



**Euroopan unionin
rahoittama**
NextGenerationEU

Sustainable Travel Finland -ohjelman vaikuttavuusarviointi

Marraskuu 2024

Sisällysluettelo

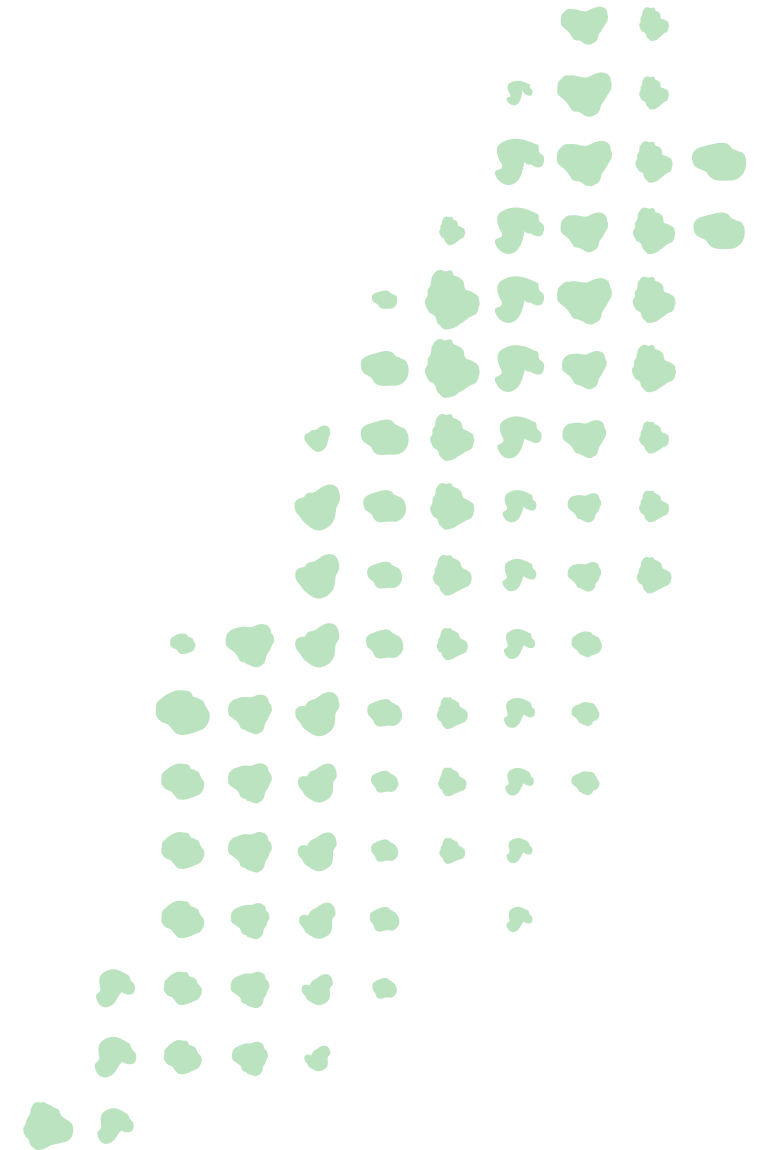
Tiivistelmä

1. Johdanto
2. Sustainable Travel Finland -ohjelman kehitys
3. Arvioinnin havainnot
4. Johtopäätökset ja suositukset

Liite 1. STF-ohjelman yrityksille kohdennetun kyselyn tuloksia

Liite 2. STF-ohjelman destinaatioille kohdennetun kyselyn tuloksia

Liite 3. Esimerkkejä STF-ohjelman tuloksista ja vaikutuksista
destinaationäkökulmasta



Tiivistelmä

Vuonna 2020 lanseerattu Sustainable Travel Finland (STF) -ohjelma edistää matkailualan toimijoiden sitoutumista kestävän matkailun kehittämiseen ja valtakunnallisiin kestävän matkailun indikaattoreihin ja niiden mittaamiseen. Lisäksi ohjelman tavoitteena on kasvattaa toimijoiden osaamista sekä tukea matkailualan yritysten toiminnan suunnittelua kestävyden näkökulmista. Ohjelman toteuttamisesta vastaa Visit Finland ja siihen on tähän mennessä osallistunut noin 70 destinaatiota (matkakohde, matkailualue, kaupunki) ja 1300 matkailualan palveluyritystä.

STF-ohjelmaa on syksyllä 2024 tarkasteltu ensimmäisen kerran vaikuttavuuden näkökulmasta. Kestävän matkailun edistäminen on hyvin olennainen Suomen matkailualan houkuttelevuuden ja kilpailukyvyn kannalta. Arviointi toteaa, että STF-ohjelma on vastannut tähän haasteeseen hyvin. Ohjelman toteutusmalli on räätälöity alan tarpeisiin, ja sen lähestymistapa painottaa osaamisvalmiuksien kehittämistä sekä sertifiointien hyödyntämistä, missä mielessä ohjelma on esimerkillinen.

STF-ohjelman osallistajat ovat keskimäärin tyytyväisiä ohjelman tuottamiin palveluihin, niiden laatuun ja ohjelman lähestymistapaan. Ohjelman palvelut ja työkalut koetaan hyödyllisiksi. Mielikuva ohjelmasta on positiivinen, ja kansainvälinen kiinnostus ohjelmaa kohtaan on vahvistunut ohjelmakaudella.

Ohjelman resursointi on vaihdellut ohjelmakaudella ja ohjelman sisältö on kasvanut. Toimintakonseptissa onkin nähtävissä joitakin merkkejä kasvun tuomista haasteista. Ohjelmaan osallistuvien yritysten ja STF-merkkien saaneiden yritysten määrä on kasvanut, mutta vastaavasti STF-merkin saaneiden destinaatioiden määrä on jäänyt suhteellisen vaatimattomaksi. Ohjelman strategiseen fokukseen kohdistuu kysymysmerkkejä ja ohjelman laaja sisältö aiheuttaa haasteita ohjelmaan osallistumisessa erityisesti pienille yrityksille. Sekä yritykset että destinaatiot tarvitsevat tukea ohjelmatoteutuksessa.

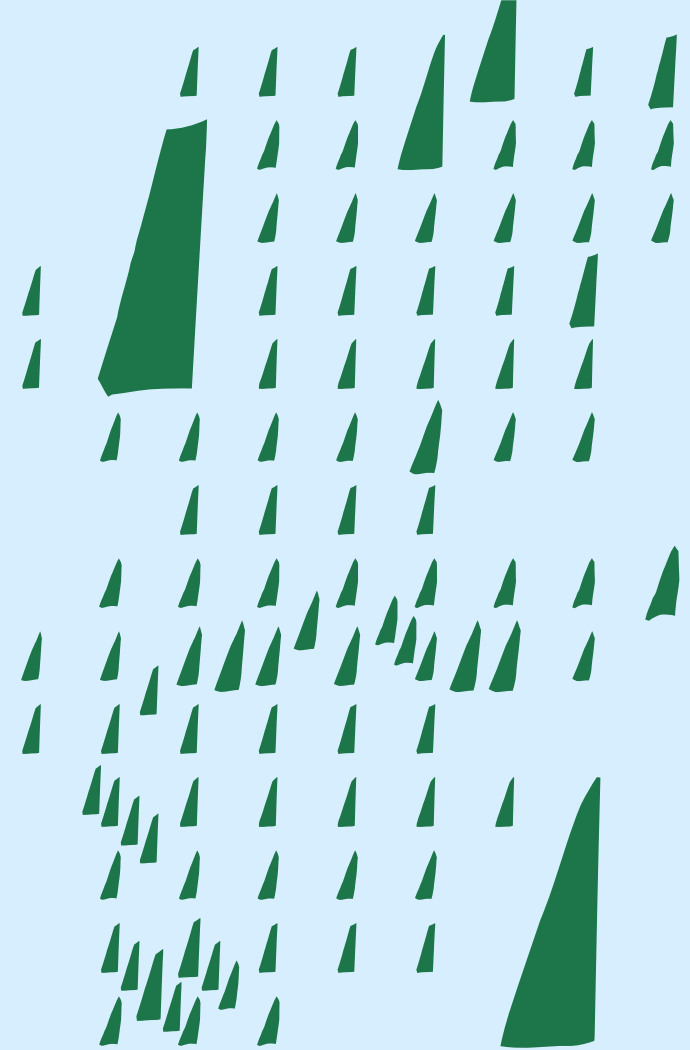
Sustainable Travel Finland -ohjelma on saavuttanut keskimäärin hyvin sille asetetut määrälliset tavoitteet. Ohjelman keskeiset tulokset ja vaikutukset liittyvät tietoisuuden, osaamisen ja valmiuksien vahvistamiseen kestävän kehityksen teemassa, ei niinkään itse matkailuliiketoiminnan kehittämiseen, kilpailukykyyn tai liiketoiminnan volyyymiin. Ohjelma on tuonut systemaattisuutta, yhtenäisyyttä ja selkeyttä suomalaisen kestävän matkailun kehittämiseen sekä tukenut alueellista yhteistyötä. Yksi ohjelman vahvuus on sen valtakunnallinen koordinaatio.

Ohjelman tuloksellisuuden ja vaikuttavuuden vahvistamiseksi arviointi suosittelee ohjelman tarjoaman tuen vahvistamista sekä ohjelman viestinnän, erityisesti ohjelman lisäarvoa koskevan viestinnän, vahvistamista. Lisäksi kansallisten verkostojen hyödyntäminen ja yhteistyön vahvistaminen sekä ohjelman systemaattisempi kytkeminen muihin Business Finlandin palveluihin sekä Team Finland -verkoston palveluihin tarjoavat mahdollisuuden vaikuttavuuspolkujen vahvistamiseen.

Sustainable Travel Finland -ohjelman vaikuttavuusarviointi käynnistyi syyskuussa 2024 ja arviointi valmistui marraskuussa 2024. Arvioinnin toteutuksesta Business Finlandin toimeksiannosta vastasi 4FRONT Oy. Arviointitiimissä toimivat Kimmo Halme ja Hanna Koskela (4FRONT) ja matkailualan asiantuntijoina Maria Hakkarainen (Lapin yliopisto) ja Pasi Satokangas (Lapin ammattikorkeakoulu).



1. Johdanto



Arvioinnin tausta ja tavoitteet

Tausta

Visit Finlandin tehtävänä on lisätä Suomen vetovoimaa kestävässä ja houkuttelevana matkakohteena kansainvälisesti sekä edistää matkailualan kestävästä kasvusta globaalilla tasolla. Tavoitteena on tehdä Suomesta johtava kestävä matkailun maa, jossa vaalitaan ainutlaatuisia luontoa ja kulttuuria.

Kestävä matkailu tarkoittaa luontoon ja ympäristöön liittyvien negatiivisten vaikutusten ehkäisemisen rinnalla positiivisten taloudellisten, sosiaalisten, eettisten ja kulttuuristen vaikutusten tavoittelemista. Kestävyys on keskeistä matkailualan elinvoimaisuuden säilyttämiseksi, ja kestävyttä tulee tarkastella läpileikkaavana tekijänä kaikissa matkailualan ekosysteemeissä, yrityksissä ja palveluketjuissa, ei vain yksittäisenä osana alan kehittymistä.

Vuonna 2020 lanseeratun Sustainable Travel Finland (STF) -ohjelman tavoitteena on edistää matkailualan toimijoiden sitoutumista kestävä matkailun kehittämiseen ja valtakunnallisiin kestävä matkailun indikaattoreihin ja niiden mittaamiseen, sekä kasvattaa toimijoiden osaamista ja tukea matkailualan yritysten toiminnan suunnittelua kestävyden näkökulmista. Ohjelma tarjoaa matkailuyrityksille ja -alueille työkaluja kestävyden kehittämiseen ja myöntää STF-merkin kestävä matkailun kehittämispolun läpikäynnille toimijoille. STF-merkki on viesti toiminnan kestävydestä kansainvälisille matkailijoille.

Lokakuuhun 2024 mennessä STF-merkki on myönnetty 465 yritykselle ja kahdeksalle (8) matkailukohteelle, ja ohjelman tavoitteena on lisätä erityisesti ohjelmaan osallistuvien ja STF-merkin saaneiden yritysten määrää. Destinaatioita on mukana ohjelmassa tällä hetkellä 70, mikä vastaa käytännössä kaikkia Suomen matkailualueita.

Arvioinnin tavoitteet

STF-ohjelman vaikuttavuusarvioinnissa on tarkasteltu, kuinka hyvin STF-ohjelma on vastannut sille asetettuihin tavoitteisiin, minkälaisia lyhyen aikavälin vaikutuksia ohjelmalla on ollut eri toimijoihin ja kestävä matkailun kehitykseen, sekä minkälaiset vaikuttavuuden edellytykset ohjelmalla on tulevaisuudessa.

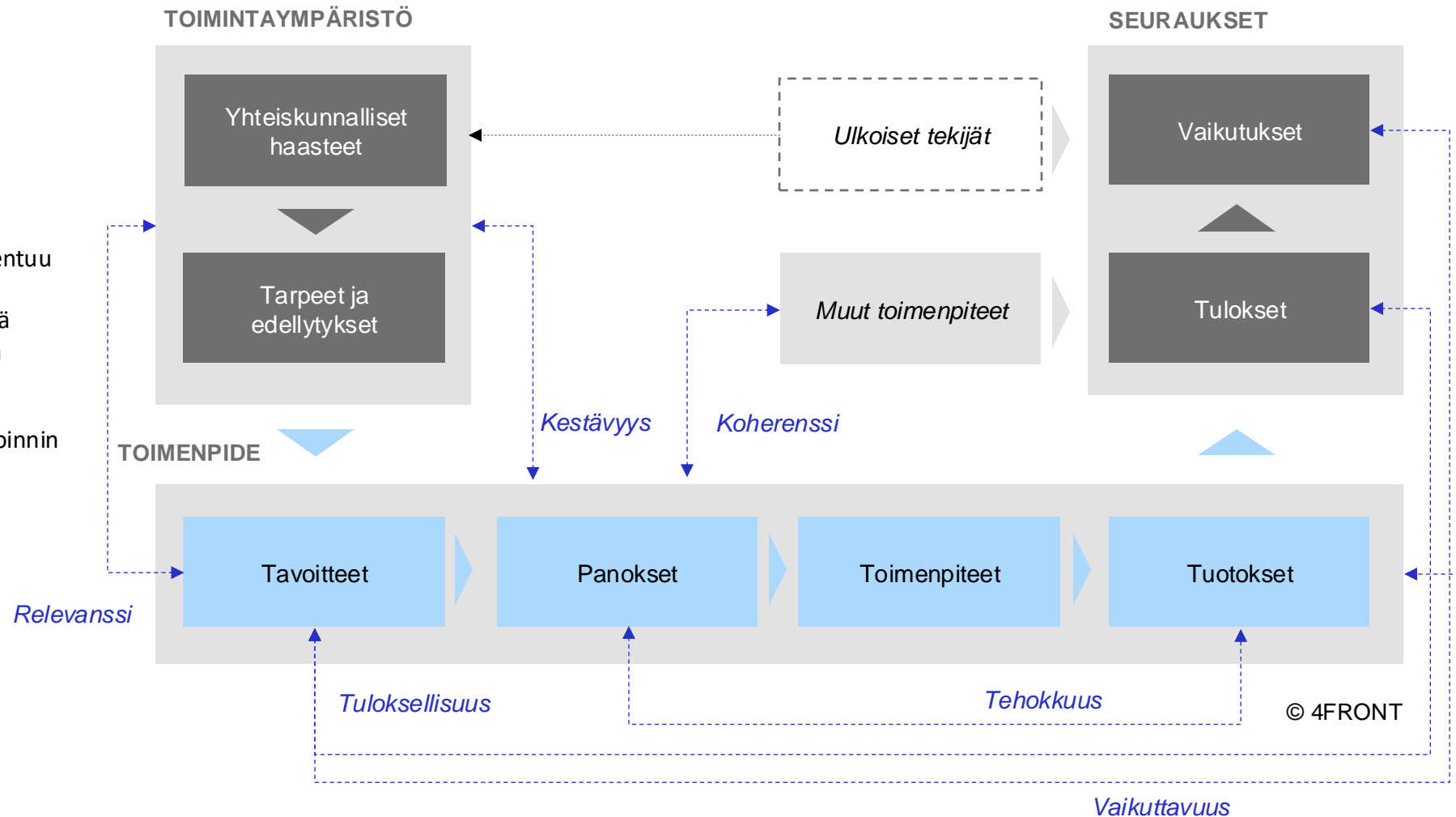
Vaikuttavuusarviointi on toteutettu ajanjaksolla syyskuu–marraskuu 2024, ja siitä on Business Finlandin toimeksiannosta vastannut 4FRONT Oy (matkailualan asiantuntijat: Lapin yliopisto ja Lapin ammattikorkeakoulu).



Arvioinnin viitekehys

Arvioinnin teorettinen viitekehys rakentuu muutosteoriaan (Theory-of-Change) ja noudattaa yleisiä kansainvälisiä hyviä arviointikäytäntöjä (OECD, EU).

Arviointi on toteutettu kehittävän arvioinnin lähestymistavalla, jossa huomiota kiinnitetään ohjelman tuloksellisuuden ja vaikuttavuuden rinnalla toiminnan kehittämiseen ja ohjelman vaikuttavuuden varmistamiseen tulevaisuudessa.



Arviointimenetelmät ja aineistot

Arvioinnissa on käytetty seuraavia tutkimusmenetelmiä ja tietoaineistoja.

Menetelmä	Kuvaus
Dokumenttianalyysi	Kokonaiskuva STF-ohjelman kehityspolusta ja toteutuksesta. Ohjelman asemoituminen kestävän matkailun kentällä. Lähteinä mm. ohjelmavalmisteluun liittyvä aineisto, ohjelmasuunnitelmat, kustannuslaskelmat ja ohjelmassa toteutetut kyselyt.
Taustahaastattelut	Taustahaastattelut ohjelman lähtökohdista, toteutuksesta, tuloksista sekä vaikuttavuudesta. Arvioinnin lähtökohtatietojen syventäminen. Yhteensä kuusi (6) haastattelua.
Kyselyt	Sähköinen kysely (FI/EN) STF-ohjelmaan osallistuville, kehittämispolulla oleville sekä STF-merkin saaneille yrityksille ja destinaatioille. Kysely avoinna 7.-18.10.2024 (sis. kolme muistutuskierrosta sekä Visit Finlandin aktivointiviesti ei-vastanneille). Yritysvastaajia 180 kpl. Potentiaalisia yritysvastaajia 770 kpl, vastausprosentti = 23 %. Destinaatiovastaajia 25 kpl. Potentiaalisia destinaatiovastaajia 59 kpl, vastausprosentti = 42 %.
Syventävät haastattelut	Haastattelut destinaationäkökulmasta STF-ohjelman toteutuksesta, tuloksista ja vaikutuksista. Haastateltavina kehittämispolulla olevia sekä SSTF-merkin saavuttaneita destinaatioita. Yhteensä neljä (4) haastattelua. Haastatellut destinaatiot: Savonlinna, Kristiinankaupunki, Helsinki ja Lahti.
Casekuvaukset	Lyhyt kuvaus ohjelman vaikutuksista yksittäisen matkailualueen toimintaan ja kestävyyteen. Yhteensä neljä (4) kuvausta: Savonlinna, Kristiinankaupunki, Salla ja Puumala.

*Kyselyt kohdennettiin STF Hubin yhteystietoja hyödyntäen. STF Hub otettiin käyttöön lokakuussa 2023, jolloin vanhasta digipalvelusta, STF-onlinealustasta, luovuttiin.

Muutoksen yhteydessä yhteystietoja ei voitu vahvan tunnistautumisvaatimuksen takia siirtää, joten kaikki ohjelmaan liittyneiden yhteystiedot eivät olleet arvioinnissa hyödynnettävissä.



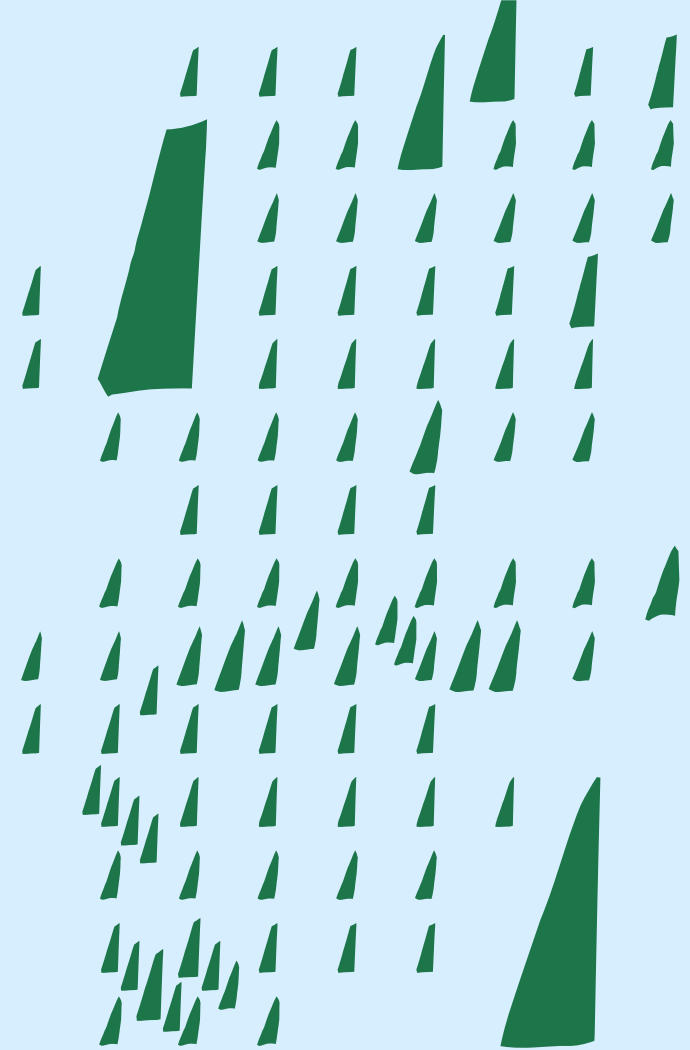
Arviointimatriisi

Sustainable Travel Finland -ohjelman vaikuttavuusarvioinnissa on tarkasteltu erityisesti seuraavia arviointiviitekehäksen mukaisia kriteereitä ja näkökulmia.

Arviointikriteeri	Tarkasteltavat näkökulmat
Relevanssi	<ul style="list-style-type: none">– Ohjelman kohdentuminen suhteessa tarpeisiin sekä ohjelman kattavuus kohderyhmissä– Ohjelmien tavoitteiden realistisuus ja tarkoituksenmukaisuus suhteessa toimintaympäristön tarpeisiin ja muutoksiin
Koherenssi	<ul style="list-style-type: none">– Ohjelman toteutuksen sisäinen johdonmukaisuus sekä ohjelman koherenssi suhteessa muihin Business Finlandin palveluihin– Ohjelman täydentävyys ja profiloituminen suhteessa muihin kestävän matkailun ohjelmiin ja sertifikaatteihin– Ohjelman koherenssi suhteessa muihin paikallisiin, kansallisiin ja kansainvälisiin palveluihin
Tehokkuus	<ul style="list-style-type: none">– STF-ohjelman organisoituminen ja resurssien käytön tehokkuus– Yhteistyön toimivuus ja laatu
Tuloksellisuus	<ul style="list-style-type: none">– Ohjelman osallistujilleen tuoma lisäarvo ja hyöty– Ohjelman tuotokset ja vastaavuus sille asetettuihin lyhyen aikavälin tavoitteisiin– Muut ohjelman lyhyen aikavälin vaikutukset (esim. yritysten, destinaatioiden toimintaan ja kestävän matkailun kehitykseen)
Vaikuttavuus	<ul style="list-style-type: none">– Ohjelman saavutukset ja edellytykset pitkän aikavälin vaikuttavuudelle ja kestävän matkailun kehittymiselle Suomessa



2. Sustainable Travel Finland - ohjelman kehitys



STF-ohjelma lyhyesti

Ohjelman tausta ja konteksti

- Sustainable Travel Finland (STF) -ohjelma käynnistyi vuonna 2020
- Ohjelman taustalla ovat mm. vuonna 2018 toteutetut selvitykset: Kestävän matkailun nykytila, haasteet ja kehitystarpeet- selvitys, Benchmark -selvitys (UK, Saksa) sekä jakelukanavakartoitus. Niiden perusteella ohjelmalle todettiin olevan selkeä tarve ja tilaus.
- STF-ohjelma toteuttaa **Visit Finlandin strategiaa 2021–2025** (painopisteet talouden kasvu, kestävä kehitys ja kilpailukyky) ja **Suomen kansallista matkailustrategiaa (2022–2028)** (tavoitteena olla Pohjoismaiden kestävimmin kasvava matkailukohde).
- Myös Visit Finlandin **Ilmastotoimintasuunnitelmassa (2023)** on huomioitu STF-ohjelman rooli ja tavoite olla destinaatioiden tukena kestävässä matkailussa.

Ohjelman toimenpiteet

- Ohjelma tarjoaa yrityksille ja destinaatioille **kestävän matkailun kehittämisen työkalupakin**.
- Ohjelman läpikäyneille, kriteerit täyttävälle yrityksille ja destinaatiolle myönnetään **Sustainable Travel Finland -merkki**, jolla viestitään kansainvälisille matkailijoille kestävästä toiminnasta.
- Sustainable Travel Finland -merkin saaneet yritykset ja alueet saavat käyttöönsä
 - a) **jatkuvan kehittämisen mallin,**
 - b) **matkailun kestävään kehitykseen liittyvää uusinta tietoa sekä**
 - c) **markkinointitukea ja lisänäkyvyyttä Visit Finlandin kanavissa**



Tavoitteet ja odotukset

Ohjelman tavoitteet

- STF-ohjelman tavoitteena on **kestävän kehityksen mukaisen osaamisen kasvaminen ja toimenpiteiden omaksuminen matkailutoimialalla.**
- Nämä saavutukseen
 - Ohjelma pyrkii luomaan alalle **yhteisen standardin ja ymmärryksen** siitä, mitä kestävä matkailu Suomen kontekstissa tarkoittaa.
 - Ohjelma pyrkii luomaan **edellytykset sille, että Suomen vastuullisesta matkailutarjonnasta voidaan viestiä matkailijoille avoimesti ja läpinäkyvästi.**
- **Tavoitteena on kasvattaa Suomen kiinnostavuutta ja tunnettuutta kestävän matkailun edelläkävijämaana.**

STF-ohjelmalle on asetettu määrälliset vuosittaiset tavoitteet vuodesta 2022 lähtien.

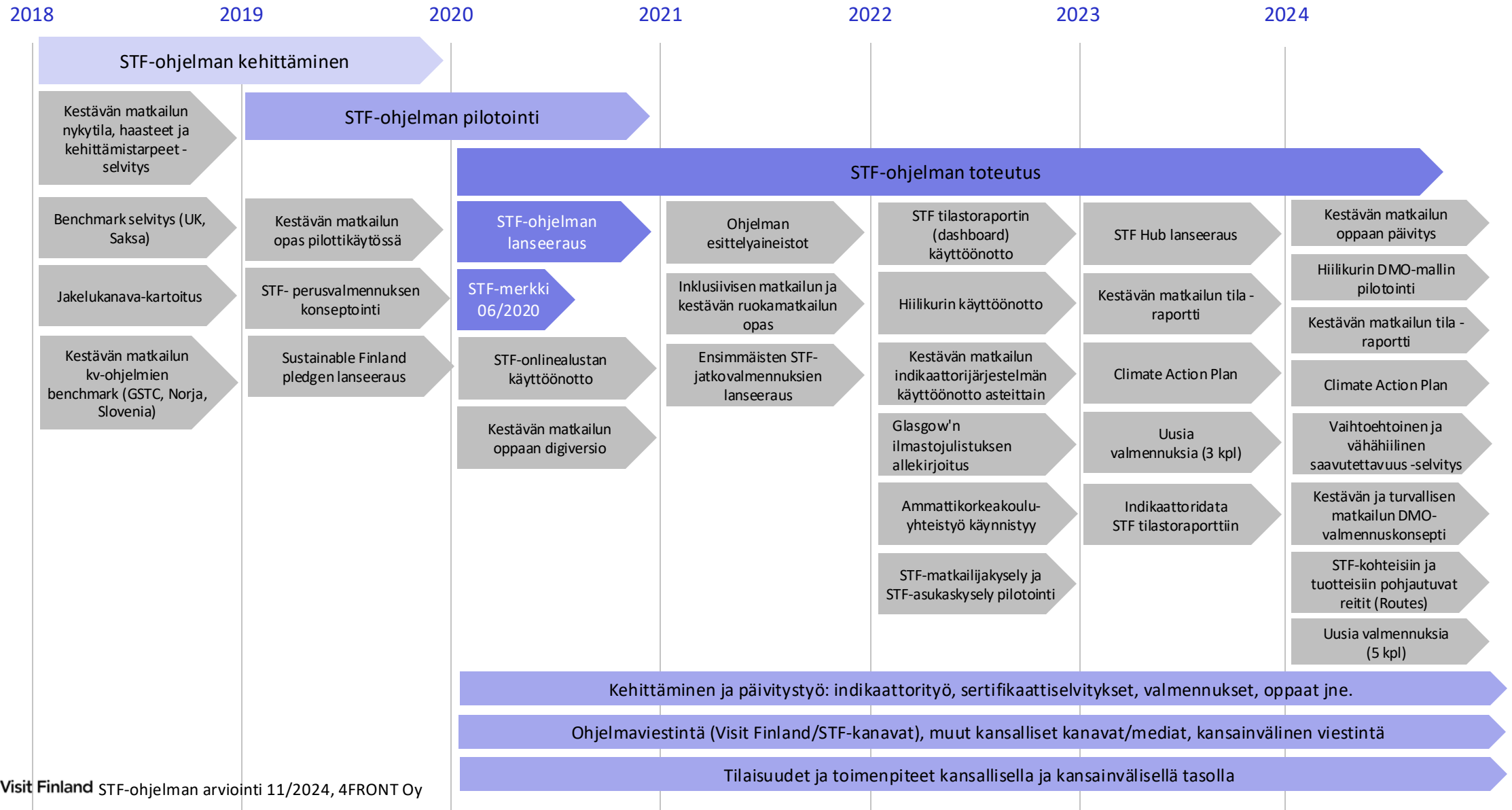
Visit Finlandin odotukset STF-ohjelmalle

- **Visit Finlandin tavoitteena on kasvattaa STF-merkin saaneiden yritysten ja destinaatioiden määrää.**
- Lisäksi Visit Finland pyrkii STF-ohjelman kautta **kerätyn datan avulla piirtämään kuvaa siitä, missä kestävän matkailun toteutumisessa Suomessa mennään.** Tämän avoimesti jaetun datan ja analysoidun tiedon on tarkoitus tukea matkailutoimijoita monipuolisesti matkailun kehittämisessä kestävämpään suuntaan.
- **Tulevaisuudessa Visit Finlandin tavoitteena on tehdä STF-merkistä edellytys** yhä useampiin toimenpiteisiin osallistumiseen (markkinointitoimet, kansainväliset messut ja tapahtumat). Tätä edellytystä on mahdollista vahvistaa myös aluetasolla (kaupunki- ja/tai matkailualue- ja/tai aluetasolla).

