



Co-funded by
the European Union



Coursera MOOC: Trajnostni luksuzni turizem

ŠTUDIJE PRIMEROV



SUHET

USTVARJANJE IN IZVAJANJE
IZOBRAŽEVANJA ZA TRAJNOSTNI LUKSUZNI
TURIZEM V EVROPI

Številka projekta: 2021-1-FI01-KA220-HED-000031996

Vsebina

Uvod	2
Študija primera 1: Celovita praksa v hotelu Yalo Urban Boutique, Gent, Belgija	3
Študija primera 2: Srečanja in dogodki v Martin's Château du Lac 5*, Genval, Belgija.....	6
Študija primera 3: Integracija trajnostnih praks v luksuznem turizmu: študija primera pripravnštva na kmetiji Cucumbi.....	11
Študija primera 4: Sprejemanje luksuza in trajnosti: potovanje študenta skozi luksuzni turizem v ME Barcelona	14
Študija primera 5: SUHET in Santa Park, priložnost za prakso v luksuznem turizmu in trajnosti	17
Študija primera 6: SUHET ponuja vpogled, ki povečuje vrednost praktičnega usposabljanja in pripravnštva.....	19
Študija primera 7: Navigacija delovanja luksuznega turizma: vpogledi iz prakse pri Happy tours DMC	21
Študija primera 8: Usklajevanje teorije in prakse v trajnostnem luksuznem turizmu – študija primera Turizem Bohinj	23
Študija primera 9: Sonce, morje in trajnost: spodbujanje sinergije med teoretičnimi okviri in resničnimi izzivi	25
Študija primera 10: Usklajevanje akademskega znanja z industrijskimi realnostmi v luksuznem gostinstvu.....	27

Uvod

Projekt "SUHET: Ustvarjanje in izvajanje izobraževanja za trajnostni luksuzni turizem po Evropi" se osredotoča na zapolnjevanje vrzeli med akademskim znanjem in potrebami industrije v luksuznem turizmu skozi edinstveno mrežo praks. Študenti pridobivajo praktične izkušnje v sodelujočih podjetjih, kar jim omogoča izpopolnjevanje veščin in potencialno pridobitev bodoče zaposlitve. Podjetjem pa koristi nabor kvalificiranih praktikantov, kar spodbuja mreženje in internacionalizacijo.

Projekt SUHET je ustvaril mrežo, specifično usmerjeno v luksuzni turizem, ki študentom ponuja ciljno usmerjene prakse, podjetjem pa dostop do mednarodnih talentov. Mreža praks je ustvarila 10 študij primerov, po dva iz vsake partnerske države, ki obogatijo učne izkušnje za prihodnje študente in profesionalce, ki se bodo vpisali v MOOC. Profesionalne izkušnje sodelujočih študentov po opravljenem MOOC-u so predstavljene v SUHET Portfoliu študij primerov.

Portfolio študij primerov ima cilj izboljšati praktične veščine študentov v luksuznem turizmu z izpostavljanjem resničnim izzivom in priložnostim. Cilj je validirati vsebino tečaja glede na potrebe industrije, spodbujati sodelovanje med visokošolskim sektorjem in podjetji ter razvijati globalno perspektivo med študenti in podjetji.

Portfolio študij primerov je namenjen učiteljem, zaposlenim pri partnerskih organizacijah, turističnim podjetjem in visokošolskim ustanovam. Geografski obseg študij primerov v portfoliu zajema Belgijo, Bolgarijo, Finsko, Slovenijo in Španijo. Študije primerov so skrbno izbrane, da ponazarjajo vplivne in inovativne prakse, ki se ujemajo z učnimi cilji MOOC-a. Podatki so zbrani skozi strukturirane vprašalnike in intervjuje s študenti in izvajalci praks, da se zagotovi celovito razumevanje rezultatov in izzivov praks.

Povratne informacije in izkušnje, zbrane med praksami od študentov in podjetij, so razvite v študije primerov, ki dopolnjujejo SUHET MOOC "Trajnostni luksuzni turizem", dostopen na Courseri: <https://www.coursera.org/learn/sustainable-high-end-tourism>



Image source: www.yalohotel.com

Študija primera 1: Celovita praksa v hotelu Yalo Urban Boutique, Gent, Belgija

Študentka menedžmenta v gostinstvu na EhB je opravila svojo menedžersko prakso v hotelu Yalo Urban v Gentu, Belgija, za obdobje 16 tednov (skupaj 608 ur). To je bila celovita praksa, kar pomeni, da je delala v različnih oddelkih (bar, srečanja in dogodki, recepcija, restavracija in streha z barom). Cilj je bil, da začne delati operativno in si tako ustvari jasno sliko o odnosih med vsemi temi oddelki. Poleg tega je po enem mesecu študentka začela vključevati menedžerske zadeve v svoje delo kot pripravnica, kot na primer pregled P&L in pomoč vodjem vključenih oddelkov.

Praksa v hotelu Yalo Urban Boutique ji je omogočila praktično uporabo in kontekst teoretičnih konceptov, obravnavanih v MOOC. Praktične informacije iz tečaja o trajnostnih praksah in vpogledih v stranke so ji med prakso v hotelu Yalo Urban Boutique nudile dragocene smernice in kontekst.

Za delo je bilo potrebno znanje na področjih, kot so specifične trajnostne pobude in upravljanje odnosov s strankami.

Praksa ji je omogočila praktično uporabo konceptov, obravnavanih v modulu 1 (Uvod v luksuzni turizem). Ta demonstrira, kako lahko luksuzni turizem hkrati nudi luksuz in je trajosten, medtem ko se osredotoča na izpolnjevanje pričakovanj strank in ustvarjanje vrednosti. Kar jo je presenetilo, je, da je osebje prežeto z vizijo hotela. To se začne že pri zaposlovanju, a se nadaljuje skozi redna osvežitvena usposabljanja in poudarjanje vizije hotela



med tedenskimi sestanki o tem, kako strankam ponuditi zelo osebno izkušnjo za doseg maksimalnega zadovoljstva strank.

Po mnenju študentke hotel Yalo Urban Boutique izpolnjuje tri stebre trajnostnega luksuznega turizma, obravnavane v modulu 2. Z izvajanjem ekonomskih, okoljskih in družbenih trajnostnih praks v vsakodnevem poslovanju hotel stremi k zagotavljanju luksuznih izkušenj, hkrati pa zmanjšuje negativne vplive na družbo in okolje. V Belgiji sta le dva hotela, ki sta prejela certifikat Green Globe, in hotel Yalo je eden izmed njih (kot certificiran član). Hotel nudi kulinariko, usmerjeno v izdelke, pri katerih je poudarek na odgovorno pridelanih sestavinah (lokalne, sveže, rokodelske in kjer je mogoče ekološke). Študentka se je naučila, da je tudi v luksuznem okolju mogoče varčevati z energijo (sončne celice na strehi, energetske varčne LED luči in senzorji ter energetska kartica v sobah), vodo (menjava brisač in posteljnine na zahtevo ali po treh uporabah, varčni vodovodni pipi in tuši) in CO₂ (zelena streha, najem koles in možnosti polnjenja električnih avtomobilov v parkirišču). Primer družbene vključenosti podjetja je sodelovanje le z lokalnimi dobavitelji hrane in pijače, ki podpirajo isto vizijo trajnosti.

Med prakso je študentko presenetilo, koliko pozornosti hotel namenja podpori lokalnemu prebivalstvu. Zavedajoč se, da je Belgija prej pivska kot vinska država, je morala v restavraciji in baru promovirati lokalno vino, pridelano iz grozdja, gojenega v Lochristiju, tik izven Genta.

