

Külalismajandus on muutumas roheliseks!

Kuidas saab külalismajanduse sektor näidata oma pühendumust?



Vastutustundlik ettevõtlik külalismajanduse sektoris

- Külalismajanduse sektoril puudub jätkusuutlikkuse osas kõrge maine, olgu see siis sotsiaalne, keskkonnavalane või majanduslik. Meie poolt läbi viidud uuring näitas, et spetsialistide teadlikkus on tõusnud, eriti suurte ettevõtete rühmade, nagu Acor, le Groupe Barrières Normandias, ja mõnede väikeste ettevõtete erksate näidete abil, kes soovivad arendada jätkusuutlikku poliitikat, mida näitavad ka juhtumianalüüsid, mille me oma õppijatele läbitöötamiseks kogusime.
- Teadlik ettevõtjate ühendus, nagu näiteks UMIH ja GNI, annavad välja ka voldikuid ja juhendeid, mis soovivad ettevõtetel tegutseda. Paljud ettevõtted, kellega kogu projekti vältel kokku puutusime, olid huvitatud, kuid samas lootusetud konkreetsete meetmete alustamise ja edendamise osas.
- Otsustasime tutvustada ettevõtte sotsiaalse vastutuse teemat oma pedagoogilises juhendis: selle eesmärk on määratleda, mis on jätkusuutlik ettevõtte, võimalikult konkreetse definitsiooni kaudu. See on ettevõttele lihtsalt kättesaadav ja hõlmab peamisi sätteid.

Milline on meie arvamus ettevõtete sotsiaalsest vastutusest külaliskeskkonnas?

- Rõhutasime, kui oluline on asutuse integreerimine kohaliku arengusse säästva arengu kolme samba (planeet, inimesed, kasum) respektseerimise kaudu. Ettevõtte sotsiaalse vastutuse poliitikat järgiv jätkusuutlik ettevõtte peab tõestama:
- Et ettevõtte on turismi, kultuuri ja pärandi alal kohalikus arengus osaleja ja kasusaaja.
- Et ettevõtte on kasumlik - austades keskkonda ja planeedi tulevikku.
- Et ettevõtte personalipoliitika toetab mitmekesisust; suhtub puuetega ja vaesuses kannatavatesse inimestesse hoolivusega ega toeta soolist diskrimineerimist.
- Et ettevõtte tegeleb õpilaste ja praktikantide koolitamisega.
- Et ettevõtte tegeleb alaliste töötajate koolitamisega ja teadlikkuse tõstmisega jätkusuutlikkuse olulisuse osas

ERASMUS PLUS “Green Guest” kogemus

Meie juhtlausete arendamise eesmärk oli reklaamida väärtusi, mida me jagame, tõsta mainet ja püüda oma mõju laiendada, luues originaalse ja meelde jääva loosungi, mis:

- Toob välja meie projekti peamised väärtused ja eelised
- Kajastab meie visiooni ja jätkusuutlikkuse põhiväärtusi ning õppijate, koolitajate ja ettevõtete toetamist selle rakendamisel
- Tõstab meie nähtavust ja mainet

Green Guest kaubamärgi loomine ja pühendumise edendamine valdkonnas!



- Meie logo edastab looduse ideed taime või köögivilja stiliseeritud joonise kaudu, mis on muidugi ka rohelist värvi.
- Projekti pealkiri oli “GREEN GUEST”. Sellise lihtsa loosungi lisamine, nagu seda on “SÕBRALIK”, rõhutas meie projekti ühte põhielementi: **ettevõtted peavad osalema ettevõtete sotsiaalse vastutuse poliitikas ja olema külaliskesksed. See pidi olema meie projekti punane lint. Võiksime julgelt öelda, et usume, et see peaks olema ka kogu haru peamine moto.**

Meelelahutuslik õpe, viis õppijatele atraktiivsemaks muutuda, the Green Quest- meie õppemäng.

Meie lähenemisviis meelelahutusliku õppe kaudu seisnes ka õppijatega suhtlemiseks õige kanali leidmises. Lõime õppemängu: the GREEN QUEST.

- Mänguline pedagoogika põhineb konkreetsetel filosoofial, mis võimaldab inimesel õppida erinevate meetodite läbi, ehkki täna jõuab kontseptsioon videomängude kaasamisega teise dimensiooni, mis on ilmselgelt osa meie sihtrühmade, kutsehariduskoolide õppekavadega tegelevate õppurite igapäevaelust, ja valideerib ka meie meelelahutuslikku lähenemisviisi ning pakub motiveerivat tööriista vastavalt õpilaste elustiilile ja rutiinile. The Green Quest õppematerjal ehk niinimetatud õppemäng vastama kahele kontseptsioonile: videomängud ja e-õpe, mis põhinevad mängu kaudu õppimise eelistel. Seetõttu on Green Quest, mis pakub teadmises jätkusuutlikkuse teemadel hariduslike, vabade ja mänguliste õpiteede kaudu, võimaluse tutvuda keeruka õppesisuga.
- „*Marco Greenhope on õpilane, kes osaleb koolitusel, et töötada külalismajanduse sektoris. Tulevikus soovib ta töötada tõeliselt rohelises ettevõttes. See on põhjus, miks ta on avaldanud soovi minna praktikale Clara Evergreeni hotellis. Täna on Marco jaoks suur päev, kui ta kohtub Clara Evergreeniga, kes on linna kõige rohelisema hotelli omanik. Kui kõik läheb hästi, lubatakse tal selles ettevõttes oma praktika teha. Clara kontrollib, kas Marco on jätkusuutlikkusest sama huvitatud ja entusiastlik, kui ta väidab olevat. Visiidi alguses küsib naine paar küsimust jätkusuutlikkuse üldpõhimõtete kohta. Hiljem lubatakse tal külastada hotelli erinevaid osakondi: kööki, magamistube, aeda, spaad, fuajeed...*

