

УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ И ВНЕДРЕНИЕ ЭКОЛОГИЧЕСКИ ОРИЕНТИРОВАННЫХ СТРАТЕГИЙ В УПРАВЛЕНИИ ГОСТИНИЧНЫМ БИЗНЕСОМ

А.Т. Шуратабаева, бакалавр

Атырауский университет нефти и газа имени Сафи Утебаева
(Казахстан, г. Атырау)

DOI:10.24412/2411-0450-2025-6-229-235

Аннотация. В данной статье рассматриваются вопросы внедрения экологически ориентированных стратегий в управление гостиничным бизнесом и их влияние на операционную эффективность и восприятие бренда клиентами. Исследуются основные направления экологической трансформации гостиниц, включая использование возобновляемых источников энергии, оптимизацию водопользования, снижение выбросов углерода и управление отходами. Анализируются примеры успешной интеграции данных практик в деятельность ведущих гостиничных сетей. Рассматривается роль сертификации в формировании доверия клиентов и привлечении инвесторов. Подчеркивается значимость экологической ответственности в современном потребительском поведении и ее влияние на маркетинговую стратегию.

Ключевые слова: устойчивое развитие, гостиничный бизнес, экологически ориентированные стратегии, энергоэффективность, сертификация.

В современных условиях экологическая ответственность бизнеса становится важным аспектом его стратегического развития. Изменение климата, истощение природных ресурсов и рост потребительского спроса на безопасные для окружающей среды услуги, стимулируют гостиничный сектор к переходу на новые стратегии управления. Компании все чаще внедряют меры, направленные на снижение энергопотребления, оптимизацию водопользования, уменьшение количества отходов и использование возобновляемых ресурсов. Это не только способствует снижению негативного воздействия на окружающую среду, но и обеспечивает сокращение эксплуатационных расходов, что является важным конкурентным преимуществом.

Целью выполненного исследования является анализ влияния экологически ориентированных стратегий на операционную эффективность гостиниц и на восприятие бренда клиентами.

Экологически ориентированные стратегии и их влияние на операционную эффективность

Устойчивое развитие – это комплексный подход, объединяющий экологические, эко-

номические и социальные аспекты с целью обеспечения долгосрочной гармонии между деятельностью человека и природой. В контексте гостиничного бизнеса это понятие предполагает необходимость внедрения таких практик, которые минимизируют негативное воздействие на окружающую среду, при этом способствуют эффективному использованию ресурсов. Данный процесс не ограничивается исключительно экологическими аспектами, он также затрагивает и экономические выгоды от оптимизации деятельности, снижения затрат и повышения привлекательности бренда в глазах клиентов. Таким образом, понимание устойчивого развития в гостиничном секторе связано с созданием стратегий, которые активно способствуют формированию ответственности на всех уровнях бизнеса (табл. 1).

По мнению автора, внедрение данных стратегий играет важную роль в достижении устойчивости гостиничного бизнеса. Каждая из них способствует не только минимизации негативного воздействия на окружающую среду, но и повышению операционной эффективности, что проявляется в нескольких основных аспектах.

Таблица 1. Виды экологически ориентированных стратегий [1, 2]

Вид стратегии	Описание	Основные практики
Экологический менеджмент	Системный подход к управлению природосберегающими аспектами гостиничного бизнеса, включающий планирование, мониторинг и контроль над воздействием на окружающую среду.	Создание корпоративной стратегии, аудит, мониторинг потребления ресурсов.
Сертификация экологических стандартов	Процесс подтверждения соответствия гостиницы нормам безопасности, что повышает доверие клиентов и инвесторов.	Внедрение сертификации, регулярные отчеты по стандартам устойчивого развития.
Энергоэффективные технологии	Внедрение решений для сокращения энергопотребления и выбросов углекислого газа, что снижает эксплуатационные расходы.	Использование солнечных панелей, систем интеллектуального энергоменеджмента.