Visit Finlandin strategia 2021-2025





Keskeiset vaiheet ja toteutus



Tunnuslukuja ja tavoitteita v. 2021–2024

	2021	2022	2023	10/2024
STF-ohjelman yritykset (vuositason tavoite suluissa)	747	952 (tavoite 1000)	1180 (tavoite 1200)	1337 (tavoite 1 250)
STF-ohjelman uudet yritykset	274	195	272	201
STF Hubiin kirjautuneet yritykset (aktiiviset)	-	-	-	883
STF-merkin saaneet yritykset (vuositason tavoite suluissa)	127 (tavoite 100)	219 (tavoite 206)	387 (tavoite 300)	465 (tavoite 480)
STF-merkin uusineet (yritykset + destinaatiot)	53	100	119	147
STF-merkin uusimatta jättäneet (yritykset + destinaatiot)	n/a	12	51	54
Tuotetarjonta DataHubissa		n/a (tavoite 750)	1166 (09/23) (tavoite 1000)	1496 (tavoite 1500)
Asiakaspalaute (tavoite > 4.0)		3,4	Ei kerätty	4,5
Viestintä ja tapahtumat				Puheenvuoro 5-6 kestävän matkailun kv-tapahtumassa (toteutunut 15 kpl)
Muita tavoitteita		Vastuullisuusindikaattorien käyttöönotto ja jalkautus	STF Hub lanseeraus (toteutunut)	480 STF-merkkiä (yritykset ja destinaatiot) (toteutunut 472)
		Hiilikurin lanseeraus (toteutunut)	4 kestävän matkailun reittiä (tavoite 3)	8 STF-merkin destinaatiota (toteutunut 8)
		3 kestävän matkailun reittiä -> Tavoite siirtynyt v. 2023	Indikaattoridata 300 yritykseltä (toteutunut)	10 kestävän matkailun reittiä ja kokonaisvaltainen jalkautus 2-3 reitille (toteutunut)

 = Tavoite on toteutunut.

 = Tavoite on toteutunut vähintään 95 prosenttisesti.

 = Tavoite ei ole toteutunut.

*= STF-merkin destinaatiot lokakuussa 2024: Posio, Savonlinna, Puumala, Salla, Kristiinankaupunki, Vuokatti. Turku ja Oulu hakevat STF-merkkiä loppuvuodesta 2024.

STF-ohjelman toteutus ja resursointi

Ohjelmatoteutus v. 2018–2024

- Ohjelman henkilöstöresurssit ovat v. 2020–2024 vaihdelleet vuositasolla 1.95–3.55 htv:n välillä. Resursointi on vahvistunut ohjelman edetessä (pl. vuosi 2023).
- Vuosina 2018–2019 ohjelmaa toteutettiin valtion 4.0 erillisrahoituksella, ja vastaavasti vuosina 2020 ja 2021 Visit Finlandin perusrahoituksella. Vuosina 2022–2024 ohjelma on toteutettu RRF-rahoituksella (Recovery and Resilience Facility), joka on mahdollistanut ohjelmatoteutuksen laajentamisen (koskien tarjottuja palveluita ja teknistä alustaa). Ohjelman sisältö on laajentunut myös kestävän matkailun teeman laaja-alaisuuden ja kokonaisvaltaisuuden takia.

	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Henkilöstö	0.5 htv	0.5 htv	4 hlöä, 2.0 htv	5 hlöä, 2.3 htv	6 hlöä, 3.3 htv	5 hlöä, 3 htv	5 hlöä, 3.6 htv
Kustannukset, yleinen kehittäminen	200 000 € (sis. yleinen ja tekninen kehittäminen)	200 000 € (sis. yleinen ja tekninen kehittäminen)	44 761 € *	120 000 €	160 359 €	338 901 €	784 800 €
Kustannukset, tekninen kehittäminen			163 850 €	282 000 €	225 842 €	809 607 €	550 860 €

HUOM. Taulukko ei sisällä henkilöstökuluja.

*= vuoden 2020 yleisen kehittämisen kustannukset ovat arvio, josta saattaa puuttua joitakin kuluja.

Lähde: Visit Finland, STF-ohjelma.

Alustavat tiedot ohjelmatoteutuksesta v. 2025 ->

- EU:n elpymisrahoitus loppuu, minkä lisäksi toteutusta haastaa valtion budjettileikkaukset (Visit Finlandin muutosneuvottelujen tulos, syksy 2024).
- Vuodelle 2025 laadittu kustannusarvio, mikä kattaa ohjelman toteutuksen (ylläpidon) ja pienkehittämisen, on 385 000 €, mikä ei sisällä kehityshankkeita, teknistä kehitystyötä (STF Hub, Hiilikuri, Power-BI), henkilöstöresursseja tai muita sisäisiä kuluja. Varsinaista ohjelmabudjettia vuodelle 2025 ei vielä ole.



STF-ohjelmaan osallistuneet yritykset

Vuosina 2022–2023 STF-ohjelma on vain hieman jäänyt yritysosallistujia koskevasta vuositasavoitteestaan ja vuonna 2024 tuo tavoite on jo ylitetty (10/2024).

Vuosina 2022–2024 ohjelmaan on liittynyt uusia yrityksiä keskimäärin 220 kpl/v.

	2020	2021	2022	2023	10/2024
STF-ohjelman yritykset (vuositason tavoite suluissa)	473	747	952 (tavoite 1000)	1180 (tavoite 1200)	1337 (tavoite 1 250)
STF-ohjelman uudet yritykset	386	274	195	272	201
STF Hubiin kirjautuneet yritykset (aktiiviset)	-	-	-	-	883
STF-merkin saaneet yritykset (vuositason tavoite suluissa)	70	127 (tavoite 100)	219 (tavoite 206)	387 (tavoite 300)	465 (tavoite 480)
STF-merkin uusineet (yritykset + destinaatiot)	2	53	100	119	147
STF-merkin uusimatta jättäneet (yritykset + destinaatiot)	n/a	n/a	12	51	54

Lähde: Visit Finland, STF-ohjelma.

Yksi Visit Finlandin tavoitteista on kasvattaa STF-merkin saaneiden yritysten ja destinaatioiden määrää. Vuosina 2021–2024 ohjelma on ylittänyt STF-merkin saavuttaneiden yritysten vuositasavoitteesensa. STF-merkin saavuttaneita yrityksiä on yhteensä 465 kpl (tilanne 10/2024), mikä tarkoittaa, että noin joka kolmas ohjelman yritys on saavuttanut STF-merkin.



STF-ohjelmaan osallistuneet destinaatiot

Suurin osa destinaatioista liittyi STF-ohjelmaan v. 2020–2021.

STF-merkin saaneiden destinaatioiden lukumäärä on kasvanut hyvin maltillisesti. Ohjelmaan kuuluvista destinaatioista 3-9 prosenttia oli STF-merkin destinaatioita vuosina 2022–2024.

	2020	2021	2022	2023	10/2024
STF-ohjelman destinaatiot	41	60	67	65	70
STF-ohjelman uudet destinaatiot	20	19	3	2	5
STF-merkin saaneet destinaatiot	1 (Posio)	0	2 (Kristiinankaupunki)	5 (Tahko, Savonlinna, Puumala) (tavoite 6)	8 (Salla, Vaasa, Vuokatti, Oulu) (tavoite 8)

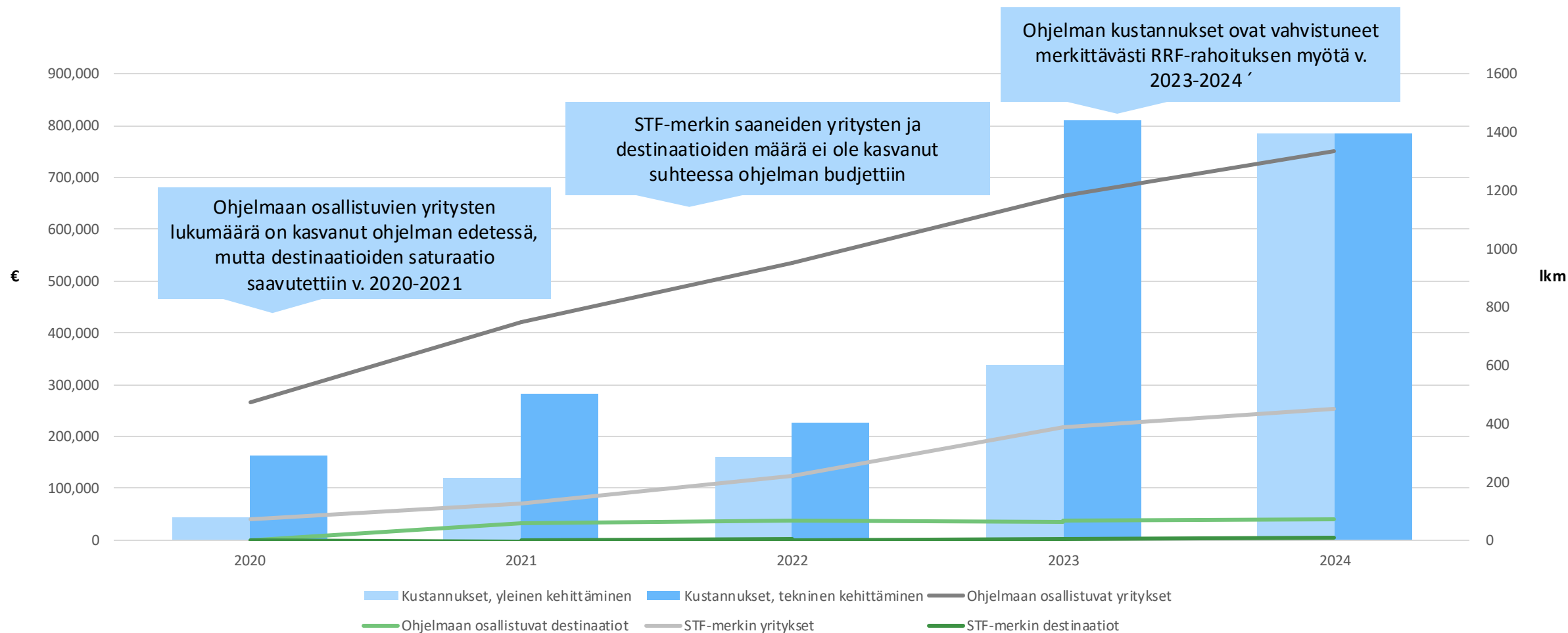
Ohjelmassa mukana olevien destinaatioiden määrä vähentyi v. 2022–2023, jolloin suoritettiin tarkempi osallistujakohtainen tarkastelu (ohjelmaan osallistumisen lähtökohta ei ollut destinaationäkökulman mukainen).

Lähde: Visit Finland, STF-ohjelma.

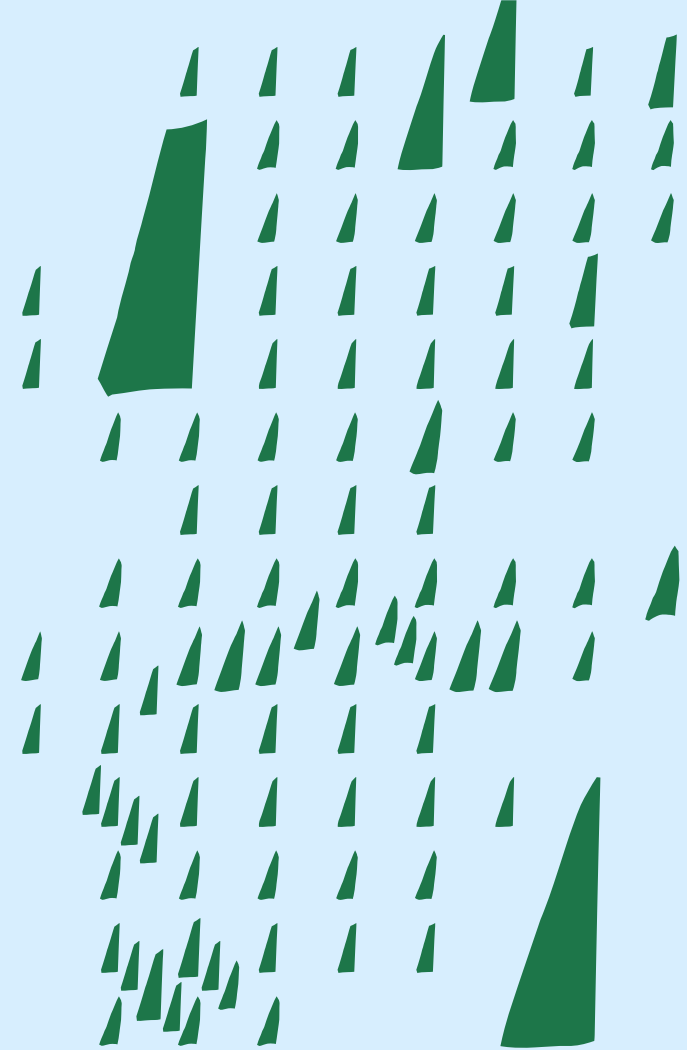
Tietoa STF-ohjelman keskeyttäneistä ei ole saatavilla.



STF-ohjelman budjetti vs. ohjelmaan osallistuvat yritykset/destinaatiot sekä STF-merkin yritykset/destinaatiot



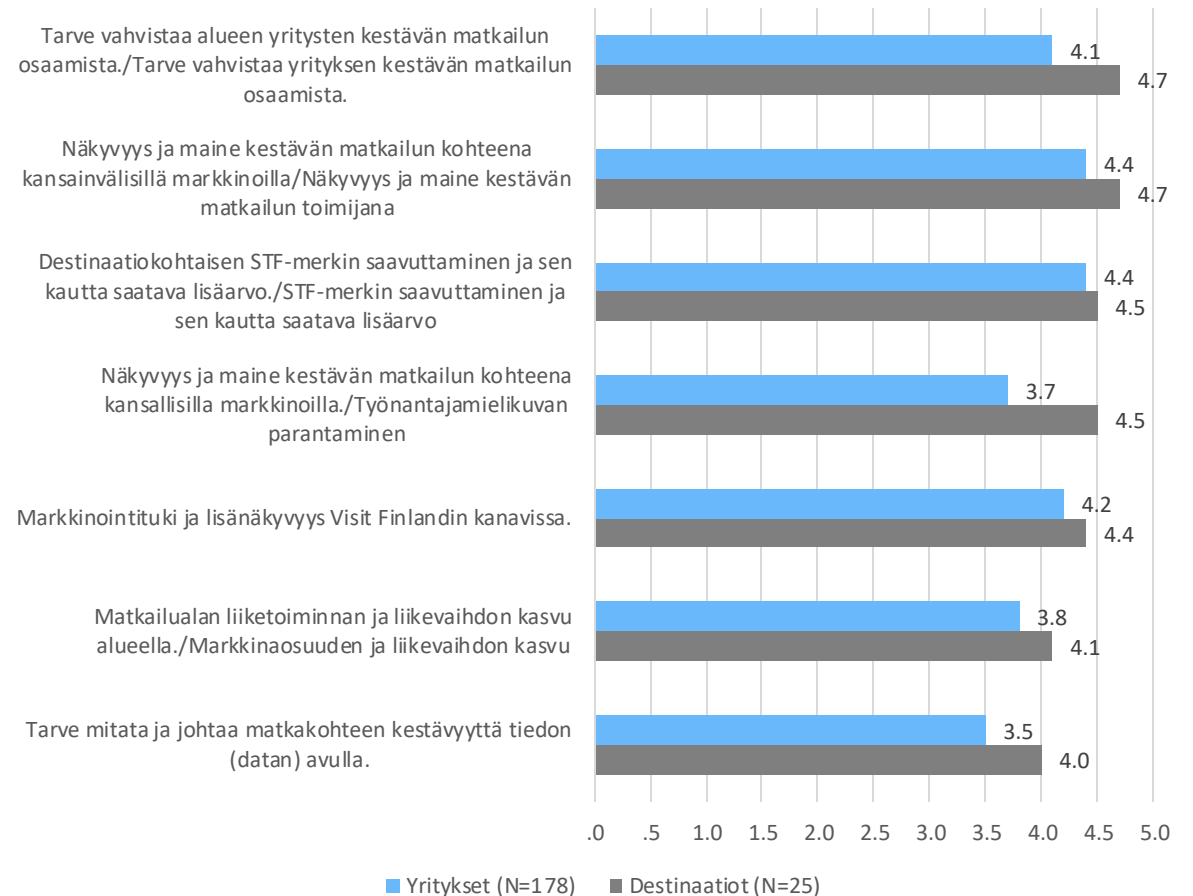
3. Arvioinnin havainnot



Ohjelman tarve ja peruste

- Haastattelujen mukaan tarve ja peruste STF-ohjelmalle koetaan edelleen **vahvaksi**. Kansainvälinen toimintaympäristö edellyttää vastuullisuutta –kestävä matkailu on eräänlainen välttämättömyys, kaikkien toimijoiden korostama seikka.
- Kyselyvastaajien mielestä **ohjelma vastaa kestävään matkailuun liittyviin kehittämistarpeisiin**. 69 % yritys vastaajista ja 72 % destinaatioista kokee, että STF-ohjelman vastaa kestävään matkailuun liittyviin kehittämistarpeisiin vähintään melko hyvin. Näkemys vaihtelee yrityksen koon mukaan; 18 % mikroyrityksistä (alle 10 työntekijää, N=108) kokee ohjelman vastaavan kehittämistarpeisiin erittäin tai melko huonosti, kun vastaava osuus muissa yrityksissä (N=71) on kuusi prosenttia. Vastaavasti 24 % mikroyrityksistä kokee ohjelman vastaavan kehittämistarpeisiin erittäin hyvin kun vastaava osuus muiden yritysten joukossa on noin 40 %.
- **Tärkein tavoite STF-ohjelmaan liittymiselle on yrityksille näkyvyys & maine, STF-merkin saavuttaminen, Visit Finlandin tarjoama markkinointituki sekä osaamisen vahvistaminen**. Tarve mitata ja johtaa matkakohteen kestävyttä tiedon (datan) avulla on heikointa alle 10 henkilön mikroyrityksissä (tavoite on tärkeä 46 prosentille mikroyrityksiä kun vastaava osuus muissa kokoluokissa on noin 70 %). Vastaavasti tärkein tavoite **destinaatiolle** ohjelmaan liittymiseksi on alueen yritysten **osaamisen vahvistaminen sekä näkyvyys & maine kansainvälisillä markkinoilla**.
- Haastattelujen mukaan ohjelman **osallistumiskynnys koetaan matalaksi ja matkailutoimijoiden lähtökohdat** ohjelmaan osallistumiselle ovat viime vuosina **vahvistuneet**; ekologisen kestävyden rinnalla ymmärrys taloudellisen, sosiaalisen ja kulttuurisen kestävyden näkökulmista on omaksuttu laajemmin.

Tärkeimmät tavoitteet STF-ohjelmaan liittyessä



Kysymys: Miten tärkeitä seuraavat tavoitteet olivat teille STF-ohjelmaan liittyessänne?
Asteikko 1-5, missä 1= Ei lainkaan tärkeä., 4=Tärkeä, 5= Erittäin tärkeä.

Lähde: Arvioinnin kysely



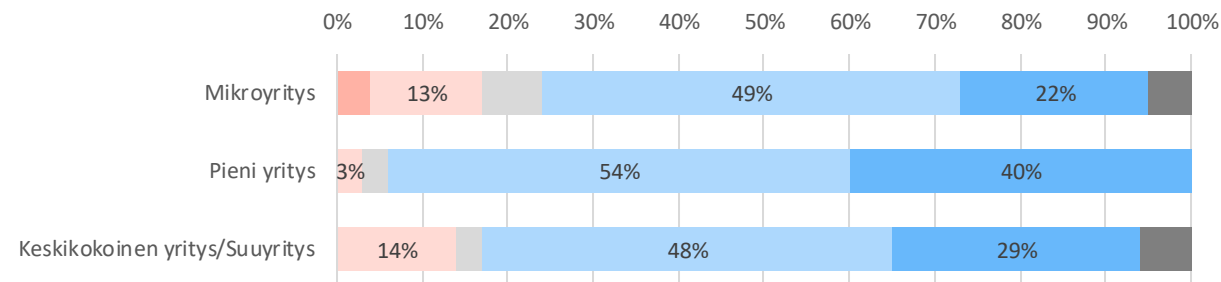
Osallistumisen edellytykset

- Haastattelujen mukaan **matkailualan erityispiirteet aiheuttavat tietyt haasteet ohjelmaan osallistumiselle**: Kenttä on laaja ja heterogeeninen, sillä alalla on paljon pieniä toimijoita, joille STF-ohjelmaan osallistuminen on iso panostus. Monella toimijalla ei ole vahvaa, aiempaa yhteistyötä Business Finlandin kanssa. STF-ohjelman koetaan tarjoavan **työkalun kansainvälisen matkailun edistämiseen**.
- Kyselyvastausten (N=179) mukaan ensisijainen lähde, josta yritys on saanut ensimmäisen kerran tietoa Sustainable Travel Finland -ohjelmasta, on Visit Finland (44 % yritys vastaajista). Toiseksi yleisin tietolähde on destinaatio/DMO (destination management/marketing organisation)/alueen matkailua edistävä organisaatio (35 %).
- Ohjelmaosallistuminen **edellyttää pitkäjänteistä, kokonaisvaltaista sitoutumista ja taloudellista satsausta** mm. sertifikaatin hankintaan.
Moni yritys kokee kysely- ja haastatteluaineiston perusteella STF-ohjelmaan osallistumisen työläänä ja aikaa vievänä prosessina. Osallistumisen ja sen kautta saavutettavat hyödyt ovat kuitenkin osallistujille suhteellisen selkeitä. Kestävyyden merkitys ja toimet nähdään välttämättömiksi toimijoiden kilpailukyvyn näkökulmasta.
- **Destinaatioilla on toimivat lähtökohdat** STF-ohjelman toteuttamiseen. Esimerkiksi destinaatiolla on toimiva organisaatio tai muu pysyvä ja virallinen rakenne, joka vastaa matkailun kehittämisestä ja koordinoinnista, minkä lisäksi destinaation alueella olevilla kaupungeilla/kunnilla on kestävän matkailun strategia, tai kestävä matkailu on sisällytetty alueen strategiaan tai vastaaviin suunnitelmiin. Usein destinaatiolla on myös organisoitu ja toimiva malli matkailun kehittämiseksi yhteistyössä alueellisten keskeisten julkisten sidosryhmien kanssa (Visit Finland, maakuntaliitto, kunnat, oppilaitokset). (Lähde: Destinaatioiden itsearviointi, 2023, N=43).
- Vaikuttavuusarvioinnissa toteutetussa kyselyssä joka toinen destinaatio (N=25) kokee, että **destinaation (DMO tai vastaava) omistus- ja organisaatorakenne on tukenut ohjelmaan osallistumista** melko tai erittäin hyvin (N=13).

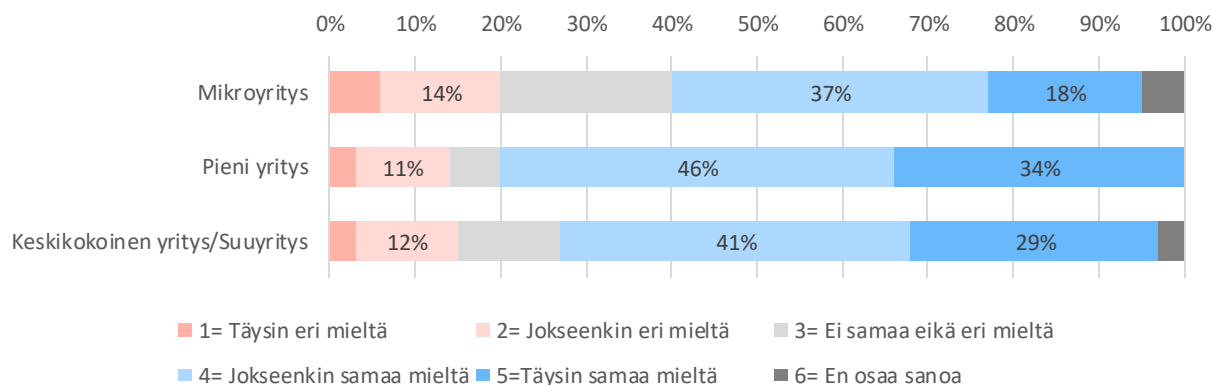
Yleinen mielikuva STF-ohjelmasta 1/2

- Haastattelujen ja kyselyvastausten perusteella **STF-ohjelma on kunnianhimoinen, asiantunteva ja vastuullinen**; toimijoilta edellytetään konkreettista sitoutumista kestäväan matkailuun, eikä ohjelma sisällä viherpesua.
- Haastatteluissa STF-ohjelman näkyvyys ja tunnettuus arvioidaan korkeaksi niin kansallisesti (erityisesti destinaatio-/aluetasolla) kuin ulkomailla. Ohjelmaan, ja sitä kautta Suomeen, kohdistuu kansainvälistä kiinnostusta sekä matkanjärjestäjien että politiikkatason toimijoiden taholta.
- Kyselyvastauksien mukaan STF-ohjelman **tunnettuus koetaan hyväksi matkailualan toimijoiden keskuudessa, mutta ei niinkään potentiaalisen asiakaskunnan keskuudessa**. Mikroyritykset (alle 10 henkilöä, N=108) kokevat STF-ohjelman tunnettuuden matkailualan toimijoiden keskuudessa hiukan heikompana kuin muiden kokoluokkien yritykset (N=71).
- Kyselyvastauksien mukaan sekä yrityksille että destinaatioille STF-ohjelma tarjoaa **systemaattisen polun kestävän matkailun edistämiseen ja ohjelma tukee kestävän kehityksen mukaisen matkailuosaamisen kasvattamista**.
- **Yritykset kokevat STF-merkin tarjoavan vahvemman kilpailuedun destinaatioille kuin yrityksille**. Väitteen 'STF-merkki tarjoaa selkeän kilpailuedun yrityksille' kanssa vahvemmin samaa mieltä ovat muut kuin mikrokokoiset yritykset (=alle 10 henkilön yritykset).

STF-ohjelma tunnetaan hyvin matkailualan toimijoiden keskuudessa



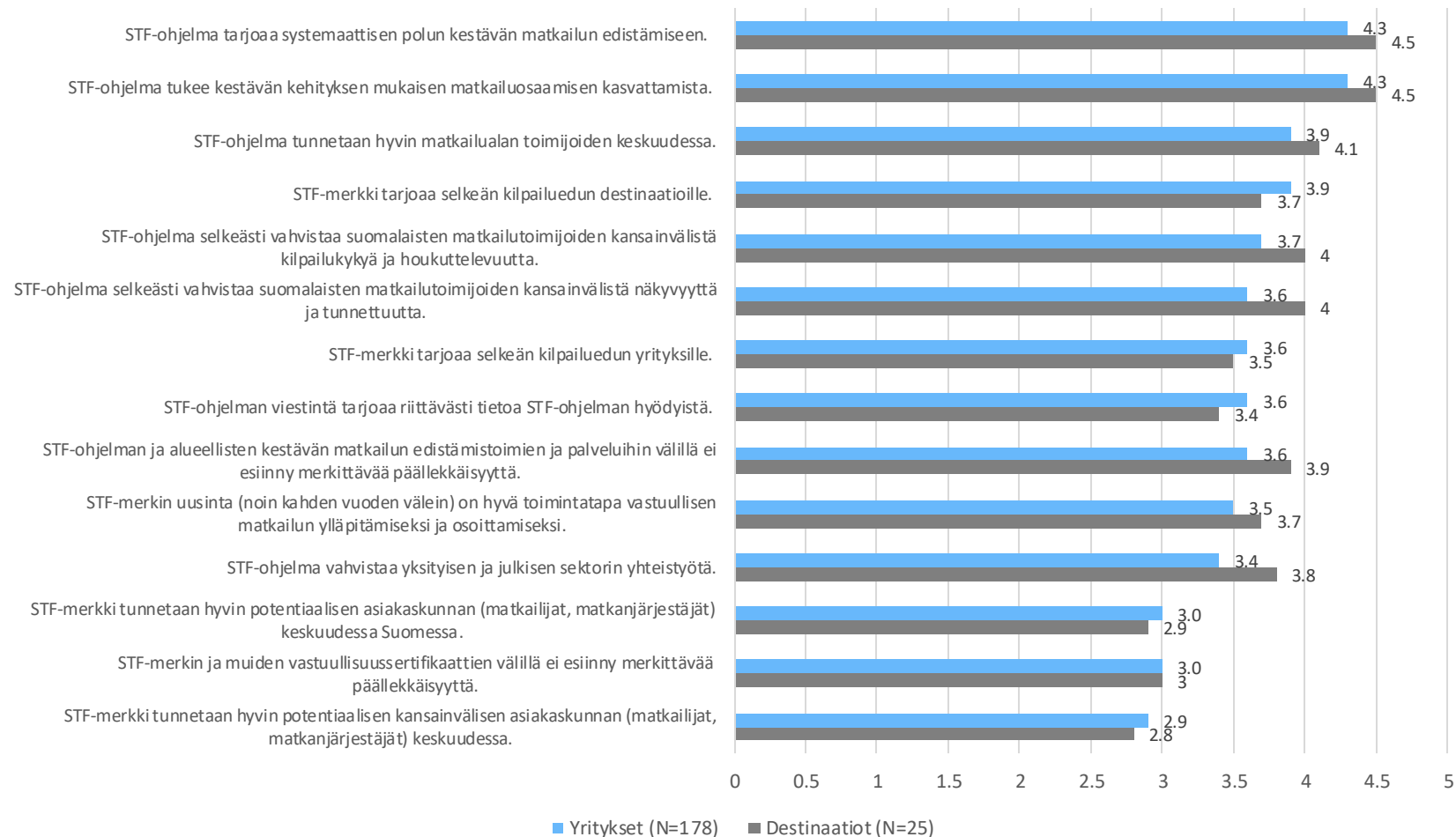
STF-merkki tarjoaa selkeän kilpailuedun yrityksille



Kysymys: Missä määrin seuraavat väittämät vastaavat käsitystänne STF-ohjelmasta?
Asteikko 1-5, missä 1=Täysin eri mieltä, ... 3= Ei samaa eikä eri mieltä,
4=Jotseenkin samaa mieltä, 5= Täysin samaa mieltä. N=173.

Yleinen mielikuva STF-ohjelmasta 2/2

- Destinaatiot kokevat, että STF-ohjelma vahvistaa toimijoiden kansainvälistä kilpailukykyä, houkuttelevuutta, näkyvyyttä ja tunnettuutta.
- Destinaatioiden keskuudessa esiintyy eriäviä mielipiteitä STF-merkin kriteeristön tasapuolisuuden sekä kansallisen ja kansainvälisen tunnettuuden osalta. Esimerkiksi 32 prosenttia destinaatioista on jokseenkin eri mieltä siitä, että destinaatioiden STF-merkin kriteeristö on alueille tasapuolinen.
- Sekä yritykset että destinaatiot kokevat STF-merkin ja sertifiointien välillä esiintyvän päällekkäisyyttä. Voimakkaammin tätä mieltä ovat mikroyritykset (alle 10 henkilöä, N=108) ja pienyritykset (10-50 henkilöä, N=35).



Lähde: Arvioinnin kysely

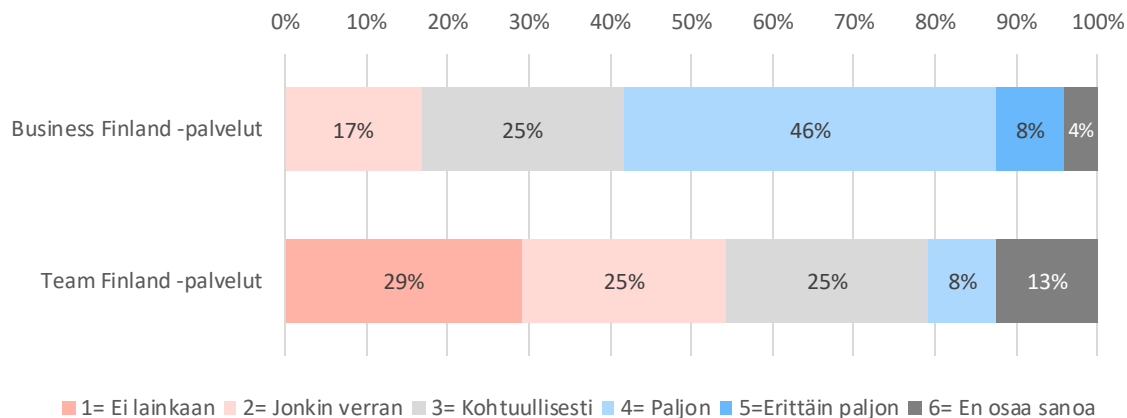
Kysymys: Missä määrin seuraavat väittämät vastaavat käsitystänne STF-ohjelmasta?

