Ракин Н.А., Денисевич Е.И., Султанова А.А.
Как экология «входит» в индустрию общественного питания

*Дальневосточный федеральный университет
(Россия, Владивосток)*

doi: 10.18411/lj-04-2020-72

idsp: ljjournal-04-2020-72

Аннотация

В статье рассматривается понятие эко-ресторанов, проблемы с которыми сталкиваются рестораны переходя к эко-практикам, способы и возможности ресторанов по переходу к экологизации своего бизнеса. Так же рассматриваются эко-рестораны Москвы и Владивостока.

Ключевые слова: экология, эко-практики, эко-рестораны, рестораны, экологизация, экологическое предпринимательство, предпринимательство.

Abstract

The article deals with the concept of eco-restaurants, the problems faced by restaurants moving to eco-practices, ways and opportunities for restaurants to transition to the greening of their business. Eco-restaurants in Moscow and Vladivostok are also considered.

Keywords: enterprise ecology, eco-practices, eco-restaurants, restaurants, greening, environmental entrepreneurship, entrepreneurship.

Зеленые или экологические практики стали более актуальными в повседневной жизни. Мы постоянно окружены рекламой, знаками и рекламными роликами, которые рассказывают нам о предмете, который мы должны контролировать: энергоэффективность. В последнее время в домах чаще стали внедряться практики по бережному отношению к окружающей среде, но что делается в ресторанной индустрии?

Зеленый бизнес работает с использованием стандартов, которые решают, а не вызывают, экологические и социальные проблемы. Эти предприятия используют принципы, политику и практики, которые улучшают качество жизни, как для своих клиентов, так и для сотрудников и сообщества. Эти методы применяются в качестве средств сокращения производства парниковых газов, сохранения природных ресурсов и сокращения расходов для владельцев бизнеса. Важно помнить, что внедрение экологических практик не обязательно является чем-то, что может быть видно клиентам.

Существует спрос на предприятия, которые должны взять на себя ответственность за то, что они способствуют снижению экологического воздействия на окружающую среду. В то время как существуют правила для компенсации некоторых негативных последствий от предприятий промышленности, по-прежнему существует спрос со стороны потребителей, который не признается многими отрасли промышленности, но особенно в сфере общественного питания.

В последнее время заботы об окружающей среде кажутся слишком незначительными и принимаются слишком поздно, нужно подумать о том, что проблемы, связанные с этой расширяющейся концепцией "зеленой жизни", существовали на протяжении веков. Концепции, которые известны сегодня, включая сохранение, эрозию, необходимость сокращения использования и другие, были замечены ранее.

В XXI веке во всём стала актуальной задача применения «зеленых технологий» в качестве комплексного технического решения для индустрии гостеприимства и туризма. Главной целью «зеленого» строительства и усовершенствования стало снижение уровня потребления энергетических и материальных ресурсов. При этом

одной из задач является обеспечение комфортных условий для гостей на всех этапах работы, включая инженерные изыскания, проектирование, строительство, эксплуатацию, капитальный ремонт, реконструкцию, снос.

Одним из направлений индустрии гостеприимства является индустрия питания. В последнее время начинает набирать популярность ниша эко-ресторанов. Именно так стали называть заведения, которые заботятся о здоровье своих клиентов. Концепция эко-ресторанов и кафе распространяется на продукты, интерьер и даже посуду. Столы и стулья сделаны из натурального дерева, на столах застелены льняные скатерти, в зале много живых цветов. Практически везде используется только керамическая посуда для ресторана.

Такие рестораны, не отходя от стандартных ценностей, таких как вкусная еда, интерьер, атмосфера, присущих ресторанам, предлагают людям, которым не безразлично состояние окружающей среды и природы, то, что им нужно, а именно экологически направленное производство, переработку отходов, экологически чистые продукты питания. Такие рестораны следят за своими расходами и выбросами.

Рестораны – это, по сути, машины потребления. Они используют энергию, топливо, воду, природные ресурсы и, в свою очередь, производят комбинацию продуктов питания для населения и большое количество отходов. По данным Ассоциации эко-ресторанов, ресторанная индустрия, потребляет треть всей энергии Соединенных Штатов, используемой розничным сектором. Из всей энергии, производимой в США, в общей сложности 93% приходится на невозобновляемые товары, такие как уголь, нефть, природный газ и ядерная энергетика. Горение вышеупомянутых невозобновляемых ресурсов является причиной номер один загрязнения воздуха во всем мире. Еще одно использование энергии в ресторане происходит от отопления и удаления воды.

