

Карина МАРЦИНЮК
ЗВО спеціальності 242 «Туризм»
Миколаївський національний аграрний університет
м. Миколаїв, Україна
*Науковий керівник – канд. екон. наук, доцент кафедри
готельно-ресторанної справи та організації бізнесу*
Світлана ПАВЛЮК

АРОМАМАРКЕТИНГ В ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ

Аромамаркетинг в готельному бізнесі є важливим елементом, який впливає на емоційне сприйняття гостей. Використання ароматів дозволяє готелям створювати унікальну атмосферу, що сприяє підвищенню лояльності клієнтів, створенню позитивного першого враження, а також значно покращити рівень обслуговування та збільшити кількість повторних візитів гостей. Відмітимо, що при цьому слід дотримуватися певного правила, зокрема – підібрати аромат так, щоб він відповідав концепції готелю та не викликав негативних реакцій у гостей, особливо при широкому використанні технологій ароматизації.

Так, аромати можуть бути ефективно використані в різних зонах готелю, що дозволяє підсилити емоційний зв'язок з гостями в залежності від їхнього місцезнаходження в ньому. Для лобі та коридорів зазвичай обираються аромати, які створюють відчуття спокою та затишку (наприклад, лаванда або ваніль), тоді як для ресторанів вибираються «смачні» запахи, що стимулюють апетит (аромати спецій, цитрусів або свіжої випічки). Для номерів важливо обирати помірковані запахи, що лише доповнюють інтер'єр, але не домінують (наприклад, деревні ноти або цитрусові запахи) [1].

Крім того, при виборі ароматів для різних частин готелю важливо враховувати також й категорію та статус готелю. Наприклад, для готелів високого класу вибираються складні й витончені аромати, такі як троянда або жасмин, що підкреслюють розкіш та комфорт. Для готелів середнього класу можуть бути використані більш універсальні запахи, що не привертають занадто багато уваги, але створюють комфортну атмосферу. Відповідно до цих критеріїв

підбираються методи ароматизації, що відображають стиль та позиціонування готелю [2].

Для ефективного розповсюдження запахів у готелях використовуються різні технології, зокрема аромамишини та дифузори, ароматичні спреї й свічки, ароматизовані серветки та постільна білизна. Сучасні системи ароматизації дозволяють рівномірно розподіляти запахи в приміщеннях, що забезпечує стабільний ефект протягом дня. Важливим є також використання технології наноароматизації, яка дозволяє забезпечити високу ефективність без шкоди для здоров'я клієнтів, адже запахи не перегріваються та не викликають алергічних реакцій [1].

Останнім часом на ринку стає популярною ароматизація з використанням екологічних матеріалів, що є важливою частиною стратегії стійкого й відповідального розвитку, а відповідно, вибір натуральних ароматизаторів та систем, що не шкодять навколишньому середовищу, стає все більш актуальним для сучасних закладів розміщення.

Отже, можна узагальнити деякі рекомендації щодо ароматизації готелю: враховувати цільову аудиторію та концепцію готелю, вибирати якісні аромати, регулювати інтенсивність аромату, враховувати особливості різних зон готелю, проводити тестування, забезпечувати належне обслуговування дифузорів, враховувати можливість алергій у гостей.

Ефективна ароматизація є потужним інструментом сенсорного маркетингу та важливим елементом для підтримки високого стандарту обслуговування в умовах конкуренції на ринку готельних послуг, а також створення унікального бренду та незабутнього досвіду для гостей готелю.

Список використаних джерел

1. Ароматизація в готелях. *Hurricane.ua*. URL: <https://hurricane.ua/aroma-marketyng/goteli/>.
2. Ароматизація готелів, костелів. *Solo-air.com.ua*. URL: <https://solo-air.com.ua/blogs/news/aromaty-dlya-biznesa-aromatizatsiya-gostinits-oteley>.