Asteikko 1-5, missä 1=Täysin eri mieltä,.. 3= Ei samaa eikä eri mieltä, 4=Jokseenkin samaa mieltä, 5= Täysin samaa mieltä.



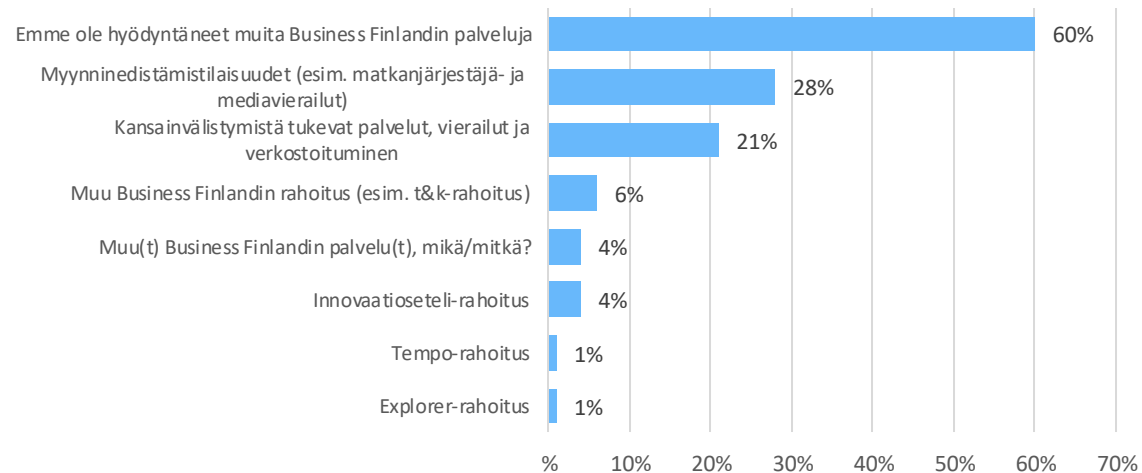
Asemoituminen osana Business Finlandia

- Arvioinnissa toteutettujen haastattelujen mukaan **STF-ohjelma asemoituu ja kytkeytyy muihin Business Finlandin palveluihin suhteellisen löyhästi eikä systemaattista tai syventyvää yhteistyötä ole STF-ohjelman aikana toteutettu.** Esimerkiksi Business Finlandin rahoituspalvelujen ei koeta vastavan STF-ohjelman yritysten tarpeisiin. Sama kokemus löyhästä yhteistyöstä jaetaan Team Finland -palvelujen osalta.
- Noin **joka toinen destinaatioista on viestinyt paljon tai erittäin paljon Business Finlandin palveluista** ja vastaavasti yhdeksän prosenttia destinaatioista on viestinyt paljon Team Finland -verkoston palveluista STF-ohjelmaan osallistuneille yrityksille.



Kysymys: Missä määrin olette (DMO tai vastaava) viestineet Business Finlandin ja/tai Team Finland -verkoston palveluista *alueen kestävä matkailun kehittämispolulla oleville STF-ohjelmaan osallistuneille yrityksille? N= 24.

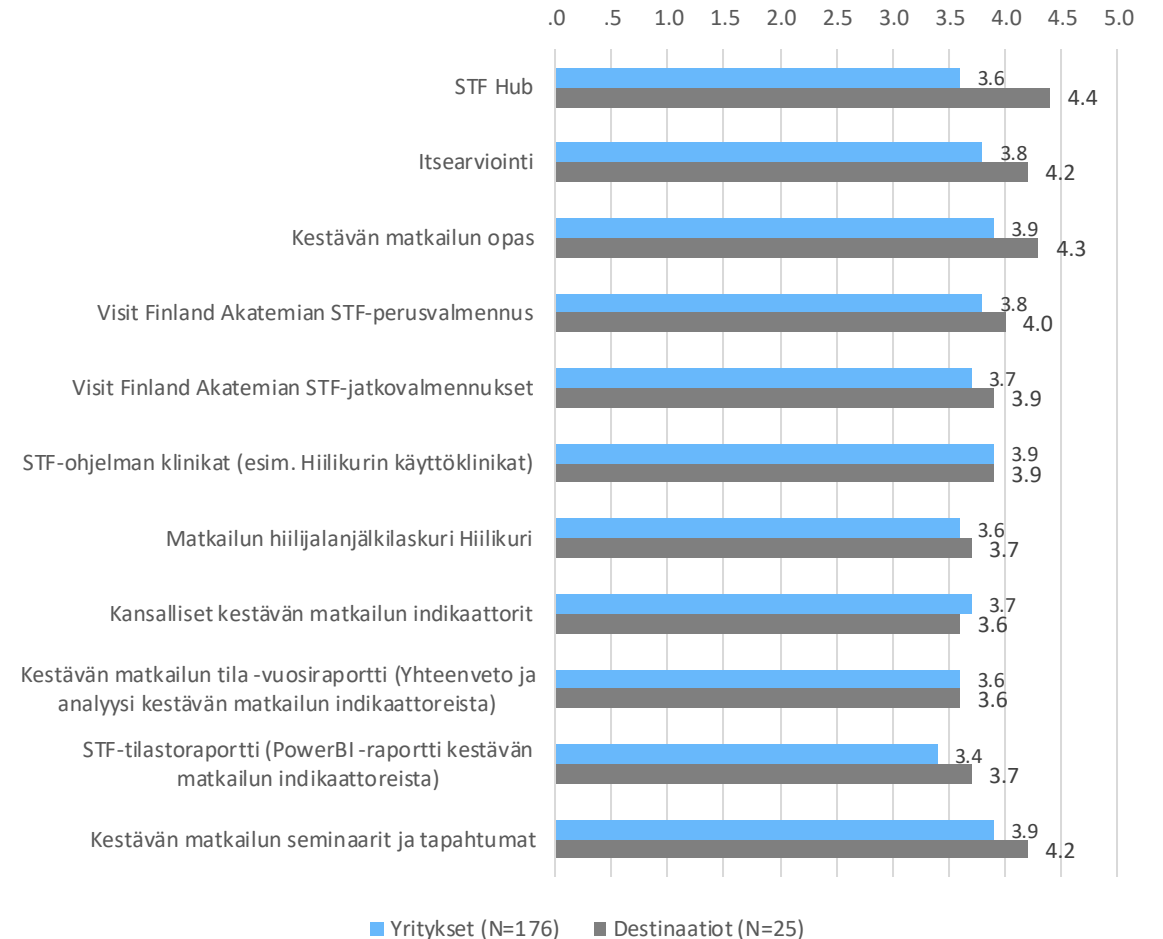
- **Ohjelmaan osallistuneista yrityksistä 40 on hyödyntänyt Business Finlandin palveluita ja 30 prosenttia Team Finland -verkoston palveluita.** Vajaa kolmannes yrityksistä (N=176) on osallistunut myyinnedistämistilaisuuksiin (esim. matkanjärjestäjä- ja mediavierailut) ja viidennes yrityksistä on hyödyntänyt kansainvälistymistä tukevia palveluita, vierailuja ja verkostoitumista. Vain harva yritys on hyödyntänyt Business Finlandin rahoitusta. Vastaavasti Team Finland -verkoston palveluita on hyödyntänyt reilu 10 prosenttia kyselyvastaajista (N=173); kyseinen osuus koskee niin Team Finlandin rahoitus-, verkostoitumis- kuin neuvontapalveluita.



Kysymys: Mitä seuraavista Business Finlandin / Visit Finlandin palveluista yrityksenne on hyödyntänyt STF-ohjelmaan osallistumisen aikana tai sen jälkeen? Valitkaa seuraavista yksi tai useampi vaihtoehto. N=176.

Palvelujen ja valmennusten hyödyllisyys

- Kyselyn mukaan **STF-ohjelman palvelut koetaan hyödylliseksi. Destinaatiot kokevat yksittäisen palvelun hyödyllisemmäksi kuin yritykset.**
- Yrityksille **hyödyllisimmät palvelut** ovat kestävän matkailun seminaarit ja tapahtumat, STF-ohjelman klinikat (esim. Hiilikurin käyttöklinikat) sekä Kestävän matkailun opas. Vastaavasti destinaatioille hyödyllisimpiä ovat STF Hub, Kestävän matkailun opas, kestävän matkailun seminaarit ja tapahtumat sekä itsearviointi.
- Yrityksen koko ei vaikuta arvioon palvelun hyödyllisyydestä kestävän matkailun oppaan, STF-perusvalmennuksen sekä seminaarien ja tapahtumien osalta. Mikroyritykset (N=108) kokevat muut STF-palvelut keskimäärin hiukan vähemmän hyödyllisinä (N=71) muihin yrityksiin (N=71) verrattuna.
- Kyselyn mukaan yleisin valmennus, johon yritys on osallistunut, on STF-perusvalmennus (74 % yrityksistä, N=180). Toiseksi yleisin on Hiilikuri klinikka (27 % yrityksistä). Kaikki **perusvalmennuksen asiakokonaisuudet koetaan yritysvastaajien joukossa hyödyllisiksi –samoin kuin suurin osa jatkovalmennuksen moduuleista** (N=35). Erityisen hyödyllisiksi jatkovalmennuksen moduuleista koetaan Kestävä tuotekehitys ja tarinallistaminen, Vastuullisuusviestintä sekä Vastuulliset hankinnat ja arvoketjut.
- Yritykset (N=130) kokevat **STF-valmennukset ammattitaitoisina, käytännönläheisinä sekä helposti hyödynnettävinä**. Yksi valmennusten lisäarvo on verkostoituminen muiden kanssa. **Valmennukset eivät** yritysten mielestä kuitenkaan **edistä toimijoiden välistä vertaisoppimista vahvasti**.



Kysymys: Kuinka hyödyllisiksi olette kokeneet seuraavat STF-ohjelman tarjoamat palvelut?
Asteikko 1-5, missä 1= Ei lainkaan hyödyllinen..., 3= Neutraali (ei hyödyllinen muttei hyödytönkään)
4= hyödyllinen, 5= Erittäin hyödyllinen.

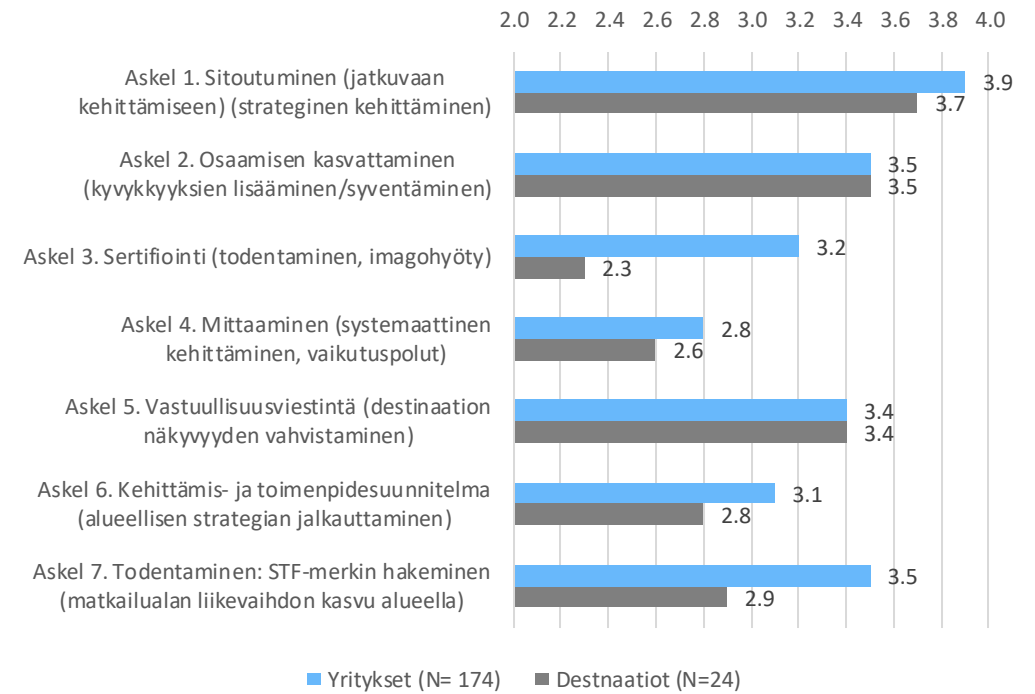
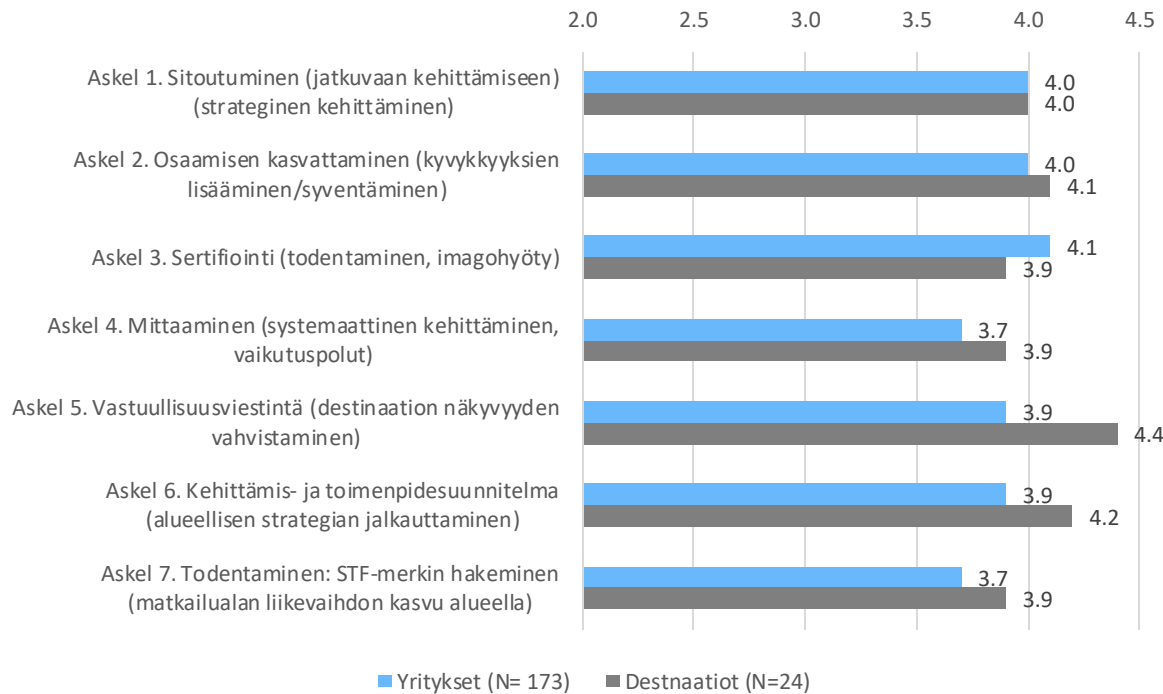
Lähde: Arvioinnin kysely

Kehittämispolun hyödyllisyys

Kyselyn mukaan **sekä yritykset että destinaatiot kokevat kestävän matkailun kehittämispolun askeleet hyödyllisiksi**. Yrityksille hyödyllisimmät askeleet ovat sertifiointi, sitoutuminen ja osaamisen kasvattaminen. Destinaatioille hyödyllisimmät askeleet ovat vastuullisuusviestintä sekä kehittämis- ja toimenpidesuunnitelma.

Askelista haasteellisin on sekä yrityksille että destinaatioille mittaaminen, jonka lisäksi sertifiointi aiheuttaa omat vaatimuksensa.

Syinä haasteisiin yritykset (N=59) mainitsevat **toimenpiteiden edellyttämän runsaan aika- ja henkilöresursoinnin, tuen ja neuvonnan tarpeen sekä toiminnan mittaamisen haasteet** omaan toimintaan soveltamisessa. Destinaatioiden vastauksissa (N=11) korostuu **resurssipula sekä toimenpiteiden laajuus**. Sertifiointinissa esiintyy haasteita molemmissa ryhmissä, ja vastauksissa korostuu edellyttämien toimien laajuus (työmäärä) ja **sertifikaattien päällekkäisyys**.

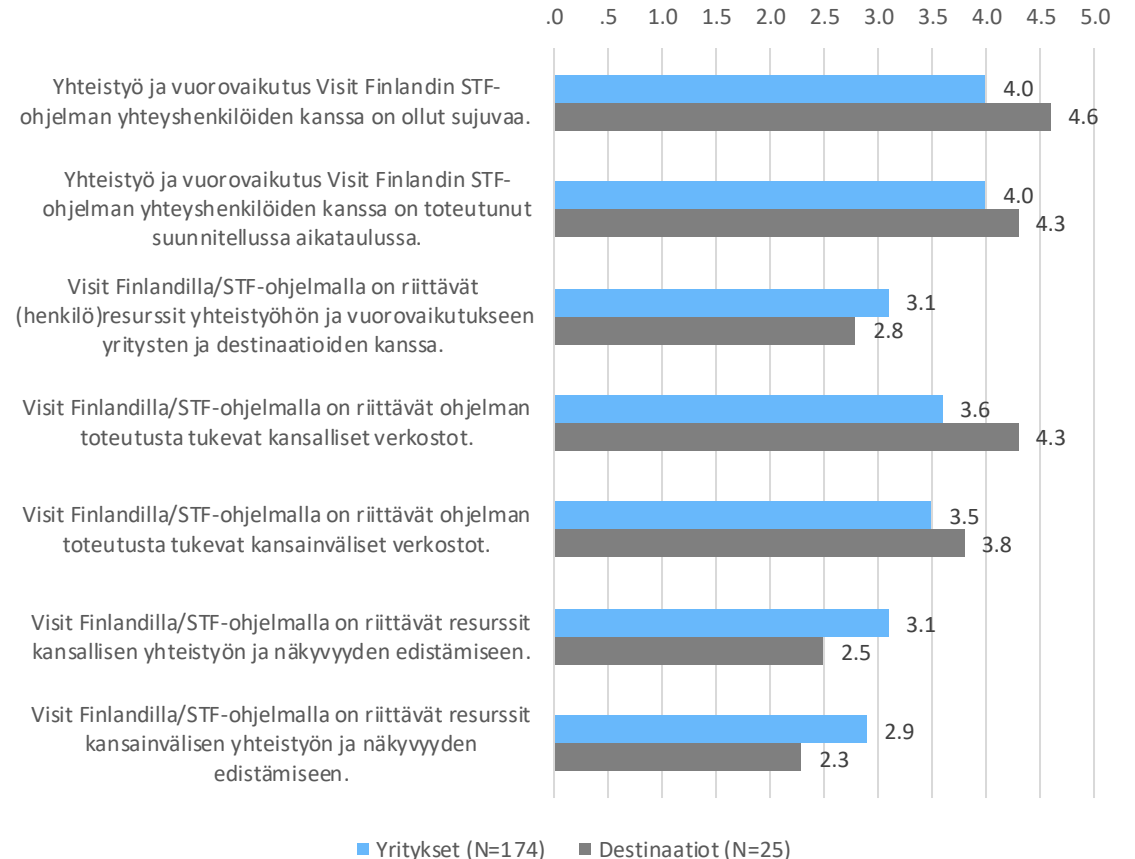


Kysymys: Miten arvioitte STF-ohjelmasta saamaanne hyötyä kestävän matkailun kehittämispolun eri vaiheissa? Asteikko 1-5, missä 1= Ei lainkaan hyödyllinen, .. 4= Hyödyllinen, 5= Erittäin hyödyllinen/hyödyt merkittäviä ja todennettavia.

Kysymys: Kuinka vaativia kestävän matkailun kehittämispolun askeleet ovat teille olleet? Asteikko 1-5, missä 1= Erittäin haasteellinen, 2= Haasteellinen, 3= Neutraali, 4= Helppo, 5=Erittäin helppo.

Ohjelman resurssit ja yhteistyö

- Sekä kyselyyn vastanneet yritykset että destinaatiot kokevat **yhteistyön ja vuorovaikutuksen Visit Finlandin STF-ohjelman yhteyshenkilöiden kanssa sujuvaksi, ja yhteistyön toteutuneen toivotussa aikataulussa**. Näkemykset yhteistyöstä ohjelman yhteyshenkilöiden kanssa eivät riipu vastaajayrityksen koosta.
- **Ohjelman toteutusta tukevat verkostot, erityisesti kansalliset verkostot, koetaan riittäviksi**. Sekä yritykset että destinaatiot kuitenkin kokevat, **ettei Visit Finlandilla/STF-ohjelmalla ole täysin riittäviä (henkilö)resursseja yhteistyöhön ja vuorovaikutukseen yritysten ja destinaatioiden kanssa**. Näkemykset STF-ohjelman resursseista eivät riipu vastaajayrityksen koosta.
- Yli puolet destinaatiovastaajista (n. 60 %) on sitä mieltä, että Visit Finlandilla/STF-ohjelmalla ei ole riittäviä resursseja kansallisen eikä kansainvälisen yhteistyön ja näkyvyyden edistämiseen.
- Melkein puolet (48 %) destinaatioista kokee, ettei Visit Finlandilla/STF-ohjelmalla ole riittäviä taloudellisia resursseja yhteistyöhön ja vuorovaikutukseen yritysten ja destinaatioiden kanssa (ka. 2,9).
- STF-ohjelman edetessä tapahtunut ohjelmasisällön laajeneminen aiheuttaa haastateltavien keskuudessa kysymyksiä siitä, onko sisällön laajeneminen tapahtunut osittain ohjelman ydintavoitteiden ja ydintekemisen kustannuksella.



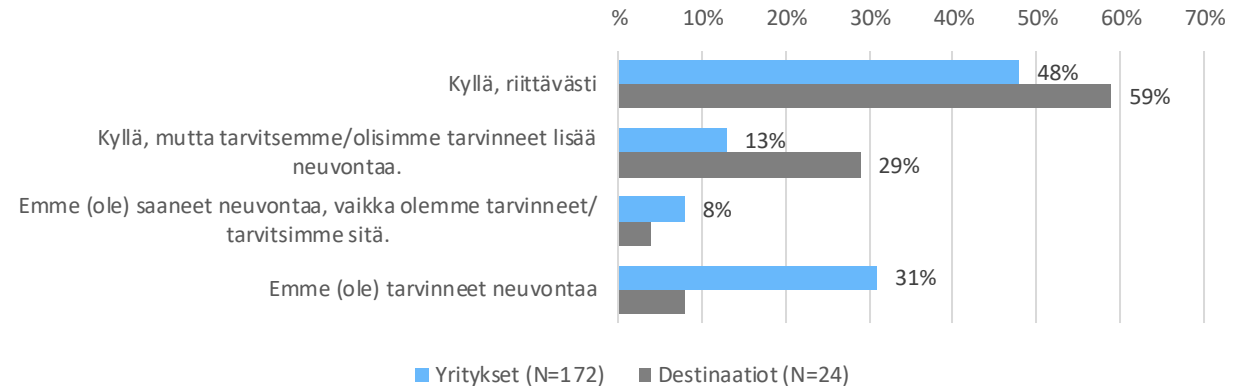
Kysymys: Missä määrin seuraavat väittämät vastaavat käsitystänne STF-ohjelmasta ja yhteistyöstä Visit Finlandin STF-ohjelman yhteishenkilön kanssa?

Lähde: Arvioinnin kysely

Ohjelmassa eteneminen ja neuvonta

- Kesällä 2024 toteutetun kyselyn mukaan yritykset, jotka eivät ole STF-merkkiä saaneet, kokevat ohjelman osin työläänä tai vaikeana. (N=117). Osallistumisen edellytykset vaihtelevat mm. yritysten taloudellisten resurssien ja osaamisen näkökulmista. Esimerkiksi sertifikaatti on maksullinen, vaikkakin STF-ohjelman viestinnässä ohjelmaan viitataan ilmaisena.
- Vaikuttavuusarvioinnissa toteutetun kyselyn mukaan nykyinen STF Hub koetaan selkeänä parannuksena aiempaan STF-onlinealustaan verrattuna (aiempi alusta oli käytössä 08/2023 asti). Lähtökohtaisesti yritykset kokevat **STF Hubin toimivaksi työkaluksi, joka tukee osallistujan etenemistä kehittämispolulla.**
- Eteneminen kestävän matkailun kehittämispolulla **edellyttää monelle pienelle yritykselle ulkopuolista osaamista/tukea.** Tuen tarve kohdistuu esimerkiksi Hiilikuri-työkalun käyttöön, mutta erityisesti sertifikaattiviidakossa etenemiseen (pohdintaa aiheuttaa mm. sertifikaatin valinta; mikä on kullekin toimijalle paras sertifikaatti).
- Kehittämispolulla on useita askeleita, mutta **STF-merkkiin polku ei aina konkretisoidu. Lisäksi osa STF-merkin saaneista yrityksistä ovat passiivisia STF-merkin uusimisessa** (uusiminen noin kahden vuoden jälkeen merkin saamisesta).

Neuvonnan tarve ja riittävyys STF-merkin saavuttamiseksi



Kysymys: Oletteko saaneet/saitteko Visit Finlandilta neuvontaa STF-merkin saavuttamiseen?

Neuvonta STF-merkin saavuttamiseksi

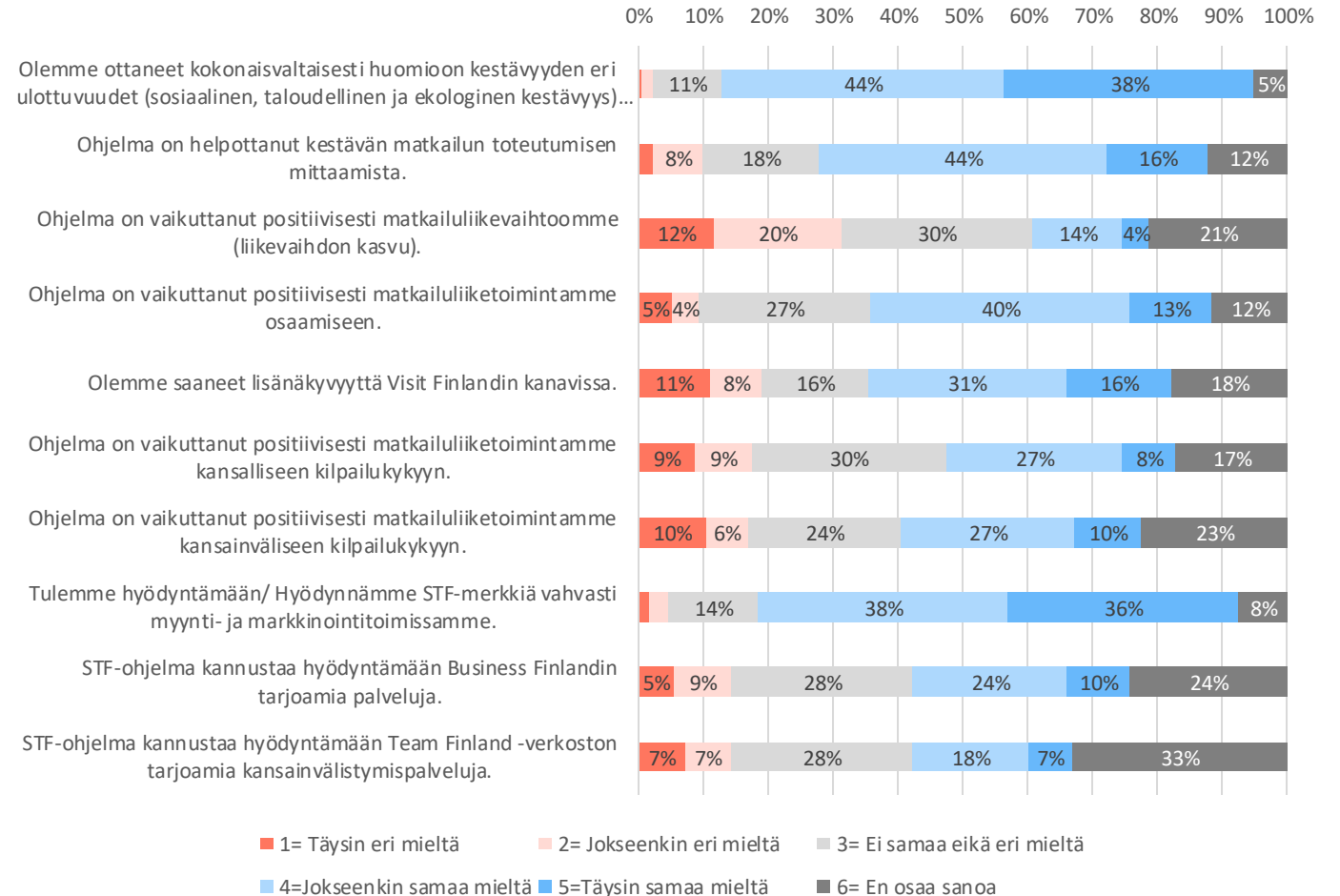
- **Suurin osa** sekä yrityksistä (69 %) että destinaatioista (92 %) **on tarvinnut neuvontaa** STF-merkin saavuttamiseksi. Joka kolmas destinaatio olisi tarvinnut neuvontaa lisää.
- Visit Finlandin/**STF-ohjelman neuvonta koetaan asiantuntevana** (65 % yrityksistä (N=104), 53 % destinaatioista (N=21), jopa erittäin asiantuntevana (neljannes yritysvastaajista vs. kolmannes destinaatiovastaajista).
- 23 % destinaatiovastaajista (N=6) olisi tarvinnut muunlaista tukea kuin neuvontaa tai opastusta Visit Finlandilta. Erityisesti **tukea tarvitaan yritysverkostoon ja yritysten aktivointiin liittyen.**
- Vastaavasti alle 10 % yritysvastaajista (N=16) olisi tarvinnut muunlaista tukea kuin neuvontaa tai opastusta Visit Finlandilta. Yleisin **neuvonnan tarve liittyy kehittämis- ja toimenpidesuunnitelmaan. Myös sertifikaattien valinta ja STF Hubin tekninen käytettävyys edellyttävät tukea.** Muutama yritys nostaa kyselyssä esiin **rahoituksen saamista koskevat kysymykset ja neuvonnan tarpeen.**

Suorat vaikutukset yrityksille

- Kyselytulosten mukaan **yleisin lisäarvo STF-ohjelmasta liittyy kestävyyden eri ulottuvuuksien kokonaisvaltaiseen ymmärtämiseen**, näiden ulottuvuuksien huomioimiseen. Lisäksi ohjelma on helpottanut kestävän matkailun toteutumisen mittaamista.
- Ohjelman **vaikutukset kilpailukykyyn eivät puolestaan kyselyvastauksissa korostu.**

Yritykset

- STF-ohjelman yleisin lisäarvo yrityksille on ollut kestävyyden eri ulottuvuuksien ymmärtäminen (ka. 4,2 asteikolla 1-5), STF-merkin markkinoinnillinen hyöty (ka. 4,1), kestävän matkailun mittaamisen edistäminen (ka. 3,7) sekä matkailuliiketoiminnan osaamisen vahvistuminen (ka 3,6).
- Vastaavasti **STF-ohjelman vaikutus yritysten matkailuliiketoiminnan kilpailukykyyn** (ka. 3,2) **ja volyymiin ei vastauksissa korostu** (ka. 2,7). **Ohjelma ei myöskään selkeästi kannusta hyödyntämään Business Finlandin ja Team Finland -verkoston tarjoamia palveluja.**
- Näkemykset STF-ohjelman lisäarvosta eivät riipu yrityksen koosta.

