



Co-funded by
the European Union



Coursera MOOC: Kestävä huippuluokan matkailu

SALKKU

TAPAUSTUTKIMUKSISTA



SUHET

KESTÄVÄN HUIPPULUOKAN MATKAILUN
KOULUTUKSEN LUOMINEN JA
TOTEUTTAMINEN KAIKKIALLA EUROOPASSA

Hankkeen numero: 2021-1-FI01-KA220-HED-000031996

Sisältö

Johdanto.....	2
Tapaustutkimus 1: Täysi harjoittelu Yalo Urban Boutique -hotellissa, Gentissä, Belgiassa	3
Tapaustutkimus 2: Tapaamiset ja tapahtumat Martin's Château du Lac 5*, Genval, Belgia	6
Tapaustutkimus 3: Korkean tason kestävän matkailun käytäntöjen integrointi – tapaustutkimus työharjoittelusta Cucumbi Farmilla	10
Tapaustutkimus 4: Ylellisyyden ja kestävyuden omaksuminen: opiskelijan matka huippuluokan matkailun läpi ME Barcelonassa	13
Tapaustutkimus 5: SUHET ja Santa Park, harjoittelumahdollisuus ylellisyydellä ja kestäväällä tavalla.....	15
Tapaustutkimus 6: SUHET tarjoaa oivalluksia, jotka lisäävät työssäoppimisen ja työharjoittelun arvoa	17
Tapaustutkimus 7: Luksusmatkailutoimintojen navigointi: Happy tours DMC:n harjoittelijan näkökulmat.....	19
Tapaustutkimus 8: Teorian ja käytännön harmonisointi korkean tason kestävässä matkailussa – Tapaustutkimus Bohinj Tourism	21
Tapaustutkimus 9: Aurinko, meri ja kestävä kehitys: synergian edistäminen teoreettisten puitteiden ja todellisten haasteiden välillä	23
Tapaustutkimus 10: Akateemisen tietämyksen yhdistäminen ylellisen majoitusteollisuuden realiteetteihin	25

Johdanto

Projekti "SUHET: Koulutuksen luominen ja toteuttaminen kestävää huippuluokan matkailua varten kaikkialla Euroopassa" korjaa akateemisen tietämyksen ja teollisuuden tarpeiden välistä kiiu huippuluokan matkailussa ainutlaatuisen harjoitteluverkoston avulla. Opiskelijat saavat käytännön kokemusta osallistuvista yrityksistä, jolloin he voivat hioa taitojaan ja mahdollisesti turvata tulevaisuuden työpaikan. Yritykset hyötyvät pätevien harjoittelijoiden joukosta, mikä kannustaa verkostoitumaan ja kansainvälistymään.

SUHET-projekti loi nimenomaan huippumatkailuun keskittyneen verkoston, joka tarjoaa opiskelijoille erityisiä paikkoja ja yrityksiä pääsyn kansainvälisiin kykyihin. Harjoitteluverkosto tuotti 10 tapaustutkimusta, 2 kustakin kumppanimaasta, rikasta oppimiskokemusta tuleville opiskelijoille ja ammattilaisille, jotka ilmoittautuvat MOOC:iin. Osallistuvien opiskelijoiden ammatillinen kokemus MOOC:n suorittamisen jälkeen esitellään SUHET Case Study Portfoliossa.

Tapaustutkimussalkun tavoitteena on parantaa opiskelijoiden käytännön taitoja korkeatasoisessa matkailussa altistamalla heidät todellisille haasteille ja mahdollisuuksille. Se pyrkii validoimaan kurssien sisällön vastaamaan alan tarpeita, edistämään korkeakoulujen ja yritysten välistä yhteistyötä ja kehittämään globaalia näkökulmaa opiskelijoiden ja mukana olevien yritysten keskuudessa.

Tapaustutkimussalkku on suunnattu opettajille, osakuuskumppaneiden henkilökunnalle, matkailuyrityksille ja korkeakouluille. Portfolioon sisältyvien tapaustutkimusten maantieteellinen laajuus kattaa Belgian, Bulgarian, Suomen, Slovenian ja Espanjan. Tapaustutkimukset valittiin huolellisesti esimerkkeinä vaikuttavista ja innovatiivisista harjoittelukokemuksista, jotka vastaavat MOOC:n oppimistavoitteita. Tietoja kerättiin jäsennellyillä kyselylomakkeilla ja haastatteluilla sekä opiskelijoiden että harjoittelupaikan tarjoajien kanssa, jotta varmistettiin kattava käsitys harjoittelun tuloksista ja haasteista.

Harjoittelun aikana kerätyt kommentit ja kokemukset sekä opiskelijoilta että yrityksiltä kehitettiin tapaustutkimuksiksi, jotka täydentävät Courseralta saatavilla olevaa SUHET MOOC:n "Kestävä huippumatkailu": <https://www.coursera.org/learn/sustainable-high-end-tourism>



Kuvan lähde: www.yalohotel.com

Tapaustutkimus 1: Täysi harjoittelu Yalo Urban Boutique -hotellissa, Gentissä, Belgiassa

EhB Hospitality Management -opiskelija suoritti johtamisharjoittelunsa Yalo Urban -hotellissa Gentissä, Belgiassa, 16 viikon ajan (yhteensä 608 tuntia). Se oli täydellinen harjoittelu. Tämä tarkoittaa, että hän työskenteli eri osastoilla (baari, kokoukset ja tapahtumat, vastaanotto, ravintola ja kattobaari). Tavoitteena oli aloittaa työskentely toiminnallisesti ja siten saada selkeä käsitys kaikkien näiden osastojen välisistä suhteista. Lisäksi kuukauden kuluttua opiskelija alkoi sisällyttää johtamisasioita harjoittelijana toimimiseensa, kuten tulos- ja tulosarvioinnin tarkistamiseen ja asianomaisten osastojen vastuuhenkilöiden auttamiseen.

Hänen työharjoittelunsa Yalo Urban Boutique -hotellissa tarjosi käytännön sovellusta ja kontekstin MOOC:n käsittämille teoreettisille käsitteille.

Kurssin käytännön tiedot kestävästä kehityksestä käytännöistä ja asiakkaiden oivalluksista ovat antaneet hänelle arvokasta ohjausta ja kontekstia Yalo Urban Boutique -hotellin harjoittelun aikana.

Asiantuntemusta on saatettu tarvita sellaisilla aloilla kuin erityiset kestävästä kehityksestä aloitteet ja asiakassuhteiden hallinta.

Harjoittelussa moduulissa 1 (Johdatus huippuluokan matkailuun) käsiteltävien käsitteiden käytännön soveltaminen. Se osoittaa, kuinka huippuluokan matkailu voi olla sekä ylläpitävää että kestävä, samalla kun se keskittyy asiakkaiden odotusten täyttämiseen ja arvon luomiseen. Hänen huomionsa kiinnitti se, että henkilökunta on kyllästynyt hotellin visioon. Tämä alkaa jo rekrytointihetkellä, mutta jatkuu säännöllisillä kertauskoulutuksilla ja

korostamalla hotellin näkemystä viikoittaisissa tapaamisissa siitä, kuinka palvella vieraita superhenkilökohtaisesti maksimaalisen asiakastytyvyyden saavuttamiseksi.

Opiskelijan mukaan Yalo Urban Boutique Hotel täyttää moduulissa 2 käsitellyt korkean tason kestävän matkailun kolme pilaria. Toteuttamalla taloudellisen, ympäristöllisen ja sosiaalisen kestävyuden käytäntöjä päivittäisessä toiminnassa hotelli pyrkii tarjoamaan ylläpitäviä ja samalla minimoimaan negatiivista vaikutuksia yhteiskuntaan ja ympäristöön. Vain kaksi hotelliä on saanut Green Globe -sertifikaatin Belgiassa, ja Yalo-hotelli on yksi niistä (sertifioituna jäsenenä). Hotelli tarjoaa tuotekeskeistä ruokaa, jossa on vahva painopiste vastuullisesti tuotetuissa ainesosissa (paikallinen, tuore, käsintehty ja mahdollisuuksien mukaan luomu). Opiskelija oppi, että luksusympäristössä ei voi säästää vain energiaa (aurinkopaneelit katolla, vähän kuluttavat LED-valot ja anturit sekä energiakortti huoneissa) tai vettä (pyyhkeiden ja liinavaatteiden vaihto pyynnöstä tai jälkeen 3 kertaa hanat ja suihkut säästävät vettä, mutta myös CO₂:ta (vihreä katto, polkupyörävuokraus ja mahdollisuus sähkölataukseen parkkipaikalla). Esimerkki yrityksen sosiaalisesta sitoutumisesta on yhteistyö vain paikallisten ruoka- ja juomatoimittajien kanssa, jotka tukevat samaa kestävän kehityksen visiota.

