

Вестник Евразийской науки / The Eurasian Scientific Journal <https://esj.today>

2023, Том 15, № 2 / 2023, Vol. 15, Iss. 2 <https://esj.today/issue-2-2023.html>

URL статьи: <https://esj.today/PDF/08ECVN223.pdf>

Ссылка для цитирования этой статьи:

Романова, М. М. Экологическая и социальная ответственность в индустрии гостеприимства и туризма / М. М. Романова, Е. А. Джанджугазова // Вестник евразийской науки. — 2023. — Т. 15. — № 2. — URL: <https://esj.today/PDF/08ECVN223.pdf>

For citation:

Romanova M.M., Dzhandzhugazova E.A. Environmental and social responsibility in the hospitality and tourism industry. *The Eurasian Scientific Journal*. 2023; 15(2): 08ECVN223. Available at: <https://esj.today/PDF/08ECVN223.pdf>. (In Russ., abstract in Eng.)

Романова Марианна Михайловна

ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова», Москва, Россия
Доцент кафедры «Гостиничного и туристического менеджмента»

Кандидат экономических наук, доцент

E-mail: rmm2002@mail.ru

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4579-2075>

РИНЦ: https://elibrary.ru/author_profile.asp?id=642969

Джанджугазова Елена Александровна

ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова», Москва, Россия
Профессор кафедры «Гостиничного и туристического менеджмента»

Доктор экономических наук, профессор

E-mail: lena-itig@mail.ru

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2620-5210>

РИНЦ: https://elibrary.ru/author_profile.asp?id=311090

Экологическая и социальная ответственность в индустрии гостеприимства и туризма

Аннотация. Социальная ответственность в индустрии гостеприимства и туризме долгое время воспринималась в России как не главный, а дополнительный аспект деятельности. Опыт зарубежных гостиничных и туристических организаций постепенно начал внедряться в России. Влияние пандемии и санкций также оказало влияние на формирование социальной ответственности российского бизнеса. Изменился привычный уклад жизни и система ценностей в обществе, что привело к переосмыслению многих аспектов жизнедеятельности. У потребителей гостиничных и туристических услуг поменялись представления и требования к процессу и потреблению данных услуг.

В статье указывается, что сложившаяся ситуация в стране определила необходимость активизации и продолжения исследований, связанных с повышением социальной и экологической ответственности в индустрии гостеприимства и туризма. Авторами проведён теоретико-методический анализ подходов экологической и социальной ответственности в туризме и гостеприимстве. В статье приведены примеры ответственности профессиональных участников из российской и зарубежной практики.

Авторы выделили уровни, принципы и направления социальной ответственности в туризме и гостеприимстве. В процессе исследований были определены параметры социальной и экологической ответственности в данных сферах.

В статье рассмотрена концепция «экологического следа», которая основана на определении имеющихся и используемых ресурсов. По мнению авторов, данную концепцию можно применить в туризме и гостеприимстве с точки зрения экологической и социальной ответственности. Внимание в статье уделено вопросу особо охраняемых природных территорий, которые используются в туристической индустрии, но их защита и сохранность во многом зависит от социальной и экологической ответственности бизнеса.

Ключевые слова: индустрия туризма и гостеприимства; социальная ответственность бизнеса; экологическая ответственность бизнеса; «экологический след»; отходы; экотехнологии

Введение

К вопросам экологической и социальной ответственности в туризме и гостеприимстве обращено внимание не только профессиональных участников, но и мирового сообщества. Вопросы социальной ответственности и её экологической составляющей активно обсуждались в научных кругах с 50-х гг. [1; 2]. В настоящее время этот вопрос является достаточно актуальным, так как пандемия и санкции усилили данный аспект, как в России, так и в мире. Актуальны вопросы ответственности бизнеса в процессе производства и предоставления услуг [3; 4].

Под социальной ответственностью подразумевается как ответственность компании перед всеми людьми и организациями, с которыми она функционирует в процессе деятельности, так и перед обществом в целом [5]. При этом речь идет о добровольном вкладе компании в различные сферы жизни, которые напрямую связаны с её основной деятельностью. Можно отметить, что отличительной чертой социальной ответственности является именно добровольность бизнеса во благо общества [6].

Целью исследования является изучение теоретико-методический анализ подходов экологической и социальной ответственности в туризме и гостеприимстве в современных реалиях.

