

Luksus majoitustoiminnassa

Case hotelli St. George

LAB-ammattikorkeakoulu

Restonomi (AMK)

2024

Leevi Anttinen

Tiivistelmä

Tekijä(t) Leevi Anttinen	Julkaisun laji Opinnäytetyö, AMK Sivumäärä 49 +1	Valmistumisaika 2024
Työn nimi Luksus majoitustoiminnassa Case hotelli St. George		
Tutkinto ja koulutusala Restonomi (AMK), matkailu- ja tapahtumaliiketoiminta		
Toimeksiantajaorganisaatio (jos opinnäytetyöllä on toimeksiantaja)		
Tiivistelmä <p>Opinnäytetyössä perehdyttiin luksukseen majoitustoiminnassa ja erityisesti luksushotelli St. Georgessa. Työssä selvitettiin, minkälaista luksus on, mitä se tarkoittaa ja miten se ilmenee hotellin toiminnassa.</p> <p>Opinnäytetyö koostettiin teoriaosuudesta, kyselystä vastaanoton työntekijöille sekä kyselyn vastauksista ja johtopäätöksistä. Teoriaosuudessa esiteltiin hotelli St. George, hotellien laatuluokittelu, luksuksen käsitys Suomessa ja luksuksen merkitys vieraanvaraisuusalalla ja majoitustoiminnassa. Opinnäytetyö oli laadullinen tutkimus, joka tehtiin Google Forms -kyselyllä, johon vastasi seitsemän henkilöä hotelli St. Georgen vastaanotosta.</p> <p>Kyselyn avulla saatiin selville, että hotelli St. Georgen vastaanoton työntekijät tuntevat hyvin hotellin palvelut ja sen luksuselementit. Haastattelujen perusteella hotellin työntekijät kokevat työskentelevänsä luksushotellissa ja tietävät, mitä heiltä odotetaan.</p> <p>Haastatteluista selvisi lisäksi, että luksus näkyy hotellissa pienissä yksityiskohdissa, laadukkaassa ja viimeistellyssä ulkomuodossa, sisustuksessa, arkkitehtuurissa ja taidekoelmissa.</p> <p>Työn tuloksena saatiin hyvä ymmärrys luksuksen olemuksesta ja sen merkityksestä hotellissa. Jatkossa tietämystä luksuksesta tulisi lisätä perehdyttämisen ja koulutuksen kautta.</p>		
Asiasanat Luksus, vieraanvaraisuus, laatuluokittelu, majoitustoiminta, vastaanotto, St. George		

Abstract

Author(s)	Type of Publication	Published
Leevi Anttinen	Thesis, UAS	2024
	Number of Pages	
	49 +1	
Title of Publication		
Luxury in accommodation		
Case hotel St. George		
Degree, Field of Study		
Bachelor of Hospitality Management (UAS), Tourism and Event Management		
Organization of the client (if the thesis work is commissioned by another party)		
Abstract		
<p>The thesis examined luxury in the hospitality industry in the accommodation sector and particularly in the luxury hotel St. George. The study explored what luxury is, what it means and how it manifests itself in the hotel's operations.</p> <p>The thesis was consisted of a theoretical part, a questionnaire for the reception staff and the answers and conclusions of the questionnaire. The theoretical part introduced the St. George Hotel, the classification of hotels, the concept of luxury and its importance in the hospitality and accommodation sector. The thesis was a qualitative research conducted using a Google Forms survey, which was answered by seven people from the reception of the St. George Hotel.</p> <p>The questionnaire revealed that the reception staff of Hotel St. George are well aware of the hotel's services and its luxury elements. The interviews showed that the hotel staff feel that they work in a luxury hotel and know what is expected of them.</p> <p>The interviews also revealed that luxury is reflected in the hotel in the small details, the lavish and finished exterior, the interior design, the architecture and the artwork.</p> <p>The thesis resulted in a good understanding of the essence of luxury and its importance in a hotel. In the future, knowledge of luxury should be increased through orientation and training.</p>		
Keywords		
Luxury, hospitality, quality classification, accommodation, reception, St. George		

Sisällys

1	Johdanto.....	1
2	Hotelli St. George	3
2.1	St. Georgen liikeidea, tilat ja palvelut	3
2.2	Toiminnan periaatteet ja palvelu hotellissa	4
3	Laatuluokittelu majoitustoiminnassa.....	8
3.1	Hotellien luokittelu.....	8
3.2	Hotellien kansainvälinen laatuluokittelu.....	9
3.3	Hotellien laatuluokittelu Suomessa	12
4	Luksus vieraanvaraisuusalalla majoitustoiminnassa	14
4.1	Luksuksen määritelmä	14
4.2	Luksus majoitustoiminnassa	15
4.3	Luksuksen avaintekijät.....	16
4.4	Luksuksen olemus	17
4.5	Luksushotellien kiinteistöt	19
4.6	Luksus Suomessa ja Suomen hotelleissa	21
4.7	Suomen luksushotellien tulevaisuus	23
5	Luksus hotellien vastaanoton toiminnassa	25
5.1	Vastaanottotyö luksushotellissa	25
5.2	Luksushotellin vastaanotossa työskentely esimerkkinä hotelli St. George	27
5.3	Vastaanoton työtehtävät	30
5.4	Vastaanottovirkailijan osaaminen, pätevyys ja edellytykset.....	32
6	Tutkimuksen toteutus.....	34
6.1	Haastattelututkimus hotelli St. Georgessa	34
6.2	Tutkimusmenetelmän esittely	34
6.3	Tutkimuskysymykset.....	34
6.4	Tutkimuksen kuvaus, aineiston keruu ja analysointi.....	34
6.4.1	Luksuksen kokeminen St. Georgessa.....	35
6.4.2	Luksuksen muodot ja ilmeneminen.....	36
6.4.3	Luksuksen sisältö, luksusosaaminen ja luksuksen sisältöjen kehittäminen	37
6.4.4	Kyselyyn osallistuneiden kokemukset muista hotelleista.....	39
7	Yhteenveto ja pohdinta	40
	Lähteet	44

Liite 1. Haastattelukysymykset

1 Johdanto

Hotellien erityispiirteet ja niiden tarjoamat luksuspalvelut ovat monelle tärkeitä valintaperusteita nykypäivän hotelleissa. Myös laatuluokittelu vaikuttaa sekä hotellin valintaan että palautteisiin, joita vierailijat kertovat ja antavat hotellista. Tämän opinnäytetyön aihe on luksus, joka on yksi nykypäivän tärkeimmistä trendeistä majoitustoiminnassa. Luksukseen liittyy monenlaisia mielikuvia ja monia erilaisia määritelmiä.

Opinnäytetyö on tutkimuksellinen ja sen tavoitteena on määritellä luksus majoitustoiminnassa ja pohtia sitä, miten luksus ja sen käsite ovat muuttuneet vuosien aikana. Työ keskittyy luksushotelli St Georgen toimintaan.

Tutkimuksessa pyritään löytämään vastaus työn päättökysymykseen, miten luksus näyttäytyy hotelli St. Georgessa.

Muita tutkimuskysymyksiä ovat:

- Millaista luksus on majoitustoiminnassa ja miten se määritellään?
- Miksi hotellista voidaan käyttää määritelmää luksushotelli?
- Minkälaisia asioita hotellit painottavat, kun on kyse luksushotellista?
- Miten laatuluokittelu vaikuttaa luksukseen?
- Mitä asioita luksus tuo hotelleihin eli mikä on sen merkitys hotellin toiminnassa?

Työ on laadullinen tutkimus, jossa selvitetään Google Forms -kyselyn avulla hotelli St. Georgen henkilökunnan ajatuksia ja näkemyksiä luksuksesta. Laadullisessa tutkimuksessa pyritään suosimaan laadullisia aineistoja ja analysoimaan esimerkiksi haastatteluilla saatuja tietoja ja tekemään niistä yhteenveto. Aineistoja ei muokata numeeriseen muotoon, eikä niitä ole tapana irrottaa erilleen työn kontekstista. (Juhila 2024a.) Laadullinen tutkimus sopii työhön hyvin, sillä työn lähteenä käytetään haastatteluja, saatuja vastauksia tulkitaan osana kontekstia, työssä sitoudutaan läheisesti haastateltaviin ihmisiin ja heidän kyselynsä antamia vastauksiaan arvostetaan. Vaikka työssä on käytetty strukturoituja kysymyksiä, on vastaajille jätetty paljon mahdollisuuksia vastata kysymyksiin myös omin sanoin ja kirjoittaa avoimia vastauksia. Laadullisessa tutkimuksessa pyritään myös korostamaan haastateltavien omia tulkintoja ja sietämään sitä, että eri ihmisten näkemykset tutkittavasta asiasta ovat erilaisia, eikä suoria syy-seuraus-suhteita ole yleensä helppo tunnistaa. Laadullisessa tutkimuksessa tavoitellaan lisäksi kokonais kuvan saamista tutkittavasta ilmiöstä. (Kallinen & Kinnunen 2021.)

Työn tavoitteena oli haastatella 10 henkilöä, jotka työskentelevät hotelli St. Georgen vastaanotossa sekä muualla hotellissa. Lopulta haastattelukysymyksiin vastasi seitsemän

henkilöä. Haastattelu rajattiin vastaanotossa työskenteleviin henkilöihin, mutta alkuperäinen tarkoitus oli, että mukaan olisi saatu myös muutama henkilö, jotka työskentelevät vastaanoton ulkopuolella esimerkiksi leipomokahvilan puolella.

Tarkoitus oli lisäksi aiheeseen perehtymällä löytää uudenlaisia luksuksen muotoja ja sisältöjä, joita St. George hotelli voisi majoitustoiminnassaan jatkossa hyödyntää. Opinnäytetyöllä haluttiin kertoa myös hotellin luksuspalveluista, antaa ideoita hotellin palvelujen jatkokehittämiseen sekä tutkia luksuksen monia ulottuvuuksia.

2 Hotelli St. George

2.1 St. Georgen liikeidea, tilat ja palvelut

Hotelli St. George on Helsingin keskustassa Yrjönkadulla sijaitseva ylellinen hotelli. Hotelli on avattu vuonna 2018 ja se kuuluu Strawberry-ketjuun, joka käsittää noin 200 hotellia Suomessa, Ruotsissa, Tanskassa, Norjassa ja Baltiassa. Strawberry-ketjussa on useita luksus-hotelleja ja ketju on entiseltä nimeltään Kämp Collection Hotels. Hotelli on uniikki eikä samankaltaista hotellia Helsingin keskustasta löydy. St. George sijaitsee vuonna 1840 rakennetussa arvokiinteistössä ja sen tunnetuimmat osat on suunnitellut arkkitehti Onni Tarjanne. Nämä osat on rakennettu vuonna 1890. Hotelli sijaitsee keskeisellä paikalla monipuolisten palvelujen äärellä ja hotellista on upeat näköalat Vanhaan kirkkopuistoon. St. Georgessa on 148 hotellihuonetta ja viisi erilaista sviittiä, jotka tarjoavat asiakkailleen ainutlaatuisen majoituskokemuksen. (Hotelli St. George 2024a.)

Hotelli St. Georgessa on myös Suomessa harvinainen oma kylpyläosasto, cocktailbaari, leipomokahvila ja kokous-, juhla- sekä tapahtumatilat. Lisäksi St. Georgen tiloissa toimii thaimaalainen ravintola Boon Nam. Hotelli on lemmikkiystävällinen ja sen palveluihin kuuluvat myös muun muassa ympärivuorokautinen huonepalvelu ja toiminnallinen Playground kuntosali, concierge-palvelu, lentokenttäkuljetus, pesulapalvelut, maksuton verkkoyhteys ja kaupunkipyörät. (Strawberry 2024a.)

Hotelli on keskittynyt asiakkaan miellyttämiseen ja se on nykyaikainen hotelli, joka huomioi paljon matkustavat työmatkailijat. Hotellin tavoitteena on, että asiakkaat pystyvät nauttimaan matkastaan ja tuntevat olevansa hotellissa kuin kotonaan. St. Georgen kylpylässä he voivat rentoutua Harvian valmistamissa luksusluokan saunoissa, uida upeassa uima-altaassa ja nauttia luksuksesta sitä huokuvissa hoituhuoneissa. St. Georgen kylpylä onkin ainoita laatuaan Helsingin keskustassa, vain hotelli Kämpillä ja hotelli Marialla on Helsingin keskustahotelleista omat kylpylänsä. (Harvia 2024, Hotelli St. George 2024b, Hotelli St. George 2024c.)

St. Georgen tiloissa on loistava mahdollisuus nauttia myös kulttuurista sekä kotimaisesta että ulkomaalaisesta taiteesta. Monia taidekokonaisuuksia löytää hotellin Wintergarden cocktailbaarista (kuva 1). Wintergardenia eli talvipuutarhaa kuvaillaankin koko hotellin sydämeksi. Sitä ovat inspiroineet 1800-luvun klassiset talvipuutarhat. St. Georgen suunnittelussa pyrittiin rakentamaan hotellista korkeatasoinen kansainvälinen hotelli, josta löytyvät arkkitehtuuriltaan parhaimmat mahdolliset ratkaisut. St. George onkin kokonaisvaltainen kompleksiksi, jossa yhdistyvät erinomaisesti työ ja vapaa-aika. (Strawberry 2024b.)



Kuva 1. Wintergarden-cocktailbaari (Nordic Hotels 2018a)

Hotelli St. George avattiin vuonna 2018 ja valittiin vuonna 2019 vuoden majoitusliikkeeksi Finnish Travel Gaalassa, jossa palkitaan vuoden parhaita majoitusliikkeitä ja hotelleja. Hotelli voitti palkinnon poikkeuksellisen nopeasti, sillä se oli ehtinyt olla avoinna palkinnon saadessaan vasta reilun vuoden. Hotelli St. George tarjoaa asiakkailleen elämyksiä, laatua, luksusta ja uusia ideoita, jotka täydentävät heidän saamansa palvelukokemuksen. (Hotelli St. George 2019.)

2.2 Toiminnan periaatteet ja palvelu hotellissa

Toiminnassaan hotelli haluaa olla kiinteä osa modernia yhteiskuntaa keskittymällä asiakkaidensa hyvinvointiin ja taiteeseen. Nykyaikana yksi isoista trendeistä on ihmisten hyvinvointi, minkä vuoksi St. George pyrkii luomaan asiakkailleen luksusluokan paikan rentoutumiseen. Hotelli tekee hyvinvointialan yhteistyötä Aki Hintsan perustaman maailmankuulun hyvinvointiyhtiön Hintsan Performancen kanssa. Hotellia kuvaillaankin sen hyvinvointiosiossa (Hotelli St. George 2024d.) kokonaisvaltaiseksi hyvinvoinnin hotelliksi, joka pyrkii palvelussaan olemaan viiden tähden hotelli ja hiomaan palveluaan koko ajan yksilöllisemmäksi ja täydellisyyttä hipovaksi.

Hotelli St. George pyrkii arjen keskellä tuomaan iloa ja luksusta ihmisten elämään. Keskelle kiireisintä Helsingin keskustan sykkettä rakennettu hotelli tarjoaakin loistavan mahdollisuuden viettää esimerkiksi vapaata työpaikalta ja rentoutua luksuksen keskellä. Hotellin palveluperiaatteena on tuoda luksusta majoittumiseen ja sitä kautta keskittyä heidän hyvinvointinsa tukemiseen.

Hyvinvointi näkyy St. Georgessa muun muassa sen kylpyläosastolla, joka tarjoaa hierontaa ja erilaisia hoitoja näistä kiinnostuville matkailijoille. Luksushotelli pyrkii keskittymään myös aamupalaan ja hotellin aamiaiskokemus syntyy kiireettömästä ja laadukkaasta palvelusta. Aamiaishetken täytyy olla rauhallinen ja pienten asioiden toimivuus on toiminnan perusta. Pienikin muistaminen on tärkeää.

Hotelli St. Georgen keittiöpäällikkö Jussi Ylitalo toteaa (Hotelli St. George 2024e) hotellin aamupalasta kertovassa esittelyosiossa, että hotellin aamupalan tarkoitus on tarjota luksusta asiakkaille helppossa muodossa ja tuoda se matalalla kynnyksellä kaikkien ulottuville. Hotellin aamupalalla tuetaan myös vastuullisuusajattelua, mikä on tärkeää usealle hotellin vieraalle. Pöytiintarjoilu on osa hotellin luksusajatusmaailmaa mutta samalla se lisää kesätyvyyden ja vastuullisuuden huomioon ottamista vähentämällä hotellissa muodostuvaa ruokahävikkiä.

Hotellissa on mietitty jo suunnitteluvaiheessa, miten taide laitetaan esille. Hotellin taiteen on kuratoinut Mirkku Kullberg ja hän toteaa hotellin taiteesta kertovassa artikkelikirjoituksessaan (Hotelli St. George 2024f), että hän halusi hotellin taiteellista kokonaisuutta miettiessään tuoda luksuksen määrittelemiseen jotain aivan uutta ja päivittää sen 2020-luvulle. Hän ideoi taideteoksista hotelliin kokonaisvaltaisen tilan, jossa vieraat pystyisivät nauttimaan taiteesta aivan uudella tavalla ja saisivat siitä ainutlaatuista mielenrauhaa. Taidetta on hotellissa jokaisessa huoneessa ja jokainen huoneluokka on niin taiteen kuin muunkin sisustuksen osalta erilainen. Taidekokemus hotellissa haluttiinkin St. Georgessa nostaa täysin uudelle tasolle. Kullberg lähti työssään siitä, että taiteen kokeminen on jotain täysin uutta ja hän nimesi sen uuden ajan luksukseksi. Kullberg myös onnistui liki mahdottomassa tehtävässään, kun hän sai hotellin aulaan sen paraatipaikalle kiinalaisen taitelijan ja toisinajattelijan Ai Weiweinin katosta roikkuvan silkistä ja bambusta valmistetun täysin ainutlaatuisen ja luksuksen olemusta ravistelevan valkoisen Tianwu-lohikäärmeen (Hotelli St. George 2024f).

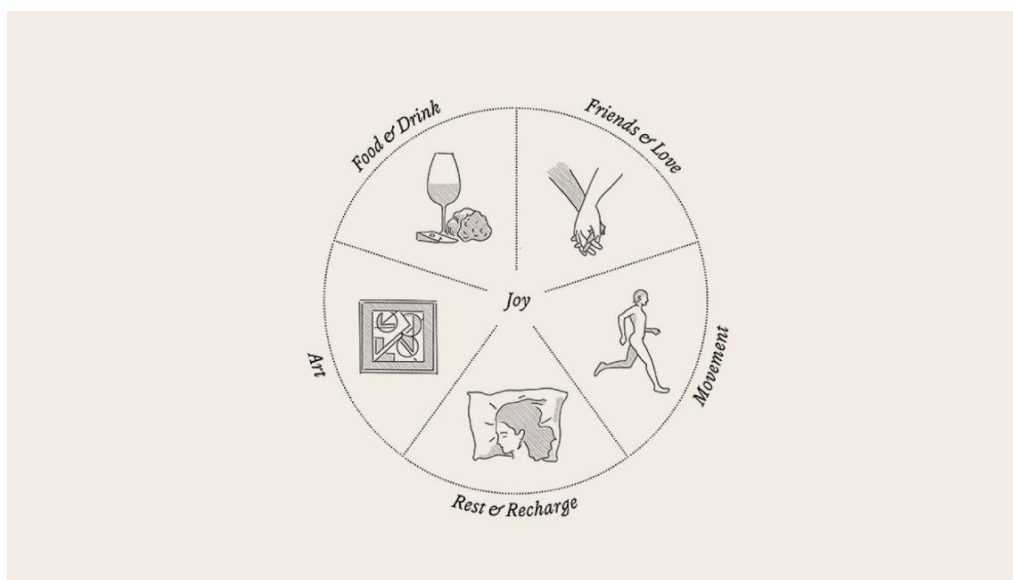
Hotelli St. Georgesta löytyy yhteensä noin 400 taideteoksen kokoelma. Voi sanoa, hotelli elää ja hengittää taidetta. Taide on läsnä hotellissa joka paikassa. Hotellin taideteokset osoittavat poikkeuksellista käsityötaitoa ja kokonaisuusien hiomista. Töitä on hotellissa esillä erityisesti sen aulatiloiissa ja hotellin olohuoneena toimivassa Wintergardenissa. Upeassa lasikattoisessa tilassa komeilee katosta roikkuva Pekka Jylhän metallinen lintuteos Learning to Fly. Alempana seisoo Kim Simonssonin vihreää sammalta muistuttava keramiikkatyö vihreä tyttö, ja seiniä koristaa Klaus Haapaniemen tummasävyinen ja maalauksellinen työ Lightning in Tiger Woods. (Kleemola 2023.)