Одним из наиболее очевидных является **влияние на затраты гостиничных предприятий**. Использование устойчивых технологий позволяет существенно сократить эксплуатационные расходы. Например, системы энергосбережения, такие как использование светодиодного освещения или высокоэффективных отопительных и охлаждающих систем, дают значительную экономию на счетах за энергию [3]. Таким образом, данные инновации становятся экономически обоснованным решением, которое позволяет компаниям значительно сократить расходы на коммунальные услуги, что особенно важно в условиях роста цен на ресурсы и их ограниченности.

Другим важным аспектом внедрения экологически ориентированных стратегий является **управление ресурсами**, что подразумевает не только их рациональное использование, но и более эффективное распределение и перераспределение. Например, внедрение технологий водосбережения, таких как системы повторного использования воды или устройства с низким расходом, позволяет гостиницам сократить потребление этого ресурса без ущерба для комфорта гостей. Это не только снижает операционные расходы, но и способствует уменьшению нагрузки на местные водные ресурсы, что является важным шагом к экологической устойчивости. Аналогичные способы управления энергией, например, системы управления микроклиматом, обеспечивают оптимизацию данных процессов, а также сокращают выбросы углерода, что влияет на репутацию гостиницы как ответственного бизнес-игрока.

Немаловажным элементом является **логистика** – процесс, в котором устойчивые технологии могут сыграть важную роль в оптимизации цепочек поставок и снижении транс-

портных расходов [4]. В гостиничном бизнесе это связано с доставкой продуктов, материалов для уборки и обслуживания номеров, а также с управлением отходами. Внедрение биоразлагаемой упаковки или экологически безопасных моющих средств, не только уменьшает воздействие на природу, но и способствует оптимизации транспортных процессов, уменьшая необходимость в частых поставках и сокращая отходы [5].

Таким образом, ответственное управление ресурсами в гостиничном бизнесе оказывает непосредственное и комплексное влияние на операционную эффективность предприятий. Крупные гостиницы демонстрируют успешные примеры интеграции природосберегающих стратегий в свою деятельность, что приносит как экологические, так и экономические преимущества. Одним из ярких примеров является сеть **Marriott**, которая внедрила систему менеджмента, направленную на сокращение потребления воды и энергии, а также на улучшение управления отходами. В рамках этой программы компания использует современные энергосберегающие технологии и активно применяет возобновляемые источники энергии [6].

Другим примером является опыт гостиничной сети **Hilton**, которая внедрила стратегию по ответственному туризму и устойчивому развитию. Ее цель заключается в сокращении выбросов углекислого газа и повышении операционной эффективности за счет использования энергоэффективных технологий и управления водными ресурсами. За 2023 год компания смогла снизить интенсивность углеродных выбросов среди управляемых отелей на 45,1%, уменьшить объемы использования воды на 26,5% и образования отходов на

63,7% [7]. Данные примеры демонстрируют, что успешное использование данных стратегий не только способствует снижению экологического воздействия, но и оказывает значительное влияние на операционную эффективность гостиниц.

Влияние устойчивого развития на восприятие бренда клиентами

Современные тенденции в потребительском поведении демонстрируют растущий интерес к экологической ответственности бизнеса, что оказывает существенное влияние на формирование и укрепление брендов. Кли-

енты все чаще рассматривают ответственное управление ресурсами как один из решающих факторов при выборе гостиницы, что побуждает отельные сети внедрять и продвигать стратегии, направленные на сокращение негативного воздействия на окружающую среду.

Экологически ориентированные практики оказывают многоуровневое влияние на восприятие бренда, поскольку они формируют доверие клиентов, укрепляют лояльность и обеспечивают дополнительную дифференциацию на рынке. Впечатление о бренде строится на основе нескольких факторов (рис. 1).



Рис. 1. Аспекты, влияющие на восприятие бренда

Одним из важнейших инструментов формирования позитивного имиджа гостиничного бренда является **экологическая сертификация**. Сертификаты, такие как **Green Key**, **EarthCheck**, **ISO 14001**, **LEED**, **ENERGY STAR**, **Green Seal** служат не только доказательством приверженности гостиницы принципам устойчивого развития, но и выступают в качестве объективного критерия для потребителей, ориентирующихся на осознанный выбор [8].