В среднем ресторан использует около 1 млн. литров воды в год. Из этого количества примерно 35% используется для приготовления пищи, 28% - для охлаждения, 18% используется для санитарии, 13% для других нужд и 6% для охлаждения (рисунок 1).

Рисунок 1 – Распределение используемой воды в ресторане

В случае с водой, сокращение её использования имеет первостепенное значение.

Сокращение также касается и мусора, который производят заведения общественного питания.

В год средний ресторан производит около 20 000 килограмм мусора. Из этого количества порядка 90-95% может быть переработано или компостировано. Эта неустойчивая практика ведет к уже переполненным свалкам, загрязнению окружающей

среды и долгосрочным экономическим потерям. В попытке согласовать некоторые из этих вопросов рестораны могут реализовать эко-практику, то есть начать перерабатывать и сократить количество мусора.

Экологические методы могут включать переработку, сокращение количества воды / отходов, отказ от использования пенополистирола и каустических / химических чистящих средств. Есть много ресторанов, которые добровольно ввели эко-практики в своем бизнесе.

На данный момент проблема в покупке экологически чистых продуктов питания заключается в том, что цена, качество, удобство и лояльность к бренду, как правило, оказывают большее влияние на покупку, чем экологические аспекты. В целом, только 30% потребителей имеют представление о том, что такое эко-направленность, и положительно относятся к товарам, которые приобретаются или производятся с учетом эко-требований. Устойчивое потребление также связано с системами ценностей и убеждений. Важно иметь в виду потребителя при внесении изменений в существующую практику ведения бизнеса, например, став сертифицированным зеленым рестораном. В руководстве по предотвращению загрязнения, разработанном Ассоциацией эко-ресторанов, просто говорится, что для сокращения загрязнения ресторан должен решать три вопроса: сокращение источников выбросов вредных веществ, повторное использование и совершенствование методов эксплуатации.

Обобщая экологические практики, которые могут быть использованы в ресторанной индустрии, можно составить перечень основных:

1. Переработка и компостирование: есть много отходов, которые подлежат переработке в ресторанах. Это стекло, пластик, металл, картон и алюминий. Компостирование пищевых отходов помогает уменьшить количество отходов и улучшает качество почвы. Это возможные зеленые практики в ресторанах в отношении переработки и компостирования.

2. Энергоэффективное оборудование: энергоэффективное оборудование может применяться в различных помещениях ресторана – на кухне, в столовой, в туалете. Например: использование ограничителей потока воды на кранах, подача клиентам воды только по запросу, замена ламп накаливания на более долговечные лампочки CFL или LED, замена выходного освещения светодиодами, использование датчиков движения для освещения в туалете.

3. Экологически чистые чистящие средства: нетоксичные чистящие средства безопасны для окружающей среды и людей.

4. Сервировочная посуда и упаковка: изделия службы рециркуляции изготавливаются из источников отходов после потребления. Эти изделия могут уменьшить количество отходов. Кроме того, они могут сохранить природные ресурсы.

5. Экологичность меню: органическая пища выращенная без использования токсичных пестицидов и удобрений и производится без генной инженерии. Местные продукты питания снижают уровень загрязнения воздуха, связанного с транспортом, использующим ископаемое топливо.

Green restaurant association, существующая с 1990 г. и занимающаяся вопросами присвоения статуса «ЭКО» ресторанам, разработала стандарты и категории для измерения экологических достижений каждого ресторана. На данный момент существует 8 категорий, по которым ресторану может быть присвоен статус «ЭКО»:

1. Эффективное использование воды;
2. Сокращение и переработка отходов;
3. Эко товары и материалы, используемые при строительстве;
4. Органическая еда;
5. Энергоэффективность;
6. Многоразовые и экологически чистые одноразовые материалы;
7. Сокращение выбросов химических веществ и отходов;

8. Открытость/гласность и эко-образование населения.

«Эко-волна» затронула не только маленькие производства, но и лидеров индустрии. Например, McDonald's к 2025 году на глобальном уровне планирует производить 100% упаковки из материалов, полученных из возобновляемых, переработанных или сертифицированных источников, отдавая предпочтение сертификации FSC (Лесного Попечительского Совета), а также направлять на переработку отходы упаковки из ресторанов сети во всём мире.

В ресторанах протестируют стакан из бумажной массы с водорастворимой отделкой, подходящей для систем вторичной переработки, а также крышки из целлюлозы для стаканов из-под холодных напитков, деревянные приборы, палочки для размешивания и бумажные соломинки для напитков.