Animeeritud video ja youtube kaasaegsed vahendid reklaamimaks sektorile pühendumist

- Animeeritud videoklipil on mitu eesmärki ettevõtete kaasamise edendamiseks. See võtab ajakohase turundusvahendina kokku sektoris tehtud jõupingutused ja edendab meie konkreetset lähenemisviisi, kasutades kolme samba põhimõtet ehk näitab jätkusuutlikkust ühendatud viisil.
- Varsti taipasime, et sellel võib olla palju kasutusvõimalusi, näiteks sissejuhatus meie õpiteedesse või valdkondade konverentsidel. Selle kasutamisvaldkond on tõepoolest piiramatu.
- Videod, mis filmiti LPPDLG poolt levitusürituse reklaamiks mais 2019 osutus väga tõhusaks ja selle mõju oli mõneti ootamatu. Nii mitmedki osalejad ütlesid, et see oli nende üritusel osalemise põhjuseks.
- Video tegelane, noor naissoost külalismajanduse sektoris esindaja, tutvustab teemat väga sarnase stsenaariumi järgi nagu video visand ... ta räägib prantsuse keelt ingliskeelsete subtiitritega ja pöördub sektori spetsialistide poole väga sõbralikult ja humoorikalt. Vaatamata video võibolla mõningatele tehnilistele puudustele on youtube selle levituskanalina ajakohane.

Muud võimalused külalismajanduse rohelisemaks muutmiseks!

- Sündmuspõhine lähenemisviis: mõned meie üritused olid põimitud suurematesse üritustesse (millel oli oma eesmärk ja sisu), aga see aitas kokku viia haridusvaldkonna ja ettevõtluse esindajad.
- The Green Challenge (roheline väljakutse): seisnes õpilastele korraldatud kulinaarses väljakutses. Iga meeskonda nõustas mentorina professionaalne kokk, kes on oma töös jätkusuutlikkusele pühendunud. Oppijate pingutuste tunnustamiseks korraldati kohalike külalismajanduse sidusrühmadega aitasustamis tseremoonia. Kohalik ajakirjandus oli kaasatud ja kajastus andis võimaluse täiendavaks reklaamiks. **Kokandusvõistlus oli suurepärane võimalus edendada jätkusuutlikkust ja näidata sektori pühendumist sidusrühmadele. Sellise ülesehitusega üritust korratakse tõenäoliselt piirkondlikul, kohalikul ja kooli tasandil.**
- Ettevõtte oma loo rääkimine: On oluline, et ettevõtted räägivad oma edusammudest **jätkusuutlikkuse vallas – lugusid, mis puudutavad külastajaid, omavalitsust ja muid sihtrühmasid. Lugusid, mis jõuavad ajakirjandusse ja avavad ehk ka uusi võimalusi.**

Kokkuvõte

- Green Guest-i ambitsioon oli toota õppevahendeid ja pakkuda turunduspaketi abil võimalusi külalismajanduse sektori pühendumise toetamiseks ja suurendamiseks jätkusuutlikkuse alal. Meie lähenemisviisi sõnastamine ja reklaamimine oli ülitähtis: see oli põhjus, miks tahtsime leida sobivad sidekanalid projekti igast aspektist lähtuvalt.
- Kas külalismajandus on muutumas roheliseks? Igal juhul, isegi kui oleme protsessi alguses ja hiljutine keskkonna- ja kliimaprobleemide hädaolukord on veelgi ilmsem kui kolm aastat tagasi, kui projekti alustasime. See, kuidas me edendasime Green Guest-is kaasamist ja meie kommunikatsioonipoliitikast saadud õppetunnid sillutavad sektoris teed oma pühendumuse näitamiseks.
- Eeldatakse, et sektoris, mille töökohad kannavad halba mainet, on meie ettevõtete pühendumus ja tõendusmaterjali levitamine stiimuliks selles karjäärivõimaluste kasutamiseks. Kõik meie vahendid: õppematerjalid ja turundusvahendid, mida see konkreetne aruanne käsitleb, on mõeldud investeeringuks nii sektorisse kui ka kutseharidusse ja on kättesaadavad kõigile meie kodulehel.