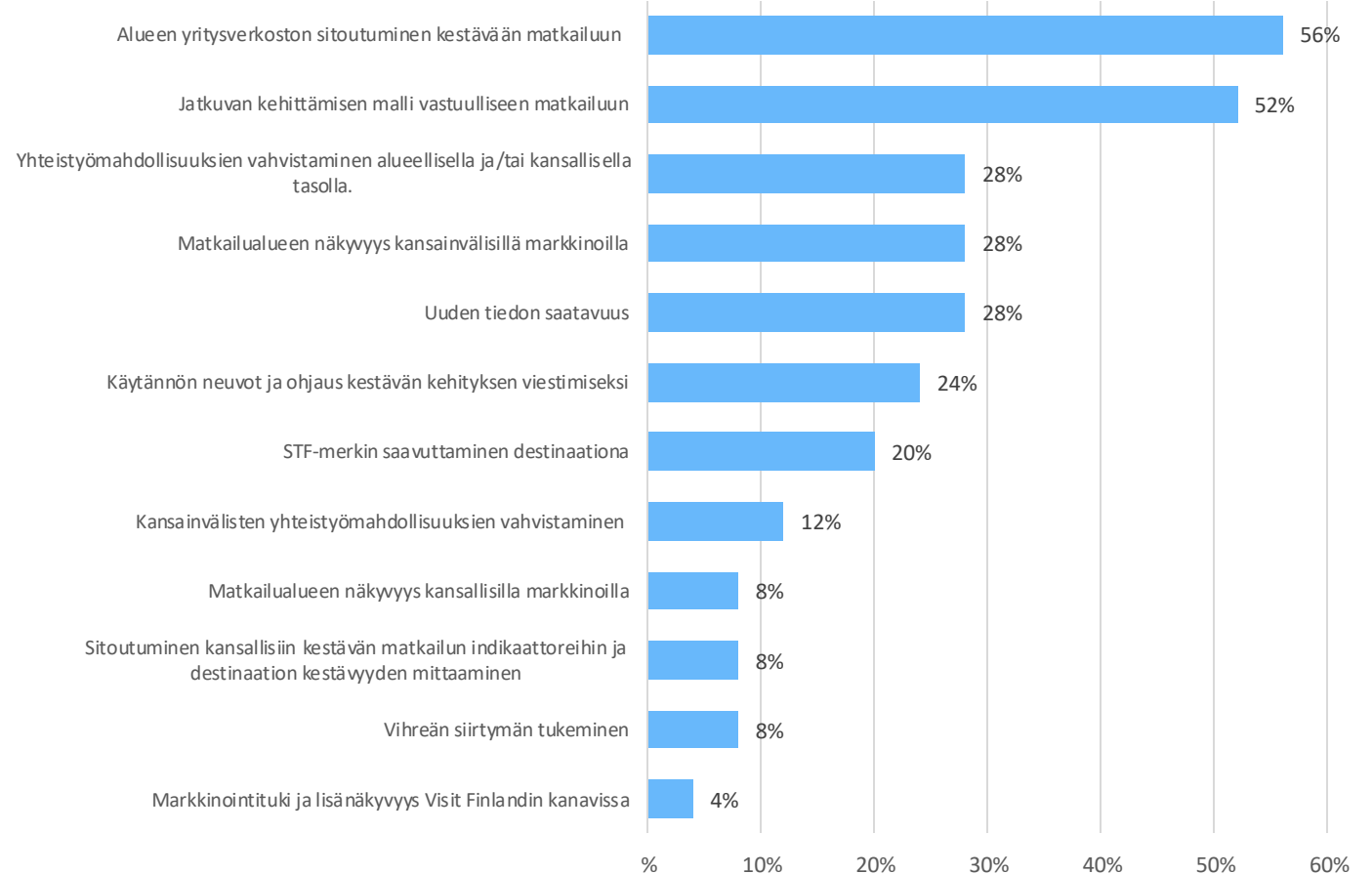


Kysymys: Missä määrin seuraavat väittämät vastaavat käsitystänne STF-ohjelman tarjoamasta lisäarvosta yrityksenne näkökulmasta? N=172.

Lähde: Arvioinnin kysely

Suorat vaikutukset destinaatioille

- Destinaatiot kokevat STF-ohjelman keskeiset, suorat vaikutukset hiukan yrityksiä vahvemmin. STF-ohjelman yleisin lisäarvo destinaatiolle on kestävän matkailuliiketoiminnan osaamisen vahvistaminen alueella (4,5), alueellisen sitoutumisen edistäminen kestäväan matkailuun (4,4) sekä kestävyys eri ulottuvuuksien huomioiminen (ka. 4,1). **Vähiten ohjelmalla on lisäarvoa matkailualueen kansalliseen kilpailukykyyn (ka. 3,3) ja lisänäkyvyyteen Visit Finlandin kanavissa (ka 3,4).**
- STF-ohjelman **yleisimmät tulokset** destinaatioille (N=25) ovat **alueen yritysverkoston sitoutuminen kestäväan matkailuun (56 % destinaatioista)** sekä **jatkuvan kehittämisen malli vastuulliseen matkailuun (52 %)**. Vajaalla kolmanneksella destinaatioista yleisin tulos ohjelmaan osallistumisesta on liittynyt uuden tiedon saatavuuteen, matkailualueen näkyvyyteen kansainvälisillä markkinoilla sekä yhteistyömahdollisuuksien vahvistamiseen alueellisella ja/tai kansallisella tasolla.
- Kyselyvastausten mukaan STF-ohjelmalla on ollut **vain yhdelle destinaatiolle vaikutusta markkinointituen ja lisänäkyvyyden osalta Visit Finlandin kanavissa**. Harva destinaatio kokee ohjelman keskeisimmäksi tulokseksi vihreän siirtymän tukemisen, sitoutumiseen kansallisiin indikaattoreihin ja mittaamiseen tai matkailualueen näkyvyyden kansallisilla markkinoilla. Nämä seikat on maininnut keskeisimmiksi tuloksiksi vain kahdeksan prosenttia destinaatioista. Myöskään ohjelman tuloksellisuus kansainvälisten yhteistyömahdollisuuksien vahvistamisessa ei kyselyvastauksissa korostu (12 % destinaatiovastaajista).

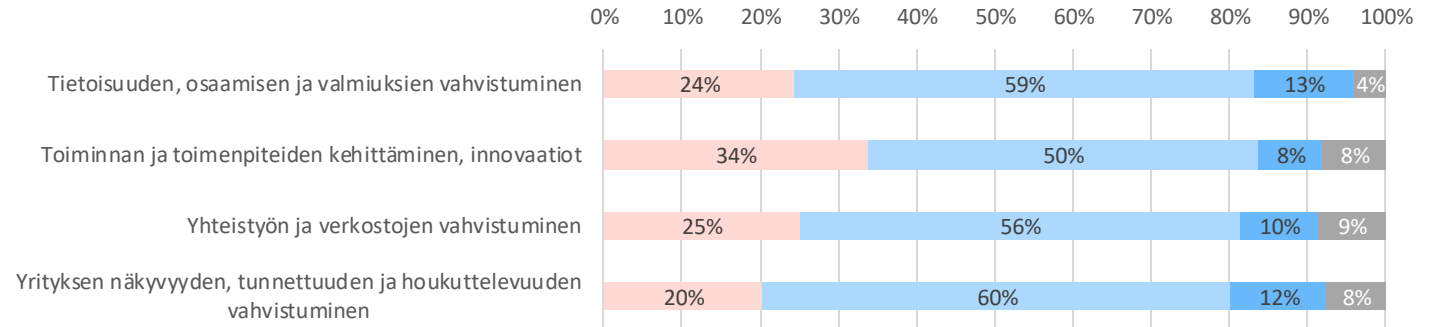


Kysymys: Mitkä ovat keskeisimmät tulokset, jotka matkailualueen osallistuminen STF-ohjelmaan on mahdollistanut? Valitkaa seuraavista vaihtoehtoista 1-3 keskeisintä tulosta destinaation näkökulmasta. N=25.

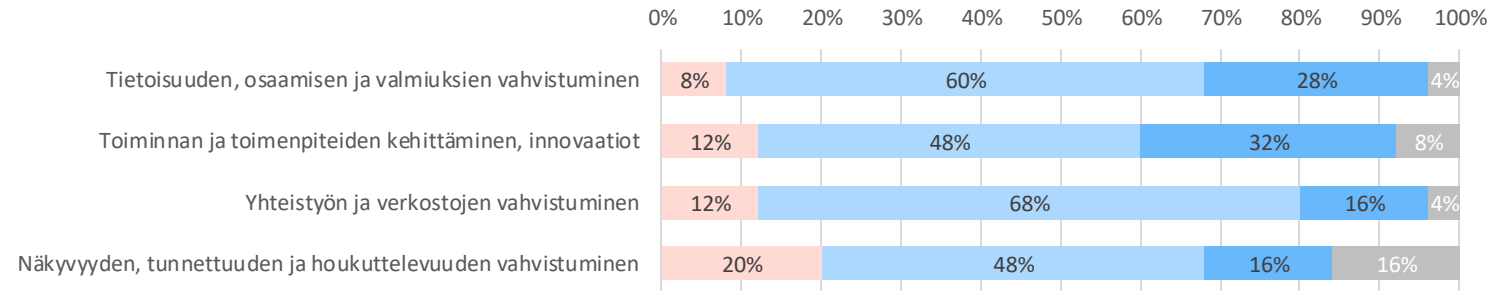
Osallistumisen erityinen lisäarvo

- STF-ohjelman lisäarvo on vahvin tietoisuuden, osaamisen ja valmiuksien vahvistumisessa kestävän kehityksen teemassa.
- 60 % yritys vastaajista (N=172) arvioi, että STF-ohjelmalla on ollut jossain määrin vaikutusta yrityksen näkyvyyden, tunnettuuden ja houkuttelevuuden vahvistumiseen sekä tietoisuuden, osaamisen ja valmiuksien vahvistumiseen kestävän kehityksen teemassa. Kolmannes yritys vastaajista arvioi, ettei STF-ohjelmalla ole ollut vaikutusta toiminnan ja toimenpiteiden kehittämiseen ja innovaatioihin kestävän kehityksen teemassa, mutta toisaalta puolet vastaajista arvioi ohjelmalla olevan jossain määrin vaikutusta toiminnan ja toimenpiteiden kehittämiseen. Näkemykset STF-ohjelman erityisestä lisäarvosta eivät riipu vastaajayrityksen koosta.
- Yli 80 % destinaatioista kokee STF-ohjelmalla olevan vaikutusta tietoisuuden, osaamisen ja valmiuksien vahvistumiseen (83 %) sekä toiminnan ja toimenpiteiden kehittämiseen (80 %). Yli 70 % destinaatiovastaajista kokee ohjelmalla olevan vaikutusta myös yhteistyön ja verkostojen vahvistumiseen (74 %).

STF-ohjelman lisäarvo yrityksille (N=172)



STF-ohjelman lisäarvo destinaatioille (N=25)



- 1= Olisi toteutunut samalla tai muulla vastaavalla tavalla (STF-ohjelmalla ei juurikaan vaikutusta)
- 2= Olisi toteutunut pienempänä, myöhemmin tai toisella tavalla (STF-ohjelmalla jossain määrin vaikutusta)
- 3= Ei olisi toteutunut lainkaan (STF-ohjelmalla merkittävää vaikutusta)
- 4= En osaa sanoa

Lähde: Arvioinnin kysely

Kysymys: Mikäli ette olisi osallistunut STF-ohjelmaan, missä määrin tai millä tavoin seuraavat seikat olisivat todennäköisesti toteutuneet kestävän kehityksen teemassa?

Tyytyväisyys ja vahvuudet

Tyytyväisyys STF-ohjelmaan kokonaisuutena

- **Keskimäärin destinaatiot ovat hiukan yrityksiä tyytyväisempiä STF-ohjelmaan:** 84 prosenttia destinaatioista (N=25) ovat vähintään jokseenkin tyytyväisiä ohjelmaan kun vastaava osuus yritys vastaajista (N=177) on 72 prosenttia. **Erittäin tyytyväisten osuus on kuitenkin yritysryhmässä suurempi kuin destinaatioiden keskuudessa (31 % vs. 24 %).**
- **Mikroyrityksissä (n=108) tyytyväisyys ohjelmaa kohtaan ei ole niin vahvaa kuin muissa yrityksissä.** 63 prosenttia mikroyrityksistä on STF-ohjelmaan joko jokseenkin tai erittäin tyytyväinen, kun vastaava osuus muissa yrityksissä (yli 10 henkilön yritykset, N=71) on yli 80 prosenttia.
- Arvioinnissa toteutettujen haastattelujen mukaan **STF-ohjelma on kasvattanut ainakin jossain määrin Suomen maakuvaan kestävän matkailun maana.**

STF-ohjelman vahvuudet

- Sustainable Travel Finland -ohjelman vahvuudet ovat sekä yritysten (N=77) että destinaatioiden (N=13) mielestä **ohjelman tarjoama systemaattinen mallin vastuullisen matkailun kehittämiseen, kestävän matkailun tietoisuuden ja ymmärtämisen vahvistaminen sekä yhteisen tavoitteen ja yhteisen tekemisen mahdollistaminen.** Ohjelmalla on ohjaava vaikutus ja se tarjoaa selkeän polun ja raamit edetä kestävän matkailun saralla. Ohjelma vahvistaa yrityksen ymmärrystä esimerkiksi vastuullisuuden eri ulottuvuuksien huomioimisesta. Sekä yritykset että destinaatiot nostavat esiin ohjelman potentiaalin ja vaikutuksen toimijoiden välisen yhteistyön ja verkostojen vahvistamiseen.
- Sekä yritykset että destinaatiot nostavat vastauksissaan esiin ohjelman tarjoamia **hyviä työkaluja**, joista yritykset mainitsevat **esimerkiksi Hiilikurin, itsearviointin ja valmennukset.** Vastaavasti destinaatioilla korostuu **mittaamisen työkalut sekä STF Hub**, joista jälkimmäisen koetaan menneen aiempaan parempaan, toimivampaan suuntaan.
- Moni destinaatiovastaajista mieltää, että ohjelma on tärkeä ja ajankohtainen, ja sen vahvuutena on myös ohjelman **valtakunnallinen koordinaatio.** Näitä havaintoja tukee yritys vastauksissa esiintyvät **positiiviset maininnat ohjelman brändistä ja mielikuvasta, sekä ohjelman antamasta yhtenäisestä tunnuksesta.**

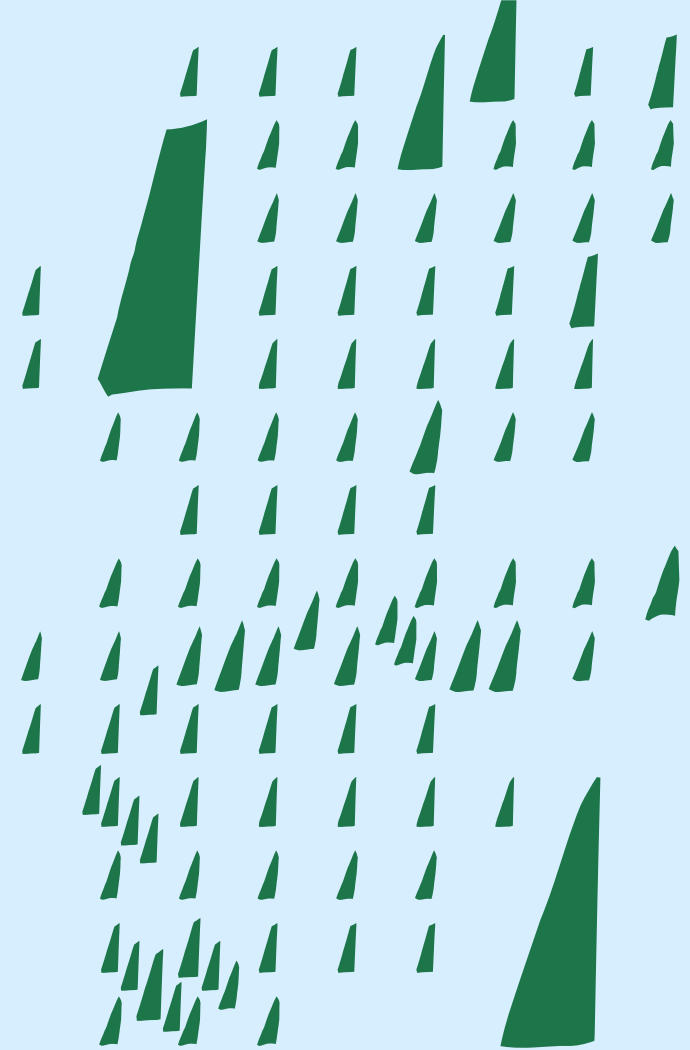


Kehittämiskohteet

STF-ohjelman kehittämiskohteet

- Kyselytulosten mukaan yleisin ohjelman kehittämiseen liittyvä seikka koskee **yrittösohallistumisen edellyttämää työmäärää sekä taloudellisia resursseja**. Tämä huomio yhdistää sekä yritys vastaajia (N=81) että destinaatio vastaajia (N=15). Ohjelmaan osallistuminen koetaan työläänä erityisesti pienille yrityksille. Ohjelmalla on **laaja-alainen sisältö, joka on vuosien varrella edelleen kasvanut**. Osittain yritykset jakavat kokemuksia **turhasta byrokratiasta sekä STF Hubin teknisistä haasteista**.
- Yritysten kokemukset heijastuvat ohjelmatoteutuksessa myös destinaatioilta vaadittuna työmääränä. Osa destinaatioista kokee, että **yritysten aktivoimiseen tarvittavaa tukea ei ole Visit Finlandin/STF-ohjelman toimesta tarjolla ja yritysten aktivointiin allokoituu paljon aikaa**.
- Monet yritys- että destinaatio vastaajat esittävät **kevennettyä osallistumisvaihtoehtoa tai vaiheittaisesta/tasokohtaista etenemisestä**. Osa yritys vastaajista kokee, että ohjelmaosallistumisen edut ja hyödyt tulisi suhteuttaa yritysten taloudelliseen ja henkilöresurssien mukaiseen tilanteeseen.
- Destinaatiot katsovat **ettei STF-ohjelmassa huomioida riittävästi destinaatioiden erilaisia lähtökohtia: isoilla alueilla ohjelmaan osallistuminen ja STF-merkin saavuttaminen on haastavampaa** kuin pienillä matkailualueilla mm. yritysten lukumäärän takia.
- **Sertifikaatteihin ja sertifiointiin toivotaan muutosta**. Yritykset kokevat sertifikaattiviidakon ja sertifikaattien maksullisuuden haastavana: sertifikaatteja on paljon ja ne ovat osittain päällekkäisiä (esim. STF-merkki vs. muut sertifikaatit). Sertifikaattien maksullisuus kuormittaa ja niiden lisäarvon/hyödyn tunnistamisessa esiintyy haasteita. Erityisesti yritysten toiveena on, että sertifiointia voitaisiin helpottaa ja STF-merkin uusimista ei edellytettäisi niin usein (nykyisin STF-merkki tulee uusia kahden vuoden välein).
- Sekä yritykset että destinaatiot kokevat **STF-ohjelman ja STF-merkin tunnettuudessa** kehitettävää. Vastauksista käy ilmi, ettei STF-ohjelmaa ja STF-merkkiä tunneta tarpeeksi, eikä niiden lisäarvo ole täysin selkeä. Myös STF-merkin markkinoinnillinen tuki ja näkyvyys Visit Finlandin kanavissa on epäselvää. Yritykset kaipaavat mm. tukea, kuinka STF-ohjelmaa/-merkkiä voi hyödyntää enemmän yrityksen omassa markkinoinnissa. Tunnistettu haaste liittyy ainakin osittain **vaikeuteen tunnistaa ohjelman lisäarvoa ja vaikutuksia**. Epäselvyyttä esiintyy mm. ohjelman konkreettisista hyödyistä yrityksille vs. vaikutuksista, mikäli toimija ei ole STF-ohjelmassa (näkyvyys- ja muut mahdolliset vaikutukset).
- **Yhteistyössä on paljon hyödyntämätöntä potentiaalia**. Destinaatioiden toivelistalla ovat mm. yhteiset tapahtumat, tiedon ja osaamisen jakaminen, avoin keskustelu sekä kohtaaminen. Myös yritykset kaipaavat yhteistyön ja verkostojen vahvistamista ohjelmassa olevien yritysten ja STF-ohjelman välillä/kesken (työpajat ja tapahtumat).

4. Johtopäätökset ja suositukset



Johtopäätökset 1/5

Ohjelman tarve, relevanssi ja kohdentuminen

Sustainable Travel Finland -ohjelma **vastaa hyvin matkailualan globaalin toimintaympäristön tarpeisiin ja muutoksiin**. Vastuullisuus ja kestävä kehitys on välttämätön osa alan toimijoiden kilpailukykyä –niin kansallisesti kuin kansainvälisesti. Ohjelman tavoitteet (kestävän kehityksen mukaisen osaamisen kasvaminen ja toimenpiteiden omaksuminen matkailutoimialalla, Suomen vastuullisesta matkailutarjonnasta viestimisen edellytysten vahvistaminen sekä Suomen kiinnostavuuden ja tunnettuuden kasvattaminen kestävä matkailun edelläkävijämaana) ovat tarkoituksenmukaisia toimintaympäristön muutokset huomioiden. **Ohjelman laadulliset sekä määrälliset tavoitteet ovat arviointitarkastelun mukaan realistisia**. Vuosien 2023-2024 budjetti huomioiden ohjelman tavoitteet voidaan katsoa maltillisiksi.

STF-ohjelma on kaikille avoin eikä ohjelmaan osallistuminen edellytetä tiettyjen, Visit Finlandin asettamien vaatimusten täyttymistä. Avoimuus mahdollistaa kaikenkokoisten yritysten ja destinaatioiden osallistumisen ohjelmaan niiden maantieteellisestä sijainnista riippumatta. Kestävän matkailun polku on kaikille toimijoille sama, joka **jossain määrin asettaa yritykset ja destinaatiot erilaisten mahdollisuuksien ja haasteiden äärelle erityisesti käytössä olevien resurssien näkökulmasta**.

Arvioinnissa **ei ole havaittu minkään keskeisen toimijan tai sektorin puuttuvan** ohjelmatoimituksesta. Osallistuvien yritysten määrä on ohjelman edetessä kasvanut, mutta kasvua rajoittaa vaatimus STF-merkin uusimisesta kahden vuoden välein. Pienille matkailuyrityksille tähän vaadittavat resurssit saattavat muodostua osallistumisen kynnyskysymykseksi. STF-merkin saavuttaminen ja sen uusiminen edellyttää usein myös destinaatiotason tukea.

Matkailualan yrityksille tieto STF-ohjelmasta välittyy yleensä Visit Finlandin tai destinaatioiden/matkailua edistävien alueorganisaatioiden kautta. Suurin **viestinnällinen haaste liittyy kohderyhmien vaikeuteen tunnistaa ohjelman tuoma lisäarvo ja hyödyt**. Viestinnällä on tärkeä merkitys myös yritysten osallistumisaktiivisuuteen ja kehittämispolulla etenemiseen.



Johtopäätökset 2/5

Ohjelman asemoituminen ja koherenssi muiden palvelujen kanssa

STF-ohjelmalla on vahva strateginen viitekehys, joka nojaa Suomen kansalliseen matkailustrategiaan (2022–2028), Visit Finlandin omaan strategiaan (2021–2025) ja Visit Finlandin ilmastotoimintasuunnitelmaan (2023). Ilmastotoimintasuunnitelmassa on huomioitu STF-ohjelman rooli ja tavoite olla destinaatioiden tukena kestävässä matkailussa sekä turvata STF-ohjelman riittävä rahoitus.

STF-ohjelma kytkeytyy muihin Business Finlandin palveluihin suhteellisen löyhästi eikä systemaattista tai syventyvää yhteistyötä STF-ohjelman ja muiden Business Finlandin tai Team Finlandin palvelujen välillä ole arvioinnissa tunnistettu. Destinaatiot viestivät suhteellisen paljon Business Finlandin ja Team Finlandin palveluista, mutta näiden palvelujen pariin ei hakeuduta tai niitä ei hyödynnetä yrityksissä. Osittain tämä johtunee siitä, ettei matkailutoimiala selkeästi näy Business Finlandin muussa toiminnassa kuin Visit Finlandin osalta. Arvioinnissa tunnistettiin myös rahoituksellinen kohtaanto-ongelma Business Finland -rahoitusmahdollisuuksien hyödyntämisessä STF-ohjelmaan osallistuvissa yrityksissä.

Ohjelman yhtenä **haasteena on yritysten kokemaa päällekkäisyys STF-merkin ja sertifikaattien välillä**. Sertifikaattien runsas määrä sekä niiden edellyttämä tietotarve, ymmärrys ja maksullisuus myös vaikeuttaa yritysten etenemistä kehittämispolulla.



Johtopäätökset 3/5

Ohjelman resursointi, organisointi, toiminnan tehokkuus ja laatu

STF-ohjelman **henkilöstöresurssit ovat olleet suhteellisen niukat** ohjelman tavoitteet ja kansallisen tason kattavuus huomioon ottaen. Toimintaa on pystytty ohjelman valmistelu- ja alkuvaiheen rahoituksen jälkeen vahvistamaan EU-rahoituksella. STF-merkin saaneiden yritysten ja destinaatioiden määrä ei kuitenkaan ole kasvanut suhteessa ohjelman budjettiin. Budjetin kasvattaminen ei juurikaan ole näkynyt yritysosallistujamäärän kasvuna. Destinaatioiden osalta saturaatio on saavutettu jo v. 2020-2021, mutta STF-merkin destinaatioiden määrä on kasvanut hyvin maltillisesti – tosin ohjelmalle asetettujen tavoitteiden mukaisesti. Koska EU-rahoitus on kohdistunut erityisesti ohjelman kehitykseen (työkalut, materiaalit yms.), näiden kehitystoimien vaikutukset osallistujamääriin tullevat esiintymään viiveellä.

Pääsääntöisesti sekä yritykset että destinaatiot ovat **tyytyväisiä STF-ohjelmaan kokonaisuutena**. Yhteistyö sekä vuorovaikutus Visit Finlandin STF-ohjelman yhteyshenkilöiden kanssa on sujuvaa, ja ohjelmassa annettu **neuvonta on asiantuntevaa**. Ohjelman tarjoamat palvelut, valmennukset ja työkalut koetaan hyödyllisiksi, mutta ne muodostavat laajaan kokonaisuuden, ja kehityspolulla eteneminen on suurelta osin osallistujan, yrityksen tai destinaation, oman kyvykkyyden varassa. Suurin osa sekä yrityksistä että destinaatioista kaipaa tukea STF-merkin saavuttamiseksi. Koska Visit Finland **ei täysin vastaa tuen tarpeeseen**, nousee esimerkiksi alueellisten toimijoiden sekä kehitystyötä rahoittavien toimijoiden rooli keskeisemmäksi.

STF-ohjelman **kansalliset verkostot tukevat** ohjelmatoteutusta, mutta Visit Finlandin/STF-ohjelman resursseja **yhteistyöhön ja vuorovaikutukseen yritysten ja destinaatioiden kanssa ei koeta riittäviksi, mikä pätee myös resursseihin kansallisen ja kansainvälisen yhteistyön ja näkyvyyden edistämiseksi**.

Ohjelman tuloksellisuus

STF-ohjelma on **onnistunut vastaamaan sille asetettuihin määrällisiin tavoitteisiin vuositasolla hyvin**. Ohjelmatoteutus on edistänyt ohjelman laadullisia tavoitteita, joiden osalta mittarointi ja seuranta ovat ohjelman aikana kehittyneet. STF-merkin saaneiden yritysten ja destinaatioiden määrä ei ole kuitenkaan kasvanut suhteessa ohjelman budjettiin. Noin joka kolmannen yritysosallistujan saavuttaessa STF-merkin, on destinaatioiden STF-merkkien määrä pysynyt suhteellisen vaatimattomana.

STF-ohjelmalle asetetut **laadulliset tavoitteet ovat laajoja ja kokonaisvaltaisia**, ja ne pohjautuvat ohjelman strategiseen viitekehykseen. Tavoitteet on esitetty suhteellisen yleisellä tasolla, mikä vaikeuttaa mitattavien tavoitteiden ja tarvittavien toimenpiteiden asettamista. Ohjelman edetessä vuosittaiset määrälliset tavoitteet ovat lisääntyneet, mutta tavoitteet ovat olleet tarkoituksenmukaisia. Tavoitteiden seuranta on ollut pääsääntöisesti systemaattista ja sitä on jossain määrin kehitetty ohjelman edetessä (mittareita ja seurantatapoja on lisätty mm. digitalisaatiota hyödyntämällä).



Johtopäätökset 4/5

Suorat vaikutukset osallistujille

STF-ohjelman tarjoama kestävä matkailun kehittämisspolku tukee ohjelman tavoitteita. Kehittämisspolku edistää matkailualan toimijoiden sitoutumista kestävä matkailun kehittämiseen ja valtakunnallisiin kestävä matkailun indikaattoreihin ja niiden mittaamiseen, sekä kasvattaa toimijoiden osaamista että tukee matkailualan yritysten toiminnan suunnittelua kestävyden näkökulmista. Erityisesti **ohjelmalla on ollut suoria vaikutuksia yrityksille kestävyden eri ulottuvuuksien ymmärtämisessä, kestävä matkailun mittaamisen edistämässä sekä matkailuliiketoiminnan osaamisen vahvistamisessa. Destinaatioille ohjelma on tarjonnut työkalun edistää alueen yritysverkoston sitoutumista kestävä matkailuun sekä jatkuvan kehittämisen mallin** vastuulliseen matkailuun. STF-ohjelman lisäarvo on ollut suurempi destinaatioille kuin yrityksille.

Toisaalta **osallistujien välinen yhteistyö tai vertaisoppiminen eivät ole** arviointitulosten valossa juurikaan **vahvistuneet**. Sekä yrityksille että destinaatioille yksi yleisimmistä ohjelmaosallistumisen tavoitteista liittyy vahvistuvaan näkyvyyteen ja maineeseen kestävä matkailun toimijana/alueena. Tämän tavoitteen saavuttaminen ei kuitenkaan ole vielä selkeästi nähtävissä arviointituloksissa. **Vain harva destinaatio kokee ohjelmalla olevan suoraa vaikutusta alueen kansalliseen kilpailukykyyn, lisänäkyvyyteen Visit Finlandin kanavissa tai kansainvälisten yhteistyömahdollisuuksien vahvistamiseen. Myöskään STF-ohjelman suora vaikutus yritysten matkailuliiketoiminnan kilpailukykyyn ja volyyymiin ei korostu.**

Ohjelman vaikuttavuutta **pienissä matkailuyrityksissä haastaa erityisesti osallistumisprosessin vaatimat resurssit ja tuen/neuvonnan tarve**. Osa ohjelmaosallistujista on passiivisia, mikä näkyy muun muassa STF-merkin uusimisessa. Destinaatioiden osalta ohjelma-osallistumiseen ja STF-merkin saavuttamiseen vaikuttaa alueen koko; pienten matkailualueiden on lähtökohtaisesti helpompi edetä ohjelmassa. Osa destinaatioista kokee, **että STF-merkin kriteeristö ei ole alueille tasapuolinen.**



Johtopäätökset 5/5

Ohjelman laajemmat vaikutukset toimialan kehitykseen

STF-ohjelmalla on **suurin vaikutus tietoisuuden, osaamisen ja valmiuksien vahvistumisessa** kestävän kehityksen teemassa. Suurin osa yritys vastaajista kokee STF-ohjelmalla olevan jossain määrin vaikutusta yrityksen näkyvyyden, tunnettuuden ja houkuttelevuuden vahvistumiseen, ja vastaavasti suurin osa destinaatiovastaajista kokee ohjelmalla olleen vaikutusta yhteistyön ja verkostojen vahvistumiseen.

STF-ohjelma on **jossain määrin pystynyt vahvistamaan Suomen maakuvaa kestävän matkailun maana**. Kansallisesti STF-merkin tunnettuus koetaan hyväksi matkailualalla. Destinaatiot kokevat, että ohjelma on vahvistanut matkailualan toimijoiden kansainvälistä kilpailukykyä, houkuttelevuutta, näkyvyyttä ja tunnettuutta. STF-ohjelman ja -merkin tunnettuudessa on kuitenkin edelleen paljon parannettavaa ja viestinnässä kehitettävää.

Matkailualan kansainvälisillä asiantuntijafoorumeilla kiinnostus STF-ohjelmaa kohtaan on selvästi vahvistunut ja ohjelmaa pidetään yhtenä hyvänä käytäntönä.

