

«Зеленая» экономика в деятельности гостиничного бизнеса стран ЕС

К.И. Щетинина

Туризм сегодня – один из наиболее быстро растущих секторов мировой экономики. В статье дается краткий обзор новой экономической парадигмы и модели развития «зеленая» экономика. В статье описывается, как «зеленые» инвестиции в европейский туристический сектор могут способствовать экономическому росту, созданию дополнительных рабочих мест и снижению уровня бедности, повышая эффективность использования ресурсов, снижая отрицательное воздействие на экологию. Малые и средние предприятия представляют значительный экономический потенциал для туристической отрасли и нуждаются в доступе к финансовым потокам для осуществления инвестиций в «зеленый» туризм. В связи с этим политика в сфере инвестиций правительства Европейского союза будет способствовать расширению и укреплению позиций частного сектора в «зеленом» туризме.

В настоящее время большинство европейских стран достигли высокого уровня развития человеческого потенциала, но частично за счет своей базы природных ресурсов, качества окружающей среды и высокой эмиссии парниковых газов. Европейский регион – самое посещаемое туристическое направление в мире. Так, за последние 15 лет средний показатель притока международных туристов в Европу составил 55 % от всех туристических потоков. Исторически центрами концентрации европейского туризма являются Германия, Франция, Италия, Испания и Великобритания. Для стран ЕС стоит задача в уменьшении их экологического следа в расчете на душу населения, не ухудшая при этом качество жизни. Доказано, что сбережения ресурсов могут стать ведущим элементом экономического роста и повышения занятости. Именно сфера гостеприимства в Европе имеет большие возможности для сбережений ресурсов и энергии. Быть «зеленой» гостиницей – это не только экономически выгодно. Бережное отношение к окружающей среде, со-

хранение природных ресурсов, проявление социальной ответственности – вот факторы, которые выходят на первый план для многих посетителей.

В июне 2012 г. в Бразилии прошел саммит ООН по вопросам окружающей среды и устойчивого развития Рио +20 (российскую официальную делегацию возглавил премьер-министр Дмитрий Медведев). Организация Объединенных Наций провела мероприятие глобального масштаба, с тем чтобы обсудить и решить вопросы о том, как ускорить действия для создания здорового, более справедливого и более процветающего мира для всех. Одним из вопросов международной политической повестки стала ««зеленая» экономика в контексте устойчивого развития и искоренение бедности»¹.

За последние 2–3 года идея «зеленой» экономики получила широкое освещение в мировых средствах информации. Она призвана решать вопросы экономического роста, социального прогресса и экологической безопасности, а также повысить эффективность развития трех основных составляющих устойчивого развития: экологической, эко-

Щетинина Ксения Игоревна – аспирант кафедры менеджмента и маркетинга МГИМО(У) МИД России.
E-mail: kseniya.fr@gmail.com

номической и социальной. Сторонники «зеленой» экономики приводят убедительные экономические и социальные аргументы в пользу инвестирования двух процентов глобального ВВП в «озеленение» десяти центральных отраслей экономики, чтобы переместить развитие и направить потоки государственного и частного капитала на низкоуглеродный ресурсоэффективный путь.

Экономика туризма представляет 5% мирового валового внутреннего продукта (ВВП), обеспечивает примерно 8% занятости. Международный туризм занимает четвертое место (после топлива, химических веществ и автомобильных продуктов) в глобальном экспорте, с промышленной стоимостью 1 трлн долл. США в год, составляя 30% мирового экспорта коммерческих услуг или 6% всего объема экспорта. Ежегодно осуществляется примерно 4 млрд поездок внутреннего туризма, и в 2010 г. были зарегистрированы около 940 млн международных туристов. Туризм – один из пяти основных источников экспортных доходов для более 150 стран, а в 60 из них он занимает первое место. Туризм также является главным источником иностранной валюты для одной трети развивающихся стран и половины наименее развитых стран

(НРС)². Согласно данным последнего Барометра международного туризма ЮНВТО, за период с января по август 2012 г. международные туристские обмены возросли на 4% по сравнению с аналогичным периодом 2011 г.

Учитывая достигнутый в августе 2012 г. рекордный показатель в 705 млн туристов, ЮНВТО продолжает сохранять уверенность в том, что к концу 2012 г. совершит путешествие 1 млрд международных туристов³. Несмотря на проблемы глобальной экономики, устойчивый спрос на международный туризм сохраняется. В течение первых шести – девяти месяцев 2012 г. среди 10 стран, получающих наиболее высокие доходы от международного туризма, наиболее существенный прирост поступлений от туризма был отмечен в Гонконге (Китай) (+17 %), США (+8 %), Германии (+7 %), Франции (+5 %) и Великобритании (+4 %)⁴.