К задачам исследования относится выделение уровней социальной ответственности, рассмотрение направлений социальной ответственности в туризме и гостеприимстве, определение параметров социальной и экологической ответственности в данных сферах, изучение российского и зарубежного опыта.

1. Методы исследований

В статье использованы общенаучные и специальные методы, такие как метод системного анализа, метод ретроспективного анализа. Информационной базой исследования послужили статистические материалы и аналитические разработки, публикации отечественных и зарубежных изданий, интернет-ресурсы.

2. Результаты и обсуждение

Бережное отношение к природным ресурсам во многом зависит от экологической ответственности бизнеса, которая, на наш взгляд, является составным элементом социальной ответственности бизнеса [4]. На данном положении будет основано дальнейшее исследование в статье. Корпоративная социальная ответственность во многом зависит от модели управления в организации, насколько соблюдаются права человека и трудовые отношения, правовые и

социальные нормы, экологические стандарты. Можно отметить, что организациям важно привлечь местное сообщество для решения некоторых вопросов. В связи с этим выделяют внутреннюю и внешнюю корпоративную социальную ответственность [7]:

- внутренняя корпоративная социальная ответственность связана с персоналом и организационной структурой, а потому ограничена рамками;
- внешняя корпоративная социальная ответственность связана с обществом и географическим расположением предприятия (организации).

В рамках вышеизложенной информации, можно определить уровни социальной ответственности (рис. 1):

<i>внутренняя социальная ответственность</i>	
I уровень	— выплата заработной платы, уплата налогов и сборов и т. д.
II уровень	— создание благоприятных условий для труда и жизни; повышение квалификации; медицинская и страховая ответственность; развитие социально-культурной сферы
<i>внешняя социальная ответственность</i>	
III уровень	— благотворительность; спонсорская помощь; сотрудничество
IV уровень	— экологическая ответственность

Рисунок 1. Уровни социальной ответственности организаций (составлено авторами)

Можно отметить, что в России степень вовлеченности организаций неравномерна. Больше это характерно для крупных российских предприятий нефтяной, газовой, металлургической и химической отраслей, которые оперируют большими финансовыми ресурсами. Так, в стране доля переработки отходов небольшая. В соответствии с рейтингом стран по уровню переработки отходов (Центр экологической политики и права Йельского университета), основным критерием которого является уровень использования систем переработки отходов, Россия в 2022 году заняла 168 место с индексом 5.3. Согласно данному рейтингу Южная Корея является лидером в сфере переработки мусора (рис. 2).

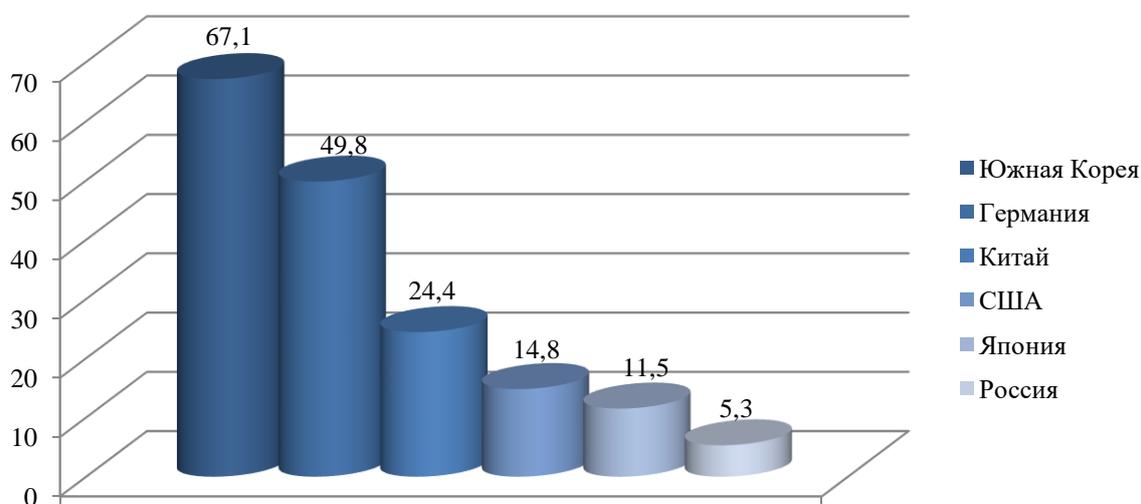


Рисунок 2. Рейтинг стран по уровню переработки отходов (индексы)¹

¹ Environmental Performance Index 2022. URL: <https://nonews.co/wp-content/uploads/2022/06/epi2022.pdf> (дата обращения: 17.02.2023).