Koncepti o vpogledih v stranke v trajnostnem luksuznem turizmu, obravnavani v modulu 3, bi verjetno vplivali na različne vidike njenega vsakodnevnega dela v hotelu Yalo Urban Boutique. Ugotovila je, da je pomembno razumeti preference strank za izboljšanje gostinske izkušnje, vendar je spoznala, da to ni vedno očitno. Seznam teh preferenc je bil vsakodnevno izdelan na recepciji. Opazila je, da stranke včasih niso razmišljale trajnostno. Osebje jih je skušalo poučiti, kako lahko tudi one prispevajo k boljšemu svetu, na primer z uporabo izdelkov za nego Grown Alchemist v dozatorjih brez škodljivih sestavin, uporabo okolju prijaznega papirja in črnila na osnovi rastlinskih olj. Za raziskovanje mesta so osebje skušalo prepričati stranke, naj uporabljajo kolesa ali električne avtomobile (ki jih ponuja hotel).

Študentka ni bila vključena v ustvarjanje marketinških materialov, vendar je vedela, da hotel uporablja različne marketinške strategije, obravnavane v modulu 4: hotel jasno promovira svoje trajnostne ukrepe na hotelski spletni strani in občasno tudi na družbenih omrežjih. Te marketinške pobude pomagajo pritegniti okoljsko ozaveščene luksuzne popotnike in razlikovati hotel na trgu luksuznega turizma. Na spletni strani hotel celo prosi goste, naj aktivno prispevajo ideje o tem, kako postati še bolj okolju prijazni.



Čeprav študentka ni neposredno sodelovala pri operativnih menedžerskih odločitvah, so ji lekcije iz modula 5 (Operativni menedžment trajnostnega vrhunškega turizma) zagotovo dale vpogled v kontekst, v katerem deluje hotel Yalo Urban Boutique. S prepoznavanjem pomena merjenja uspešnosti, inovacij, medkulturnih vidikov in strategije storitev, lahko zdaj prispeva k vsakodnevni poslovanju podjetja z usklajevanjem svojih dejanj z njegovimi cilji in vrednotami.

Poleg tečaja se je skozi stalna interna usposabljanja v različnih oddelkih, skozi zaupanje, dano študentki za preverjanje sodelovanja z drugimi oddelki, za učenje delegiranja drugim študentom, za strežbo strankam, za zagotavljanje WOW-izkušnje (osebni pridih ali nepričakovana storitev za vsako stranko), naučila še bolj skrbno opazovati poslovanje hotela, delati še natančneje z enim samim ciljem: zagotavljati vrhunsko storitev za hotelske luksuzne goste.



Image source: <https://www.martinshotels.com/>

Študija primera 2: Srečanja in dogodki v Martin's Château du Lac 5*, Genval, Belgija

Študent zadnjega letnika na EhB je opravljal svojo prakso iz menedžmenta v gostinstvu v petzvezdičnem hotelu Martin's Château du Lac v Belgiji za obdobje 25 tednov in skupno 950 ur, kjer je delal na oddelku za srečanja in dogodke. Njegova praksa je vključevala administrativna opravila, kot so priprava banketov, srečanj in dogodkov od začetka do konca, vključno s stiki s strankami skozi celoten proces, in na terenu je pozdravljal goste, spremljal dogodke, bil proaktiven pri obravnavi potreb in zahtev strank ter vzdrževal redni stik z njimi.

Študent je potrdil, da mu je spletni tečaj resnično pomagal bolje razumeti trajnost. Lažje se je spopadel z nalogami na področju trajnosti in lahko je bolj prispeval po zaključku tečaja. Med tečajji so bile obravnavani tudi kriteriji GSTC. Pred začetkom spletnega tečaja teh kriterijev ni poznal. Med svojo prakso je moral upoštevati osnovne standarde. Zahvaljujoč smernicam GSTC je imel predhodno znanje o njih.

V refleksiji o vsebini tečaja je zapisal, da je bil poudarek na izboljšanju trajnostnih praks. Vendar je obžaloval, da je zamudil segment, ki se je ukvarjal z merjenjem trajnosti znotraj podjetja. Med svojo prakso je naletel na različne metodologije za ta namen. Te so vključevale ocenjevanje ogljičnega odtisa, uporabo okvirjev, kot je BREEAM, in vključevanje certifikatov, kot je Green Key.

Študent je potrdil, da je kot koristno videl razpravo v Modulu 1 o zgodovinski evoluciji luksuza in njegovi sodobni relevantnosti, kar se je odražalo v njegovih vsakodnevni dejavnostih. Poudarjeno je bilo, kako se je luksuz, nekoč simbol elitnega statusa, razvil v bolj dostopen in izkustven koncept. Ta evolucija je ustrezala pristopu hotela k zagotavljanju luksuznih izkušenj, ki je poudarjal razumevanje različnih strank ob ohranjanju ekskluzivnosti in kakovosti. Pomembno je bilo ustvarjanje personaliziranih izkušenj, ki so čustveno odmevale pri strankah in odražale sodobno definicijo luksuza. Izkušnja je bila enako pomembna kot materialnost. Zato si je prizadeval zadovoljiti naraščajoče povpraševanje po personaliziranih luksuznih izkušnjah. Hotel je kot odgovor na ta trend lansiral novo brošuro na hotelski spletni strani o ponudbah za team building, da bi dogodke in bivanje strank naredili še bolj osebne in posebne. Ta pobuda je odražala zavezanost hotela k zadovoljevanju naraščajočega povpraševanja po personaliziranih luksuznih izkušnjah.

Na kratko, vsebine Modula 1 so študentu dale vpogled v luksuzne turistične izkušnje in izboljšale osebni pristop.

Študent je pokazal hotelsko brošuro vseh team building izkušenj, da bi dal dodatno dimenzijo srečanjem podjetij in motiviral njihovo osebje. (<https://hapi.mmcreation.com/hapidam/4574ddde-c586-461f-846e-a162fbd57e0b/MCDL-TEAM-BUILDING-2024%20EN.pdf>)

Modul 2 je opisoval tri stebre trajnostnega luksuznega turizma: ekonomsko, družbeno in okoljsko trajnost. Ti stebri so odražali potrebo po uravnoteženju ekonomske dobičkonosnosti, socialne pravičnosti in varovanja okolja v turističnih dejavnostih. V študentovih vsakodnevni operacijah je opazil neposredno pomembnost teh stebrov za prakse in izkušnje znotraj podjetja.

Študent je potrdil, da je oddelek za srečanja in dogodke v hotelu Martin's Château du Lac 5* posvečal posebno pozornost trajnosti, ponujal podjetjem okolju prijazen način organizacije njihovih dogodkov in srečanj.



CHOOSE ECO-EFFICIENCY
Carbon Zero, Eco-Bon and Environmental
Management System: 3 added-values for your
event and the image of your company.
martinshotels.com

([https://hapi.mmcreation.com/hapidam/2d4dae51-6b2b-4fdd-b799-24bb189dd327/Martin's Chateau du Lac -- Spring Summer 2024.pdf](https://hapi.mmcreation.com/hapidam/2d4dae51-6b2b-4fdd-b799-24bb189dd327/Martin's%20Chateau%20du%20Lac%20--%20Spring%20Summer%202024.pdf))

Poleg te pobude je hotel poskušal čim bolj ozavestiti stranke. Presenečen je bil, ko je izvedel, da so stranke med veliko izbiro notranjih in zunanjih aktivnosti za team building lahko izbrale tudi nekatere posebne okolju

prijazne aktivnosti, označene z logotipom  kot sta Tovarna igrač in Vetrna elektrarna. Več pojasnil je mogoče najti v brošuri.

Pomemben vidik **ekonomske trajnosti** je bilo spodbujanje lokalne blaginje s sodelovanjem hotela z lokalnimi podjetji. Študent je potrdil, da je veriga Martin's Hotels dober primer vključevanja krožnega gospodarstva. Njihove trajnostne prakse so jim že prinesle več certifikatov in nagrad. Prioriteta so bili lokalni, naravni, reciklirani/reciklabilni in sezonski proizvodi, spodbujanje dobaviteljev k spoštovanju njihovega kodeksa ravnanja in zmanjševanje količine odpadkov v hotelih. Odpadke, ki so jih kot hotelsko podjetje neizogibno ustvarili, so čim bolj reciklirali.