Vastaanoton yhteydestä löytyy myös mm. Kuutti Lavosen, Maija Tuurnaan ja Arvo Siltämäen töitä. Hotelli St. Georgen ihastuttava miljöö ja sen ainutlaatuinen taidekokoelma ovat pitkän linjan viestintä- ja kulttuuriasiantuntija Johanna Kleemolan sanoin hänen vastauksensa Pariisin kaipaukseen, läkähdyttävään kauneuden janoon ja estetiikan nälkään (Kleemola 2023). Kaikkien hotellihuoneiden sisustus ja muodot ovat myös erilaiset sekä yksilölliset. Huoneiden yhteisenä nimittäjänä toimivat murretut sävyt ja raskaat tekstiilit.

Myös hotellin sisustuksessa käytetyt tekstiilit ja huonekalut ovat asiakkaille osa luksuksen kokemusta. Kaikista hotellin huoneista löytyvät käsintehty matot ja klassiset kalusteet tuovat toimintaan oman osan luksuksesta. Hotellin esikuvana sisustuksessa on käytetty 1900-luvun alun kauneussalonkeja.

St. George haluaa luoda asiakkaittensa iloksi ja palvelunsa parantamiseksi myös jatkuvasti uusia tapahtumia ja näiden myötä lisää uusia mahdollisuuksia vierailta hotellissa. Tällaisia luksusluokan palveluita ovat esimerkiksi suunnittelija Mert Otsamon muotivaatenäyttely, kirjailijavierailut, kuutamouinti- ja saunajoogatapahtumat sekä valokuvanäyttelyt. Hotellin verkkosivuille ilmestyykin säännöllisen väliajoin paljon uusia elementtejä luksuksesta. (St. George Journal 2024b.)

St. George on jokaista pientäkin yksityiskohtaa myöten suunniteltu lisäämään vieraidensa hyvinvointia ja hotellissa ilo syntyy pienistä merkityksellisistä hetkistä. Kuvassa 2 on esitetty, mitä hyvinvointi hotelli St. Georgessa merkitsee ja mistä osasista asiakkaiden kokema luksus muodostuu. (St. George Journal 2024.)



Kuva 2. Hyvinvoinnin osatekijät hyvinvoinnin ympyrässä (Vilpponen 2018)

Tämä hyvinvoinnin ympyräksi (Joy of Wellbeing) nimetty malli kuvaa niitä viittä osatekijää; ruoka ja juoma, lepo ja palautuminen, liikunta, ystävyys ja rakkaus sekä taide, joista hotellin

hyvinvointikokonaisuus muodostuu. Hotelli haluaakin luoda vieraille jokaisesta palvelutapahtumasta unohtumattoman elämyksen. Hotelli St. Georgen toimintaperiaatteissa ilo ja hyvinvointi kulkevat käsi kädessä, minkä vuoksi ihminen pystyy tuntemaan olevansa keskellä luksuluokan palvelua. Hotellin kylpylän johtaja (Head Of Wellbeing) Hanne Vilpponen kuvaakin hotellin palveluja enemmänkin kokonaisvaltaisen ilon kuin pelkän hyvinvoinnin tuottamisena (St. George Journal 2024a).

Hyvinvoinnin lisäksi St. Georgessa huomioidaan monipuolisesti myös hotellivieraiden muita tarpeita ja hotellista löytyy monia erilaisia palveluja. Monet St. Georgen asiakkaat tulevat ulkomailta pitkienkin matkojen takaa ja monen eri aikavyöhykkeen päästä. Hotelli pyrkiikin luksustason palvelulla ehkäisemään ja hoitamaan asiakkaitensa aikaeroväsymystä ja stressiä. Tavoitteena on, että hotellin viihtyisät huoneet auttavat heitä nukkumaan hyvin ja rauhallisesti. Kaikista huoneista löytyy pimennysverhot ja huoneiden lämpötilaa pystyy säätämään mieleisekseen.

Ympäristön huomioiminen on tärkeä osa hotelli St. Georgen palvelukonseptia. Hotelli haluaa panostaa ihmisten luksuksen lisäksi myös luonnon hyvinvointiin, mistä osoituksena hotellille on myönnetty Green Key-sertifikaatti, joka velvoittaa hotellin toimimaan mahdollisimman ympäristöystävällisesti. Hotellin käyttämät sähkö ja lämpö tulevat uusiutuvista energialähteistä ja energian sekä veden kulutusta seurataan hotellissa tarkasti. Hotellihuoneissa kertakäyttöiset vesipullot on korvattu SodaStream-hiilihapotuslaitteilla, joilla asiakas pystyy itse tekemään itselle mieleistään kuplavettä. Käytäntö on monelle asiakkaalle mieleen ja tuo arkeen luksusta. Hotelli pyrkii toiminnallaan myös välttämään muutakin turhaa muovinkulutusta ja kahvilatoiminnassa suositaan lähituotettua luomutuotantoa. Hotelli tekee myös tiivistä yhteistyötä Compensate-ilmastosäätiön kanssa sitoutuen kestävämmän tulevaisuuden rakentamiseen (My Helsinki 2022, St. George 2023.)

Hankinnoissaan hotelli St. George suosii usein paikallisia ja kotimaisia yrityksiä ja haluaa, että jokainen pystyy hotellissa tuntemaan olevansa kuin kotonaan, jossa voi tavata kavereita ja tuttujaan. Tähän hotelli pyrkii muun muassa kaikille avoinna olevilla leipomo- ja kahvilatiloilla. Asiakkaat vaikuttavat kaipaavansa nykyään enemmän käytännön asioita ja palveluita kuin fyysisiä tuotteita, mikä näkyy myös hotellin tarjoamissa luksuspalveluissa. (My Helsinki 2022.)

3 Laatuokittelu majoitustoiminnassa

3.1 Hotellien luokittelu

Hotelleja luokitellaan monella tavoin. Hotrec on yhteiseurooppalainen hotellitähtien järjestelmä, joka arvioi hotelleja tähtien mukaan. Tätä järjestelmää noudattavat useimmat maat maailmassa. Tähtiluokitus jakaa hotellit tavallisesti viiteen luokkaan, joissa tähtiä annetaan hotelleille yhdestä viiteen. Luokitus jakaa mielipiteitä, mutta luokittelun on tarkoitus kertoa tähdillään, kuinka hienosta hotellista on kysymys ja millaisia erilaisia palveluita hotelli tarjoaa.

Hotellien kansainvälinen laatuokittelu sai alkunsa, kun autoyhtiö American Automobile Association (AAA) alkoi jakaa amerikkalaisille hotelleille timantteja vuonna 1937. Timanttien arvoasteikko oli silloin yhdestä viiteen. Tämän perusteella yhtiö kehitti standardiasteikon, joka otettiin käyttöön yhtiön 75-vuotisjuhlien kunniaksi vuonna 1977. Samoihin aikoihin öljy-yhtiö Mobil kehitti omaa luokittelujärjestelmäänsä (Mobil Travel Guide), jonka se julkaisi vuonna 1958. Yhtiö on vaihtanut nimeään useasti, mutta sen kehittelemä järjestelmä on nykyään maailman käytetyin tähtipohjainen hotellien laatuokitusjärjestelmä Forbes Travel Guide. (Forbes Travel Guide 2024, Hietala 2024a.)

Suomessa ei varsinaista hotellien tähtiluokittelua ole, vaan hotellien luokitus muodostuu vain asiakkaiden antamista mielipiteistä. Liisa Vihmanen kirjoittaa Kuningaskuluttajan artikkelissaan (Vihmanen 2014a) siitä, miten Suomessa ei ole käytössä varsinaista hotellien tähtiluokittelua, mutta täälläkin käydään kovaa kilpailua hotellien laadusta ja hyvistä arvosteluista. Vaikkei laatuokittelu ole kaikki kaikessa hotellitoiminnassa, matkustajat luonnehtivat viiden tähden hotellin laadultaan ja palveluiltaan luksushotelliksi ja huippulaatuisen hotellin pitää olla jokaiselta osaltaan luksusluokan tasoa. Laatuokittelussa huomioidaan myös asiakaspalvelun toimivuus ja sen saatavuus useilla eri kielillä. Laadukkaissa hotelleissa ei saisi esimerkiksi koskaan olla tilannetta, jossa matkustajan osaamaa kieltä ei puhuta eikä hänen kanssaan pystytä kommunikoimaan.

Vaikka hotellien laatuokittelussa on tiukat kriteerit, luokittelu ei kuitenkaan ole täydellinen ja monia asioita jää luokittelun ulkopuolelle. Tällaisia ovat asiat, joita on vaikea mitata muun muassa henkilökunnan asenne ja palvelutehokkuus, siivous ja sen laatu sekä hotellin yleinen ympäristö.

Hotelliyöpymisiä varataan yhä useammin verkossa ja verkkovaraukset kasvattavat koko ajan suosiotaan. Hotelleja varataan nykyisin entistä enemmän erilaisten varaussivustojen kuten Hotels.comin, Booking.comin ja Tripadvisor-alustan kautta. Suorat yhteydenotot hotelleihin ovat vähentyneet tasaisesti. Varaussivustoilla asiakkaita myös kannustetaan

arvostelemaan hotelleja, ja sitä kautta hotellien taso ja laatuluokittelu tulee aiempaa helpommin näkyviin. (Vihmanen 2014a.)

Perinteiset hotellien laatuluokittelut keskittyvät yleensä vain hotellien varustelutasoon. Asiakasarvioinneissa hotelleja arvioidaan sen sijaan monipuolisemmin. Tällöin asiakkailla on mahdollista arvioida muun muassa hotellien siisteyttä, palveluita, hintalaatu -suhdetta ja koko palvelukokemusta. Edellä mainitut varaussivustot luokittelevat hotellit tähdillä.

Sivustoilla on mahdollista arvioida myös Suomen hotelleja. Varaussivustoilla asiakkaat pystyvät myös vertailemaan hotelleja eri palveluntarjoajien kautta. Näin he pystyvät arvioimaan, minkälaisen hotellin he haluavat. (Vihmanen 2014a.)

Varaussivustoille tehtävät arvostelut aikaansaavat helposti myös ongelmia hotelleille, sillä jo muutamakin huono arvostelu voi vaikuttaa hotellin kokonaisarvosanaan ja näin ollen hotellin saama keskiarvo laskee. Näin käy huolimatta siitä, että osa asiakkaista arvioisi hotellin todella hyväksi ja heillä olisi hyvä kokemus omasta palvelustaan ja majoittumisestaan. (Vihmanen 2014a.) Sama ongelma toki vaivaa kaikkia arvosteluperusteita, ne ovat aina jollain tasolla subjektiivisia. Hotellit myös tekevät kaikkensa päästäkseen eri arviointilistojen kärkeen ja nostaakseen omia osakkeitaan asiakkaiden silmissä. Tämä voi johtaa myös epäreiluihin temppuihin verkkomarkkinoinnissa. Näihin temppuihin ovat nyt heränneet myös kuluttajaviranomaiset.

3.2 Hotellien kansainvälinen laatuluokittelu

Suurin osa Euroopan maista kuuluu yhteiseurooppalaiseen hotellitähkien järjestelmään Hotreciin tai sitten hotelleilla on käytössä oma kansallinen tähtiluokitus. Hotrecin asettama tähtiasteikko on Euroopan maista käytössä Itävallassa, Belgiassa, Tšekissä, Tanskassa, Virossa, Saksassa, Kreikassa, Unkarissa, Latviassa, Liechtensteinissa, Liettuassa, Luxemburgissa, Maltalla, Hollannissa, Sloveniassa, Ruotsissa ja Sveitsissä. Kertooko hotellin tähtiluokittelu objektiivisesti jotain hotellin tarjoamista palveluista ja mahdollisesti hotellien lukuksesta? Yksi tähti kertoo omalla pienellä osallaan hotellin laadusta ja sen tarjoamista mukavuuksista. Esimerkiksi hotellien vastaanotto on alemman laatuluokittelun hotelleissa epäsäännöllistä, eikä sitä ole saatavilla välttämättä joka päivä tai jokaiseen kellonaikaan. Viiden tähden hotelleissa vastaanoton pitää olla avoinna vuorokauden ympäri ja vastaanotossa työskentelevien virkailijoiden täytyy pystyä puhumaan useampia eri kieliä, jotta vieraiden kanssa pystytään kommunikoimaan. (Hietala 2024a.)

Hyvänlaatuisissa ja korkealle arvostetuissa hotelleissa on usein tarjolla asiakkaalle myös ilmaisia tuotteita tai henkilökohtaisia lahjoja. Viiden tähden hotelleissa ja laatuluokittelultaan

merkittävässä hotelleissa palvelu on lisäksi henkilökohtaisempaa ja vaikuttavampaa. (Hietala 2024b.)

Hotellien kansainvälinen laatuluokittelu ei kuitenkaan välttämättä kerro oikeita tietoja itse hotellista, eikä se aina tarkoita, että hotelli olisi huono. Monien kansainvälisen matkustajan mieleen laatuluokittelu kuitenkin on ja kansainvälisesti monet asiakkaat varaavat hotelleja ensisijaisesti käyttäen kriteerinä juuri hotellien tähtien määrää. (Hietala 2024b.)

Tähtiluokituksilla ei kuitenkaan ole olemassa tarkkoja määritelmiä ja eri puolilla maailmaa hotellit käyttävät hyvin erilaisia määritelmiä esimerkiksi parhaimmista viiden tähden hotelleista. Tämä on johtanut siihen, että muun muassa Dubaissa, Yhdistyneissä Arabiemiraateissa, laadultaan viiden tähden hotelli voi olla hyvin erilainen verrattuna viiden tähden hotelliin New Yorkissa.

Pohjoismaissa hotellien laatuluokittelussa ja tähtiluokittelussa on monia samoja elementtejä. Tanskassa monet hotellit ovat liittyneet hotellien laatuluokittelussa vastaavaan palveluun. Tanskassa on noin 900 hotellia ja niistä noin puolella on virallinen tähtiluokitus. Monissa tanskalaisissa hotelleissa niiden palveluihin sisältyy aamupala hotellien laadusta riippumatta. Tanskassa on lisäksi laissa säädetty, että kaikki hotellien palvelumaksut ja verot sisältyvät huoneen hintaan. Tanskassa jopa yhden tähden hotelleissa huoneissa on aina oma wc ja kylpyhuone, päivittäinen huonesiivous ja pyyhkeet ja saippuat, televisio ja vastaanottotiski sekä mahdollisesti myös pöytä ja tuolit kuuluvat huoneen hintaan. (Visit Nordic.)

Kahden tähden hotelleissa palveluihin kuuluu lisäksi buffetaamupala, maksu vain pankkikortilla, ilmainen internetyhteys, julkisia tiloja yleiseen olemiseen, ja omat hygienia tuotteet huoneissa. Kolmen tähden hotelleissa palveluihin kuuluvat edellä mainittujen lisäksi huonepuhelimet, vähintään 14 tuntia vuorokaudessa auki oleva vastaanottopalvelu, asiakkaan laukkujen säilyttäminen tarpeen vaatiessa sekä lisäpalvelut, joita voivat olla esimerkiksi ylimääräiset peitot ja tyyny. Monissa kolmen tähden hotelleissa huoneissa on myös hiustenkuivaajat, silitysraudat ja kenkienkiillotusvälineet. (Visit Nordic.)

Neljän tähden hotelleissa palvelut muuttuvat Tanskassa paljon kolmen tähden hotellia monipuolisemmiksi. Tällaisten hotellien huoneista löytyy aina oma ilmastointi, minibaari, ja henkilökohtaiset hygienia tuotteet, joihin sisältyy muun muassa suihkumyssy ja kynsisakset. Tämän tason hotelleista täytyy löytyä lisäksi aula ja jonkinlainen juomatarjoilu sekä sohvot tai ainakin nojatuolit yleiseen oleiluun. Neljän tähden hotelleissa täytyy olla myös oma baari ja huoneissa omat aamutossut ja kylpytakit. Viiden tähden hotellit Tanskassa sisältävät edellisten lisäksi ympärivuorokautisen ja monikielisen vastaanoton, henkilökunnan persoonalliset tervehdykset ja esimerkiksi kukkia huoneissa. Luksusluokan hotelleissa vuoteet

saatetaan lisäksi sijata nukkumaanmenoa varten ja hotelleissa on usein myös oma parkkihalli tai -paikka. (Visit Nordic.)

Ruotsissa on Tanskaan verrattuna hotellien palveluissa monia samankaltaisuuksia, mutta joitain erojakin löytyy. Ruotsissa yleisesti hotellihuoneen hintaan sisältyy aina aamiainen ja kaikki verot ja kulut sisältyvät huoneen hintaan. Monet hotellit käyttävät virallista tähtiluokittelua. Hotellien saamat tähdet löytyvät hotellien omilta verkkosivuilta. (Visit Nordic.)

Ruotsalaisissa yhden tähden hotelleissa vessat ja suihkut ovat usein yhteiset eli hygieniatilat saatetaan joutua jakamaan muiden asiakkaiden kanssa. Kahden tähden hotellit eroavat yhden tähden hotelleista siinä, että niissä on yleensä asiakkaille omat hygieniatilat. Kolmen tähden hotelleissa hotellihuoneet ovat savuttomia, ja niistä löytyy huonekohtaiset televisiot. (Visit Nordic.)

Neljän tähden hotelleissa täytyy tv:stä olla saatavilla myös kansainvälisiä kanavia, henkilökunnan pitää olla paikalla ympäri vuorokauden, kopiokone ja sen käyttömahdollisuus täytyy kuulua palveluihin ja lisäksi hotellin pitää pystyä tarjoamaan asiakkaille oma pyykkipalvelu pyykeille. Viiden tähden hotellien palveluihin Ruotsissa sisältyy uima-allas, kuntosali tai kuntokeskus. Hotellihuoneista pitää löytyä myös tallelokero asiakkaiden omille henkilökohtaisille arvotavaroille, huoneissa on laadukkaampi sisustus ja niistä löytyy myös sauna tai muu mahdollinen rentoutumispaikka. (Visit Nordic.)

Norjassa hotellit sisältävät periaatteessa samanlaisen palveluvalikoiman kuin Ruotsissa, lukuun ottamatta neljän tähden hotelleja, jotka sisältävät Norjassa aina oman ravintolan. Viiden tähden hotelleista Norjassa löytyy lisäksi sviittejä, jotka ovat tavallisia huoneita suurempia ja paremmin varusteltuja. Norjassa aivan samoin kuin Ruotsissa hotellihuoneen hintaan sisältyy melkein aina aamiainen, joten sitä ei tarvitse maksaa erikseen. Myös kaikki muut lisäkulut sisältyvät usein hintaan. Norjassa hotellien palvelu ja niiden vakiovarusteet ovat usein hieman erilaisia isoissa kaupungeissa kuin pienissä kaupungeissa tai kylissä. Norjassa myös maantieteellinen ympäristö vaikuttaa paljon hotellien laatuun. (Visit Nordic.)

Islannissa on käytössä samanlainen laatuluokittelu kuin Tanskassa. Käytännössä siellä on siis käytössä tähtiluokittelu laatuluokittelun kriteerinä. Islannissa aamiainen ei useinkaan sisälly huoneen hintaan, vaan se on saatavilla lisämaksusta huoneeseen. Kaikki kulut ja verot kuitenkin sisältyvät huoneiden hintoihin. Yhden tähden hotelleissa eroavaisuuksina muihin pohjoismaihin verrattuna on julkinen puhelin, jota asiakkaiden on mahdollista käyttää soittamiseen. Kahden tähden hotellin eroavaisuutena yhden tähden hotelleihin on kioski tai automaattipaikka, josta voi ostaa kevyitä virvokkeita. (Visit Nordic.)

Islannin kolmen tähden hotelleissa on aina työpöytä, mahdollinen pääsy puhelimeen ja tietyt määritellyt neliömetrit, jotka määrittävät sen kuinka iso huoneen täytyy olla. Lisäksi niissä on mahdollisuus käyttää tietokonetta. Neljän tähden hotelleissa huonepalvelu on avoinna ympärivuorokauden, hotellista löytyy oma ravintola, huoneisiin on mahdollista saada aamupalaa, ja huoneiden täytyy olla neliömetreiltään isompia kuin kolmen tähden hotelleissa. (Visit Nordic.)