Opiskelija yllättyi harjoittelunsa aikana, että hotelli kiinnitti paljon huomiota paikallisten tukemiseen. Tietäen, että Belgia on enemmän oluen kuin viinintuottajamaa, hänen oli ravintolassa ja baarissa mainostettava paikallista viiniä, joka oli valmistettu Lochristissa Gentin laitamilla kasvatetuista rypäleistä.

Moduulissa kolme käsitellyt asiakaspalautteen käsitteet huippuluokan kestävän matkailun alalla olisivat todennäköisesti vaikuttaneet useisiin osa-alueisiin päivittäisessä työssäsi Yalo Urban Boutique -hotellissa. Hän näki, että asiakkaiden mieltymysten ymmärtäminen on tärkeää vieraskokemuksen parantamiseksi, mutta tajusi, että tämä ei ole aina ilmeistä. Luettelo näistä mieltymyksistä tehtiin päivittäin vastaanotossa mieltymysten kanssa.

Hän tajusi, että joskus asiakkaat eivät aina ajattele kestävästi. Sen jälkeen henkilökunta yritti selittää heille, kuinka he voivat tehdä oman panoksensa paremman maailman puolesta käyttämällä Grown Alchemist -hoitotuotteita annostelijoissa, joissa ei ole haitallisia ainesosia, ympäristöystävällisellä kasviöljypohjaisella paperilla ja musteella. Tutustuakseen kaupunkiin henkilökunta yrittää saada asiakkaat käyttämään polkupyörää tai sähköautoa (hotelli tarjoaa).

Opiskelija ei ollut mukana markkinointimateriaalien tekemisessä, mutta tiesi, että hotellissa on käytössä useita moduulissa 4 käsiteltyjä markkinointistrategioita: hotelli mainostaa selkeästi vastuullisuutta edistäviä toimiaan hotellin verkkosivuilla ja silloin tällöin myös sosiaalisessa mediassa. Nämä markkinointialoitteet auttavat houkuttelemaan huippuluokan, ympäristötietoisia matkailijoita ja erottamaan hotellit luksusmatkailumarkkinoilla. Nettisivuilla hotelli jopa pyytää vieraita aktiivisesti ideoimaan, kuinka olla vieläkin ympäristöystävällisempi.

Opiskelija ei ollut suoraan mukana operatiivisten johtamispäätösten tekemisessä, mutta moduulin 5 (Korkean tason kestävän matkailun operatiivinen johtaminen) oppitunnit ovat



varmasti kertoneet hänelle Yalo Urban Boutique -hotellin toimintaympäristöstä. Kun ymmärrät suorituskyvyn mittaamisen, innovaatioiden, kulttuurienvälisten näkökohtien ja palvelustrategian tärkeyden, voit nyt myötävaikuttaa yrityksen päivittäiseen toimintaan linjaamalla toimintasi sen tavoitteiden ja arvojen kanssa.

Mutta kurssin lisäksi jatkuva koulutus eri osastoilla, opiskelijalle annettu luottamus varmistaa yhteistyö muiden osastojen kanssa, oppia delegoimaan muille opiskelijoille, palvelemaan asiakkaita, saamaan heidät nauttimaan WOW-kokemuksesta (persoonallinen kosketus tai odottamaton palvelu jokaiselle asiakkaalle),... on oppinut katsomaan hotellitoimintaa entistä ahkerammin, työskentelemään entistä tarkemmin yhdellä tavoitteella: tarjota parasta palvelua hotellin korkealle tason asiakkaita.



Kuvan lähde: <https://www.martinshotels.com/>

Tapaustutkimus 2: Tapaamiset ja tapahtumat Martin's Château du Lac 5*, Genval, Belgia

Tämän viimeisen vuoden EhB-opiskelija suoritti harjoittelunsa hotellihallinnosta Martin's Château du Lac -hotelli, Belgia 25 viikon ajan ja yhteensä 950 tuntia. Opiskelija työskenteli tämän 5*-hotellin kokous- ja tapahtumaosastolla. Hänen työharjoittelunsa sisälsi hallinnollisia tehtäviä, kuten juhlien, kokousten ja tapahtumien valmistelua A:sta Z:hen, mukaan lukien yhteydenpito asiakkaisiin koko prosessin ajan, ja kentällä hän otti vastaan vieraita, seurasi tapahtumia, piti olla ennakoiva asiakkaiden tarpeiden ja pyyntöjen käsittelyssä, ja säännöllisen yhteydenpidon varmistaminen asiakkaisiin.

Opiskelija vahvisti, että verkkokurssi auttoi häntä ymmärtämään kestävästä kehityksestä paremmin. Hänen oli helpompaa käsitellä kestävästä kehityksestä liittyviä tehtäviä, ja voisi osallistua enemmän kurssin suorittamisen jälkeen. Kurssien aikana keskusteltiin GSTC-kriteereistä. En ollut tietoinen näistä kriteereistä ennen verkkokurssin aloittamista. Harjoittelunsa aikana hänen täytyi noudattaa vakiosääntöjä. GSTC-ohjeiden ansiosta minulla oli niistä ennakkotietoa.

Kurssin sisältöä pohtiessaan hän ajatteli sen keskittyvän parantamiseen kestävästä kehityksestä käytännöt. Hän kuitenkin pahoitteli, että jäi huomiotta yrityksen kestäväyyden mittaamiseen keskittyvä segmentti. Koko harjoittelunsa aikana hän oli törmännyt tähän tarkoitukseen

erilaisiin menetelmiin. Näitä olivat hiilijalanjäljen arviointi, BREEAMin kaltaisten puitteiden käyttö ja Green Keyn kaltaisten sertifikaattien sisällyttäminen.

Opiskelija vahvasti nähneensä usein Moduuli 1:n keskustelun ylellisyyden historiallisesta kehityksestä ja sen ajanmukaisuudesta heijastuvan hänen päivittäiseen toimintaansa. Se korosti, kuinka ylellisyydestä, joka oli aikoinaan eliittistatuksen symboli, oli kehittynyt helpommin saavutettavissa oleva ja kokemuksellisempi käsite. Tämä kehitys vastasi hotellin lähestymistapaa tarjota luksuselämyksiä, jotka asettivat etusijalle erilaisten asiakkaiden ymmärtämisen säilyttäen samalla eksklusiivisuuden ja laadun. Tässä oli tärkeää luoda henkilökohtaisia kokemuksia, jotka resonoivat emotionaalisesti asiakkaiden kanssa ja heijastavat ylellisyyden modernia määritelmää. Kokemus oli yhtä tärkeä kuin olennaisuus. Siksi se pyrki vastaamaan yksilöllisten luksuselämysten kasvavaan kysyntään.

Opiskelija kommentoi, että vastauksena tähän trendiin hotelli on julkaissut hotellin nettisivuille uuden esitteen tiiminrakennustarjouksista tehdäkseen tapahtumista ja vieraiden oleskelusta entistä henkilökohtaisempia ja erikoisempia. Tämä aloite heijasti hotellin sitoutumista vastaamaan yksilöllisten luksuselämysten kasvavaan kysyntään.

Lyhyesti sanottuna moduulin 1 tiedot antoivat opiskelijalle käsityksen korkean tason matkailukokemuksista ja paransivat heidän lähestymistapaansa niihin.

Opiskelija esitteli hotelliesitteen, joka sisälsi kaikki tiiminrakennuskokemukset antaakseen yritystapaamisille lisäulottuvuuden ja motivoidakseen henkilökuntaansa.

(<https://hapi.mmcreation.com/hapidam/4574ddde-c586-461f-846e-a162fbd57e0b/MCDL-TEAM-BUILDING-2024%20FI.pdf>)

Moduuli 2 kuvaili korkean tason kestävä matkailun kolmea pilaria: taloudellista, sosiaalista ja ympäristön kestävyyttä. Nämä pilarit heijastivat tarvetta tasapainottaa taloudellinen kannattavuus, sosiaalinen oikeudenmukaisuus ja ympäristönsuojelu matkailutoiminnassa. Opiskelijan jokapäiväisessä elämässä hän oli havainnut näiden pilarien välittömän merkityksen yrityksen käytäntöjen ja kokemusten kannalta.