Študent se je tudi naučil, da **družbena trajnost** temelji na spoštovanju človekovih pravic, spodbujanju enakih možnosti in podpori lokalnim skupnostim. Odličen primer tega je bil v hotelih Martin's, kjer dejavniki, kot so barva kože, etnična pripadnost, bogastvo, spol ali spolna usmerjenost, niso predstavljali ovir.

Aktivnost za team building 'Solar Buddy' je bila popoln primer družbene zaveze. Oglejte si brošuro za team building na strani 16. (<https://hapi.mmcreation.com/hapidam/4574ddde-c586-461f-846e-a162fbd57e0b/MCDL-TEAM-BUILDING-2024%20EN.pdf>)

Okoljska trajnost je bila osredotočena na ohranjanje naravnih virov, zmanjševanje onesnaževanja in ohranjanje biotske raznovrstnosti. Med svojo prakso je študent videl, da so hoteli Martin's vključili okoljske prakse upravljanja v vsakodnevne operacije, kot so recikliranje odpadkov, ukrepi za energetske učinkovitost, trajnostna uporaba vode in odgovorno upravljanje naravnih območij. Vsa električna oprema, ki jo je hotel kupil, je imela zeleno oznako, kar je zagotavljalo, da prispeva k bolj zelenemu okolju. Drugi primeri so bili uporaba samo steklenih steklenic za vodo med srečanji. Če je bilo treba uporabiti nekaj za enkratno uporabo, je bilo to narejeno iz papirja, kartona,



ki ga je bilo enostavno reciklirati. V vsaki sejni sobi so bili posebni koši za takojšnje ločevanje odpadkov.

Študent je priznal, da je bil odpadki hrane še en velik problem v hotelski industriji. V tem hotelu so preostale obroke in/ali bifeje dali članom osebja, da jih ne bi bilo treba zavreči.

Nedavno so plastične kartice za sobe zamenjali za trajnostne lesene kartice.

Kljub temu se je še vedno uporabljalo in zavrglo veliko papirja. Veliko se je govorilo o zmanjšanju tega in več digitalnem delovanju, vendar bi to zahtevalo spremembo miselnosti vsakega člana osebja. Študent je ugotovil, da je v gostinstvu še vedno veliko dela za doseg trajnosti. To je še vedno eden najbolj onesnažujočih sektorjev na svetu.

Modul 3 obravnava **vpogled strank v trajnostni luksuzni turizem.**

Študent je bil prepričan, da so se MOOC moduli pogosto osredotočali na luksuz, vendar ga je praksa naučila, da luksuz ni določen le z zvezdicami hotela. Gre tudi za ustvarjanje nepozabnih izkušenj in odzivanje na potrebe gostov. V hotelu, kjer je opravljal prakso, so dali prednost zadovoljstvu gostov skozi različne strategije. Na primer, Martin's Château du Lac je imel poseben oddelek za izkušnje. Ta oddelek je nenehno prejemal vse vrste informacij o posebnih željah in preferencah strank od drugih oddelkov, kot so recepcija, bar in restavracija, srečanja in dogodki, hišniška služba itd. Prav tako so v sistem za upravljanje nepremičnin (PMS) vnašali profile gostov. Na ta način so lahko zagotovili, da bi bila prihodnja bivanja za vračajoče se goste še bolj posebna in nepozabna.

Hotel je tudi nenehno pregledoval povratne informacije z različnih turističnih platform (TPIs), da bi bil na tekočem z izkušnjami gostov. Z analiziranjem povratnih informacij s platform, kot sta Expedia, Booking.com, in hotelska spletna stran, so pridobili vpogled v preference gostov. To je hotelu omogočilo ustvarjalno zagotavljanje, da je vsako bivanje izjemno in nepozabno.

Med samo prakso marketing (Modul 4) ni bil študentova odgovornost, saj je hotel imel svoj marketing oddelek. Vendar pa je bila trajnost vedno v mislih osebja. Nenehno so razmišljali o načinih, kako komunicirati svoje trajnostne napore gostom. Spletna stran hotela je obiskovalcem govorila o njihovih trajnostnih praksah. Poleg tega so bile vse nove trajnostne pobude razložene v novičniku. Hotel je imel zeleno ključavnico. Ta oznaka je bila očitno uporabljena v marketingu (omenjena na spletni strani) za prikaz njihove trajnosti.

Ključno vprašanje Modula 5 je bilo: "Kako lahko učinkovito merimo in uveljavljamo standarde kakovosti v gostinski industriji?" Glede na

neoprijemljivo naravo izdelkov je bila vključenost zaposlenih izjemno pomembna. Zato je vsakemu članu osebja trikrat na leto ponujeno posebno izobraževanje izven službe.

Študent je potrdil, da so po prijavi gosta in med njegovim bivanjem člani osebja vedno morali prepoznati in nagovoriti gosta z imenom ali priimkom (ali z gospod/gospa) vsakič, ko so ga srečali v hotelu.

Vsak član osebja je imel mobilni telefon, da je lahko nenehno izmenjeval informacije med seboj o morebitnih težavah in/ali zahtevah strank.

Poleg tega sta bila pomembna tudi velika vlaganja v tehnologijo in zavezanost nenehnemu inovacijskemu upravljanju. Uravnoveženje teh elementov znotraj podjetja je predstavljalo velik izziv.

Hoteli Martin's so zelo cenili povratne informacije gostov in ocene na platformah, kot sta Booking.com in Expedia. Vsak negativen komentar je bil vzet resno in hotel je poskušal proaktivno odpraviti ali rešiti (potencialne) težave čim hitreje. Redne tržne raziskave so vključevale obisk konkurenčnih hotelov za primerjavo uspešnosti hotela in identifikacijo področij za izboljšave. Kljub odpornosti proti spremembam je hotel Martin's Château du Lac priznal njihovo nujnost, da ostane konkurenčen in zagotovi izjemno izkušnjo za stranke.



Image Source: www.cucumbi.com

Študija primera 3: Integracija trajnostnih praks v luksuznem turizmu: študija primera pripravništva na kmetiji Cucumbi

Med pripravništvom na kmetiji Cucumbi, lokalni nastanitvi v regiji Alentejo (Portugalska), je bil študent Univerzitet Autònoma de Barcelona tri mesece vključen v različne oddelke. Ta izkušnja s križnim usposabljanjem je omogočila edinstven vpogled v praktične uporabe trajnostnega luksuznega turizma, kot je opisano v MOOC o trajnostnem luksuznem turizmu.

Ena najbolj pomembnih razkritij za študenta je bila moderna evolucija luksuza. MOOC je poudaril, da sodobni luksuz manj pomeni lastništvo redkih predmetov in bolj nudenje personaliziranih, čustvenih izkušenj. Na kmetiji Cucumbi je bil ta premik očiten v vsakodnevni operacijah. Personalizirana storitev je bila ključnega pomena, osebje je bilo skrbno usposobljeno za razumevanje in zadovoljevanje individualnih potreb gostov. To je vključevalo prilagojene itinerarje, zasebne joga seanse in kuharske tečaje z lokalnimi sestavinami. Poudarek na človeški interakciji in stalnem usposabljanju osebja je močno povečal zadovoljstvo gostov, kar je potrdilo informacije s tečaja o pomenu personalizirane storitve v luksuznem turizmu.

Trajnost je bila še en ključni vidik učenja. Kmetija Cucumbi je brezhibno vključila trajnostne prakse v svoje delovanje, kar je zagotovilo praktične primere treh stebrov trajnostnega luksuznega turizma: ekonomske, družbene in okoljske trajnosti. Ekonomsko je kmetija podpirala lokalna podjetja z nabavo blaga in storitev lokalno, ustvarjanjem delovnih mest in ponovnim vlaganjem dohodka v skupnost. Z vidika družbene trajnosti je vzdrževala pravične delovne prakse in sodelovala z lokalno skupnostjo, s čimer je zagotovila, da so koristi turizma široko porazdeljene. Okoljsko je kmetija uporabljala ekološko kmetovanje, strategije zmanjševanja odpadkov in obnovljive vire energije, kar je pokazalo močno zavezanost k zmanjševanju ekološkega odtisa.

