

УДК: 338.482

*Даштоян Т.И.*

*Магистрант*

*ФГБОУ ВО «Сочинский государственный университет»,*

*Факультет туризма и сервиса,*

*кафедра гостиничного и ресторанного бизнеса*

*Романова Л.М.*

*Доцент кафедры гостиничного и ресторанного бизнеса, к.э.н.*

*ФГБОУ ВО Сочинский государственный университет*

## ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ РАБОТЫ ГОСТИНИЧНОГО

## ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ

*Аннотация: Развитие индустрии гостеприимства неразрывно связано с использованием новых информационных технологий, которые уже стали незаменимым инструментом в бизнес-процессах гостиничных предприятий. В статье рассматриваются успешные примеры внедрения инновационных решений в качестве важнейших инструментов маркетинга и повышения эффективности работы гостиничного предприятия в условиях цифровизации.*

*Ключевые слова: блокчейн, NFT, инновации, индустрия гостеприимства.*

*Dashtoyan T.I.*

*Master's student*

*Romanova L.M., Candidate of Economics, Lecturer of the Department of Hotel*

*and Restaurant Business*

*Sochi State University*

*Improving the efficiency of the hotel enterprise in*

*the conditions of digitalization*

*Abstract: The annual development of the hospitality industry contributes to the entry into the market of digital technologies that allow enterprises to stay in*

*trend. This article discusses examples of the introduction of innovative solutions as the most important tools of marketing and competitiveness of the enterprise.*

*Keywords: blockchain, NFT, innovation, hospitality industry.*

Технологии блокчейн в последние годы находятся в центре внимания и вызывают значительный интерес во многих сферах деятельности. Дано обстоятельство обусловлено тем, что блокчейн может кардинально изменить способ хранения и использования информации или данных, повышая прозрачность и безопасность, а также улучшая транзакции.

Динамичное развитие индустрии гостеприимства способствует использованию цифровых технологий, позволяя гостиничным предприятиям оставаться в тренде. Информационные технологии используются в бизнес-процессах отелей. Применение технологий блокчейн является новым направлением в индустрии туризма и гостеприимства.

Обратимся к любопытному опыту китайских императоров. Император Цяньлун любил коллекционировать каллиграфию и картины, а также любил надписывать или штамповать культурные реликвии для вторичного творчества. Иногда он вспоминал картину, вынимал ее и снова штамповал. Выставка каллиграфии и живописи в Запретном городе полна каллиграфии и картин с печатями, и девять из десяти — это «визит сюда» императора Цяньлуна. Если каллиграфия и живопись представляют собой изображения в формате GIF или JPEG, то как ставить печати авторов и коллекционеров? Когда произведение переходит от одного коллекционера к другому, как последний его опечатывает? Как можно доказать, что коллекционер является единственным владельцем произведения? Если коллекционер хочет выставить эту работу на публичный аукцион, как он может сделать это с радостью? На помощь приходят технологии NFT, эквивалентная печать права собственности, придающая цифровым произведениям уникальную идентичность [1].

Растущая волна создания и покупки цифровых произведений искусства также поставила на карту новизну NFT. 2021 год можно назвать «Годом NFT» общая рыночная стоимость NFT выросла почти в 310 раз по сравнению с 2018 годом, а NFT стал словом года в словаре Collins Dictionary в 2021 году, тем самым официально представив нам эту новую вещь [1].

Технологии NFT легко ассоциировать с ранее популярными криптоцифровыми валютами, такими как Bitcoin (Биткоин) и Doggycoin (Доггикоин), и воспринимать как новый короткий путь к свободе богатства. Выступая цифровыми активами, в отличие от однородных криптовалют, таких как Bitcoin и Doggycoin, NFT (Non-Fungible Token) относится к неоднородным токенам, которые представляют собой уникальные цифровые активы, основанные на технологии блокчейн и обладающие атрибутами неделимости, невозпроизводимости, незаменимости и уникальности.