Одним из основных видов отходов, которые образуются во время работы предприятий туристического и гостиничного бизнеса, являются твердые отходы. К твердым отходам относятся изделия из бумаги, пластмассы, стекла, а также строительных материалов и мебели. Также в ходе деятельности организаций индустрии гостеприимства образуется огромное количество пищевых отходов: порча продуктов в условиях неправильного хранения, отходы при приготовлении пищи, остатки после посещения гостей (рис. 3).

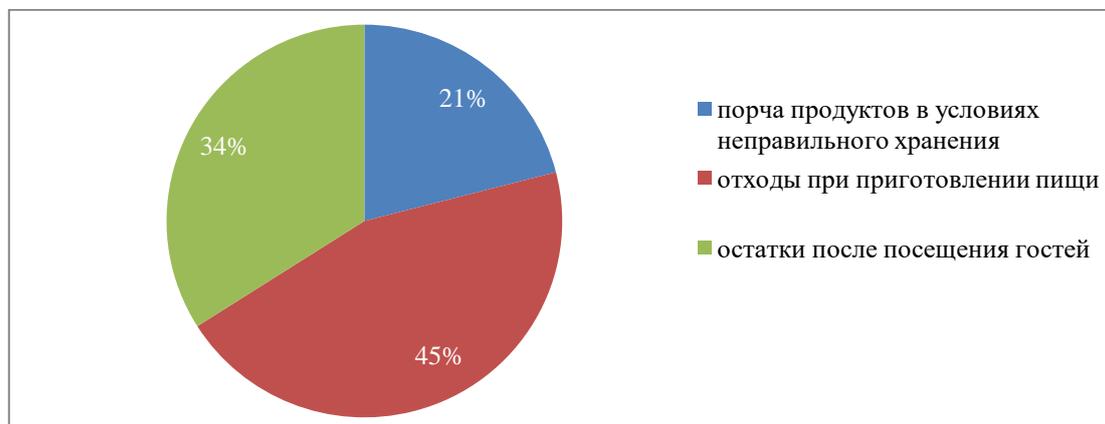


Рисунок 3. Доля пищевых отходов в гостеприимстве²

Выделяют методы утилизации отходов (табл. 1). Самым предпочтительным вариантом, на наш взгляд, является сокращение образуемых отходов. Стоит отметить, что для гостиничного бизнеса данный метод может быть наиболее выгодным, так как уменьшаются затраты.

Таблица 1

Методы утилизации отходов

Методы	Характеристика
Сокращение	Уменьшение количества образуемых отходов
Компостирование	Переработка отходов в удобрения
Вторичная переработка	Производство новых продуктов из отходов
Сжигание	Превращение отходов в энергию
Хранение и захоронение	Размещение на полигонах

Составлено авторами

На наш взгляд, профессиональные участники туризма и гостеприимства находятся на начальной стадии разработки и внедрения программ социальной ответственности. Однако ввиду того, что внутренний туризм активно развивается и оказывает как положительное, так и отрицательное влияние на регионы страны, внимание к социальной ответственности бизнеса необходимо. Это связано с активным развитием внутреннего туризма из-за пандемии и невозможности выезжать за рубеж, геополитической обстановкой, изменениями отношения общества к природе и экологии, повышением качества жизни населения, распространением концепции «бережливого потребления».

Туристский и гостиничный бизнес в процессе деятельности влияет на экономические, социальные и экологические аспекты. Можно отметить, что в последние годы социальная ответственность бизнеса превратилась в ключевой фактор успеха и конкурентоспособности любой организации. Социальная ответственность организаций сферы туризма и гостеприимства связана не только с персоналом и потребителями, но и местным населением. Туристические развитые направления создают как плюсы (рабочие места, доходы,

² <https://ekdel.ru/pererabotka-i-utilizaciya/minimizaciya-othodov-2.html> (дата обращения: 17.03.2023).