Študent je opazoval praktične uporabe teh trajnostnih praks v vsakodnevnih opravilih. Na primer, voda v bazenu na kmetiji je bila ogrevana z uporabo toplote iz klimatskega sistema, kar je pokazalo inovativen pristop k varčevanju z energijo. Gostje so bili vključeni v trajnost skozi aktivnosti, kot so kompostiranje in ekološko vrtnarjenje, kar jih ni le izobraževalo o trajnostnih praksah, ampak jih je tudi vključevalo v kmetijine okolju prijazne pobude.

Razumevanje vpogledov v stranke je bilo ključnega pomena za prilagajanje izkušenj njihovim pričakovanjem. Kmetija Cucumbi je skrbno zbirala in analizirala podatke o strankah, kar jim je omogočilo ponujanje zelo personaliziranih izkušenj. To je vključevalo prilagojene ogledе kmetije in zasebne kulinarične izkušnje ter prilagojene wellness programe. Zavezanost kmetije k avtentičnosti in trajnosti je močno odmevala pri gostih, mnogi so cenili te vidike in postali zvesti zagovorniki, kar poudarja pomen gradnje močnih odnosov s strankami na podlagi razumevanja in zadovoljevanja njihovih potreb.

Trženjske strategije na kmetiji Cucumbi so bile usklajene s trajnostnimi načeli. Kmetijini izdelki, kot so okolju prijazne nastanitve in ekološki pridelki, so bili zasnovani s poudarkom na trajnosti. Njihova cenovna strategija je odražala vrhunsko kakovost in trajnost njihovih ponudb, privabljala pa je stranke, ki so bile pripravljene vlagati v luksuzne, okolju prijazne izkušnje. Trženjski naporji so poudarjali zavezanost kmetije k trajnosti z uporabo pripovedovanja zgodb, vizualnih vsebin in interaktivnih socialnih medijev za angažiranje in izobraževanje javnosti.

Operativno upravljanje na kmetiji Cucumbi se je osredotočalo na vzdrževanje visokih standardov kakovosti in učinkovitosti storitev. Standardni operativni postopki so zagotavljali doslednost pri izvajanju storitev, medtem ko so povratne informacije strank aktivno zbirali in uporabljali za nenehno izboljševanje. Integracija lokalne kulture in tradicij v gostovo izkušnjo je dodala edinstveno, avtentično dimenzijo njihovemu



bivanju. Inovacije so bile sprejete z uporabo okolju prijaznih tehnologij, prioriteta pa je bila zadovoljstvo zaposlenih, saj je motivirana ekipa bistvena za zagotavljanje izjemnih izkušenj za goste.

Skratka, študentsko delo na kmetiji Cucumbi je zagotovilo neprecenljive vpoglede v praktično izvajanje načel trajnostnega luksuznega turizma. Kombinacija personaliziranih storitev, trajnostnih praks, vpogledov v stranke, učinkovitega trženja in operativne odličnosti je pokazala, kako ti koncepti niso zgolj teoretični, ampak bistveni za ustvarjanje nepozabnih, luksuznih in trajnostnih turističnih izkušenj. Ta praktična izkušnja je utrdila študentovo razumevanje vsebine MOOC-a in pokazala njegovo pomembnost in uporabnost v resničnem svetu.

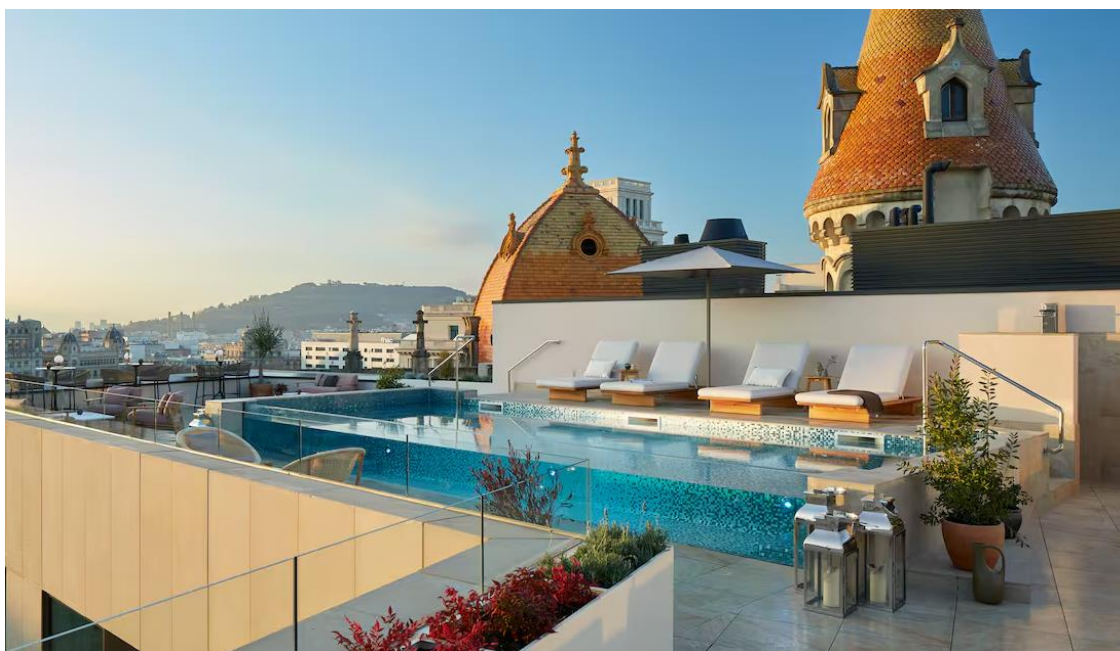


Image Source: www.melia.com

Študija primera 4: Sprejemanje luksuza in trajnosti: potovanje študenta skozi luksuzni turizem v ME Barcelona

Študija primera temelji na izkušnjah študenta z Univerzitat Autònoma de Barcelona, ki je opravil trimesečno prakso v hotelu ME Barcelona, prestižnem petzvezdičnem hotelu pod verigo Melia International Hotel. Hotel, ki se nahaja blizu Plaça de Catalunya, pooseblja spoj luksuza in trajnosti, kar je postalo središče praktičnega učnega doživetja študenta.

Med prakso je bil študent potopljen v dinamična okolja dveh ključnih oddelkov: recepcije in Oddelka za izkušnjo gostov. Na recepciji je študent upravljal osnovne operacije, kot so prijava in odjava gostov, odgovarjal na poizvedbe strank in usklajeval delo z drugimi oddelki. Medtem pa je na Oddelku za izkušnjo gostov, ki je namenjen ustvarjanju edinstvenih in nepozabnih doživetij za goste, pridobil globlji vpogled v nianse luksuznega turizma.

Praksa je bistveno preoblikovala študentovo perspektivo o vsebini spletnega tečaja (MOOC) o trajnostnem luksuznem turizmu. Koncepti tečaja, ki so se sprva zdeli kot splošen pregled, so skozi praktično uporabo pridobili novo dimenzijo specifičnosti in globine. Študent je spoznal, da

luksuzni turizem zahteva globoko razumevanje ustvarjanja edinstvenih in nepozabnih doživetij, ki presegajo zgolj luksuzne ugodnosti.

Ena najpomembnejših lekcij iz tečaja je bila nova predstava o luksuzu, ki poudarja personalizirana in edinstvena doživetja. Ta predstava je bila živo predstavljena v ME Barcelona, kjer so gostje, zlasti iz ZDA in Evrope, iskali posebna doživetja, ki so presegala običajen turistični itinerar. Želeli so odkriti Barcelono na poseben način, iskali so izjemne restavracije in skrite dragulje, namesto le znanih znamenitosti. Nasprotno pa so gostje iz Dubaja ali Indije pogosto dajali prednost razkošnim sobam in izvrstnim zajtrkom, kar je poudarjalo raznolika pričakovanja glede na kulturna ozadja.

