

## **ESG-СТРАТЕГИЯ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ В ОТЕЛЬНОЙ ИНДУСТРИИ**

**Калашникова П. С.<sup>1</sup>**

**Научный руководитель – преподаватель факультета технологического  
менеджмента и инноваций, Голубева А.С.<sup>1</sup>**

<sup>1</sup>Университет ИТМО

polinakalashnikova0508@gmail.com

Работа выполнена в рамках темы НИР «Разработка ESG-стратегии как инструмента повышения конкурентоспособности компании Cosmos Hotel Group».

### **Введение**

В настоящее время мировая экономика всё больше внимания уделяет нефинансовым факторам, определяющим стоимость компаний и их конкурентоспособность. Экологическая, социальная и корпоративная ответственность становятся важными ориентирами для бизнеса. Особую значимость данная тенденция приобретает в сфере услуг, где восприятие бренда потребителем напрямую определяет его рыночный успех. Согласно Докладу Всемирной туристской организации (ЮНВТО) об устойчивом развитии туризма за 2023 год, 73% туристов по всему миру отдают предпочтение ответственным отелям, что формирует потребительский драйвер для изменений [1].

Индустрия гостеприимства характеризуется высокой ресурсоемкостью, что делает экологический компонент ключевым направлением развития. Международные сети (Six Senses, Soneva, Scandic Hotels и др.) внедряют комплексные программы энергосбережения, сокращения отходов, прозрачной отчетности и взаимодействия с локальными сообществами. Согласно отчету Sustainable Travel Report 2024 платформы Booking.com, 84% путешественников считают важным выбор экологически и социально ответственного размещения [2]. Это подтверждает трансформацию потребительского поведения и необходимость стратегического учета ESG-факторов.

### **Основная часть**

Предлагаемое решение научной проблемы предполагает разработку блока ESG-стратегии, которая позволит добиться конкурентных преимуществ путем управления лояльностью клиентов и оптимизации бизнес-процессов.

При разработке ESG-стратегии для отелей необходимо учитывать три взаимосвязанных аспекта. Экологический блок связан с внедрением ресурсосберегающих технологий (энергоэффективные системы освещения, автоматизированное управление инженерными сетями, программы сокращения отходов). Такие меры не только снижают операционные расходы, но и способствуют созданию положительного экологического имиджа отеля. Социальный блок включает развитие человеческого капитала, повышение стандартов обслуживания, поддержку локальных поставщиков и формирование устойчивых партнерств с региональными сообществами. Такой комплексный подход способствует укреплению эмоциональной привязанности гостей к бренду. Управленческий блок предусматривает внедрение принципов прозрачности, регулярной нефинансовой отчетности, риск-менеджмента и стратегического планирования устойчивого развития.

Методологически решение опирается на системный и сравнительный анализ международных практик, а также на эмпирическую оценку влияния ESG-факторов на клиентскую лояльность. Такой подход позволяет выявить наиболее значимые драйверы

конкурентных преимуществ и определить приоритетность инвестиций в устойчивое развитие.

### **Выводы**

Проведенный анализ подтверждает, что ESG-стратегия способна выступать эффективным инструментом повышения конкурентоспособности в отельной индустрии. Ее внедрение обеспечивает:

1. Снижение операционных издержек за счет ресурсосбережения;
2. Рост клиентской лояльности и повторных продаж;
3. Укрепление репутационного капитала;
4. Снижение регуляторных и репутационных рисков.

Таким образом, интеграция ESG-принципов в стратегическое управление позволяет трансформировать устойчивое развитие из имиджевого элемента в инструмент долгосрочного конкурентного роста.

### **Литература**

1. The growth of sustainability in hotels: a sector of transformation [Электронный ресурс] // Roiback, Part of HAXGroup. – Режим доступа: <https://en.roiback.com/rb-academy/the-growth-of-sustainability-in-hotels> (дата обращения: 26.02.2026).
2. Sustainable Travel Report 2024 [Электронный ресурс] : отчет / Booking.com – 2024. – Режим доступа: <https://news.booking.com/download/904910bb-db77-4886-9ead-accbf87ad891/sustainabletravelreport2024.pdf> (дата обращения: 26.02.2026).