Opiskelija vahvasti, että Martin's Château du Lac 5* -hotellin Meeting & Events -osasto kiinnitti erityistä huomiota kestäväan kehitykseen ja tarjosi yrityksille ekologisen tavan juhlia tapahtumiaan ja kokouksiaan.



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

Tämän aloitteen lisäksi hotelli pyrki nostamaan asiakkaiden tietoisuutta mahdollisimman paljon. Opiskelija yllättyi kuullessaan, että monipuolisesta tiimityöskentelystä sisä- ja

ulkotiloissa asiakkaat saattoivat valita jopa erityisiä ekologisia aktiviteetteja logolla



ilmaistuna. Ielutehtaana ja tuulipuistona. Löydät lisää selityksiä esitteestä.

Tärkeä osa talouden kestävyttä oli paikallisen vaurauden lisääminen hotellin yhteistyön avulla paikallisten yritysten kanssa. Opiskelija vahvisti sen Martin's Hotels -ketju oli hyvä esimerkki kiertotalouden käyttöönotosta. Itse asiassa heidän kestävän toimintansa ansiosta he olivat jo saaneet useita sertifikaatteja ja palkintoja. He asettivat etusijalle paikalliset, luonnolliset, kierrätetyt/kierrätettävät ja kausituotteet, rohkaisivat tavarantoimittajia noudattamaan toimintaohjeitaan ja minimoivat jätteen määrän hotelleissaan. Jäte, jota he väistämättä synnyttivät hotelliyrityksenä, kierrätettiin mahdollisuuksien mukaan.

Opiskelija oppi myös, että sosiaalinen kestävyys keskittyy ihmisoikeuksien puolustamiseen, tasa-arvoisten mahdollisuuksien edistämiseen ja paikallisyhteisöjen tukemiseen. Hyvä esimerkki tästä oli ilmeinen Martinin hotelleissa, joissa sellaisia tekijöitä kuin ihonväri, etnisuus, varallisuus, sukupuoli tai seksuaalisuus ei pidetty esteenä.

"Solar Buddy" -tiimin rakennustoiminta oli täydellinen esimerkki sosiaalisesta sitoutumisesta. Katso esite tiimin rakentamisesta, s. 16. (<https://hapi.mmcreation.com/hapidam/4574dddec586-461f-846e-a162fbd57e0b/MCDL-TEAM-BUILDING-2024%20FI.pdf>)

Ympäristön kestävyys keskittyy luonnonvarojen säästämiseen, saastumisen minimoimiseen ja biologisen monimuotoisuuden säilyttämiseen. Harjoittelun aikana opiskelija pystyi toteamaan, että Martinin hotellit yhdistävät päivittäisiin toimiin ympäristöjohtamisen käytännöt, kuten jätteiden kierrätyksen, energiatehokkuustoimenpiteet, kestävän vedenkäytön ja vastuullisen luonnonhoidon. Kaikki hotellin ostama sähkö oli vihreällä merkittyä, mikä varmistaa, että se vaikutti vihreämpään ympäristöön. Muita esimerkkejä olivat vain lasivesipullojen käyttö kokouksissa. Jos jouduit käyttämään jotain kertakäyttöistä, sen tulee olla paperia, pahvia ja helposti kierrätettävää. Jokaisesta kokoushuoneesta löydät erikoiskontit jätteiden välittömään lajitteluun.

Opiskelija myönsi, että ruokahävikki on toinen iso ongelma ravintola-alalla. Tässä hotellissa henkilökunnan jäsenille annettiin ylijääneet ateriat ja/tai buffetit, jotta heidän ei tarvinnut heittää niitä pois.

Viime aikoina muoviset huonekortit on korvattu kestävästi puisilla huonekorteilla.

Kuitenkin paljon paperia käytettiin ja heitettiin pois. Tämän pienentämisestä ja paljon enemmän digitaalisesta tekemisestä on puhuttu paljon, mutta kaikki tämä vaatisi mielenmuutosta jokaiselta henkilöstön jäseneltä. Opiskelija saattaa päätellä, että ravintola-alalla on vielä paljon tehtävää kestävämmän kehityksen eteen. Se on edelleen yksi maailman saastuneimmista aloista.

Moduuli 3 analysoi asiakkaiden käsityksiä korkean tason kestävästä matkailusta.

Opiskelija uskoi, että MOOC-moduulit keskittyivät usein ylellisyyteen, mutta hänen harjoittelukokemuksensa oli opettanut hänelle, että luksusta ei määrittele vain hotellin tähtiluokitus. Kyse oli myös ikimuistoisten kokemusten luomisesta ja vieraiden tarpeisiin

vastaamisesta. Hotellissa, jossa hän oli suorittanut harjoittelunsa, he asettivat asiakkaiden tyytyväisyyden etusijalle erilaisten strategioiden avulla. Esimerkiksi Martinin Château du Lacissa oli erityinen elämysosasto. Tämä osasto sai jatkuvasti kaikenlaista tietoa asiakkaiden mieltymyksistä ja erityistoiveista muilta osastoilta, kuten front office, baari ja ravintola, kokoukset ja tapahtumat, siivous,... Vierasprofiilit syötettiin myös Property Management Systemiin (PMS)). Näin he saattoivat varmistaa, että palaavien asiakkaiden tuleva oleskelu on vieläkin erikoisempaa ja ikimuistoisempaa.

Hotelli tarkasti myös jatkuvasti palautetta eri matkailualustoilta (TPI), jotta pysyt ajan tasalla asiakkaiden kokemuksista. Analysoimalla arvosteluja alustoista, kuten Expedia, booking.com ja hotellin verkkosivusto, he saivat käsityksen asiakkaiden mieltymyksistä. Tämän ansiosta hotelli pystyi luovasti varmistamaan, että jokainen oleskelu oli poikkeuksellinen ja unohtumaton.

Harjoittelun aikana markkinointi (moduuli 4) ei ollut opiskelijan vastuulla, koska hotellissa oli markkinointiosasto. Kestävyys oli kuitenkin aina henkilöstön mielessä. He miettivät jatkuvasti tapoja viestiä kestävän kehityksen ponnisteluistaan vieraille. Hotellin verkkosivuilla kerrottiin vierailijoille sen kestävän kehityksen käytännöistä. Lisäksi aina kun uusia kestävän kehityksen aloitteita otettiin käyttöön, niistä kerrottiin uutiskirjeessä.

Hotellissa oli vihreä avain. Ilmeisesti markkinointiosasto (mainittu verkkosivustolla) käytti tätä merkkiä osoittaakseen sen kestävyyden.

Kestävän huippuluokan matkailun operatiivinen hallinta (moduuli 5)

Tämän moduulin avainkysymys oli: "Kuinka voimme tehokkaasti mitata ja valvoa laatustandardeja ravintola-alalla?" Tuotteiden aineettoman luonteen vuoksi työntekijöiden osallistuminen oli erittäin tärkeää. Siksi jokaisella työntekijällä oli mahdollisuus osallistua ulkopuoliseen erityiskoulutukseen 3 kertaa vuodessa.

Opiskelija vahvisti, että vieraan sisäänkirjautumisen jälkeen ja hänen oleskelunsa aikana henkilökunnan jäsenten täytyi aina tunnistaa hänet ja puhua hänelle hänen sukunimellään (tai herra/rouva kanssa), kun he tapasivat hotellissa. .

Jokaisella henkilökunnan jäsenellä oli matkapuhelin, jolla he vaihtoivat jatkuvasti tietoja toistensa kanssa mahdollisista ongelmista tai asiakkaiden vaatimuksista.

Lisäksi merkittävä panostus teknologiaan ja sitoutuminen jatkuvaan innovaatiojohtamiseen olivat erittäin tärkeitä. Näiden elementtien tasapainottaminen yrityksen sisällä oli suuri haaste.

Martinin hotellit arvostavat suuresti asiakkaiden kommentteja ja arvosteluja alustoilla, kuten booking.com ja Expedia. Jokainen negatiivinen kommentti otettiin vakavasti ja hotelli yritti ennakoivasti korjata tai ratkaista (mahdolliset) ongelmat mahdollisimman nopeasti. Säännölliseen markkinatutkimukseen sisältyi vierailuja kilpaileviin hotelleihin vertaillakseen hotellien suorituskykyä ja tunnistakseen kehittämiskohteita. Muutosvastaisuudesta huolimatta Martinin Château du Lac -hotelli tunnusti tarpeensa pysyä kilpailukykyisenä ja tarjota poikkeuksellinen asiakaskokemus.