Trajnost, temelj MOOC-a, je bila ponazorjena v hotelskih dejavnostih. ME Barcelona je izvajal številne okolju prijazne prakse, kot so uporaba toplote iz klimatizacije za ogrevanje bazena in namestitvev sončnih kolektorjev. Hotel je prav tako sprejel družbeno inkluzivnost in se ponosno predstavil kot queer-friendly. Te prakse so pokazale zavezanost k uravnoteženju ekonomskega, okoljskega in družbenega razvoja, kar se sklada s tremi stebri trajnostnega luksuznega turizma.

Pomembnost razumevanja vpogledov strank je bila še ena ključna lekcija iz tečaja. V ME Barcelona se je to preneslo v ustvarjanje posebnega in nepozabnega ambienta. Hotel je uporabljal značilni vonj za evokacijo trajnih spominov pri gostih in nudil posebne ugodnosti VIP gostom, s čimer je zagotovil, da je njihovo bivanje zaznamovano z luksuzom in osebno pozornostjo.

Marketinške strategije so igrale ključno vlogo pri uspehu hotela, kar odraža načela iz tečaja. ME Barcelona je izkoristil svojo odlično lokacijo, prisotnost na družbenih omrežjih, sodelovanja z vplivneži in okolju prijazen ugled za privabljanje raznolike klientele. Dogodki, kot so joga seanse, in močna spletna prisotnost so dodatno izboljšali privlačnost hotela, medtem ko so sodelovanja z znamkami, kot je AMEX, prispevala k njegovi prestižnosti.

Operativno upravljanje v hotelu je zaznamovala stalna prizadevanja za izboljšave. Hotel je poudarjal standardizacijo storitev in redno zbiral povratne informacije tako od strank kot zaposlenih. Tehnološki napredki, kot je uporaba tablic za prijave in pametnih kontrolnih sistemov v sobah, so bili vključeni za izboljšanje izkušnje gostov, ne da bi ogrozili občutek luksuza. Hotel je prav tako upošteval kulturne preference, zagotavljal inkluzivnost z prilagajanjem ugodnosti glede na profile strank in ponujal obsežne veganske možnosti.

Če zaključimo: praksa v ME Barcelona je študentu nudila globoko in praktično razumevanje načel trajnostnega luksuznega turizma. Izkušnja je premostila vrzel med teoretičnim znanjem in resničnim svetom, ilustrirala

kompleksnost luksuznega turizma, pomembnost personaliziranih doživetij gostov in izvajanje trajnostnih praks. To poglobljeno potovanje ni le obogatilo študentovega učenja, ampak je tudi poudarilo spreminjajočo se krajino luksuznega turizma v današnjem svetu.

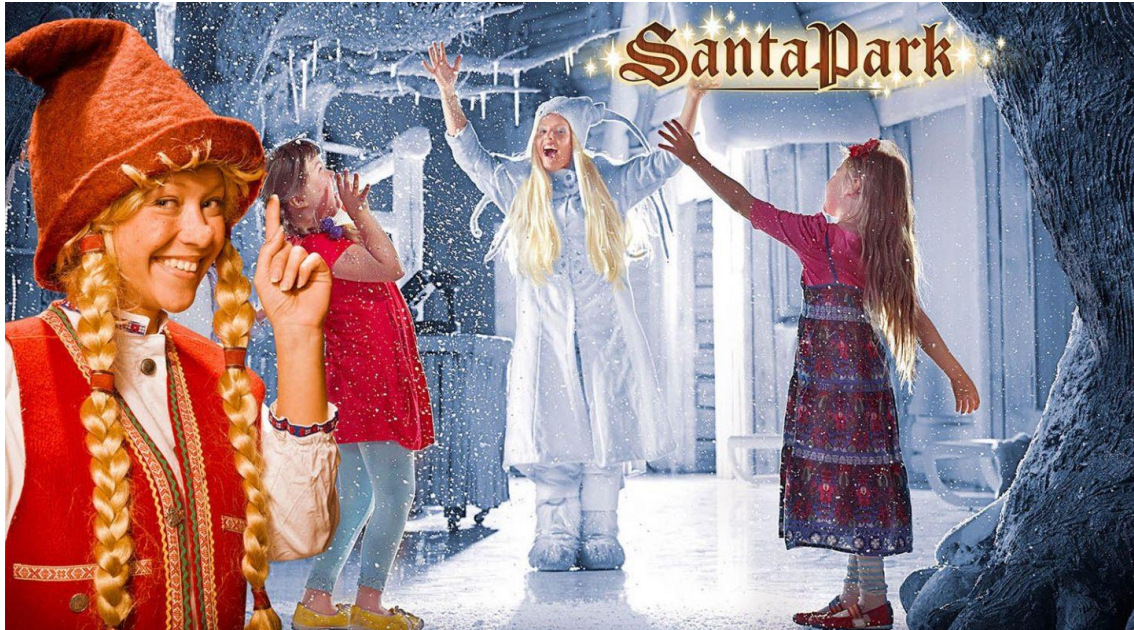


Image source: [SantaPark Rovaniemi - Discovering Finland](#)

Študija primera 5: SUHET in Santa Park, priložnost za prakso v luksuznem turizmu in trajnosti

Aneeq, študent na Univerzi uporabnih znanosti na Laponskem, se je podal na bogato izobraževalno pot, ki je združila teoretično znanje, pridobljeno iz MOOC o luksuznem trajnostnem turizmu, s praktičnimi izkušnjami med njegovo prakso.

V Santa Parku v Rovaniemi, Laponska na Finskem, se je Aneeq pridružil Oddelku za gostoljubje in storitve za goste, pri čemer je prevzel vlogo škrata. V 80 urah je raziskoval zapletenosti luksuznega turizma in storitev za goste.

Čas, ki ga je Aneeq preživel v Santa Parku, je močno vplival na njegovo doživetje luksuznega trajnostnega turizma. S sodelovanjem v okolju prijaznih pobudah in vključevanjem v skupnost se je naučil vnašati trajnostne prakse v storitve za goste. Še posebej se je izkazal pri uporabi okolju prijaznih materialov za okrasitve in pri organiziranju dobrodelnih dogodkov za podporo lokalnim izobraževalnim prizadevanjem.

Črpajoč iz učnega gradiva Modula 1 se je Aneeq osredotočil na zagotavljanje avtentičnih doživetij Laponske, pri čemer je dajal prednost

okoljski odgovornosti, podpora lokalni skupnosti in pristopu, osredotočenem na stranke. Omogočil je pristna srečanja, kot so obiski Božička in raziskovanje jam, hkrati pa je promoviral okolju prijazne prakse in sodeloval z lokalnimi obrtniki.

V Modulu 2 je Aneeq pridobil vpogled v ekonomske, družbene in okoljske temelje trajnostnega turizma. V Santa Parku je iz prve roke videl zavezanost podjetja k zaposlovanju lokalnega prebivalstva, pravičnim delovnim pogojem in varovanju okolja preko ravnanja z odpadki in trajnostnih energetske praks.

Aneeq je spretno uporabil načela Modula 3 z zbiranjem povratnih informacij gostov za prilagajanje izkušenj, s čimer je povečal zadovoljstvo gostov in uskladil storitve z njihovimi željami.

Z uporabo svojih jezikovnih veščin in orodij za digitalni marketing je Aneeq izvajal trajnostne marketinške strategije za komunikacijo okolju prijaznih praks Santa Parka in angažiranje gostov preko družbenih omrežij.

Aneeqovo razumevanje operativnega upravljanja iz Modula 5 mu je omogočilo razvijanje konceptov storitev, optimizacijo procesov in spodbujanje inovacij za zagotavljanje nenehnega izboljševanja Santa Parka.

