

## **ПРИМЕНЕНИЕ КОНЦЕПЦИИ ЗЕЛЕННОЙ ЭКОНОМИКИ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА**

За последние десятилетия во всем мире концепция зеленой экономики не только заняла центральное место среди актуальных вопросов решения глобальных проблем, но и доказала, что может являться активным двигателем экономического развития, содействуя достижению Целей устойчивого развития, в связи с чем большинство стран мира уже переориентировало свою экологическую политику на переход от традиционной концепции к зеленой.

Республика Беларусь не является исключением, в ней также активно уделяется внимание данной концепции. Концепция зеленой экономики нашла отражение в ряде нормативных правовых актов, в том числе Программе социально-экономического развития РБ на 2021–2025 годы, а также в Национальной стратегии устойчивого развития РБ на период до 2035 года. На конец 2022 г. уровень прогресса Беларуси по достижению Целей устойчивого развития составляет почти 80 %, что позволило ей занять 34-е место среди 163 государств в рейтинге достижения ЦУР 2022 г.

Экологичный и социально ориентированный подход стремятся применять не только сами страны, но и компании, функционирующие в рамках их экономик, в том числе предприятия ресторанного бизнеса. Это отражается в введении в их деятельность различных методов ресурсосбережения, что позволяет повысить энергоэффективность заведения за счет экономии электричества, перехода на возобновляемые источники энергии, использования местных экологически чистых продуктов, переработки и сокращения числа отходов, использования перерабатываемой упаковки и правильной одноразовой посуды, а также информирования потребителей о важности бережного отношения к экологии и способах соблюдения данной концепции.

Недавнее исследование маркетинговой компании Culinary Visions, работающей в сфере общественного питания, показало, что 83 % потребителей хотели бы, чтобы рестораны внедряли экологические практики. А исходя из данных, полученных в ходе проведения опроса учеными из южнокорейского Университета Кёнхи и американского Университета Пердью, было выявлено, что около 70 % потребителей готовы переплачивать за блюда, если ресторан придерживается концепции зеленой экономики. Из этого можно сделать вывод, что современные потребители становятся все более осведомленными в вопросах экологии, поэтому для эффективной работы заведения и повышения его конкурентоспособности оно должно показать свою заинтересованность в их решении, тем самым становясь для потребителей более привлекательными.

Еще одним важным фактором в достижении успеха бизнеса и повышении его конкурентоспособности являются сотрудники. Анализ американской некоммерческой образовательной организации National Environmental Education Foundation показал, что уровень удовлетворенности сотрудников работой и их положительное отношение к организации выше в тех ресторанах, которые придерживаются концепции устойчивого развития, что, в свою очередь, благоприятно влияет на снижение текучести кадров, повышает производительность труда и, как следствие, позволяет предпринимателям повысить рентабельность своего бизнеса.

В Беларуси такой подход еще только набирает обороты и характерен, скорее, для крупных сетей, но есть и небольшие проекты, которые успешно идут по этому пути, ориентируя свою деятельность на пока еще достаточно узкий сегмент рынка — осознанных потребителей. Примером такого заведения является кофейня TIDEN, концепция которой полностью направлена на экологичный подход к бизнесу. Все, начиная от интерьера и заканчивая меню, направлено на снижение загрязнения окружающей среды и уменьшение потребления невозобновляемых ресурсов. Такой подход позволил заведению сформировать благоприятный имидж и найти своего потребителя, что позволяет оставаться на плаву даже в условиях жесткой конкуренции.