Neljän tähden hotelleissa on oltava mahdollisuus hissien käyttöön ja huoneessa täytyy olla myös jonkinlainen lepotuoli. Viiden tähden hotellien palvelut Islannissa käsittävät huoneiden luksussisustuksen, oman kylpytakin, sisäuima-altaan tai kuntosalin, isommat huoneet pinta-alaltaan kuin neljän tähden hotelleissa, oman kaupan tuliaisista tai muita ostoksia varten ja omat ovimiehet, jotka hoitavat asiakkaiden laukkujen kuljetukset ja tervehtimisen. (Visit Nordic.)

3.3 Hotellien laatuluokittelu Suomessa

Suomessa ei ole käytössä minkäänlaista virallista yhtenäistä laatuluokittelua. Tämä saattaa hämärtää monia Euroopassa matkustavia, sillä monissa muissa maissa laatuluokittelu on käytössä. Laatuluokittelua on yritetty Suomessakin ottaa käyttöön, mutta monet isommat hotelliketjut kuten Sokos-hotellit ovat vastustaneet tätä. Järjestelmää ovat Suomessa yrittäneet saada käyttöön eritoten Matkailun edistämiskeskus (MEK) ja Suomen matkatoimistojen liitto. Suomessa matkanjärjestäjät ja matkatoimistot arvioivat hotellinsa omien laatuluokittelujensa mukaisesti. Aurinkomatkat käyttävät arvioinneissa tähtiä, kun taas esimerkiksi TUI käyttää omista arvosteluissaan sydämiä hotellin laadun merkitsemiseksi. (Vihmanen 2014b, Hietala 2024b.)

Luokittelulle ei ole tähän päivään mennessä löydetty Suomessa yhteisiä standardeja ja standardoinnin kehittämiseksi ei ole löydetty myöskään maksajaa. Scandicin toimitusjohtaja Aki Käyhkö (Vihmanen 2014b) jakaa huolen siitä, että tähtiluokitus on monen ammattilaisen mielestä melko lailla mekaaninen arviointityökalu, eikä se vastaa millään tavalla täydellisesti tämän päivän vaativien kuluttajien tarpeita. Tähtiluokituksen käyttöönotto Suomessa aiheuttaisi varsinkin suurille hotelleille monimutkaisia investointeja.

Suomessakin pystyy kuitenkin arvioimaan hotelleja useiden hotellien omien internetsivujen ja hotellien julkisten asiakaspalautteiden avulla. Näiden perusteella asiakkaat voivat helpommin löytää heille sopivan hotellin, jossa hinta ja laatu ovat heidän mielestään kohdallaan. (Hietala 2024a).

Harva hotelli Suomessa pystyy laadultaan vastaamaan loisteliaimpien ulkomaisten hotellien tasoa, mutta Suomen laadukkaimmat hotellit pyrkivät silti tarjoamaan asiakkailleen

mahdollisimman laadukasta ja jopa viiden tähden luokittelun mukaista palvelua ja auttamaan heidän tarpeissaan. Suomen luksushotelleissa pyritään aina ajattelemaan asiakkaiden parasta. (Hietala 2024a).

Suomessa erityisesti Strawberry-ketjuun kuuluvat hotellit luokitellaan usein luksushotelleiksi. Suomessa oli aiemmin kolme Strawberry-ketjun hotellia, mutta niitä on viime vuosina rakennettu jo kymmenen lisää. Strawberry-ketjulla ei itsellään ole varsinaisesti laatuluokittelua käytössä, mutta kaikki ketjun hotellit ovat hyvätasoisia ja osa niistä on luksushotelleja.

Paljon matkustavat matkailijat kyselevät Suomessa usein tähtiluokittelun perään ja heitä kiinnostaa hotellien laatu. He yöpyvät usein samoissa kaupungeissa ja samoissa hotelleissa ja arvostavat hotellien korkeaa tasoa. Suomessa asiakkaille kerrotaan kuitenkin aina, että Suomessa ei tähtiluokittelua ole saatavilla, mutta hotellien laatu vaihtelee täälläkin paljon. (Vihmanen 2014b.)

Laatuluokitus on puutteistaan huolimatta kuitenkin hyvin perusteellinen ja monipuolinen ja määrittää jopa valokatkaisijoiden sijainnin, hotellihuoneiden tuolien määrän sekä esimerkiksi mahdollisen kengänkiillotuspalvelun toiminnan. Laatuluokittelu kattaa luksushotellien eli neljän ja viiden tähden hotellien palvelussa myös esimerkiksi hotellien omat kirjekuoret ja -paperit. (Vihmanen 2014b.)

Suomessa hotellien laatuluokittelua arvioivat monet hotellien ja lentojen varaussivustot kuten Tripadvisor, Booking.com ja Hotels.com. Nämä palvelut julkaisevat käyttäjien arvioita hotelleista. Asiakasarviot ovat tähtiluokitteluja nopeampia reagoimaan, sillä ne päivittyvät jatkuvasti, kun taas tähtiluokittelun piirissä olevat hotellit tarkistetaan vain vuosittain. (Vihmanen 2014b.)

Booking.com kertoo Vihmanen (2014a) mukaan omilla verkkosivuillaan, että jokainen sen antama tähti on kolmannen osapuolen antama. Booking.comin antama tähtiluokitus muuttuu ja muokkautuu koko ajan asiakkaiden antamien arviointien perusteella, kun taas virallinen tähtiluokittelu on jäykempi, eikä se joustu samalla tavalla.

4 Luksus vieraanvaraisuusalalla majoitustoiminnassa

4.1 Luksuksen määritelmä

Luksus ja luksusvieraanvaraisuus on erikoistunut alue, joka tarjoaa henkilöille kokonaisvaltaista ja vertaansa vailla olevaa palvelua ja mukavuuksia. Luksuksesta kiinnostuneet henkilöt etsivät usein majoitusta, joka ylittää tavanomaisen tason ja sisältää jotain poikkeuksellista. (Glion 2024.) Luksus käsitteenä tarkoittaa eri ihmisille eri asioita, mutta sanakirjan määritelmän mukaan luksus on nautintoa, tyydytystä, mukavuutta tai helppoutta tuottavaa palvelua, joka ei ole ihmiselle ehdottoman välttämätöntä (Merriam-Webster 2024.)

Kun luksuksesta puhutaan sen varsinaisessa suppeassa merkityksessä, luksus käsittää aina korkealaatuisimmat tuotteet ja palvelut. Luksus edustaa kallista, mikä ei ole välttämätöntä ihmisille, mutta saattaa parantaa ihmisen elämäkokemusta. Hotellien yhteydessä erilaiset hotellien ja tuotteiden luksusmerkit tarjoavat vieraanvaraisuutta ja viestittävät ihmisille, että palvelu on jotenkin poikkeuksellista ja siinä keskitytään asiakkaan huomioimiseen ja pieniin yksityiskohtiin.

Luksusta on ennen pidetty Suomessa jopa syntinä, mutta nykypäivän Suomessa luksus on kaikkea muuta kuin vain pelkkää kiiltoa. Luksus on ihmisille jotain, joka tuottaa heille erityistä iloa tai ainakin ihmiset toivovat, että se tuottaisi iloa. Luksusta on perinteisesti pidetty jotenkin modernin maailman ilmiönä ja vaikeasti saavutettavana, mutta itse käsite on ikivanha ja se on tunnettu jo muinaisessa Egyptissä. Egyptissä luksus liittyi ihmisten hierarkiaan, arvovaltaan ja vallan käyttämiseen sekä sen tunnusmerkkien kantamiseen. Nykypäivänä luksus liittyy kuitenkin moneen muuhunkin asiaan kuin vain pelkkään statukseen ja statussymboleihin. (Nelskylä 2018.)

Ihmisiltä kysyttäessä tulee usein ilmi, että luksus on jotain sellaista, mitä ihmiset kaipaavat arkeensa. Esimerkiksi aika ja vapaus ovat monille ihmisille luksusta. Yhä useammin luksuksena pidetään myös asioita, joita on tehty taidolla ja sydämellä. Käsitteinä tehdyt asiat tai tuotetut palvelut ovat monille sitä oikeaa luksusta. Luksus ei tänä päivänä olekaan välttämättä enää niinkään kiiltävää ja kimaltelevaa, vaan usein enemmänkin henkilökohtaisempaa palvelua, joustoa, mukavuutta ja esimerkiksi ulkona olemista sekä erilaisia kokonaisvaltaisia tunne-elämyksiä. Uudenlainen luksusmatkailu tarjoaakin vaativille asiakkaille usein ainutlaatuisia luontokokemuksia ja vastuullisia hyvinvointielämyksiä. (Nelskylä 2018, Wallenius 2021, Puurunen 2023.)

Luksukseen erikoistuminen on myös työelämässä tänä päivänä mahdollista ja työskentely vieraanvaraisuusalalla luksuksen parissa voi olla monille hyvin palkitsevaa.

Vieraanvaraisuusalalla työskentelyyn on saatavilla myös ammattikorkeakoulun restonomi-tutkinto, jossa käsitellään työskentelyä hotellissa ja luksuksen parissa. (Gliion 2024.)

4.2 Luksus majoitustoiminnassa

Luksus nykypäivänä käsitteenä on hyvin kompleksinen. Luksus tarkoittaa eri ihmisille eri-laisia asioita. Haaga-Helian palveluliiketoiminnan yliopettaja Riina Iloranta (Paldanius 2023) kuvaakin luksusta niin, että osa luksuskuluttajista hakee siitä statusta itselleen ja jotain, mitä voi esitellä toisille esimerkiksi sosiaalisessa mediassa. Toisille taas luksus on enemmän omaa henkilökohtaista hedoniaa ja täysin tunnepohjaista. Monet ajattelevat, että luksus vie-raanvaraisuusalalla on hemmottelukokemusta ja jotain, joka on mahdotonta saavuttaa. Luk-sus näkyy vieraanvaraisuusalalla kuitenkin yhä enemmän kokemuksellisuutena ja herkkyy-tenä, eikä luksus enää ole vieraanvaraisuusalallakaan pelkästään vain materialistista, vaan se on yhä enemmän kokemusta kuin materiaa. (Sampo Consulting.)

Matkailu- ja majoitustoiminta on kasvanut nykyaikana valtavasti erityisesti lentomatkailun lisääntymisen myötä ja se työllistää Suomessakin jo satoja tuhansia ihmisiä. Luksus on kansainvälisesti satojen miljardien eurojen bisnes ja kaikki haluavat osansa niistä tuloista. Tekninen innovointi on ollut tärkeänä tekijänä vaikuttamassa majoitustoiminnan ja matkaili-jamäärien kasvuun. Koronapandemia vaikutti niin Suomessa kuin muuallakin vieraanvarai-suusosalalla matkailua vähentävästi ja sen myötä myös luksusmatkailu väheni. Matkailu ja eritoten lentomatkailu on kuitenkin toipunut pandemiasta ennakoitua nopeammin (Sampo Consulting.) Suomessa toipuminen ei silti ole sujunut aivan yhtä nopeasti kuin verrokki-maissa esimerkiksi muissa Pohjoismaissa.

Erityisesti ulkomaanmatkailu Suomeen tyrehtyi pandemian aikana pahoin ja sitä kautta ho-tellien piti miettiä uudestaan toimintansa kannattavuutta ja jopa koko konseptiaan. Vaikeista asioista otettiin kuitenkin opiksi ja myös Suomessa majoitustoiminta ja vieraanvaraisuusala ovat pandemian jälkeen elpyneet. Myös hotellien tarjoamat erikoispalvelut ovat nousseet suureen suosioon. Yhtenä esimerkkinä tästä on hotelli Kämpin korona-aikana lanseeraama luksuspalvelu, jossa asiakas noudetaan luksuskyydillä kodistaan nauttimaan hotellin palve-luista samaan aikaan, kun ammattilaiset siivoavat asiakkaan kodin. (Sampo Consulting.)

Vieraanvaraisuus ja hotellien verkon kautta tehtävät varaukset ovat myös pandemian jäl-keen kasvaneet hurjaa vauhtia. Monet hotellit suunnittelevatkin palveluidensa näkymistä ja markkinoimista sosiaalisessa mediassa pitkään ja käyttävät niihin valtavasti rahaa. Kilpailun kiristyessä hotellien on tärkeää erottua ja näyttää todella houkuttelevilta kuvissa, esittelyvi-deoissa ja sosiaalisen median kanavissa. (Sampo Consulting.) Kivikova kilpailu

asiakkaiden euroista on pakottanut hotellit visiomaan mitä mielikuvituksellisempia palveluita asiakkaita haaliakseen.

Hotellialalla on monia yrityksiä, jotka keskittyvät vain luksukseen ja niiden asiakaskunta on suuressa kasvussa. Täyden palvelun hotellit haluavatkin luoda poikkeuksellisia luksuskokemuksia ja noudattavat niiden tuottamisessa maailmanlaajuisia ylellisyysstandardeja. Luksuksessa yhdistyvät erinomaisesti hotellin sijainti, muotoilu, loistava palvelu, mukavuudet ja äärimmäinen keskittyminen yksityiskohtiin. Nämä asiat yhdessä luovat asiakkaalle täydellisen kokemuksen luksuksesta. Luksuksessa on jatkuva pyrkimys määritellä luksus aina uudelleen vastaamaan asiakkaiden kasvavia odotuksia. Tämä johtaa asiakkaiden määrän jatkuvaan kasvuun ja uusiin innovaatioihin luksuksesta. (Glion 2024.)

4.3 Luksuksen avaintekijät

Vaikka ihmiset kokevat luksuksen eri tavoin ja luksukseen kuuluu useita eri tekijöitä, erotetaan luksuksessa kuitenkin tavallisesti kolme avaintekijää. Avaintekijöistä ensimmäinen on hotellin sijainti. Poikkeuksellinen sijainti on tärkeä osa luksusta. Hotellit ovat sijainniltaan yleensä strategisesti tärkeissä paikoissa ja luksuskohdeissa, mistä on usein uskomattomat näkymät ja niistä pääsee helposti ja vaivattomasti suosituille nähtävyyksille. Luksuskohdeissa myös yhteydet muihin paikkoihin toimivat yleensä sulavasti. Asiakkaiden on näin helppo kokea yksityisyyden tunne ja yksinoikeus eri palveluihin, mutta tarvittaessa he pääsevät nopeasti myös eteenpäin ja uuteen paikkaan. Myös hotellin muotokielellä on ratkaiseva merkitys kokonaisvaltaisen luksuksen muodostumisessa. (Glion 2024.)

Hotellin arkkitehtuuri ja hotellin sisätilat suunnitellaan luksuskohdeissa huolellisesti ja tarkasti, jotta ne sopivat ympäristön kanssa yhteen. Luksushotelleissa kiinnitetään suurta huomiota yksityiskohtiin. Niissä pyritään yhdistämään myös hotellia ympäröivän alueen kulttuuri ja estetiikka yhteen, jotta saadaan täydellinen tasapaino vieraanvaraisuudelle. Näistä yhdessä syntyy ympäristökokonaisuus, joka houkuttelee vieraita ja tekee paikoista haluttuja majoituspaikkoja. (Glion 2024.) Tästä hyvänä esimerkki on hotelli St. George, joka tarjoaa upean miljöö, arkkitehtuurisesti ainulaatuisen rakennuksen ja hotellin huippulaatuisen palvelukonseptin.

Luksuksen toinen ydintekijä on poikkeuksellisen hyvä palvelu ja hotellien tarjoamat mukavuudet. Hotellit säilyttävät vetovoimansa vuodesta toiseen huippuluokan palvelulla ja mukavuuksilla. Luksushotellien täytyy pysyä ajan tasalla ajankohtaisista palvelutrendeistä. Nykyään luksushotellit tarjoavat muutakin kuin vain pelkän viihtyisän huoneen. Luksus on ympärivuorokautisia opaspalveluja, liikuntakeskuksia, kylpylähoitoja ja kuntoilumahdollisuuksia. Lisäksi hotellit tarjoavat luksustason ruokailukokemuksia. (Glion 2024.) Myös hotellien

asiakkaat ovat samaan aikaan tulleet vaativimmiksi. Asiakkaat odottavat hotelleilta yhä useammin aiempaa henkilökohtaisempaa palvelua, enemmän digitaalisia palveluja ja enemmän asiakastukea (Lopez Escobar 2022).

Yksi tunnetuimpia luksusmajoittumisbrändien tuntomerkeistä on hotellien sitoutuminen poikkeukselliseen luksuspalveluun. Näiden majoituspalveluiden työntekijät ovat saaneet koulutuksen luksuspalveluun ja heidän tavoitteenansa on palvella asiakkaitaan henkilökohtaisesti ja keskittyä asiakkaiden mieltymyksien noudattamiseen. Erona muihin kuin luksus-hotelleihin on se, että he haluavat ylittää odotukset eivätkä vain toteuttaa niitä. Tätä kutsutaan täyden palvelun kokemukseksi. (Glion 2024.)

Kolmas luksuksen ydintekijöistä on palvelun henkilökohtaistaminen ja äärimmäinen keskittyminen yksityiskohtiin. Luksuksessa otetaan huomioon asiakkaiden omat mieltymykset esimerkiksi huoneiden koossa, sisustuksessa, ruokavalinnoissa ja heidän kiinnostuksensa kohteissa. Tällä pyritään täydellisyyteen ja se ulottuu ja vaikuttaa pienimpiinkin yksityiskohtiin. Kylpyhuoneet sisältävät luksushotelleissa luksustuotteita, korkealaatuisia vuodevaatteita ja hotellien tarjoama viihde on korkealaatuista. Useat hotellit tarjoavat jo erityisen tyyntymenun, josta asiakas voi valita haluamansa tyyntyn. Myös huoneessa olevia kasveja voi valita joissain hotelleissa kuten Halcyon hotellissa Denverissä ja Hilton-ketju tarjoaa Isossa-Britanniassa lemmikkiystävällisissä hotelleissa lemmikeille oman menun. (Lopez Escobar 2022.) Myös sisustuselementit kuten huoneen tuoksu ja valaistus ovat hienovaraisia. Nämä elementit auttavat luomaan poikkeuksellisen mukavan ja hienostuneen oleskelun hotellissa. (Glion 2024.)

4.4 Luksuksen olemus

Luksuksella vieraanvaraisuusalalla tarkoitetaan, että luksushotellit ovat muutakin kuin vain paikka nukkua, syödä ja peseytyä. Ne ovat täynnä luksuskokemuksia ja palvelevat majoittujia, jotka etsivät tasokasta vieraanvaraisuutta. Vierailulla luksushotelleissa asiakas pääsee sisään poikkeukselliseen mystiseen maailmaan ja tuntee itsensä monella tapaa erityiseksi. Tämä on ominaista eritoten luksushotelleille ja hyvä osoitus hotellien herkkyydestä tunnistaa asiakkaiden tarpeita ja kohdata heidät yksilöllisesti. Luksusta majoitustoiminnassa voi lisäksi lisätä vaikuttajien markkinointi ja vaikuttajien käyttäminen brändilähettiläinä. Se saattaa auttaa majoitustoimintaa myös maailmanlaajuisesti ja mahdollistaa uusien yhteyksien luomisen asiakkaisiin ja yhteistyökumppaneihin. Luksuksessa onkin tärkeää olla trendien edellä. (Glion 2024.) Tähän uusien tulevaisuuden trendien metsästämiseen luksushotellit ovat erikoistuneet. Se voittaa, joka löytää nopeimmin seuraavan suuren luksustrendin ja konseptoi sen helposti käytettäväksi uudeksi palveluksi.

Luksus elää vahvasti vieraanvaraisuusalalla ja ajan hermolla sekä kehittyy joka vuosi isommaksi ja tärkeämmäksi osaksi matkailutoimintaa. Ihmisten käsitys luksuksesta onkin muuttunut ja se mikä saattoi olla kymmeniä vuosia sitten luksusta, ei ole enää nykypäivänä kilpailukykyinen tämän päivän luksuksen määritelmän kanssa. (Sampo Consulting.)

