastattelujen perusteella kehittynyt massa-matkailuun tarvittavaa infrastruktuuria. Mahdollisen kasvun on oltava hallittua.

Tässä kirjassa ja sen taustana olevassa tutkimuksessa pääpainotuksena olleen Ison-Britannian lisäksi tarkastelua voisi laajentaa myös muihin lähtömaihin, sillä esimerkiksi Italiassa ja Ranskassa on selvää kiinnostusta joulumatkailua kohtaan. Venäläiset pidentävät joulusesonkia uuden vuoden yli. Laajempaa selvitystä voisi tehdä myös esimerkiksi britannialaisten matkanjärjestäjien tuotteista ja tulevaisuuden näkemyksistä. Tässä tutkimuksessa keskityttiin tuotteen alkuvaiheeseen ja alkuvaiheen toimijoihin, joten myöhemmissä tutkimuksissa on mahdollista tutkia tarkemmin 1990- ja 2000-luvun toimijoita. Tutkimusta voidaan laajentaa koskemaan myös Lapin joulucharter-tuotteen aluetaloudellisia vaikutuksia. Joulusesonki lisää matkailutuloja ja on edesauttanut matkailulinkeiden infrastruktuurin kehittymistä Lapissa sekä muiden sesonkien, kuten hiihtokauden markkinointia. Lapin jouluchar-ter –matkailu on levinnyt vähitellen ympäri Lappia ja myös Kuusamo on nousemas-sa Lapin rinnalle.

Aiempien tutkimustulosten (Saraniemi, Komppula & Hakulinen 2007) perus-teella voidaan Lapin joulumatkailutuotteen sanoa olevan osa Lapin identiteettiä ja näin myös osa Suomen identiteettiä. Suomalaislasten uskomus Korvatunturin joulu-pukista on muuttunut myös erityisesti britannialaisten lapsien uskomukseksi johtaen joulutuotteen myötä syntyneeseen merkittävään matkailuliiketoimintaan Lapissa. Tämä näkyy monella eri tasolla yritystoiminnasta, matkailun kehittämisestä ja pää-töksenteosta koulutussektorille asti. Joulupukki itse on jo eräänlainen ikoni. Haastat-telujen perusteella Lappi vaikuttaa olevan vahvempi brändi kuin Suomi. Lappia ei aina edes yhdistetä Suomeen, mutta joulupukki yhdistetään Lappiin, jossa Suomen kliseinen kylmyys on pystytty kääntämään eduksi. Joulumatkailutuotteessa on kysy-mys hyvin mystisestä ja herkstä tuotteesta.

Tutkimuksen perusteella Lapin joulumatkailu elää jonkinlaisessa muutokses-sa. Tulevaisuudessa tuotteen laadun säilyttäminen ja alueen yhtenäisen markkinoin-tiviestin toteuttaminen korostuvat. Myös matkanjärjestäjien kesken on kiinnitettävä huomiota Lapin yhteiseen markkinointiviestiin ulkomailla, sillä Lapilla on kilpaili-joita jo ihan naapurimaissa.