Поскольку концепция NFT получила широкое признание, многие ведущие мировые производители начали прокладывать новый путь для NFT – от переименования Facebook в Meta, приобретения Nike модного крипто-бренда Rtfkt до запуска компанией Coca-Cola коллекции Friendship Box NFT – и с таким взрывным рвением, как гостиничный бизнес также открывает для себя новые движущие силы NFT для отрасли в эпоху цифровизации.

Успешный кейс отеля MGM Grand Las Vegas Hotel & Casino, который использует NFT для реинтеграции и переупаковки своего продукта, как в плане продукта, так и в плане контента. В 2022 году MGM Grand Las Vegas Hotel & Casino запустил свое первое живое представление с NFT-билетами – TIMELESS, последнее творение известной танцевальной труппы JabbaWockeez. 1110 NFT-билетов были запущены MGM Grand Las Vegas Hotel & Casino в партнерстве с YellowHeart, платформой по продаже билетов на блокчейне, в качестве сувенира и ключа для разблокировки

эксклюзивных преимуществ. Кроме того, клиенты, владеющие этим билетом NFT, также станут членами сообщества MGM Rewards-Jabbawockeez NFT, получая дополнительные преимущества, такие как товары ограниченного выпуска и скидки на будущие шоу Jabbawockeez.

Введение билетов NFT – это первый случай, когда достигается трехсторонняя замкнутая связь между продуктом отеля, NFT и клиентом: отель продает продукт в комплекте с NFT в качестве «ключа» к билетам и доступу к специальным преимуществам, а клиент получает NFT в результате конкурентной борьбы. По сравнению с обычным билетом, билет NFT, выпущенный для мероприятия, имеет две особенности. Во-первых, они могут храниться у покупателя вечно, как коллекционная вещь, выпущенная ограниченным тиражом; во-вторых, разные типы билетов NFT представляют разные уровни членства и соответствующие преимущества членства. Для отелей билет NFT также является обновлением и инновацией на уровне гостиничного предложения.

От стремления к практичности в прошлом до предпочтения редкости и коллекционности, отели активно обновляют и модернизируют свои маркетинговые стратегии в условиях меняющегося потребительского спроса и назначения их продукции. Отели используют NFT для переопределения, комбинирования и переупаковки своих продуктов, чтобы повысить добавленную стоимость своей продукции, цена на которую в несколько раз выше, чем на обычные продукты.

С широким применением NFT в индустрии туризма многие бренды в будущем будут иметь свои собственные цифровые коллекции или сувениры. Возможно, приветственным подарком, получаемым гостями при регистрации в отеле, будут не фрукты, а сувениры NFT с региональными особенностями. При посещении живописного места вы покупаете не открытку или специальный сувенир, а уникальную коллекцию NFT в живописном месте. Помимо классических приложений, таких как «подарки» и «цифровые коллекции», индустрия туризма может также

комбинировать NFT с более сложными бизнес-приложениями, такими как паспорта NFT, билеты NFT, членские сообщества на основе NFT и программы для часто летающих пассажиров нового поколения авиакомпаний.

В индустрии туризма паспорта NFT являются одной из наиболее вероятных областей применения, основанной на присущей NFT способности собирать и хранить информацию. В качестве цифрового «контракта» NFT содержит всю необходимую информацию, включая эмитента, время выпуска, время продажи, сумму, время перевода, вовлеченные счета, место хранения и т. д. Вся эта информация находится по уникальному адресу токена, в блокчейне, она постоянно записывается и не может быть изменена, а уполномоченные лица имеют доступ к соответствующей информации, что полезно на протяжении всего тура.

Успешные кейсы внедрения технологий NFT.

1. В Республике Сан-Марино в июне 2021 года выпущен паспорт вакцины на основе NFT, цифровой зеленый пропуск для вакцинации против COVID [2].

2. Международная ассоциация воздушного транспорта (IATA) в настоящее время тестирует свой Travel Pass, мобильное решение на основе блокчейна, которое предоставляет путешественникам медицинские данные и информацию о требованиях к въезду и ограничениях на поездки. Мобильное приложение Travel Pass доступно для клиентов участвующих авиакомпаний, в том числе крупных мировых авиакомпаний, таких как: Air France, British Airways и Emirates.