Европейский гостиничный бизнес представляет собой диверсифицированный межотраслевой комплекс, который широко использует инфраструктуру смежных отраслей хозяйства, независимо от национальной принадлежности. Европейский гостиничный бизнес, в частности, пользуется услугами международного транспорта

Таблица 1

Экономическое значение отрасли туризма

Страна	Потребление внутреннего туризма/полное потребление туризма (%) *	Валовой внутренний продукт туризма/ВВП (%) *	Количество рабочих мест в туристической промышленности/всего рабочих мест (%) *	Инвестиции в туризм/общий объем инвестиций (%) **
Австралия	73,9	4,1	4,8	12,5
Чили	5	3,1	2,6	7,5
Китай	90,8	4,2	2,3	8,5
Чешская Республика	45,3	3	3,3	11
Эквадор	69,4	4,1	1,8	12,4
Гондурас	54,5	5,7	5,3	8,4
Израиль	61	1,8	2,6	7,6
Япония	93,5	1,9	2,8	5,8
Латвия	51,4	1,9	9	7,4
Литва	56,4	2,6	2,6	9,8
Нидерланды	80,8	3	4,3	7,3
Новая Зеландия	56,2	12	9,7	15
Перу	74,4	3,3	3,1	9,9
Филиппины	80,7	6,9	9,7	11,3
Польша	41	2	4,8	7,1
Румыния	47,7	2,2	8,3	7,3
Саудовская Аравия	61,5	5	3,9	3,9
Словакия	44,1	2,9	7,3	11,4
Словения	43	4,9	11,5	12
Испания	42,3	10,9	11,8	13,8

Источник: Расчеты автора по данным ЮНВТО (2010 г.) и Всемирного совета по путешествиям и туризму (2010 г.).

* Оценено по данным о стране УВТ (Стандарт учета экономического воздействия туризма) за последний доступный год (главным образом 2007 г.).

** Значения 2009 г.

и связи, туристических агентств и туроператоров, финансовых посредников, страховых компаний, строительных, торговых и развлекательных предприятий. Поэтому даже небольшие изменения по «озеленению» в секторе гостеприимства Европы могут иметь важные воздействия на мировой туризм в целом. В течение первых шести – девяти месяцев 2012 г. Европа укрепила свои достигнутые в 2011 г. рекордные темпы роста, несмотря на продолжающуюся экономическую неустойчивость в еврозоне. Результаты выше средних показали Центральная и Восточная Европа (+9%), соответствующие средним – Западная Европа (+3%), но в то же время сравнительно более слабыми оказались результаты Южной и Средиземноморской Европы (+1%) – одного из наиболее успешных европейских субрегионов в 2011 г., и Северной Европы (+0.2%).

Туризм в «зеленой» экономике означает туристическую деятельность, которая может быть сохранена или поддержана, независимо от ее социальных, экономических, культурных и экологических контекстов, то есть «устойчивый туризм». Основными видами бизнеса в туристической индустрии являются размещение туристов, туристские операции и транспорт (наземный, воздушный и водный). Поэтому последовательная стратегия роста «зеленого» туризма должна касаться всех сегментов и видов деятельности, а также путей их взаимодействия. Устойчивый туризм не является специальной формой туризма. Ясное различение должно быть сделано между понятиями «экологический туризм» и «устойчивый туризм»: «Термин «экологический туризм» относится к сегменту в пределах туристической отрасли и фокусируется на экологической устойчивости, в то время как принципы устойчивости должны относиться ко всем типам туристской деятельности, операциям, учреждениям и проектам, включая обычные и альтернативные формы»⁵.

Глобальные критерии устойчивого туризма (ГКУТ) были разработаны как часть широкой инициативы, управляемой Партнерством по глобальным критериям устойчивого туризма (Партнерство ГКУТ), коалицией более 40 организаций. Они сотрудничают с целью способствовать повышению понимания методов устойчивого туризма и принятию универсальных принципов устойчивого туризма. Партнерство было инициировано Союзом тропических лесов (Rainforest Alliance), Программой ООН по окружающей среде (ЮНЕП), Фондом ООН и Всемирной туристской организацией ООН (ЮНВТО)⁶.