LÄHTEET

- ALAKULPPI, J.** 2006. *Lapin Ilmailuhistoria 2. Jälleenrakentamisesta 1945 Lapin lentomatkailuun ja Hornet-kauteen 2001*. Lapin Maakuntamuseon julkaisuja 10. Ykkös-Offset Oy, Vaasa.
- BERRY, E.N.** 2001. *An Application of Butler's (1980) Tourist Area Life Cycle Theory to the Cairns Region, Australia 1876-1998*. PhD Thesis, Tropical Environment and Geography, James Cook University, Cairns Campus. Sähköisessä muodossa: www.geocities.com/tedberry_au/tourismarealifecycle.html
- BUHALIS, D.** 2000. *Marketing the Competitive destination of the Future*. Tourism Management. Vol. 21, 97-116.
- BUTLER, R.W.** 1980. *The Concept of a Tourist Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources*. *Canadian Geographer* 24: 1, 5-12.
- COHEN, E.** 1972. «*Toward a Sociology of International Tourism*. *Social Research* 39, 164-182.
- COOPER, C. & JACKSON, S.** 1989. *Destination Life Cycle. The Isle of Man Case Study*. *Annals of Tourism Research*, Vol. 16, 377-398.
- FORMICA, S. & UYSAL, M.** 1996. *The Revitalization of Italy as a Tourist Destination*. *Tourism Management*, Vol.17, Issue 5, 323-331.
- GONCALVES, V.F. DA C. & AGUAS, P.M.R.** 1997. *The Concept of Life Cycle: An Application to the Tourist Product*. *Journal of Travel Research*, Vol. 36, Issue 2, 12-23.
- HAYWOOD, M.K.** 1986. *Can Tourist-Area Life Cycle Be Made Operational?* *Tourism Management*, Vol.7, No. 3, 154-167.
- HOLLOWAY, J.C. & ROBINSON, C.** 1995. *Marketing for Tourism*. Third Edition. Longman, Singapore.
- ILMAILULAITOS** 1997. *Historiikki. Katsaus ilmailuhallinnon menneisyyteen ja nykypäivään*. Sähköisessä muodossa: <http://www.finavia.fi/historiikki> 1.8.2006
- ILMAILULAITOS** 2004. *Ilmailulaitoksen vuosikertomus 2004*. Sähköisessä muodossa: http://www.finavia.fi/files/finavia/vuosikertomukset_pdf/Ilmailulaitos_vsk05.pdf 2.8.2006
- ILMAILULAITOS** 2005. *Ilmailulaitoksen vuosikertomus 2005*. Sähköisessä muodossa: <http://www.finavia.fi/vuosikertomus> 2.8.2006
- JÄRVILUOMA, J.** 1993. *Paikallisyhteisön asennoituminen matkailuun ja sen seurausvaikutuksiin – katsaus aikaisempiin tutkimuksiin*. Teoksessa Aho, Seppo (toim.): *Matkailun teoretisoiva tutkimus Suomessa 1991*, 55 – 73. Oulun yliopisto, Pohjois-Suomen tutkimuslaitos.
- KALELA, J.** 2000. *Historian tutkimus ja historia*. Gaudeamus, Helsinki.
- KANTELE, H.** 2006. *Suomen Lappiin suuntautuneen työsidonnaisen matkailun ja*

- erityisesti kannustematkailun synty ja kehitys tarkasteltuna kannustematkatuotteen rakentumisena 1980-luvulla.* Acta Universitas Lapponiensis 104. Lapin yliopisto, Rovaniemi.
- KAUPPIA, P.** 1995. *Matkailukeskuksen elinkaari – esimerkkinä Kuusamon Ruka.* Nordia Geographical Publications, Vol. 24, 1.
- KAUPPIA, P.** 2004. *Matkailukeskusten kehitysprosessi ja rooli aluekehityksessä paikallistasolla: esimerkkeinä Levi, Ruka, Saariselkä ja Ylläs.* Nordia Geographical Publications. Volume 33:1.
- KELLER, P.** 1987. *Stages of Peripheral Tourism Development - Canada's Northwest Territories.* Tourism Management, No. 8, Vol.1, 20-32.
- KOMPPULA, R. & BOXBERG, M.** 2002. *Matkailuyrityksen tuotekehitys.* Helsinki: Edita.
- KOSKINEN, A.** 1996. *Pienyritysten kehityskaaret ja areenat. Helsingin kauppa-korkeakoulu. A-116.*
- KOTLER, P.** 2000. *Marketing Management.* The Millenium Edition. Upper Saddle River, Prentice-Hall.
- KOTLER, P., BOWEN, J. & MAKENS, J.** 1999. *Marketing for Hospitality and Tourism.* Second Edition. Upper Saddle River: Prentice-Hall.
- MERCER, D.** 1993. *A Two Decade Test of Product Life Cycle Theory.* British Journal of Management, Vol. 4, 269-274.
- PEARCE, D.** 1995. *Tourism Today. A Geographical Analysis.* Second Edition. Longman, Harlow.
- PLOG, S.C.** 1974. *Why Destination Areas Rise and Fall in Popularity.* The Cornell Hotel and Restaurant Association Quarterly 14, No. 4, 55-58.
- PLOG, S.C.** 2001. *Why Destination Areas Rise and Fall in Popularity.* The Cornell Hotel and Restaurant Association Quarterly 42, No. 3, 13 - 24.
- POLL, R. & COOK, V.** 1969. *Validity of the Product Life Cycle.* The Journal of Business, Vol. 42, No. 4, 385-400.
- ROGERS, E.M.** 1995. *Diffusion of Innovation. Fourth Edition.* New York: Free Press.
- ROVANIEMEN MATKAILU** 2005. *Rovaniemi ja joulupukki.* Lehdistötiedote 4.11.2005. Sähköisessä muodossa: <http://tourism.rovaniemi.fi/?depid=12773> 1.8.2005.
- SARANIEMI, S., KOMPPULA R. & HAKULINEN, S.** 2007. *Reviewing the Tourist Product Life Cycle: Development of Christmas in Lapland Product.* Paper presented in Travel and tourism research association (TTRA), European chapter conference in Nice 23.-25.4.2007.
- SEATON, A.V. & BENNETT, M.M.** 1996. *The Marketing of Tourism Product: Concept, Issues and Cases.* London: International Thomson Business Press.

