

УДК 338.4: 642.5

Н. Д. Стахно
Е. В. Плугарь

Экотенденции и тренды предприятий общественного питания

ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени
В.И. Вернадского, Симферополь
e-mail: snd.snd70@mail.ru

Аннотация. Деятельность предприятий общественного питания направлена на удовлетворение потребностей в качественном и сбалансированном питании, производство которого должно соответствовать принципу экологической безопасности, а также формировать у потребителей экологическую ответственность. За последнее десятилетие сформировались определенные экотенденции и тренды, которые уже носят не единичный, а массовый характер в деятельности предприятий общественного питания и отвечают потребностям и ожиданиям потребителей.

Ключевые слова: предприятия общественного питания, экологические тенденции, локальная кухня, экологическая культура.

Введение

Принцип экологической безопасности в настоящее время органично включен в программы деятельности предприятий общественного питания: технологический цикл производства продукции и полуфабрикатов, а также обслуживания потребителей. В отработанные годами технологии вносятся коррективы путем применения современных видов оборудования и материалов, цифровых технологий. Экологические тенденции и тренды постепенно замещают, трансформируют производство, опираясь на принятую нормативно-законодательную базу и потребности потребителей. Нормативно-законодательная база представлена федеральными законами, кодексами, подзаконными актами, а также правовыми актами субъектов Российской Федерации.

Материалы и методы

Изучению экотенденций и трендов предприятий общественного питания посвящены труды В. А. Дорогиной, Е. И. Денисевич, К. А. Светлаковой, П. В. Стрельниковой, А. А. Султановой. Нами на основе статистических данных и с помощью контент-анализа информации из доступных источников произведен анализ экотенденций и трендов предприятий общественного питания в Республике Крым.

Результаты и обсуждение

Изменение природной среды из-за техногенного влияния требует активизации действий от каждого объекта хозяйствования, в том числе от предприятий общественного питания, как по сокращению расходов сырья, так и по рациональному использованию ресурсов. В соответствии с данными Управления федеральной службы государственной статистики по Республике

Крым и г. Севастополю (<https://82.rosstat.gov.ru/folder/191232>) в Республике Крым количество предприятий общественного питания в 2023 году снизилось на 3,5% и составило 3914 единиц, 144 предприятия прекратили свою деятельность. Снижение имеет место по типам: столовые, закусочные, рестораны, кафе, бары. На сокращение предприятий оказало влияние геополитические факторы, инфляционные процессы, снижение уровня доходов населения и др. Сегодня формируются маркетинговые программы по привлечению потребителей в предприятия, в том числе благодаря производству экологической продукции. Происходит трансформация потребительского мнения [1, 4]. Такие экологические факторы, как качество питания, качество воды оказывают влияние на потребительское поведение, способствуют формированию, в том числе новых экологических тенденций и трендов, которые с течением времени приобретают устойчивость, расширяются масштабы их реализации (рисунок 1).

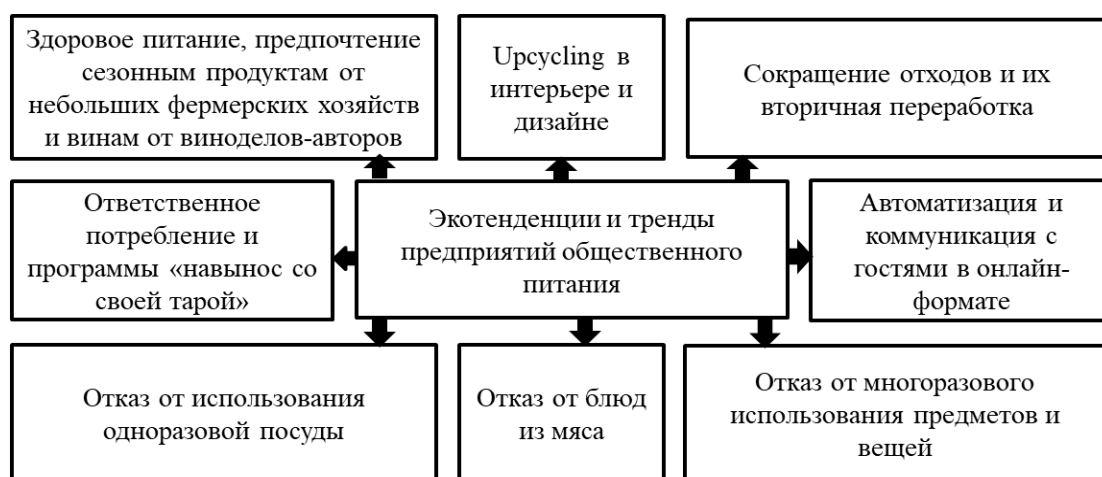


Рис.1. Экотенденции и тренды предприятий общественного питания
Составлено авторами