разнообразии услуг и т. д.), так и минусы для местного населения. Известны выступления местного населения против активного развития туризма в разных странах, связанные с высокими ценами, загрязнением окружающей среды и т. д.

В результате анализа исследований [8] авторы выделяли основные направления социальной ответственности в индустрии туризма и гостеприимства (рис. 4):



Рисунок 4. Направления социальной ответственности в туризме и гостеприимстве

Социальная и экологическая ответственность туристического и гостиничного бизнеса связаны с учётом негативных и позитивных последствий деятельности в области экологии, экономики и социальной сферы для всех заинтересованных сторон (туристов, туристических регионов, местного населения) с рациональным использованием ресурсов. Большое значение при этом играет государство, задачами которого является создание условий, стимулов и гарантий для гостиничного и туристического бизнеса в долгосрочном периоде, чтобы компании были заинтересованы работать лучше. Базовые параметры ответственного поведения профессиональных участников устанавливаются государственными нормами, правилами и стандартами по защите окружающей среды, здоровья и безопасности населения, прав трудящихся. Это можно достигнуть с помощью создания благоприятных механизмов публичного информирования и общественного признания социальной ответственности бизнеса, командно-контрольных мероприятий, финансовых стимулов, поддержки и внедрения инновационных технологий [9].

На основе исследований можно выделить аспекты применения принципов социальной ответственности и развития экологических инициатив (табл. 2).

Таблица 2

Аспекты применения принципов социальной и экологической ответственности

Аспекты	Содержание
Ответственное инвестирование	Инвестирование с учетом экологических и социальных факторов, корпоративного управления (концепция ESG — баланс между экологическим/природным (Environmental), социальным (Social) и управленческим (Governmental) аспектами)
Операционная деятельность	Использование опыта предприятий — лидеров туристического и гостиничного бизнеса в процессе производства и предоставления услуг

Составлено авторами

Крупные инвесторы чаще прибегают к «зеленым инвестициям», то есть инвестициям, не приносящим ущерб экологии или способствующим снижению негативного воздействия на окружающую среду [10]. К основным принципам ответственного инвестирования, которые можно активно применять российским туристическим и гостиничным предприятиям, согласно ООН и крупных инвестиционных компаний, относят:

- учет экологических и социальных факторов, а также факторов корпоративного управления в рамках инвестиционного анализа и принятия решений об инвестировании;
- активное участие в управлении компанией и включение ESG-аспектов в практику управления инвестициями;
- стремление к раскрытию экологических, социальных и управленческих факторов компаниями — объектами инвестирования и др.

Можно отметить, что лидирующие гостиничные и туристические предприятия в России используют экологические инициативы не только для проявления этических сторон своей деятельности, но для продвижения услуг, улучшения имиджа и репутации бренда [11]. Так, производство и оказание услуг туризма и гостеприимства предполагают определенные затраты энергии и воды. Например, системы освещения и кондиционирования в общественных зонах отеля работают постоянно. Кроме этого, пищевые отходы добавляют объемы отходов производства. В гостиничном предприятии много отходов из пластика (бутылки для воды, упаковки продуктов питания, туалетных принадлежностей, химических средств и т. д.). Как известно, пластик является одним из самых опасных для экологии видов отходов, так как время его разложения варьируется от 100 до 300 лет.

В рамках экологической ответственности бизнеса важно учитывать результаты мониторинга окружающей среды. На наш взгляд можно использовать концепцию «экологического следа», которая была предложена в 90-е годы прошлого века М. Вакернагелем [12]. «Экологический след» — это показатель, который измеряет, сколько ресурсов есть и сколько используется.³ С точки зрения спроса «экологический след» измеряет экологические активы, необходимые конкретному населению для производства природных ресурсов, которые оно потребляет. «Экологический след» отслеживает использование шести категорий продуктивных площадей: пахотных земель, пастбищных и рыболовных угодий, застроенных земель, лесных площадей и спроса на углерод. Со стороны предложения используется показатель «биоёмкость», который подразумевает под собой продуктивность использования экологических активов. Если «экологический след» населения превышает «биоёмкость» региона, этот регион испытывает экологический дефицит. То есть его спрос на товары и услуги, которые могут предоставить его земля и вода, превышает возможности экосистем региона. Регион с экологическим дефицитом удовлетворяет спрос, импортируя или ликвидируя собственные экологические активы (например, чрезмерная вырубка леса). Если «биоёмкость» региона превышает его «экологический след», то у данного региона есть экологический резерв.⁴ Экологическая ответственность предприятий индустрии гостеприимства и туризма позволит сохранить имеющиеся природные ресурсы территории, либо их возобновить за счет бизнеса.