- STRAPP, J.D.** 1988. *The Resort Cycle and Second Homes*. Annals of Tourism Research, Vol.15, No.4, 504-516.
- SUOMALA, P.** 2004. *Measurement of New Product Development Performance – Life Cycle Perspective*. Tampere: TTY.
- SUOMEN MATKAILUN KEHITYS** 1995. *Lapin matkailufakta 1994 – käsikirja matkailuyrittäjälle, rahoittajalle, päättäjille ja kehittäjille*. MKTK:n julkaisu C:7.
- TOH, R.S., KHAN, H. & KOH, A.-J.** 2001. *A Travel Balance Approach for Examining Tourism Area Life Cycles: The Case of Singapore*. Journal of Tourism Research, Vol. 39:4, 426-432.
- TUOMI, J. & SARAJÄRVI, A.** 2002. *Laadullinen tutkimus ja sisällön analyysi*. 1. – 3. painos. Gummerus Kirjapaino Oy, Jyväskylä.
- WILLIAMS, M.** 1993. *An Expansion of the Tourist Site Cycle Model. The Case of Minorca (Spain)*. The Journal of Tourism Studies, Vol.4. No. 2, 24-32.

TILASTOT

Finavia. Lentotilastot 1996–2006. Lappi Laskeutumiset 1975–2003, Lappi matkustajat 1974–2003, Talousosasto, Liikennemaksut.

Tilastokeskus majoitustilastot 1984–2005:

Liikenne

1983:14

1984: 1, 3, 10

1985:1, 4, 9

1986:1, 3, 9, 37

1987:2, 7

1988: 1, 3, 8, 21

1989:1, 8

1990:1, 2, 4

1991:1, 3, 8

1992:2, 4, 6

Liikenne ja matkailu

1993: 1, 3, 5

1994: 2, 3, 4

1995: 1, 3, 4

1996: 1, 3, 4

1997: 2, 3, 4, 21

1998: 1, 2

1999: 1, 2, 3

2000: 1, 2, 3

2001: 1, 2, 3

2002: 1, 2, 3

2003: 1, 2, 3

2004: 1, 2, 3

2005: 1, 2, 3

2006: 1

Liikenne ja Matkailu 2006. Matkailutilasto 2006, tammikuu.

Liikenne ja Matkailu 2006. Matkailutilasto 2006, marraskuu.

Liikenne ja Matkailu 2006. Matkailutilasto 2006, joulukuu.

Tilastokeskus 2007. Tilastokeskus, Majoitustilasto 1995–2006.

HENKILÖKOHTAISET TIEDONANNOT

ADRIAN COLLINS, *Canterbury Travelin omistaja*, 31.7.2006

COLIN MITCHELL, *ent. Goodwood Travelin omistaja*, 4.8.2006

COLIN MITCHELL, *ent. Goodwood Travelin omistaja*, 5.8.2006

COLIN MITCHELL, *ent. Goodwood Travelin omistaja*, 29.1.2007

COLIN MITCHELL, *ent. Goodwood Travelin omistaja*, 9.10.2006

COLIN MITCHELL, *ent. Goodwood Travelin omistaja*, 10.10.2006

JUSSI SORRO, *North Ground Handling Oy, Rovaniemi, liikennevirkailija, vuodesta 1992 alkaen Deputy Station Manager. Rovaniemelle laskeutuneet British Airwaysin Concorde lennot vuosilta 1984–1999*, 31.1.2006

JUSSI SORRO, *North Ground Handling Oy, Rovaniemi, liikennevirkailija, vuodesta 1992 alkaen Deputy Station Manager*, 29.1.2007

KAISA SIRÉN, 15.1.2007.