В условиях нынешней экономической неопределенности европейский туризм является одним из немногих секторов экономики, который активно развивается, стимулирует экономический прогресс и, что еще более важно, создает столь необходимые для региона рабочие места. Именно среди европейских гостиниц существует значительная область для инвестиций в энергосберегающие функции и услуги, включая холодильное оборудование, системы телевидения и видео, кондиционирование воздуха и отопление (особенно сокращение или

ликвидация этих систем посредством улучшенного дизайна), прачечную, очистные сооружения. Такие инвестиции проводятся в связи: с ростом стоимости энергии; вводом вероятных дополнительных налогов на углерод и экологических требований; увеличением ожиданий клиентов; техническими достижениями низкоуглеродных технологий; наличием правительственных стимулов.

Дополнительные капиталовложения в энергоэффективность и проекты устойчивого строительства и реконструкции оцениваются в относительно скромные 6% полной стоимости строительства (для гостиницы со 106 номерами), с очень хорошим возвратом средств. На основании своего опыта «озеленения» одного из ведущих в мире мест пляжного отдыха туристов (приморский регион в Испании) компания Booz & Company сообщает о существенном возврате инвестиций в энергоэффективность и эмиссии ПГ, снижении водопотребления, лучших методах управления отходами и сохранения биоразнообразия. «Зеленая» стратегия преобразования была разработана после тщательного базового анализа, который показал, как и в большинстве туристических мест назначения, неустойчивые тенденции управления водой и потреблением энергии, проблемы с организацией сбора и удаления отходов и риск полного истощения ключевых природных ресурсов, таких, как коралловые рифы и морские животные (главные достопримечательности).

Капиталовложения на «озеленение» туристического сектора могут быть быстро возмещены экономией операционных затрат, которые включают не только затраты на инициативы «озеленения», но и социально-экономические эффекты от потери доходов от туризма. Сбережения от уменьшения операционных затрат в результате «зеленых» программ (в сравнении с капиталовложениями) изменяются в диапазоне от 174% (операционная эффективность зданий отеля) до 707% (сохранение биоразнообразия)⁷. Частные инвестиции и государственное финансирование были использованы для обеспечения достаточного финансирования. «Озеленение» следовало за трехэтапным процессом, включавшим оценку экологического статуса места назначения, разработку «зеленой» стратегии и совместное выполнение связанных с ней проектов.

Проекты HotelEnergy Solutions, TourBench и SUTOUR являются программами, разработанными для европейских гостиниц, которые позволяют развивать «зеленую» стратегию. Специалистами Всемирной туристской организации (ЮНВТО) и ее партнерами после трех лет испытаний и обширных исследований была разработана уникальная онлайн-программа, позволяющая отелям оценить их уровень потребления энергии и сделать его более рациональным. Благодаря этому инструменту гостиницы смогут внести свой вклад в уменьшение влияния на изменения климатических условий планеты. Онлайн-программа Hotel Energy Solutions предполагает не только оценку использования энергетических ресурсов, но и подбор источников возобновляемой энергии и способы ее экономичного использования, позволяющие сократить

расходы. В рамках тестового режима эта программа стартовала в более чем 100 европейских отелях, расположенных в четырех ведущих странах мира: Франции, Испании, Германии и Болгарии. В отелях этих стран программа получила самые положительные отзывы от их владельцев и менеджеров.

В августе тестирование онлайн-программы Hotel Energy Solutions с большим успехом завершилось в гостиницах немецкого города Бонн. Программа Hotel Energy Solutions предоставляет отелям полный отчет о реальном расходе энергии, а также дает рекомендации по выбору подходящих источников возобновляемой энергии. Кроме того, она подсказывает владельцам отелей, какие необходимо использовать эффективные технологии по расходу энергии и какие мероприятия необходимо проводить для снижения уровня расходов⁸. Программа является в первую очередь разработкой ЮНВТО, реализованной при поддержке Европейского агентства по конкурентоспособности и инновациям в рамках программы Intelligent Energy Europe.

Этот проект реализован также благодаря сотрудничеству с ООН в рамках защиты окружающей среды, а также при поддержке Французского агентства по экологии и энергосбережению (ADEME). Успешное тестирование онлайн-программы Hotel Energy Solutions в ведущих гостиницах Франции, Болгарии, Германии, Испании предполагает ее дальнейший запуск по всему миру, который планируется в ближайшие годы. Реализация программы во всех странах мира позволит отелям эффективно и рационально использовать энергию и значительно сократить ее расходы, что в целом означает большой успех проекта в рамках защиты окружающей среды.