Aneeqova sinteza teoretičnega znanja s praktičnimi izkušnjami v Santa Parku v Rovaniemi ponazarja uporabo načel trajnostnega luksuznega turizma. S poudarjanjem avtentičnosti, okoljske odgovornosti in zadovoljstva gostov, Aneeq prispeva k ustvarjanju nepozabnih in trajnostnih doživetij za goste, hkrati pa podpira lokalne skupnosti in ohranja kulturno dediščino. S svojo predanostjo nenehnemu izboljševanju in inovacijam Aneeq zagotavlja, da Santa Park ostaja v ospredju industrije luksuznega turizma, zagotavljajoč izjemno vrednost vsem deležnikom.



Image source: [SantaPark Rovaniemi - Discovering Finland](#)

Študija primera 6: SUHET ponuja vpogled, ki povečuje vrednost praktičnega usposabljanja in pripravništva

Prapassorn, študentka iz Laponske, je opravila pripravništvo v SantaParku v Rovaniemi, Finska, božičnem tematskem parku, znanem kot domača votlina Božička. Delala je v Oddelku za storitve za stranke kot Škrat (Elf) 80 ur od novembra do decembra 2023.

Pred svojim pripravništvom je študentka imela malo znanja o trajnostnem luksuznem turizmu, vendar pa je bil MOOC tečaj zanjo prelomen. Zanimiva vsebina in inovativne metode poučevanja so jo spodbudile, da je tečaj hitro zaključila. Sočasno izvajanje njenega pripravništva ji je omogočilo, da je v realnem času opazovala in uporabljala trajnostne prakse upravljanja, kar je obogatilo njeno učno izkušnjo.

Pripravništvo je zagotovilo neposredno uporabo več konceptov iz tečaja, vključno z zgodovino in pomenom trajnostnega luksuznega turizma, tremi stebri trajnosti, vpogledi v stranke, trženjem in operativnim upravljanjem. Kljub temu je čutila, da bi globlje razumevanje »zelenega« znamčenja v primerjavi z greenwashing-om bilo koristno.

Tečaj je poudaril, da je luksuz povezan z ustvarjanjem edinstvenih, nepozabnih izkušenj. V SantaParku je bila ta filozofija očitna v vsakodnevnih dejavnosti, kjer je bil cilj, da se gostje počutijo dobrodošle in

jim zagotovijo nepozabne izkušnje. Posebni paketi, kot je VEP (Very Elfish Person), so poskrbeli, da so se gostje počutili cenjene.

Delovanje SantaParka je odsevalo tri stebre trajnostnega luksuznega turizma. Okoljsko je park promoviral trajnostni transport, skupno vožnjo in polnilne postaje za električna vozila. Upravljanje odpadkov se je osredotočalo na reciklažo in varčevanje. Družbeno je park zaposlene obravnaval kot družino, zagotavljal pošteno plačilo in ustvarjal multikulturno delovno okolje. Dostopnost je bila prioriteta za goste z invalidnostmi, vzdrževale so se storitve, kot je izgubljeno in najdeno. Ekonomsko je SantaPark podpiral lokalno zaposlovanje in sodeloval z lokalnimi podjetji in dobavitelji, kar je krepilo lokalno gospodarstvo.

Razumevanje potreb in želja gostov je omogočilo SantaParku, da so prilagodili izkušnje pričakovanjem, kar je vodilo k pozitivnim povratnim informacijam in ponovnim obiskom. Učinkovita mednarodna komunikacija in IT orodja so bila ključna za trženje, saj so gostje lahko enostavno dostopali do informacij, kupovali vstopnice in podajali povratne informacije.

Operativna načela upravljanja iz tečaja so bila neposredno uporabna za vsakodnevno delovanje SantaParka. Temeljite izobraževalne seanse so zaposlene pripravile na različne situacije, kar je zagotavljalo veselo in nepozabno vzdušje za goste. Nenehno zbiranje povratnih informacij je pomagalo vzdrževati visoke standarde storitev, spletno trženje pa je bilo ključnega pomena za doseganje in angažiranje strank.

Študentkina izkušnja v SantaParku je poudarila praktično uporabo načel trajnostnega luksuznega turizma in pokazala, kako lahko trajnost, zadovoljstvo strank in operativna odličnost sobivajo v industriji luksuznih potovanj.



Image by [StartupStockPhotos](#) from [Pixabay](#)

Študija primera 7: Navigacija delovanja luksuznega turizma: vpogledi iz prakse pri Happy tours DMC

V prelomnem prehodu od teorije k praksi je študent prešel iz teoretičnega znanja, pridobljenega v okviru tečaja trajnostnega luksuznega turizma, k praktični uporabi med prakso pri Happy Tours DMC. Z delom v Oddelku za tujino je študent navigiral znotraj zapletenosti luksuznega turizma in poskušal uskladiti realnosti industrije s trajnostnimi praksami.

Praksa je trajala pet mesecev, pri čemer se je prva tri meseca osredotočal na projekt Boutique Slovenija, v naslednjih dveh mesecih pa je prevzel operativne odgovornosti za skupine. Kljub izzivom je praksa nudila neprecenljiv vpogled v dinamiko dejavnosti luksuznega turizma. Izkušnja prakse je študentu razširila razumevanje luksuznega turizma onkraj teoretičnih okvirov. Medtem ko je MOOC tečaj postavil močne temelje, je praktična izpostavljenost izpostavila nianse in zapletenosti, značilne za zadovoljevanje potreb različnih segmentov strank, zlasti tistih, ki iščejo unikatne potovalne izkušnje.

Na podlagi konceptov iz tečaja je študent prepoznal priložnosti za izboljšanje izkušnje gostov s personalizacijo in unikatnimi ponudbami. Primeri, kot so destinacije presenečenja za ameriške goste in prilagojeni



itinerarji za francoske popotnike, so poudarili pomen usklajevanja teoretičnega znanja s praktično uporabo. Ob razmisleku o praksi je študent prepoznal celovitost vsebine tečaja. Kljub temu je prepoznal potrebo po večjem poudarku na kriznem upravljanju, zlasti v kontekstu luksuznega turizma, kjer so pričakovanja visoka in so izkušnje skrbno načrtovane.

Študentove izkušnje so odražale načela trajnostnega luksuznega turizma, predstavljena v Modulu 2, čeprav z operativnimi omejitvami. Medtem ko so si prizadevali za spodbujanje trajnosti, so operativne realnosti pogosto zahtevale kompromise, kar je poudarilo potrebo po uravnoteženem pristopu za doseganje pričakovanj gostov in trajnostnih ciljev. Poudarek Modula 3 na razumevanju preferenc strank se je odrazil v študentovih vsakodnevnih interakcijah z gosti. Raznolike potrebe in pričakovanja luksuznih popotnikov so poudarile pomen personalizirane storitve in pozornosti do detajlov pri zagotavljanju izjemnih izkušenj. Študentova vključenost v razvijanje marketinškega gradiva, kot je brošura Boutique Slovenija, je ponazarjala praktično uporabo načel Modula 4. Brošura je služila kot strateško orodje za predstavitev luksuznih ponudb v Sloveniji, s čimer je prispevala k promociji trajnostnega luksuznega turizma.

Medtem ko si je študent prizadeval dati prednost trajnosti v operacijah, je prepoznal potrebo po iskanju ravnotežja med poslovno izvedljivostjo in trajnostnimi cilji. V prihodnosti si je zamislil podjetje, kjer bi bila trajnost osrednjega pomena za etos podjetja, kar bi spodbudilo prizadevanja za privabljanje luksuznih gostov in ob tem spodbujalo varstvo okolja.