STEVE MITCHELL, *Emagine-matkatoimiston omistaja*, 13.10.2006

TIMO HÄNNINEN, *Suomen matkailun edistämiskeskus, markkinointipäällikkö, ulkomaiset media- ja elinkeinoviearit, 18.1.2007*

ARTIKKELIAINEISTO

ALAKULPPI, J. 2003. *Concorden lappilainen historia*. Lapin Kansa 9.12.2003.s.4

AUTIO, K. 2001. *MEK palkitsi joulumatkailun uranuurtajia*. Lapin Kansa 20.12.2001. Rovaniemi, s.13

HAKALA, P. 2005. *Olisi ensimmäinen yksityinen kenttä Suomessa. Sodankylän lentokenttä ulkomaalaisomistukseen*. Lapin Kansa 29.5.2005, s.3.

HIETALA, A.-H. 2006. *Maisemaa tykitetään lumiseksi. Joululenkoissa 10-15 prosenttia kasvua viime vuoteen*. Lapin Kansa 2.12.2006.

HOLMA, P. 2006. *Aito Swedish Lapland*. Lapin Kansa. 25.11.2006, s.15–16.

JURVELIN, K. 2007. *Britit rynnivät Lapin mökkimarkkinoille*. Kauppalehti Online. 15.12.2007. Sähköisesti muodossa: <http://www.kauppalehti.fi/>

LAALO, P. 1993. *Ohjelmopalvelut jo olennainen osa Lapin matkailua. Kelkkasafarit nousseet miljoonabisnekseksi*. Lapin Kansa 24.1.1993.

LAINEN, S. 2006. *Lapin joulumatkailun kasvu taittuu*. Kaleva.Plus 6.11.2006. sähköisesti muodossa: <http://www.kaleva.fi/plus/index.cfm?j=610818>

LAPIN KANSA 1984. *Concorde hurmasi*. 27.12.1984.

LAPIN KANSA 17.2.1984. *Jarrut matkailuinvestoinneille*.

LAPIN KANSA 27.12.1984. *Yli 10 000 katsojaa näki joulu-Concorden.*, s. 8.

LAPIN KANSA 18.11.1988. *Joulukaudesta tullut Lapin uusi matkailusesonki*.