Ohjelman vaikutukset matkailuyritysten toiminnan kehittämiseen ovat olleet suuremmat kuin ohjelman vaikutukset yritysten matkailuliiketoiminnan kilpailukykyyn ja volyymiin. Myöskään vaikutukset verkostoitumiseen tai toimijoiden näkyvyyden vahvistumiseen eivät käy selkeästi ilmi.

Ohjelman laajempaa vaikuttavuutta osittain haastaa liian laaja-alaiseksi ja työlääksi koettu ohjelmasisältö, jonka vastakohtana tulee huomioida ohjelman kunnianhimoiset ja viherpesua välttävät tavoitteet kestävän matkailun edistämiseksi. Lisäksi laajempaa vaikuttavuutta haastaa ohjelman niukkenevat resurssit. Resurssoinnin voidaan kuitenkin katsoa tukevan ohjelman ydintavoitteisiin ja ydintoimintaan kohdentumista jatkossa.

STF-ohjelma on tarjonnut tietoa muun muassa EU:n vastuullisuussäätelystä ja edistänyt toimijoiden valmiutta vastata tiukentuneisiin velvoitteisiin.



Kehittämissuosituksukset 1/2

Arvioinnin suositukset STF-ohjelman edelleen kehittämiseksi ovat:

- 1. Ohjelman strategian päivittäminen.** STF-ohjelma on kasvanut ja kehittynyt, mutta ei ole automaattisesti selvää, että sen toimintaa kannattaa jatkaa samassa muodossa ja laajuudessa kuin aiemmin. Destinaatioiden määrä ei ole kasvanut ja ohjelman resurssit ovat jatkossa todennäköisesti rajalliset. Ohjelma on ikään kuin siirtymässä seuraavaan vaiheeseen. Jatkossa on syytä pohtia, mille tasolle resurssien tulisi asettua ja millaisella konseptilla ohjelmaa viedään tehokkaasti eteenpäin pidemmällä aikavälillä. Voidaanko esimerkiksi osa kohderyhmistä/toimenpiteistä hajauttaa muiden kumppanien toteutettavaksi (esimerkiksi pienet ja/tai aloittavat yritykset ELY-keskuksille tms.), ja tulisiko ohjelmalle jatkossa asettaa myös strategisempia tavoitteita (esim. investoinnit)? Vaikuttavuusarviointi tarjoaa omalta osaltaan mahdollisuuden laajapohjaisen keskustelun käynnistämiseksi ohjelman strategisesta suunnasta.
- 2. Ohjelman tarjoaman tuen vahvistaminen yrityksille ja destinaatioille.** Sekä yritysten että destinaatioiden kaipaama tuki ohjelmaosallistumisessa on selkeä viesti. Visit Finlandin resursseja ja yhteistyötä destinaatioiden kanssa tulisi vahvistaa matkailuyrityksiä tukevalla tavalla. Tämän lisäksi tuen tarpeeseen on mahdollisuus vaikuttaa ohjelmasisällön uudelleen muotoilulla, esimerkiksi osallistumisen edellyttämää työmäärä tarkastamalla tai mahdollisia vaihtoehtoisia/kevennettyjä osallistumispolkuja tarjoamalla. Myös sertifikaattien kokonaisuutta on hyvä tarkastella osallistujien näkökulmasta. Tukea vahvistamalla kasvaa todennäköisesti myös ohjelmassa saavutettavien STF-merkkien määrä ja edistetään STF-merkkien uusimisaktiivisuutta. Suositusta tukee STF-ohjelmassa vuonna 2024 käynnistynyt kehittämistyö, joka tukee toimijoita sertifikaattien valinnassa, poistaa päällekkäisyyttä STF-ohjelman ja sertifikaattien välillä sekä keventää STF-merkin uusimispolkua. Tätä käynnissä olevaa kehittämistyötä tulee jatkaa, ja toimien riittävästä viestinnästä on huolehdittava tavoiteltujen vaikutusten edistämiseksi.
- 3. Ohjelman lisäarvon selkeämpi viestiminen sekä muun viestinnän vahvistaminen.** Kansainvälisen tunnettuuden ja viestinnän edistämisen rinnalla ohjelman tulee edistää kansallisen tason viestintäänsä. Ohjelman tulee selkeämmin ja konkreettisemmin viestiä sekä yrityksille että destinaatioille, mitä lisäarvoa ohjelmaosallistuminen ja STF-merkin saavuttaminen tarkoittaa. Yrityksille kohdentuvassa viestinnässä voidaan hyödyntää mm. STF-ohjelman ja destinaatioiden välistä yhteistyötä. Lisäksi ohjelman viestinnän tulee riittävästi kohdentua matkanjärjestäjiin, ja myös tästä viestinnästä ja sen tuloksista tulee viestiä ja sitä hyödyntää ohjelmatoteutuksen ja ohjelman lisäarvon osoittamisen tukena.



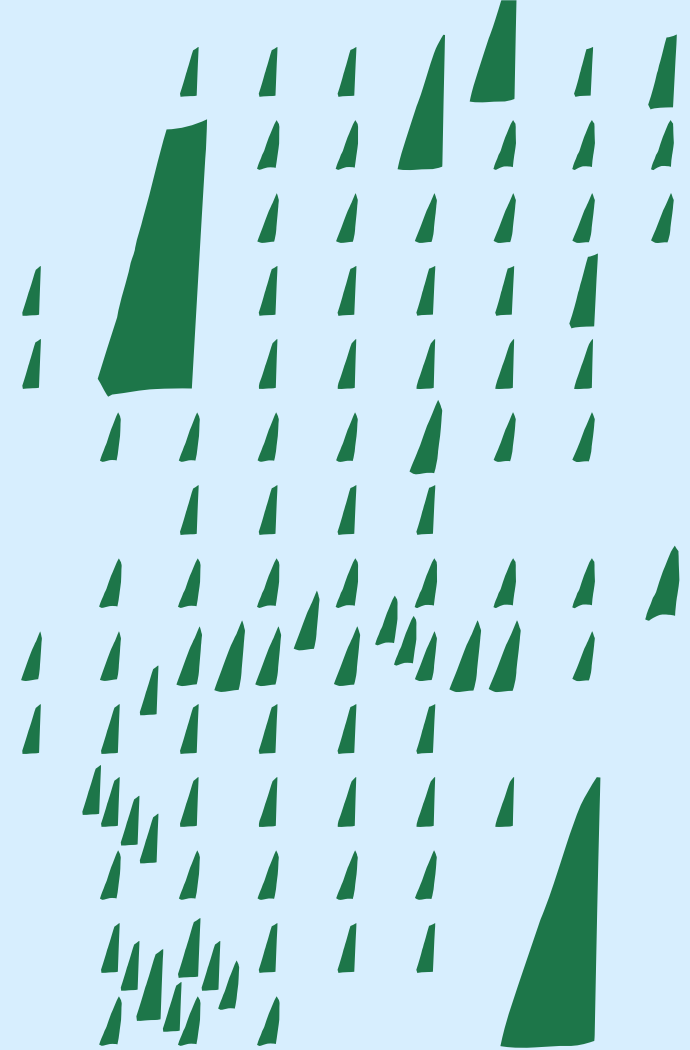
Kehittämissuositukset 2/2

- 4. Verkostojen hyödyntäminen ja yhteistyön vahvistaminen** niin yritysten kuin destinaatioiden keskuudessa kuin myös yritysten/destinaatioiden ja STF-ohjelman välillä. Jatkossa tulisi tarkastella, miten Visit Finlandin resurssien rinnalla/sijaan voidaan ohjelmassa vahvemmin hyödyntää vertaisoppimista ja osallistujien välistä yhteistyötä (tapahtumat, valmennukset, jne.). Lisäksi on hyvä kartoittaa, voidaanko ohjelmaosallistumista tukea kustannustehokkaasti ulkopuolisia tahoja hyödyntämällä.
- 5. STF-merkin tarkastelu destinaatioiden näkökulmasta.** Ohjelman panostukset tulisivat yhä vahvemmin näkyä myös destinaatioiden STF-merkkien kasvuna. Toimet destinaatioiden STF-merkin saavuttamiseksi palvelevat koko toimialaa ja Suomen matkailualan kilpailukykyä, joten on tärkeää tunnistaa ne haasteet, joita destinaatioilla esiintyy STF-merkin saavuttamisessa. Tarkastelu voi kohdistua STF-merkin saavuttamisen kriteereihin, destinaation määritelmään ja/tai kestävän matkailun kehittämispolulla etenemiseen.
- 6. Ohjelman systemaattisempi kytkeminen muihin Business Finlandin palveluihin sekä Team Finland -verkoston palveluihin.** Ohjelman lisäarvoa ja vaikuttavuutta on mahdollista tukea vahvistamalla osallistujille tarjottavilla rahoitusmahdollisuuksilla ja TKI-yhteistyötä edistämällä (korkeakoulut, tutkimuslaitokset). Rahoitus-, verkostoitumis- kuin neuvontapalveluiden vahvempi hyödyntäminen edistää niin STF-ohjelman tavoitteiden saavuttamista sekä matkailualan kansainvälistä kilpailukykyä. Suosituksessa tulee kuitenkin huomioida matkailualan toimijoiden lähtökohdat: monelle yritykselle Business Finland ja Team Finland -verkosto ovat vieraita toimijoita, joiden toimintaa ja palveluita ei tunneta. Lisäksi Business Finlandin palvelujen ja matkailutoimialan yritysten tarpeiden välillä on kohtaanto-ongelma. Matkailuyrityksien valmiudet, osaaminen ja resurssit ovat hyvin eri tasolla verrattuna Business Finlandin perinteisiin, teknologiapainotteisiin asiakasyrityksiin. Vastaavasti matkailualan kehittäminen on erityisesti palveluliiketoiminnan kehittämistä sekä ihmislähtöisten innovaatioiden kehittämistä ja resurssointia.



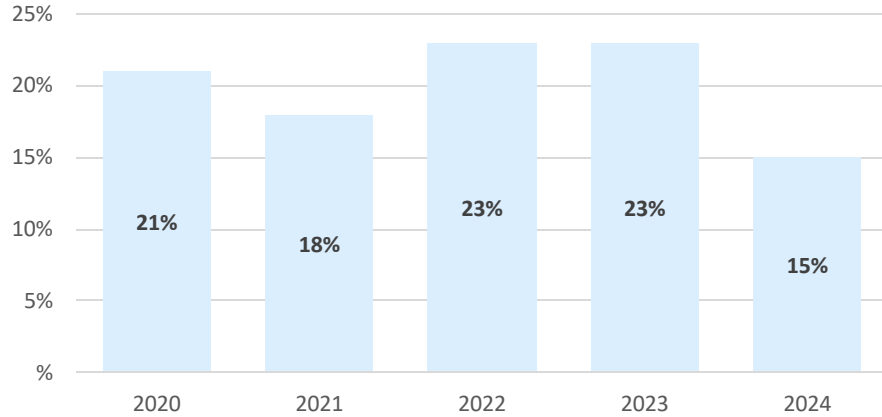
Liite 1. STF-ohjelman yrityksille kohdennetun kyselyn tuloksia

Kysely STF-ohjelman
toteutuksesta, hyödyistä ja vaikutuksista

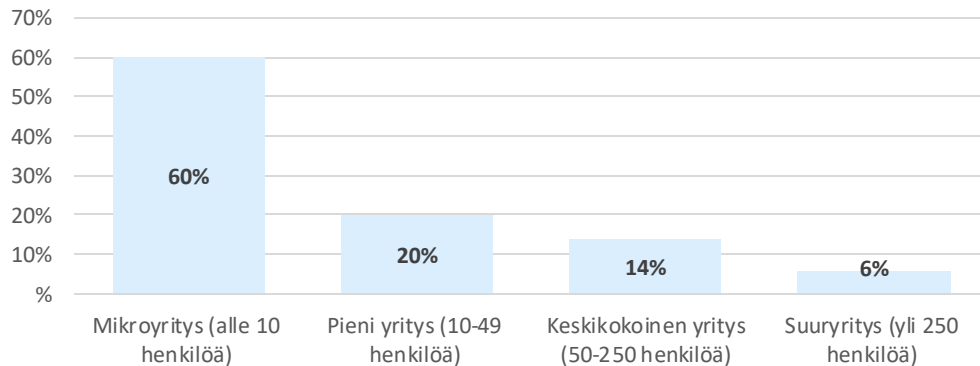


Taustatietoja

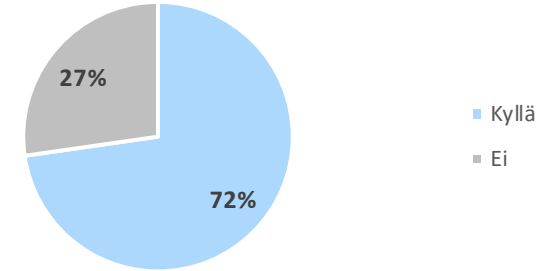
Vuosi, jolloin yritys on liittynyt STF-ohjelmaan (N=177)



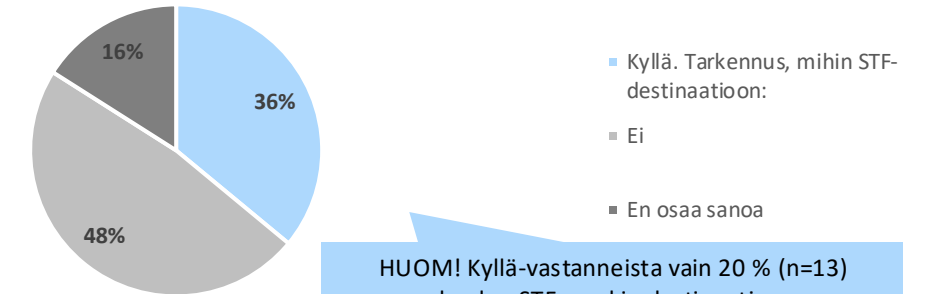
Yrityksen henkilöstömäärä (N=179)



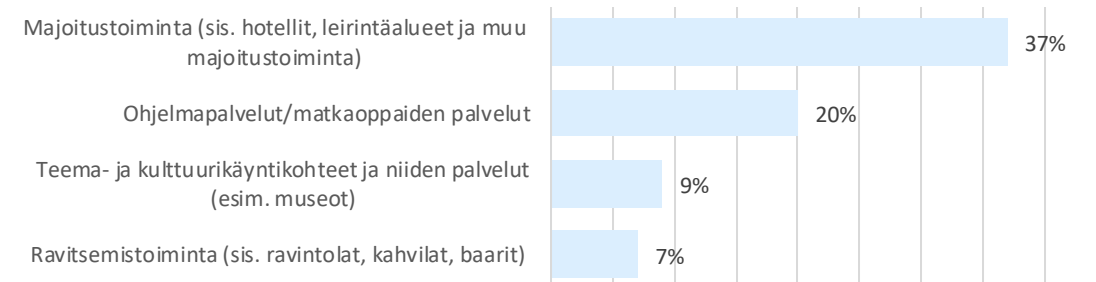
STF-merkin yritykset vastaajista (N=180)



Yritykset, jotka kuuluvat STF-merkin destinaatioon (N=176)

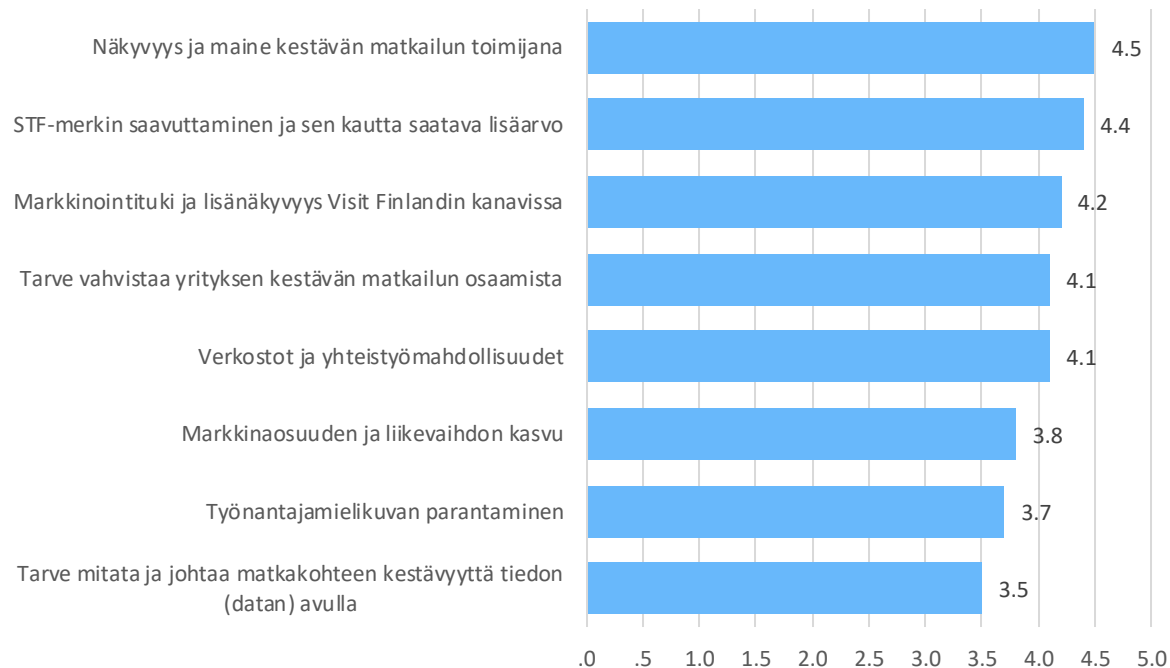


Yleisimmät toimialat (N=180)



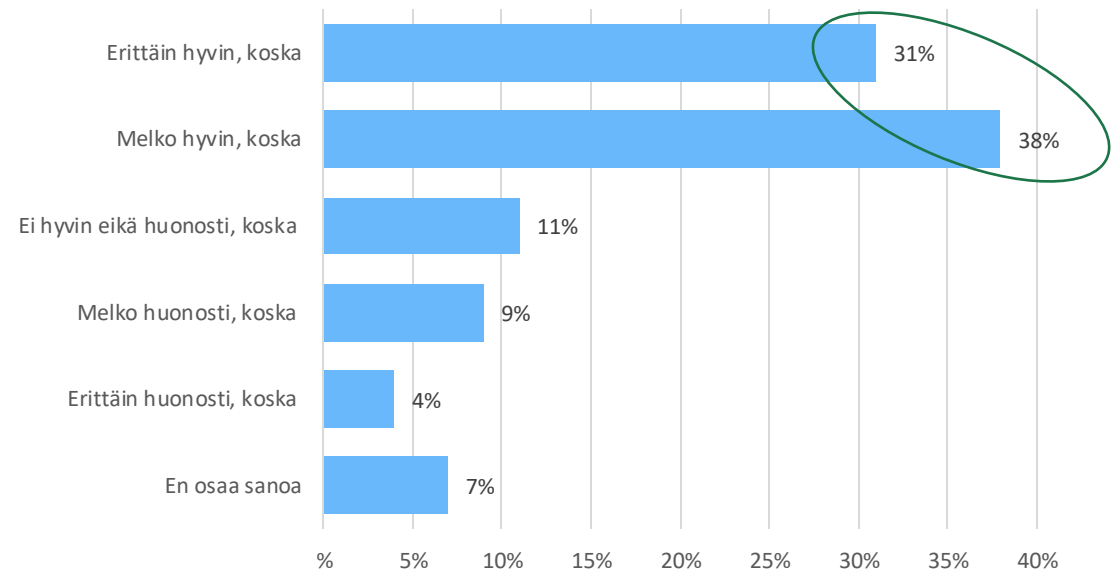
Osallistumistavoitteet ja tarvevastaavuus

Osallistujat kokevat monen tavoitteen itselleen tärkeäksi ohjelmaan liittyessä. Tärkeimpiä tavoitteita ovat näkyvyys & maine, STF-merkin saavuttaminen, Visit Finlandin tarjoama markkinointituki sekä osaamisen vahvistaminen.



Kysymys: Miten tärkeitä seuraavat tavoitteet olivat teille STF-ohjelmaan liittyessänne?
Asteikko 1-5, missä 1= Ei lainkaan tärkeä., 4=Tärkeä, 5= Erittäin tärkeä. N=178.

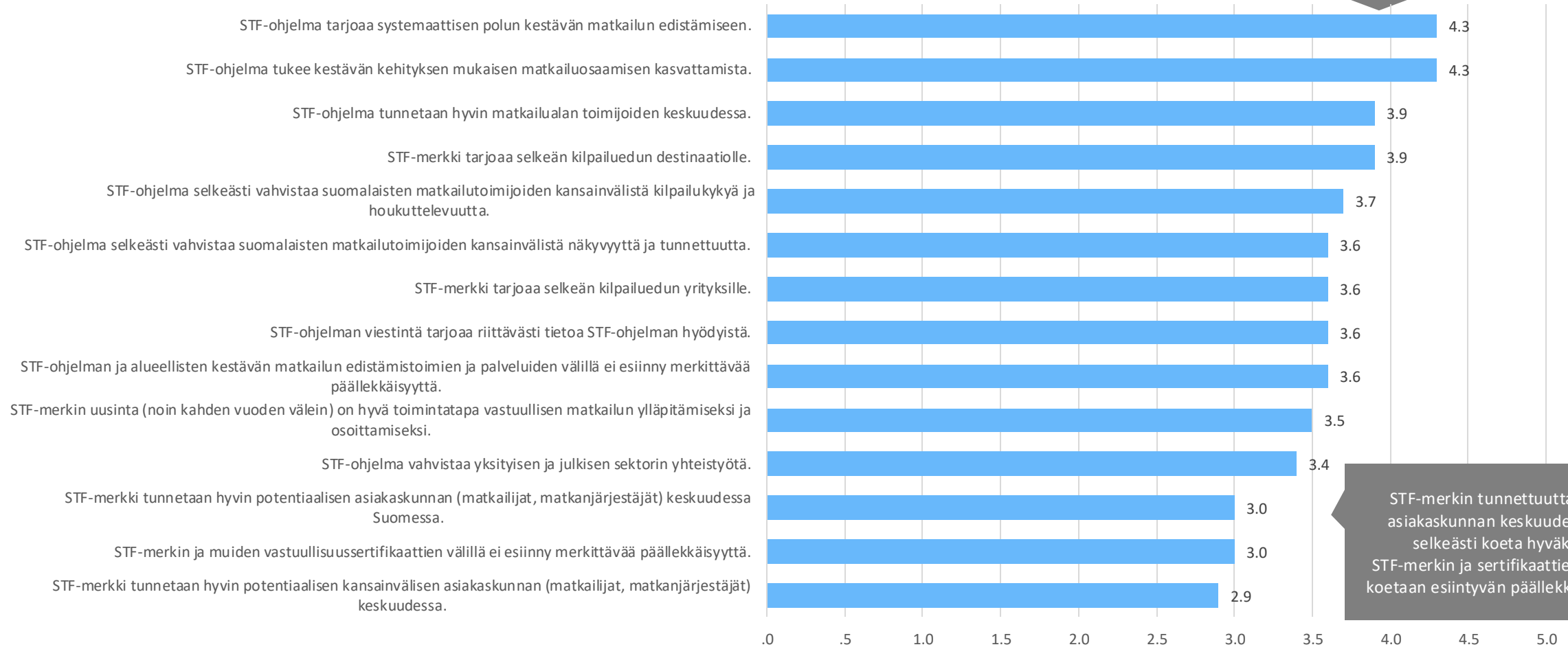
Ohjelma vastaa yritysten kestävään matkailuun liittyviin kehittämistarpeisiin pääsääntöisesti melko tai erittäin hyvin (69 % yritys vastaajista).



Kysymys: Miten STF-ohjelma vastaa kestävään matkailuun liittyviin kehittämistarpeisiinne?
N= 176.

Yleinen näkemys STF-ohjelmasta

Ohjelma tarjoaa systemaattisen polun ja tukee osaamisen kasvattamista. Yritykset kokevat STF-merkin tarjoaman kilpailukyyn selkeämpänä destinaatioille kuin yrityksille. STF-merkin tunnettuus koetaan hyväksi matkailualalla.

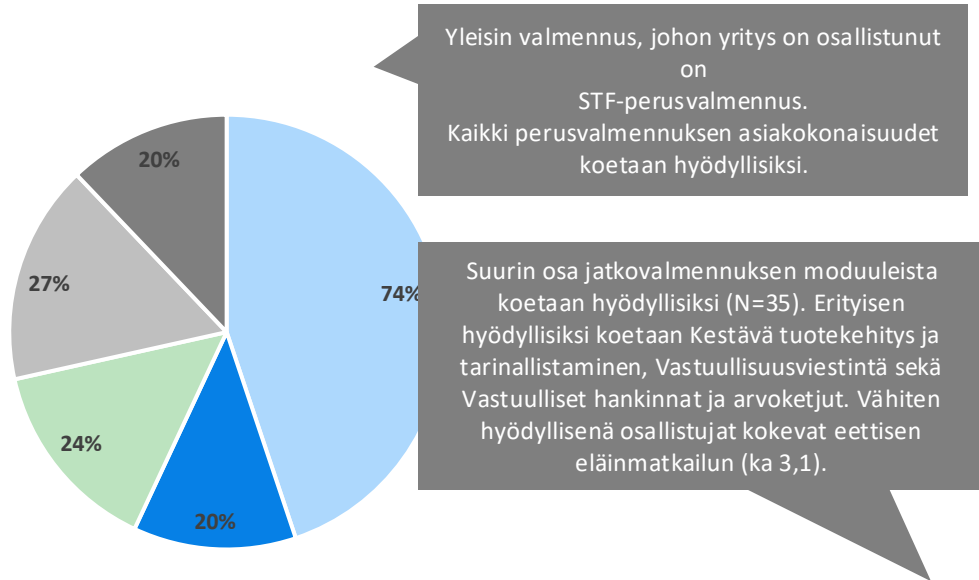


STF-merkin tunnettuutta pot. asiakaskunnan keskuudessa ei selkeästi koeta hyväksi. STF-merkin ja sertifikaattien välillä koetaan esiintyvän päällekkäisyyttä.

Kysymys: Missä määrin seuraavat väittämät vastaavat käsitystänne STF-ohjelmasta? Asteikko 1-5, missä 1= Täysin eri mieltä..4= Jokseenkin samaa mieltä, 5=Täysin samaa mieltä. N=178.

STF-valmennukset

Valmennus, johon yritys on osallistunut



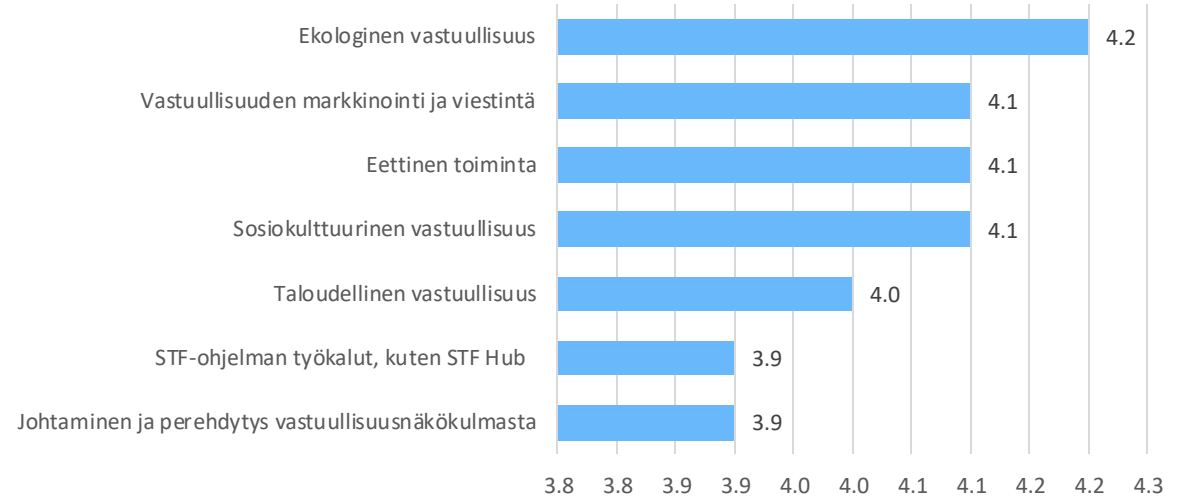
Yleisin valmennus, johon yritys on osallistunut on STF-perusvalmennus. Kaikki perusvalmennuksen asiakokonaisuudet koetaan hyödyllisiksi.

Suurin osa jatkovalmennuksen moduuleista koetaan hyödyllisiksi (N=35). Erityisen hyödyllisiksi koetaan Kestävä tuotekehitys ja tarinallistaminen, Vastuullisuusviestintä sekä Vastuulliset hankinnat ja arvoketjut. Vähiten hyödyllisenä osallistujat kokevat eettisen eläinmatkailun (ka 3,1).

able Travel Finland -perusvalmennus ■ Sustainable Travel Finland -jatkovalmennus
 ohtaiset klinikat ■ Hiilikuri klinikka
 ole osallistunut valmennuksiin

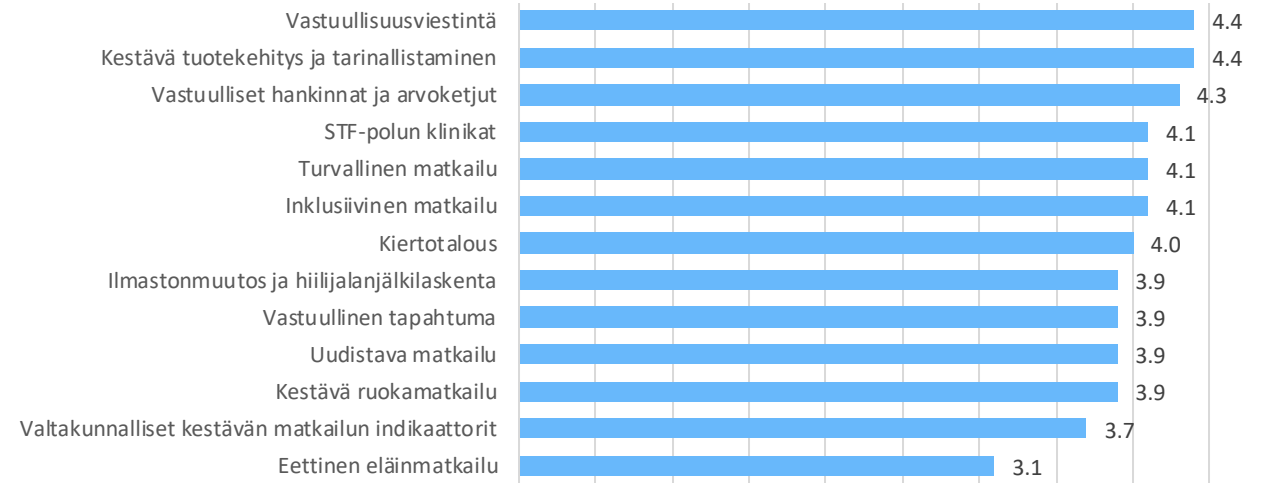
Kysymys: Mitä seuraavista STF-ohjelmaa tukevista valmennuksista olette hyödyntäneet? N= 180.

STF-perusvalmennuksen asiakokonaisuuksien hyödyllisyys



Kysymys: Kuinka hyödyllisiksi olette kokeneet/ koitte seuraavat STF-valmennuksen asiakokonaisuudet oman yrityksenne kannalta? Asteikko 1-5, missä 1= Ei lainkaan hyödyllinen,.. 4= Hyödyllinen, 5= Erittäin hyödyllinen. N= 131.