Hotellit tarjoavat luksusta satunnaisille matkailijoille mutta sen lisäksi ne tarjoavat luksusta myös monilla erilaisilla kanta-asiakasohjelmillaan, joista yksi tunnetuimmista on yhdysvaltalaisen Marriot Internationalin Marriot Bonvoy -kanta-asiakasohjelma. Ohjelman avulla ansaitaan pisteitä jokaisesta majoittumisesta ja sen on tarkoituksena taata, että vieraanvaraisuus Marriotin asiakkaille aina on huippuluokkaa. (Trust Deals.)

Suomessa hotelli St. George kuuluu Marriottin hotelleihin. Marriotin kanta-asiakasohjelma tekee hotellivierailusta asiakkaalle ainutlaatuista ja asiakkuus antaa etuina esimerkiksi huone-luokan korotuksen, ilmaisia tuotteita huoneeseen tai ilmaisia aterioita esimerkiksi aamupaloja. (Trust Deals.) Marriott-ketjun mainoslause on olla kaikille sopiva brändi, mikä kuvastaa hyvin ketjua, jolla on omistuksessaan yli 30 brändiä, joiden kanssa he tekevät yhteistyötä. Paljon matkustavat Marriotin kanta-asiakasohjelman jäsenet saavat yöpymistään erilaisia luksusetuja, mikä saa heidät valitsemaan Marriot-hotellin yhä uudestaan ja uudestaan. (Marriott.)

Luksusta on aina haettu eri näkökulmista ja ylellisyyden käsitteellä on pitkä historia hotelleissa. Uusi nykyaikainen luksus viittaa yhä useammin myös aineettomiin elämyksiin. Luksuksen kokemuksellisuus ja herkkyys näkyvät vahvasti majoitustoiminnassa ja luksusta majoitustoiminnassa yritetään nykypäivänä säädellä enemmän kokemuksella, kuin millään fyysisillä tavaroilla. (Paldanius 2023.)

Historian saatossa luksushotellien valinta perustui luksuksen määrään ja sen ominaisuuksiin. Asiakkaat arvioivat luksusta sen perusteella, miltä hotellin tai majoitusliikkeen aula näytti ja montako lankaa oli hotellin lakanoissa. Ajat ovat kuitenkin muuttuneet ja nykypäivänä asiakkaat arvioivat luksusta enemmän korkealaatuisten kokemusten ja koko hotellin tarjoaman luksusympäristön perusteella. Luksus ei käsitä enää pelkästään varallisuutta ja yltäkylläisyyttä, vaan siihen liittyy useita muitakin tekijöitä, joita ovat muun muassa yksityisyys, aitous, yksinoikeus ja yksilöllisiin tarpeisiin vastaaminen. (Glion 2024.) Näihin tarpeisiin luksushotellit pyrkivät vastaamaan ja kehittämään niitä yhä enemmän yksilöllisemmiksi.

Lukushotellit pyrkivätkin vastaamaan asiakkaittensa koko ajan koveneviin odotuksiin. Yhtenä esimerkkinä tästä on esimerkiksi Landmark Mandarin Oriental hotelli Hong Kongissa, jonka parhaimmasta sviitistä löytyvät niin oma elokuvateatteri, pop corn-kone kuin laaja valikoima boutiqueviinejäkin (Jacobs 2018).

Luksus majoitustoiminnassa kehittyä koko ajan ja se mukautuu yhteiskunnallisiin normeihin sekä kehittyä vinhaa vauhtia laukkaavan teknologian mukana. Se millaista luksus on nykypäivänä tai juuri tänään, ei ole välttämättä huomenna enää samaa luksusta tai asiakkaille yhtä houkuttelevaa. Luksusta majoitustoiminnassa ja vieraanvaraisuudessa ohjaavat kaksi erilaista tekijää, jotka ovat, asiakkaiden muuttuvat odotukset ja investoinnit laadun ja palveluiden parantamiseen. (Glion 2024.)

Nykypäivänä asiakkaat pitävät itsestään selvyytenä luksushotellien nopeaa internetyhteyttä ja helppokäyttöisiä avainkorttijärjestelmiä. Luksushotelleissa sisäänkirjautumista pyritään siirtämään yhä enemmän myös biometrisiin tunnistusjärjestelmiin, joilla pyritään parantamaan asiakkaiden turvallisuutta ja lisäämään palvelun mukavuutta. (Glion 2024.)

Aineellisten tekijöiden lisäksi myös aineettomat tekijät vaikuttavat asiakkaiden odotuksiin. Asiakkaat, joita kiinnostavat luonto ja ympäristö, valitsevat hotellin monesti sen mukaan, onko hotelli ympäristöystävällinen. Tämän vuoksi kestävästä kehityksestä on tullut tärkeä osa luksusta. Ympäristöystävällisyys on noussutkin majoitustoiminnassa kovaan arvoon, ja kuluttajat toivovat yhä enemmän hotelleilta kestävyysaloitteita ja eettisiä hankintoja myös luksushotelleihin. Yksityisyys voi myös olla tärkeää osalle luksusmajoittujista, minkä vuoksi monet luksusta haluavat asiakkaat suosivat yksityisiä huviloita ja villoja perinteisten suurten ketjuhotellien sijaan. Suomeenkin on rakentunut viime vuosina asiakkaiden yksityisyyteen panostavia luksushuviloita, kuten esimerkiksi Pohjois-Savon Joroisiin, jonne rakennettiin tänä vuonna 10 viiden tähden luksusmökkiä (Eskanen 2021, Glion 2024.)

Alan kasvu on osittain johtunut myös siitä, että alan sidosryhmät ovat tehneet isoja investointeja palveluiden ja laadun parantamiseen, mikä on johtanut parempiin asiakaskokemuksiin. Luksushotellien henkilökunnan koulutukseen on tehty paljon investointeja ja ne ovatkin olleet tärkeitä, jotta asiakkaiden suuret odotukset pystytään täyttämään ja voidaan taata luksuksen laatu majoitustoiminnassa. Luksushotellien henkilökunnan täytyykin olla valmiina mitä erikoisempiin asiakkaiden pyyntöihin. Niitä tulee vastaanottoon laidasta laitaan. (Khanji 2017.) Sen vuoksi on tärkeää, että hotelleissa käytetään merkittävästi resursseja tiimitaitojen parantamiseen asiakaskokemusten parantamiseksi. (Glion 2024.)

4.5 Luksushotellien kiinteistöt

Hotellit ovat viime aikoina keskittyneet myös luksuskokemuksen tarjoamisessa eri tilojen innovoivaan uudelleensuunnitteluun. Ne ovat luoneet yhteistiloja ja joustavia huonejakoja, jotka mukautuvat vieraiden toiveisiin sopivaksi. On myös investoitu paljon teknologioihin, jotta pystytään tarjoamaan matkailijoille saumatonta mukavuutta ja turvallisuutta.

Investoimalla laadukkaisiin palveluntarjontamenetelmiin, luksus majoitustoiminnassa ylläpitää johdonmukaista huippuosaamista. (Glion 2024.)

Luksuskiinteistöt majoitustoiminnassa ovat tunnettuja tyylikkyydestään ja viehätystään. Pelkän kiinteistöjen historiallisen merkityksen varaan ei luksusta kuitenkaan voi jättää. Vaikka historia vetoaa luksusmatkailijoihin ja monilla luksuskiinteistöillä on upea historia, luksuskokemus vaatii muutakin kuin vain upean historian. Merkittävä tekijä merkityksellisenä pysymiseen on hotellin innovatiivinen brändäys ja hotellin historian yhdistäminen nykypäivään. Tähän sisältyy sopeutuminen elämäntyyliintrendeihin ja samalla ylläpitäen kiinteistön ikoninen perintö. Nämä näkyvät luksuksen markkinointistrategioissa. (Glion 2024.)

Monet hotellit asettavat asiakaskokemusten muuttamisen etusijalle. Ne kunnostavat fyysisiä rakennelmia samalla säilyttäen perinteisen estetiikan. Monet luksushotellit ovat hyödyntäneet myös tarinankerronnan voimaa parantaen sillä omaa brändiään. Majoitusliikkeet ovat pystyneet luomaan emotionaalisia yhteyksiä asiakkaisiin kertomalla historiastaan kiehtovia tarinoita. Tarinat liittyvät usein historialliseen arkkitehtuuriin, taiteeseen tai uskomattomiin ja erikoisiin palveluihin, kuten Michelin-tähdillä varusteltuihin ruokakokemuksiin. (Glion 2024.)

Maailmalla erityisesti majoitusliikkeet Ritz ja Burj Al Arab yhdistetään luksukseen. Samoin erilaiset boutique-hotellit ovat nostaneet viime vuosina arvoaan ja nekin tarjoavat yöpyjilleen luksuskokemuksia. Boutique-hotellit, jotka sijaitsevat yleensä perintökohteissa tai muissa epätavallisissa paikoissa, ovat vanha ilmiö, mutta viime aikoina niiden suosio on ollut nousussa. Luksusboutique-hotellit taas ovat saaneet alkunsa, kun haluttiin vaihtoehto täyden palvelun luksushotelleille. Niiden tarkoituksena on tarjota asiakkailleen henkilökohtaisia palveluita ja ainutlaatuisia tunnelmia. Ne eivät luota yltäkylläisyyteen, vaan haluavat luoda henkilökohtaisen yhteyden asiakkaaseensa. Hotellit pyrkivät sitoutumaan syvästi asiakkaan kanssa ja saamaan asiakkaan uppoutumaan paikallisiin kulttuureihin. Boutique-majoitukset erottuvat luksushotelleista myös siinä, että ne luovat asiakkaalle yksilöllisyyden tunteen ainutlaatuisessa ympäristössä. Tähän pyritään suunnittelun avulla, jolla yhdistetään hotellin palveluihin paikallista historiaa ja tapoja, jotka edistävät mieleenpainuvia vierailuita. (Glion 2024.)

Yksi luksusta majoitustoiminnassa hyvin kuvaava asia ovat palatsihotellit. Palatsihotellit ovat poikkeuksellisen luksuksen ja loiston synonyymejä, jotka tarjoavat asiakkailleen hulleita elämyksiä. Palatsihotellit ovat toisenlaista luksusta edustava majoitusmuoto ja ne sijaitsevat usein vanhoissa arvokennuksissa. Kiinteistöt ovat usein muuttaneet muotoaan matkan varrella, mutta niin, että ne voivat tarjota vierailleen kuninkaallista tyyliä yhdistettynä nykyajan mukavuuksiin ja luksukseen. (Glion 2024.)

Palatsihotellit pystyy tunnistamaan jo kaukaa niiden mahtavasta arkkitehtuurista, mutta myös hotellien henkilökunnan omistautumisesta poikkeuksellisen henkilökohtaiseen palveluun. Palatsihotelleissa kiinnitetään huomiota pienimpiinkin yksityiskohtiin ja ylitetään asiakkaiden odotuksia, jopa hotellien kylpytakit on suunniteltu jokaista hotellia varten erilaisiksi ja hotelleista löytyy jopa omanlaisia suklaalevyjä, joita ei saa mistään muualta. (Glion 2024.)

Palatsihotellit eroavat boutiquehotelleista siten, että ne pyrkivät löytämään tasapainon perinteisen estetiikan ja nykypäivän luksusmatkajien mukavuusvaatimuksien kanssa. Yöpyminen näissä palatsihotelleissa antaa asiakkaille mahdollisuuden uppoutua upeisiin kokemuksiin ja olla samalla mukana rikkaassa ja historiallisessa kontekstissa. Palatsihotellit tunnetaan myös upeista puitteista ja mahtipontisesta arkkitehtuurista. Hotellit sijaitsevat usein kauniissa maisemissa tai hienoissa kaupunkinäkymissä. Palatsihotellit ovat muutakin kuin vain hotelleja ja majoituspaikkoja, ne ovat myös itsessään matkakohteita. Tällainen hotelli on esimerkiksi Nizzan Negresco-hotelli (Glion 2024.)

4.6 Luksus Suomessa ja Suomen hotelleissa

Suomesta on monesti puhuttu, että luksuksesta ei löydy merkkejä ja Suomessa ei tule koskaan olemaan luksustason hotelleja. Suomesta löytyy kuitenkin matkatoimistojen sivujen mukaan kolme luksustason hotellia, ja ne ovat Helsingissä sijaitsevat Hotel Kämp, Hotelli St. George ja uusimpana tuttavuutena vasta avattu Hotel Maria (Booking.com).

Luksuspalvelut eivät ole aiemmin niin hyvin istuneet suomalaiseen yhteiskuntaan. Julkisuuden henkilöiden suosimat Lapin matkat ovat kuitenkin 2000-luvulla alkaneet merkitä monille yhtä kuin suomalaista luksusta. Kun jalkapalloilija Lionel Messi tai sosiaalisen median hyvinvointivaikuttaja Kim Kardashian jakavat kokemuksiaan Suomen lapista, ei luksus olekaan täällä enää niin vieras käsite.

Suomen matkailumarkkinat ovat olleetkin voimakkaassa kasvussa koronapandemian jälkeen. Ulkomaalaisten matkailijoiden yöpymiset ovat lisääntyneet erityisesti Uudellamaalla. Helsingin hotellibisnes on ollut erityisen kovassa kasvussa. Huoneiden keskihinta yöpymiselle pääkaupunkiseudulla on ollut nousussa, vaikka vielä ei ollakaan lähelläkään aikaa ennen pandemiaa. Myös yksilöllisen palvelun tarjoamat hotellit ovat lisääntyneet. (Toivonen 2019, Valkama 2024.)

Norjalaisen sijoittajan ja Strawberry-keijun omistaja Petter Stordalenin mielestä Suomella on valtava potentiaali matkailumaana, mutta Suomi tarvitsee vielä lisää isoja toimijoita, joilla on tahtoa houkuttaa maahan enemmän kansainvälisiä asiakkaita. Luksushotelleilla on ollut Suomessa viime vuosina paljon kysyntää, minkä vuoksi Stordalen alun perin osti koko ketjun itselleen. (Toivonen 2019.)

Erityisesti Helsingistä löytyy nykyisin myös hienostoliikkeitä ja tavarataloja sekä Palace-ravintola, jolla on kaksi Michelin-tähteä ja monia muita yhden Michelin-tähden ravintoloita. Helsingissä ei kuitenkaan ole historiallisesti yhtä kehittynyttä luksusinfrastruktuuria, kuten monessa muussa maailman suurkaupungissa, kuten New Yorkissa, Dubaissa tai Singaporessa kirjoittaa Penelope Colston New York Timesin artikkelissaan (Colston 2024).

Colston (2024) jatkaa artikkelissaan lainaten Juri Mäkeä, helsinkiläistä Red-NOTE-tutkimusyhtiön toimitusjohtajaa, joka on tehnyt vuonna 2018 laajan tutkimuksen Suomen matkailualan käsityksistä ja Suomen luksustarjonnasta. Hänen mielestään luksuksen puuttuminen ja siihen tottumattomuus johtuvat ainakin osaksi siitä, että suomalainen yhteiskunta ei ole historiallisista syistä kovinkaan hierarkkinen ja täällä tulo- sekä varallisuuserot ovat maailman pienimpiä. Suomalaiset itsessään arvostavat yksityisyyttä ja ovat kuuluisia siitä, että välttävät keskusteluja tuntemattomien kanssa.

Artikkelissaan Colston (2024) kertoo myös amerikkalaisesta Stephen Leestä, joka on työskennellyt vuosia luksusbrändien viestinnän ja markkinoinnin parissa. Hänen mukaansa suurimpia kohteliaisuuksia Suomessa on tarjota jollekin ihmiselle luksusta ja jättää ihmiset sitten yksin nauttimaan siitä. Suomessa ei myöskään palkita rutiininomaisesta huomaavaisuudesta. Tällaista on esimerkiksi ravintoloiden juomarahakulttuuri, joka on Suomessa monelta osin kokonaan vierasta.

Vaikkei Suomessa ole pitkää luksuskulttuuria, on Suomen ensimmäinen luksushotelli hotelli Kämp perustettu jo vuonna 1887. Se kunnioittaa luksushotellien perinteitä ja keskittyy vanhan ajan luksukseen, jollaista nykypäivänä näkee todella harvoin. (Strawberry 2019.)

Suomen luksushotellien tavoitteena onkin pyrkiä tuomaan Suomeen vieläkin vaativampaa asiakaskuntaa, ja tähän markkinarakoon iskee erityisesti hotelli Maria, joka pyrkii uusimpana kilpailemaan luksusta etsivistä asiakkaista. Hotelli Maria pyrkii tuomaan hotellikokemuksen ihan uudelle tasolle ja selkeästi haastamaan perinteisemmät luksushotellit St. Georgen ja Kämpin. (Paldanius 2023.) Kaiken keskiössä näissä luksushotelleissa on henkilököhtäinen palvelu, joilla tavoitellaan asiakkaiden tyytyväisyyttä. Suomen hotellitoiminnassa luksus pyritään antamaan palveluilla, laadukkailla materiaaleilla sekä turvallisuudella ja vastuullisuudella. (Paldanius 2023.)

Samppa Lajunen, joka on siirtynyt urheilijasta kiinteistösijoittajaksi, ymmärsi luksuksen tarpeen Suomessa, kun hänen perustamansa kiinteistösijoitusyhtiö Samla Capital Oy:n tekemä tutkimus osoitti, että Helsingistä puuttui hotelleja, jotka tarjoavat kansainvälisen tason luksusta. Lajunen kokosikin tiimin suunnittelijoita ja vieraanvaraisuuden asiantuntijoita ja ryhtyi rakentamaan kokonaan uudenlaista konseptia. Hän teki myös mystery shoppingia Pariisiin ja Lontoon hienostohotelleissa. (Colston 2024.)

Konseptin toteuttaminen aloitettiin vuonna 2020, kun Helsingin Kruununhaassa alkoi vanhojen rakennusten kunnostustyöt, jossa yhdistettiin kolme 1800-luvun rakennusta ja yksi vuonna 1930-luvulla rakennettu rakennus, jota on aikaisemmin käytetty korkea-arvoisten sotilaiden parakkeina ja osana maatalousministeriötä. Projektin tuloksena syntyi vuonna 2023 avattu Maria-hotelli, joka on nimetty Venäjän keisarinna Maria Fjodorovan mukaan. Hän oli Aleksanteri III:n tyylikäs puoliso, joka vieraili usein Helsingissä paetakseen elämää hovissa ja ollakseen asukkaiden rakastama henkilö. Hotellin sisustuksessa on käytetty neutraaleja sävyjä ja valkoista marmoria, jota korostavat modernit valaisimet, suomalaiset taideteokset ja muun muassa kuvataiteilija Pia Feinikin teokset. (Colston 2024.) Hotellin huoneissa on neljän metrin korkuiset katot ja suurimmassa osassa huoneita King-kokoiset vuoteet, joissa on muhkeat patjat ja laatikkojouset. Yleensä suomalaisilla on käytössä ohuet patjat nukkuessa. (Colston 2024.)

Moniin hotellin sviittien kylpyhuoneisiin on rakennettu lepotuoleja, saunoja ja höyrysaunoja. Pienimmät huoneet ovat kooltaan noin 25 neliometriä ja niiden hinnat ovat noin 400 euroa yöltä. Huipputasoiset sviitit ovat suuria ja maksavat jopa 6000 euroa yöltä. (Colston 2024.) Hotelli Mariassa on tärkeää asiakkaiden saattaminen huoneisiin ja hotellissa onkin tätä varten henkilökohtainen piccolo, joka pitää ovia auki ja on aina valmis auttamaan asiakkaita heidän laukkujensa kanssa.

Mariasta löytyy kaksi ravintolaa. Toinen on nimeltään Lilja, joka on ranskalaisen keittiön inspiroima, mutta sydämeltään suomalainen ja toinen on Garden Terrace, joka on brasserie-tyylinen ravintola. Lisäksi Hotelli Mariasta löytyy myös oma kylpylä.

Hotelli Maria ei pian kuitenkaan ole enää uusin luksushotelli Helsingissä, sillä siitä noin kilometrin päässä sijaitseva Hotelli Kämp on tekemässä noin sadan miljoonan euron arvoista remonttia, jonka pitäisi valmistua vuonna 2026. Remontissa uusitaan hotellin tekninen infrastruktuuri ja tehdään huoneiden uudelleensuunnittelu. (Colston 2024.)