Активное, гибкое реагирование в деятельности на запросы потребителей, происходит в различных направлениях. Современные архитектурные решения предприятий общественного питания полуострова сочетаются с их удачным расположением в природных зонах и обеспечивают посетителям уникальные виды окружающей среды, становятся дополнительным компонентом для получения известности. Вносятся концептуальные корректировки в интерьер предприятий, торговый зал оснащают эко-мебелью, характеризующейся использованием сырья из быстро возобновляемых источников, при производстве эко-мебели соблюдаются энергосберегающие технологии. Применяются экологичные материалы - массивы дерева (дуб, сосна, береза), шпон и др. В качестве наполнителя для мягкой мебели применяются кокос, кукуруза. Обивка изготавливается из растительного хлопка, шерсти. Внедряются принципы апсайклинга («upcycling») - вторичное использование предметов и материалов). [2, 3].

Сегодня большое значение имеет автоматизация предприятий и коммуникация с гостями в онлайн-формате, благодаря чему можно адекватно реагировать на тенденции в обществе. В соответствии с данными исследования проведенного в рамках всероссийского онлайн мониторинга «Омнибус»

лабораторией маркетинговых исследований «MARKETING LAB» в 2022 году на сайте <https://lab-marketing.com/spec/internet-i-texnologii-dec2022>: более 45,4% россиян проводят время в интернете - 6-8 и более часов, 22,5% – пользуются гаджетами 4-6 часов, 20,7% – 2-4 часа, 11,3% – от 2 и менее часов. 67% потребителей хотят узнавать об участии в программах лояльности предприятий общественного питания с помощью мобильного приложения.

На сайтах предприятий общественного питания потребители получают полную информацию о предоставляемых услугах, составу меню, ценовой политике, интерьере. Прием заказов осуществляется благодаря мобильному официанту, столы бронируют онлайн. Передача информации через онлайн-формат способствует экономии времени потребителей, позволяют отказаться от использования бумаги, экономит ресурсы предприятий.

Ежегодно увеличивается количество россиян, следящих за составом пищевых продуктов, в 2022 году 88,5% отметили важность состава продуктов и 11,5% ответили, что состав не важен или затрудняются ответить.

Результаты опроса респондентов о важности состава продуктов питания по возрастным группам представлены на рисунке 2.

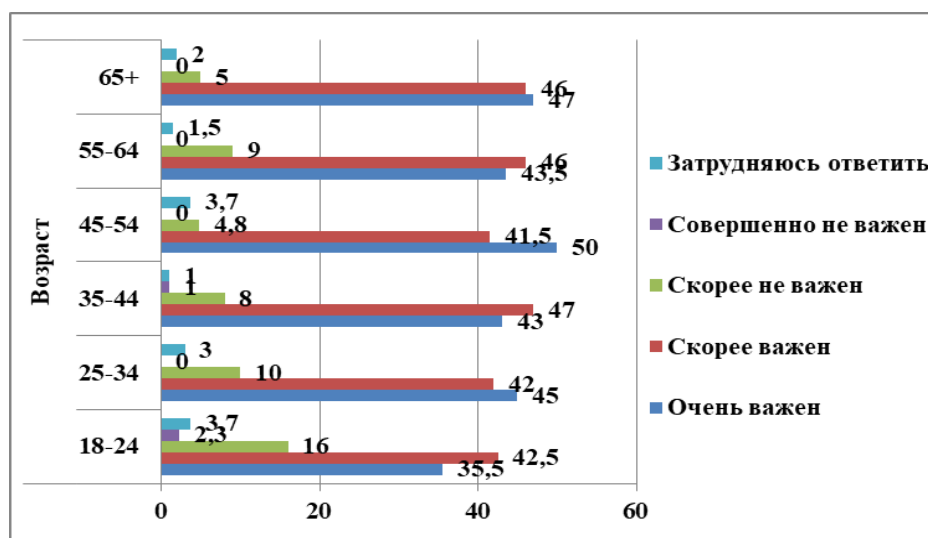


Рис. 2. Результаты опроса респондентов о важности состава продуктов питания, %
Составлено авторами