³ <https://trends.rbc.ru/trends/green/5e73deb39a7947fbca4bbc4b> (дата обращения: 16.03.2023).

⁴ <https://worldpopulationreview.com/country-rankings/ecological-footprint-by-country> (дата обращения: 17.03.2023).

С 1994 г. существует международная организация экологической сертификации предприятий гостеприимства и туризма Green Key International⁵. Наличие сертификата не только улучшает имидж отеля, но и показывает, что в отеле важен как уровень сервиса, так и окружающая среда. Для получения сертификата экологичности Green Key, гостиница должна соответствовать национальным или международным требованиям «зеленого ключа». Все требования связаны с экологичностью по категориям: вода, отходы, энергия, управление окружающей средой, использование химических веществ, питание и напитки. Российская Федерация вплоть до 2022 года была участником многих международных экологических сертификаций, в том числе и «Green Key».

В 2001 году была представлена экомаркировка «Листок жизни» (товарный знак экологического качества продукции), которая на данный момент является единственной в России признанной на международном уровне Всемирной ассоциацией экомаркировки GEN. Система экологической ответственности Green Engage ориентирована на зеленое энергоэффективное строительство и экологичность инвестиционных и других проектов. Позволяет гостиницам на 15–20 % сократить потребляемую энергию, снизить ежегодные затраты на электроэнергию, удовлетворяет потребности экологически и социально ответственных клиентов гостиничных предприятий, поднимает репутационный менеджмент гостиницы.

Распространение в гостиничном бизнесе получила концепция «Zero-waste», которая заключается в том, чтобы свести к минимуму количество отходов путем многократного использования предметов. Для индустрии гостеприимства данная система не является обязательной, однако постепенно ее принципы интегрируются в деятельность гостиниц. В соответствии с концепцией «Zero-waste» гостиничный бизнес:

- проводит утилизацию отходов специальным образом, превращая их в удобрение;
- сортирует мусор по отдельной системе (пластик, стекло, бумага, пищевые отходы).

При полном внедрении «Zero-waste» гостиничное предприятие способно сократить уровень отходов до 90 %, что, несомненно, хорошо скажется на состоянии окружающей среды. «Novotel Москва Сити» — одна из первых гостиниц в России, которая ввела отдельный сбор мусора на рынке гостиничных услуг.

«ДаДобро» — международное волонтерское движение, возникшее в 2013 году, идея движения зародилась именно в турбизнесе, а затем, благодаря активному сотрудничеству с компанией VFS Global, получила поддержку во многих странах мира. Проект объединяет 25 российских и международных компаний, имеет 75 подшефных объектов, представлен в 50 городах мира и насчитывает более 3500 добровольцев-волонтеров.⁶ Как правило, крупные туроператоры реализует в регионах различные мероприятия по социальной и экологической ответственности (спонсорская, информационная и организационная поддержка туристско-культурных проектов). С развитием внутреннего туризма в период коронавируса и санкций, активно развивались Карелия, Вологодская и Калининградская области, Сахалин и Камчатка. Большую популярность с поддержкой туроператоров получил событийный туризм, различные фестивали и культурные мероприятия. Например, в Республике Карелия — Международный музыкальный фестиваль Ruskeala Symphony, который собирает до 5 тысяч зрителей. В Вологодской области — Международный фестиваль туристических кинофильмов

⁵ <https://sert-service.ru/sertifkatsiya-green-key/> (дата обращения: 15.03.2023).

⁶ <https://www.atorus.ru/news/press-centre/new/45078.html> (дата обращения: 5.03.2023).

и телепрограмм «Свидание с Россией», проект «Музеи Русского Севера», организованный компанией «Северсталь».⁷

Эко-отели являются инновационным видом деятельности в гостиничной сфере, в том числе связаны с экологической ответственностью бизнеса. Из-за моды и новизны на экологию, на эко — отели обращает внимание молодежь, не только как объекты отдыха, но и в качестве инвестиций. Поэтому в будущем эко-отели будут активно развиваться, а это рабочие места и развитие экологического туризма. Так, по данным Ростуризма к 2026 году объем рынка эко-отелей может составить около 30 млн долларов. В сравнении с крупными гостиничными предприятиями этот показатель не такой высокий, но учитывая, что рынок эко-отелей находится в стадии развития, то через 10 лет их число значительно увеличится.