До этого стало известно, что McDonald's уберет из своих бургеров искусственные консерванты, ароматизаторы и красители.

Запрет коснется классических бургеров: гамбургер, чизбургер, двойной чизбургер, Роял де Люкс, двойной Роял де Люкс, Мак Дабл и Биг Мак.

Эко-посуда становится популярным трендом и в московских кафе и ресторанах. Деревянные тарелки, которые используют в кафе «Изя гриль» изготовлены на заказ.

В лапшичной Doodles блюда панзиатской кухни принесут в посуде из кукурузного крахмала, тростника и пальмовых листьев.

Главный принцип эко-кафе «Диван» – натуральная еда должна подаваться в экологичной посуде. В кафе представлены боксы для еды из биоразлагаемых материалов, ложки-вилки из кукурузного крахмала, бумажные стаканчики, а в дополнение – необычные предметы интерьера. Например, лампа из картона ручной работы и барная стойка из вторсырья.

В сентябре 2014 года на смену пластиковой одноразовой посуде в ресторанах и бистро IKEA пришла посуда из натуральных материалов: кукурузного крахмала и сахарного тростника. Здесь представлены супницы и приборы из кукурузного крахмала, стаканы из ламинированной бумаги, деревянные «мешалки» для горячих напитков, а также контейнеры из волокна сахарного тростника.

В фалафельной Holupoот вся посуда экологична. Столовые приборы – из кукурузного крахмала, тарелки – из пшеничной соломы, стаканы – из сахарного тростника и в дополнение – бумажные скатерти.

В США в сети ресторанов Alfred Coffee & Kitchen посетителям предлагают кофе из съедобных стаканов, сделанных из вафли. Они хранят форму достаточно долго для того, чтобы успеть выпить кофе, после чего стаканчик можно съесть.

Берлинский стартап Kaffeeform начал производить кружки и тамблеры из использованной кофейной гущи. Кружки очень легкие, но при этом прочные. Они не разобьются даже при падении с высоты 1,5 м.

В области эко-ресторанов также есть заведения с концепцией zero waste («ноль отходов»). Концепция zero waste – мировой эко-тренд, который постепенно приходит в Россию. Его суть в осознанном потреблении и сокращении количества отходов путем повторного использования ресурсов. Одна из идеологов движения – французка Беа Джонсон – сформулировала пять основных принципов zero waste:

- Refuse – отказ от покупки лишних продуктов и тары;
- Reduce – сокращение потребления ресурсов, например, экономия электроэнергии;
- Reuse – повторное использование, например, бутылок и пакетов для хранения;
- Recycle – переработка отходов;
- Rot – компостирование органических отходов.

Если ресторан целиком придерживается концепции, он не оставляет после себя никаких отходов: пищевой мусор перерабатывается и идет на удобрения, непищевой – сортируется и отправляется на переработку, одноразовой упаковки нет, продукты не списываются и так далее.

Яркими примерами концепции zero waste являются ресторан Nolla в Хельсинки и ресторан Zero Waste Bistro в Нью-Йорке.

Zero Waste Bistro – это концепт-ресторан закрытого цикла, который не производит отходы и не имеет воздействия на окружающую среду. Чтобы идеология без отходов имела законченный вид, ресторан напрямую работает с производителями, чтобы избавиться от части упаковки и контролировать остальную часть. В готовке используются только органические продукты, а все побочные продукты пищевой системы пропускаются.

Вся основная конструкция бистро выполнена из гофрированной доски от бренда Durat – материала, на 100% изготовленного из отходов тетрапака.

Упаковочный материал – полностью биоразлагаемый, он изготовлен из возобновляемого и устойчивого сырья – древесины и контролируемых лесных плантаций.

Проблему пищевых отходов в эко-бистро решает компания Oklin, используя микробную технологию, компостирующие машины уменьшают объем отходов на 90%, уменьшают затраты на переработку и создают богатый питательными веществами, повторно используемый конечный продукт.

Несмотря на то, что в России не очень распространена концепция эко-ресторанов, тем не менее, в ресторанах начинают придерживаться принципов zero waste хотя бы частично: сортируют мусор, сдают на переработку бумагу, отказываются от пластиковых трубочек и одноразовых приборов, запускают эко-акции для гостей. Например, более 200 петербургских кофеен присоединились к движению «My Cup, Please»: в его рамках наливают напиток в многоразовую чашку гостя и поощряют сознательный отказ от одноразовой тары скидкой или бонусом. В числе участников – Seize The Impress, Verle Garden, «Хачапури и вино», Surf Coffee. Другая подобная инициатива – акция Refill («Наполни заново»), запущенная вегетарианским кафе «Рада и К». Проект объединил рестораны и кафе, где можно бесплатно набрать питьевую воду в свою бутылку.

