

УДК 640.4-022.532:658.589

Шепелева Светлана, Гончаренко Виктория

ДонНУЭТ им. Михаила Туган-Барановского, Украина

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ НАНОТЕХНОЛОГИЙ В ГОСТИНИЧНО-РЕСТОРАННОМ БИЗНЕСЕ

Shepeleva Svetlana, Goncharenko Victoria

THE USE OF NANOTECHNOLOGY IN THE HOTEL AND RESTAURANT BUSINESS

Несколько десятилетий специалисты в области маркетинга пытаются понять причины, по которым потребители выбирают тот, а не иной товар, услугу, бренд. Ученые уже давно исследуют влияние запахов на жизнь человека. Данной проблеме посвятили свои работы М. Лингстром, А. Хирш, Х. Шифферштайн. К сожалению, отечественные ученые недостаточно уделяют внимание исследованиям о воздействии ароматов на человека.

По мнению специалиста в области маркетинга и теории брендинга М. Линг-строна, человек воспринимает мир с помощью пяти чувств одновременно: зрение, слух, обоняние, вкус и осязание. Через эти каналы он получает всю информацию об окружающем его пространстве, а, значит, и основания для принятия любого решения.

Американский психиатр доктор А. Хирш – первый ученый, который провел исследования запахов в современной психологии. А. Хирш установил, что определенные запахи вызывают конкретные действия в поведении человека. Начинал он с простого, но очень выгодного для бизнеса дела: распространял специально разработанную эссенцию в розничных отделах магазинов, и установил, что там резко возрастает продажа товаров по сравнению с «неопыленными» секциями. Хирш также установил, что запахи влияют на производительность труда. С помощью запахов он научился повышать или понижать кровяное давление, замедлять или ускорять сердцебиение, возбуждать или успокаивать человека.

По мнению доктора Х. Шифферштайна, тщательно подобранные ароматы могут улучшить в целом восприятие мероприятия, повысить оценку комфорта гостиницы ее клиентами, поднять настроение у проживающих.

Чистая, приятная и уютная атмосфера, напротив лишенная каких-либо неприятных запахов, и, напротив содержащая приятные запахи - это то, о чем мечтают все посетители современных отелей или ресторанов. На сегодняшний день к качеству воздуха в помещениях клиенты предъявляют достаточно высокие требования. И порой, именно эти ожидания оправдать сложнее всего. Как результат, у клиентов возникает неудовлетворенность качеством воздуха, что перечеркивает все положительные эмоции от уровня предоставленных услуг в гостинично-ресторанном комплексе.

Опытные специалисты-отельеры утверждают, что даже при самой качественной и тщательной уборке помещений, практически невозможно в полной мере решить проблему запаха еды или табачного дыма и многих других неприятных запахов. Даже во время самой качественной уборки, всегда остаются труднодоступные места, которые невозможно обработать надлежащим образом. Кроме этого, стоит учитывать, что ковровые покрытия, которые очень сильно поглощают запахи, чистятся не в каждом отеле ежедневно и в результате становятся источником неприятных запахов.

Давно известен ряд старых технологий ароматизации, например, аэрозольная ароматизация. Как показывает практика, использование специальных аэрозолей, для очистки воздуха, не решает возникшие проблемы. Это связано с тем, что они не гарантируют стойкого эффекта, тем более, что для их применения постоянно нужно отвлекать обслуживающий персонал и доставлять некоторое беспокойство отдыхающим посетителям.

Существует также восковая ароматизация – арома-воск нагревается и с помощью вентилятора распространяется запах. В этом случае невозможно справиться с высокой концентрацией запаха в эпицентре, велика вероятность аллергических реакций.

Ароматизация с помощью арома-масел неэффективна потому, что позволяет использовать очень малый спектр ароматов. В ней также используется нагревание или капельное распространение, что увеличивает содержание вредных примесей. При распространении в

помещении получается высокая концентрация запаха в эпицентре, а также большой расход ароматического вещества.

На сегодняшний день самая эффективная технология распространения аромата – технология преобразования ароматической жидкости в нано-частицы, которые равномерно наполняют все помещение – нано-ароматизация. При использовании нано-технологии ароматические частицы настолько малы, что, для их опускания на полметра, требуется около 14 часов. Если сравнить с каплей аэрозоля, то ароматическая нано-частица легче её в 6,5 миллионов раз.

Еще очень важный момент – аллергические реакции на ароматы. Технология нано-ароматизации позволяет дробить вещество на очень маленькие частицы, так что в результате получается концентрация ароматического вещества, не превышающая порог возникновения аллергии. Таким образом, при использовании нано-ароматизации аллергия становится по сути невозможной, даже если в составе жидкости есть природные аллергены и в нано-ароматизации используется очень концентрированный аромат (ароматическая жидкость на 81% состоит из собственно ароматического вещества, в то время как в туалетной воде содержание ароматического вещества не превышает 5%, а в духах - 8%).

На наш взгляд, самое приемлемое решение для гостинично-ресторанных комплексов – использование высокотехнологичных видов оборудования для ароматизации воздуха, встраиваемых в общую вентиляцию. Так же можно применять локальную ароматизацию: подобрать приятный запах в зону отдыха гостей или в лобби бар. Например, ароматизаторы ScentWave используют запатентованную технологию сухой ароматизации, а ScentDirect и ScentStream - технологию атомизации воздуха. Современные технологии позволяют ароматизировать помещения любой сложности и любого объема. Ароматизаторы воздуха ScentDirect и ScentStream могут быть встроены в систему вентиляции. Освежитель воздуха ScentStream устанавливается исключительно в систему кондиционирования и вентиляции.

В высококатегорийных отелях можно применить индивидуальный подход к каждому гостю: предложить создать в его номере комфортную, индивидуальную атмосферу. Для этого в каждом из номеров необходимо установить специальное оборудование и предложить гостю выбрать понравившийся ему аромат.

Общемировая практика применения технологии нано-ароматизации чрезвычайно обширна. Ее используют такие бренды как Mercedes, Apple, Samsung, Hilton, Rolls Royce, Starbucks. Эксклюзивный запах способен подчеркнуть фирменный стиль отеля, усилить впечатление от проживания в нем, оставить яркие воспоминания и желание вернуться в отель в будущем. Использование нано-ароматизации помещений способствует также повышению эффективности труда работников, снятию стрессовых состояний, решению проблем текучести кадров и повышению конкурентоспособности предприятия в целом.