В мире и России организации индустрии туризма и гостеприимства применяют различные программы социальной ответственности, которые позволяют достичь, в том числе единые экологические стандарты в гостиничном и ресторанном бизнесе, и контролировать расходы природных ресурсов гостиничных компаний. Некоторые отели практикуют собственные экологические программы [13]. Чаще всего применяются программы экономной уборки, при которых гость отказывается от ежедневной уборки номера, либо ежедневной смены полотенец и постельного белья. Однако, чтобы быть экологически ответственными, гостиничным предприятиям следует уменьшить количество отходов в принципе. Для этого, в первую очередь, необходимо предпринять меры по сокращению объема используемой одноразовой упаковки, одного из основных врагов природы. Можно внедрять в отелях многоразовые диспансеры для жидкого мыла и шампуня, вместо одноразовых пластиковых флаконов. К тому же, одним из наиболее простых шагов к отказу от одноразовой упаковки является исключение пластиковых трубочек и одноразовых стаканов из оборота гостиничного предприятия.

Активное применение принципов социальной и экологической ответственности можно встретить среди международных туроператорских компаний, действующих в России. Например, корпоративная культура социальной и экологической ответственности Fun&Sun включает:

1. «Фабрика зеленых идей» — конкурс проводится среди сотрудников с предложением идей по улучшению бизнеса с точки зрения экологии.
2. Дифференцированный продукт. Компания проводит дифференциацию гостиничных предприятий по социально-экологической ответственности. Гостиницы, отвечающие стандартам, помечаются «зеленым листком».
3. Бережливое потребление полотенец, мыльных и косметических средств.

В целом можно отметить направления корпоративной и социальной ответственности: уменьшение отходов; вовлечение сотрудников и клиентов в проекты; распространение информации.

Анализ деятельности ряда туристических и гостиничных организаций позволил авторам выделить и структурировать параметры социальной и экологической ответственности в три группы: качество продукта/услуг, аспекты внешней среды, аспекты внутренней среды (рис. 5).

В последние годы растут услуги особо охраняемых природных территорий (ООПТ), которые пользуются популярностью у туристов. Однако необходимо соблюсти баланс интересов. С одной стороны ООПТ, а с другой стороны индустрия гостеприимства и туризма.

⁷ <https://www.atorus.ru/news/press-centre/new/46694.html> (дата обращения: 1.03.2023).

Параметры социальной и экологической
ответственности в туризме и гостеприимстве

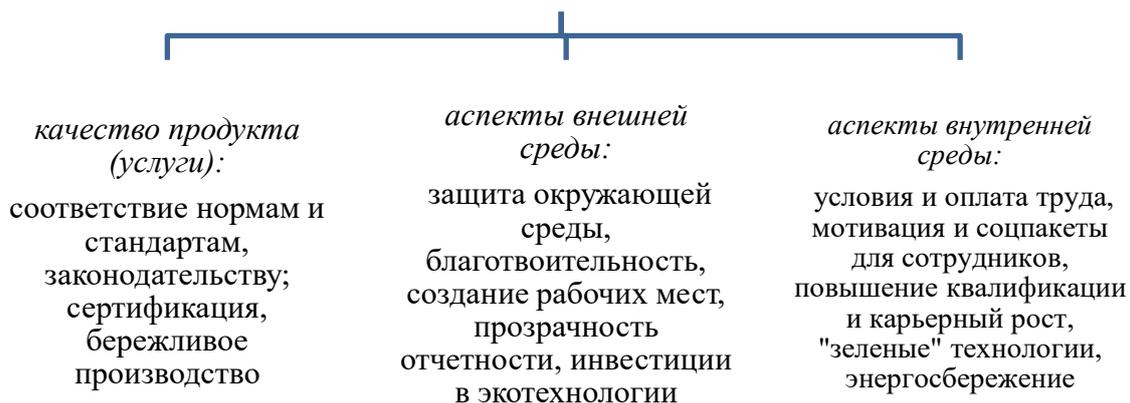


Рисунок 5. Параметры социальной и экологической ответственности в туризме и гостеприимстве (составлено авторами)

Так, в 2021 году посещаемость ООПТ федерального значения выросла на 32 % по сравнению с 2020 годом и составила 10,6 миллионов человек. В 2022 году туристический поток вырос на 20 % и превысил 12 миллионов человек. Развитие данного направления во многом зависит от социальной и экологической ответственности бизнеса, так как рекреационная деятельность на ООПТ до сих пор фактически не урегулирована в правовом поле.