Не менее значимым фактором является **осведомленность клиентов о предпринимаемых экологических инициативах**. Гостиничные сети, которые открыто сообщают о своих достижениях через официальные веб-ресурсы, социальные сети и рекламные кампании, значительно повышают доверие и уровень вовлеченности аудитории. В данном контексте важную роль играет транспарентность бизнес-процессов, предполагающая регулярное раскрытие данных о потреблении ресурсов, сокращении выбросов углекислого газа, применении возобновляемых источников энергии и других мерах по снижению

негативного воздействия на окружающую среду [9].

Эмоциональная связь с клиентами также является важной составляющей восприятия бренда. Гостиничные предприятия, активно участвующие в глобальных программах и инициативах формируют у гостей позитивные ассоциации с брендом, повышая уровень лояльности.

Важно отметить, что экологически ориентированные стратегии не только способствуют повышению текущей лояльности клиентов, но и формируют **долгосрочные конкурентные преимущества гостиничного бренда**. Компании, внедряющие устойчивые бизнес-модели, демонстрируют высокую адаптивность к изменениям рынка, что делает их привлекательными как для клиентов, так и для инвесторов. Дополнительно, это способствует формированию репутации гостиницы как социально ответственного бизнеса, что приводит к росту международного сотрудничества, привлечению новых партнеров и расширению целевой аудитории.

Оценка эффективности экологических стратегий в гостиничном бизнесе: методы и показатели

Эффективность внедрения экологически ориентированных стратегий в гостиничном бизнесе требует системной и количественно подтвержденной оценки. Инструменты оценки позволяют не только контролировать прогресс устойчивых инициатив, но и формировать обоснованные управленческие решения, направленные на повышение ресурсной и операционной эффективности. В условиях растущих требований к экологической ответственности со стороны клиентов, инвесторов и регулирующих органов, гостиничные предприятия все чаще интегрируют специализированные методы мониторинга и анализа устойчивости в свои управленческие практики.

Применение методик оценки результативности позволяет отслеживать динамику ключевых показателей, верифицировать соответствие экологическим стандартам и обосновывать экономическую целесообразность дальнейших инвестиций в устойчивое развитие. Наиболее распространенными подходами являются сравнительный анализ (до/после), анализ жизненного цикла (Life Cycle Assessment, LCA), экологический аудит, а также интеграция ESG-метрик в корпоративную отчетность. Эти методы сочетаются с использованием количественных показателей – KPI, которые охватывают как ресурсоэффективность, так и восприятие со стороны потребителей (табл. 2).

Таблица 2. Основные показатели оценки эффективности устойчивых стратегий в гостиничном бизнесе

Направление стратегии	Индикатор (KPI)	Метод оценки
Энергоэффективность	Энергопотребление на 1 номер (кВт·ч/м ²).	До/после, LCA.
Сокращение выбросов CO ₂	Углеродный след на номер в год (кг CO ₂ /гость).	ESG-отчетность, международные протоколы.
Водоэффективность	Расход воды на гостя (л/сутки).	Внутренний экологический аудит.
Управление отходами	Доля переработанных отходов (%).	Отчетность по циклу утилизации.
Устойчивость поставок	Доля «зеленых» поставщиков в общем объеме закупок (%).	Анализ цепочки поставок.
Воздействие на потребителя	Удовлетворенность клиентов экологическими инициативами (оценка).	Опросы, онлайн-рейтинги.
Общая экономия ресурсов	Финансовая экономия на коммунальных расходах (%).	Бухгалтерская отчетность.

Представленные показатели демонстрируют, что устойчивые стратегии в гостиничном бизнесе поддаются объективной количественной оценке на различных уровнях: от эксплуатационных характеристик зданий до клиентского восприятия. Наиболее применимыми в управленческой практике являются такие метрики, как удельное энергопотребление, углеродный след, водопотребление и уровень утилизации отходов. Их отслеживание позволяет не только оценивать экологическую результативность, но и фиксировать финансовые и маркетинговые эффекты, включая повышение удовлетворенности клиентов и лояльности к бренду.