Kuvan lähde: www.cucumbi.com

Tapaustutkimus 3: Korkean tason kestävän matkailun käytäntöjen integrointi – tapaustutkimus työharjoittelusta Cucumbi Farmilla

Barcelonan autonomisen yliopiston opiskelija oli uppoutunut useisiin asuntoihin kolmeksi kuukaudeksi harjoittelun aikana Alentejon alueella (Portugali) sijaitsevassa paikallisessa majoituksessa Cucumbi Farmissa. Tämä poikkikoulutuskokemus tarjosi ainutlaatuisen näkökulman korkean tason kestävän matkailun käytännön sovelluksiin, kuten on kuvattu korkean tason kestävän matkailun MOOC:ssa.

Yksi merkittävimmistä paljastuksista harjoittelijalle oli ylellisyyden moderni kehitys. MOOC korosti, että nykyaikainen ylellisyys on vähemmän harvinaisten esineiden omistamista vaan enemmän henkilökohtaisten tunnekokemusten tarjoamista. Cucumbissa tämä muutos näkyi päivittäisessä toiminnassa. Henkilökohtainen palvelu oli ensiarvoisen tärkeää, ja henkilökunta oli huolellisesti koulutettu ymmärtämään ja palvelemaan asiakkaiden yksilöllisiä tarpeita. Tämä sisälsi henkilökohtaisia reittejä, yksityisiä joogatunteja ja ruoanlaittotunteja paikallisista raaka-aineista. Ihmisten välisen vuorovaikutuksen painottaminen ja jatkuva henkilöstön koulutus paransivat vieraiden tyytyväisyyttä suuresti vahvistaen kurssin opetuksia yksilöllisen palvelun tärkeydestä huippuluokan matkailussa.

Kestävyys oli toinen tärkeä osa harjoittelijan oppimista. Cucumbi Farm integroi kestäviä käytäntöjä saumattomasti toimintaansa tarjoamalla käytännön esimerkkejä korkean tason kestävän matkailun kolmesta pilarista: taloudellisesta, sosiaalisesta ja ympäristön

kestävyydestä. Taloudellisesti tila tuki paikallisia yrityksiä hankkimalla tavaroita ja palveluita paikallisesti, luomalla työpaikkoja ja investoimalla tuloja uudelleen yhteisöön. Yhteiskunnallisesti hän puolusti reiluja työkäytäntöjä ja otti paikallisyhteisön mukaan varmistamaan, että matkailun edut jaetaan laajasti. Ympäristön näkökulmasta Cucumbi käytti luomuviljelyä, jätteen vähentämisstrategioita ja uusiutuvia energialähteitä osoittaen vahvaa sitoutumista ekologisen jalanjälkensä vähentämiseen.

Harjoittelija seurasi näiden kestävien käytäntöjen käytännön sovelluksia päivittäisessä toiminnassa. Esimerkiksi tilan allasvettä lämmitettiin ilmastointijärjestelmän lämmöllä, mikä osoitti innovatiivista lähestymistapaa energiansäästöön. Vieraat osallistuivat kestäväan kehitykseen muun muassa kompostoimalla ja luomupuutarhanhoidolla, mikä paitsi koulutti heitä kestävästä käytännöstä, myös otettiin mukaan tilan vihreisiin hankkeisiin.

Asiakkaiden näkemysten ymmärtäminen oli ratkaisevan tärkeää räätälöitäessä kokemuksia vastaamaan heidän odotuksiaan. Cucumbi keräsi ja analysoi asiakastietoja huolellisesti, jotta he voivat tarjota erittäin henkilökohtaisia kokemuksia. Tämä vaihteli henkilökohtaisista maatilamatkoista ja yksityisistä ruokailukokemuksista henkilökohtaisiin hyvinvointiohjelmiin. Tilan sitoutuminen aitouteen ja kestävyteen resonoi syvästi vieraiden keskuudessa, joista monet arvostivat näitä näkökohtia ja heistä tuli uskollisia puolestapuhujia, jotka korostivat vahvojen asiakassuhteiden rakentamisen tärkeyttä, joka perustuu asiakkaiden tarpeiden ymmärtämiseen ja tyydyttämiseen.

Cucumbin markkinointistrategiat mukautettiin kestäväan kehityksen periaatteisiin. Tilan tuotteet, kuten ekomajat ja luomutuotteet, on suunniteltu kestäväan kehitystä ajatellen. Sen hinnoittelustrategia heijasteli sen tarjonnan ylivoimaista laatua ja kestävyttä, mikä houkutteli asiakkaita, jotka ovat halukkaita investoimaan korkealuokkaisiin, ympäristötietoisiin kokemuksiin. Markkinointityössä korostettiin tilan sitoutumista kestävyteen käyttämällä tarinankerrontaa, visuaalista sisältöä ja interaktiivista sosiaalista mediaa yleisön sitouttamiseen ja kouluttamiseen.

Cucumbin operatiivinen johtaminen keskittyi palvelun korkean laadun ja tehokkuuden ylläpitämiseen. Normaalit toimintatavat varmistivat palvelun toimittamisen johdonmukaisuuden, kun taas asiakaspalautetta haettiin aktiivisesti ja hyödynnettiin jatkuvan parantamisen edistämiseksi. Paikallisen kulttuurin ja perinteiden integrointi vieraskokemukseen lisäsi heidän oleskeluun ainutlaatuisen ja autenttisen ulottuvuuden. Innovaatiot otettiin käyttöön vihreiden teknologioiden käyttöönoton kautta, ja työntekijöiden tyytyväisyys asetettiin etusijalle, sillä tunnustettiin, että motivoitunut tiimi on välttämätön poikkeuksellisten vieraskokemusten tarjoamiseksi.

Yhteenvedon voidaan todeta, että harjoittelu Cucumbi Farmilla antoi arvokasta oivallusta korkean tason kestäväan matkailun periaatteiden käytännön toteutukseen. Henkilökohtaisen palvelun, kestävien käytäntöjen, asiakasnäkemysten, tehokkaan markkinoinnin ja toiminnallisen huippuosaamisen yhdistelmä osoitti, kuinka nämä käsitteet eivät ole vain teoreettisia, vaan välttämättömiä ikimuistoisten, ylellisten ja kestävien matkailuelämysten luomisessa. Tämä käytännön kokemus vahvisti harjoittelijan ymmärrystä MOOC-sisällöstä ja osoitti sen merkityksen ja sovellettavuuden todellisessa maailmassa.



Co-funded by
the European Union





Kuvan lähde: www.melia.com

Tapaustutkimus 4: Ylellisyyden ja kestävyiden omaksuminen: opiskelijan matka huippuluokan matkailun läpi ME Barcelonassa

Tämä tapaustutkimus perustuu Barcelonan autonomisen yliopiston opiskelijan kokemukseen, joka suoritti kolmen kuukauden harjoittelun ME Barcelonassa, Meliá International Hotel -ketjun arvostetussa 5 tähden hotellissa. Plaça de Catalunyan lähellä sijaitseva ME Barcelona edustaa ylellisyyden ja kestävyiden yhdistelmää, lähestymistapaa, josta tuli opiskelijan käytännön oppimiskokemuksen keskipiste.

Harjoittelun aikana opiskelija uppoutui kahden keskeisen osaston dynaamisiin ympäristöihin: Front Office ja Guest Experience Line. Front Office -osastolla opiskelija hoiti olennaiset toiminnot, kuten sisään- ja uloskirjautumiset, käsitteli asiakkaiden tiedustelut ja koordinoi saumattomasti muiden osastojen kanssa. Samaan aikaan Guest Experience -osasto, joka on omistautunut luomaan ainutlaatuisia ja ikimuistoisia elämyksiä vieraille, tarjosi syvemmän näkemyksen huippuluokan matkailun vivahteista.

Harjoittelu muutti merkittävästi opiskelijan näkemystä huippuluokan kestävästä matkailusta MOOC:n sisällöstä. Alun perin yleiskatsauksena pidetyt kurssikonseptit saivat käytännön soveltamisen kautta uuden ulottuvuuden spesifisyydestä ja syvyydestä. Opiskelija tajusi, että huippuluokan matkailu vaatii syvällistä ymmärrystä ainutlaatuisten ja unohtumattomien elämysten luomisesta, paljon muutakin kuin pelkät luksuspalvelut.