Таким образом, целевая аудитория может увеличиваться, так как, помимо альтруистов, обычные люди, которые не знали об эко-ресторанах, способах минимизировать отходы и выбросы, узнают об этом. Человек тем самым становится участником чего-то большего, большого сообщества, они поймут, что вести экологичный образ жизни не сложно.

Рестораны Санкт-Петербурга и Москвы, по примеру европейских zero waste ресторанов, начали вводить эко-практики у себя. Например, рестораны Harvest, Duo Gastrobar, Duo Asia и Tartarbar в Петербурге начали сортировать неорганические отходы и вывозить стекло и другой мусор на переработку, отказались от вакуума, пищевой пленки, фольги, пергамента и пластика в пользу многоразовых контейнеров для заморозки и для хранения продуктов. Также Harvest работает только с сезонными продуктами локальных производителей.

Ресторан El Coritas в Петербурге сократил количество одноразовых предметов, перестал покупать фрукты и овощи в пластиковой таре, вывозит мусор на переработку.

Ресторан Meal использует стеклотару по второму разу, делая из неё стаканы, подсвечники и вазы. В плане продуктов старается использовать все, что имеет вкус. В ресторане не выкидывают большую часть очистков и костей. Из всего этого получают вкусные вещи, по большей части – соусы. Например, из кофейного жмыха

делается мисо паста, в которой маринуются стейки, а из костей – говяжий гарум, напоминающий концентрированный соевый соус с очень интенсивным мясным вкусом. Такой подход касается не только кухни, но и бара. В заведении есть ферментированный апероль, комбуча и water kefir – безлактозный напиток на основе японского гриба. Благодаря этому сокращается покупка напитков в бутылках.

Что касается Приморского края и города Владивостока в частности, то цифры говорят сами за себя. На данный момент во Владивостоке в сфере питания работает 1182 организации: 183 кофейни, 519 кафе, 55 столовых, 170 ресторанов, 38 пиццерий, 9 суши-баров, 299 заведений быстрого питания. Лишь одно заведение: ресторан китайской кухни «Koonjoot» позиционирует себя как эко-ресторан. Но также можно проследить тренд, который набирает популярность в последнее время в приморской столице – это внимание к способам приготовления и использование экологически чистых продуктов.

Начиная с 2015 года появились целые кулинарные стартапы, такие как Shonkel -- Игорь Шейнфельд и Анна Якель все готовят самостоятельно, используя овощи со своего огорода, а мясо для фирменных «черных» бургеров закупают в деревнях Владивостока. Для веганов и сыроедов, кроме кафе «Ганга», открылся интернет-магазин Veggy shop, предлагающий полезную еду.

Все чаще в меню кафе и ресторанов можно заметить низкокалорийные, вегетарианские и постные блюда.

Фермерская еда от Shonkel, сыроедческие конфеты Андрея Кашпура в Coffee Boolka Station, минимально обработанные свежие продукты в PortCafe, натуральная еда без ГМО в Zuma, вегетарианская еда в кафе «Ганга», блюда из фермерских продуктов в «Огонёк», свежие овощи и мясо в грузинском ресторане «Супра».

Наиболее ярким представителем этой тенденции в 2013 году стало новое заведение BSB Media – ресторан PortCafe. Отказавшись от привычных «Цезаря» и карбонары, в меню здесь предлагают блюда из дальневосточных продуктов – дикоросов, даров моря и дичи. Подобное можно найти и в «Мумий Тролль Music Bar» и Zuma.

Все эти примеры использования эко-практик можно отнести к категории «органическая еда» исходя из классификации Green restaurant association, о которой говорилось ранее.

Также в последнее время рестораторы начали задумываться о том, что после них остается, то есть отходах и мусоре. Так ряд ресторанов Владивостока начали сокращать свои отходы и заниматься переработкой картона и стекла. Но по прежнему доля тех, кто этим занимается, ничтожна мала по сравнению с общим количеством заведений общепита в городе.

Несмотря на попытки владельцев ресторана минимизировать свой урон окружающей среде нельзя однозначно сказать, как отреагируют гости этих заведений.

Поведенческие намерения клиентов ресторанов могут зависеть от некоторых факторов, но в большинстве случаев отношение клиентов к покупке, основывается на основе их предыдущего опыта использования продукта или услуги.