Рециклирование и практика преобразования отходов в энергию стало эффективной и экономически выгодной альтернативой утилизации отходов. В 2005 г. в Германии было пущено в повторную переработку 87% строительных, 65% промышленных, 60% коммунально-бытовых твердых отходов и 80% отходов упаковки⁹. Число мест захоронения хозяйственно-бытовых отходов было сокращено с 50 000 в 1970 г. до 160 в настоящее время. Перед отелями, гостиничными комплексами встает проблема вторичной переработки сырья. Требования рециклирования приводят к росту издержек, связанных с использованием пригодной для повторного применения стеклянной, жестяной, пластиковой тары и бумажной упаковки, что впоследствии сократит расходы на утилизацию.

Население Европейского региона становится очень требовательным по отношению к получаемым услугам и все более чувствительным к вопросам экологии. Уважаемый бренд гостиничной сети является ее наиболее ценным активом. Репутация компании может быть потеряна мгновенно, если недовольный потребитель пожалуется в интернет-сети. Качество гостиничных услуг и сервиса становится исключительно важным. Компании, которые смогут обеспечить безупречное обслуживание по последним требованиям тенденции экологичности,

продолжат свое развитие. Компании, не справившиеся с задачей, уступят своих клиентов быстро развивающимся конкурентам.

Тенденция экологичности уже прослеживается в гостиничном бизнесе ЕС в настоящее время. В международной гостиничной практике появился термин «Экоотель» – отели, функционирующие по принципу экологической ответственности и на основе экотехнологий. Последние применяются при строительстве и оперативном управлении гостиницами. Они основаны на 6 R (rethinking, reusing, reducing, rationalizing, recycling, recovering (переосмысление, переработка, сокращение, рационализация, повторное использование, оздоровление)¹⁰.

Новой концепцией в странах Европейского союза стали элементы экодизайна на фасадах и во внутреннем интерьере гостиниц (экологический дизайн, "экодизайн" – направление в дизайне, уделяющее ключевое внимание защите окружающей среды). Гостиницы Европы используют зеленые насаждения, экологически чистые продукты, естественные материалы в интерьере (например, бамбуковый пол). Помимо экологической ответственности в гостиничном секторе развивается социальная ответственность (концепция социальной и экологической ответственности): увеличение оплаты труда и внедрение системы премирования¹¹. В 2012 г. группа Ассор объявила о запуске новой программы экологического развития «PLANET 21», которая в ближайшее время будет реализована во всех отелях группы. Крупнейшая гостиничная сеть решила сделать охрану окружающей среды одной из ключевых составляющих своей деятельности. «Наша группа приступает к фазе активного развития, и мы вновь подтверждаем наш выбор в пользу роста, способного создавать общие ценности, – заявил генеральный директор компании Ассор Денни Эннекен. – Осуществляя программу «PLANET 21», мы закладываем вопросы экологии в основу стратегии развития группы. Я убежден, что устойчивое развитие приведет нас к новой бизнес-модели. «PLANET 21» дает нам фантастические преимущества, способствует росту конкурентоспособности наших брендов, делает нас более привлекательными в глазах клиентов и партнеров, а также способствует повышению лояльности наших сотрудников»¹².

Стратегия «PLANET 21» включает в себя программу информирования клиентов о мерах, предпринимаемых группой по защите окружающей среды, и приглашает своих гостей принять активное участие в этой деятельности. «PLANET 21» определяет 21 цель в области охраны окружающей среды, которые ставит перед собой Ассор и планирует осуществить их к 2015 г. Программа предусматривает проведение семинаров для сотрудников по профилактике заболеваний (в 95 % отелей сети), специальных мероприятий по привлечению внимания клиентов к вопросам предпочтения более сбалансированного питания (в 80% отелей сети), использование продуктов, получивших экологические сертификаты экологически чистых продуктов (в 85% отелей сети), экономное расходование вод-

ных и энергоресурсов (в 15% и 10% собственных и арендованных отелей).

Однако тенденция инвестиций в устойчивость, социальную и экологическую ответственность прослеживается, как правило, среди крупных гостиничных операторов (например, вышеупомянутая гостиничная сеть Accor). При этом почти 90%¹³ всех отелей в Европе являются МСП (малыми и средними предприятиями), для которых наблюдается недостаток доступа к капиталу для этого типа инвестиций. Поэтому должна быть разработана соответствующая политика налогообложения и субсидирования, чтобы поощрять инвестиции в энергоэффективность и ресурсоэффективность, которые по факту обеспечивают существенный возврат средств за короткий срок окупаемости. «Зеленая» стратегия туризма не может быть успешно внедрена без принятия правильных законов и нормативно-правовых актов или правильной структуры управления для наблюдения за ними.

