

ПЕРСПЕКТИВЫ ИНТЕГРАЦИИ КОНЦЕПЦИИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ В СФЕРУ ГОСТИНИЧНОЙ ИНДУСТРИИ

Аннотация. В статье рассматриваются перспективы дальнейшей экологизации сферы гостиничной индустрии в Российской Федерации и Республике Беларусь в рамках концепции устойчивого развития с учетом особенностей потребительского поведения, уровня экологического сознания и институциональных условий.

Ключевые слова. Устойчивое развитие, экология, гостиничная индустрия, экотуризм, экологически ответственное поведение.

S.A. Bunko,

*Candidate of economic Sciences, associate Professor,
Deputy Dean of the Faculty of Economics, BSTU,
The Republic of Belarus*

V.V. Dementeyuk,

*Second-year student of the Faculty of Economics, BSTU,
The Republic of Belarus*

PROSPECTS FOR INTEGRATING THE CONCEPT OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT INTO THE HOTEL INDUSTRY

Abstract. The article considers the prospects for further greening of the hotel industry in the Russian Federation and the Republic of Belarus within the framework of the concept of sustainable development, taking into account the characteristics of consumer behavior, the level of environmental consciousness and institutional conditions.

Keywords. Sustainable development, ecology, hotel industry, ecotourism, environmentally responsible behavior.

Концепция устойчивого развития в настоящее время доминирует в качестве методологии стратегического прогнозирования и программирования развития стран, региональных и локальных сообществ. Утвердив в 2015 году Повестку дня в области устойчивого развития на период до 2030 года, мировое сообщество в очередной раз подтвердило свою приверженность устойчивому развитию, взяв на себя обязательства по обеспечению устойчивого экономического роста, социальной интеграции и защиты окружающей среды ко всеобщей выгоде [1]. Последнее десятилетие характеризуется в рамках концепции устойчивого развития значительным усилением внимания стран к экологической составляющей.

В Российской Федерации и Республике Беларусь также разработаны

стратегические документы в области экологической политики. Основными целями обе страны заявляют: улучшение качества атмосферного воздуха; охрану и улучшение качества водных и земельных ресурсов, увеличение использования отходов производства, снижение их загрязняющего влияния на окружающую среду, сохранение и устойчивое использование биологического и ландшафтного разнообразия. Схожими являются и задачи в сфере сохранения биологического и ландшафтного разнообразия: обеспечение расширенного воспроизводства ресурсов растительного и животного мира; экологическая реабилитация деградированных экосистем; а также развитие экологического туризма на базе особо охраняемых природных территорий и иных естественных экосистем [2, 3]. Таким образом, экологизация деятельности гостиничной индустрии является для России и Беларуси актуальным направлением.

Прежде всего, рассмотрим динамику представлений об эффективности экологической деятельности. Отметим, что внимание к экологическим проблемам усилилось еще в середине XX века, вследствие чего компании уже не могли игнорировать требования природоохранных организаций, их целью было избежание наказаний и штрафов, повышенного налогообложения. Но со временем экологическая составляющая деятельности стала для компаний не вынужденной мерой, а осознанной необходимостью, обеспечивающей их конкурентоспособность, а также улучшение качества жизни общества в целом. Эволюция подходов к реализации экологической деятельности, включая перспективу на период до 2050 года, представлена в таблице 1.

Таблица 1.

Периодизация подходов к реализации экологической деятельности

Период, годы	Цели и направления экологических мероприятий	Подходы к реализации
1960-1970-е	охрана и минимизация загрязнения окружающей среды	вынужденное соблюдение экологических требований государства
1980-е	экологический менеджмент; рациональное природопользование	природоохранная деятельность – обязанность как государства, так и хозяйственных субъектов
1990-е	устойчивое развитие;	ориентация на рациональное использование ресурсов
2000-2020-е	«зеленая» экономика	инвестиции в возобновляемые источники энергии; максимизация переработки отходов
До 2030 г.	«зеленый» бизнес	ориентация на производство экологичных товаров
До 2050 г.	экономика на основе замкнутого цикла ресурсов	экологизация корпоративной культуры компаний, формирование экологического сознания населения

Источник: составлено авторами на основе [4].

Как мы видим, концепция устойчивого развития все в большей степени проникает на уровень организаций и определяет «необходимость достижения экономического роста при выполнении социальных обязательств перед

работниками и местным сообществом, при ресурсосбережении и бережном отношении к экологии окружающей среды» [5].

Для достижения поставленных целей устойчивого развития производители во всех отраслях должны быть вовлечены в процессы экологизации деятельности. Так, в 2015 году Toyota объявила о проведении «Toyota Environmental Challenge 2050» для решения глобальных экологических проблем: изменение климата, нехватка воды, истощение ресурсов и утрата биоразнообразия. Одной из основных задач Toyota заявляет сокращение выбросов CO₂ выпускаемых автомобилей на 90% к 2050 году по сравнению с показателями 2010 года [6].