Использование стандартных методов – таких как LCA, ESG-отчетность и экологический аудит – обеспечивает сопоставимость данных и способствует интеграции гостиниц в глобальные повестки устойчивого развития.

Таким образом, системная оценка эффективности становится неотъемлемым элементом управления в рамках устойчивых бизнес-моделей и служит базой для принятия инвестиционных решений, разработки стратегий и формирования репутации социально ответственного предприятия.

Экономические и институциональные барьеры реализации принципов устойчивого развития в гостиничной индустрии

Внедрение экологически ориентированных стратегий в гостиничную отрасль представляет собой перспективное направление устойчивого развития, однако на практике данный процесс сопряжен с рядом институциональных, экономических и организационных ограничений. Несмотря на признанные преимущества, такие как снижение эксплуатационных затрат, улучшение имиджа и соответствие международным стандартам, уровень

внедрения подобных стратегий остается фрагментарным, особенно в развивающихся странах и среди предприятий малого гостиничного бизнеса.

Одним из наиболее значимых ограничений является **высокий уровень первоначальных инвестиций**, необходимых для реализации экологически обоснованных решений. Установка солнечных панелей, внедрение систем интеллектуального энергоменеджмента, сертификация по международным стандартам (например, LEED, ISO 14001) требуют значительных финансовых затрат. В условиях ограниченного доступа к кредитным ресурсам и отсутствия эффективных механизмов государственной поддержки, такие инвестиции оказываются недоступными для некоторых представителей малого и среднего бизнеса.

Следующим барьером является **недостаточная осведомленность руководства и персонала о преимуществах и механизмах реализации устойчивых практик**. Экологическая грамотность в гостиничном секторе остается низкой, особенно в странах с переходной экономикой. Без целенаправленного обучения и формирования внутренней культуры устойчивого развития даже технически реализуемые стратегии не находят поддержки внутри организации.

Немаловажным фактором является **отсутствие стандартов и стимулирующих регуляторных механизмов на национальном уровне**. В отличие от таких стран, как США, Швеция, Германия или Канада, где существуют государственные субсидии и налоговые льготы за экологические инициативы, в некоторых государствах, например, в Индии, Индонезии устойчивое развитие остается вне поля активной экономической политики. Это снижает мотивацию бизнеса переходить к экологическим моделям, так как выгоды от таких инвестиций становятся отсроченными или неочевидными.

Кроме того, необходимо отметить **организационные ограничения**, включая сложность трансформации устоявшихся бизнес-процессов. Внедрение экологических технологий часто требует реструктуризации логистических схем, пересмотра системы закупок, изменения условий контрактов с поставщиками, что требует управленческой гибкости и времени. Особенно затруднительно это для гостиниц,

входящих в крупные международные сети с централизованной моделью управления, где любые изменения требуют согласования на нескольких уровнях.

Существенным барьером выступает также **дефицит квалифицированных кадров**, которые обладали бы компетенциями для реализации экологически ориентированных стратегий. В ряде регионов наблюдается отсутствие профессионалов в области энергоаудита, экологического менеджмента, устойчивого строительства и экодизайна. Аналогично, ограничен доступ к сертифицированным поставщикам экологически безопасных строительных и отделочных материалов. Эти факторы значительно затрудняют практическую реализацию устойчивых инициатив даже при наличии стратегической заинтересованности со стороны гостиничного бизнеса.

Таким образом, для успешной интеграции экологически ориентированных стратегий в практику гостиничного бизнеса необходима комплексная институциональная поддержка, включающая доступ к финансовым инструментам, развитие профессиональных компетенций, нормативное стимулирование и формирование экосистемы устойчивых поставщиков. Без устранения данных ограничений устойчивое развитие рискует остаться преимущественно декларативной составляющей корпоративной политики.

Выводы

Внедрение экологически ориентированных стратегий в гостиничном бизнесе способствует не только снижению нагрузки на окружающую среду, но и повышению операционной эффективности предприятий. Применение энергосберегающих технологий, оптимизация водопотребления и управление отходами позволяют гостиницам сократить эксплуатационные затраты, повысить уровень автоматизации процессов и улучшить качество обслуживания. Такие инициативы обеспечивают предприятиям более устойчивое развитие в условиях роста цен на ресурсы и ужесточения экологических норм.