STF-jatkovalmennuksen asiakokonaisuuksien hyödyllisyys

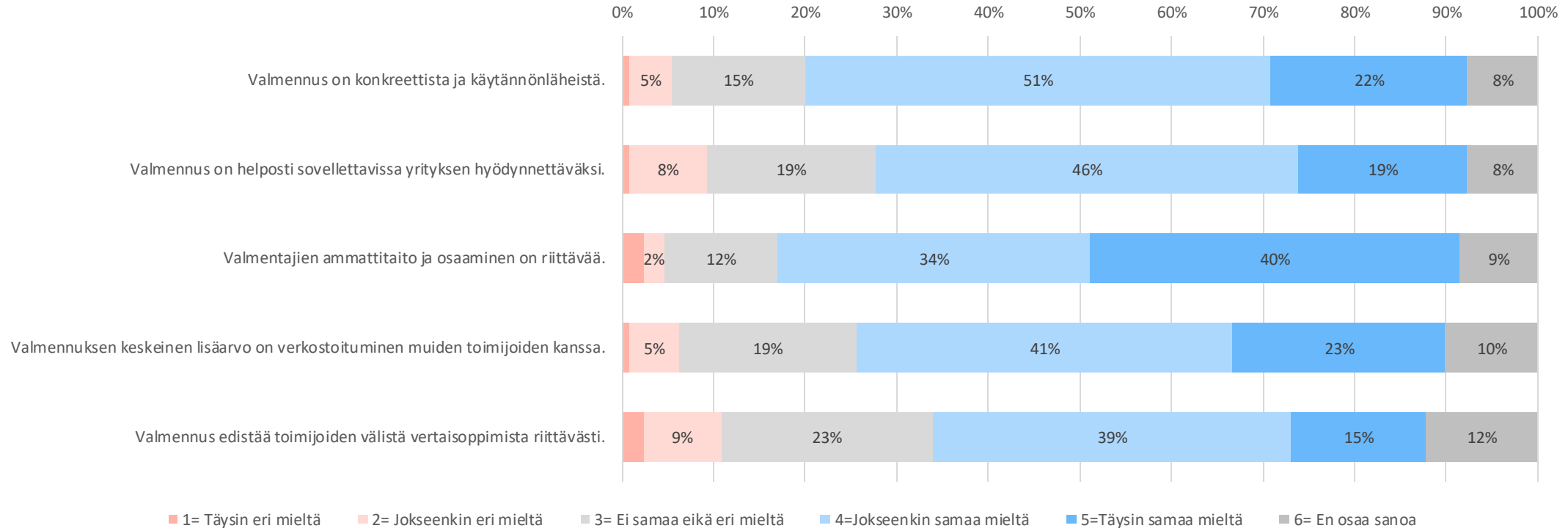


Kysymys: Kuinka hyödyllisiksi olette kokeneet/ koitte seuraavat STF-valmennuksen moduulit oman yrityksenne kannalta? N=35.

Lähde: Arvioinnin kysely osallistuneille yrityksille

Valmennusten laatu

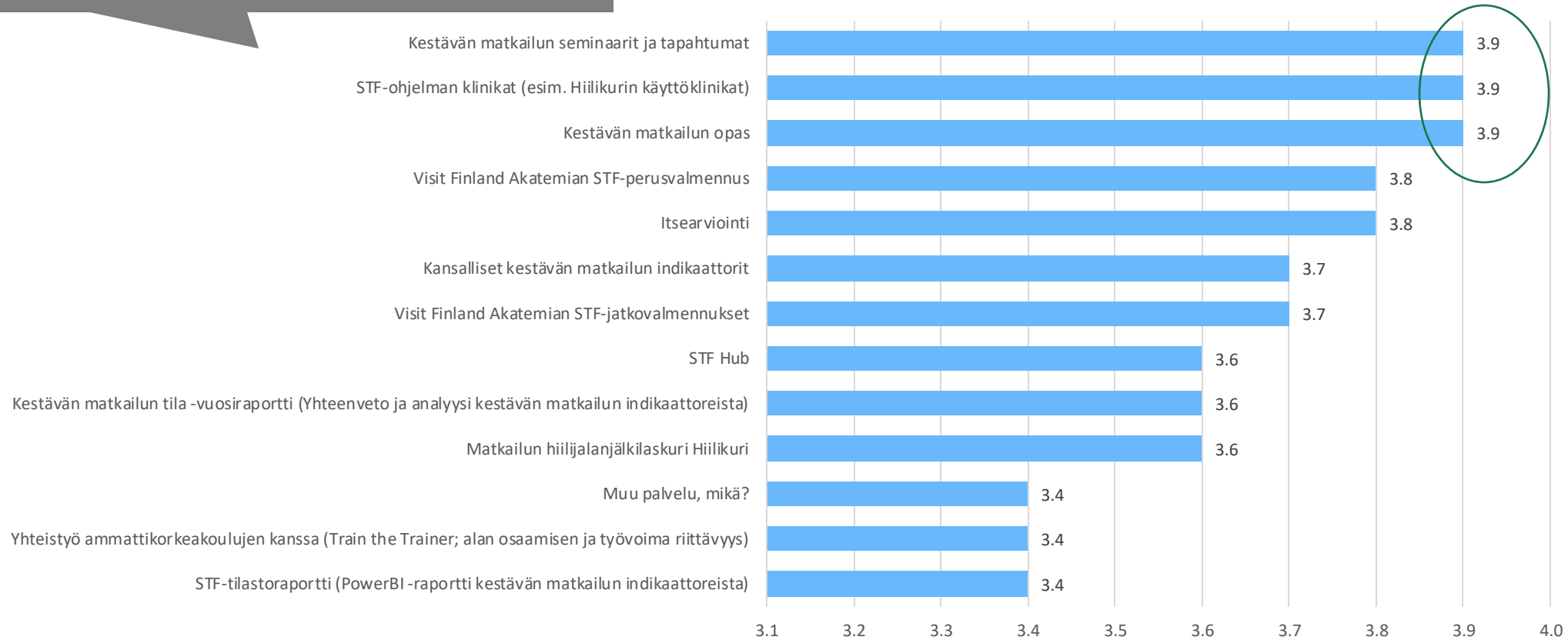
Yritykset kokevat STF-valmennukset ammattitaitoisina ja käytännönläheisinä. Valmennukset koetaan helposti hyödynnettäväksi ja yksi niiden lisäarvo on verkostoituminen muiden kanssa. Toimijoiden välisen vertaisoppimisen edistämistä ei kuitenkaan koeta niin vahvana kuin edellä mainitut seikat.



Kysymys: Missä määrin seuraavat väittämät vastaavat käsitystänne STF-valmennuksista? N=130.

STF-ohjelman palvelujen hyödyllisyys

Lähtökohtaisesti moni ohjelman palvelu koetaan hyödylliseksi.



Kysymys: Kuinka hyödylliseksi olette kokeneet seuraavat STF-ohjelman tarjoamat palvelut oman yrityksenne kannalta?
Asteikko 1-5, missä 1= Ei lainkaan hyödyllinen..., 4= hyödyllinen, 5= Erittäin hyödyllinen. N=176.

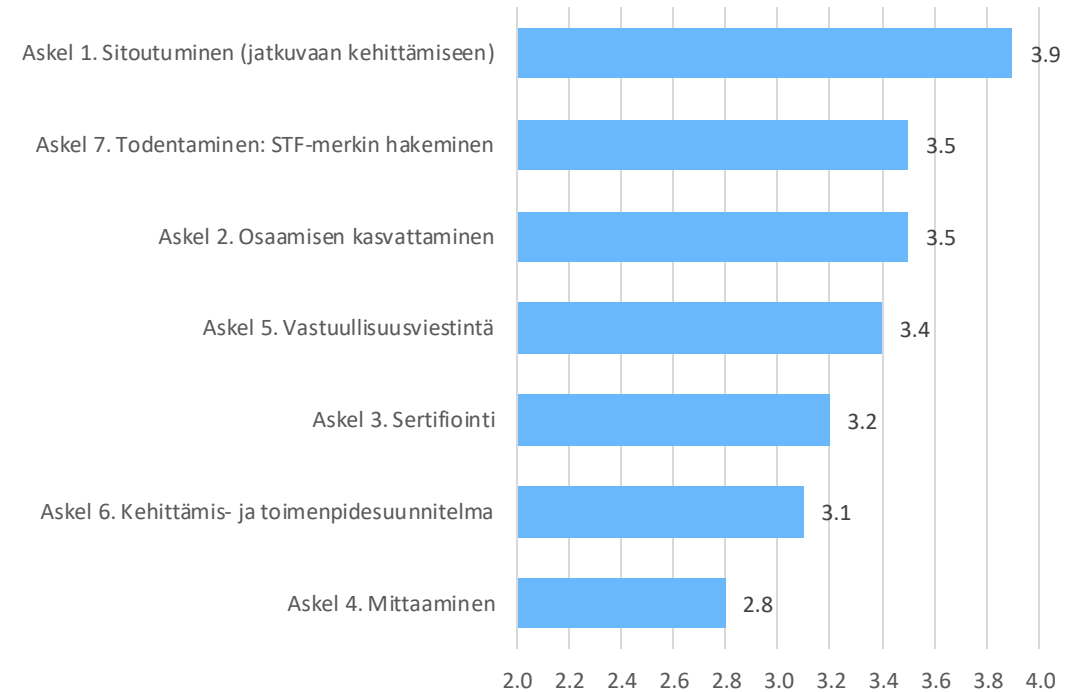
Kehittämispolun hyödyt ja haasteet

Yritykset kokevat suurimman osan askelista hyödylliseksi. Todentaminen ja mittaaminen jäävät keskiarvoltaan heikommaksi (3= Neutraali (ei hyödyllinen muttei hyödytönkään).



Kysymys: Miten arvioitte STF-ohjelmasta saamaanne hyötyä kestäväen matkailun kehittämispolun eri vaiheissa? Asteikko 1-5, missä 1= Ei lainkaan hyödyllinen, .. 4= Hyödyllinen, 5= Erittäin hyödyllinen/hyödyt merkittäviä ja todennettavia. N=173.

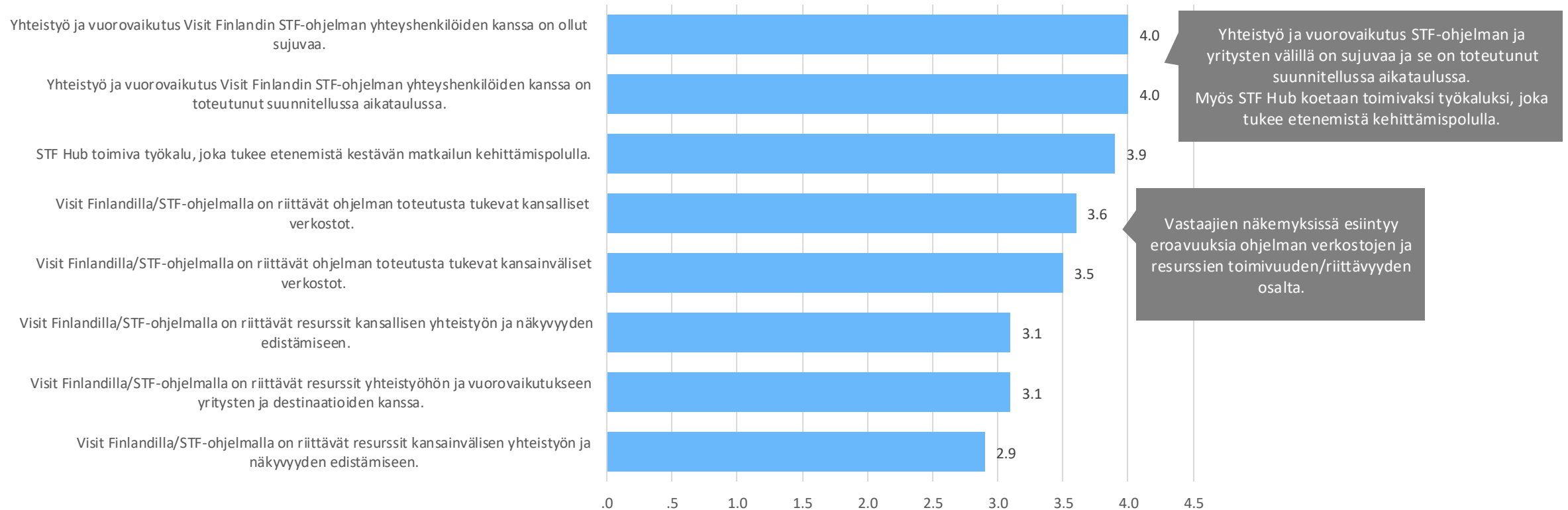
Kehityspolun askelista yrityksille haasteellisin on mittaaminen. Muut askeleet yritykset kokevat keskimäärin neutraalina (ei haasteellinen mutta ei helppokaan) tai sitä helpompana.



Kysymys: Kuinka vaativia kestäväen matkailun kehittämispolun askeleet ovat teille olleet? Asteikko 1-5, missä 1= Erittäin haasteellinen, 2= Haasteellinen, 3= Neutraali, 4= Helppo, 5=Erittäin helppo N=174.

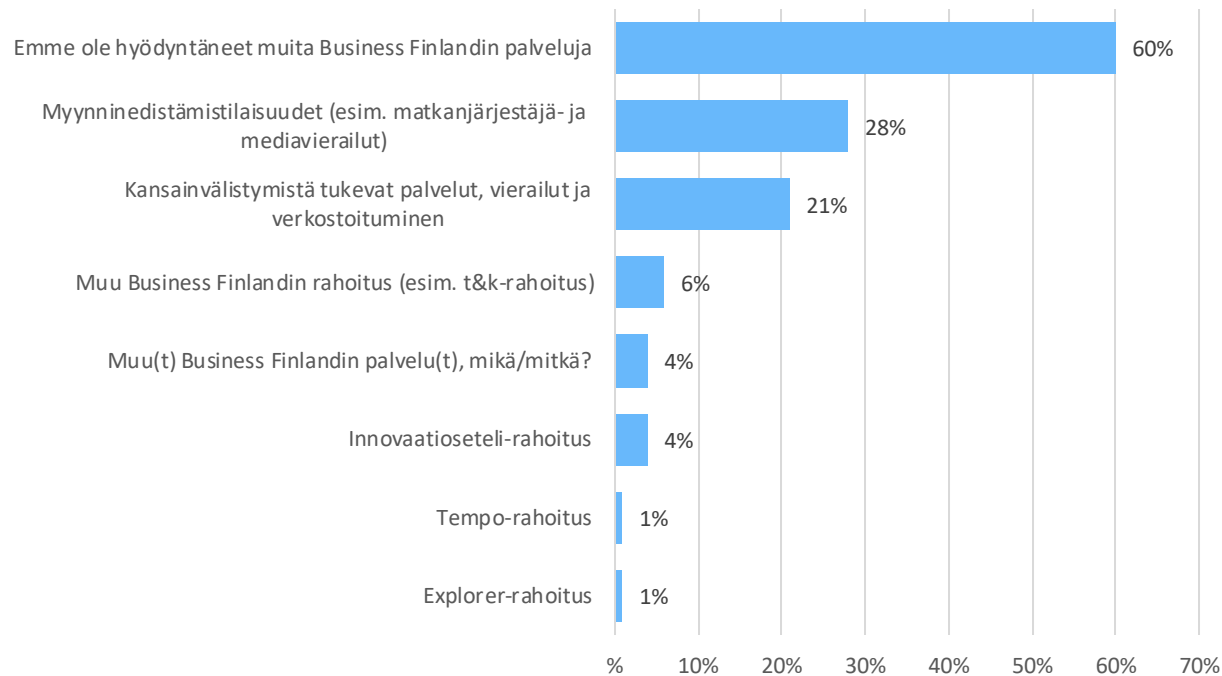


STF-ohjelman toteutus ja yhteistyö ohjelman yhteishenkilöiden kanssa

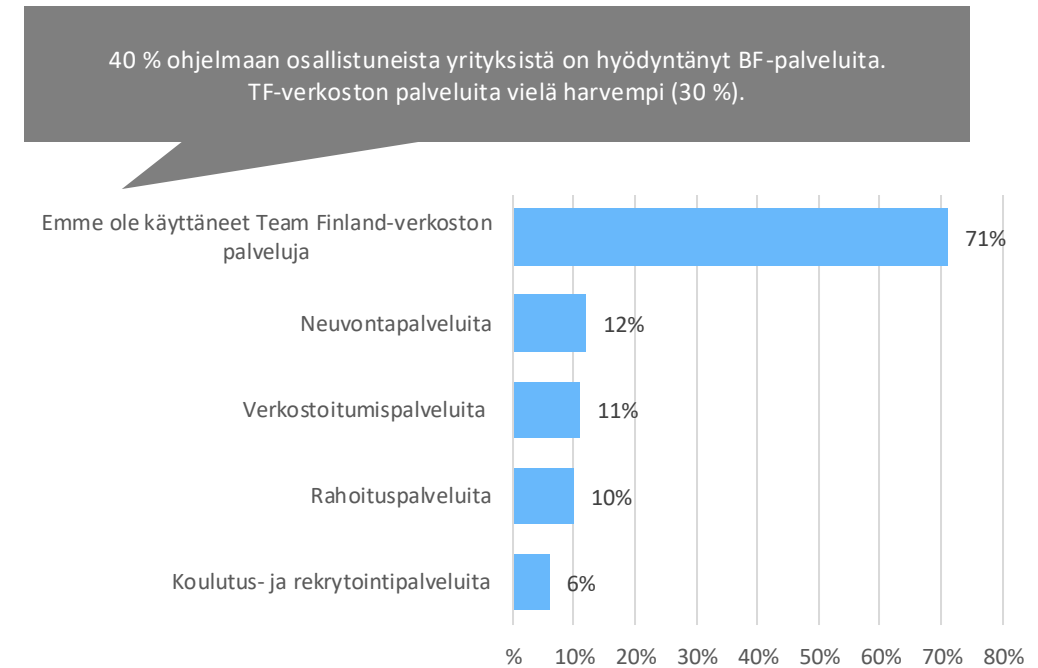


Kysymys: Missä määrin seuraavat väittämät vastaavat käsitystänne STF-ohjelmasta ja yhteistyöstä Visit Finlandin STF-ohjelman yhteishenkilön kanssa? N=174.

Hyödynnetyt Business Finlandin ja Team Finland -verkoston palvelut



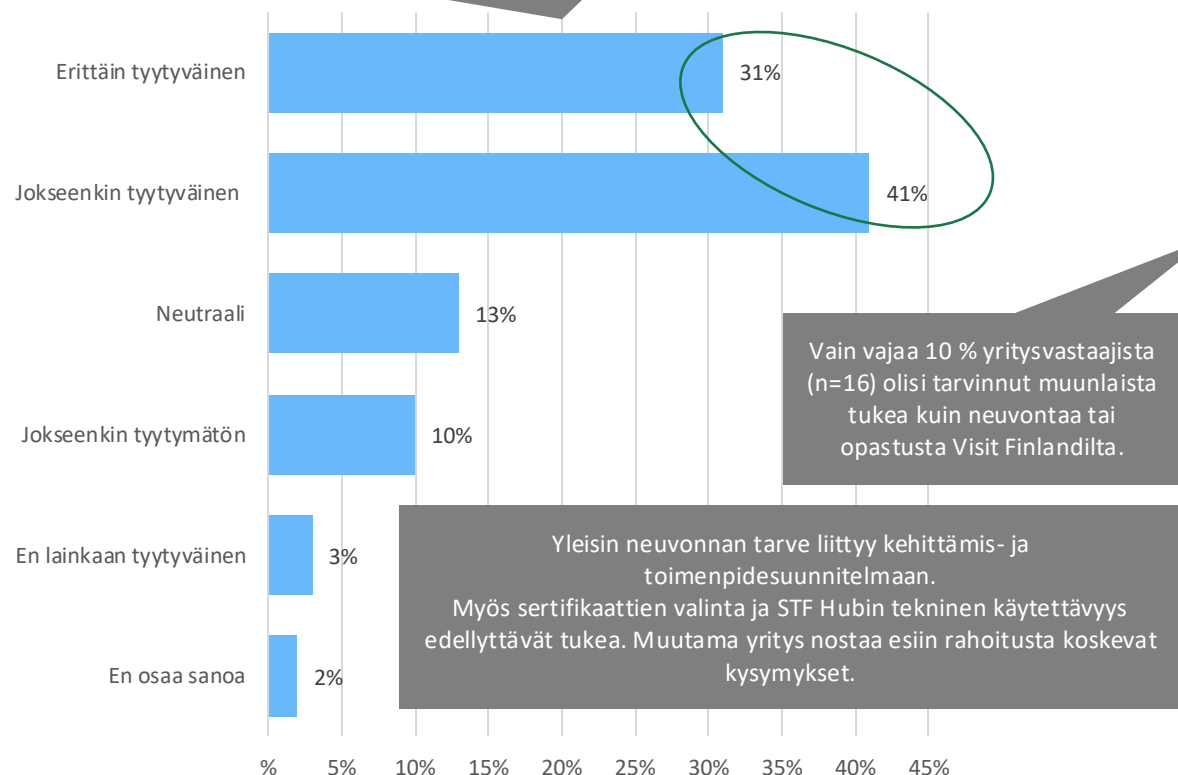
Kysymys: Mitä seuraavista Business Finlandin / Visit Finlandin palveluista yrityksenne on hyödyntänyt STF-ohjelmaan osallistumisen aikana tai sen jälkeen?
Valitkaa seuraavista yksi tai useampi vaihtoehto. N=176.



Kysymys: Mitä seuraavista Team Finland-verkoston palveluja (Business Finland, ulkoministeriö ja edustustot, Finnvera, TE-keskus, ELY-keskus) olette käyttäneet STF-ohjelmaan osallistumisen aikana tai sen jälkeen?
Valitkaa seuraavista yksi tai useampi vaihtoehto. N=173.

Tyytyväisyys ja saatu neuvonta

72 % yritys vastaajista on jokseenkin tai erittäin tyytyväinen STF-ohjelmaan. Reilu 10 % vastaajista on tyytymättömiä.

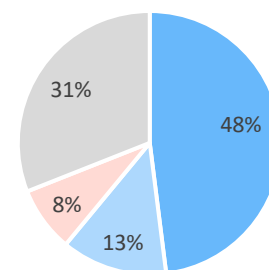


Kysymys: Kuinka tyytyväinen olette STF-ohjelmaan kokonaisuutena? N= 177.



Suurin osa (69 %) yrityksistä on tarvinnut neuvontaa STF-merkin saavuttamiseen liittyen. 65 % neuvontaa saaneista kokee neuvonnan asiantuntevana ja neljännes erittäin asiantuntevana.

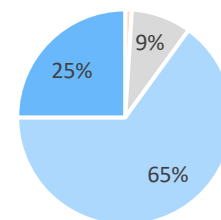
Neuvonnan tarve ja riittävyys STF-merkin saavuttamiseen liittyen



- Kyllä, riittävästi
- Kyllä, mutta tarvitsemme/olisimme tarvinneet lisää neuvontaa.
- Emme (ole) saaneet neuvontaa, vaikka olemme tarvinneet/tarvitsimme sitä.
- Emme (ole) tarvinneet neuvontaa

Kysymys: Oletteko saaneet/saitteko Visit Finlandilta neuvontaa STF-merkin saavuttamiseen? N=172.

Neuvonnan asiantuntevuus STF-merkin saavuttamiseen liittyen



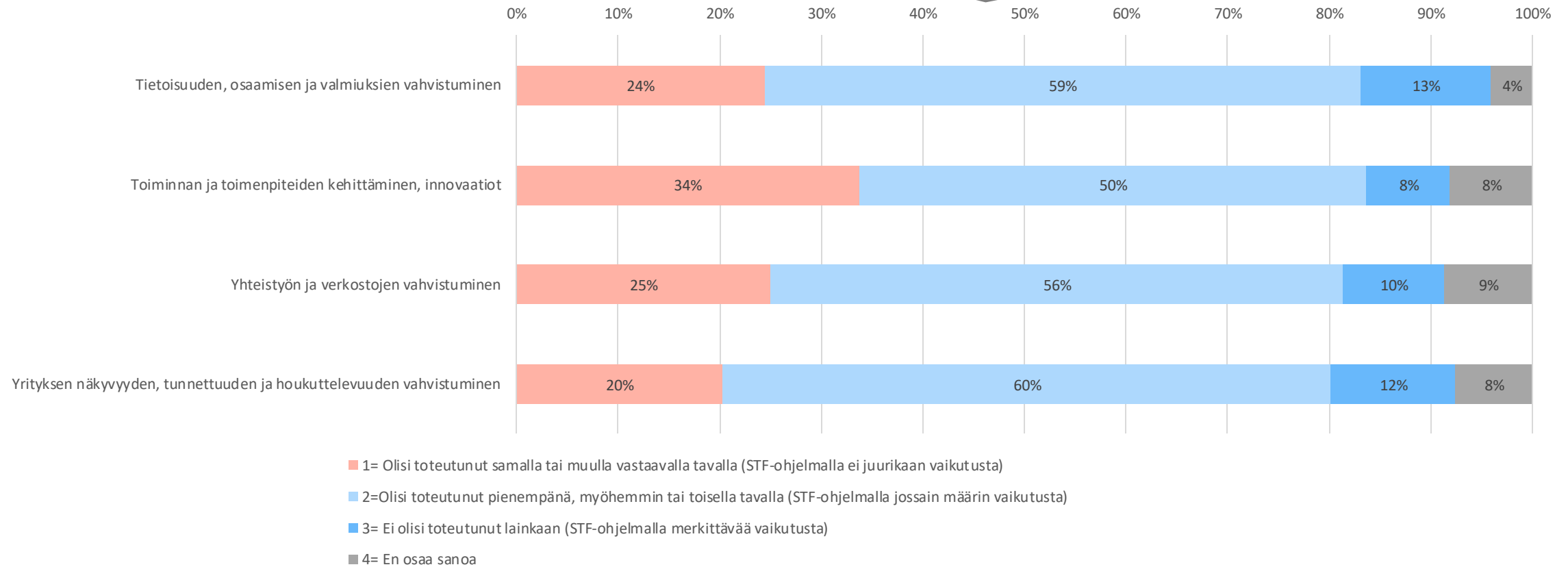
- Ei lainkaan asiantuntevana
- Jonkin verran asiantunteva
- Asiantuntevana
- Erittäin asiantuntevana

Kysymys: Kuinka asiantuntevana koette Visit Finlandin neuvonnan STF-merkin saavuttamiseen liittyen?? N= 104.

STF-ohjelman vaikutus

60 % yritys vastaajista arvioi, että STF-ohjelmalla on ollut jossain määrin vaikutusta yrityksen näkyvyyden, tunnettuuden ja houkuttelevuuden vahvistumiseen sekä tietoisuuden, osaamisen ja valmiuksien vahvistumiseen kestäväen kehityksen teemassa.

Kolmannes yritys vastaajista arvioi, ettei STF-ohjelmalla ole ollut vaikutusta toiminnan ja toimenpiteiden kehittämiseen, innovaatioihin kestäväen kehityksen teemassa. Toisaalta puolet vastaajista arvioi ohjelmalla olevan jossain määrin vaikutusta tähän kokonaisuuteen.



Kysymys: Mikäli ette olisi osallistunut STF-ohjelmaan, missä määrin tai millä tavoin seuraavat seikat olisivat todennäköisesti toteutuneet kestäväen kehityksen teemassa? N=172.

Vahvuudet ja kehittämiskohteet

Koosteessa on huomioitu myös muu kyselystä saatu avoin palaute ohjelmasta

Ohjelman vahvuudet

- Ohjelman ohjaava vaikutus. Systemaattisuus/raamit, selkeä polku.
- Yrityksen oman osaamisen vahvistaminen ja ymmärryksen lisääminen, esim. vastuullisuuden eri ulottuvuudet.
- Hyviä työkaluja, esim. Hiilikuri, itsearviointi, valmennukset.
- Ohjelman brändi, mielikuva, yhtenäinen tunnus.
- Toimijoiden välisen yhteistyön ja verkostojen vahvistaminen.

Kysymys: Mitkä mielestänne ovat Sustainable Travel Finland -ohjelman vahvuudet? Missä seikoissa ohjelma on erityisen onnistunut? N=77.

Ohjelman kehittämiseen liittyviä seikkoja, tarpeita ja toiveita

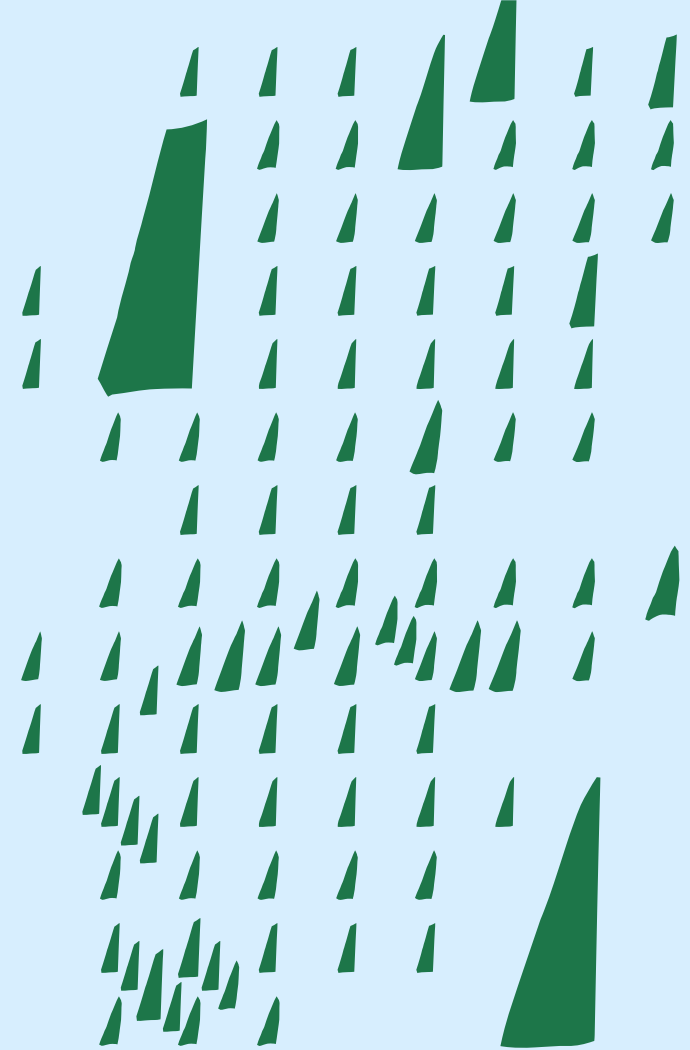
- Osallistuminen on työläs erityisesti pienelle yritykselle. Ohjelman suuri sisältö, sisällön laajeneminen ja (turha) byrokratia. Kriittikiä myös STF Hubin teknisestä toteutuksesta. -> Yksinkertaistamisen ja selkeyttämisen tarve -> Kevennetyn ohjelmaosallistumisen vaihtoehto tai vaihteittainen/tasokohtainen ohjelmaeteneminen?
- STF-merkin uusimista edellytetään liian usein.
- Sertifikaattiviidakko ja sertifikaattien maksullisuus on haastavaa: sertifikaatteja on paljon, ja niiden hyöty ja läpinäkyvyys ovat osittain kysymysmerkkejä. Sertifiointia tulisi helpottaa. Sertifikaattien maksullisuus kuormittaa ja niiden lisäarvon tunnistamisessa esiintyy haasteita. Sertifikaattien päällekkäisyys ml. STF-merkki – muut sertifikaatit.
- STF-ohjelmaa ja STF-merkkiä ei tunneta tarpeeksi, eikä niiden lisäarvo ole täysin selkeä. STF-merkin markkinoinnillinen tuki ja näkyvyys Visit Finland -kanavissa on epäselvää. Ohjelman sisältöä tulisi tehdä vahvemmin tunnetuksi myös ohjelmassa jo mukana oleville yrityksille. Yritykset kaipaavat tukea, kuinka STF-ohjelmaa/merkkiä voi hyödyntää enemmän omassa markkinoinnissa.
- Osallistumisen edut ja hyödyt tulisi paremmin suhteuttaa yritysten taloudelliseen ja henkilöresurssien mukaiseen panostukseen.
- Yhteistyön ja verkostojen vahvistaminen esim. ohjelmassa olevien yritysten ja STF-ohjelman välillä/kesken, esim. työpajat ja tapahtumat.

Kysymys: Miten STF-ohjelmaa tulisi mielestänne jatkossa kehittää? Mitkä ovat ohjelman keskeiset kehittämistarpeet? N=81.



