

**НАУЧНОЕ ПРОСТРАНСТВО:
актуальные вопросы теории и практики**

Стрельченко Екатерина Алексеевна,

студент магистратуры,

Дальневосточный Федеральный Университет,

г. Владивосток

**ЭФФЕКТИВНЫЕ МЕТОДИКИ ВНЕДРЕНИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКИХ ШАГОВ
В РЕСТОРАННОМ БИЗНЕСЕ**

Аннотация. Задумывались ли вы о том, сколько пластика, органических отходов, бумаги производит один ресторан за день, месяц, год? Наверняка нет, но вот борцы за экологию и просто не равнодушные люди уже давно бьют тревогу и освещают данную проблему в СМИ. С каждым годом все больше предпринимателей России вводят экологические шаги не только для привлечения потребителей, но в первую очередь для сохранения окружающей среды. Общественный университет исследования естественных наук в США (Пердью) провел исследования, согласно которым 2/3 посетителей кафе и ресторанов готовы платить больше, если заведение использует экологичные методы.

В нашей стране эко-рестораны только набирают популярность. Но многие заведения уже сегодня принимают определенные меры для сохранения окружающей среды. В данной статье, мною рассмотрены методы внедрения эко-шагов, применимые к любому типу предприятий общественного питания.

Ключевые слова: эко-шаги, методы, ресторан, общественное питание, вторсырье, переработка

Пищевые отходы

Каждый день рестораны производят десятки килограммов пищевых отходов. Очистки от овощей и фруктов, испорченные блюда, продукты с истекшим сроком годности, все это может быть утилизировано с пользой для нашей планеты. В первую очередь необходимо корректно состав-

НАУЧНОЕ ПРОСТРАНСТВО: актуальные вопросы теории и практики

лять технологические карты, точно рассчитывайте объем порций, чтобы оставалось как можно меньше отходов.

Вариант 1. Диспоузер - измельчитель пищевых отходов, который устанавливается под раковину и подключается к канализации – подходит только для тех населённых пунктов, где в конце канализации стоят специальные биогазовые установки (на них из канализационного ила выделяют биогаз, а затем электричество). Данный вариант подойдет для ресторанов города Москвы.

Вариант 2. Компостирование пищевых отходов помогает уменьшить их количество и улучшить качество почвы. Необходимо лишь организовать вывоз и закапывание органических отходов в ближайшем лесу.

Вариант 3. Остатки еды можно превратить в удобрение. Даже если вы не выращиваете продукты на собственной грядке, то всегда можно отдать полученные удобрения в местное садоводство.

Вариант 4. Для крупных предприятий сотрудничество с компаниями, такими как «Биоэнергия» (Москва), которая разработала WiseSoil технологию переработки органических отходов в удобрение. Разработанная ими технология подготовки сырья снижает количество выбрасываемых отходов и ускоряет выход биогаза на 100%.

Фудшеринг

Оставшуюся еду хорошего качества смело жертвуйте в местные ночлежки и приюты или публикуйте объявления о блюдах в тематических пабликах в социальных сетях. Более 40% производимых в стране продуктов так или иначе превращаются в отходы. Только на этапе реализации (в магазинах) и потребления (дома) ежегодно образуется более 17 млн тонн пищевых отходов. Подобным объемом продуктов питания можно в течение года кормить 30 млн взрослых. Такая программа по спасению еды могла бы помочь незащищенным слоям населения и эко-

НАУЧНОЕ ПРОСТРАНСТВО: актуальные вопросы теории и практики

номике страны, поскольку стоимость теряемых ежегодно продуктов оценивается в 1.6 трлн рублей [1].

Формат работы фудшеринг-организаций и сервисов может быть разным:

Вариант 1. «Банки еды» - благотворительные проекты, которые занимаются сбором продуктов от производителей или ритейлеров и передают их нуждающимся. Первым таким фудбанком в России стал фонд продовольствия «Русь». Волонтерские движения, действующие на основе устной договоренности между участниками и партнерами. Волонтеры самостоятельно забирают еду из организаций-доноров и распределяют ее между заинтересованными людьми, подопечными благотворительных организаций или направляют большими партиями в НКО.

Вариант 2. Обмен едой между физическими лицами - Отдам даром еду. Коммерческие проекты и стартапы (онлайн-платформы), зарабатывающие на рациональном распределении еды. Могут работать как с магазинами, так и с кафе/пекарнями/ресторанами, например программа Eatmeapp.

Вариант 3. Накормить нуждающихся (именно здесь важными агентами становятся фудшеринг организации и банки еды).

Вариант 4. Создать новые продукты питания: из томатов – кетчуп; из ягод – соки; варенья и сухофрукты; из хлеба – сухари.

Вариант 5. Использовать в качестве корма для животных (направлять остатки пищи на местные фермы, зоопарки и приюты для животных).

Вторичная переработка сырья

Вариант 1. Самый быстрый и эффективный способ – это экономия сырья. Современные технологии позволяют отказаться от бумаги. Заказы можно принимать с помощью мобильного официанта, а бронь на сто-

НАУЧНОЕ ПРОСТРАНСТВО: актуальные вопросы теории и практики

лы вести онлайн. В санитарных зонах (торгового зала/сотрудников) можно заменить бумажные полотенца сушилками для рук.