- LAPIN KANSA** 19.9.1990. *Saksalaisten varauksia odotellaan. Joulun lennot kiinnostavat brittejä.*
- LAPIN KANSA** 14.11.1990. *Lappi lumooa brittejä.*
- LAPIN KANSA** 16.11.1991. *Satoja brittejä jouluviettoon Leville. Lapin Kansa.*
- LAPIN KANSA** 1.12.1992. *Saarivaltiosta lennetään jouluksi Saariselälle.*
- LAPIN KANSA** 20.12.1992. *Tuhatkunta brittiä myös Saariselälle.*
- MELAMIES, E.** 2006. *Joulupukki sai jopa 700 000 kirjettä.* STT. Karjalainen 22.12.2006, s. 11.
- MYLLYLÄHTI, M.** 2005. *Suomen jouluhinnat kaatoivat brittitoimiston. Joulupukki ei pelastanut tänä vuonna Nortoursia.* Kauppalehti 20.12.2005, s.14.
- OINAS, S.** 2005. *Suomun matkailulle nostetta uudella hotelli-ravintolalla.* Lapin Kansa 3.12.2005, s.3.
- OINAS, S.** 2006. *Suomu on joulumatkailukohde. Viimeisen päälle viihtyisää uutuutta tarjolla.* Lapin Kansa 8.12.2006, s.12.
- PIHLAJA, R.** 2005. *Lapin luonto luo joulun taian. Adrian Collins keksi viedä joulupukin metsään.* Kauppalehti 28.11.2005. s.14–15
- RUOKAMO, K.** 2006. *Turisteja kuskataan lumisimmille alueille.* Lapin Kansa 14.12.2006.
- SARNI, J.** 1984. *Kaikki halusivat nähdä Concorden.* Lapin Kansa. 27.12.1984, s.8
- SAHAVIRTA, H.** 2007. *Norja aikoo ryöstää joulupukin Nordkappiin.* Kaleva.plus, 5.1.2007.
- TORKKO, M.** 1984 *Joulu-Concorde Lappiin on jo loppuunmyyty.* Lapin Kansa 6.12.1984.
- TORKKO, M.** 2005. *Juhlat napapiirillä.* Lapin Kansa. 24.6.2005, s.4.
- TORVINEN, O.** 2006. *Kilpisjärvellä ensimmäiset britit. Villin Pohjolan Lapin joulumatka lisääntyivät kolmanneksen.* Lapin Kansa 1.12.2006, s.2.
- TUOMI, S.** 2006. *Lapin majoitusmyynnillä myönteiset joulunäkymät.* Kauppalehti 10.10.2006.
- TUOMI, S.** 2007. *Kuusamon jouluun tutustui ennätysmäärä lentomatkailijoita.* Kauppalehti 19.1.2007.
- TUOMI-NIKULA, H.** 2004. *Joulu on lapsille myös työn juhlaa.* Lapin Kansa. 27.12.2004, s.3.
- TUOMILAAKSO, M.** 2001. *Lapin joulumatkailun uranuurtaja palkittiin.* Lapin Kansa 31.12.200, s. 10.
- TUOMILAAKSO, M.** 2006. *Tekolumi turvaamaan safareita. Mustat syksyt ovat opettaneet ohjelmapalveluyrityksiä varautumaan.* Lapin Kansa 21.11.2006, s.2.
- VEHMAS, M.** 2006. *Joulupukille kerrotaan hädät, pelot ja perheen tuskat. Englantilaislapset erottuvat kilometrin pituisilla lahjalistoillaan.* Lapin Kansa 16.12.2006.

- VIRTANEN, M.A.** 2006. *Lumipula varjostaa sesonkia. Husky- ja poropuisto odottaa vieraita Pyhä-Luostolla.* Lapin Kansa 24.11.2006
- VÄSTILÄ** 2005. *Elämyksiä ja eksotiikkaa. Lappi löydetään talvella. Vetovoiman suotaisiin olevan ympärivuotista.* Kauppalehti 22.12.2005.

Artikkelit Isossa-Britanniassa:

- BURLEICH, J.** 2004. *The Santa trip that put the grot into grotto.*
Telegraph 8.12.2004.
- DAILY EXPRESS** 8.12.2004. *Seasonal rush for Santa.*
- HARDING, D.** 2004. *Ho-ho-nooo..* Metro 8.12.2004
- PEARCE, T.** 1991. *Greenland Fights to Win Back Santa.* The Times 26.12.1991.

MATKATOIMISTOJEN ESITTEET

- CANTERBURY TRAVEL** 2005. *In Search of Father. Lapland.* Canterbury Tales 2005.
Winter 2005/2006.
- CANTERBURY TRAVEL** 2005. *Lapland Experience. In Search of Father Christmas.*
Winter 2005. November – December.
- CANTERBURY TRAVEL** 2006. *Lapland.* Canterbury Tales 2006. 2nd Edition.
- CANTERBURY TRAVEL** 2006. *Lapland Experience. In Search of Father Christmas.*
Winter 2006.
- COSMOS** 2006. *Lapland.* December 2006.
- COSMOS** 2005. *Lapland.* December 2005.
- EMAGINE** 2005. *Santa Claus in Finnish Lapland and Northern Finland.*
December 2005.
- EMAGINE** 2006. *Santa Claus in Finnish Lapland and Northern Finland.*
December 2006.
- ESPRIT** 2006. *Santa's Lapland. Magical short break and day trips.*
December 2006. First Edition.
- FIRST CHOICE** 2005. *Lapland. November - December 2005.* June Edition.
- SCANMERIDIAN** 2005. *Father Christmas Holidays in Lapland.* 2005 Edition.
- SCANTOURS** 2005. *Winter Adventures.* 2005-2006.
- TRANSUN** 2004. *Lapland. The magical home of the real Father Christmas.*
2004 Main Edition.
- TRANSUN** 2004. *Lapland December 2004. The magical home of the real Father Christmas.* 2004 2nd Edition.