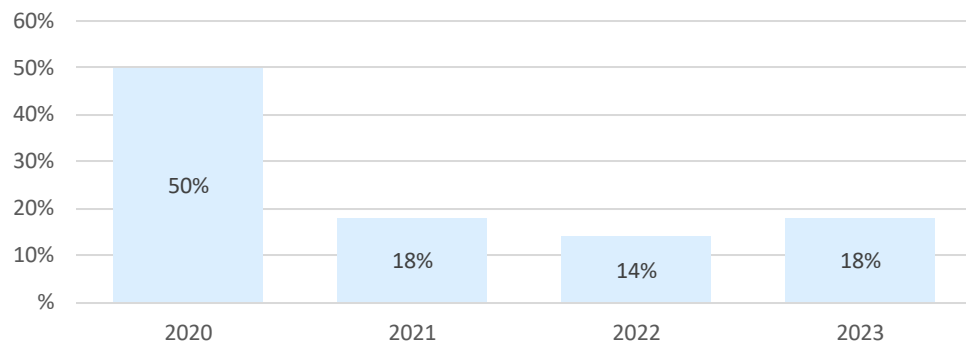
Liite 2. STF-ohjelman destinaatioille kohdennetun kyselyn tuloksia

Kysely STF-ohjelman toteutuksesta, hyödyistä ja vaikutuksista

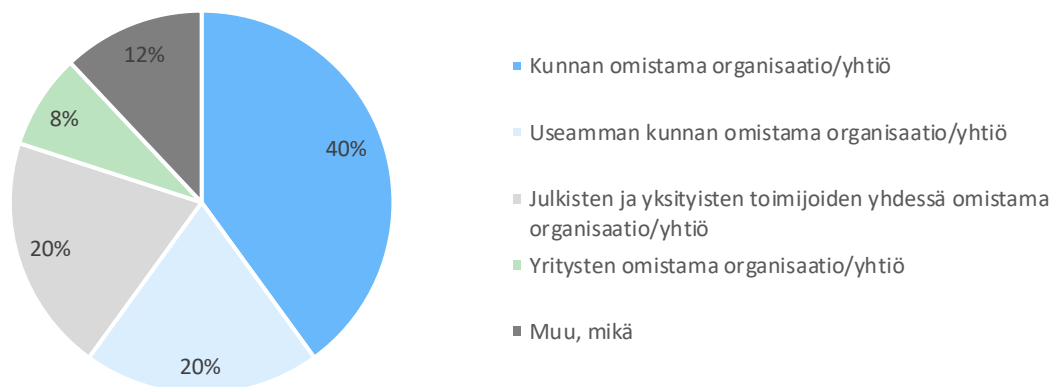


Taustatietoja

Vuosi, jolloin destinaatio on liittynyt STF-ohjelmaan (N=22)

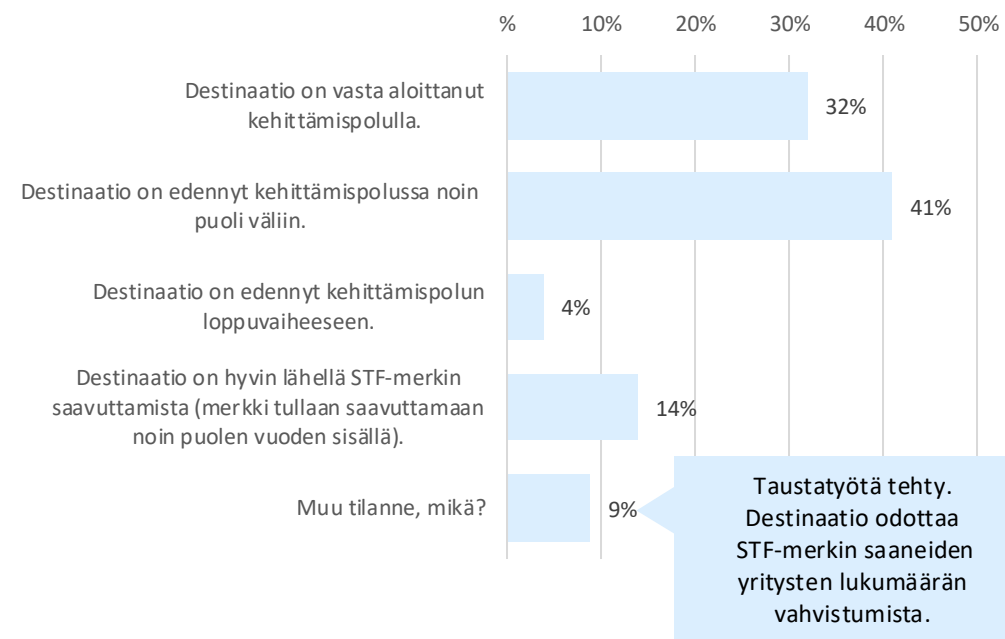


Destinaation omistusrakenne (N=25)



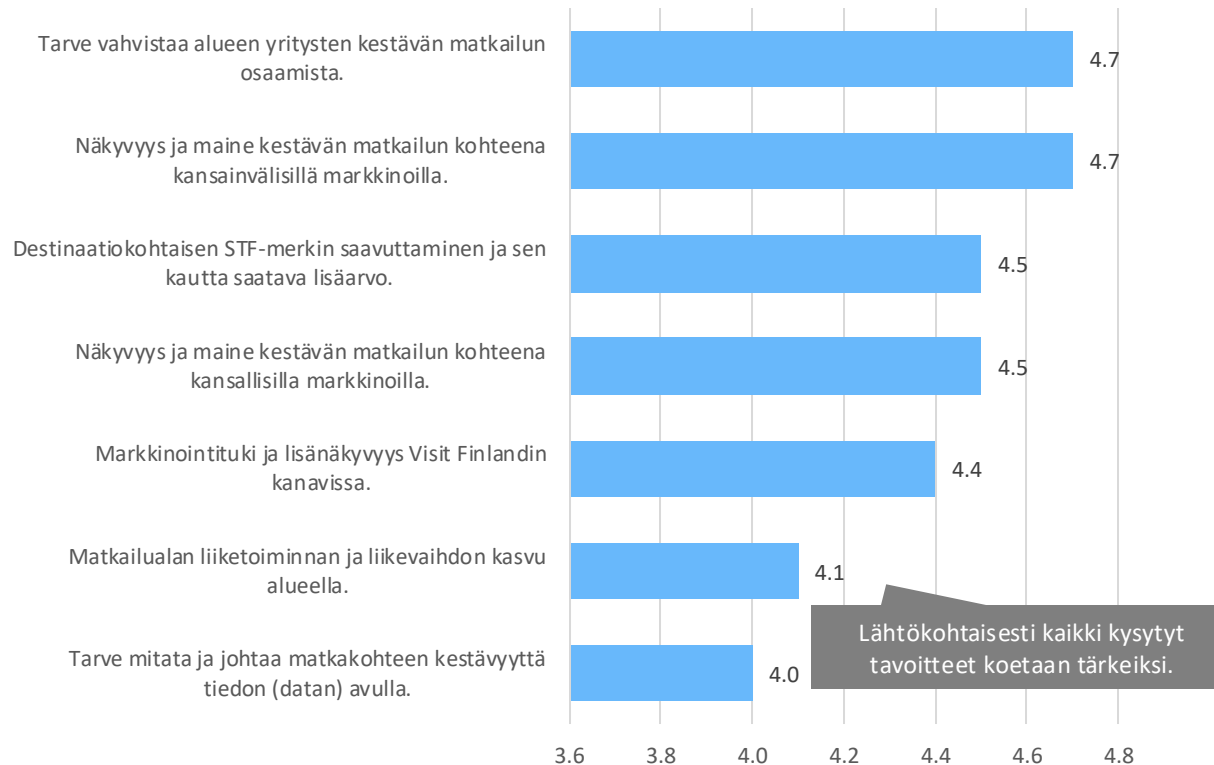
Kyselyyn vastanneista destinaatioista (N=25) kolme (13 %) on saavuttanut STF-merkin.

Destinaation tämänhetkinen vaihe kehityspolulla (N=22)



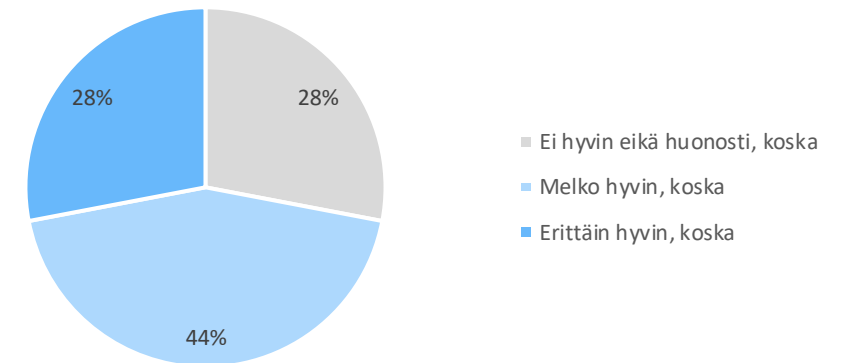
Yleisimmät tavoitteet ohjelmaan liittyessä

Tärkein tavoite destinaatiolle ohjelmaan liittymiseksi on alueen yritysten osaamisen vahvistaminen sekä näkyvyys & maine kv-markkinoilla.



72 % destinaatioista kokee, että STF-ohjelman vastaa kestävään matkailuun liittyviin kehittämistarpeisiin vähintään melko hyvin.

Ohjelman vastaavuus tavoitteisiin

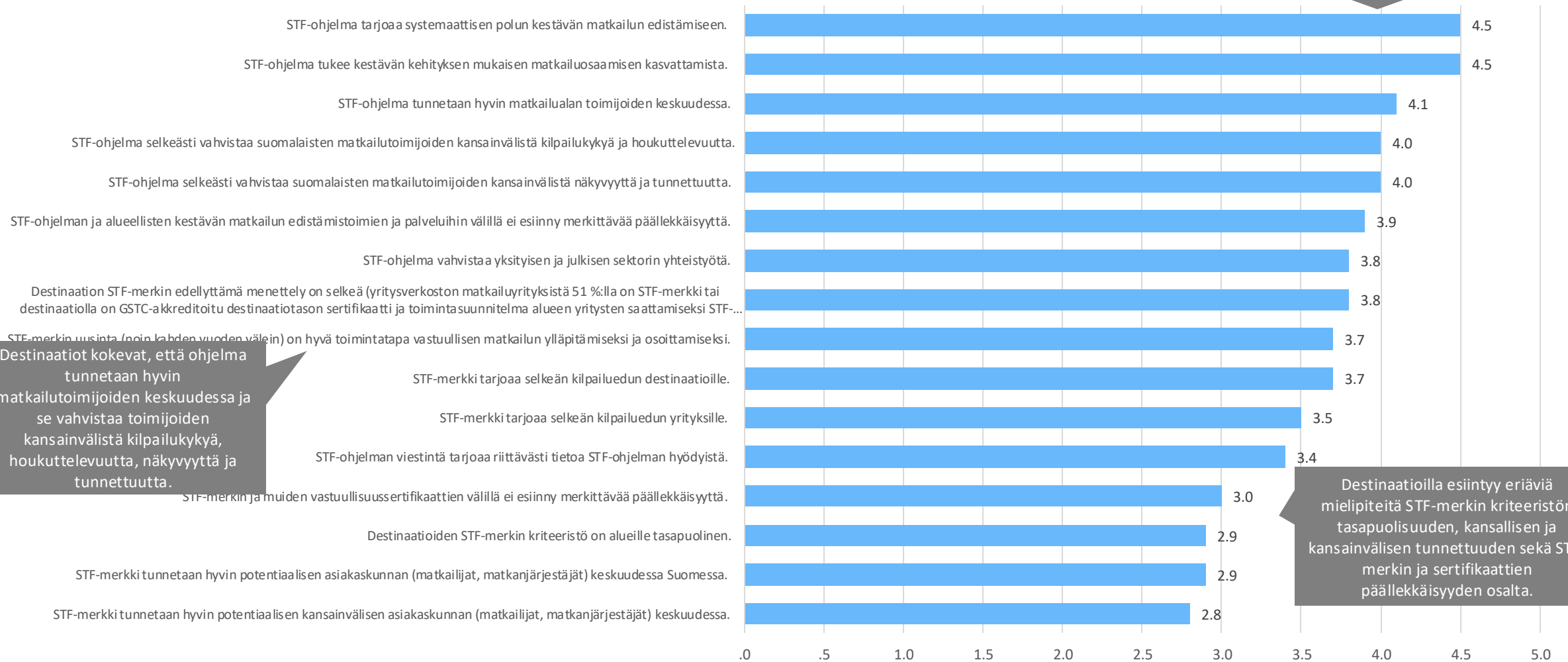


Miten STF-ohjelma mielestänne vastaa kestävään matkailuun liittyviin kehittämistarpeisiinne destinaation näkökulmasta? N=25.

Kysymys: Miten tärkeitä seuraavat tavoitteet olivat teille STF-ohjelmaan liittyessänne? Asteikko 1-5, missä 1= Ei lainkaan tärkeä, ... 4= Tärkeä, 5= Erittäin tärkeä. N=25.

Yleinen näkemys STF-ohjelmasta

Ohjelma tarjoaa systemaattisen polun ja tukee osaamisen kasvattamista. Tulos vastaa yritysten näkemystä.



Destinaatioilla esiintyy eriäviä mielipiteitä STF-merkin kriteeristön tasapuolisuuden, kansallisen ja kansainvälisen tunnettuuden sekä STF-merkin ja sertifikaattien päällekkäisyyden osalta.

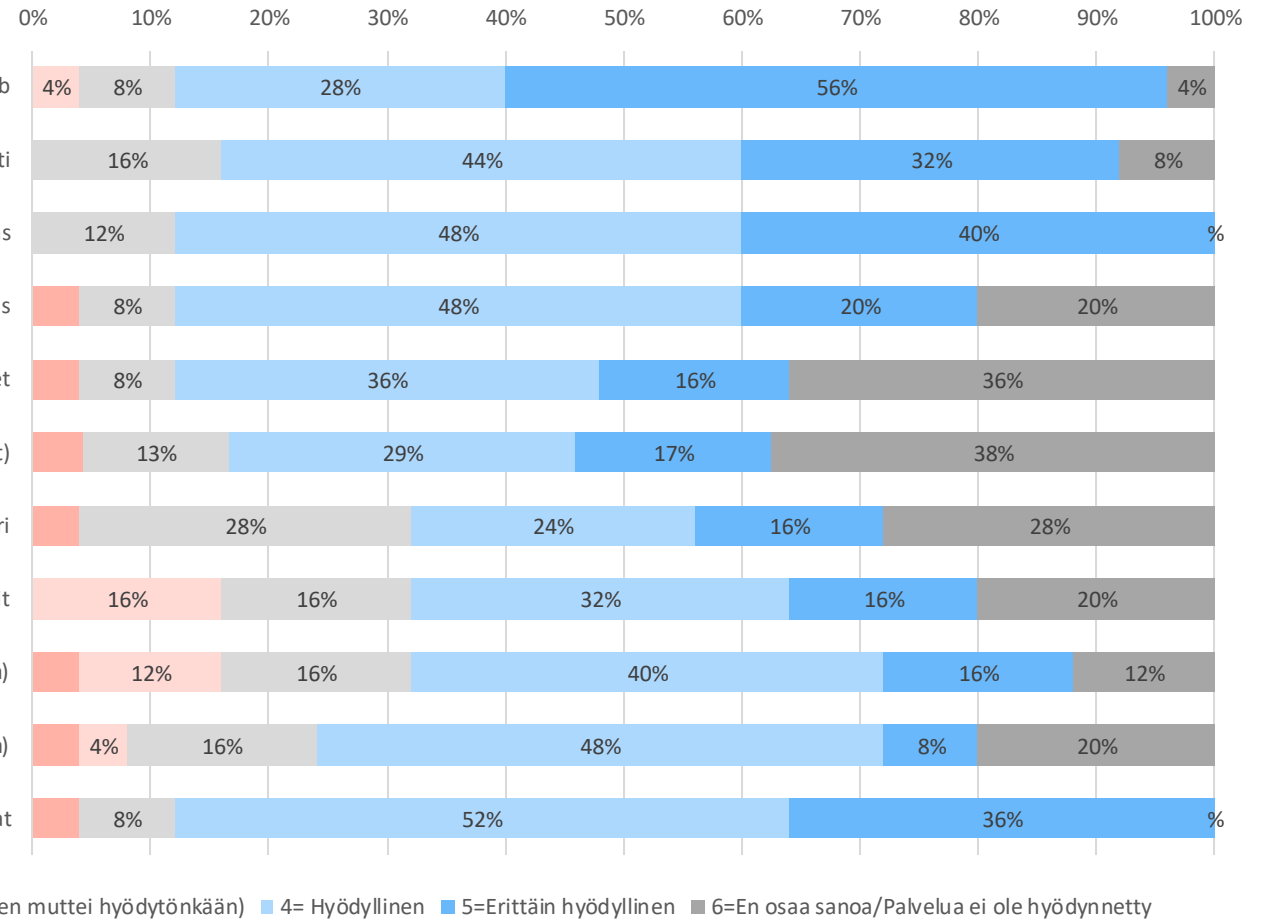
Kysymys: Missä määrin seuraavat väittämät vastaavat käsitystänne STF-ohjelmasta? Asteikko 1-5, missä 1= Täysin eri mieltä..4= Jokseenkin samaa mieltä, 5=Täysin samaa mieltä. N=25.



Hyödyllisimmät STF-ohjelman palvelut

Destinaatioille STF-ohjelman hyödyllisimmät palvelut ovat STF Hub, Itsearviointi ja Kestävän matkailun opas.

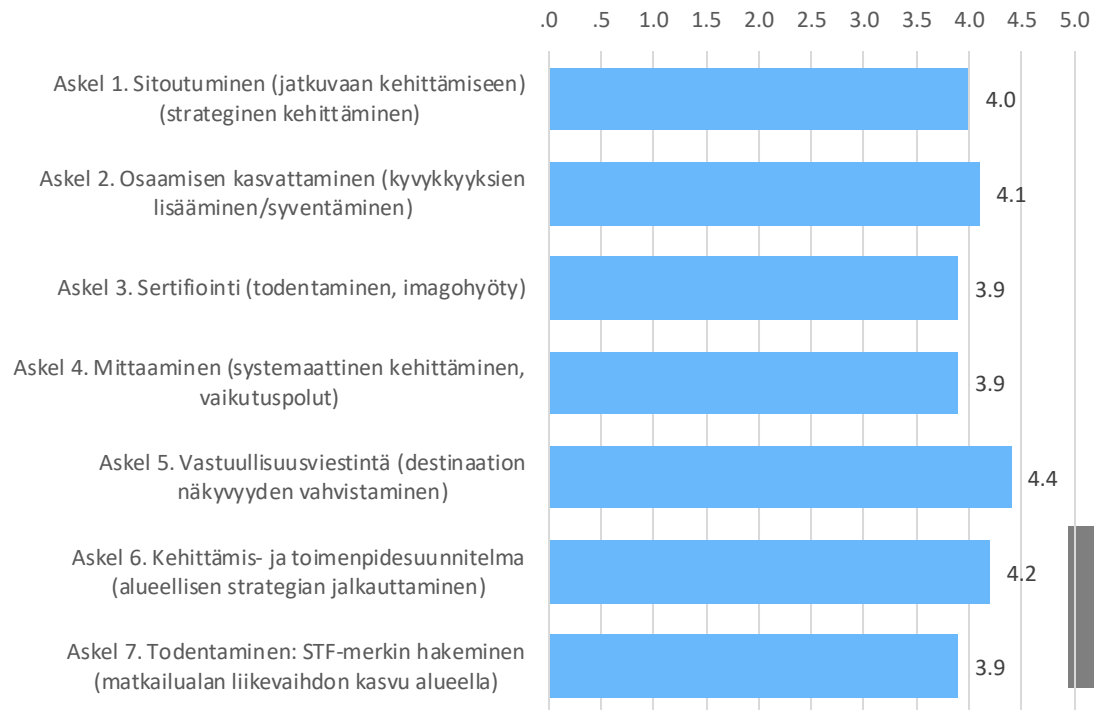
Vähiten hyödyllisenä palveluna destinaatiot kokevat Hiilikurin. Kuitenkin ao. palvelu on hyödyllinen 46 prosentille destinaatioista.



Kysymys: Kuinka hyödylliseksi olette kokeneet seuraavat STF-ohjelman tarjoamat palvelut? N=25.

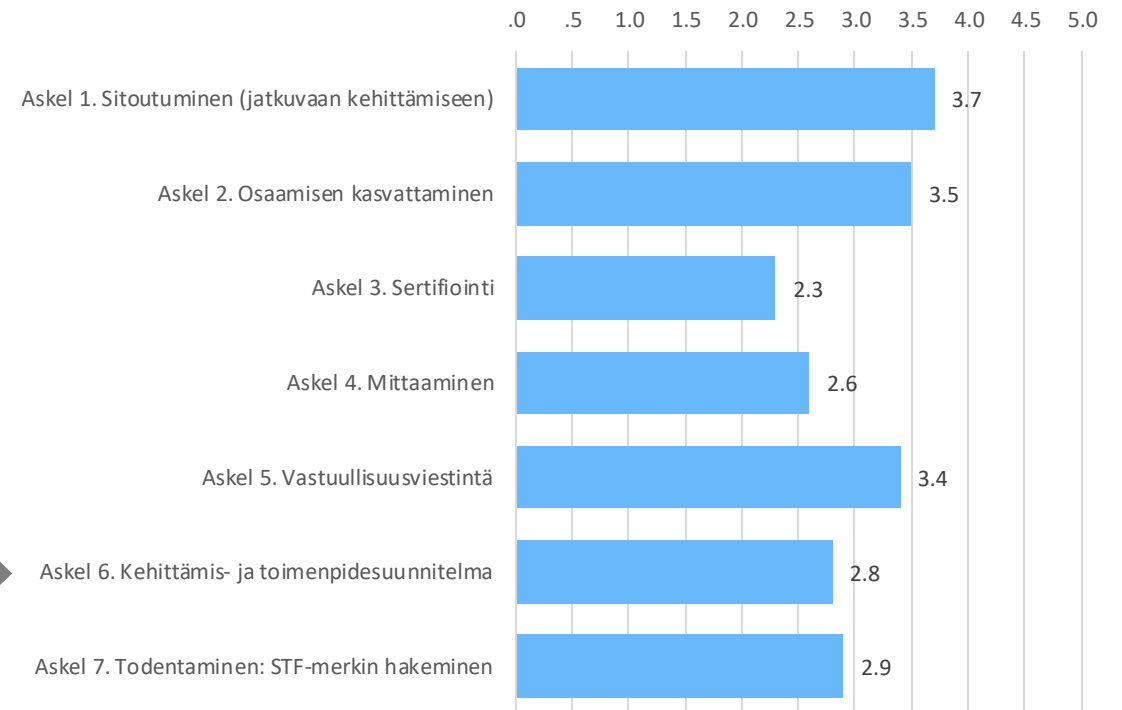
Kehittämispolun hyödyt ja haasteet

Destinaatiot kokevat kaikki kehityspolun askeleet hyödyllisiksi. Hyödyllisin on vastuullisuusviestinnän askel.



Kysymys: Miten arvioitte STF-ohjelmasta saamaanne hyötyä kestävä matkailun kehittämissuunnitelman eri vaiheissa? N=24.

Kehityspolun askelista kolmas, sertifiointi, on destinaatioille haasteellisin. Myös mittaaminen, kehittämis- ja toimenpidesuunnitelma sekä todentaminen koetaan keskimäärin vaativiksi.



Askel 6 on destinaatioille vaativa mutta hyödyllinen.

Kysymys: Kuinka vaativia kestävä matkailun kehittämissuunnitelman askeleet ovat teille olleet? asteikko 1-5, missä 1= Erittäin haasteellinen, 2= Haasteellinen, 3= Neutraali, 4= Helppo, 5=Erittäin helppo N=24.

STF-ohjelman toteutus ja yhteistyö ohjelman yhteishenkilöiden kanssa

Destinaatiot kokevat yhteistyön ja vuorovaikutuksen Visit Finlandin STF-ohjelman yhteishenkilöiden kanssa sujuvaksi ja toteutuneen toivotun aikataulun mukaisesti. Myös ohjelman toteutusta tukevat kansalliset verkostot koetaan riittäviksi.

Yhteistyö ja vuorovaikutus Visit Finlandin STF-ohjelman yhteishenkilöiden kanssa on ollut sujuvaa.

Yhteistyö ja vuorovaikutus Visit Finlandin STF-ohjelman yhteishenkilöiden kanssa toteutunut toivomassamme aikataulussa.

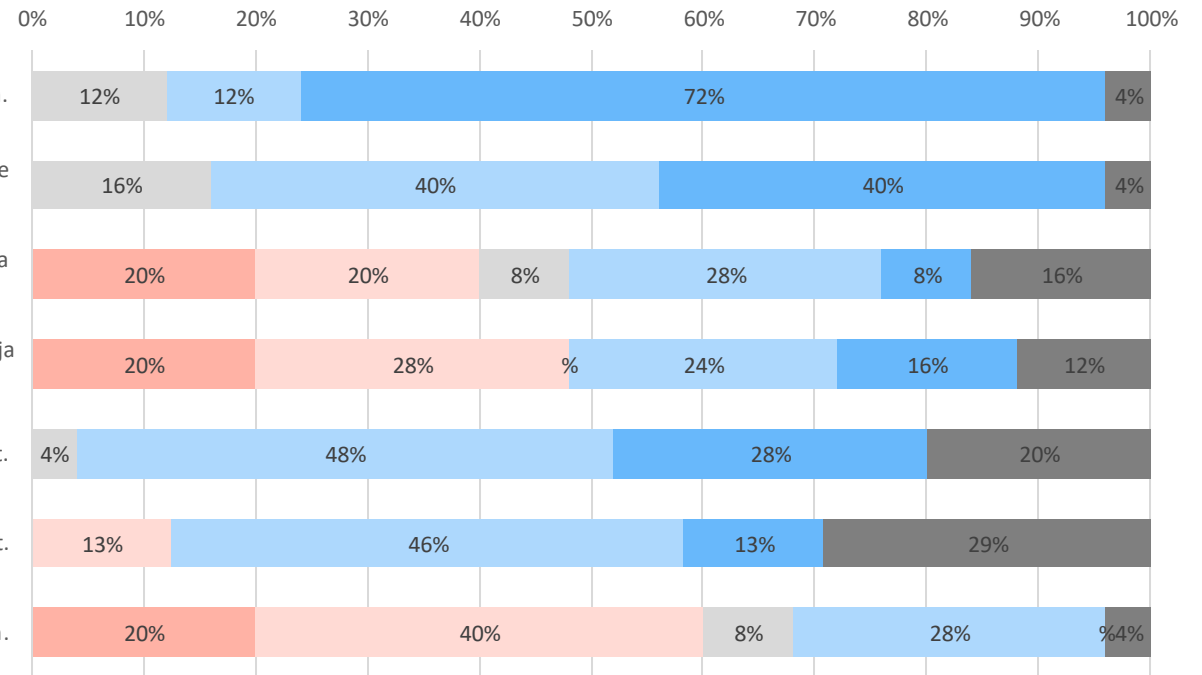
Visit Finlandilla/STF-ohjelmalla on riittävät henkilöresurssit yhteistyöhön ja vuorovaikutukseen yritysten ja destinaatioiden kanssa.

Visit Finlandilla/STF-ohjelmalla on riittävät taloudelliset resurssit yhteistyöhön ja vuorovaikutukseen yritysten ja destinaatioiden kanssa.

Visit Finlandilla/STF-ohjelmalla on riittävät ohjelman toteutusta tukevat kansalliset verkostot.

Visit Finlandilla/STF-ohjelmalla on riittävät ohjelman toteutusta tukevat kansainväliset verkostot.

Visit Finlandilla/STF-ohjelmalla on riittävät resurssit kansallisen yhteistyön ja näkyvyyden edistämiseen.



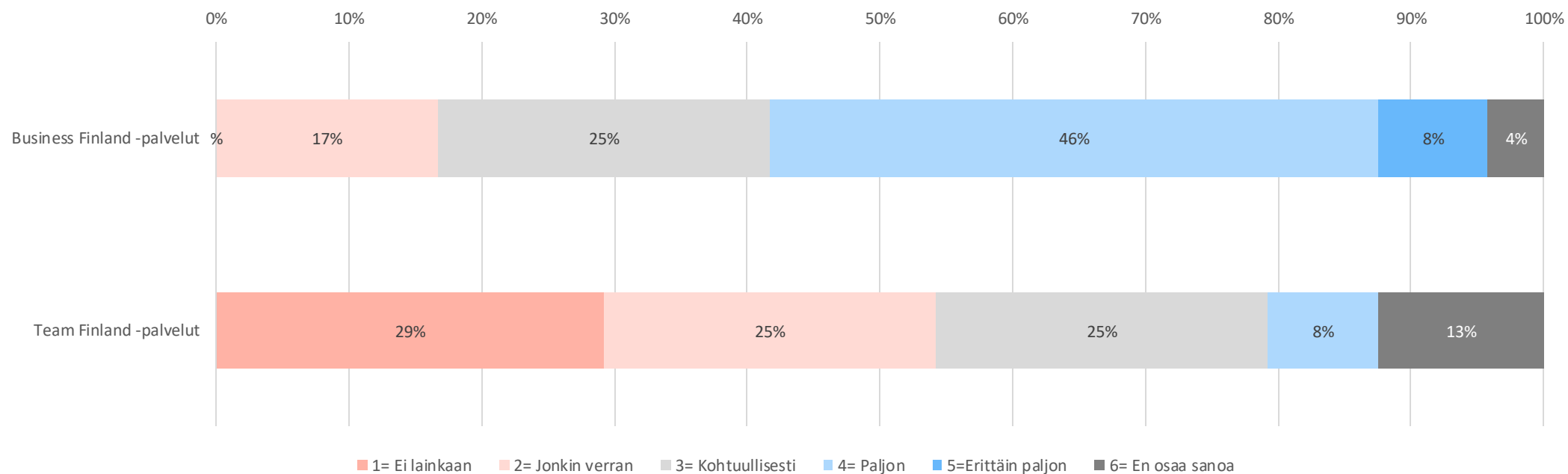
1= Täysin eri mieltä 2= Jokseenkin eri mieltä 3= Ei samaa eikä eri mieltä 4=Jokseenkin samaa mieltä 5=Täysin samaa mieltä 6= En osaa sanoa

Destinaatioiden mielestä Visit Finlandilla/STF-ohjelmalla ei ole riittäviä resursseja kansainvälisen yhteistyön ja näkyvyyden edistämiseen, eikä kansallisen yhteistyön ja näkyvyyden edistämiseen.

Kysymys: Missä määrin seuraavat väittämät vastaavat käsitystänne STF-ohjelmasta ja yhteistyöstä Visit Finlandin STF-ohjelman yhteishenkilön kanssa? N=25.

BF-/Team Finlandin palveluista viestiminen

Noin joka toinen destinaatioista on viestinyt paljon tai erittäin paljon Business Finlandin palveluista ja vastaavasti 9 % destinaatioista on viestinyt paljon Team Finland -verkoston palveluista STF-ohjelmaan osallistuneille yrityksille.

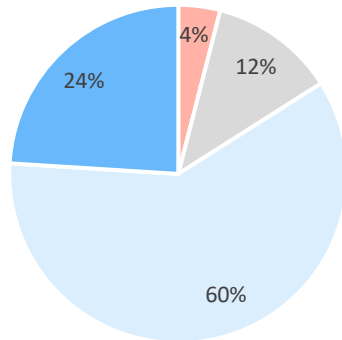


Kysymys: Missä määrin olette (DMO tai vastaava) viestineet Business Finlandin ja/tai Team Finland -verkoston palveluista alueen kestävän matkailun kehittämispolulla oleville STF-ohjelmaan osallistuvilla yrityksillä? N= 24.