Предприятия гостиничной индустрии также активно вовлекаются в процессы экологизации деятельности. В качестве примера можно привести такого крупного игрока как Marriott International, руководство которого в 2021 году сделало ряд заявлений в сфере экологии, включая долгосрочную цель по достижению нулевого уровня выбросов парниковых газов до 2050 года [7].

В настоящее же время гостиничная индустрия активно реализует экологизацию деятельности через создание и популяризацию эко-отелей. При этом отметим, что в научной среде существуют проблемы даже в формировании категориального аппарата: не сформулировано единого понятия эко-отеля, не существует общепринятой классификации эко-отелей. Чаще всего под эко-отелем понимают заведение гостеприимства, которое выполняет свои функции на принципах гармонии с природой, не загрязняя окружающую среду. Еще одним часто встречающимся критерием эко-отеля является наличие экологического сертификата: международного, признанного в разных странах мира в отельном бизнесе (Green Key охватывает 44 страны мира) или регионального («ЭКО-гостиница. Листок жизни» в России, «Экологическая сертификация услуг по проживанию и размещению» в Беларуси).

Проведенные нами исследования показали, что в России и Беларуси в качестве эко-отелей в сети Интернет предлагаются средства размещения для отдыха, при строительстве которых использовались преимущественно природные материалы, расположенные в природных зонах, предлагающие проживание на свежем воздухе, экологичные продукты, общение с животными, оздоровительные процедуры [8, 9]. То есть, продвижение эко-отелей опирается на выгоды потребителей и не несет в себе морального призыва о заботе об окружающей среде и сохранении ее для будущих поколений.

Кроме того, следует признать, что только лишь внедрение ресурсосберегающих технологий не способно справиться с экологическими проблемами в условиях сохранения существующей потребительской культуры общества, при которой превалирует культ быстрого темпа цикла потребления «купил – выбросил – купил». Это приводит, во-первых, к гипериспользованию ресурсов; во-вторых, к нарастанию объема отходов и, как следствие, загрязнению окружающей среды [10]. В связи с этим возникает необходимость формирования у населения экологического сознания, чтобы потребители меняли свои привычки и предпочтения в сторону экологически ответственного поведения, под которым мы понимаем поведение, основанное на

необходимости минимизации ущерба для окружающей среды, готовности к сокращению уровня комфорта предоставляемых услуг, если это способствует сохранению окружающей среды и готовности к дополнительным затратам на услуги при условии увеличения затрат для достижения их экологичности.

При оценке готовности населения России к экологичному поведению мы опирались на исследование В.А. Бондаренко и В.А. Ларионова [11], которые пришли к следующим основным выводам:

- население не воспринимает возможность экологической катастрофы как что-то серьезное и актуальное в силу наличия обширной территории;
- под эко-отелями населением понимаются комфортабельные места коллективного отдыха, расположенные в экологически чистых районах, где они могут наслаждаться качественными продуктами и сервисами, иное восприятие присутствует только у небольшой части молодежи;
- подавляющее число потребителей не готовы к самоограничению, снижению условий комфорта, а если готовы на это пойти, то не из-за желания снизить экологическую нагрузку на окружающую среду, а в целях экономии.

Соответственно, в текущий период эко-отелям авторы рекомендуют, во-первых, позиционировать свои услуги как услуги премиального качества, ориентированные на формирование в сознании потребителей установки, что они осознанно ограничивают потребление для снижения нагрузки на окружающую среду в рамках общественных интересов, а также транслировать молодой аудитории, позитивно воспринимающей новинки, «зеленые» ценности.

Схожая ситуация наблюдается и в Беларуси. Территория Беларуси характеризуется умеренной степенью хозяйственного освоения и сравнительно высокой сохранностью естественных экосистем (57% площади страны), что создает благоприятные предпосылки для сохранения природного равновесия и невысокой озабоченности населения вопросами экологии. Это подтверждается проведенным нами пилотным исследованием уровня экологического сознания населения методом анкетирования на основе использования Google Формы в сентябре-октябре 2022 года, количество опрошенных респондентов составляло 59 человек [12]. При оценке актуальных проблем современности на глобальном уровне, ухудшение состояния окружающей среды отметили 59,3% респондентов в Беларуси, то есть это третья по значимости проблема после роста цен (79,7%) и кризиса морали, культуры, нравственности (57,6%). Среди проблем, особенно актуальных для Республики Беларусь, респонденты выделили рост цен (91,5%); кризис морали, культуры, нравственности (52,5%), рост безработицы (37,5%) и только на 4 месте находится ухудшение состояния окружающей среды (37,3%). Можно сделать вывод, что респонденты оценивают экологическую обстановку в Беларуси лучше, чем в мировом масштабе.

