

НЕОБХОДИМОСТЬ ВНЕДРЕНИЯ ТЕХНОЛОГИЙ, НАПРАВЛЕННЫХ НА СНИЖЕНИЕ УРОВНЯ ОТХОДОВ В РЕСТОРАННОМ БИЗНЕСЕ

Карен Юрьевич Балаян

студент Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова, РФ, г. Краснодар

На сегодняшний день в мире отмечается заметный рост сторонников концепции Zero waste среди потребителей. Люди стали более разборчивыми и осознанными в плане потребления: многие стали задумываться о безопасности окружающей среды и безотходном потреблении.

Они готовы переплатить за экологичность, за новаторство и качество продукта. Такое отношение к потреблению должно стать толчком к увеличению числа предприятий, придерживающихся в производстве концепции Zero waste и в системе общественного питания.

Zero waste – это философия, основанная на концепции «нулевого» жизненного цикла ресурсов, то есть их обязательного повторного использования.

Целью Zero waste является снижение вырабатываемых отходов, потому что в рамках данного подхода никакой мусор не должен отправляться на свалку или на мусоросжигательные заводы, только на переработку.

Данная концепция является крайне актуальной в настоящее время. Влияние отходов на окружающую среду является угрозой за последние несколько лет. Загрязнение природы, повышение уровня отходов – это приводит к актуальности решения проблем экологического характера.

На сегодняшний день Zero waste является одной из главных тенденций в сфере ресторанного бизнеса, в то время как устойчивое развитие и привычный режим работы с целью получения прибыли остаются приоритетом для ресторанной индустрии с 2012 года.

Предприятия могут быть официально сертифицированы как Zero waste, в тех случаях, когда они отводят 90% отходов со свалок, сокращая и повторно используя все ресурсы в своем ресторанном заведении.

Этот процесс гарантирует, что предприятие сокращает, повторно использует, перерабатывает, компостирует и извлекает материалы для продуктивного использования в природе или экономике.

Конечная цель состоит в том, чтобы уменьшить воздействие отходов на окружающую среду при управлении прибыльным рестораном – с потенциальным дополнительным преимуществом укрепления экологической сознательной репутации среди взыскательных посетителей.

Стремление к Zero waste требует повышения уровня устойчивости ресторана путем оптимизации множества операционных областей, таких как энергоэффективность, пищевые отходы, многоразовые материалы, благополучие животных, возобновляемые источники энергии, эффективность использования воды и многое другое.

На выставке Национальной ассоциации ресторанов в 2019 году люди со всего ресторанного мира пришли поговорить о самых больших тенденциях отрасли и о том, как они повлияют на будущее.

Оказывается, посетители действительно заботятся о посещении ресторанов, которые решают проблемы, связанные с окружающей средой, пищевыми отходами, упаковкой и питанием.

Экологические, экономические и социальные выгоды от повышения устойчивости ресторанной индустрии огромны. Борьба с пищевыми отходами - это одна из лучших возможностей для повышения прибыльности ресторана.

По мере того, как уровень пищевых отходов снижается, происходит рост клиентов и, как следствие, рост прибыли.

В современных условиях человечество сталкивается с такой проблемой, как катастрофический уровень отходов и экологический ущерб.

Несмотря на то, что Zero waste не является господствующей концепцией, клиенты и владельцы бизнеса видят, что влияние отходов на имидж ресторана и его прибыль трудно игнорировать.

Снижение уровня пищевых отходов означает большую экономию средств и более здоровую конечную прибыль. Устойчивость также может быть использована в качестве эффективного маркетингового инструмента для привлечения клиентов, которые хотят питаться в ресторанах с устойчивыми практиками и общими ценностями.

Национальная ассоциация ресторанов подтверждает, что около половины клиентов обращают внимание на усилия предпринимателей сокращать пищевые отходы и стремление к внедрению процессов переработки. Это является ключевым фактором выбора ресторана.

Внедрение Zero waste начинается с создания устойчивых практик на протяжении всей деятельности.

Далее приведены некоторые мероприятия, которые этому поспособствуют:

- Проведение аудита с целью выявления областей, генерирующие отходы
- Замена поставляемой продукции скоропортящимися ингредиентами (небольшими партиями и сухие ингредиенты оптом)
- Использование каждой части овощей и фруктов, которые были приобретены
- Обеспечение легкодоступными контейнерами для переработки отходов и компостирования
- Уменьшение размера порций с целью снижения генерации остатков
- Рекомендации посетителям заказывать необходимое количество еды
- Продвижение системы доставки остатков еды на дом
- Внедрение компостируемых контейнеров для выноса и реализация мер по поощрению клиентов за пользование собственными многоразовыми контейнерами (например, в виде скидок)
- Заключение договора с поставщиками, дистрибьюторами и производителями, поставляющими ингредиенты в многоразовой упаковке
- Отказ от одноразовых предметов, таких как пластиковые соломинки, столовые приборы и пакетики с приправами
- Использование органических, биоразлагаемых, PH-нейтральных чистящих средств
- Приобретение многоразовых или компостируемых предметов, такие как салфетки и столовые приборы
- Реализация мер по переработке растительного масла в мыло или продажу с целью дальнейшего использования в биодизельном топливе.
- Создание сада с целью выращивания зелени и овощей для использования их при приготовлении блюд

Например, Генри Рич и Халли Чемберс, совладельцы Нью-Йоркского винного бара Rhodora, потратили почти 10 месяцев и 50 000 долларов на изучение инициатив Zero waste, чтобы превратить свой ресторан в тот, который мог бы функционировать без какого-либо сбора

мусора.