Вариант 2. Использование одноразовых контейнеров (для доставки или блюд на вынос), которые являются биоразлагаемыми (бумажными) или пригодными для вторичной переработки.

Вариант 3. Организация разделения вторсырья на производстве и сдача их на переработку [2]. Свяжитесь с местными компаниями по утилизации и переработке отходов, а затем утилизируйте пластик (PS, PP, LDPE, PVC, HDPE, PET), стекло (GL), бумага/картон (PAP) и алюминий (AL) [3].

Эффективное использование воды

Вариант 1. Если в вашем ресторане есть озеленение (клумбы, деревья, газон), старайтесь использовать растения, которые требуют меньше воды. Для автоматических систем полива необходимо установить таймер и убедиться, что поливаются только растения, а не вся территория.

Вариант 2. Установление смесителя с низким расходом воды в цехах, моечных кухонной и столовой посуды. В санитарных зонах целесообразно использовать сенсорные краны.

Вариант 3. Дизайн ресторана тоже может сыграть роль в изменении экологии. Можно заменить тканевые салфетки и скатерти аналогами из переработанной бумаги, таким образом происходят огромные экономии запасов воды. Если не обойтись без ткани, то выбирайте водосберегающие материалы, такие как лен.

Вариант 4. Подавайте питьевую воду только по запросу гостей.

Электроэнергия

Вариант 1. Замена лампы накаливания на более долговечные лампы или светодиодные лампы CFL.

НАУЧНОЕ ПРОСТРАНСТВО: актуальные вопросы теории и практики

Вариант 2. Использование датчиков движения для освещения в санитарных зонах, гардеробных и комнатах для персонала.

Вариант 3. Использование системы, эффективно контролирующей температуру воздуха с помощью систем отопления, вентиляции и кондиционирования воздуха.

Чистящие средства

Вариант 1. Использование экологически чистых моющих средств: нетоксичных, безопасных для окружающей среды и людей: средств для мытья посуды, белья, столов и полов.

Примером компаний, производящих экологически чистые средства для уборки, является фирма Green care PROFESSIONAL — полностью биоразлагаемые, с экологической маркировкой международного стандарта. Произведенные из растительного сырья с использованием возобновляемой энергии, они безопасны для человека и природы. В линейке есть моющие средства и ополаскиватели для ручной и машинной мойки посуды, для очистки поверхностей, для уборки в туалетных комнатах и на кухне.

Вариант 2. Использование паровой чистки полов и ковров горячей водой вместо агрессивных химикатов [4].

Устойчивость меню

Органические продукты питания выращиваются с использованием нетоксичных пестицидов и удобрений и производятся без генной инженерии. Продукты местного производства уменьшают загрязнение воздуха, связанное с транспортировкой, которая использует ископаемое топливо.

Вариант 1. Использование в меню продуктов питания, произведенных местными фермерствами (овощи, фрукты, молочные продукты, мясо)

НАУЧНОЕ ПРОСТРАНСТВО: актуальные вопросы теории и практики

Вариант 2. Использование рыбы и морепродуктов, добываемые устойчиво и без вредных загрязнителей

Вариант 3. Исключить из использования генетически модифицированные продукты питания [5].

Заключение. Чтобы выявить поведенческие намерения клиентов, руководители ресторанов должны сосредоточиться на улучшении имиджа ресторана, чтобы показать, что компания заботится об окружающей среде посредством введения экологических шагов. Использование керамических кружек, вместо одноразовых стаканчиков или использование утилизируемых салфеток, помогут не только улучшить имидж ресторана, но и внести вклад в сохранение окружающей среды. Кроме того, максимальная вовлеченность во внедрение эко-шагов может стать ключевой стратегией улучшения образа ресторана, что в конечном итоге улучшает поведенческое намерение клиентов по отношению к предприятию.

Методики, предлагаемые к внедрению в данной статье, являются эффективными и универсальными для использования на предприятиях общественного питания. Необходимо понимать, что каждый из приведенных эко-шагов требует проработки и поэтапного внедрения в производство, что ликвидация пластиковой посуды, установка диспенсера или датчиков движений требует дополнительных расходов. При этом фудшеринг, компостирование, сортировка вторсырья требует только времени и внимания сотрудников. Внедрять или же оставить все как есть, право каждого ресторатора, но необходимо помнить, что от каждого из нас зависит будущее нашей планеты!

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Ajzen, I. (1991). *The theory of planned behavior. Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179–211.
2. Anderson, J. C., & Gerbing, D. W. *Structural equation modeling in practice: A review and recommended two-step approach. Psychological Bulletin*, 103 (3), С. 411- 423.

**НАУЧНОЕ ПРОСТРАНСТВО:
актуальные вопросы теории и практики**

3. Экологическое движение «РазДельный Сбор» [Электронный ресурс]. Органические (пищевые) отходы. – Электрон. текстовые дан. – Санкт-Петербурга, 2011. – Режим доступа: <https://rsbor-msk.ru>
4. Гуреева Е.Г. Компетентностная технология экологической подготовки специалистов сферы общественного питания // Вестник Самарского государственного технического университета. Серия: Психолого-педагогические науки. – 2008. – С. 5
5. Andreassen, T. W., & Lindestad, B. The antecedents and consequences of custom satisfaction for firms. *Marketing Science*, 2, С. 125-143