Yksi kurssin perustavanlaatuisimmista oppitunneista oli uusi luksuskonsepti, joka korostaa yksilöllisiä ja ainutlaatuisia kokemuksia. Tämä idea heräsi elävästi ME Barcelonassa, jossa vieraat, erityisesti Yhdysvalloista ja Euroopasta, etsivät ainutlaatuisia kokemuksia, jotka ylittivät tavallisen turistireitin. He halusivat löytää Barcelonan erityisellä tavalla, etsimällä poikkeuksellisia ravintoloita ja piilotettuja helmiä kuuluisien paikkojen sijaan. Sen sijaan vieraat Dubaista tai Intiasta pitivät usein parempana ylellisten huoneiden runsautta ja erinomaista aamiaista korostaen kulttuuristaan perustuvia vaihtelevia odotuksia.

Vastuullisuus, MOOCin kulmakivi, oli esimerkki hotellin toiminnasta. ME Barcelona toteutti lukuisia ekologisia käytäntöjä, kuten ilmastoinnin lämmön hyödyntäminen uima-altaan lämmittämiseen tai aurinkopaneelien asentaminen. Hotelli omaksui myös sosiaalisen osallisuuden ja asettui ylpeänä homoystävälliseksi. Nämä käytännöt osoittivat sitoutumista tasapainottamaan taloudellista, ympäristöllistä ja sosiaalista kehitystä korkean tason kestävän matkailun kolmen pilarin kanssa.

Asiakkaiden näkemysten ymmärtämisen tärkeys oli toinen kurssin keskeinen oppitunti. ME Barcelonassa tämä merkitsi selkeän ja mieleenpainuvan ympäristön luomista. Hotelli käytti omaa tuoksua herättämään vieraisissa pysyviä muistoja ja tarjosi VIP-asiakkaille erityisiä mukavuuksia, mikä varmisti heidän oleskelunsa ylellisyydestä ja henkilökohtaisesta huomiosta.

Markkinointistrategioilla oli ratkaiseva rooli hotellin menestyksessä, mikä heijastelee kurssin periaatteita. ME Barcelona käytti hyväkseen etuoikeutettua sijaintiaan, läsnäoloaan sosiaalisessa mediassa, yhteistyötä vaikuttajien kanssa ja ekologista mainetta houkutelakseen monipuolisen asiakaskunnan. Tapahtumat, kuten joogatunnit ja vahva online-läsnäolo lisäsivät entisestään hotellin vetovoimaa, kun taas yhteistyö brändien, kuten AMEX, kanssa lisäsi sen arvostusta.

Hotellin operatiivista johtamista leimasi jatkuva parannuspyrkimys. Hotelli painotti palvelujen standardointia ja keräsi säännöllisesti palautetta sekä vierailta että työntekijöiltä. Tekniset edistysaskeleet, kuten tablettien käyttö sisäänkirjautumiseen ja älykkäät huoneohjaukset, on integroitu parantamaan vieraiden kokemusta ylellisyyden tunteesta tinkimättä. Hotelli huomioi myös kulttuuriset mieltymykset ja varmisti osallisuuden räätälöimällä mukavuudet asiakasprofiilien mukaan ja tarjoamalla laajoja vegaanivaihtoehtoja.

Yhteenvedon voidaan todeta, että harjoittelu ME Barcelonassa antoi opiskelijalle syvän ja käytännönläheisen ymmärryksen korkean tason kestävän matkailun periaatteista. Kokemus ylitti teoreettisen tiedon ja todellisen soveltamisen välisen kuilun, havainnollistaen luksusmatkailun monimutkaisuutta, henkilökohtaisten vieraskokemusten merkitystä ja kestävien käytäntöjen toteuttamista. Tämä immersiomatka ei vain rikastanut opiskelijoiden oppimista, vaan myös korosti kehittyvää huippumatkailun maisemaa nykymaailmassa.



Kuvan lähde: [SantaPark Rovaniemi - Tutustu Suomeen](#)

Tapaustutkimus 5: SUHET ja Santa Park, harjoittelumahdollisuus ylellisyydellä ja kestäväällä tavalla

Lapin ammattikorkeakoulun opiskelija Aneeq lähti rikastuttavalle matkalle, joka yhdisti saumattomasti High-End Sustainable Tourism MOOC -tapahtumassa hankitun teoreettisen tiedon ja käytännön kokemuksen työharjoittelun aikana.

Santa Park Rovaniemellä Lapissa Aneeq liittyi ravintola- ja vieraspalveluosastolle omaksuen tontun persoonallisuuden. 80 tunnin aikana hän syventyi luksusmatkojen ja vieraspalvelujen monimutkaisuuteen.

Aneeqin aika Santa Parkissa vaikutti syvästi hänen näkemykseensä kestävästä luksusmatkailusta. Osallistumalla aktiivisesti vihreisiin aloitteisiin ja yhteisöllisyyteen hän oppi sisällyttämään kestäviä käytäntöjä vieraspalveluihin. Aneeq puolusti erityisesti ympäristöystävällisten materiaalien käyttöä koristeissa ja järjesti hyväntekeväisyystapahtumia tukeakseen paikallista koulutusta.

Moduuli 1:n opetusten pohjalta Aneeq keskittyi aitojen Lapin elämysten tuomiseen, ympäristövastuun priorisointiin, paikallisyhteisön tukemiseen ja asiakaslähtöisyyden varmistamiseen. Se helpotti aitoja kohtaamisia, kuten joulupukin kohtaamisia ja luolatutkimusta, samalla kun edisti ympäristöystävällisiä käytäntöjä ja teki yhteistyötä paikallisten käsityöläisten kanssa.

Moduuli 2:ssa Aneeq hankki tietoa kestävästä matkailun taloudellisista, sosiaalisista ja ympäristöllisistä pilareista. Santa Parkissa hän näki omakohtaisesti yrityksen sitoutumisen

paikalliseen työllisyyteen, oikeudenmukaisiin työoloihin ja ympäristönsuojeluun jätehuollon ja kestävien energiakäytäntöjen avulla.

Aneeq sovelsi taitavasti Moduuli 3:n periaatteita keräämällä asiakaspalautetta henkilökohtaistaakseen kokemuksia, mikä parantaa asiakkaiden tyytyväisyyttä ja mukauttaa palvelut heidän mieltymyksiensä mukaan.

Aneeq toteutti kielitaitoaan ja digitaalisen markkinoinnin työkaluja hyödyntäen kestäväen markkinoinnin strategioita viestiäkseen Santa Parkin vihreistä käytännöistä ja sitouttaakseen kävijöitä sosiaalisen median alustojen kautta.

Aneeqin ymmärrys operatiivisesta johtamisesta moduulissa 5 antoi hänelle mahdollisuuden kehittää palvelukonsepteja, optimoida prosesseja ja edistää innovaatioita varmistaakseen Santa Parkin jatkuvan parantamisen.

Aneeqin synteesi teoreettisesta tiedosta ja käytännön kokemuksesta Santa Park Rovaniemellä on esimerkki korkean tason kestäväen matkailun periaatteiden soveltamisesta. Priorisoimalla aitouden, ympäristövastuun ja asiakastyytyväisyyden Aneeq auttaa luomaan ikimuistoisia ja kestäviä vieraselämyksiä sekä tukemaan paikallisia yhteisöjä ja säilyttämään kulttuuriperintöä. Jatkuvaan parantamiseen ja innovaatioihin sitoutumisellaan Aneeq varmistaa, että Santa Park pysyy luksusmatkailualan eturintamassa ja tarjoaa poikkeuksellista lisäarvoa kaikille sidosryhmille.



Kuvan lähde: [SantaPark Rovaniemi - Tutustu Suomeen](#)

Tapaustutkimus 6: SUHET tarjoaa oivalluksia, jotka lisäävät työssäoppimisen ja työharjoittelun arvoa

Lapin opiskelija Prapassorn suoritti harjoittelun SantaParkissa Rovaniemellä, joulupukin syntymäpaikkana tunnetussa jouluteemapuistossa. Hän työskenteli asiakaspalveluosastolla Elfana 80 tuntia marraskuusta joulukuuhun 2023.

Ennen työharjoitteluaan Prapassornilla oli vähän tietoa "kestävän huippuluokan matkailusta". Tämän kurssin opiskelu MOOCin kautta oli kuitenkin mullistavaa. Kiinnostava sisältö ja innovatiiviset opetusmenetelmät motivoivat häntä suorittamaan kurssin nopeasti. Samanaikainen työharjoittelu aika antoi hänelle mahdollisuuden tarkkailla ja soveltaa kestävän johtamisen käytäntöjä reaaliajassa, mikä lisäsi oppimiskokemustaan.