MATKAILUN EDISTÄMISKESKUKSEN ESITTEET JA LEHDET

- FINNISH TOURIST BOARD UK OFFICE** 1993. *1993 Tour Operators Offering Holidays to Finland by Air, Sea and Coach.*
- FINNISH TOURIST BOARD** 1993. *Finland 1993/1994. Winter Fun with Snow Guaranteed. Prices & Information, s.3.*
- FINNISH TOURIST BOARD** 1998. *Fun in Winter Wonderland 1998-1999.*
- FINNISH TOURIST BOARD** 1998. *Winter Brochure 1998.*
- FINNISH TOURIST BOARD** 1999. *FREE in Winter Wonderland 1999-2000, s. 62.*
- FINNISH TOURIST BOARD UK Office** 2000. *Christmas 2000.*
- FINNISH TOURIST BOARD** 2000. *Finland 2000. Suomi Finland Summer 2000, s. 98-99.*
- FINNISH TOURIST BOARD** 2000. *Snow White Finland 2000-2001, s. 64.*
- FINNISH TOURIST BOARD** 2001. *Snowball 2001. Market Manual.*
- FINNISH TOURIST BOARD** 2001. *Snow White Finland. Winter Wonderland 2001-2002.*
- FINNISH TOURIST BOARD** 2002. *Snow White Finland 2002-2003.*
- FINNISH TOURIST BOARD** 2003. *Snow White Finland 2003-2004.*
- FINNISH TOURIST BOARD** 2004. *Winter in Finland. The Ultimate Snow Adventure. 2004-2005.*
- FINNISH TOURIST BOARD** 2005. *Winter in Finland. The Ultimate Snow Adventure. 2005-2006.*
- FINNISH TOURIST BOARD** 2006. *Winter in Finland. The Ultimate Snow Adventure. 2006-2007.*
- FINNISH TOURIST BOARD** 2006. *Make a Child's dream come true: With a fate to Meet Santa Claus in Finnish Lapland This Christmas. Press release 10 October 2006.*
- MATKAILUN EDISTÄMISKESKUS** 1998. *MEKin mukana markkinoilla. Iso-Britannia. Huhtikuu 1998.*
- MATKAILUN EDISTÄMISKESKUS** 1991. *Stop Press. Lehdistötiedote 18.10.1991.*
- MATKAILUSILMÄ** 2005. *MEKin asiakaslehti 4/2005*

INTERNET LÄHTEET

- INTERNET 1:** Concorde. <http://www.concordesst.com/accident/accidentindex.html>
30.7.2006
- INTERNET 2:** Aunila, Seija 1987. Joulumaan rakentaminen pysähtyi v.1987.
YLE Elävä arkisto <http://www.yle.fi/elavaarkisto?s=s&g=5&ag=72&t=&a=26>
25 26.1.2007
- INTERNET 3:** Tilastokeskus, Matkailutilasto: laatuseloste
http://www.tilastokeskus.fi/til/matk/matk_2005-04-28_laa_001.html
2.8.2006
- INTERNET 4:** Finavia, tiedote 4.10.2006. Kittilän lentoasema vastaa entistä paremmin joululiikenteen kysyntään.
http://www.finavia.fi/lentoasema_kittila?pg=news&nid=65966 4.2.2007
- INTERNET 5:** Finavia, tiedote 28.7.2006. Tulipalo Kittilän lentoasemalla.
http://www.finavia.fi/finavia_tiedote?id=65859 1.8.2006
- INTERNET 6:** Finavia, tiedote. 28.7.2006 Kittilän lentoliikenne käynnistyy maanantaina 28.7.2006 http://www.finavia.fi/finavia_tiedote?id=65862 1.8.2006
- INTERNET 7:** Kauppa ja teollisuusministeriön osakkuusyhtiö
<http://www.ktm.fi/index.phtml?s=1440> 12.6.2006