Luksusta löytyy Suomesta Helsingin ja Lapin lisäksi myös esimerkiksi Lohjalta, jossa on järven rannalla sijaitseva majatalo nimeltään Villa Stenberg. Stenberg on hiljattain valittu paremmaksi hääpaikaksi kuin muun muassa Cannesin lähellä Ranskassa Châteaun ja Barrassa Italiassa oliivilehdossa sijaitsevat tunnetut häähuvilat. (Colston 2024.)

4.7 Suomen luksushotellien tulevaisuus

Voiko Suomesta joku päivä tulla kansainvälisen tason luksuksen etsijöiden kohdemaaksi? Se on epätodennäköistä mutta mahdollista. Suomessa markkinat ovat melko pienet ja kotimaisia matkailijoita on melko rajoitetusti Suomen pienen väestöpohjan vuoksi. Suomessa on silti viime vuosina ollut koko ajan kasvamaan päin oleva luksuspalvelujen tarjoajien

verkosto, joka ulottuu Helsingistä aina Lappiin saakka. Tämä verkosto on Suomelle tärkeä, koska siten luksuksen tasoa pystytään ylläpitämään koko maassa.

Pohjoisessa Lapissa on jo vankka matkailutoiminta, joka sisältää useita ylellisiä palveluita tarjoavia yrityksiä ja luksusluokan majoitustiloja. Lapista löytyy muun muassa kirkaslasisia iglujia, jotka tarjoilevat vieraille majoituksen, jossa he voivat juoda samppanjaa ja katsella samalla revontulia. Kuluttajia kiinnostaa enenevässä määrin myös kohteiden ekologisuus. Monia erityisesti kansainvälisiä turisteja houkuttelevat iglujen ympäristöystävällisyys, ja niissä käy paljon vierailijoita vuosittain. Kokemusta lasi-iglusta voikin sanoa suomalaiseksi luksuskokemukseksi ja Suomen mittakaavassa se on merkittävä asia Suomen luksusmajoitustoiminnalle. (Siponmaa & Koskinen 2023, Colston 2024.)

Tulevaisuudessa ylempien keskiluokkaisten kuluttajien ostovoima ja vauraus lisääntyvät edelleen ja kohoavien lämpötilojen maailmassa, ilmastonmuutoksen edetessä yhä useamman katseet kääntyvät Pohjolan suuntaan. Suomalaiset hotellit ja muut matkakohteet eivät tulevaisuudessakaan pysty tarjoamaan kattavasti aivan kaikkia viiden tähden palveluja ja kaiken kattavaa ylellistä elämää. Niiden sijaan Suomen luksuskohteet tarjoavat jatkossakin aitoutta, läpinäkyvyyttä, ekologisuutta, vastuullisuutta ja vieraanvaraisuutta ja sen tukena olevaa palvelumuotoilua. (Adamsson & Iloranta 2019.) Merkittävä tekijä Suomen luksusmatkailun tulevaisuudelle on nyt myös kolmatta vuotta jatkuva Venäjän hyökkäyssota Ukrainassa. Sotatoimet ja niiden seurauksena alkaneet Venäjään ja Valko-Venäjään kohdistetut talouspakotteet ja matkustusrajoitukset ovat vaikuttaneet ja vaikuttavat varmasti vielä pitkään venäläisten luksusmatkailijoiden matkustamiseen Suomeen.

Vaikka Suomen luksusturismi ei tulevinakaan vuosina voi mässäillä valtavilla turismivirroilla, korvaa täällä luultavasti laatu määrän. Pienimuotoinen luksusliiketoiminta lisääntyy, minkä myötä Suomeen tulee lisää tasokkaita huoneistoja, hulppeita huviloita, pienimuotoisia asuntoja ja prameita sviittejä. Hienoja ruokaravintoiloita nousee. Myös erilaisten viimeisen päälle hiottujen huippukonseptien määrä kasvaa. Tällaisia ovat esimerkiksi huippukokkien unelma-annosten kokkikurssit, opastetut luontoretket Nuuksiot kansallispuistossa, norpparetket Saimaalla, villiyrttikurssit ja liikunnalliset privaattiluontoretket.

Jatkossa Suomen matkailubisnes tulee olemaan tekemisissä yhä enemmän myös varakkaiden matkailijoiden kanssa, jotka saapuvat Suomeen yksityiskoneillaan ja -jahdeillaan tai charter-lennoilla vain piipahtamaan hetkeksi Suomen parhailla luksuspaikoilla. Heillekin pitää pystyä järjestämään luksusluokan palvelua nopeallakin aikataululla.

5 Luksus hotellien vastaanoton toiminnassa

5.1 Vastaanottotyö luksushotellissa

Kun yöpyy hotellissa, näkee usein vain puhtaat lakanat, hienon huoneen ja hymyilevän vastaanottovirkailijan. Millaista luksusta kätkeytyy hotellien vastaanottovirkailijan hymyn taakse? Hotellihenkilökunnan tärkein tehtävä on pitää majoittujat tyytyväisenä. Positiivisten asiakaskokemusten luominen vaatii paljon henkilökunnalta. Hotelliarki ja luksus ovat muutenkin kuin kahdeksan tuntia työskentelyä hotellin vastaanotossa. (Duunitori 2016.)

Radisson Blue Royal hotellin vastaanottovirkailija Petro Erkolan (Duunitori 2016) mukaan asiakaspalvelussa on ensiarvoisen tärkeää osata lukea asiakkaan elekieltä ja havainnoida tarkasti sitä, mitä hän oikeasti haluaa. Luksushotellin vastaanotossa työskentelevät saavat usein asiakkailtaan mitä erikoisempia pyyntöjä ja luksushotellien pitää olla koko ajan valmiina toteuttamaan niitä. Vastaanottovirkailija on luksushotellissa se, joka varmistaa asiakkaille erinomaisen kokemuksen jo heidän saapuessaan hotelliin ja vastaa asiakkaan unohduttomasta kokemuksesta hotellissa. Luksushotellien vastaanotossa asiakkaalle luodaan tuntemus, että heitä ollaan aina valmiita palvelemaan jokaisessa ongelmatilanteessa. (Duunitori 2016.) Luksushotellissa mietitäänkin asioita asiakkaan puolesta jo ennakoon, jotta hän pystyy hotelliin tullessa vain nauttimaan hotellin tarjoamista palveluista.

Luksushotellin työntekijöiltä vaaditaan äärimmäistä sopeutumiskykyä ja sitoutumista elinikäiseen oppimiseen. Ne muodostavat yhdessä ylellisen luksusvieraanvaraisuuden urakehityksen selkärangan. Henkilöstön on lisäksi pystyttävä mukautumaan nopeasti uusiin luksustrendeihin ja teknologioihin, minkä vuoksi jatkuva kouluttautuminen ja ammatillinen kehittyminen ovat välttämättömiä hotellialalla. Luksushotellien palvelun korkea taso ei tarkoita vain ja ainoastaan asiakkaiden odotusten täyttämistä, vaan usein niiden ylittämistä. (EHL Insights 2023.) Standardit muuttuvat koko ajan ja huippuhotellien korkeatasoiset palvelut ulkomailla rantautuvat usein myös osaltaan Suomenkin luksushotellien palvelutarjontaan.

Hotellien vastaanotossa luksus merkitsee myös kielitaitoa, jotta vastaanoton työntekijät pystyvät kommunikoimaan asiakkaidensa kanssa. Lisäksi vuorovaikutustaidot ja asiakkaiden yleinen luksusluokanpalvelu ja avoin asenne vaikuttavat asiakkaiden luksuksen kokemukseen. Kaikki lähtee vastaanotosta ja henkilökunnan oma-aloitteisuudesta. Hotellissa on paljon pakollisia asioita, joita täytyy tehdä, mutta luksusta vastaanottoon tuo se, että henkilökunta oma-aloitteisuudellaan yllättää asiakkaan ja saa asiakkaille ainutlaatuisia muistoja kotiin viemisiksi. (Strawberry 2023.) Luksushotellissa työskennellessä on tärkeää tunnistaa erilaiset tilanteet ja räätälöidä palvelu sen mukaan, mikä on kyseiselle asiakkaalle parasta

palvelua (Duunitori 2016). Kun asiakas tekee varausta, hotellien vastaanoton tehtävänä on etsiä asiakkaille huone, joka on asiakkaan haluamana aikana tyhjä, puhdas ja läpäissyt tarkastuksen. Luksusta hotellien palvelussa on lisäksi esimerkiksi se, että huippuhotellien vastaanottovirkailijat tuntevat asiakkaansa hyvin ja voivat asiakkaan saapuessa kysyä jotain henkilökohtaista asiakkaan kotikaupungista tai maasta.

Vastaanotossa asiakas kohdataan fyysisesti ensimmäistä kertaa. Erityisesti luksushotellissa asiakaspalvelijan on tärkeää jäädä juttelemaan ja oppia tuntemaan asiakasta. Luksusta on juuri se, että asiakas pääsee tarkemmin puhumaan asiakaspalvelijan kanssa. Jokaiselta luksushotellissa työskentelevältä vaaditaan, että hänen täytyy pystyä juttelemaan ja olla aina valmiina keskustelemaan asiakkaan kanssa. (Duunitori 2016.)

Millaista sitten on työskennellä luksushotellin vastaanotossa?

Luksushotelleissa työskentely vaatii ennen kaikkea sitä, että työntekijällä on aitoa intohimoa työskennellä juuri luksushotellissa. Työntekijän on oltava valmis työskentelemään vaihtelevina työaikoina, niin iltaisin kuin viikonloppuisinkin. Työ luksushotelleissa edellyttää lisäksi jatkuvaa valmiutta oppia uusia asioita ja säännöllistä kouluttautumista työhön. (International University of Monaco 2024.)

Sisäänkirjautumisprosessi on nopea ja kestää tyypillisesti muutaman minuutin, sillä työ on vastaanottovirkailijan perustyötä, jota hän toistaa päivittäin useita kertoja. Luksusmatkailuun erikoistuneen matkailusivuston vanhempi kirjeenvaihtaja Lisa Gill (2013) kirjoittaa, miten tärkeää luksushotellin vastaanotossa on kuitenkin saada koko prosessi näyttämään siltä, että se on joka kerta tehty yksilöllisesti, ainutkertaisesti ja juuri kyseistä asiakasta varten. Vastaanottovirkailijan ammattitaitoa on tehdä asiakas tyytyväiseksi ja saada virkailijan rutiinityö näyttämään asiakkaalle ainutkertaiselta ja juuri häntä varten räätälöidyltä.

Hotellin vastaanoton henkilökunnan täytyy pystyä ajattelemaan nopeasti ja olemaan ystävällisiä, tapahtui sitten mitä tahansa. Luksushotellin vastaanottovirkailijoiden pitää pystyä työskentelemään paineen alla vaativien asiakkaiden kanssa ja pystyä joka tilanteessa tarjoamaan heille yksilöllistä ja moitteetonta palvelua. (International University of Monaco 2024). Luksushotellin vastaanotossa ei hymy saa hyytyä, sillä asiakkaan kokemus hotellista ja hänen luksuksensa voi mennä pilalla yhden ainoan huonon kokemuksen kautta. Myös luksushotellin arvosana voi hotelli-arvioissa laskea jo muutaman heikon asiakasarvion takia.

Vastaanottovirkailijat käsittelevät kaikkien vieraiden odotuksia ja pyyntöjä. Vieraiden pyynnöt ovat erilaisia, mutta kiteytyvät hyvin usein kolmeen tai neljään peruspyyntöön, jotka ovat toive myöhäisestä uloskirjautumisesta, viereiset tai lähekkäiset huoneet esimerkiksi perheille tai eri pariskunnille ja erilaiset laskujen korjaukset. (Gill 2013.)

Vastaanottovirkailijalla on palvelujen tarjoamisessa paljon omaa päätäntävaltaa, ja hotellien palveluun ei ole useinkaan luotu tarkkoja sääntöjä. Virkailijalla on mahdollisuuksia päättää melko itsenäisesti huoneiden jakamisesta, erilaisista mukavuuspaketeista sekä laskujen hyvityksistä. (Gill 2013.)

Huoneluokan korotus ja myöhäisen uloskirjaamisen kaltaiset pyynnöt määräytyvät monesti sen mukaan, maksaako asiakas yöpymisenä tietyllä kortilla, jonka käytön etuihin voi kuulua esimerkiksi huoneluokan päivitys ja mahdollinen huoneluokan korotus. Huoneluokan korotukseen ja myöhäiseen uloskirjaamisen vaikuttavat myös se, että millaisena asiakkaana hotellit näkevät asiakkaan. Osalla asiakkaista on hotellin varauskalenterissa vip-merkintä tai hän on varannut suoraan ylemmän huoneluokan kategorian huoneen. Nämä seikat vastaanottovirkailijan täytyy ottaa huomioon varausta tehdessä. (Gill 2013.)

Asiakkaat voivat olla mukana myös hotellien erilaisissa kanta-asiakasohjelmissa ja pystyvät sen vuoksi hyödyntämään hotellien heille tarjoamia etuja. Myös lojaalisuus kanta-asiakkaita kohtaan näkyy vastaanotossa. Jos asiakas on vierailut hotellissa usein, hänet voidaan automaattisesti asettaa ylemmän kategorian huoneeseen. Kanta-asiakasohjelmissa voidaan myös käyttää erilaisia pisteitä majoittumiseen. Myös suoraan majoituksen hotellin omilta sivuilta varanneet asiakkaat voivat saada varaukseensa mahdollisia huoneluokan korotuksia. (Gill 2013.)

5.2 Luksushotellin vastaanotossa työskentely esimerkkinä hotelli St. George

Hotellin vastaanotossa ja hotellissa työskentely ylipäättään vaatii työntekijöiltään paljon joustavuutta. Tämä on todellisuutta varsinkin luksushotelleissa. Luksus syntyy yksityiskohtista ja luksushotellin palvelu on enemmän kuin osiensa summa. Luksushotelleissa työskentely vaatiikin henkilökunnalta erityistä huolellisuutta ja asioihin paneutumista. Jokaista yksityiskohtaa ja sen vaikutusta kokonaisuuteen täytyy miettiä tarkasti ennen työn tekemistä. Luksushotellin toimintaa ohjataankin huolellisesti ja pienimpiäkin yksityiskohtia käydään huolella läpi.

Keskitason tai alemman tason hotelleissa, joissa palvelut ovat usein melko vakioituja, hotellin vastaanoton toiminnalla ei ole niin suurta vaikutusta asiakaskokemukseen kuin luksushotellien vastaanotossa. Luksushotellissa työskentelevät eivät ole vain työntekijöitä. He ovat asiakkaan luksuskokemuksen käsitteittäjiä. Heidät on kaikki koulutettu kiinnittämään erityistä huomiota yksityiskohtiin, tunneälykkääseen toimintaan, monikulttuuriseen herkkyyteen ja erilaisten luksusbrändin hallintaan. Luksushotellien vastaanotossa työskentelevät omaavat usein myös monia erikoistaitoja, jotka voivat vaihdella sommelier- tai baristaosaamisesta paikalliseen taide- ja kulttuuritietoon. Tällaiset seikat nostavat luksushotellin

asiakkaan vieraskokemuksen erinomaisesta poikkeukselliseksi luksuskokemukseksi. (EHL Insight 2023.)

St. Georgessa vastaanoton työtehtäviin kuuluu myös henkilökohtaisten korttien kirjoittaminen asiakkaille. Kortit kirjoitetaan käsin ja niitä kirjoitetaan asiakkaille, jotka viettävät hotellissa esimerkiksi syntymäpäiviä, erilaisia vuosipäiviä, häyötä tai muita heille merkittäviä päiviä. Lisäksi asiakkaiden merkkipäivien viettoon hotellissa kuuluu se, että heidän huoneisiinsa viedään erilaisia pieniä yllätyksiä, jotka voivat olla esimerkiksi suklaalevyjä, lakritsa-kuulia, macarons-leivoksia tai vaikkapa Tove Janssonin kirja. Monissa hotelleissa muistamiskortit on tehty tietokoneella, mutta St. Georgessa luksusta pyritään tekemään monilla pienillä yksityiskohdilla, mikä tuo asiakkaalle vielä henkilökohtaisempaa palvelua. Asiakkaille tulee kokemus siitä, että hotellin työntekijät ovat aidosti onnellisia heidän puolestaan ja rehellisesti mukana tekemässä heidän vierailustaan ikimuistoisena.

Jordan Hollanderin (2023) sanoin vastaanottovirkailija on ensimmäinen ihminen, joka toivottaa asiakkaan tervetulleeksi ja viimeinen, joka hyvästelee asiakkaan hänen lähtiessään. Vastaanottovirkailija on vastuussa tärkeästä ensimmäisestä ja viimeisestä vaikutelmasta sekä vieraiden ilahduttamisesta koko majoittumisen ajan. Vastaanottovirkailijan ensimmäinen ja tärkein tehtävä on hymyillä ja palvella ystävällisesti.

Luksushotellin vastaanotossa työskentelevän täytyykin olla aina äärimmäisen tyyni ja joustava ja aina valmis mukautumaan erilaisiin tilanteisiin ja ympäristöihin. Hänen pitää pystyä myös työskentelemään erilaisten ihmisten kanssa monikulttuurisissa työyhteisöissä, mikä vaatii kielitaitoa ja eri kulttuurien tuntemusta. (International University of Monaco 2024.) Luksushotellin asiakkaat tietävät, että huippuluokan hotellien henkilökunta auttaa heidän kaikenlaisissa ongelmissaan ja mikään toive ei ole liian vaikea toteuttaa.

Vaikka vastaanottovirkailijat kohtaavat myös vaikeita tilanteita, heidän täytyy silti pitää yllä korkeatasoista palvelua. Vastaanottovirkailijat tekevät varausten lisäksi asiakkaille myös ravintolavarauksia ja varaavat erilaisia aktiviteetteja. Luksushotellien vastaanoton työntekijät tilaavat asiakkailleen myös teatterilippuja, varaavat linja-auto- ja junalippuja sekä etsivät asiakkaille tietoja kaupungin nähtävyyksistä. Tätä concierge-palvelua on korostettu St. Georgessa. Hotelli on tunnettu siitä, että jokaisen työntekijän täytyy tuntea hotellien lähialueen nähtävyyksiä ja aktiviteetteja. Hänen täytyy pystyä suosittelemaan palveluja myös muualta Helsingistä ja lähiseuduilta. Monet hotellin asiakkaat haluavat esimerkiksi päiväretkelle Viroon ja näiden matkojen järjestämisessä vastaanoton henkilökunta auttaa heitä.

Toinen todella suosittu nähtävyys turistien keskuudessa on Suomenlinna ja sinne tehtävien vierailujen järjestäminen on vastaanottovirkailijoiden jokaviikkoista työtä. Hotelli St. Georgessa ei ole varsinaista omaa concierge-pistettä, jollainen löytyy Hotel Kämpistä,

mutta St. Georgessa jokainen vastaanottovirkailija auttaa asiakasta parhaansa mukaan. Luksusluokan palvelua on esimerkiksi se, että monesti jo sisään kirjautuessa virkailija suosittelee asiakkaille erilaisia kohteita ja ravintoloita.

Vastaanottovirkailijat käsittelevät lisäksi vieraiden reklamaatioita sekä keksivät luovia ratkaisuja vieraiden erilaisiin ongelmiin. Lisätehtäviin vastaanotossa voivat kuulua, myös uusien työntekijöiden perehdyttäminen, vieraiden matkatavaroiden kanssa auttaminen sekä vieraiden arvosteluihin vastaaminen ja maksujen kerääminen myyntituotteista. (Hollander 2023.) Luksushotellin vastaanoton työntekijän täytyykin olla äärimmäisen hyvä organisoimaan, loistava kommunikoiija ja äärimmäisen ammattimainen, jotta hän kykenee palvelemaan vaativia asiakkaita heidän moninaisissa tarpeissaan. (International University of Monaco 2024).

Hotelli St. Georgen kuten muidenkin hotellien toiminnassa on paljon sääntöjä, joita niiden on noudatettava. Sääntöjä sovelletaan jokaiseen varaukseen. Esimerkiksi varausten tekemistä sitovat tietyt säännöt. Varauksen tekemisen yhteydessä asiakkaan pitää ilmoittaa tärkeimmät yhteystietonsa, varauksen maksutapa ja tiedot milloin hän kirjautuu sisään ja milloin ulos. Sisäänkirjautuminen hotelliin tapahtuu kuten valtaosassa muistakin hotelleista n. klo 15 aikoihin tai sen jälkeen.