Harjoittelu tarjosi suoria sovelluksia useille kurssin käsitteille, mukaan lukien korkean tason kestävän matkailun historia ja merkitys, kestävän kehityksen kolme pilaria, asiakaskäsitys, markkinointi ja toiminnan johtaminen. Hän kuitenkin katsoi, että olisi ollut hyödyllistä saada syvällisempi ymmärrys vihreästä brändäyksestä verrattuna greenwashingiin.

Kurssilla korostettiin, että luksus on ainutlaatuisten ja ikimuistoisten elämysten luomista. SantaParkissa tämä filosofia näkyi päivittäisessä toiminnassa, jossa tavoitteena oli saada vieraat tuntemaan olonsa tervetulleiksi ja varmistaa unohtumattomia kokemuksia. Erikoispaketit, kuten VEP (Very Elfish Person), varmistivat, että asiakkaat tunsivat olonsa arvostetuiksi.

SantaParkin toiminta heijastui korkean tason kestävän matkailun kolmea pilaria. Ympäristötasolla puistossa edistettiin kestävästä liikennettä, autojen yhteiskäyttöä ja sähköautojen latausasemia. Jätehuolto keskittyi kierrätykseen ja säästämiseen. Sosiaalisesti



puisto kohteli työntekijöitä kuin perhettä, takasi oikeudenmukaisen palkan ja loi monikulttuurisen työympäristön. Vammaisten vieraiden esteettömyys asetettiin etusijalle ja tilat, kuten löytö- ja kadonneet palvelut, säilytettiin. Taloudellisesti SantaPark tuki paikallista työllisyyttä ja teki yhteistyötä paikallisten yritysten ja tavarantoimittajien kanssa tukeen paikallista taloutta.

Vieraiden tarpeiden ja toiveiden ymmärtäminen antoi SantaParkille mahdollisuuden räätälöidä heidän odotuksiaan vastaavia kokemuksia, mikä johti positiiviseen palautteeseen ja toistuviin vierailuihin. Markkinoinnin kannalta keskeiset olivat tehokkaat kansainväliset viestintä- ja IT-työkalut, joiden avulla asiakkaat saivat helposti tietoa, ostaa lippuja ja antaa palautetta.

Kurssin toiminnanohjausperiaatteet sovellettiin suoraan SantaParkin päivittäiseen toimintaan. Perusteelliset koulutukset valmensivat työntekijöitä erilaisiin tilanteisiin ja varmistivat vieraille iloisen ja ikimuistaisen tunnelman. Jatkuva palautteen kerääminen auttoi ylläpitämään korkeaa palvelutasoa ja verkkomarkkinointi oli elintärkeää asiakkaiden tavoittamisessa ja kanssakäymisessä.

Prapassornin kokemus SantaParkista nosti esiin korkean tason kestävän matkailun periaatteiden käytännön soveltamisen, mikä osoitti, kuinka kestävyys, asiakastyytyväisyys ja toiminnan erinomaisuus voivat esiintyä luksusmatkailualalla.



Kuvan tekijä [StartupStocksPhotos/Pixabay](#)

Tapaustutkimus 7: Luksusmatkailutoimintojen navigointi: Happy tours DMC:n harjoittelijan näkökulmat

Muutosmatkalla teoriasta käytäntöön opiskelija siirtyi High-End Sustainable Tourism -kurssin kautta hankitusta teoreettisesta tiedosta käytännön sovelluksiin Happy Tours DMC:n harjoittelun aikana. Ulkomailla työskennellyt opiskelija navigoi luksusmatkailun monimutkaisissa kysymyksissä pyrkien yhdenmukaistamaan alan todellisuutta kestävien käytäntöjen kanssa.

Opiskelijan työharjoittelu kesti viisi kuukautta ja keskittyi ensimmäiset kolme kuukautta Boutique Slovenia -projektiin, jota seurasi ryhmien operatiiviset vastuut seuraavan kahden kuukauden aikana. Haasteista huolimatta harjoittelu tarjosi korvaamattoman arvokasta näkemystä luksusmatkailun toiminnan dynamiikasta. Harjoittelukokemus laajensi opiskelijan ymmärrystä luksusmatkailusta teoreettisten konstruktien ulkopuolelle. Vaikka MOOC loi vankan perustan, käytännön esittelyssä korostettiin vivahteita ja monimutkaisia, jotka liittyvät erilaisten asiakasryhmien palvelemiseen, erityisesti henkilökohtaisia matkakokemuksia etsiviin.

Opiskelija tunnisti kurssikonseptien pohjalta mahdollisuuksia parantaa asiakaskokemuksia yksilöllisillä kosketuksilla ja ainutlaatuisilla tarjouksilla. Esimerkit, kuten matkat yllätyskohteisiin amerikkalaisille vieraille ja räätälöidyt matkasuunnitelmat ranskalaisille matkailijoille, korostivat teoreettisen tiedon ja käytännön sovellusten yhdistämisen tärkeyttä. Harjoittelua pohdittaessa opiskelija huomasi kurssin sisällön kattavan kattavuuden. Tarve panostaa kriisinhallintaan kuitenkin tunnistettiin erityisesti

luxusmatkailun yhteydessä, jossa odotukset ovat korkealla ja kokemukset valikoituvat huolellisesti.

Opiskelijoiden kokemukset heijastivat moduulissa 2 kuvattuja korkean tason kestävän matkailun periaatteita, joskin toiminnallisin rajoituksin. Kun pyrimme edistämään kestävää kehitystä, toiminnalliset realiteetit vaativat usein kompromisseja, mikä korosti tarvetta tasapainoiseen lähestymistapaan, joka täyttää sekä vieraiden odotukset että kestävän kehityksen tavoitteet. Moduuli 3:n keskittyminen vieraiden mieltymysten ymmärtämiseen resonoi opiskelijan päivittäiseen vuorovaikutukseen vieraiden kanssa. Luxusmatkustajien monipuoliset tarpeet ja odotukset vahvistivat yksilöllisen palvelun ja yksityiskohtiin huomioimisen merkitystä poikkeuksellisten elämysten tuottamiseksi. Opiskelijan osallistuminen markkinointimateriaalien, kuten Boutique Slovenia -esitteen, kehittämiseen osoitti moduulin 4 periaatteiden käytännön soveltamista. Esite toimi strategisena työkaluna esitellä luksusarjontaa Sloveniassa, mikä osaltaan edistää korkean kestävää matkailua.

Pyrkinessään priorisoimaan kestävyttä toiminnassa, opiskelija ymmärsi tarpeen löytää tasapaino liiketoiminnan elinkelpoisuuden ja kestävän kehityksen tavoitteiden välillä. Tulevaisuudessa opiskelija visioi tulevaisuuden, jossa kestävyys olisi yrityksen eetoksen keskeinen osa, mikä edistää pyrkimyksiä houkutella luksusvieraita ja kannustaa ympäristönsuojeluun.

Työharjoittelumatka on esimerkki teoreettisen tiedon ja käytännön soveltamisen dynaamisesta vuorovaikutuksesta luksusmatkailun alalla. Haasteiden ja rajoitusten kohtaamisesta huolimatta opiskelijoiden kokemukset korostavat potentiaalia yhdenmukaistaa alan käytännöt kestävien periaatteiden kanssa ja tarjota vertaansa vailla olevia vieraskokemuksia. Pohdinnan ja sopeutumisen kautta opiskelija ei nouse vain tunnollisena harjoittajana, vaan myös kestävän kehityksen puolestapuhujana luksusmatkailun jatkuvasti kehittyvässä maisemassa.



Kuvan tekijä [ivabalk/Pixabay](#)

Tapaustutkimus 8: Teorian ja käytännön harmonisointi korkean tason kestävässä matkailussa – Tapaustutkimus Bohinj Tourism

Korkean tason kestävä matkailun kurssin aloittaminen merkitsi yhdelle opiskelijalle muutoksen alkua. Tämä kurssi, joka on kehitetty yhteistyössä Erasmus+ -projektissa, joka kattaa Euroopan instituutiot, tarjosi kattavan tutkimuksen huippumatkailusta ja sen symbioottisesta suhteesta kestävään kehitykseen. Kuitenkin juuri opiskelijan harjoittelu Bohinj Tourismissa Sloveniassa tarjosi konkreettisia näkemyksiä kestävien periaatteiden soveltamisesta alalla.

Slovenian Bohinjn upeiden näkymien ja koskemattomien maisemien keskellä sijaitseva Tourism Bohinj on ylläilyksen ja kestävä kehityksen majakka huippuluokan matkailun alueella. Koko 400 tunnin harjoittelun ajan tässä arvostetussa kohteessa opiskelija uppoutui ylellisen vieraanvaraisuuden ruumiillistumaan, jossa kestävyys kietoutuu saumattomasti ylellisyyteen.