Tyytyväisyys ja saatu neuvonta

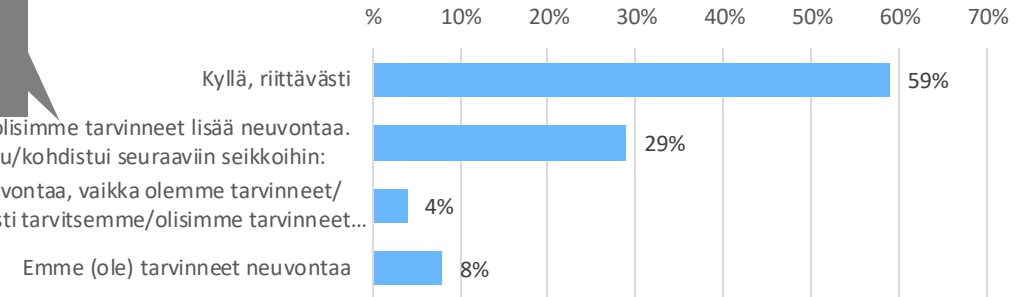
Neuvonnan tarve ja riittävyys STF-merkin saavuttamiseen liittyen

Neljännes destinaatiovastaajista (N=25) on erittäin tyytyväisiä STF-ohjelmaan. Jokseenkin tyytyväisiä ohjelmaan on 60 % destinaatioista.



Suurin osa (88 %) destinaatioista on tarvinnut neuvontaa STF-merkin saavuttamiseen liittyen. Puolet neuvontaa saaneista kokee neuvonnan asiantuntevana ja 33 % erittäin asiantuntevana.

Kyllä, mutta tarvitsemme/olisimme tarvinneet lisää neuvontaa. Erityisesti tarve kohdistuu/kohdistui seuraaviin seikkoihin:
Emme (ole) saaneet neuvontaa, vaikka olemme tarvinneet/tarvitsimme sitä. Erityisesti tarvitsemme/olisimme tarvinneet...



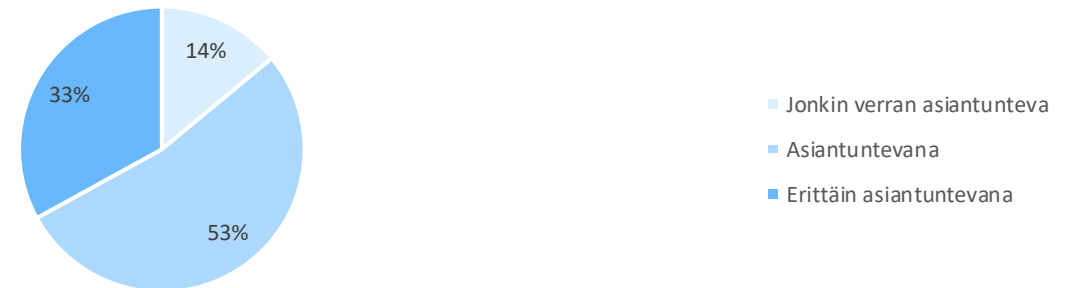
Kysymys: Oletteko saaneet/saitteko Visit Finlandilta neuvontaa STF-merkin saavuttamiseen? N=24.

■ En lainkaan tyytyväinen ■ Neutraali ■ Jokseenkin tyytyväinen ■ Erittäin tyytyväinen

Kysymys: Kuinka tyytyväinen olette STF-ohjelmaan kokonaisuutena? N=25.

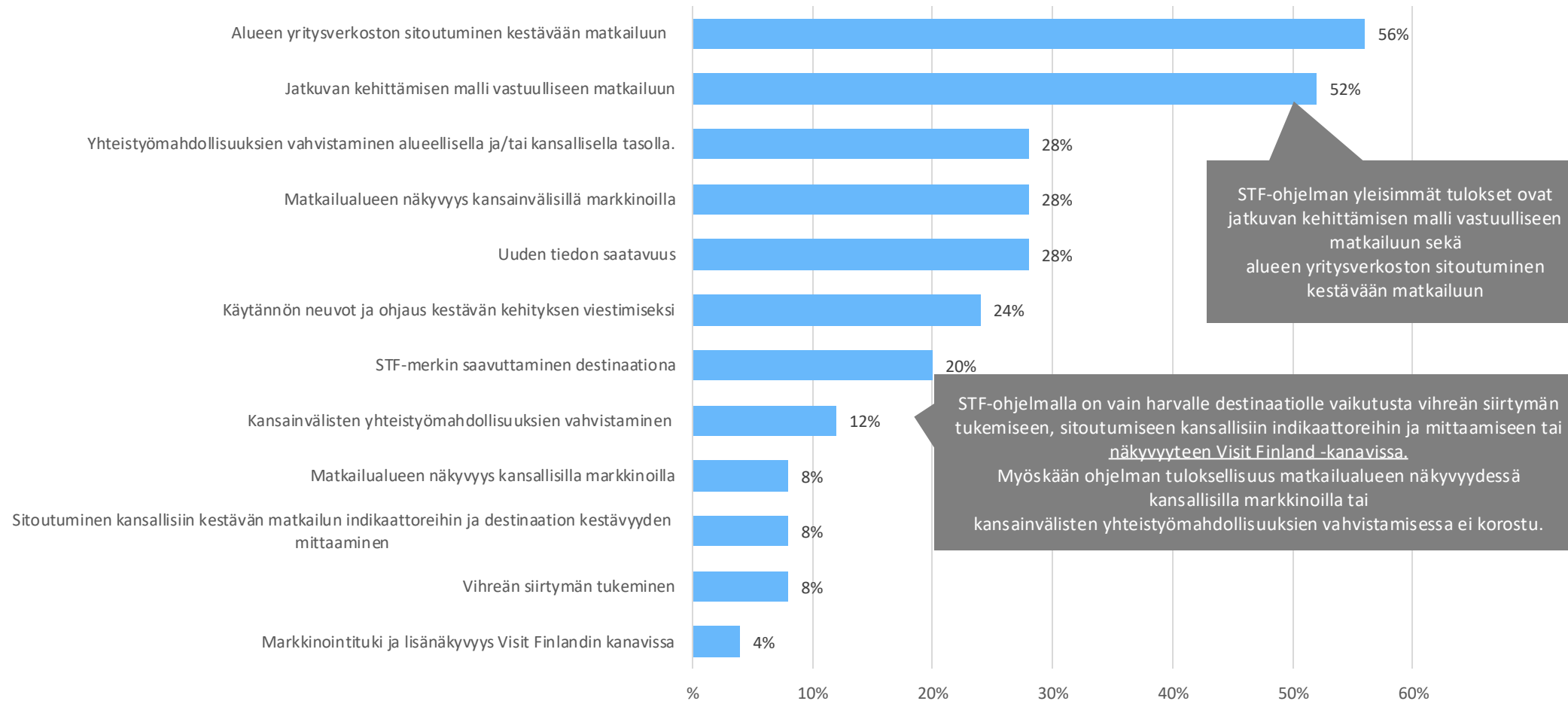
23 % destinaatiovastaajista (n=6) olisi tarvinnut muunlaista tukea kuin neuvontaa tai opastusta Visit Finlandilta. Erityisesti tukea tarvittiin yritysverkostoon ja yritysten aktivointiin liittyen.

Neuvonnan asiantuntevuus STF-merkin saavuttamiseen liittyen



Kysymys: Kuinka asiantuntevana koette Visit Finlandin neuvonnan STF-merkin saavuttamiseen liittyen? N= 21.

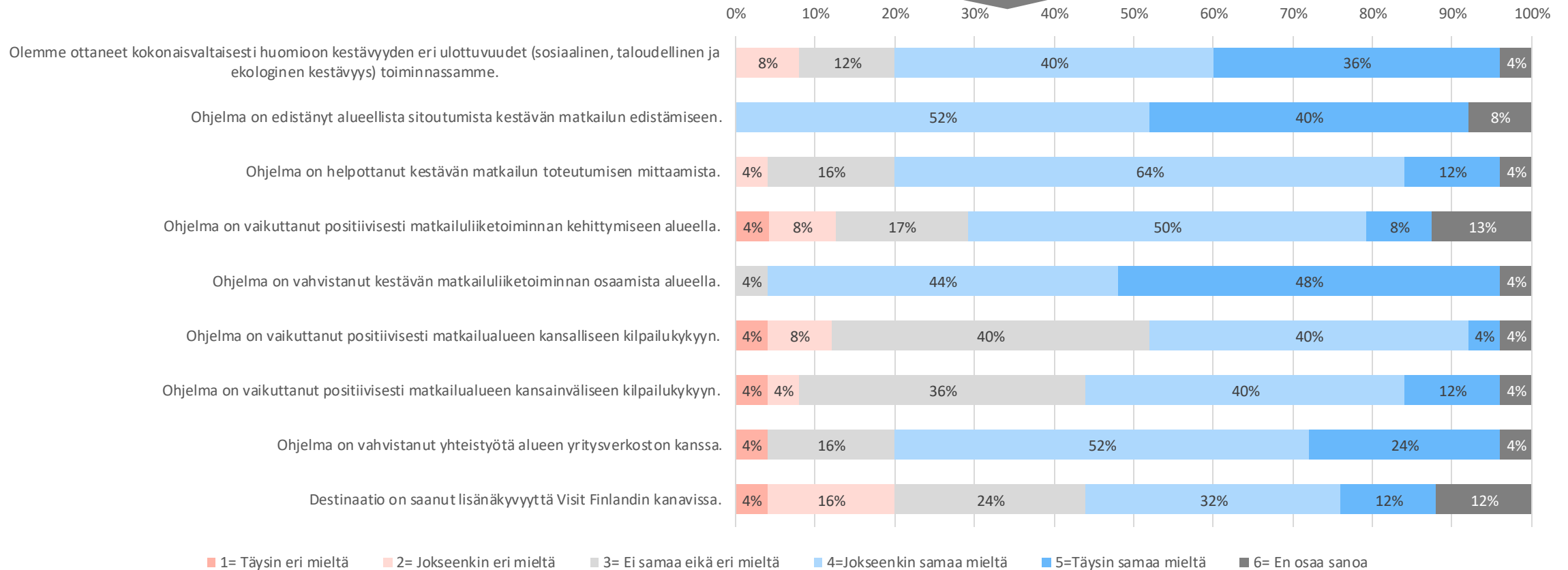
Yleisimmät tulokset osallistumisesta



Kysymys: Mitkä ovat keskeisimmät tulokset, jotka matkailualueen osallistuminen STF-ohjelmaan on mahdollistanut? Valitkaa seuraavista vaihtoehdoista 1-3 keskeisintä tulosta destinaation näkökulmasta. N=25.

STF-ohjelman lisäarvo

STF-ohjelman yleisin lisäarvo destinaatiolle on kestävän matkailuliiketoiminnan osaamisen vahvistaminen alueella, alueellisen sitoutumisen edistäminen kestävään matkailuun sekä kestävyden eri ulottuvuuksien huomioiminen.

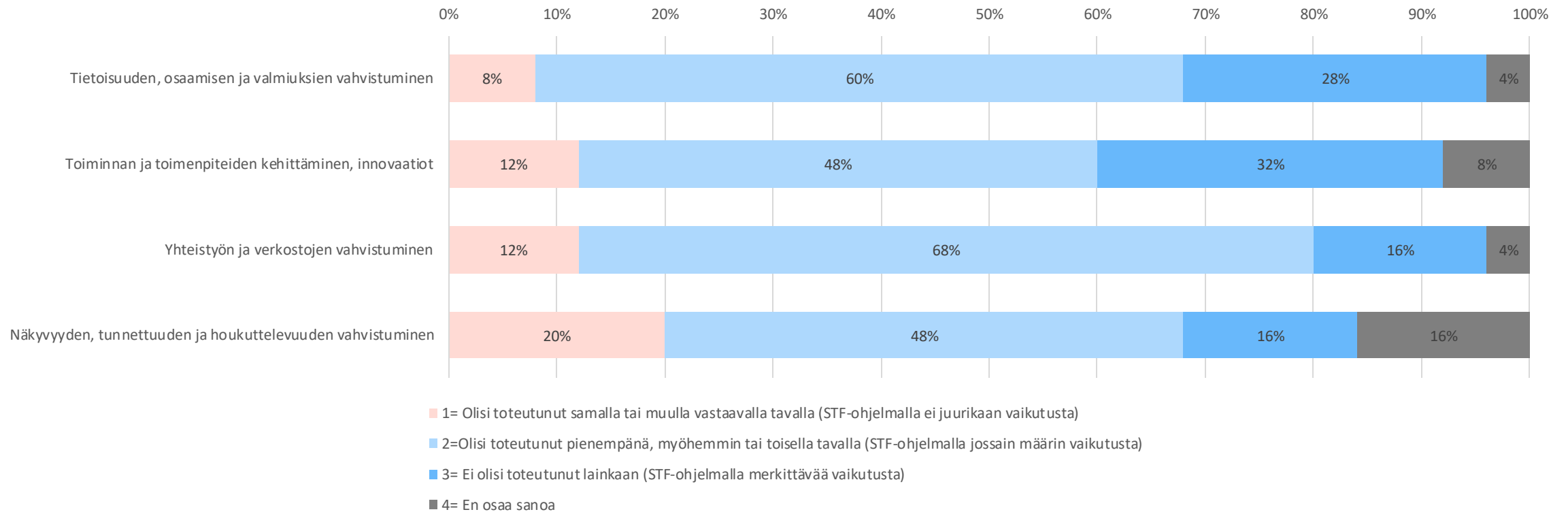


Vähiten STF-ohjelmalla on lisäarvoa destinaatioiden mielestä matkailualueen kansalliseen kilpailukykyyn ja lisänäkyvyydessä Visit Finlandin kanavissa.

Kysymys: Missä määrin seuraavat väittämät vastaavat käsitystänne STF-ohjelman tarjoamasta lisäarvosta destinaationne näkökulmasta? N=25.

STF-ohjelman vaikutus

Yli 80 % destinaatioista kokee STF-ohjelmalla olleen vaikutusta toiminnan ja toimenpiteiden kehittämiseen (80 %) ja tietoisuuden, osaamisen ja valmiuksien vahvistumiseen (83 %) ja yli 70 % vastaavasti kokee ohjelmalla olleen vaikutusta yhteistyön ja verkostojen vahvistumiseen (74 %)



Kysymys: Mikäli ette olisi osallistunut STF-ohjelmaan, missä määrin tai millä tavoin seuraavat seikat olisivat todennäköisesti toteutuneet kestävän kehityksen teemassa? N=25.

Vahvuudet ja kehittämiskohteet

Koosteessa on huomioitu myös muu kyselystä saatu avoin palaute ohjelmasta

Ohjelman vahvuudet

- Valtakunnallinen ohjelma ja koordinaatio.
- Tärkeä ja ajankohtainen teema.
- Systemaattinen malli vastuullisen matkailun kehittämiseen.
- Kestävän matkailun tietoisuuden ja ymmärtämisen vahvistaminen. Yhteisen tavoitteen ja yhteisen tekemisen mahdollistaminen.
- Mittaamisen työkalut.
- STF Hub kehittynyt toimivampaan, parempaan suuntaan (vähemmän työläämpään suuntaan).

Kysymys: Mitkä mielestänne ovat Sustainable Travel Finland -ohjelman vahvuudet? Missä seikoissa ohjelma on erityisen onnistunut? N=13.

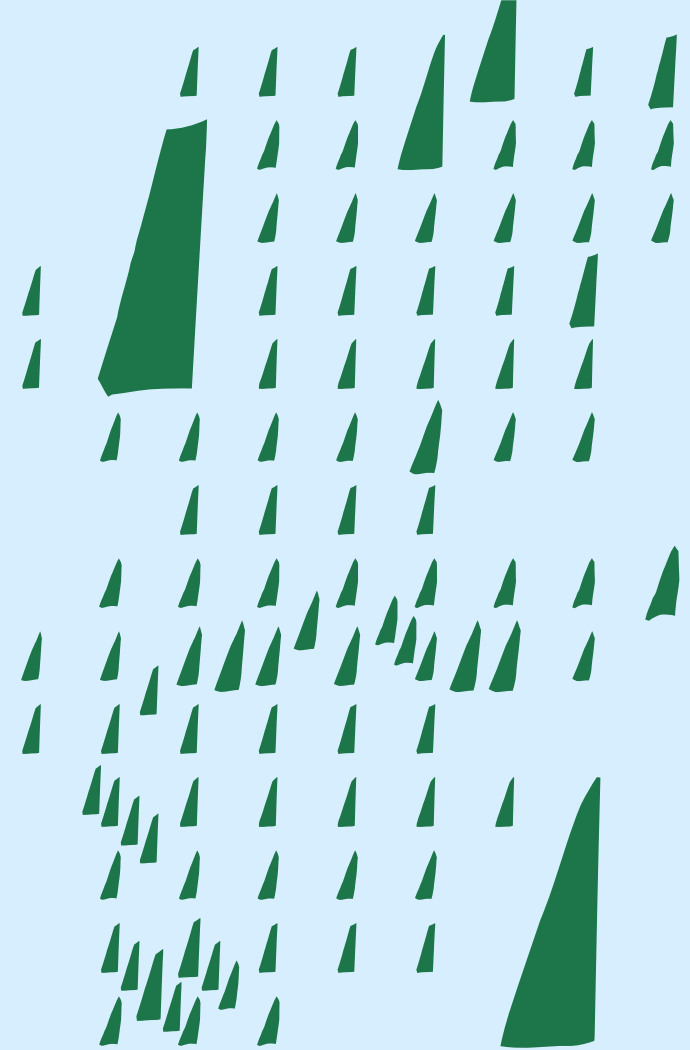
Ohjelman kehittämiseen liittyviä seikkoja, tarpeita ja toiveita

- Ohjelmaan osallistuminen on monelle yritykselle iso satsaus taloudellisesti sekä muiden resurssien näkökulmasta. Yritysten aktivoimiseen liittyvää tukea ei ole Visit Finlandin /STF-ohjelman toimesta tarjolla ja aktivointiin menee destinaatioilla paljon aikaa. -> Osallistumisen/ohjelman keventäminen/yksinkertaistaminen sekä Visit Finlandin tuki yritysten sitouttamiseen ja auttamiseen?
- Sertifikaatit ja STF-merkki koetaan osittain päällekkäisiksi. Mikä on destinaatiokohtaisen STF-merkin lisäarvo?
- Ohjelman lisäarvoa ja vaikutuksia on osittain haastava tunnistaa ja/tai viestiä. Ohjelma ei riittävästi edistä destinaatioiden ja yritysten markkinoinnillista näkyvyyttä ja kilpailukykyä. Epäselvyyttä esiintyy mm. ohjelman konkreettisista hyödyistä yrityksille vs. Mitä tarkoittaa, mikäli toimija ei ole STF-ohjelmassa (näkyvyys- ym. mahdolliset vaikutukset). Myös osallistumisen taloudellisten hyötyjen tunnistamisessa esiintyy haasteita.
- Yhteistyössä destinaatioiden välillä on paljon hyödyntämätöntä potentiaalia. Toivelistalla mm. yhteiset tapahtumat, tiedon ja osaamisen jakaminen, avoin keskustelu & kohtaaminen.
- Ohjelmassa ei huomioida destinaatioiden erilaisia lähtökohtia: Isot alueet vs. pienet kohteet -> isoilla osallistuminen haastavampaa mm. yritysten lukumäärän takia.

Kysymys: Miten STF-ohjelmaa tulisi mielestänne jatkossa kehittää? Mitkä ovat ohjelman keskeiset kehittämistarpeet? N=15.



Liite 3. Esimerkkejä STF-ohjelman tuloksista ja vaikutuksista destinaationäkökuilmasta



Tulokset ja vaikutukset destinaatioille

Sustainable Travel Finland -ohjelman vaikuttavuusarvioinnissa tarkasteltiin neljää STF-merkin saanutta destinaatiota ja niiden näkemyksiä STF-ohjelman tuloksista ja vaikutuksista. Seuraavassa on esitetty yhteenveto STF-ohjelman osallistumisen lähtökohdista, osallistumiskokemuksista sekä ohjelman tarjoamasta keskeisestä lisäarvosta, tuloksista ja vaikutuksista huomioiden Puumalan, Savonlinnan, Kristiinankaupungin ja Sallan destinaatiot.

- **Osallistumisen lähtökohdat:** Destinaatioiden yleisemmät tavoitteet STF-ohjelmaan osallistumiselle ovat destinaation näkyvyys ja maine kestävän matkailun kohteena niin kansallisilla kuin kansainvälisillä markkinoilla, markkinointituki ja lisänäkyvyys Visit Finlandin kanavissa sekä matkailualan liiketoiminnan ja liikevaihdon kasvu alueella. Osallistumisen taustalla on myös destinaatiokohtaisen STF-merkin saavuttaminen.
- **Ohjelman toteutus:** Destinaatiot ovat tyytyväisiä STF-ohjelmaan, osa jopa erittäin tyytyväisiä. Yhteistyö ja vuorovaikutus STF-ohjelman yhteyshenkilöiden kanssa on ollut toimivaa. Neuvonta on koettu riittäväksi ja asiantuntevaksi STF-merkin saavuttamiseksi. STF-ohjelma on vastannut destinaatioiden kestävään matkailuun liittyviin kehittämistarpeisiin pääsääntöisesti hyvin, jopa erittäin hyvin.
- **Ohjelman tulokset ja lisäarvo:** Ohjelma on edistänyt alueellista sitoutumista kestävään matkailuun, vahvistanut vastuullisuuden eri näkökulmien omaksumista/ymmärtämistä sekä mahdollistanut STF-merkin saavuttamisen.
- **Ohjelman vaikutukset:** STF-ohjelmalla on ollut vähintään jossain määrin vaikutusta tietoisuuden, osaamisen ja valmiuksien vahvistamiseen kestävän kehityksen teemassa (seikka olisi toteutunut pienempänä, myöhemmin tai toisella tavalla ilman ohjelmaa). Osa destinaatioista on saanut lisänäkyvyyttä Visit Finlandin kanavissa sekä kokee ohjelman vaikuttaneen erityisesti alueellista yhteistyötä ja verkostoja vahvistavasti.

Ohjelman alueellista vaikuttavuutta tukee erityisesti toimijaverkosto (alueellinen ekosysteemi), joka on sitoutunut kestävän matkailun kehittämiseen. DMO:n/Vastaavan organisaation rooli on keskeinen yritysten aktivoimiseksi sekä niiden ohjelmaosallistumisen tukemiseksi.

Seuraavassa on esitetty tiiviit destinaatiokohtaiset kuvaukset (4 kpl).



Puumala

Tarkastelun kohde	Destinaatiokohtaiset huomiot ja havainnot
Osallistumisen lähtökohdat	<p>STF-ohjelmaan vuonna 2023, STF-merkki samana vuonna. DMO =Puumalan kunnan Matkailupalvelut.</p> <p>Tärkeimmät tavoitteet destinaation näkyvyys ja maine kestävän matkailun kohteena niin kansallisilla kuin kansainvälisillä markkinoilla, markkinointituki ja lisänäkyvyys Visit Finlandin kanavissa sekä alueen yritysten kestävän matkailun osaamisen sekä matkailualan liiketoiminnan ja liikevaihdon vahvistaminen.</p> <p>Ohjelma on vastannut kestävään matkailuun liittyviin kehittämistarpeisiin erittäin hyvin. STF-merkin saavuttamista on tukenut alueellinen yritysverkosto, joka on sitoutunut kestävän matkailun kehittämiseen.</p>
Ohjelman toteutus	<p>Destinaatio on erittäin tyytyväinen STF-ohjelmaan. Yhteistyö ja vuorovaikutus STF-ohjelman yhteyshenkilöiden kanssa on ollut toimivaa. Neuvonta on koettu riittäväksi ja asiantuntevaksi STF-merkin saavuttamiseksi.</p>
Ohjelman tulokset ja lisäarvo	<p>Hyödyt koetaan merkittäviksi ja todennettaviksi. Lähtökohtaisesti moni STF-ohjelman tarjoama palvelu on destinaation näkökulmasta hyödyllinen. Erittäin hyödyllisiä: STF Hub, Kestävän matkailun opas, STF-ohjelman klinikat, Hiilikuri, kansalliset kestävän matkailun indikaattorit, Kestävän matkailun tila - vuosiraportti sekä kestävän matkailun seminaarit ja tapahtumat.</p> <p>Keskeisimmät tulokset: STF-merkin saavuttaminen, ohjelman tarjoama jatkuvan kehittämisen malli vastuulliseen matkailuun sekä markkinointituki ja lisänäkyvyys Visit Finlandin kanavissa.</p> <p>Ohjelman lisäarvo ollut suhteellisen kattava: edistänyt alueellista sitoutumista kestävän matkailun edistämiseen ja vaikuttanut positiivisesti matkailuliiketoiminnan kehittämiseen alueella. Lisäksi ohjelma on vahvistanut yhteistyötä alueen yritysverkostossa sekä vaikuttanut positiivisesti matkailualueen kansalliseen ja kansainväliseen kilpailukykyyn.</p>
Ohjelman vaikutukset	<p>Merkittävää vaikutusta tietoisuuden, osaamisen ja valmiuksien vahvistamiseen – toiminnan ja toimenpiteiden kehittämiseen – yhteistyön ja verkostojen vahvistamiseen – näkyvyyden, tunnettuuden ja houkuttelevuuden vahvistamiseen. Ilman STF-ohjelmaa nämä seikat eivät olisi todennäköisesti lainkaan toteutuneet.</p>

Kristiinankaupunki

Tarkastelun kohde	Destinaatiokohtaiset huomiot ja havainnot
Osallistumisen lähtökohdat	<i>STF-ohjelmaan vuonna 2020, STF-merkki 2022. DMO = Business Kristinestad (kuntaomistus). Tärkeimmät tavoitteet destinaation näkyvyys ja maine kestävän matkailun kohteena niin kansallisilla kuin kansainvälisillä markkinoilla, destinaatiokohtaisen STF-merkin saavuttaminen, markkinointituki sekä matkailualan liiketoiminnan ja liikevaihdon kasvu alueella Ohjelma on vastannut kestävään matkailuun liittyviin kehittämistarpeisiin hyvin.</i>
Ohjelman toteutus	<i>Destinaatio on tyytyväinen STF-ohjelmaan. Yhteistyö ja vuorovaikutus STF-ohjelman yhteyshenkilöiden kanssa on ollut toimivaa. Neuvonta on koettu riittäväksi ja asiantuntevaksi STF-merkin saavuttamiseksi.</i>
Ohjelman tulokset ja lisäarvo	<i>Hyödyllisiä palveluja ovat STF Hub, Itsearviointi, Akatemian perus- ja jatkovalmennukset, kansalliset kestävän matkailun indikaattorit sekä kestävän matkailun seminaarit ja tapahtumat. Keskeisimmät tulokset: vastuullisuuden eri näkökulmien vahvempi omaksuminen/ymmärtäminen, STF-merkin saavuttaminen, sekä matkailualueen näkyvyys kansallisilla ja kansainvälisillä markkinoilla. Ohjelma on edistänyt alueellista sitoutumista kestävän matkailun edistämiseen. Destinaatio on saanut lisänäkyvyyttä Visit Finlandin kanavissa.</i>
Ohjelman vaikutukset	<i>Jossain määrin vaikutusta tietoisuuden, osaamisen ja valmiuksien vahvistumiseen – toiminnan ja toimenpiteiden kehittämiseen – yhteistyön ja verkostojen vahvistuminen sekä – näkyvyyden, tunnettuuden ja houkuttelevuuden vahvistumiseen. Em. seikat olisi toteutunut pienempänä, myöhemmin tai toisella tavalla ilman ohjelmaa.</i>



Savonlinna

Tarkastelun kohde	Destinaatiokohtaiset huomiot ja havainnot
Osallistumisen lähtökohdat	<p>STF-ohjelmaan vuonna 2020, STF-merkki 2023</p> <p>DMO = Savonlinnan Seudun Matkailu Oy (omistajina kuntia sekä matkailualan yrityksiä).</p> <p>Tärkeimmät tavoitteet osallistumiselle: destinaation näkyvyyden ja kilpailukyvyn edistäminen, Visit Finlandin markkinoinnin tarjoama tuki, sekä destinaatiokohtaisen STF-merkin saavuttaminen.</p> <p>Ohjelma on vastannut kestävään matkailuun liittyviin kehittämistarpeisiin erittäin hyvin sekä destinaation että yritysten näkökulmasta.</p>
Ohjelman toteutus	<p>Destinaatio on tyytyväinen STF-ohjelmaan. Yhteistyö ja vuorovaikutus STF-ohjelman yhteyshenkilöiden kanssa on ollut toimivaa ja ohjelma on tarjonnut tukea osallistumiselle.</p>
Ohjelman tulokset ja lisäarvo	<p>Hyödyllisimpiä palveluja ovat itsearviointi ja kehittämissuunnitelman laatiminen.</p> <p>Keskeisimmät tulokset: yritysten osaamisen vahvistuminen, alueellisten matkailutoimijoiden yhteistyön vahvistuminen, vastaaminen kansainvälisten matkanjärjestäjien edellytyksiin –lisäarvoa myös kotimaan matkailun näkökulmasta paikallisuuden ja vastuullisuuden markkinoinnissa. STF-merkin markkinoinnillinen lisäarvo ei ole vielä kuitenkaan konkretisoitunut.</p>
Ohjelman vaikutukset	<p>Ohjelmalla vaikutusta erityisesti tietoisuuden, osaamisen ja valmiuksien vahvistumisessa sekä yhteistyön ja verkostojen vahvistumisessa.</p> <p>Vaikuttavuutta edistää pitkäaikainen sitoutuminen ja alueellinen, toimijoiden välinen yhteistyö.</p>



Salla

Tarkastelun kohde	Destinaatiokohtaiset huomiot ja havainnot
Osallistumisen lähtökohdat	<i>STF-ohjelman pilottiohjelmassa v. 2019, varsinaiseen ohjelmaan v. 2023, STF-merkki v. 2024. DMO = Visit Salla (omistajina kunta sekä matkailualan yrityksiä). Tärkeimmät tavoitteet destinaation näkyvyys ja maine kestävän matkailun kohteena niin kansallisilla kuin kansainvälisillä markkinoilla, destinaatiokohtaisen STF-merkin saavuttaminen, markkinointituki, matkailualan liiketoiminnan ja liikevaihdon kasvu alueella sekä tarve mitata ja johtaa matkakohteen kestävyttä tiedon avulla. Ohjelma on vastannut kestävään matkailuun liittyviin kehittämistarpeisiin erittäin hyvin.</i>
Ohjelman toteutus	<i>Destinaatio on jokseenkin tyytyväinen STF-ohjelmaan. Yhteistyö ja vuorovaikutus STF-ohjelman yhteyshenkilöiden kanssa on ollut toimivaa. Neuvonta on koettu asiantuntevaksi ja jokseenkin riittäväksi STF-merkin saavuttamiseksi.</i>
Ohjelman tulokset ja lisäarvo	<i>Hyödyllisiä palveluja ovat STF Hub, Itsearviointi, Akatemian perus- ja jatkovalmennukset, Kestävän matkailun opas, sekä kestävän matkailun seminaarit ja tapahtumat. Keskeisimmät tulokset: Jatkuvan kehittämisen malli vastuulliseen matkailuun, STF-merkin saavuttaminen sekä alueen yritysverkoston sitoutuminen kestävään matkailuun. Ohjelma on erityisesti edistänyt alueellista sitoutumista kestävän matkailun edistämiseen, vahvistanut kestävän matkailuliiketoiminnan osaamista alueella, vaikuttanut positiivisesti matkailualueen kansainväliseen kilpailukykyyn sekä vahvistanut yhteistyötä alueen yritysverkoston kanssa.</i>
Ohjelman vaikutukset	<i>Jossain määrin vaikutusta tietoisuuden, osaamisen ja valmiuksien vahvistumiseen kestävän kehityksen teemassa (seikka olisi toteutunut pienempänä, myöhemmin tai toisella tavalla ilman ohjelmaa).</i>

STF-ohjelman vaikuttavuusarviointi

Visit Finland www.visitfinland.com

Facebook
facebook.com/visitfinland

Instagram
instagram.com/ourfinland/

Twitter
twitter.com/OurFinland

Youtube
youtube.com/user/VisitFinland