индустрия встреч в условиях устойчивого развития

Аннотация

Статья посвящена концепции устойчивого развития в индустрии встреч. Автором раскрыто понятие «зеленого» мероприятия и приведены рекомендации по его проведению на основе анализа зарубежной практики.

Ключевые слова: устойчивое развитие, «зеленые» технологии, «зеленые» мероприятия, индустрия встреч, конгрессно-выставочная деятельность

Кусина Ольга Александровна
аспирантка кафедры гостиничного и туристического бизнеса, Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова
olga.lich@gmail.com

Широкое движение ученых, политических и общественных деятелей, озабоченных сохранением окружающей среды и бережным использованием природных ресурсов, привело к созданию в 1972 году Программы ООН по окружающей среде (ЮНЕП) [1]. В дальнейшем по инициативе ЮНЕП была разработана концепция устойчивого развития, которая призвала к «развитию без разрушения», поставила задачу такого развития экономики и общества, при котором реализация потребностей настоящего времени происходит без ущерба для будущих поколений. Выдвинутая ЮНЕП инициатива развития общества в соответствии с концепцией «зеленой экономики», осуществление которой было начато в конце 2008 года, преследует цель поддержать переход к «зеленой» экономике – той экономике, которая руководствуется принципами инвестирования в создание и потребление товаров и услуг, способствующих улучшению окружающей среды. Правительства и руководящие органы многих стран приняли в качестве основополагающих рекомендации по устойчивому развитию при определении своих программ и политики.

Тенденция распространения концепции устойчивого развития

В большинстве стран туризм играет значительную роль в экономике, однако традиционный массовый туризм негативно сказывается на окружающей среде. Именно поэтому Всемирная туристская организация (ЮНВТО), действующая под эгидой ООН, разработала концепцию устойчивого развития в туризме. Согласно данным ООН, ежегодное инвестирование всего 0,2% от общей суммы глобального ВВП до 2050 г. позволило бы сектору туризма стабильно развиваться в ближайшие десятилетия, вносить вклад в необходимый рост экономики, создание рабочих мест и развитие, обеспечивая при этом значительные блага для окружающей среды, такие, как сокращение потребления воды (18%), использования энергии (44%) и уровня загрязняющих выбросов CO_2 (52%), по сравнению с традиционной практикой ведения бизнеса [2].

Мировая тенденция распространения концепции устойчивого развития оказала влияние на деятельность компаний и предприятий. Необходимость повышения вклада в устойчивое развитие ставит перед компаниями целый комплекс задач, которые решаются в рамках внедрения программы корпоративной социальной ответственности (КСО) и принципов экологической и социальной ответственности. С начала XXI века КСО начали активно внедряться в большинстве крупных компаний в Европе и США. В настоящее время большинство западных компаний, работающих в России, имеют собственные политики КСО, которые декларируют решение социально-экономических проблем, повышение качества жизни местных сообществ, достижение общественного блага, а также поддержание экологической стабильности и сохранение окружающей среды. Экологические факторы учитываются и при организации работы так называемого «зеленого» офиса, подразумевающего экологическую сознательность всех сотрудников компании. В «зеленом» офисе применяется принцип экономии бумаги и двусторонняя печать документов, использование бумаги из вторсырья, отказ от использования пластиковых стаканов, экономия

...по инициативе ЮНЕП была разработана концепция устойчивого развития, которая призвала к «развитию без разрушения»

экологические факторы учитываются и при организации работы так называемого «зеленого» офиса, подразумевающего экологическую сознательность всех сотрудников

воды и энергии, озеленение офисов, переход на использование электронных носителей информации.