Kaikissa varauksissa käytetään luottokorttia takauksena. Hotelli hyväksyy maksut kortilla tai käteisellä. Hotellilla on oikeus veloittaa majoituksen hinta, jos asiakas jättää kokonaan tulematta hotelliin. Hotelli ottaa aina katevarauksen etukäteen asiakkaan kortilta mahdollisia lisäkuluja varten ja palauttaa katevarauksen asiakkaalle uloskirjautumisen yhteydessä.

Jos asiakas rikkoo sääntöjä, hänet voidaan poistaa hotellista välittömästi. Hänen on kuitenkin maksettava majoituskulunsa sekä mahdolliset lisäkulut. Hotelli ei ole myöskään vastuussa asiakkaan henkilökohtaisesta omaisuudesta, eikä vastaa myöskään asiakkaan henkilöautosta, joka on pysäköity hotellin parkkialueelle.

Asiakas vastaa itse tahallisuudesta esimerkiksi tupakoimisesta huoneessa. Huonevarauksen tehdessä täytyy olla täysi-ikäinen tai mikäli majoittuja on alle 18-vuotias, tarvitsee hän huoltajalta luvan majoittumiseen. Lemmikkieläimet ovat tervetulleita St. Georgeen, mutta ne ovat aina majoittujan vastuulla ja ne eivät saa häiritä muita majoittujia. Asiakas vastaa itse lemmikkinsä hyvinvoinnista ja mahdollisista lisäkuluista lemmikkiensä liittyen.

5.3 Vastaanoton työtehtävät

Vastaanotto ei ole paikka, missä pitää kiirehtiä asiakkaan saapuessa, vaan se on paikka, missä työntekijät ovat asennoituneet siihen, että asiakkaan vierailusta tehdään mahdollisimman arvokas. Vastaanottovirkailijoiden käsissä on asiakkaan koko huonekokemus ja sen mukana asiakkaan koko hotellikokemus. Vieraiden silmissä vastaanottotyö koostuu lyhyistä sisään ja uloskirjautumisista, joiden välissä saattaa olla erilaisia pyyntöjä ja toiveita.

Vastaanotto toimii kuitenkin koko ajan myös hotellin tilannekeskuksena, joka huolehtii vieraiden vuorovaikutuksesta ja yksityiskohtaisista pyynnöistä. Vastaanotto toimii myös kaikkien laskutusten ja maksujen keskuksena. Silloin, kun vastaanottovirkailijat eivät palvele hotellin asiakkaita tai vastaa muun henkilökunnan kyselyihin, he pitävät huolta asiakkaista sähköpostitse. Työsähköposti on tärkein keino välittää varaustietoja. Tärkeintä on kuitenkin käyttää aikaa huoneiden varaamiseen ja valmistella huoneet vieraiden saapumista varten.

Työskentely on kuin iso palapeli, johon tulee koko ajan uusia palasia ja kaikki täytyy saada lokahtamaan kohdalleen. Asiakkaiden profiilissa voi olla kirjattuna erilaisia tietoja tai toiveita, joiden perusteella huonevalmistelut tehdään. Asiakas on saattanut myös toivoa huonetta jostain tietyistä kerroksista tai osasta hotellia. Välillä asiakkaalle on varattu alustavasti useita huoneita jo ennen asiakkaan sisäänkirjautumista.

Vastaanottotiskin työvuorot jaetaan yleensä kolmeen osaan. Aamuvuoro on usein n. klo 7:00-15:00, iltapäivävuoro klo 15:00-23:00 ja yövuoro klo 23:00-7:00. Vuoroissa on jonkin verran eroja. Aamuvuorossa työskentelevä huolehtii vieraiden uloskirjautumisesta ja päivävuoro huolehtii vieraiden sisäänkirjautumisesta. Yövuorossa tehdään varauskirjojen täsmäytys ja erilaisia raportointitehtäviä. (Hollander 2023.)

Vastaanoton työpäivä alkaa laskemalla käteinen kassakaapista. Sen jälkeen aamuvuoron työntekijät saavat yövuorolta raportin, jossa käydään läpi majoitusvieraiden esittämät pyynnöt ja tiedot siitä, mitä yöllä on tapahtunut. Tämän jälkeen yövuorolaiset lähtevät ja aamuvuorolaiset jäävät vastaanottoon. Vastaanotto saa usein aamulla pyyntöjä asiakkailta, jotka liittyvät usein asiakkaiden avun tarvitsemiseen matkalaukkujensa kanssa. Aamulla on mahdollisesti jo päivän ensimmäiset sisäänkirjautumiset. Aamuvuorolaiset soittavat myös herätyspuheluita asiakkaille. (Hollander 2023.)

Aamuvuorossa hotelleissa myös lunastetaan asiakkaiden lahjakortit, jotta heiltä ei tarvitse kysyä korttia erikseen sisäänkirjautumisen yhteydessä. Aamuvuorossa käydään lisäksi läpi päivän siivoukset siivoojien kanssa ja se, mitä heidän täytyy tietää iltapäivällä saapuvien asiakkaiden erityistoiveista huoneiden suhteen. Aamuvuorossa tarkistetaan myös, että kaikilla päivän varauksilla on olemassa maksukorttitiedot. Tietyissä tapauksissa majoitus

veloitetaan asiakkaalta jo etukäteen, jos hänellä on käytössä yrityksen nimissä oleva maksukortti. Aamuvuorolaiset ovat myös yhteydessä hotellin pyykkipalveluun, jotta asiakkaat, jotka ovat jättäneet pyykkejä pesuun, saavat puhtaat vaatteet saman päivän aikana takaisin.

Vastaanottovirkailijan täytyy koko ajan olla valmiina vastaamaan asiakkaiden soittoihin ja sähköposteihin. Vastaanottovirkailijat auttavat asiakkaita aamulla myös lounasvarausten tekemisessä. Pitkän matkan asiakkaiden lennot voivat tulla todella aikaisin aamulla ja tällöin asiakkaat haluavat yleensä tulla aikaisin tekemään sisäänkirjautumisen hotelliin. (Hollander 2023.)

Puolen päivän aikoihin suurin osa vieraista lähtee ja silloin vastaanoton työ on pääasiassa asiakkaiden uloskirjautumisten tekemistä. Virkailijat selvittelevät vastaanotossa myös asiakkaiden hotelliin unohtuneiden matkalaukkujen ja muun omaisuuden kohtaloa. Uloskirjautumisruuhkan jälkeen virkailijat pitävät tavallisesti lounastauon. Ennen iltavuoron alkua virkailijoiden täytyy järjestellä asiakkaat iltavuoroa varten vapaisiin huoneisiin (Hollander 2023.)

Iltavuorolaisen saapuessa töihin vastaanottovirkailija käy nopeasti läpi aamu-, ja päivävuoron aikana tapahtuneet asiat ja antaa listan asiakkaista, jotka odottavat huoneeseensa pääsyä. Vuoron päätteeksi vastaanottovirkailija laskee vielä kassan ja siistii vastaanoton valmiiksi iltavuoroa varten. (Hollander 2023.) Iltavuorossa käydään läpi seuraavan päivän hotelliin saapujat ja huolehditaan, että heidän erityiset vierailuaan koskevat pyyntönsä ovat aamuvuoron tiedossa. Iltavuoron aikana asiakkaiden pyykit saapuvat ja ne toimitetaan suoraan heidän huoneisiinsa. Iltavuoron aikana myös kirjoitetaan henkilökohtaiset kortit asiakkaalle, jotka ovat saapumassa seuraavana päivänä ja katsotaan läpi päivävuoron aikana tulleet sähköpostit.

Vastaanottovirkailijan työ on erinomainen tapa päästä sisälle hotellialaan, sillä se ei usein vaadi lainkaan aikaisempaa hotellialan kokemusta. Luksushotellien vastaanottoon saateen etsiä työntekijöitä sen perusteella, löytyykö aiempaa kokemusta hotellialalta. Monet hotellit haluavat kuitenkin, että työntekijällä on intohimoa vieraanvaraisuuteen, hyvät viestintätaidot sekä ongelmanratkaisukykyä. Jos työntekijä on työskennellyt ravintoloissa, vähittäiskaupoissa tai muissa asiakaspalvelutyöpaikoissa, työntekijä on sopiva ehdokas hotellin vastaanottotyöhön. (Hollander 2023.)

Usein hotellit julkaisevat vastaanottovirkailijan avoimet työpaikat omilla urasivuillaan ja se onkin helpoin tapa hakea vastaanottovirkailijan avointa työpaikkaa. Usein kannattaa myös vieraila itse hotelleissa ja katsoa millaista siellä on työskennellä. Todennäköisesti ensiksi on haastattelu vastaanoton esimiehen tai johtajan kanssa. Luksushotellissa työhaastattelu

voi olla jopa hotellin pääjohtajan kanssa. Monet hotellit pyytävät hakijoita suorittamaan etukäteen huumeseulan ja vähintään suorittavat taustatarkistuksen. (Hollander 2023.)

5.4 Vastaanottovirkailijan osaaminen, pätevyys ja edellytykset

Hotelli- ja ravintola-alan työ on luonteeltaan usein nopeatempoista ja työntekijöiltä vaaditaan kykyä työskennellä vaihtelevina työaikoina. Työ on hotellin vastaanottotiskin ergonomian mukaan pitkälti joko istuma- tai seisomatyötä ja fyysisesti suhteellisen kevyttä työtä, johon vuorotyö tuo omat lisähaasteensa. Fyysisyyttä työhön tuovat lähinnä asiakkaiden auttaminen heidän matkalaukkujensa kanssa. (Hollander 2023.)

Pätevyysvaatimuksia hotellin vastaanottotyötä kohtaan on paljon. Hollander (2023) näkee, että kyky oppia uutta, on hotellin vastaanottovirkailijan työn yksi tärkeimmistä edellytyksistä. Ihanteellinen hakija vastaanottovirkailijan työhön on henkilö, joka on tarkka yksityiskohdista, jolla on erinomainen muisti ja joka pystyy hoitamaan vaihtuvia työtehtäviä tehokkaasti. Vastaanottovirkailijan täytyy olla erittäin hyvä kommunikoimaan, huolellinen ja organisointikykyinen tiimipelaaja, jolla on positiivinen ja kilpailuhenkinen asenne sekä intohimo asiakkaiden palvelemiseen. Työ vaatii myös järjestelmällisyyttä ja tarkkaa aikatauluissa pysymistä. Aikataulut myös vaihtelevat hotellin tarpeiden ja esimerkiksi vuodenaikojen ja sesonkien mukaan. (Hollander 2023.)

Lisäksi vastaanoton työntekijän täytyy olla oma-aloitteinen ja ennakkointikykyinen. Vastaanottovirkailijan työssä eduksi katsotaan hyvät IT-aidot ja erilaisten varausjärjestelmien tuntemus, sillä virkailijan täytyy pystyä käyttämään kaikkia vastaanottoon liittyviä tietokonejärjestelmiä. (Hollander 2023.) Oleellista työssä on kyky kuunnella ja kommunikoida englannin kielellä sekä suullisesti että kirjallisesti. Vastaanottovirkailijan täytyy lisäksi olla kohtelias, osata tervehtiä ja toivottaa kaikki asiakkaat tervetulleeksi hotellin standardien mukaisesti.

Tarkka kuulo ja nopea näköhavainnointikyky hätätilanteiden havaitsemiseksi ovat myös ilmeisiä etu vastaanottovirkailijan työssä. Virkailijan täytyy myös pitää tarkasti huolta ulkonäöstään ja olla erityisen tarkka henkilökohtaisesta hygieniastaan. Ulkonäköön kuuluu siisti pukeutuminen ja asianmukaisen virkapuvun sekä hotellien tunnusmerkkien kuten merkkipinssien käyttäminen.

Virkailijan täytyy pystyä olemaan hyvin perillä hotellin toiminnasta ja kaikista hotellin tarjoamista palveluista, paketeista ja erityistarjouksista sekä niiden hinnoista ja saatavuudesta. Hänen pitää myös osata ylläpitää ja markkinoida erilaisia hotellin kampanjoita ja vieraiden sitouttamisohjelmia. (Hollander 2023.) Vastaanottovirkailijan täytyy tuntea myös hotellin turvallisuussuunnitelma ja erilaisten hätätilanteiden menettelytavat. Hotellin standardeja ja määräyksiä täytyy noudattaa turvallisen ja tehokkaan hotellitoiminnan edistämiseksi.

Vastaanottovirkailijan täytyy lisäksi tunnistaa palvelun ongelma-alueet ja avustaa erilaisten palveluratkaisujen toteuttamisessa. Virkailijan on pystyttävä myös ymmärtämään ja soveltamaan eri lähteistä saatuja monimutkaisia tietoja ja olla osaltaan saavuttamassa hotellin tavoitteita. (Hollander 2023.)

Virkailijan täytyy olla valmiina kouluttautumaan hotellialalla jatkuvasti ja huolehtimaan hotellin sekä asiakkaiden turvallisuudesta pitämällä tiedot töistä omana tietonaan. Hotellin vastaanotossa työskenteleville on eduksi korkeakoulututkinto tai muu hotellialan työkokemus. Hotelliin töihin päästäkseen on usein kuitenkin oltava vähintään ylioppilastutkinto. (Hollander 2023.)

Monet aloittavat työuransa hotellialalla vastaanottotiskillä työskentelystä. Hotellialalla on monia erilaisia urapolkuja ja paljon mahdollisuuksia etenemiseen. Kun työskentelee pitkään vastaanottovirkailijana, on mahdollista pätevoityä esihenkilöksi ja saada ylennys ensin vastaanottovirkailijoiden esihenkilöksi ja myöhemmin koko vastaanottotiimin päälliköksi. Monet vastaanoton päälliköt työskentelevät samalla myös siivouspalvelun esihenkilötyössä, mikä antaa heille paremman käsityksen lähellä vastaanottoa ja siihen kiinteästi liittyvästä hotellin osa-alueesta. Monet vastaanottovirkailijat siirtyvät urallaan eteenpäin hotellin toisille osastoille esimerkiksi myynti- tai talouspuolelle. Vastaanoton virkailijat saattavat helposti myös vaihtaa hotellista toiseen saman hotelliketjun sisällä. (Hollander 2023.)

Jos päättää ryhtyä vastaanottovirkailijaksi huomaa yleensä melko nopeasti, että se voi olla hyvin palkitsevaa työtä, josta voi kehittyä pitkä hotelliura. Hotellialalla tapaa kiehtovia ihmisiä, saa kuulla unohtumattomia tarinoita ja saa mieleenpainuvia muistoja, jotka säilyvät mielessä koko elämän ajan. Näiden asioiden lomassa hankitaan myös arvokkaita taitoja ja rakennetaan henkilökohtaisia verkostoja. (Hollander 2023.)

6 Tutkimuksen toteutus

6.1 Haastattelututkimus hotelli St. Georgessa

Tutkimus toteutettiin keräämällä haastattelukyselyn avulla materiaalia hotelli St. Georgen vastaanoton henkilökunnalta. Haastattelu suoritettiin Google Forms -lomaketyökalua käyttäen ja kohderyhmänä oli hotelli St. Georgen vastaanottotiimi.

6.2 Tutkimusmenetelmän esittely

Opinnäytetyön tutkimusmenetelmänä oli laadullinen tutkimus. Laadullinen tutkimus oli järkevin vaihtoehto tehdä tällainen tutkimus, sillä oikein kohdennettujen tutkimuskysymysten ja niistä saatujen vastausten perusteella on mahdollista ymmärtää yksilön vastaukset osana kokonaisuutta.

Työ sopi laadulliseksi tutkimukseksi hyvin myös siksi, että laadullisessa tutkimuksessa pyritään keräämään empiiristä tutkimusaineistoa tutkittavasta ilmiöstä esimerkiksi haastattelujen avulla ja tekemään niiden pohjalta johtopäätöksiä. Haastatteluista saatuja tietoja tutkitaan laadullisessa tutkimuksessa laadullisesti, eikä niitä muuteta ensisijaisesti esimerkiksi numeeriseen muotoon. Laadullisessa tutkimuksessa pyritään ymmärtämään yksityiskohtien avulla ilmiön kokonaisuutta ja tunnistamaan ne seikat, jotka ovat merkityksellisiä kokonaisuuden kannalta. (Juhila 2024b).

6.3 Tutkimuskysymykset

Opinnäytetyössä tarkasteltiin luksuksen määrittelyä. Opinnäytetyön päätutkimuskysymyksenä oli, miten luksus näyttäytyy hotelli St. Georgessa.

Lisäksi selvitettiin:

- Millaista luksus on majoitustoiminnassa ja miten se määritellään?
- Miksi hotellista voidaan käyttää määritelmää luksushotelli?
- Minkälaisia asioita hotellit painottavat, kun on kyse luksushotellista?
- Miten laatuluokittelu vaikuttaa luksukseen?
- Mitä asioita luksus tuo hotelleihin eli mikä on sen merkitys hotellin toiminnassa?

6.4 Tutkimuksen kuvaus, aineiston keruu ja analysointi

Työssä kartoitettiin kyselylomakkeella hotelli St. Georgen henkilökunnan näkemyksiä luksuksesta. Opinnäytetyötä varten haastateltiin hotelli St. Georgen vastaanottotiimiä, johon sisältyvät sekä esimiehet että muut työntekijät. Haastatteluun osallistui seitsemän henkilöä.

Haastattelun vastausaika vastaajille oli yksi viikko. Haastattelukysymykset (liite 1) ovat työn liitteenä. Haastattelussa oli muutama peruskysymys ja kyselyn lopussa oli lisäksi mahdollisuus kirjoittaa myös avoimia vastauksia aiheeseen liittyen. Haastattelukysymykset olivat avoimia ja niihin ei ollut oikeaa tai väärää vaihtoehtoa.

Vastausten saamisen jälkeen suoritettiin vastausten analysointi. Annetut vastaukset kerättiin yhteen ja niistä tehtiin johtopäätökset sekä yhteenveto. Analysointivaiheessa vastaukset lisäksi purettiin ja niitä selkeytettiin, jotta vastaukset olisivat paremmin ymmärrettävissä ja jotta niistä pystyttäisiin tekemään yhteisiä johtopäätöksiä. Tarkoitus oli saada mahdollisimman kattava kuva vastaanottotiimin mielipiteistä luksuksesta.

6.4.1 Luksuksen kokeminen St. Georgessa

Hotelli St. George on luokiteltu viiden tähden hotelliksi ja henkilökunta tietää tämän. Viiden tähden taso kulkee käsi kädessä luksuksen kanssa. Luksus käsitteenä on hyvin vaihteleva, mutta hotelli St. George pyrkii luomaan luksuksen kuvan asiakkaille. Hotellista käytetään termiä luksushotelli jo pelkästään sen vuoksi, että tarkoitus on houkutella hotelliin tiettyä vaativaa asiakaskuntaa ja samalla pyrkiä antamaan vieraille kuva luksuksesta jo ennen hotelliin tuloa. Hotellissa on totuttu luksukseen ja se on ollut alusta lähtien määrittelemässä luksuksen standardeja Suomessa.

Luksus näyttäytyy hotellissa yleisenä laadukkuutena ja viimeistelynä ulkomuotona. Panostus luksukseen näkyy ja hotellissa on pyritty tuomaan luksus esiin asiakkaille monin eri tavoin. Hotellin sisustukseen, arkkitehtuuriin ja sen yhdistämiseen taidekokoelmaan on kiinnitetty erityistä huomiota, mikä tuo asiakkaille ainutlaatuisen luksuskokemuksen jo hotellin aulaan astuessa. Hotellin taideteokset ovat upeasti esillä joka puolella hotelliä ja korostavat jokainen eri tavoin hotellin taiteellista luonnetta.

Hotellin viimeistellyt tilat ovat siistejä ja jokaisissa sisustusratkaisuissa on käytetty laadukkaita materiaaleja. Kaikki tilat hotellin sisällä ovat laadukkaita, vaikka ne eivät liittyisi itse majoittumiseen vaan hotellin yleisiin palveluihin. Hotellin yleisen laadukkuuden ja yksityiskohtien korostamisen useat vastaajat nostivatkin merkitykselliseksi luksuselementiksi.