Законодательство должно защищать окружающую среду, ограничивать потенциально вредное развитие, контролировать вредные методы и поощрять здоровое поведение. Должна быть разработана соответствующая политика налогообложения и субсидирования, чтобы поощрять инвестиции в деятельность устойчивого бизнеса. Налоговые льготы и субсидии могут использоваться для поощрения «зеленых» инвестиций при строительстве экологических зданий. Субсидии могут выделяться на покупку оборудования или технологии, которые уменьшают образование отходов, поощряют энергоэффективность и водоеффективность, сохраняют биоразнообразие (платежи за экологические услуги) и укрепляют связи с местными фирмами и общественными организациями. Поскольку в секторе гостеприимства в Европе доминируют МСП, очень важно облегчить их доступ к новым технологиям, информации, знаниям, а также к капиталу.

Сквозным барьером для инвестиций в более «зеленый» или более устойчивый туризм также является недостаток понимания и признания стоимости, создаваемой для компаний. Экологические и социальные инвестиции относительно новы и остаются вне основных финансовых рынков. Во многих случаях барьеры основаны на неправильном восприятии или отсутствии знаний. Например, для многих «зеленых» инвестиций периоды окупаемости и суммы средств ясно не установлены (вследствие ограниченности опыта), создавая тем самым неуверенность для банков или других инвесторов, что может поставить финансирование под угрозу. Кроме того, возвращаемые от многих «зеленых» инвестиций средства включают легко измеримые компоненты (такие, как энергосбережение), объединенные с более трудно измеряемыми компонентами, такие, как удовлетворение гостей, которые могут усложнить вычисление сбережений. Обмен знаниями, информацией и опытом между государственными и частными структурами необходим для преодоления этих барьеров.

Без информации, знаний и инструментов «озеленение» будет почти невозможным. Опыт многих

стран показал, что хорошо разработанные механизмы и инструменты для обучения МСП очень важны. Международные учреждения развития, такие, как многосторонние и двусторонние агентства по сотрудничеству, а также финансовые институты развития (DFI), должны информировать, обучать и работать совместно с туристической индустрией в целях включения вопросов устойчивости в политические и управленческие методы. На национальном уровне привлечение правительства, министерства финансов, контролирующих органов и гражданского общества должно быть важной частью усилий по координации действий бизнеса.

Одним из инструментов, который облегчает движение МСП к «зеленой» стратегии, является создание партнерств между гостиничными, строительными, торговыми, банковскими и страховыми организациями. В случае МСП, например, помимо скользящих графиков выплаты взносов и благоприятных процентных ставок для проектов по устойчивости, реальное содействие в виде технической, маркетинговой помощи или помощи в администрировании бизнеса может помочь возместить потребность фирм в наличных средствах, предлагая им услуги по низкой цене. Кроме того, ссуды и кредитные поручительства могут включать более благоприятные льготные периоды, смягчать требования к гарантиям личных активов или предложить более длительные периоды выплаты. Ссуды для проектов устойчивого туризма могут оформляться с гарантиями от агентств по оказанию помощи и частных фирм, снижая риск и процентные ставки.

Для российских гостиниц коммунальные платежи являются одной из основных затратных статей. На обеспечение здания электричеством, водой и теплом приходится не менее 30–40% всех эксплуатационных расходов. При увеличении тарифов на электричество и тепло особую значимость приобретает энергетическая эффективность отдельного здания. Работа над ресурсосбережением нового гостиничного проекта начинается на стадии предпроектного эскиза – уже тогда здание ориентируется по солнцу и розе ветров, чтобы максимально использовать существующие местные условия.

Следующий аспект – качество ограждающего контура здания. В Москве еще в 1998 г. был принят стандарт МГСН (московские городские строительные нормы)¹⁴, серьезно ужесточивший требования к ограждающим конструкциям. Соблюдение этого стандарта позволило, по сравнению с советскими нормативами, в 2 раза уменьшить теплопотребление, вследствие этого все здания, построенные после его введения, получили определенные преимущества. Специалисты выделяют три основных условия снижения энергозатрат в зданиях: приборный учет ресурсов, комплексное использование энергосберегающего оборудования и автоматизация управления всех инженерных систем здания, включая отопление, холодоснабжение, вентиляцию, кондиционирование, водоснабжение и т.п.