Заключение

Исследуя вопросы социальной ответственности бизнеса в индустрии туризма и гостеприимства, авторы выделили общие тенденции: неравномерность вовлечённости профессиональных игроков, недостаточность финансовых ресурсов и сознательности предпринимателей. К аспектам применения принципов социальной и экологической ответственности авторы относят ответственное инвестирование с учётом ESG-аспектов и операционную деятельность.

В результате анализа был сделан вывод о том, что ответственность бизнеса во многом зависит от стабильности и благосостояния общества, качества жизни граждан страны, представления о ценности услуг. В свою очередь социальная ответственность может быть одним из ключевых факторов успеха и конкурентоспособности туристических и гостиничных предприятий.

К основным направлениям социальной ответственности в туризме и гостеприимстве авторы относят: ресурсосбережение, безопасность труда, природоохранную деятельность, развитие региона. В соответствии с этим, туристический и гостиничный бизнес реализует программы, которые направлены не только на экономические показатели, развитие продукта/услуг и кадрового потенциала, но и на поддержку общества, сохранение природных региональных ресурсов и т. д.

Авторы выделили уровни внутренней и внешней социальной ответственности, которые связаны как с традиционными выплатами и платежами, благоприятными условиями для труда, так и с благотворительностью и соблюдением экологических норм при создании и оказании услуг.

Авторы отмечают, что на государственном уровне должны быть установлены параметры ответственного поведения компаний гостиничного и туристического бизнеса, включающие нормы, стандарты, стимулы и гарантии. Параметры можно структурировать в три группы: качество продукта/услуг, аспекты внешней среды, аспекты внутренней среды.

По результатам проведенного авторами исследования, можно сделать вывод о том, что социальная и экологическая ответственность в туризме и гостеприимстве — это выполнение обязательств согласно законодательству и добровольных необязательных отчислений на социальные и экологические нужды. При этом в приоритете не требования закона, а моральные и этические принципы. Корпоративные социальные программы становятся необходимым условием устойчивого ведения бизнеса и одновременно фактором повышения социальной стабильности и уровня жизни.

ЛИТЕРАТУРА

1. Печерица, Е.В. Понятие "корпоративная социальная ответственность" и её экологическая составляющая / Е.В. Печерица // Наука, образование, общество. — 2015. — № 2(4). — С. 11–25. — DOI 10.17117/no.2015.02.011.
2. Чернова, П.М. Корпоративная социальная ответственность: обзор экологических трендов и проблем / П.М. Чернова // Рекламный вектор — 2021. сб. материалов XV Всероссийской науч.-практич. конф. 08–09 апреля 2021 г. Москва: РУДН, 2021. — С. 121–123.
3. Voyko, D.V. Corporate social responsibility and sustainable development in the context of environmental challenges / D.V. Voyko, A.V. Voyko // Vestnik Universiteta. — 2022. — No. 4. — P. 13–19. — DOI 10.26425/1816-4277-2022-4-13-19.
4. Corporate social and environmental responsibilities in the Arctic Zone of the Russian Federation: theoretical and methodological approaches / N.G. Bobylev, S. Gadai, A.A. Sergunin, V.P. Tynkkynen // Corporate Governance and innovative economic development of the North: Bulletin of Research Center of Corporate Law, Management and Venture Investment of Syktyvkar State University. — 2021. — Vol. 1, No. 1. — P. 15–21. — DOI 10.34130/2070-4992-2021-1-1-15.
5. Gizyatova, A.Sh. Social and economic responsibility of tour operators / A.Sh. Gizyatova, N.A. Voskolovich // Economic and Social Development: 25th International Scientific Conference, Moscow, 30–31 октября 2017 года / A. Maloletko, D. Tipuric, M. Cingula. — Moscow: Российский государственный социальный университет, 2017. — P. 108.
6. Nguyen, T.L. International business ethics: corporate social responsibility (CSR) of Taiwanese enterprise applies in Vietnam / T.L. Nguyen // Science, Education and Innovations in the context of modern problems. — 2021. — Vol. 2, No. 2. — P. 210–225. — DOI 10.5281/zenodo.6299080.
7. Ruban, D.A. Corporate Pro-Environmental Behavior on the Seas: Eco-Ethical Prescriptions of the Largest Cruise Companies / D.A. Ruban, N.N. Yashalova // Journal of marine science and engineering. — 2022. — Vol. 10, No. 3. — DOI 10.3390/jmse10030380.
8. Corporate Social Responsibility in Tourism: International Practices / E.A. Blinova, M. Gregorić, E.A. Dedusenko, M.M. Romanova // European Research Studies Journal. — 2018. — Vol. 21, No. 3. — P. 636–647. — DOI 10.35808/ersj/1089.