Команда Rhodora отказалась от сотрудничества со своими постоянными поставщиками, которые упаковывали продукты питания в одноразовый пластик, и вместо этого объединилась с поставщиками, которые были готовы осуществлять поставки в многоразовой упаковке.

Они используют технологии, направленные на снижение уровня отходов, например, посудомоечная машина, которая превращает соль в мыло, измельчитель картона, который превращает винные коробки в компостируемый материал, и сверхмощный компостер на месте. Они используют компост в качестве удобрения своих мини-садов.

Кроме того, они установили коробки от компании под названием TerraCycle, которая занимается трудно перерабатываемыми предметами.

Такая радикальная стратегия, безусловно, сопряжена с трудностями, включая поиск поставщиков, которые могут удовлетворить такие запросы, как компостируемая упаковка, и выяснение того, как утилизировать сломанные кухонные приборы.

Чтобы внедрить Zero waste потребуется время, деньги и исследования, но это невероятный вклад в развитие экологии и ресторанного бизнеса в частности.

Финансовые стимулы могут быть доступны для ресторанов, инвестирующих в практику Zero waste. Одно исследование показало, что рестораны экономят в среднем 7 долларов на каждом 1 долларе, вложенном в мероприятия по сокращению пищевых отходов.

Таким образом можно еще раз отметить актуальность концепции Zero waste. Человечество находится на грани экологической катастрофы, однако даже проблема такого масштаба не пользуется спросом у средств массовой информации и у большей части населения в целом.

С помощью внедрения данной концепции возможным становится снижение влияние отходов на окружающую среду. Следует отметить, что при реализации такой технологии, как Zero waste, ресторан получает большое количество преимуществ, в том числе, конкурентное.

Рестораны по всему миру поддерживают концепцию zero waste, отличий между российским и зарубежным опытом перехода на безотходное производство практически нет.

Однако в России подобные проекты возникли немного позже, соответственно, развитие технологий немного уступает зарубежному опыту.

Технологии безотходного производства уже могут широко внедряться на предприятиях общепита, но самый главный вопрос, который волнует предпринимателей, - готово ли население к таким нововведениям и будут ли они востребованы.

Список литературы:

1. Современное состояние ресторанного бизнеса : учебное пособие : [16+] / Н.С. Родионова, В.М. Сидельников, Е.С. Попов, А.В. Богомолов ; науч. ред. Т.В. Алексеева ; Воронежский государственный университет инженерных технологий. – Воронеж : Воронежский государственный университет инженерных технологий, 2018. – 229 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=561375> (дата обращения: 17.01.2021). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-00032-365-6. – Текст : электронный.
2. Организация ресторанного бизнеса : учебное пособие / Ю.В. Жилкова, З.В. Макаренко, Л.А. Насырова, В.И. Шариков. – Санкт-Петербург : Троицкий мост, 2014. – 189 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=446814> (дата обращения: 17.01.2021). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4377-0026-6. – Текст : электронный.
3. Гущин, А.Н. Теория устойчивого развития города : учебное пособие / А.Н. Гущин. – 2-е изд.

– Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. – 232 с. : ил., схем., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=271889> (дата обращения: 17.01.2021). – Библиогр.: с. 219-228. – ISBN 978-5-4475-1425-9. – DOI 10.23681/271889. – Текст : электронный.

4. Менеджмент в гостинично-туристическом бизнесе : учебное пособие : [16+] / И.В. Мишурова, Е.Н. Бандурина, О.В. Гудикова и др. ; под ред. И.В. Мишуровой ; Ростовский государственный экономический университет (РИНХ), Факультет Менеджмента и предпринимательства. – Ростов-на-Дону : Издательско-полиграфический комплекс РГЭУ (РИНХ), 2017. – 332 с. : табл., граф., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=567420> (дата обращения: 17.01.2021). – Библиогр.: с. 325-330. – ISBN 978-5-7972-2411-2. – Текст : электронный.

5. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник : [16+] / А.Л. Абаев, В.А. Алексунин, М.Т. Гуриева и др. ; под ред. А.Л. Абаева, В.А. Алексунина, М.Т. Гуриевой. – 3-е изд., перераб. – Москва : Дашков и К°, 2021. – 433 с. : табл., ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=600314> (дата обращения: 17.01.2021). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-04185-3. – Текст : электронный.