Программно-аппаратные решения, называемые «smart house» или «умный дом», по сути, ста-

ли корпоративным стандартом для европейских гостиничных сетей. Такие системы позволяют добиться 20% экономии энергоресурсов, а также существенно экономят время и трудозатраты обслуживающего персонала. Наибольший экономический эффект перечисленные меры приносят, будучи реализованными в комплексе. Однако в нашей стране западный опыт в энергосбережении перенимается весьма избирательно и фрагментарно, что сильно снижает его эффективность. В целом внедрение «зеленых» технологий в России еще находится на начальной стадии развития.

Таким образом, страны ЕС в настоящее время обладают высоким уровнем развития человеческого потенциала, но его достижение оставило большой экологический след. Движение навстречу «зеленой» экономике содержит потенциал достижения устойчивого развития и искоренения бедности и позволяет достичь цели быстро и эффективно. Одним из направлений «зеленой» экономики является тренд «зеленого», «ответственного» туризма.

Действительно, создание высокоэффективных гостиничных комплексов – один из лучших способов обеспечить существенную экономию электроэнергии и издержек. Главные аспекты, наиболее характерные для экогостиниц, условно можно разделить на две группы: это эффективное управление отходами (их минимизация и утили-

зация) и сокращение использования различных ресурсов (электричества, воды, покупаемых товаров). Именно эти направления легли в основу экополитики, проводимой как на уровне самих гостиничных организаций, так и на макроуровне Евросоюза. Логической вершиной оптимизации энергопотребления гостиницы считается применение энергосберегающего оборудования в совокупности с наличием контуров регулирования на всех уровнях распределения энергоресурсов и создание единой системы управления и мониторинга.

Shchetinina K.I. Green Economy in Hotel Business of EU Countries.

Summary: *Tourism today is one of the fastest growing economic sectors in the world. The article gives a brief review of a new economic paradigm and development model: a green economy. It shows how green investment in European tourism sector can contribute to economically viable and robust growth, decent work creation and poverty alleviation, while improving resource efficiency and minimising environmental degradation. Much of the economic potential for green tourism is found in small and medium-sized enterprises (SMEs), which need better access to financing for investing in green tourism. Investments and policies of European Union government can leverage private sector actions on green tourism.*

Ключевые слова

«Зеленая» экономика, устойчивый туризм, энергоэффективность ресурсосбережение, малые и средние предприятия, концепция социальной и экологической ответственности

Keywords

Green economy, sustainable tourism, energy efficiency, cost-effective use of resources, small and medium-sized Enterprises, sustainability ecological policy of EU, green investments/ subsidies.

Примечания

1. Итоговый документ Конференции Организации Объединенных Наций по устойчивому развитию под названием «Будущее, которого мы хотим»// www.un.org/en/sustainablefuture/about.shtml
2. ЮНВТО (2012). UNWTO World Tourism Barometer, ноябрь 2012
3. World Tourism Organization UNWTO. Press release № 12067 Международный туризм сохраняет сильные позиции, несмотря на неопределенность в экономике.
4. ЮНВТО (2012). UNWTO World Tourism Barometer, ноябрь 2012
5. «Международный год экологического туризма 2002» // www.unep.fr/scp/tourism/events/iye/pdf/iye_leaflet_text.pdf.
6. Глобальные критерии устойчивого туризма для отелей и туроператоров // www.gstcouncil.org/sustainable-tourism-gstc-criteria/criteria-for-hotels-and-tour-operators.html
7. Ringbeck J., El-Adawi, A. и Gautarn, A. (2010r.). Green Tourism. A Road Map for Transformation. Booz & Company Inc.
8. Доклад Hotel Energy Solutions (Мадрид) // www.hotelenergysolutions.net
9. ВСПТ (2010r.). The 2010 Travel and Tourism Economic Research. Economic Data Research Tool.Всемирный совет по путешествиям и туризму// www.wttc.org.
10. Буранцева Э.Р. Современные маркетинговые стратегии международных гостиничных компаний. Издательство «КДУ, 2010.
11. Там же.
12. PLANET 21 program. Sustainable development 11.22.2012// www.accor.com
13. Доклад Hotel Energy Solutions (Мадрид)// www.hotelenergysolutions.net
14. Московские городские строительные нормы 4.16-98 "Гостиницы" Внесены Москомархитектурой. Утверждено Правительством Москвы от 04.08.1998 г. № 60.