9. Романова, М.М. Корпоративная социальная ответственность в туризме: опыт российских и международных компаний в России / М.М. Романова, Е.А. Блинова // Интеграция туризма в экономическую систему региона: перспективы и барьеры: материалы I международной науч.-практич. конф. 25–26 апреля 2019 г. Том Часть 2. Орёл: Орловский государственный университет имени И.С. Тургенева, 2019. — 93–100.
10. Джанджугазова, Е.А. Экологический туризм в РФ: новые горизонты развития / Е.А. Джанджугазова // Российские регионы: взгляд в будущее. — 2020. — Т. 7, № 1. — С. 17–25.
11. The main directions of stimulating the development of inbound tourism in the Russian Federation / I.P. Kulgachev, N.A. Zaitseva, A.A. Larionova [et al.] // Espacios. — 2018. — Vol. 39, No. 22. — P. 10.
12. Wackernagel, M. Footprints for Sustainability: The Next Steps / M. Wackernagel, J.D. Yount // Environment, Development and Sustainability. — 2000. — Vol. 2, No. 1. — P. 23–44.
13. Экологические и ресурсосберегающие технологии работы отеля: сущность, концепции и направления / Ю.А. Киреева, Е.Е. Коновалова, Н.А. Латышева, И.В. Охотников // Modern Economy Success. — 2022. — № 2. — С. 125–131.

Romanova Marianna Mikhailovna

Plekhanov Russian University of Economics, Moscow, Russia

E-mail: rmm2002@mail.ru

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4579-2075>

RSCI: https://elibrary.ru/author_profile.asp?id=642969

Dzhandzhugazova Elena Aleksandrovna

Plekhanov Russian University of Economics, Moscow, Russia

E-mail: lana-itig@mail.ru

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2620-5210>

RSCI: https://elibrary.ru/author_profile.asp?id=311090

Environmental and social responsibility in the hospitality and tourism industry

Abstract. Social responsibility in the hospitality and tourism industry has long been perceived in Russia as not the main, but an additional aspect of activity. The experience of foreign hotel and tourist organizations gradually began to take root in Russia. The impact of the pandemic and sanctions also had an impact on the formation of the social responsibility of Russian business. The usual way of life and the system of values in society have changed, which has led to a rethinking of many aspects of life. Consumers of hotel and tourism services have changed their perceptions and requirements for the process and consumption of these services.

The article points out that the current situation in the country has determined the need to intensify and continue research related to increasing social and environmental responsibility in the hospitality and tourism industry. The authors carried out a theoretical and methodological analysis of approaches to environmental and social responsibility in tourism and hospitality. The article provides examples of the responsibility of professional participants from Russian and foreign practice.

The authors identified the levels, principles and directions of social responsibility in tourism and hospitality. In the process of research, the parameters of social and environmental responsibility in these areas were determined.

The article considers the concept of "ecological footprint", which is based on the definition of available and used resources. According to the authors, this concept can be applied in tourism and hospitality in terms of environmental and social responsibility. Attention in the article is paid to the issue of specially protected natural areas (SPNA), which are used in the tourism industry, but their protection and preservation largely depends on the social and environmental responsibility of the business.

Keywords: tourism and hospitality industry; social responsibility of business; environmental responsibility of business; ecological footprint; waste; eco-technologies; ESG concept