Izkušnja ponazarja dinamično prepletanje teoretičnega znanja in praktične uporabe na področju luksuznega turizma. Kljub izzivom in omejitvam študentove izkušnje poudarjajo potencial za usklajevanje industrijskih praks s trajnostnimi načeli za zagotavljanje neprekosljivih izkušenj gostov. Z refleksijo in prilagajanjem študent postaja ne le vesten izvajalec, temveč tudi zagovornik trajnosti v vedno spreminjajoči se krajini luksuznega turizma.



Image by [ivabalk](#) from [Pixabay](#)

Študija primera 8: Usklajevanje teorije in prakse v trajnostnem luksuznem turizmu – študija primera Turizem Bohinj

Začetek tečaja trajnostnega luksuznega turizma je za študenta pomenil začetek preobrazbene poti. Ta tečaj, ustvarjen v okviru sodelovanja znotraj projekta Erasmus+ med evropskimi institucijami, je ponujal celovit vpogled v luksuzni turizem in njegovo soodvisno razmerje s trajnostjo. Vendar pa je bila to prav praksa študenta pri Turizmu Bohinj v Sloveniji, ki je ponudila otipljiv vpogled v uporabo trajnostnih načel v industriji.

V objemu osupljivih razgledov in neokrnjene pokrajine Bohinja v Sloveniji, Turizem Bohinj izstopa kot svetilnik luksuza in trajnosti na področju luksuznega turizma. Med 400-urno prakso na tej prestižni destinaciji je bil študent potopljen v vrhunec luksuznega gostoljubja, kjer se trajnost brezhibno prepleta z razkošjem.

Znotraj okvirov Turizma Bohinj je študent zaznal globoko predanost trajnostnim načelom, ki je presegala zgolj okoljsko zavest; postala je zaščitni znak luksuza. Od skrbno izbranih izkušenj do razkošnih nastanitev, vsak vidik izkušnje gosta je bil prežet z zavezanostjo k trajnosti. Študentove naloge so obsegale širok spekter dejavnosti, od zagotavljanja storitev

concierge, ki so zadovoljevale prefinjene okuse luksuznih strank, do organizacije ekskluzivnih dogodkov v ozadju veličastne pokrajine Bohinja. Vsaka interakcija je poudarjala neomajno zavezanost podjetja ne le zadovoljevanju, ampak preseganju pričakovanj luksuznih popotnikov, pri tem pa pazljivo ravnanje z okoljem. V tem vzdušju prefinjenega luksuza je študent občudoval kulinarčno filozofijo, ki jo je prevzel Turizem Bohinj. Tukaj je gastronomija presegala zgolj prehranjevanje; postala je umetniška oblika, ki je slavila bogato tapiserijo slovenske kulinarike, hkrati pa podpirala trajnost. Lokalne, sezonske sestavine so bile v središču pozornosti, burile brbončice gostov in krepile globljo povezanost z regijsko kulturno dediščino.

Poleg tega je študent naletel na inovativne pobude, namenjene izboljšanju izkušnje gosta ob zmanjševanju vpliva na okolje. Julian Alps: Bohinj kartica, zaščitni znak ekskluzivnosti, ni samo omogočala dostopa do številnih vrhunskih ugodnosti, ampak tudi spodbujala trajnostne prakse, kot je brezplačen javni prevoz, kar je dodatno povečalo privlačnost Bohinja kot luksuzne destinacije. Ko je študent prešel iz praktikanta v zaposlenega, je s seboj nosil neprecenljive vpogleda, pridobljene iz svoje izkustvene učne poti. Opremljen z natančnim razumevanjem luksuznega gostoljubja in trajnosti, je pripravljen postati pionir na področju luksuznega turizma, oblikovati prihodnost, kjer luksuz in trajnost nista izključujoča, ampak neločljivo prepletena.

Ta študija primera poseblja preobrazbeni potencial povezovanja teorije s prakso v trajnostnem luksuznem turizmu. Pot študenta poudarja ključno vlogo izkustvenega učenja pri oblikovanju ozaveščenih turističnih strokovnjakov. Kot Turizem Bohinj še naprej postavlja standarde za luksuzno gostoljubje, služi kot svetilnik navdiha za destinacije po vsem svetu, dakazujoč, da lahko razvijanje in trajnost sobivata harmonično na področju luksuznega turizma.



Image by benzoix on Freepik

Študija primera 9: Sonce, morje in trajnost: spodbujanje sinergije med teoretičnimi okviri in resničnimi izzivi

Zaradi hrepenenja po znanju in strokovni rasti se je študentka turizma iz Burgas College vpisala v SUHET-ov MOOC o trajnostnem luksuznem turizmu. Kot del svoje izobrazbe in za pridobitev praktičnih izkušenj je študentka opravljala vrsto pripravništev v raznolikih okoljih, vključno s hoteli, restavracijami in kavarnami. Ta praktični pristop ji je omogočil uporabo na novo pridobljenega znanja v resničnih situacijah.

Med poletjem je delala v družinski restavraciji v Burgasu, kjer je bila zadolžena za organizacijo različnih dogodkov, banketov, rojstnodnevnih zabav, sprejemanje naročil in zahtev. Izkušnje so ji nudile dragocen vpogled v operativne vidike gostinske industrije, vključno s storitvami za stranke, organizacijo dogodkov in finančnim nadzorom. Preko teh odgovornosti je izpopolnjevala svoje organizacijske in medosebne veščine ter pridobivala praktične izkušnje pri upravljanju raznolikih potreb strank.

S dolgoročnim ciljem ustanovitve lastnega podjetja ali pridružitve družinskemu podjetju je študentka z navdušenjem iskala priložnosti za pridobitev praktičnih izkušenj. Naključje je hotelo, da sta bila ona in njen prijatelj povabljeni s strani vodstva prestižnega novega obmorskega hotelskega kompleksa, da prevzameta vodenje njihovega bara na plaži v prihajajočem poletju.

Po zaključku modula 3: Luksuzni turizem in trije stebri trajnosti, se je študentka osredotočila se na okoljsko trajnost, kar je pomenilo ponuditi strankam možnost ponovne uporabe (kozarce, slamice itd.), uporabljati energetske učinkovite naprave in sodelovati z dobavitelji, ki dajejo prednost trajnostnim praksam. Za zmanjšanje odpadkov je bila prednost dana svežim sestavinam od lokalnih dobaviteljev. Kot prispevek k družbeni trajnosti je v nadaljevanju izpostavila sodelovanje bara z lokalnimi obrtniki in morda celo organiziranje čistilnih akcij na plaži za vračanje skupnosti, saj je spoštovanje lokalne kulture in tradicij ključno za ustvarjanje prijetnega vzdušja za vse.

Študentka meni, da je ekonomska trajnost pomembna za dolgoročni uspeh bara. Strankam bodo ponujene poštene cene in bar bo sodeloval z lokalnimi podjetji.

Na podlagi naučenega v modulu 4: Razumevanje gostov v trajnostnem luksuznem turizmu, študentka načrtuje redno izvajati kratke digitalne ankete na mestu za razumevanje zadovoljstva strank z napitki, storitvijo, vzdušjem in vrednostjo za denar. Podatki bodo nato analizirani za ugotavljanje področij za izboljšave.

Verjame, da prava čarovnija leži v oblikovanju nepozabne izkušnje za obiskovalce. Razviti načrt storitev, ki bo targetiral celotno izkušnjo gostov, od trenutka, ko vstopijo, do časa, ko odidejo, bo bistvenega pomena. Identificirati točke stika, kjer lahko izboljša njihovo izkušnjo, bodisi preko personalizirane storitve, edinstvenih ponudb ali razkošnega vzdušja, bo ključno. Slediti vpogledom iz modula 6: Operativno upravljanje trajnostne luksuzne izkušnje gostov, študentka načrtuje gostiti tematske večere s posebnimi koktajli, glasbo ali dekoracijami za privabljanje novih strank in ohranjanje obstoječih. Ti večeri bodo ponudili kurirano izkušnjo s specifično temo, naj bo to tropska noč s tiki koktajli in otoško glasbo, jazz večer s klasičnimi koktajli in živo glasbo, večer komedije ali degustacija vin/piva. S osredotočanjem na ustvarjanje edinstvene in nepozabne izkušnje skozi tematske večere bo bar dvignjen nad zgolj prodajo pijač. Postal bo destinacija za tiste, ki cenijo luksuzne izkušnje.