Haastatteluista saaduista vastauksista selvisi, että hotellin työntekijät kokevat työskentelevänsä luksushotellissa ja tietävät, mitä heiltä odotetaan päivittäisessä työssä luksuksen parissa. Hotellissa luksus näyttäytyy hienolla tavalla ja sitä koetaan jo pelkästään astumalla hotelliin sisään tai katsomalla sitä ulkoapäin. Hotelli sijaitsee arvokiinteistössä ja on merkittävä nähtävyys jo itsessään. Monet pistäytyvät katsomaan hotellin tiloja kuten esimerkiksi leipomokahvilaa hotellin ohi kävellessään.

Yhden vastaajan sanoin: ”Hotelli St. Georgella, niin kuin kaikilla muillakin Strawberry-ketjun hotelleilla on vahva (oma) identiteetti. St. Georgella se onkin ylellisyys ja luksus yhdistettynä taiteeseen. Tämä näyttäytyy monissa yksityiskohdissa, mutta ennen kaikkea palvelun laadussa. Hotellihuoneet ovat myös Suomen oloihin monipuolisesti varusteltuja. Tuotemerkit, raaka-aineet, pinnat ja materiaalit ovat (kaikki) korkealaatuisia. Michelin-tähden ravintola (Michelin-oppaan suositus), St. George Bakery -leipomo sekä St. George Care - spa, jotka upea arvokiinteistö kätkee sisälleen ylittävät monen odotukset luksuksesta. ”

Toinen vastaaja koki, että ”hotellissa keskitytään pieniin yksityiskohtiin kuten esimerkiksi (siihen, että) kylpyhuoneessa on käsipyyhkeet paperin sijaan. Kaikki huoneet eroavat myös hieman toisistaan, mikä antaa ainutlaatuisen kokemuksen jokaiselle vieraille. Myös jokaisen osaston palvelualltius tuo esille korkean tason.”

”Asiakaspalvelu ja esillepano on luksusta,” toistuivat monen vastaajan vastauksissa. Täydellisyyttä hipova palvelu onkin yksi luksuksen ydinelementeistä.

6.4.2 Luksuksen muodot ja ilmeneminen

Hotelli St. Georgessa luksus ilmenee monin eri tavoin. Luksusta on pyritty tuomaan St. Georgeen tekemällä hotellista ulkonäöllisesti viiden tähden hotelli. Haastatteluissa toistui useaan kertaan concierge-palvelu, jota ei löydy monista Suomen hotelleista. Asiakkaille on tärkeää saada apua myös matkatavaroiden kantamisessa ja St. Georgesta löytyy aina henkilöitä auttamaan niiden kanssa. Hotellissa asiakkaat saavat opastusapua myös kiinnostavien nähtävyyksien valinnassa ja hotellista löytyy myös erillinen kuvassa 3 näkyvä spa-osasto.



Kuva 3. St. George Care -spa (Nordic Hotels 2018b)

Haastatteluissa tuli myös esiin erään vastaajan kohdalla luksuksen merkkeinä: ”kokonaisvaltainen asiakaspalvelu, laadukkaat materiaalit, taide, huoneiden hyvä varustelu ja erilaiset lisäpalvelut.” Sama vastaaja painotti lisäksi tilojen yksityiskohtia, ja palveluissa esimerkiksi huonepalvelun ruokatilaukset, joista löytyy kukat ja juomalasien päälle pölysuojat.” Toinen vastaaja mainitsi esimerkiksi sen, että ”asiakkaat arvioivat hotellin 5 - tähden hotelliksi, vaikka Suomessa ei ole (kaan) käytössä virallista tähtiluokitusjärjestelmää.”

Eräs haastateltavista arvioi luksuksen näkyvän hotellin sisustuksessa ja laatutuotteissa. Hänen mukaansa moni asia, joka täällä on itsestään selvää ei kuulu monenkään muun hotellin palveluihin. ”Tällaisia palveluja ovat muun muassa aikainen sisäänkirjautuminen ja/tai myöhäinen uloskirjautuminen kohtuuden rajoissa ilman lisämaksua. Suurimmassa osassa hotelleja tunnistakin otetaan lisämaksu, täällä jousto kuuluu palvelukokemukseen. Ylipäänsä luksusta ovat palvelualltius, (auttaminen) esimerkiksi taksien tilaamisen kanssa. ”

”Vaikka Suomessa ei ole käytössä virallista tähtiluokitusjärjestelmää, on Hotelli St. George ansainnut tähtensä. Tämä näkyy vieraiden tyytyväisyydessä sekä arvosteluissa. St. Georgen sijainti, upeat tilat, palvelun laatu sekä varustetaso ovat ehdottomasti viiden tähden taseisia. Vastaanotto ja huonepalvelu ovat saatavilla ympäri vuorokauden. Työntekijät lähestyvät vieraita kunnialla ja lämpimällä asenteella. Myös erityistarpeet- ja toiveet otetaan huomioon.” Näin arvioi yksi vastaajista hotellin palveluja.

Erään vastaajan mielestä luksusta hotellin tuovat ”hotellin oma spa-osasto, oma leipomo ja, ensiluokkainen aamiaistarjoilu, Michelin oppaan suosittelema ravintola ja oma drinkkibaari. Hotellissa on myös piccolo, joka auttaa laukkujen ja muiden pienten asioiden kanssa.”

Vastauksista voi päätellä, että työntekijät tietävät luksuksen ilmenemisen ja sitä kautta he tuntevat hotellin tavat ja sen, miten luksus ilmenee St. Georgessa. Huolestuttavaa olisi ollut, jos oman vastaanoton työntekijät eivät olisi tunteneet luksusta hotellissa missä itse työskentelevät.

6.4.3 Luksuksen sisältö, luksusosaaminen ja luksuksen sisältöjen kehittäminen

Haastatteluista selvisi, ettei hotellissa käytetä erityisesti resursseja luksukseen perehdyttämiseen. Luksus onkin niin moniulotteinen käsite, että luksuspalvelujen sisältöjen kehittäminen ja henkilökunnan tarpeenmukainen koulutus on haastavaa, mutta tulevaisuudessa työnantajien kannattaisi tarpeen mukaan kouluttaa työntekijöitä luksuksen ymmärtämiseen.

Haastatteluvastauksissa ilmeni muun muassa se, että jokaista hotellin vastaanotossa työskentelevää ei ollut perehdytetty samalla tavalla työsuhteen alkaessa. Usealla oli perehdytystä ollut, mutta joillain perehdyttäminen oli jäänyt kokonaan pois. He ketkä

perehdyttämistä olivat saaneet, mainitsivat lisäksi sen, että perehdyttämisessä henkilökunnalle oli kerrottu hotellissa asioivien asiakkaiden korkeista odotuksista ja korkeasta vaatimustasosta.

Esiin nousi myös ajatus siitä, että luksuksesta voitaisiin pitää erilaisia koulutuksia, jotta jokainen vastaanoton työntekijä ymmärtäisi paremmin, millaista luksus on, mitä se tarkoittaa ja millaista luksushotellissa työskentely oikein on. Haastatteluissa tuli ilmi lisäksi esimerkiksi tekoälyn käyttäminen palveluiden tuottamisen apuna. Sen avulla useammasta palveluun vaikuttavasta asiasta voisi tehdä vieläkin paremman.

Luksuksen sisältöjen kehittämistä voitaisiin käsitellä haastattelujen perusteella koulutuksissa esimerkiksi niin, että järjestettäisiin koulutuksia siitä, miten hotellin tulisi tarjota luksuspalvelua ja miten henkilökunnan tulisi toimia erilaisissa asiakaspalvelutilanteissa luksushotellissa. Hotellien palveluita myös voisi laajentaa ja uutena palveluna voisi tarjota palveluna sitä, että asiakas saatettaisiin aina omaan huoneeseensa, kun hän saapuu hotelliin ensimmäisen kerran. Tämä käytäntö voitaisiin ottaa käyttöä esimerkiksi silloin, jos kyseessä on asiakas, joka on varannut sviitin.

Haastattelujen perusteella palvelua voisi parantaa myös toimivammalla ja viileämmällä ilmastoinnilla ja niin sanotulla valet parking- palvelulla. Tämä pysäköintipalvelu tarkoittaa palvelua, jossa työntekijät voivat tarvittaessa viedä asiakkaan auton hotellin parkkipaikalle tai -halliin asiakkaan puolesta. Kaikki vastaajat olivat yhtä mieltä siitä, että ykkösasia luksushotellissa on hotellin ensiluokkainen palvelu, joka on tärkein yksittäinen asia, kun puhutaan luksuksesta. Myös arvokkaat kanta-asiakkaat ja heistä huolen pitäminen sekä hyvin esillä oleva ja helposti löydettävä hinnasto hotellin tarjoamista palveluista tuli myös vahvasti esille haastateltujen vastauksissa.

Tärkeinä teemoina haastatteluvastauksissa haastateltavat toivat esiin luksuksesta puhuttaessa asiakkaiden teittelyyn, palvelun tärkeyden painottamisen, hyvä ryhdin sekä siistin ulkoasun sekä pukeutumisen.

Yhden vastaajista mukaan: ” Luksuksen määritelmä muuttuu koko ajan, ja tulevaisuudessa uskoisin monen arvostavan rauhallisia hetkiä hektisyyden keskellä. St. Georgessa tällainen luksus voisi näkyä vielä yksilöllisemmin räätälöidyissä hotellipaketeissa. Tulevaisuudessa luksus voisi olla enemmänkin tunnepohjainen kokemus, eikä vain materialismiin viittaava kokemus.” Vastaaja pohdiskeli jopa sitä, voisiko hotelli palkata erillisen concierge-henkilön.

Toinen vastaajista oli saanut perehdytyksen, mutta koki silti, että luksuspalvelujen tuottaminen syntyi vasta käytännön työkokemuksen mukana. ” Minut koulutti osaava ja kokenut

henkilökunta. Minulle kerrottiin kattavasti talon tavoista ja työnkuvasta. Koen kuitenkin, että luksus tuli eniten tutuksi käytännössä eli omien kokemusten kautta.”

”Voisin miettiä omia odotuksia ja oletuksia luksuksesta ja toimia niiden pohjalta. Positiivisella asenteella pääsee jo pitkälle. ” Mietiskeli eräs vastaaja luksuksen olemusta ja omaa suhdettaan siihen.

6.4.4 Kyselyyn osallistuneiden kokemukset muista hotelleista

Kyselyyn vastaajilla oli kokemuksia muista hotelleista vain vähän, mutta kokemukset olivat olleet laadukkaita ja antoivat suuntaa sille, miten he näkivät hotelli St. Georgen verrattuna muihin hotelleihin ja erityisesti vertailtaessa sitä muihin luksushotelleihin. Vastaajat olivat saaneet muistakin hotelleista yksilöllistä palvelua, ja monissa hotelleissa oli ollut hienoja ja laadukkaita huoneita. Vastauksissa esille tulivat myös erilaisten palvelujen luksus, ruokien korkea taso sekä hotellien yleiset luksustilat. Muiden hotellien erinomaista asiakaspalvelua keuhuttiin vastauksissa myös.

Yhden vastaajan mielestä: ”Pieni on pientä suuren rinnalla, ja Georgen kanssa mielekkäästi vertailukelpoisia hotelleja ei (Suomessa) ole paljoa. Mutta erillinen concierge-palvelu ja enemmän "auttavaa" henkilökuntaa, joka on (palkattu) juuri tätä tehtävää varten, voisivat lisätä luksuksen kokemusta. Vastaaja pohdiskeli omana kehitysehdotuksenaan.

Eräs vastaaja muisteli omaa luksuskokemustaan muualta: ” Mieleenpainuvin kokemus luksuksesta oli se, kun minulla oli tärkeä päivä eli syntymäpäiväni ja se oli huomioitu ja jätetty huoneeseen yllätys. Minulle luksusta on rauhallinen ja levollinen tunnelma, minkä luksus-hotellien korkea hintataso usein takaa, tämä jäi positiivisesti mieleen viime hotellivierailustani. ”

Luksuksen merkkeinä nähtiin myös yksilökohtainen ja välittävä palvelu, hienot ja laadukkaat tilat ja tuotteet. sekä vastaanottaminen ja tervehtiminen heti ovelle saapuessa. Vastauksista tuli myös ilmi, että vastaajille on tärkeää yksilöllinen palvelu ja tunne, että heidät huomioidaan asianmukaisella tavalla. Vastauksien mukaan luksus määritelmänä on erilaista jokaiselle ja sen takaa usein varmuudella korkea hinta.

7 Yhteenveto ja pohdinta

Opinnäytetyön tavoitteena oli ymmärtää luksuksen käsite majoitustoiminnassa ja pohtia luksuksen olemusta erityisesti hotelli St. Georgen vastaanoton toiminnassa. Luksusta käsittelevä opinnäytetyö oli luontevaa toteuttaa omassa työpaikassani hotelli St. Georgessa ja se oli myös käytännöllisin vaihtoehto, sillä tunsin hotellin ja sen luksuselementtejä entuudestaan.

Tässä luvussa esitellään hotellin henkilökunnalle toteutetun kyselyn johtopäätökset sekä pohditaan tehtyjä ratkaisuja sekä luksuksen tulevaisuuden näkymiä. Luvussa arvioidaan myös opinnäytetyön tarpeellisuutta sekä sitä, miksi luksus käsitteenä on hyvä ymmärtää ja millaista se on majoitustoiminnassa.

Ennen haastattelua haastatelluille lähetettiin kyselyn saatekirje, jossa kerrottiin, mihin kyselyyn he ovat vastaamassa ja mihin tarkoituksiin heidän antamiaan vastauksia käytetään. Kyselyyn osallistuneilla oli oikeus tietää, mihin kyselyn vastauksia käytetään ja miten kauan niitä säilytetään. Kyselyyn osallistuneet saivat tiedon siitä, että he ovat osallistuneet opinnäytetyöhön liittyvään kyselyyn.

Työn teoriaosassa käytiin läpi hotellien laatu- ja tähtiluokittelua, vastaanoton toimintaa luksushotelleissa sekä majoitustoimintaa yleisesti sekä sitä, ja miten luksus hotellien majoitustoiminnassa näyttäytyy. Työn tuloksena pystyttiin kartoittamaan luksuksen olemusta ja sen merkitystä hotelleissa ja majoitustoiminnassa.

Haastatteluista saatujen vastauksien perusteella voidaan sanoa, että vastaajat tuntevat hotellin palvelut ja tietävät millaista on työskennellä luksushotellin vastaanotossa. Haastattelutavat toivat vastauksissaan kattavasti esiin eri näkökulmia luksuksesta ja kertoivat esimerkkejä, sekä omasta hotellista että hivenen myös muista hotelleista. Työn avulla päästiin hyvään ymmärrykseen siitä, miten luksus näyttäytyy luksushotelli St. Georgessa, millaisia luksuspalveluita siellä on tarjolla ja mitä eri ulottuvuuksia luksuksessa on.

Haastattelujen perusteella selvisi myös, että jokainen vastaaja pitää hotellissa työskentelystä ja heille on jo ennestään tuttua, mitä luksus tarkoittaa ja minkä vuoksi hotellista käytetään määritelmää viiden tähden luksushotelli. Vastaajia pyydettiin myös vertaamaan hotellin tasoa muihin luksushotelleiden tasoon. Vertailua hankaloitti hivenen se, että heidän aiemmat kokemuksensa muista viiden tähden hotelleista ja niiden palveluista oli melko suppeaa.

Kysely lähetettiin kaikille hotellin vastaanoton työntekijöille, joista kysymyksiin vastasi lopulta seitsemän henkilöä. Vastaajien joukossa oli sekä työntekijöitä että heidän

esihenkilöitään. Haastatteluun osallistuneet vastaanoton työntekijät ovat työskennelleet myös muissa hotelleissa, mikä antoi heille vertailukohtaa suhteessa oman hotellin luksuspalveluihin.

Kyselyyn vastanneita oli melko vähän, mutta suurempi vastaajamäärä ei luultavasti olisi tuonut oleellisesti mitään uutta tutkimuksen tulosten kannalta. Jos kysely olisi ainoastaan vastaanotossa työskentelevien sijaan kohdennettu koko hotellin henkilöstölle olisi suurempi vastaajamäärä tuonut luultavimmin joitain näkökulmaeroja luksuksen näyttäytymiseen hotellissa.

Työ oli laadullinen tutkimus ja se toteutettiin eettisten periaatteiden mukaisesti. Haastattelujen vastaukset on esitetty anonymieinä ja niitä käsiteltiin tasa-arvoisesti huomioiden kaikkien vastaukset. Haastatteluun ei pystynyt vastaamaan kuin vain hotellissa työskentelevät henkilöt, mikä paransi haastattelun ja siitä saatujen vastausten luotettavuutta. Saadut tulokset ovat nimettömiä ja anonymiejä, joten niitä ei voi yhdistää kehenkään tiettyyn vastaajaan. Tuloksia voi käyttää julkisesti, eivätkä ne sisällä salaista tietoa.

Työssä käytettyjä lähteitä käytettäessä lähdeviittaukset tehtiin oikein. Haastattelun validiteetti toteutui, sillä kysely tutkimusmenetelmänä soveltui hyvin käytettäväksi tutkimuksessa ja sillä saatiin selville hotellin vastaanoton henkilökunnan käsityksiä ja kokemuksia luksuksesta. Myös tutkimuksen reliabiliteetti eli luotettavuus toteutui, sillä tutkimus on toistettavissa ja se antaa myös uudelleen tehtäessä samanlaisia tuloksia. (Hyväri & Vuokila-Oikonen 2016.) Opinnäytetyötä tehdessäni käyttämiäni hakusanoja olivat luksus, luksus hotellin vastaanotossa, majoitustoiminta, hotelli St. George sekä vastaanottotyö hotelleissa.

Työn laajasta aiheesta huolimatta, aihe saatiin rajattua luksukseen majoitustoiminnassa ja erityisesti hotelli St. Georgen vastaanoton toiminnassa. Vastauksista saatiin karsittua olennaisin tieto työn johtopäätöksiksi ja siihen liittyväksi pohdinnaksi. Vastauksien avulla löytyi uusia näkökulmia majoitustoimintaan ja luksukseen majoitustoiminnassa. Haastavaa työssä oli aluksi löytää sopivia lähteitä, mutta loppujen lopuksi lähteitä löytyi ja niihin perehtyessä luksus avautui itsellekin ihan uudella tavalla. Opinnäytetyön aikana suurin haaste oli aiheessa pysyminen, sillä luksukseen liittyy niin paljon eri puolia, että niistä piti pystyä rajaamaan mukaan vain oleellisimmat asiat. Sain löytämiäni lähteitä käytettyä hyvin ja sovellettua niistä löytämäni tietoa. Käyttämäni lähteet olivat tietoperustaltaan opinnäytetyöhön sopivia ja laadultaan yhteneväisiä. Työn tietoperustaan kokosin aiheeseen liittyviä artikkeleja ja uutisia pääasiassa verkkolähteistä.

Haastattelusta saatujen vastausten pohjalta saatiin selville, mitä vastaanoton henkilökunta tietää luksuksesta ja mitä he ovat oppineet siitä työuransa aikana. Tutkimuksen perusteella

olen sitä mieltä, että luksushotelli erottuu muista hotelleista selkeästi erityisesti siinä, että sen palvelut ja erilaiset pienet yksityiskohdat huomioidaan tarkasti.

Luksukselle ei ole vain yhtä ja ainoaa oikeaa määritelmää, mikä antaa jokaiselle mahdollisuuden muodostaa oma käsityksensä siitä. Luksus teemana on moniulotteinen, joten siitä on helppo luoda uusia tutkimuksia ja kohdentaa jatkotutkimuksia monin eri tavoin. Jatkotutkimuksessa hotelleilta voisi kysyä laajemmin heidän tavastaan kouluttaa henkilökunnalle luksusta. Luksus on koko ajan kehittyvä palvelutuote ja kehityksen myötä siihen tulee tulevaisuudessa uusia näkökulmia. Sen vuoksi jatkossa luksuksen määrittelyä tulisi tarkentaa, sen olemusta hotellien henkilökunnille selventää ja suorittaa myös vertailua eri hotellien välillä.

Tulevaisuudessa olisi kiinnostavaa tutkia lisää luksusluokan hotellien luksuspalveluja ja niiden tuottamaa lisäarvoa hotelleille, sillä tämä puoli luksuksesta jäi tutkimuksen tuloksista uupumaan. Olisi kiinnostavaa tutkia myös muualla Euroopassa sijaitsevia luksushotelleja ja vertailla niiden palveluja Suomen hotellien palveluihin. Euroopasta löytyy monia samankaltaisia hotelleja kuin hotelli St. George, minkä vuoksi Suomen hotelleihin voisi jatkotutkimusten myötä ottaa vaikutteita ulkomaisten hotellien luksuspalveluista ja saada Suomen majoitustoimintaa sitä kautta laadukkaammaksi ja hotellien palveluja vieläkin kehittyneemmiksi.