Необходимость работы в условиях устойчивой бизнес-среды отразилась на всех отраслях, в том числе и на индустрии встреч. Все участники индустрии встреч: конгрессно-выставочные комплексы, конгресс-центры, конгресс-отели, туристические компании, event-агентства, профессиональные организаторы конгрессов и выставок, поставщики услуг вынуждены адаптироваться к новым условиям рынка. Крупные западные компании являются основными корпоративными заказчиками различных мероприятий, проводимых в конгрессно-выставочных комплексах, поэтому их приверженность к устойчивому развитию также отражается на организации и характере проводимых мероприятий.

«Зеленые» практики и «зеленые» мероприятия

По мнению автора, устойчивое развитие индустрии встреч проявляется в организации конгрессов и других мероприятий без последствий не только по отношению к окружающей среде, но и к обществу в целом. При исследовании проблемы устойчивого развития индустрии встреч и конгрессно-выставочной деятельности следует говорить о двух основных аспектах: первый – организация мероприятия (конгресса, конференции, съезда, симпозиума, выставки), вторым аспектом является место проведения мероприятия – конгрессно-выставочный комплекс, конгресс-центр или конгресс-отель. В первом случае следует рассматривать концепцию проведения «зеленых» мероприятий.

Концепция устойчивого развития в первую очередь нашла свое применение в зарубежных конгрессно-выставочных центрах, в которых все чаще стали применяться «зеленые» технологии во время проведения конференций или симпозиумов, поощрительных поездок, мероприятий по продвижению продукта или корпоративных мероприятий.

Ведущие зарубежные профильные ассоциации, такие как Green Meeting Industry Council (GMIC),

Convention Industry Council (CIC), объединяющие всех игроков индустрии встреч, разработали рекомендации в области устойчивого развития в сфере проведения мероприятий.

В преддверии Олимпийских игр 2012 года в Лондоне введен международный стандарт, регламентирующий устойчивое развитие индустрии встреч: ISO 20121:2012 «Системы менеджмента экологической устойчивости мероприятий. Требования с руководством пользователя» [3]. Стандарт разработан с целью снижения отрицательного влияния локальных и мега-мероприятий на экологию и предназначен для всех участников индустрии встреч, включая организаторов спортивных, деловых, культурных и политических мероприятий, а также выставочных операторов, застройщиков, кейтеринговых и транспортных компаний.

Российский конгрессно-выставочный рынок только начинает осваивать «зеленые» практики. Понятие «зеленого» мероприятия пока еще не закреплено законодательно и не регламентируется российскими стандартами. Участники рынка не имеют опыта организации «зеленого» мероприятия с использованием «зеленых» практик на всех этапах проведения мероприятия.

Концепция «зеленого» мероприятия

Концепция «зеленого» мероприятия, применяемая в зарубежной практике, представляет собой рекомендации по превращению мероприятия в более безопасное для окружающей среды и охватывает вопросы логистики, транспортного обслуживания участников мероприятия, сокращения потребления воды и энергии, организации кейтеринга, использования техники, мебели и декора, управления отходами.

Международные ассоциации и другие ведущие организаторы мероприятий, планирующие организацию крупного конгресса, предъявляют особые требования по применению «зеленых» технологий уже на этапе выбора города и места проведения мероприятия. Требования прописываются в тендерной документации или в запросе (RFP – request for proposal). В зарубежной практике при выборе места проведения мероприя-

заказчик «зеленого» мероприятия требует от кейтеринговых компаний использовать сезонные и органические продукты питания

тия заказчик может воспользоваться помощью конгрессного бюро, которое представляет собой некоммерческую маркетинговую организацию, продвигающую интересы города или региона. Конгрессное бюро обладает всей необходимой информацией о площадках и поставщиках, использующих в своей деятельности «зеленые» практики.

При выборе города для проведения международного мероприятия в первую очередь особые требования предъявляются к транспорту – качеству используемого топлива, выбросам углекислого газа, использованию гибридного транспорта, а также транспортной логистике.