Устраивает экологическая обстановка в их населённом пункте 72,9% респондентов в Беларуси; 13,6% оценивают экологическую обстановку ниже среднего, 6,8% затруднились ответить на данный вопрос. На одном из этапов исследования респондентам предлагалось выбрать наиболее значимую для них

экологическую проблему. Больше всего население тревожит рост не перерабатываемых отходов, на втором месте находится загазованность воздуха и на третьем – изменение климата. Следует отметить, что среди всех экологических проблем лидирует рост не перерабатываемых отходов, что указывает на следующее: поскольку эта проблема тревожит, значит, вероятнее всего, население готово к тому, чтобы менять свою культуру потребления.

Проведенные нами в рамках данной статьи исследования позволяют утверждать, что экологизация сферы гостиничной индустрии в Российской Федерации и Республике Беларусь находится на стадии становления. Для дальнейшей интеграции концепции устойчивого развития в эту сферу в России и Беларуси, на наш взгляд, целесообразны следующие рекомендации:

1. создание институциональных условий для экологизации гостиничной индустрии, развитие формализованной системы сертификации эко-отелей, формулирование четких принципов функционирования эко-отелей;
2. формирование экологического сознания населения, направленного на экологически ответственное поведение потребителей;
3. ответственное информирование о степени экологизации предлагаемых средств размещения во избежание «гринвошинга» – зеленого камуфляжа, когда под видом эко-отелей предлагается отдых в природных зонах.

Список литературы

1. Бунько С.А. Развитие экологического маркетинга в контексте устойчивого развития Республики Беларусь // Экономическая наука сегодня : сб. науч. ст. / БНТУ. – Минск, 2021. – Вып. 13. – С. 103–111.
2. Указ Президента Российской Федерации «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года от 07.05.2018 г. № 204. – Режим доступа: <https://base.garant.ru/71937200/>. – Дата доступа: 14.12.2022.
3. Стратегия в области охраны окружающей среды Республики Беларусь на период до 2035 года. – Режим доступа: <https://minpriroda.gov.by/ru/strategiya35-ru/> (дата доступа: 14.12.2022).
4. Бунько С.А. Социальная реклама как инструмент формирования экологического сознания населения / С.А. Бунько, В.В. Дементюк // Устойчивое развитие экономики: состояние, проблемы, перспективы: сб. трудов XVI Междунар. науч.-практ. конф. / Мин-во обр. Респ. Беларусь, Полесс. гос. ун-т – Пинск, 2022. – С. 18–21.
5. Горшкова Л.А., Давыдов Д.М. Угрозы и условия устойчивого развития организации. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/ugrozy-i-usloviya-ustoychivogo-razvitiya-organizatsii>. – Дата доступа : 16.12.2022.
6. Six Challenges. Moving toward a future society in harmony with automobiles and nature. – Режим доступа: <https://global.toyota/en/sustainability/esg/challenge2050/> (дата доступа: 16.12.2022).
7. Marriott принимает на себя обязательства по достижению цели Net Zero. – Режим доступа: <https://vc.ru/u/920169-russiaesg/298885-marriott-prinimaet->

na-sebya-obyazatelstva-po-dostizheniyu-celi-net-zero-i-prisoedinyatsya-k-ambiciyam-biznesa-v-otnoshenii-1-5 (дата доступа: 16.12.2022).

8. Эко-отели в Беларуси. – Режим доступа: <https://www.tripadvisor.ru/Hotels-g294447-zff24-Belarus-Hotels.html> (дата доступа: 16.12.2022).

9. Эко-отели России. – Режим доступа: <https://tourfind.ru/magazin/product/eko-oteli-rossii>. (дата доступа: 16.12.2022).

10. *Дементюк В.В.* Факторы, влияющие на эффективность экологической рекламы // Сб. конкурс. науч. работ студентов и магистрантов, Брест, 2022 г.: в 2-х ч. / БрГТУ ; ред-кол.: Н.Н. Шалобыта [и др.]. – Брест : Издательство БрГТУ, 2022. – Ч. 2 – С. 108 – 110.

11. Бондаренко В., Ларионов В. Исследование ценностных установок российских потребителей услуг «зеленых» гостиниц. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/issledovanie-tsennostnyh-ustanovok-rossiyskih-potrebiteley-uslug-zelenyh-gostinits> (дата доступа: 18.12.2022).

12. Актуальные проблемы современных экономических систем – 2021: сборник научных трудов / Мин-во образ. Республики Беларусь, Брест. гос. техн. ун-т; редкол.: А. Г. Проровский [и др.]. – Брест : БрГТУ, 2022.