3. Компания Marriott International связала свой Marriott Bonvoy с NFT и произведениями искусства. 4 декабря 2021 года на выставке Art Basel Miami Beach компания Marriott Bonvoy в сотрудничестве с тремя художниками – TXREK, JYU и Erick Nicolay – создала три NFT, и эта инициатива сделала Marriott одним из первых гостиничных брендов, создавших свой собственный NFT. Художественная выставка основана на

маркетинговой кампании «Сила путешествий», в рамках которой три счастливых победителя получают NFT и 200 000 баллов Marriott Bonvoy. Эта инициатива – способ для системы членства Marriott Bonvoy раскрыть ценность содержания бренда и эмоциональную ценность искусства, полагаясь на художественную визуализацию NFT, чтобы удовлетворить духовное стремление потребителей «поколения Z» к уникальности продукта и богатству содержания.

Большинство гостиничных продуктов и дизайнов в значительной степени стандартизированы, однообразны и однотипны, и уже давно не удовлетворяют спрос нового поколения потребителей на богатство и разнообразие содержания. Изменение содержания более достижимо, чем обновление архитектурных объектов, и NFT обеспечивает пространство и средство для изменения содержания. В частности, креативность, вдохновение и искусство добавляют сюжет и дополнительную ценность продукту, а эмоция - путь с наилучшими шансами на достижение высокого премиального продукта - выделяет отель из конкуренции однородных продуктов, в то время как NFT придает дополнительный потенциал продукту и содержанию.

Оригинальность и уникальность произведений, основанных на NFT, защищены, и эта защита может быть одной из движущих сил, вдохновляющих творчество, поэтому NFT процветает в секторе цифрового искусства. NFT, созданный Marriott совместно с художником, использует силу искусства, чтобы придать новый импульс экосистеме членов Marriott Travel + Leisure. Художественный и коллекционный NFT придает новый импульс системе Marriott Travel Plus, и членство в ней становится не просто титулом и принадлежностью, а виртуальным произведением искусства, которое связывает эмоции клиента, продукты отеля и историю художника посредством визуализации, что стало козырем для привлечения нового поколения молодых членов.

4. Кейс первого отеля, построенного в виртуальном мире: 6 апреля 2022 года компания CitizenM объявила, что приобрела участок виртуальной земли для строительства отеля на игровой платформе блокчейн Sandbox и разделила виртуальный отель на 2 000 NFT для продажи [2]. 2 000 NFT будут продаваться по той же цене, а вырученные средства пойдут на строительство отеля. 2 000 покупателей NFT будут случайным образом распределены на три класса – 1 500 «обычных» граждан, 450 «особых» граждан и 50 «легендарных» граждан. Различные статусы граждан представляют собой различные преимущества членства, соответствующие ваучерам на гостиничные номера и скидкам на питание в физических отелях вне сети.

Таким образом, развитие блокчейн-технологий позволит гостиничной отрасли выйти на новый уровень развития. Ликвидация посредников на рынке, упрощение процедур организации путешествий, полная информированность туристов о местах пребывания и возможность принимать моментальные решения, основанные на фактах, полученных посредством применения блокчейн-технологий, сделают отрасль более свободной и доступной для вхождения в данный бизнес с помощью новых блокчейн-технологий.

*Список использованных источников:*

1. Блокчейн в туризме: новое измерение старых проблем. URL: [bitnewstoday.ru/market/blockchain/blokcheyn-v-turizme-novoe-izmerenie-starykh-problem/](https://bitnewstoday.ru/market/blockchain/blokcheyn-v-turizme-novoe-izmerenie-starykh-problem/) (дата обращения: 18.12.2022)
2. Сан-Марино утверждает национальный зеленый пропуск, позволяющий гражданам и жителям свободно передвигаться URL: <https://www.sanmarinoinnovation.com/press-reports/csmz8dn9habdorhrarr7rsrby515k7>(дата обращения: 18.12.2022)