Заказчик «зеленого» мероприятия требует от кейтеринговых компаний использовать сезонные и органические продукты питания. Рекомендуется выбирать поставщиков, предлагающих продукцию местных производителей, при этом отказываться от импортных продуктов. Остатки продуктов должны быть переданы в учреждения для бездомных или в благотворительные фонды. Любые пищевые отходы перерабатываются в компост на месте, либо передаются специализированным компаниям. К кейтеринговым компаниям и ресторанам при организации питания участников конференции выдвигаются требования по использованию многоразовых столовых приборов, посуды, скатертей, отсутствию пластиковых пакетов, контейнеров, пластиковых бутылок. Если отсутствует возможность применения многоразовой тары, то допускается применение тары, которая может быть подвержена повторной переработке. Наиболее приемлемым считается использование воды в стеклянных бутылках, либо в кулерах.

применение двусторонней печати и использование чернил на растительной основе также являются элементами «зеленого» мероприятия

«Зеленое» мероприятие как маркетинговый инструмент

На этапе подготовки мероприятия создается сайт конференции, на котором размещается исчерпывающая информация о предстоящем мероприятии, предоставляется возможность скачивания материалов конференции. На сайте размещается сервис он-лайн регистрации, с возможностью получение бэйджа делегата по электронной

в условиях
тия

почте. Такие практики позволяют не только избежать очередей во время регистрации на самом мероприятии, но и выполняют требование экономии бумаги. Применение двусторонней печати и использование чернил на растительной основе также являются элементами «зеленого» мероприятия. В ходе мероприятия материалы конференций могут быть предоставлены делегатам на электронных носителях, таким образом лимитируется количество печатных раздаточных материалов. По окончании мероприятия использованная бумага может быть собрана для вторичной переработки.

Современные светодиодные экраны, устанавливаемые над входом или в самом здании, позволяют избежать печати приветственных и рекламных баннеров.

По требованию организатора мероприятия сувенирная продукция может быть изготовлена из переработанных материалов, а сумки делегатов конференции – из биоразлагаемых материалов. Активным участникам «зеленых» встреч предлагается отказаться от сумки делегата, в место которой можно использовать собственную сумку, в том числе с других конференций.

Таким образом, при проведении «зеленого» мероприятия всем поставщикам услуг рекомендуется придерживаться трех основных принципов: сокращение отходов, повторное использование материалов и переработка отходов.

По итогам мероприятия заказчик получает сертификат с указанием эко-результатов, достигнутых в процессе подготовки и реализации «зеленого» мероприятия.

Следует отметить, что переход к устойчивому развитию индустрии встреч и конгрессно-выставочной деятельности невозможен без внедрения нововведений в области организации и проведения мероприятий на основе использования передовых технологий и новейшей техники.

Проведение «зеленого» мероприятия не требует значительных финансовых затрат, а, наоборот, позволяет сэкономить бюджет мероприятия, является отличным PR и маркетинговым инструментом, оказывает положительное влияние на имидж компании.

проведение «зеленого» мероприятия ... позволяет сэкономить бюджет мероприятия, является отличным PR и маркетинговым инструментом

Вывод

Концепция устойчивого развития является новой тенденцией для отечественных компаний и в ближайшие годы станет приоритетным направлением деятельности. Применение «зеленых» практик в российской индустрии встреч окажет положительное влияние на развитие отрасли в целом.

Литература

1. United Nations Environment Programme environment for development: официальный сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.unep.org.
2. World Tourism Organization UNWTO [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.unwto.org.
3. Федеральное агенство по техническому регулированию и метрологии. Информационный портал по международной стандартизации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://iso.gost.ru.

pn

Olga A. Kusina
Postgraduate Student of the Chair of Hotel and Travel Business, Plekhanov Russian University of Economics

Meeting Industry amid Stable Development

Abstract

The article is devoted to a conception of a stable development in a meeting industry. The author articulates a concept of a "green" event and mentions recommendations on its delivery on the basis of an analysis of a foreign practice.

Keywords: stable development, "green" technologies, "green" events, meeting industry, congress and exhibition activities