Bohinj Tourismin rajojen sisällä opiskelija havaitsi syvän omistautumisen kestäville periaatteille, jotka ylittivät pelkän ympäristötietoisuuden; Siitä tuli ylellisyyden tunnusmerkki. Huolellisesti kuratoiduista elämyksistä ylellisiin huoneisiin vieraiden kokemuksen jokainen puoli oli täynnä sitoutumista kestävään kehitykseen. Opiskelijoiden tehtävät kattoivat monenlaisia tehtäviä aina huippuasiakkaiden vaativimpiin makuun sopivien concierge-palveluiden tarjoamisesta eksklusiivisten tapahtumien järjestämiseen Bohinjn majasteettisen maiseman taustalla. Jokainen vuorovaikutus osoitti yrityksen

horjumatonta sitoutumista luksusmatkustajien odotusten täyttämiseen, mutta niiden ylittämiseen ympäristöä kunnioittaen. Tässä hienostuneen ylellisyyden ilmapiirissä opiskelija ihmetteli Bohinj Tourismin omaksumaa kulinaarista henkeä. Täällä gastronomia ylitti pelkän ravinnon; Siitä tuli taidemuoto, joka juhli slovenialaisen keittiön runsasta kuvakudosta samalla kun puolusti kestävyttä. Paikallisesti hankitut sesongin raaka-aineet olivat keskeisessä asemassa, houkuttelevat vieraiden makuhermoja ja edistivät syvempää yhteyttä alueen kulttuuriperintöön.

Lisäksi opiskelija löysi innovatiivisia aloitteita vieraskokemuksen parantamiseen ja ympäristövaikutusten minimoimiseen. Eksklusiivisuuden sinetti, Julian Alps: Bohinj-kortti ei ainoastaan antanut pääsyn lukuisiin premium-palveluihin, vaan myös edisti kestäviä käytäntöjä, kuten ilmaista joukkoliikennettä, mikä lisäsi entisestään Bohinjin vetovoimaa luksuskohteena. Kun opiskelija siirtyi harjoittelijasta työntekijäksi, hän toi kokemuksellisella oppimismatkallaan saamaansa arvokasta tietoa. Heillä on vivahteikas ymmärrys ylellisestä vieraanvaraisuudesta ja kestävästä kehityksestä, ja he ovat valmiita olemaan edelläkävijöitä huippuluokan matkailun alalla, muovaamassa tulevaisuutta, jossa ylellisyys ja kestävyys eivät ole toisiaan poissulkevia, vaan olennaisesti kietoutuneet toisiinsa.

Tämä tapaustutkimus esittelee teorian ja käytännön yhdistämisen potentiaalia huippuluokan kestävässä matkailussa. Opiskelijamatka korostaa kokemuksellisen oppimisen kriittistä roolia tietoisten matkailualan ammattilaisten kouluttamisessa. Samalla kun Tourism Bohinj asettaa edelleen ylellisen vieraanvaraisuuden standardin, se toimii inspiraation majakana kohteisiin ympäri maailmaa ja todistaa, että hemmottelua ja kestävyttä voivat esiintyä harmonisesti huippuluokan matkailussa.



Benzoix-kuva Freepikissä

Tapaustutkimus 9: Aurinko, meri ja kestävä kehitys: synergian edistäminen teoreettisten puitteiden ja todellisten haasteiden välillä

Tiedon janon ja ammatillisen kasvun johdosta matkailuopiskelija Burgas Collegesta ilmoittautui huippuluokan kestävä matkailun SUHET MOOCiin. Osana koulutustaan ja käytännön kokemuksen hankkimiseksi opiskelija suoritti sarjan harjoittelupaikkoja erilaisissa ympäristöissä, kuten hotelleissa, ravintoloissa ja kahviloissa. Tämä käytännönläheinen lähestymistapa helpotti juuri hankitun tiedon soveltamista tosielämän skenaarioihin.

Kesäisin hän työskenteli Burgasin perheravintolassa, jossa hän vastasi erilaisten tapahtumien, juhlien, syntymäpäiväjuhlien järjestämisestä, tilausten ja pyyntöjen vastaanottamisesta. Nämä kokemukset antoivat hänelle arvokkaita näkemyksiä ravintola-alan toiminnallisista näkökohdista, mukaan lukien asiakaspalvelu, tapahtumanhallinta ja taloushallinto. Näiden vastuiden kautta hän hioi organisointi- ja ihmissuhdetaitojaan samalla, kun hän sai käytännön kokemusta erilaisten asiakkaiden tarpeiden hallinnasta.

Pitkän tähtäimen tavoitteena oman yrityksen perustaminen tai perheyrietykseen liittyminen opiskelija etsi innokkaasti mahdollisuuksia käytännön kokemukseen. Satunnainen tilaisuus avautui, kun arvostetun uuden merenrantakohteen johto kutsui hänet ja ystävänsä ottamaan haltuunsa heidän rantabaarinsa ensi kesänä.

Moduulin 3: Huippumatkailu ja kestävä kehityksen kolme pilaria jälkeen opiskelija aikoo keskittyä ympäristön kestävyteen. Tämä tarkoittaa uudelleenkäytettävien vaihtoehtojen tarjoamista asiakkaille (kupit, pillit jne.), energiatehokkaiden laitteiden käyttöä ja kumppanuutta kestäviä käytäntöjä priorisoivien toimittajien kanssa. Jätteen vähentämiseksi etusijalle asetetaan paikallisten toimittajien tuoreet raaka-aineet. Sosiaalisen kestävyden edistämiseksi baari voi tehdä yhteistyötä paikallisten käsityöläisten kanssa ja mahdollisesti

jopa isännöidä rannan siivoustapahtumia antaakseen takaisin yhteisölle. Paikallisen kulttuurin ja perinteiden kunnioittaminen on ensiarvoisen tärkeää kaikille toivottavan ympäristön luomisessa.

Opiskelija uskoo myös, että taloudellinen kestävyys on tärkeää koulun pitkän aikavälin menestykselle. Asiakkaille tarjotaan kohtuulliset hinnat ja baari toimii yhteistyössä paikallisten yritysten kanssa.

Moduulissa 4: Asiakasnäkökulma huippuluokan kestävään matkailuun opittujen tietojen perusteella hän aikoo tehdä säännöllisesti lyhyitä digitaalisia tutkimuksia alalla ymmärtääkseen asiakkaiden tyytyväisyyttä juomiin, palveluun, tunnelmaan ja vastinetta rahalle. Sen jälkeen tiedot analysoidaan parannuskohteiden tunnistamiseksi.

Hän uskoo, että todellinen taika piilee vierailijoille ikimuistaisen matkan luomisessa. On olennaista kehittää palvelusuunnitelma, joka edustaa heidän koko kokemustaan sisääntulohetkestä lähtöhetkeen. On olennaista tunnistaa kosketuspisteet, joissa voit parantaa kokemustasi joko henkilökohtaisen palvelun, ainutlaatuisten tarjousten tai luksusympäristön avulla. Moduuli 6: Kestävän korkean tason asiakaskokemuksen operatiivinen johtaminen -osaamisen pohjalta opiskelija suunnittelee järjestävänsä teemailtoja erityisillä cocktaileilla, musiikilla tai koristeilla houkutelakseen uusia asiakkaita ja ylläpitääkseen olemassa olevien asiakkaiden kiinnostusta. Nämä illat tarjoavat kuratoidun kokemuksen tietyllä teemalla, olipa kyseessä sitten trooppinen ilta tiki-cocktailien ja saarimusiikin kera, jazzilta klassisten cocktailien ja elävän musiikin kera, komediailta tai viinin/oluen maistelu. Keskitymällä luomaan ainutlaatuisen ja ikimuistaisen kokemuksen teemailtojen kautta, baari nostaa itsensä pelkän juomien myynnin ulkopuolelle. Siitä tulee kohde niille, jotka arvostavat luksuselämyksiä.

Lopuksi toteutetaan hyvin määritelty markkinointistrategia sosiaalisen median, paikallisten kumppanuuksien ja kohdistetun verkkomainonnan avulla. Tämä auttaa tavoittamaan halutun yleisön ja viestimään tehokkaasti baarin ainutlaatuisesta arvoehdotuksesta. Näitä strategioita toteuttamalla opiskelija luottaa siihen, että hän pystyy luomaan kukoistavan laitoksen, joka palvelee eliittiasiakkaita.