Lappiin joulumatkoja järjestävät matkanjärjestäjät Isovsa-Britanniassa

MATKANJÄRJESTÄJÄT				
Vuosi	Lähde: MEKin esitteet ja tiedotteet	Lähde: Lehtiarikkeilt Isovsa-Britanniassa (n=37)	Lähde: Lehtiarikkeilt Suomessa (n=10)	Lähde: Haastattelut
1983			Canterbury Travel	
1984			Goodwood Travel Canterbury Travel?	
1985			Goodwood Travel	Canterbury Travel?
1986				Goodwood Travel Canterbury Travel?
1987				Goodwood Travel Canterbury Travel
1988		Canterbury Travel Cosmos Finlandia Travel Finnchalet Holidays Goodwood Travel Scanscape Holidays		Canterbury Travel Goodwood Travel
1989		Canterbury Travel Cosmos Holidays Goodwood Travel Scanscape Holidays		Canterbury Travel Goodwood Travel Finlandia Travel?
1990		Cosmos (hyväntekevällisyys) Goodwood Travel Page & Moy Ltd	Canterbury Travel	Finlandia Travel?
1991		Airtours Canterbury Travel Cosmos Finlandia Travel Finnchalet Goodwood Travel	Page & Moy Ltd Scantour Scanscape Holidays	
1992			Canterbury Travel	Goodwood Travel
1993	Canterbury Travel Finlandia Travel Agency Ltd. Finnchalet Holidays Ltd Goodwood Travel Ltd Sovereign Scanscape	Scantours Ltd		Goodwood Travel
1994			Airtours Goodwood Travel Finlandia	
1995				Goodwood Travel
1996				Goodwood Travel
1997		Cosmos Finnchalet Holidays		Goodwood Travel
1998	Aeroscope Airtours Canterbury Travel Cosmos Holidays Finman Travel International Goodwood Travel	Inghams? Lapland Experience - Finland Norvistä Saga holidays Scanmeridian Scantours?	Superlative Travel Specialised Tours Solo's Holidays Ltd Trunsun Travel Ltd. (+3 muuta)	
1999	Aeroscope Airtours Brige Travel Service? Canterbury Travel Cosmos Holidays Finman Travel International	Goodwood Travel Inghams? Norvistä Saga Holidays Scanmeridian Scantours?	Solo's Holiday Ltd Specialised Tours Superlative Travel Trunsun Travel Ltd	

MATKANJÄRJESTÄJÄT					
Vuosi	Lähde: MEKin esitteet ja tiedotteet		Lähde: Lehtiartikkelit Isoissa-Britanniassa (n=37)	Lähde: Lehtiartikkelit Suomessa (n=16)	Lähde: Haastattelut
2000	Aeroscope Airtours Brige Travel Service Canterbury Travel Cosmos Holidays Emagine UK Ltd. Finman Travel International	First Choice Global-Link Travel Goodwood Travel Inghams Lapland Experience- Finland Norvistä Saga Holidays	ScanMeridian Scantours Specialised Tours Specialised Travel Superlative Travel Solo's Holidays Ltd Trunsun Travel Ltd		
2001	Aeroscope Brige Travel Service Emagine UK Ltd First Choice Inghams ¹	Norvistä Saga Holidays Scanmeridian Scantours Superlative Travel	Trunsun Travel Ltd		
2002	Airtours Bridge Scandinavia Canterbury Travel Cosmos Holidays Eclipse Holidays Emagine UK Ltd.	First Choice JMC Media Travel Norvistä Page & Moy Ltd. ScanMeridian	Scantours Ltd. Trunsun Travel		
2003	Airtours Bridge Scandinavia Canterbury Travel Cosmos Holidays Eclipse	Emagine UK Ltd. First Choice Indigo Holidays JMC Media Travel	Norvistä Page & Moy Ltd Saga Holidays Scantours Ltd Trunsun Travel		
2004	Bridge Scansinavia Canterbury Travel Cosmos Holidays Eclipse Emagine UK Ltd	Esprit Holidays First Choice Indigo Holidays Inghams JMC	Norvistä Saga Holidays ScanMeridian Holidays Ltd Scantours Ltd Trunsun Travel Viator		
2005	Activities Abroad Canterbury Travel Cosmos Holidays Cresta Holidays Emagine UK Ltd	Esprit Holidays First Choice Indigo Holidays Inghams Nortours (konkussi)	ScanMeridian Travel Ltd Scantours Ltd Small families The Adventure Company Trunsun Travel		
2006	Activities Abroad Arctic Experience/Discover The World Best Served Holidays Ltd. Canterbury Travel Cosmos Holidays Discover the World Emagine UK Ltd	Esprit Holidays First Choice Guild Travel Inghams Magic of Lapland ScanMeridian Travel Ltd Scantours Ltd	Small families The Adventure Company The Mighty Fine Company Thomas Cook Travelsphere Trunsun Travel		