Nazadnje bo vzpostavljena dobro definirana marketinška strategija, ki bo vključevala družbena omrežja, lokalna partnerstva in ciljno usmerjeno spletno oglaševanje. To bo pomagalo doseči zeleno občinstvo in učinkovito komunicirati edinstveno vrednostno ponudbo bara. Z izvajanjem teh strategij je študentka prepričana, da lahko ustvari uspešno ustanovo, ki bo privabljala elitne stranke.



Image by Nenad Maric from Pixabay

Študija primera 10: Usklajevanje akademskega znanja z industrijskimi realnostmi v luksuznem gostinstvu

Študentka s Fakultete za turizem v Burgasu se je vpisala v SUHET MOOC, kar je zanjo pomenilo vznemirljivo potovanje v svet trajnostnega luksuznega turizma. Njena praksa je potekala v restavraciji ikoničnega štirizvezdnega hotela, ki se nahaja v živahnem središču mesta Burgas.

Poslovni hotel ponuja udobne in luksuzne nastanitve, nahaja pa se v bližini številnih restavracij, trgovin, kavarn, Morskega vrta in plaže. Gostje lahko uživajo v spektakularnih razgledih na zaliv Burgas ali mestno središče, hkrati pa jim hotel omogoča spa, restavracije, bare in celo kazino.

Obrok v hotelski restavraciji je prava izkušnja, saj ponuja tako bolgarsko kot evropsko kuhinjo v prostornem in prijetnem ambientu. Poudarek na svežih sestavinah in prijazni postrežbi zagotavlja okusno in zadovoljivo doživetje za hotelske goste in lokalne prebivalce.

Kljub temu so bile povratne informacije gostov mešane. Mnogi so pohvalili hotel zaradi njegove vrhunske lokacije, brezhibno čistih sob in raznolikega zajtrka. Gostje so cenili tudi nedavno prenovljene prostore. Po drugi strani pa so nekateri ocenjevalci ugotovili, da je osebje neentuziastično ali ne govori dobro angleško. Nekatere sobe, čeprav udobne, so bile majhne.

Zajtrk, čeprav priljubljen pri nekaterih, je bil občasno pomanjkljiv ali ni bil svež. Dodatno je hotelski ugled zapletalo notranje trenje med osebjem, ki je začelo vplivati na interakcijo z gosti. Novo zaposleno osebje in študenti so se počutili zapostavljene s strani uveljavljenega tima, pri čemer so se tradicionalne metode spopadale z inovativnimi pristopi. Ta neskladje je bilo očitno in je načenjalo nekoč slavljeno toplino hotelske in restavratorske izkušnje.

Vodstvo hotela je prepoznalo problem in se lotilo večnivojskega pristopa. Najprej so nekatere tradicionalne teambuilding vaje dopolnili s temami trajnosti. Osebje je sodelovalo na delavnicah o lokalnih prehranskih sistemih, tehnikah zmanjševanja odpadkov in okolju prijaznih čistilnih praksah.

Nato so izkušeni zaposleni postali mentorji novincem. To je omogočilo prenos znanja in spodbujalo medsebojno spoštovanje. Starejši zaposleni so se učili o najnovejših trendih v pripravi hrane, trajnostnih praksah in celo trženju na socialnih medijih. Študenti, ki so prišli naravnost z univerze, so imeli močne tehnične spretnosti, ki so se jih lahko starejši zaposleni naučili, kar je pomagalo premostiti morebitne vrzeli v tehnologiji znotraj restavracije. Študenti so pridobili dragocene vpogled v zgodovino restavracije, način dela in pričakovanja gostov.

Načela trajnostnega luksuznega turizma, podrobno obravnavana v Modulu 1, so študentki pomagala povezati teorijo s prakso in prepoznati pomen zavezanosti trajnostnim praksam v luksuznih ustanovah. To je močno spremenilo njen pogled na trajnost in dolgoročno načrtovanje za večstransko korist vseh v "verigi trajnosti".

V skladu z Modulom 4: Razumevanje strank v trajnostnem luksuznem turizmu, je študentka videla, kako hotel redno pregleduje, kako ustvarja "vrednost" za svoje stranke. To je vključevalo osredotočanje na izkušnje, personalizacijo, ustvarjanje pozitivnih družbenih in okoljskih vplivov. Na podlagi svojega teoretičnega znanja iz Modula 4 se je osredotočanje na personalizirane izkušnje in pozitivne družbene in okoljske vplive dobro skladalo s tistim, kar je opazila kot dobro prakso.

Drugi pomemben vidik prakse je bila priložnost za uporabo znanja iz Modula 3: Luksuzni turizem in trije stebri trajnosti. Študentka je, z znanjem o treh stebrih trajnosti, analizirala trenutne prakse v hotelski restavraciji z vidika okoljskih, družbenih in ekonomskih vidikov ter identificirala področja za izboljšanje. Nekatere ideje, ki jih je študentka predlagala, so bile uvedba celovitega programa recikliranja in prehod na biološko razgradljiva čistilna



sredstva. Družbeno gledano je kot možno izboljšavo predlagala izboljšanje usposabljanja osebja na področju storitev za stranke in trajnostnih praks za spodbujanje bolj vključujočega in podpornega delovnega okolja. Ekonomsko je študentka videla priložnost za uvedbo energetsko učinkovitih tehnologij za zmanjšanje obratovalnih stroškov in ponovno investiranje v prihrankov v skupnostne projekte ali lokalna partnerstva.

Hotel je večinoma uporabljal družbena omrežja in IT orodja za povečanje vidnosti in angažiranosti. Študentka je imela priložnost predlagati več strategij, izpeljanih iz tega, kar se je naučila v Modulu 5: Trženje trajnostnih luksuznih turističnih izkustvenih izdelkov in storitev. Ena od strategij je bila ustvarjanje kampanje "Zeleni ostanki" na družbenih omrežjih, ki bi poudarila ekološke prakse hotela, kot so uporaba lokalno pridelanih sestavin, zmanjšanje plastičnih odpadkov in uvedba energetsko varčnih tehnologij. Predlagala je tudi deljenje tedenskih objav s kratkimi videoposnetki in fotografijami teh praks v akciji, skupaj z nasveti za goste o tem, kako uživati v trajnostnem bivanju. Ta pristop bi ne le prikazoval zavezanost hotela trajnosti, ampak tudi spodbujal udeležbo in angažiranost gostov na spletu, je menila študentka.

Z uporabo znanja, pridobljenega v SUHET MOOC, je bila študentka opolnomočena, da prispeva k ustvarjanju bolj harmoničnega in trajnostnega hotelskega in delovnega okolja ter bogatitvi izkušenj gostov in osebja.

Projektno partnerstvo:

LAPIN AMK

Lapland University of Applied Sciences

www.lapinamk.fi



University of Maribor

www.um.si



erasmus

HOGESCHOOL BRUSSEL

www.erasmushogeschool.be

UAB

Universitat Autònoma
de Barcelona

www.uab.cat



European Center for Quality
from the idea to the result

www.ecq-bg.com

*Publikacija
Junij, 2024*



Co-funded by
the European Union



Creating and Implementing Education
for Sustainable High-End Tourism
throughout Europe

Ta projekt je financirala Evropska komisija. To sporočilo odraža le stališča avtorja in Komisija ni odgovorna za kakršno koli uporabo informacij, ki jih vsebuje.

**“USTVARJANJE IN IZVAJANJE IZOBRAŽEVANJA ZA
TRAJNOSTNI LUKSUZNI TURIZEM V EVROPI - SUHET”**

Številka projekta: 2021-1-FI01-KA220-HED-000031996

www.suhet.eu