В случае с эко-ресторанами поведение и предпочтения гостей можно отнести к намерению участвовать в сохранении окружающей среды, быть частью этого сообщества. Исследование, проведенное National Restaurant Association, показало, что 44% клиентов указали, что они, вероятно, сделают выбор ресторана на основе того, что ресторан занимается сохранением энергии и воды, 60% клиентов сказали, что они с большей вероятностью посетят ресторан, предлагающий экологически чистые продукты питания. Так что же движет клиентами выбирать рестораны, которые вводят эко-практики?

Есть две основные мотивации, это альтруизм по отношению к окружающей среде и повышение собственного статуса в глазах окружающих.

Исследования показали, что экологичное покупательское поведение покупателей можно трактовать как альтруистическое. Альтруизм – это действие, направленное на то, чтобы делать что-то хорошее для других, не ожидая ничего взамен. Предполагается, что люди занимаются охраной природы в первую очередь потому, что они, на каком-то уровне, внутренне заботятся о благополучии планеты и ее обитателей несмотря на то, что экологически чистые продукты часто стоят дороже клиенты покупают такие продукты и услуги, основанные на их подлинном альтруизме по отношению к окружающей среде и следующему поколению.

Другая мотивация – повышение статуса, связанное с приобретением экологически чистых продуктов. Желание потребителей получить общественное признание в качестве "эко" потребителя мотивирует их проэкологическое поведение. Как уже говорилось ранее, приобретение экологически чистых товаров требует самопожертвования со стороны покупателей. Такое альтруистическое поведение сигнализирует о готовности и способности нести издержки ради блага других. Поэтому, приобретая зеленые продукты, клиенты хотели, чтобы их видели как людей, которые заботятся об окружающей среде.

В России пока сложно, например, утилизировать стекло или найти поставщика, который бы не использовал пластик и полиэтиленовые пакеты, – индустрия не развита, частных предпринимателей, которые бы поддерживали zero waste, мало, на государственном уровне инициативы двигаются медленно. А устанавливать собственные компостеры для мусора довольно дорого.

Таким образом, сравнивая мировые тенденции, отношение к этой теме ресторанов центральной части России и обстановку во Владивостоке, можно сделать вывод, что Владивосток находится в самом начале экологизации сферы питания, люди и рестораторы города ещё не до конца разобрались и поняли, что такое эко-рестораны, зачем это надо и каким образом это можно «обыграть».

1. Beveridge R., Guy S. The Rise of the Eco-Preneur and the Messy World of Environmental Innovation // Local Environment. 2005. Vol.10, N 6. P.665-676
2. Christofer, M. Value-In-Use Pricing // European Journal of Marketing. 1982. № 16(5). P. 35-46.
3. Forbis, J. Value-Based Strategies for Industrial Products / J. Forbis, N. Mehta // Business Horizons. 1981. № 24. P. 32-42.
4. Официальный сайт Green Restaurant Association. (2002)b. GRA- Environmental guidelines.Режим доступа: <https://www.dinegreen.com/>
5. Lenox, M., G.York, J. Russia // Environmental Entrepreneurship. Department of Management and Entrepreneurship. – Colorado, 2014
6. Potravny, I., Weißenburger, U. Russia // National Environmental Policies. A Comparative Study of Capacity-Building. – Springer, 2012.
7. Restoclub.ru – ведущий гид по ресторанам Петербурга и Москвы. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.restoclub.ru/review/chiefs/zero-waste-v-restoranah-rossijskij-i-mirovoj-opyt>
8. Варго, С., Лаш, Р. Развитие новой доминирующей логики маркетинга / Варго С., Лаш Р. // Российский журнал менеджмента. 2006. 4 (2). С. 73-82.
9. Внедрение системы экологического менеджмента – это выгодно. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.kp-info.ru/images/File/2010%205%209-14.pdf>
10. Декларация об окружающей среде и развития. Материалы Конференции ООН по развитию и окружающей среде в городе Рио-де-Жанейро 1992г. [Электронный ресурс] Режим доступа: https://www.un.org/ru/documents/decl_conv/declarations/riodecl.shtml
11. Котлер, Ф. Маркетинг 3.0. От продуктов к потребителям и далее - к человеческой душе / Ф. Котлер, А. Сетиаван, Х. Картаджайя. М.: Изд-во Эксмо, 2011. С. 15-17.
12. Правовое регулирование экологического предпринимательства в Российской Федерации. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://law.edu.ru/book/book.asp?bookID=1432090>