Työtä luksuksen tutkimuksen parissa voisi jatkaa lisäksi niin, että tehtäisiin uusi kysely henkilökunnan jäsenille ja katsottaisiin, ovatko heidän mielipiteensä luksuksesta muuttuneet tai miten hotelli St. Georgen luksus ja luksuksen ymmärtäminen ovat muuttuneet. Jatkotutkimuksessa vastaajien joukkoa voisi laajentaa ja mukaan voisi ottaa myös hotellin muilla osastolla työskenteleviä henkilöitä, mikä oli tämän työn alkuperäinen tarkoitus.

Tutkimuksen avulla opin ymmärtämään enemmän luksuksesta. Ymmärrän nyt myös paremmin sen, millä tavoin luksus koetaan ja miten tärkeää olisi, että luksus olisi helposti ymmärrettävää ja asiakkaalle lisäarvoa tuottavaa.

Opinnäytetyön aihe oli itselle mieluinen, sillä luksus on kiinnostanut minua pitkään ja olin jo aiemmin pohtinut luksusta majoitustoiminnassa. Opinnäytetyö oli kaiken kaikkiaan mielenkiintoinen projekti. Opinnäytetyötä tehdessäni ymmärsin, että luksusta voi olla monenlaista, eikä ole olemassa vain yhtä ja ainoaa oikeaa luksusta. Työtä tehdessäni opin arvioimaan luksusta aiempaa enemmän myös ammatillisesti. Opin myös paljon projektihallintaa, asiakastekstin kirjoittamista, työn aikatauluttamista ja kehityin kirjoittajana.

Koen, että opinnäytetyöni on hyödyllinen luksuksen olemuksen ymmärtämiseen majoitustoiminnassa. Työstä selviää myös, minkälaista hotellien laatuluokittelu on Suomessa ja miten tähtiluokittelu vaikuttaa Suomen eri hotelleissa. Työstä oppii myös ymmärtämään,

millaisia asioita ja palveluita viiden tähden hotellit pitävät sisällään ja miten nämä näkyvät erityisesti hotelli St. Georgessa ja sen vastaanoton toiminnassa.

Tulevaisuudessa hotelli jatkaa luksuksen tuottamista asiakkailleen ja pyrkii kaikin tavoin edelleen olemaan yksi Helsingin korkeatasoisimpia hotelleja. Hotelli St. Georgen tavoite on olla yksi Suomen johtavista luksushotelleista ja toivon, että tämän opinnäytetyön avulla hotellissa opitaan ymmärtämään aiempaa paremmin luksuksen merkitys hotellitoiminnassa ja se, kuinka luksushotellin palveluita voisi edelleen kehittää. Esimerkkinä kehitysideoista olisivat esimerkiksi erilliset concierge- ja piccolopalvelut ja niiden kehittäminen hotellin omia vahvuuksia hyödyntäen. Tämä voisi nostaa yrityksen tarjoaman palvelukokemuksen tasoa yhä lähemmäksi eurooppalaisia luksushotelleja.

Luksus itsessään tulee varmasti olemaan merkittävä osa matkailualaa myös tulevaisuudessa ja uskon, että tämänkaltaisella opinnäytetyöllä löydetään lisää ideoita luksuspalveluiden tuottamiseen ja luksuksen sisimmän olemuksen ymmärtämiseen.

Lähteet

Adamsson, K. & Iloranta, R. (toim.) 2019. Suomalainen luksusmatkailu. Business Finland. Viitattu 12.9.2024. Saatavissa

https://www.businessfinland.fi/49aac3/globalassets/julkaisut/visit-finland/vfluksusmatkailuesite_final.pdf

Booking.com. Viitattu 14.3.2024. Saatavissa <https://www.booking.com/hotel/fi/st-george-helsinki.fi.html>

Colston, P. 2024. Finland Is Expanding Its Luxury Appeal. New York Times. Viitattu 21.7.2024. Saatavissa <https://www.nytimes.com/2024/04/03/fashion/finland-luxury-tourism.html>

Duunitori. 2016. Arki täynnä yllättäviä tilanteita ja heittäytymistä-Tiesitkö millaista on työskentely hotellissa? Viitattu 14.5.2024. Saatavissa <https://duunitori.fi/tyoelama/sokotel-tiesitko-millaista-on-tyoskentely-hotellissa>

EHL Insights. 2023. Behind the scenes: How luxury hotels take care of their staff? Viitattu 2.9.2024. Saatavissa [Behind the scenes: How luxury hotels take care of their staff \(ehi.edu\)](https://ehi.edu/behind-the-scenes-how-luxury-hotels-take-care-of-their-staff)

Eskanen, J. 2021. Miljonääri Pekka Viljakainen rakennuttaa luksushotellimökkejä Joroisiin isolla rahalla – kiikarissa ovat etenkin ulkomaalaiset asiakkaat. Yle uutiset. Viitattu 4.9.2024. Saatavissa <https://yle.fi/a/3-11872578>

Gill, L. 2013. What Really Happens Behind a Luxury Hotel's Front Desk. Condé Nast Traveler. Viitattu 20.7.2024. Saatavissa <https://www.cntraveler.com/stories/2013-04-23/under-cover-jobs-front-desk-reception-st-regis-bal-harbour-florida>

Glion. 2024. A guide to luxury hospitality. Viitattu 11.6.2024. Saatavissa <https://www.glion.edu/magazine/guide-to-luxury-hospitality/>

Harvia. 2024. St. George on viiden tähden sauna ja spa -hyvinvointikeidas. Viitattu 14.9.2024. Saatavissa <https://www.harvia.com/fi/ideat-ja-trendit/referenssit/st-george-on-viiden-taehden-sauna-ja-spa-hyvinvointikeidas/>

Hietala, M. 2024a. Onko Suomessa viiden tähden hotelleja- ja mitä niiltä ylipäänsä vaaditaan? Rantapallo. Viitattu 3.2.2024. Saatavissa <https://www.rantapallo.fi/hotellit/onko-suomessa-viiden-tahden-hotelleja-ja-mita-niilta-vaaditaan-vastaus-saattaa-yllattaa/>

Hietala, M. 2024b. Varaatko sinäkin hotellin tähtien perusteella? Usein ne johtavat harhaan-tässä syyt. Rantapallo. Viitattu 25.4.2024. Saatavissa <https://www.rantapallo.fi/hotellit/varaatko-sinakin-hotellin-tahtien-perusteella-usein-ne-johtavat-harhaan-tassa-syyt/>

Hollander, J. 2023. Hotel Front Desk: Here's What it's Like to Work This Job. Hoteltechreport. Viitattu 21.7.2024. Saatavissa <https://hoteltechreport.com/news/hotel-front-desk>

Hotelli St. George. 2019. St. George on vuoden majoitusliike. Viitattu 15.8.2024. Saatavissa <https://www.stgeorgehelsinki.com/fi/aikakauslehti/st-george-on-vuoden-majoitusliike>

Hotelli St. George. 2023. Hotelli St. George-Sitoudumme kestävämpään tulevaisuuteen. Viitattu 4.8.2024. Saatavissa <https://www.stgeorgehelsinki.com/fi/hotelli/vastuullisuus>

Hotelli St. George. 2024a. Tervetuloa St. Georgeen Viitattu 1.2.2024. Saatavissa <https://www.stgeorgehelsinki.com/fi/>

Hotelli St. George. 2024b. Viitattu 26.4.2024 Saatavissa www.stgeorgehelsinki.com/fi/care/spa-kuntosali

Hotelli St. George. 2024c. St. George Caren hoidot. Viitattu 9.9.2024. Saatavissa <https://www.stgeorgehelsinki.com/fi/care/hoidot>

Hotelli St. George. 2024d. St. George Care -spa on hyvinvoinnin keidas keskellä Helsinkiä Viitattu 10.9.2024. Saatavissa <https://www.stgeorgehelsinki.com/fi/aikakauslehti/st-george-care-spa-on-hyvinvoinnin-keidas-helsingin-keskustassa>

Hotelli St. George. 2024e. Hotel St. Georgen aamiaisella luksus syntyy kiireettömyydestä, laadusta ja palvelusta. Viitattu 10.10.2024. Saatavissa <https://www.stgeorgehelsinki.com/fi/aikakauslehti/hotel-st-georgen-aamiaisella>

Hotelli St. George. 2024f. Taiteen kokeminen on uuden ajan luksusta. Viitattu 1.9.2024, Saatavissa <https://www.stgeorgehelsinki.com/fi/aikakauslehti/taiteen-kokeminen-on-uuden-ajan-luksusta>

Hotelli St. George Journal. 2024a. Ilo syntyy hetkistä. Viitattu 26.4.2024. Saatavissa https://www.stgeorgehelsinki.com/fi/aikakauslehti/ilo-syntyy-hetkista?_gl=1*s98w2r*_up*MQ..&qclid=Cj0KCQjwIZixBhCoARIsAIC745DEoVHpfwinzysBeT0ZRTW0hIvk6nze-i7oVt4UVh6aXLFumee6agaAgFzEALw_wcB

Hotelli St. George Journal. 2024b. Tapahtumat. Viitattu 13.9.2024. Saatavissa <https://www.stgeorgehelsinki.com/fi/aikakauslehti/tapahtumat>

Hyväri, S. & Vuokila-Oikkonen, P. 2016. LibGuides. DIAK. Tutkimus- ja kehittämistyön luotettavuus. Viitattu 18.9.2024. Saatavissa

<https://libguides.diak.fi/c.php?g=670543&p=4760642>

International University of Monaco. 2024. How to work in the luxury hotel industry? Viitattu 2.9.2024. Saatavissa <https://www.monaco.eu/en/faq-all-the-answers-to-your-questions/how-to-work-in-the-luxury-hotel-industry/>

<https://www.monaco.eu/en/faq-all-the-answers-to-your-questions/how-to-work-in-the-luxury-hotel-industry/>

International University of Monaco. 2024. Everything you need to know about the luxury hotel industry. Viitattu 1.9.2024. Saatavissa <https://www.monaco.eu/en/faq-all-the-answers-to-your-questions/everything-you-need-to-know-about-the-luxury-hotel-industry/>

<https://www.monaco.eu/en/faq-all-the-answers-to-your-questions/everything-you-need-to-know-about-the-luxury-hotel-industry/>

Jacobs, H. 2018. I stayed at one of the best hotels in the world, where a \$16,000-a-night suite includes its own movie theater, popcorn maker, and 'cabinet of delights'. Personal Finance. Viitattu 11.9.2024. Saatavissa <https://www.businessinsider.com/best-hotel-hong-kong-luxury-business-mandarin-oriental-photos-2018-7>

Juhila, K. 2024a. Laadullinen tutkimus ja teoria. Tietoarkisto. Viitattu 14.3.2024.

Saatavissa <https://www.fsd.tuni.fi/fi/palvelut/menetelmaopetus/kvali/mita-on-laadullinen-tutkimus/laadullinen-tutkimus-ja-teoria/>

Juhila, K. 2024b. Laadullisen tutkimuksen ominaispiirteet. Viitattu 7.9.2024. Saatavissa

<https://www.fsd.tuni.fi/fi/palvelut/menetelmaopetus/kvali/mita-on-laadullinen-tutkimus/laadullisen-tutkimuksen-ominaispiirteet/>

Juusola, A. Nämä hotellit keräsivät eniten kiitosta-erikoisuudet, luksus ja ystävällisyys tärkeintä. MTV uutiset. Viitattu 18.3.2024. Saatavissa

<https://www.mtvuutiset.fi/artikkeli/nama-hotellit-kerasivat-eniten-kiitosta-erikoisuudet-luksus-ja-ystavallisyys-tarkeinta/5732864#gs.6kraa4>

Kallinen, T. & Kinnunen, T. (2021). Etnografia. Teoksessa Jaana Vuori (toim.) Laadullisen tutkimuksen verkkokäsikirja. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto. Viitattu

16.6.2024. Saatavissa <https://www.fsd.tuni.fi/fi/palvelut/menetelmaopetus/kvali/>

Khanji, I. 2017. Ei seksijuhlille! Luksushotellin vastaanotto toteuttaa vaativien asiakkaiden erikoiset toiveet-tiettyyn rajaan saakka. Rantapallo. Viitattu 22.4.2024. Saatavissa

<https://www.rantapallo.fi/hotellit/ei-seksijuhlille-luksushotellin-vastaanotto-toteuttaa-vaativien-asiakkaiden-erikoiset-toiveet-tiettyyn-raajaan-saakka./>

Kleemola, J. 2023. Yö Helsingin hurmaavimmassa hotellissa – St. George on täynnä taidetta ja tunnelmaa. Taidekoti. Viitattu 13.9.2024. Saatavissa

<https://taidekoti.com/2023/10/hotel-st-george/>

- Lopez Escobar, D. 2022. The new new: seven luxury hotel amenities you need to know about. Viitattu 11.9.2024. Saatavissa <https://blog.pressreader.com/the-new-new-seven-luxury-hotel-amenities-you-need-to-know-about>
- Marriott Bonvoy. Viitattu 24.5.2024. Saatavissa <https://www.marriott.com/fi/loyalty.mi>
- Merriam-Webster dictionary. 2024. Luxury definition and meaning. Viitattu 7.9.2024. Saatavissa <https://www.merriam-webster.com/dictionary/luxury>
- My Helsinki. 2022. Hyvän mielen ja reilun hengen hotelleja Helsingissä. Viitattu 27.5.2024. Saatavissa <https://www.myhelsinki.fi/fi/valitse-vastuullisemmin/hyv%C3%A4n-mielen-ja-reilun-hengen-hotelleja-helsingiss%C3%A4>
- Nelskylä, L. 2018. Luksusta on pidetty Suomessa syntyinä, joten täällä ylellisyys on jotain muuta kuin kiiltävää-kerro meille mikä on sinulle luksusta. Yle uutiset. Viitattu 11.8.2024. Saatavissa <https://yle.fi/a/3-10425676>
- Nordic Hotels. 2018a. Viitattu 15.9.2024. Saatavissa <https://nordichotels.papirfly.com/pressimages?query=%7B%22limit%22%3A1000%2C%22rootIds%22%3A%5B5155%5D%2C%22categoryIds%22%3A%5B1018%5D%7D&detail=1891>
- Nordic Hotels. 2018b. Viitattu 15.9.2024. Saatavissa <https://nordichotels.papirfly.com/pressimages?query=%7B%22limit%22%3A1000%2C%22rootIds%22%3A%5B5155%5D%2C%22categoryIds%22%3A%5B1018%5D%7D&detail=1886>
- Paldanius, M. 2023. 6000 euron hotelliö Helsingissä-tällaista on suomalainen ultraluksus. Avec Media. Viitattu 8.3.2024. Saatavissa <https://www.avecmedia.fi/bisnes/6000-euron-hotelliyo-helsingissa-tallaista-on-suomalainen-ultraluksus/>
- Puurunen, T. 2023. Luksusmatkailija saattaa kuluttaa kymppitonneja muutamassa päivässä – Järvi-Suomi havittelee siivua voimakkaasti kasvavasta alasta. Yle uutiset. Viitattu 5.9.2024. Saatavissa <https://yle.fi/a/74-20011414>
- Sampo Consulting. Vieraanvaraisuuden trendit Suomessa - Millaista on vieraanvaraisuus alana nyky-Suomessa? Viitattu 20.4.2024. Saatavissa <https://sampoconsulting.com/mita-on-vieraanvaraisuus/>
- Siponmaa & Koskinen. 2023. Matkailuyrittäjät tarjoavat nyt ekoluksusta – lasi-igluuyrittäjä: ”Sitä maailma tällä hetkellä huutaa”. Yle uutiset. Viitattu 4.9.2024. Saatavissa <https://yle.fi/a/74-20058552>

- St. George Journal. 2024. Hyvinvoinnin moniottelija. Viitattu 4.9.2024. Saatavissa www.stgeorgehelsinki.com/fi/aikakauslehti/head-of-wellbeing
- Strawberry. 2014. Viitattu 28.4.2024. Saatavissa <https://www.strawberry.fi/blog/lahella-sydanta/uusia-hotelleja-suomessa>
- Strawberry. 2024a. Strawberry. Hotelli St. George. Viitattu 15.3.2024. Saatavissa <https://www.strawberry.fi/hotellit/suomi/helsinki/hotel-st-george/>
- Strawberry. 2024b. Wintergarden-Koe upeat cocktailit Helsingissä. Viitattu 5.9.2024. Saatavissa <https://www.strawberry.fi/ravintola/suomi/helsinki/wintergarden/>
- Strawberry. 2024c. Viitattu 25.4.2024. Saatavissa <https://jobs.strawberryhotels.com/jobs/236206-hotel-st-george-vastaanotto-head-host-hostess-vuoropaallikko>
- Tillotson, A. 2018. Hotel ratings and what they mean. LinkedIn. Viitattu 1.9.2024. Saatavissa: <https://www.linkedin.com/pulse/hotel-ratings-what-mean-adam-tillotson/>
- Toivonen, J. 2019. Joukko Helsingin luksushotellien kruununjalokiviä siirtyy norjalaisomistukseen – "Vahvistaa hotellien näkyvyyttä ulkomailla". Yle uutiset. Viitattu 16.7.2024. Saatavissa <https://yle.fi/a/3-10921713>
- Toivonen, J. 2020. Hotellimoguli Petter Stordalenin vuosi on ollut karmea, mutta hän aikoo yhä rakentaa uusia hotelleja Suomeen – "Valtava potentiaali matkailumaana". Yle uutiset. Viitattu 15.7.2024. Saatavissa <https://yle.fi/a/3-11692253>
- Trustdeals. Tutustu 4 hotellien kanta-asiakasohjelmaan. Viitattu 27.4.2024. Saatavissa <https://www.trustdeals.fi/artikkelit/tutustu-4-hotellien-kanta-asiakasohjelmaan>
- Valli, M. 2018. Projektiiutiset. Hotelli St. George. Viitattu 24.5.2024. Saatavissa <https://projektiiutiset.fi/hotelli-st-george/>
- Vihmanen, L. 2014a. Netin hotellivaraussivustot: asiakkaat haluavat tähtiä. Yle uutiset. Viitattu 27.4.2024. Saatavissa <https://yle.fi/aihe/artikkeli/2014/11/13/netin-hotellivaraussivustot-asiakkaat-haluavat-tahtia>
- Vihmanen, L. 2014b. Tähdet kertovat hotellin laadun vai kertovatko sittenkään? Yle uutiset. Viitattu 13.3.2024. Saatavissa <https://yle.fi/aihe/artikkeli/2014/11/13/tahdet-kertovat-hotellien-laadun-vai-kertovatko-sittenkaan>
- Vilpponen, H. 2018. Circle of Joy, Ilon ympyrä. Viitattu 4.7.2024. Saatavissa <https://www.stgeorgehelsinki.com/fi/aikakauslehti/ilo-syntyy-hetkista>

Visit Nordic. What do the hotel stars mean? Viitattu 9.6.2024. Saatavissa <https://www.visitnordic.com/en/article/what-do-the-hotel-stars-mean>

Wallenius, M. 2021. Bling-bling ei enää houkuttele turisteja – matkailun uusi luksus on tikkupullaa nuotiolla ja lasiseinäinen huvila suomalaisessa metsässä. Yle uutiset. Viitattu 5.9.2024. Saatavissa <https://yle.fi/a/3-12248477>

Liite 1. Haastattelukysymykset

Luksus hotelli St. Georgessa

1. Miten luksus näyttäytyy St. Georgessa?
2. Millaista luksus on majoitustoiminnassa ylipäätään?
3. Millaisia teemoja Hotelli St. George painottaa luksuksessa?

Millainen suhtautuminen sinulla on luksukseen?

1. Minkälaista luksusta sinä kohtaat arjessa työpaikalla?
2. Miten luksus on muuttunut arjessasi?
3. Miksi St. George on mielestäsi luksushotelli?

Luksuksen kehittyminen

1. Miten voisit kehittää luksusta työpaikallasi?
2. Millaisia luksuksen elementtejä asiakkaat haluavat?
3. Kuinka paljon sinun pitää tietää luksuksesta?