Kuva: Nenad Maric Pixabayssa

Tapaustutkimus 10: Akateemisen tietämyksen yhdistäminen ylellisen majoitusteollisuuden realiteetteihin

Burgasin matkailun tiedekunnan opiskelija ilmoittautui SUHET MOOCiin ja lähti jännittävälle matkalle korkean tason kestävän matkailun maailmaan. Hänen työharjoittelunsa tapahtui ikonisen 4 tähden hotellin ravintolassa, joka sijaitsee Burgasin keskustan vilkkaassa sydämessä.

Tämä 4 tähden bisneshotelli tarjoaa viihtyisää ja ylellistä majoitusta. Asiakkaat voivat nauttia upeista näkymistä Burgasinlahdelle tai kaupungin keskustaan. Hotelli on lähellä monia ravintoloita, kauppoja, kahviloita, Sea Gardenia ja rantaa. Asiakkaat voivat myös nauttia mukavuuksista, kuten spa-alueesta, ruokailumahdollisuuksista, baareista ja jopa kasinosta.

Ruokailu hotellin ravintolassa on kokemus sinänsä, ja se tarjoaa bulgarialaisia ja eurooppalaisia ruokia tilavassa ja kutsuvassa ilmapiirissä. Tuoreisiin raaka-aineisiin keskittyminen ja ystävällinen palvelu takaavat herkullisen ja tyydyttävän aterian niin hotellivieraille kuin paikallisille asukkaillekin.

Asiakkaiden arviot ovat kuitenkin olleet ristiriitaisia. Monet ylistivät hotellia sen erinomaisesta sijainnista, tahrattoman siisteistä huoneista ja monipuolisesta buffetaamiaisesta. Vieraat arvostivat myös hiljattain remontoituja tiloja. Kielteisenä puolena oli, että jotkut arvioijat huomasivat, että henkilökunta ei ollut innostunut tai heillä ei ollut sujuvaa englannin kielen osaamista. Joitakin huoneita, vaikkakin viihtyisiä, pidettiin pieninä. Aamiainen, vaikka jotkut rakastivat sitä, ilmoitettiin joskus olevan loppu tai tuoreuden puute. Hotellin mainetta vaikeutti entisestään se, että sisäinen kitka henkilökunnan välillä oli alkanut vaikuttaa vuorovaikutukseen vieraiden kanssa. Vasta palkatut työntekijät ja harjoittelijat tunsivat olevansa vakiintuneen tiimin syrjäytyneitä, ja perinteiset menetelmät

kohtasivat innovatiivisia lähestymistapoja. Tämä epäharmonia oli käsinkosketeltava ja murensi hotelli- ja ravintolakokemuksen kerran juhlittua lämpöä.

Hotellin johto ymmärsi ongelman ja otti käyttöön monitasoisen lähestymistavan. Ensinnäkin kestävä kehityksen teemoja liitettiin joihinkin perinteisiin tiimirakennusharjoituksiin. Henkilökunta osallistui työpajoihin, joissa käsiteltiin lähiruokajärjestelmiä, jätteen vähentämistekniikoita ja vihreitä siivouskäytäntöjä.

Kokenut henkilökunta yhdistettiin mentoreina uusien tulokkaiden kanssa. Tämä helpotti tiedon siirtoa ja lisäsi keskinäistä kunnioitusta. Vanhempi henkilökunta hyötyi oppimisesta ruoanvalmistuksen, kestävä kehityksen käytäntöjen ja jopa sosiaalisen median markkinoinnin uusimmista trendeistä. Lisäksi korkeakoulusta juuri valmistuneilla harjoittelijoilla oli vahvat teknologiataidot, joista vanhempi henkilökunta saattoi oppia, mikä auttoi paikkaamaan mahdollisia aukkoja teknologian käyttöönotossa ravintolassa. Harjoittelijat saivat arvokasta tietoa ravintolan historiasta, työskentelytavasta ja vieraiden odotuksista.

Moduulissa 1 yksityiskohtaisesti käsitellyt huippuluokan kestävä matkailun periaatteet auttoivat opiskelijaa yhdistämään teorian käytäntöön ja ymmärtämään kestäviin käytäntöihin sitoutuvan huippuluokan laitoksen tärkeyden. Tämä muutti suuresti opiskelijan näkökulmaa kestäväan kehitykseen ja pitkän aikavälin strategioihin kaikkien "kestävän kehityksen ketjun" osallistujien moniulotteiseksi hyödyksi.

Moduuli 4: Customer Insight in High-Level Sustainable Tourism -ohjelman mukaisesti opiskelija todisti, että hotelli arvioi säännöllisesti tapaa, jolla se luo "arvoa" asiakkailleen. Tämä sisälsi keskittymisen elämyksiin, personointiin ja positiivisten sosiaalisten ja ympäristövaikutusten luomiseen. Moduulin 4 aiheen teoreettisen tietämyksen pohjalta keskittyminen henkilökohtaisiin kokemuksiin ja positiivisiin sosiaalisiin ja ympäristövaikutuksiin resonoi hyvin hänen mielestään hyvänä käytäntönä.

Toinen huomionarvoinen piirre harjoittelussa oli mahdollisuus soveltaa tietojaan moduulista 3: Huippuluokan matkailu ja kestävä kehityksen kolme pilaria. Tietoa kestävä kehityksen kolmesta pilarista opiskelija pystyi analysoimaan hotellin ravintolan nykyisiä käytäntöjä ympäristön, sosiaalisen ja taloudellisen näkökulmasta sekä tunnistamaan kehittämiskohteita. Opiskelijan moduulin sisältöön liittyviä ideoita olivat muun muassa kattavan kierrätysohjelman toteuttaminen ja siirtyminen biohajoaviin puhdistustuotteisiin. Yhteiskunnallisesti mahdollisena parannuksena se totesi henkilöstön asiakaspalvelun ja kestävä kehityksen käytäntöjen koulutuksen parantamisen osallistavamman ja tukevamman työympäristön edistämiseksi. Taloudellisesti opiskelija näki mahdollisuuden ottaa käyttöön energiatehokkaita teknologioita alentaakseen käyttökustannuksia ja sijoittaakseen säästöt uudelleen yhteisöprojekteihin tai paikallisiin kumppanuuksiin.

Hotelli käytti ensisijaisesti sosiaalisen median ja IT-työkaluja näkyvyyden ja sitoutumisen lisäämiseen. Harjoittelijalla oli mahdollisuus ehdottaa useita strategioita, jotka perustuivat moduulissa 5: Korkean tason kestävä matkailun elämystuotteiden ja -palveluiden markkinointi. Yksi strategia oli luoda "Green Stays" sosiaalisen median kampanja, jossa



korostettiin hotellin vihreitä käytäntöjä, kuten paikallisesti tuotettujen ainesosien käyttöä, muovijätteen vähentämistä ja energiaa säästävien teknologioiden käyttöönottoa. Harjoittelija ehdotti myös viikoittaisten viestien jakamista lyhyiden videoiden ja kuvien kanssa näistä käytännöistä toiminnassa sekä vinkkejä vieraille kestävästä oleskelusta. Tämä lähestymistapa ei vain osoittaisi hotellin sitoutumista kestävään kehitykseen, vaan rohkaisisi myös verkkovieraiden osallistumista ja sitoutumista, opiskelija ajatteli.

SUHET MOOCissa hankittua tietoa soveltamalla opiskelija pystyi myötävaikuttamaan harmonisemman ja kestävämmän hotelli- ja työympäristön luomiseen, rikastaen sekä vieraiden että henkilökunnan kokemuksia.

Hankekumppanuus:

LAPIN AMK⁷
Lapland University of Applied Sciences

www.lapinamk.fi



University of Maribor

www.um.si

UAB
Universitat Autònoma
de Barcelona

www.uab.cat



www.erasmushogeschool.be



European Center for Quality
from the idea to the result

www.ecq-bg.com

*Julkaisu
Kesäkuu, 2024*



Co-funded by
the European Union



Tämä hanke on rahoitettu Euroopan komission tuella. Tämä tiedonanto kuvastaa ainoastaan sen laatijan näkemyksiä, eikä komissiota voida pitää vastuullisena sen sisältämien tietojen mahdollisesta käytöstä.

**“KESTÄVÄN HUIPPULUOKAN MATKAILUN
KOULUTUKSEN LUOMINEN JA TOTEUTTAMINEN
KAIKKIALLA EUROOPASSA - SUHET”**

Hankkeen numero: 2021-1-FI01-KA220-HED-000031996

www.suhet.eu