Дополнительным преимуществом является влияние данных стратегий на восприятие бренда клиентами. Современные потребители отдают предпочтение компаниям, которые демонстрируют социальную ответственность и следуют принципам осознанного потребления.

ния. Наличие сертификатов и использование возобновляемых ресурсов повышают доверие гостей и укрепляют имидж гостиницы на рынке. Таким образом, интеграция экологиче-

ских практик становится не только стратегически выгодной, но и необходимой для формирования долгосрочных конкурентных преимуществ.

Библиографический список

1. Rehman S.U., Elrehail H., Alshwayat D., Ibrahim B., Alami R. Linking hotel environmental management initiatives and sustainable hotel performance through employees' eco-friendly behaviour and environmental strategies: a moderated-mediated model // *European Business Review*. – 2023. – Vol. 35. – № 2. – P. 184-201. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://doi.org/10.1108/eb-05-2022-0094>.

2. Yarov Y. Modern architectural approaches to building design: integrating eco-friendly solutions and advanced technologies // *New science: from idea to result*. – 2024. – № 11. – P. 139-147.

3. Prakash S., Sharma V.P., Singh R., Vijayvargy L. Adopting green and sustainable practices in the hotel industry operations-an analysis of critical performance indicators for improved environmental quality // *Management of Environmental Quality: An International Journal*. – 2023. – Vol. 34. – № 4. – P. 1057-1076. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://doi.org/10.1108/meq-03-2022-0090>.

4. Umarov A. Using technologies to optimize logistics and sales // *Universum: экономика и юриспруденция*. – 2025. – № 2 (124). – P. 51-55.

5. Nikitenko O. Analysis of the potential for paper packaging production in the context of resource efficiency and sustainable development // *Proceedings of the XIV international scientific conference. Vienna. Austria*. – 2024. – P. 42-46.

6. Semwal R., Tripathi N., Kulshrestha R., Tyagi P. Innovative Approaches to Sustainable Hospitality: Leveraging AI and Technology for Energy Efficiency, Waste Reduction, and Eco-Friendly Mobility // *Hotel and Travel Management in the AI Era*. IGI Global. – 2024. – P. 379-400. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://doi.org/10.4018/979-8-3693-7898-4.ch018>.

7. Hilton 2023 Travel with Purpose Report. Hilton ESG. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://esg.hilton.com/2023-twp-report/>.

8. Elkhwesky Z. A systematic and major review of proactive environmental strategies in hospitality and tourism: Looking back for moving forward // *Business Strategy and the Environment*. – 2022. – Vol. 31. – № 7. – P. 3274-3301. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://doi.org/10.1002/bse.3076>.

9. Ерлыгина Е.Г., Штебнер С.В. Экологическая устойчивость в концепции устойчивого развития // *Бюллетень науки и практики*. – 2022. – Т. 8. – № 6. – С. 134-141. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://doi.org/10.33619/2414-2948/79/15>.

SUSTAINABLE DEVELOPMENT AND IMPLEMENTATION OF ENVIRONMENTALLY ORIENTED STRATEGIES IN THE MANAGEMENT OF THE HOTEL BUSINESS

A.T. Shuratabayeva, *Bachelor*

Atyrau University of Oil and Gas named after Safi Utebayeva
(Kazakhstan, Atyrau)

Abstract. *This article discusses the implementation of environmentally oriented strategies in the management of the hotel business and their impact on operational efficiency and brand perception by customers. The main directions of the ecological transformation of hotels are investigated, including the use of renewable energy sources, optimization of water use, reduction of carbon emissions and waste management. The examples of successful integration of these practices into the activities of leading hotel chains are analyzed. The role of certification in building customer trust and attracting investors is considered. The importance of environmental responsibility in modern consumer behavior and its impact on marketing strategy is emphasized.*

Keywords: *sustainable development, hotel business, environmentally oriented strategies, energy efficiency, certification.*