Ensisijaisena lähteenä on käytetty MEKin esitteitä ja tiedotteita. Tietoja on tarvittaessa täydennetty lehtiartikkeleilla Suomesta ja Isosta-Britanniasta ja jos näistä lähteistä ei ole tietoja löytynyt, tietoja on lisäksi haastatteluista.

Merkkien selityksiä

- 1)Pieni incentive-ryhmä
- 2)Matkaan sisältynyt mahdollisuus vierailla Santa Parkissa
- ?) Epäselvä tieto

Hintavertailua joulumatkojen hinnoista

Alkuperäiset hinnat on kerätty matkanjärjestäjien esitteistä, lehtiartikkeleista ja matkanjärjestäjän internetsivulta. Tämän jälkeen hinnoista on poistettu inflaation vaikutus OECD kuluttajahintaindeksin avulla. Hintoja verrataan vuoteen 2006 ja vuonna 2000 indeksi on 100.

TIME PERIOD	Indeksi	Alkuperäinen hinta			Inflaatio poistettu		
		Päivämatkan hinta (£)	Yöpyvän hinta (£)	Concorde hinta (£)	Päivämatkan hinta (£)	Yöpyvän hinta (£)	Concorde hinta (£)
1984	52,4			799			1775
1985	55,6						
1986	57,5						
1987	59,8						
1988	62,8	227 * - 237 *	475 - 615 *	1195	421 - 239	880 - 1140	2215
1989	67,7		505 * - 719	1349 - 1399		868 - 1236	2319 - 2405
1990	74,1	229		1595	360		2506
1991	78,4	219 - 360	575 - 965	1495 *	325 - 534	854 - 1433	2220*
1992	81,3						
1993	82,6						
1994	84,7						
1995	87,6						
1996	89,7						
1997	92,5	289			364		
1998	95,7						
1999	97,2						
2000	100						
2001	101,8						
2002	103,5						
2003	106,5						
2004	109,7	235 - 395	449 - 1249		249 - 419	476 - 1325	
2005	112,8	375 - 459	545 - 1435		387 - 474	562 - 1481	
2006	116,4	379 - 435	569 - 1465		379 - 435	569 - 1465	

***) Hinnoista, jotka on merkitty tähdellä, ei ilmene ovatko matkan hinnat aikuisten vai lasten hinnoissa. Muuten tarkastelussa on aikuisten matkojen hinnat.**

Inflaation vaikutuksen poiston jälkeen päivämatkojen hinnat näyttävät laskeeneen hieman. Vuoden 2004 tienoilla on laskua tapahtunut selvimmin. Tätä tukevat myös vuoden 2005 haastattelut, joissa kerrottiin hintojen painuneen päivämatkan osalta alle 300 punnan. Haastattelujen perusteella (v.2005) hinnalla kilpailtiin edelleen, mikä on mahdollista myös vuoden 2006 osalta.

Yöpymisen sisältävissä matkoissa on suurta vaihtelua ja vertailu on vaikeampaa, sillä tarkastelussa on mukana 1-7 yön matkoja. Osa yöpyvien matkojen hinnoista on laskenut selvästi 1980-luvun lopulta, mutta vastaavasti tarjolla olevat pitkät matkat ovat hintavampia.

Concorde-matkat ovat kaikki yhden päivän kestoisia matkoja. Hinnat vaikuttavat nousseen vuodesta 1984. Mukana on vai osa tarjottavien matkojen hinnoista, joita on löytynyt lehtiartikkeleista ja matkanjärjestäjien esitteistä.

Indeksien lähde:

OECD Main Economic Indicators - Comparative Subject tables

COUNTRY UNITED KINGDOM

<http://stats.oecd.org/wbos/default.aspx?querytype=view&queryname=221>