Наибольшую важность состав продуктов имеет для россиян в возрасте 45-54 лет – 50%, 65+ - 47%, 25-34 – 45%, 55-64 – 43,5%, 35-44 – 43%. Для возрастной группы 18-24 приоритет важности снижается до 35,5%, таким образом, выделяется группа потенциальных потребителей, которая требует дополнительного изучения и теоретико-методологической проработки для формирования экологической культуры. В 2022 году спрос на товары из категории «осознанное потребление» вырос в Российской Федерации в 3,2 раза по сравнению с прошлым 2021 годом. Люди готовы переплачивать за экологически чистую продукцию от 40 до 70%.

Предприятия общественного питания, реализующие прогрессивные экологические программы, стремятся перейти на безотходное производство, сокращают количество изделий из пластика, которые применяются при

обслуживании потребителей (трубочки для коктейлей выполняются из натуральной соломы, одноразовая посуда биоразлагаемая бумажная и др). [5, 6]

В Республике Крым активно развивается локальная кухня, этому способствует увеличение за пять лет количества сельскохозяйственных организаций – 578 (рост составил 16%) и коллективных фермерских хозяйств - 2,7 тыс. (рост на 27%). Личных подсобных хозяйств - 332 тыс., некоммерческих объединений граждан – 1705. Растёт количество частных виноделен, развивается культура виноделия и потребления вина. Использование продуктов местных производителей позволяет снизить влияние транспортного следа на экологию. В качестве производителей органической продукции в Российской Федерации сертифицированы 104 предприятия в 54 регионах, в том числе в Крыму. Согласно данным Россельхозбанка, рынок органической продукции в Российской Федерации находится на начальной стадии развития - доля органической продукции на отечественном продовольственном рынке составляет около 0,1% при объеме продаж в 10-12 млрд. рублей.

Стимулом при приобретении экологически чистой продукции является ее безопасность. В предприятиях общественного питания, расположенных на территории фермерских хозяйств не используются вредные вещества и сомнительные технологии, строго контролируется процесс производства полуфабрикатов, блюд и кулинарных изделий. Основным препятствием для потребления экологической продукции является высокая ценовая политика.

Развивается сеть предприятий общественного питания, реализующих блюда для вегетарианцев. Производство мясных продуктов, наносит больше вреда экологии, чем производство растительных продуктов [7, 8].

Таблица 1.

Примеры экотенденций и трендов реализуемых в предприятиях общественного питания Республики Крым

Регион/объект/сайт	Специализация кухни	Применяемые экотенденции и тренды	Интерьер	Дополнительные услуги
Симферопольский р-н, с. Каштановое, ул. Богданова, 2а Эко-ресторан «Экорест» https://ecorest-crimea.ru/services/eko-kafe/	Блюда европейской кухни	Экологически чистые продукты, сырье выращивается на собственной мини-ферме.	Интерьер с видами горного пейзажа. Помещение ресторана выполнено в прованском стиле с панорамным остеклением.	Организация банкетных мероприятий, предоставление услуг средства размещения, конные прогулки
г. Симферополь, Севастопольская улица 59Б Ресторан «Времена года» https://vk.com/restoranvremenagoda	Блюда европейской, русской, кавказской кухни	Экологически чистые продукты местных производителей	Интерьер с живописной открытой территорией, на которой расположены уютные веранды, фонтан, пруд	Организация банкетных мероприятий, организация детского досуга на специально оборудованной детской площадке на территории ресторана

г. Евпатория, пгт. Новоозерное, озеро Донузлав Ресторан «Причал №12» https://crimean-seafood.ru/restaurant/	Локальная черноморская кухня	Блюда приготовлены из морепродуктов выращенных на плантации фермы «Крымские морепродукты», по авторскому рецепту	Интерьер с живописными видами моря и фермы	Предоставление экскурсионных услуг по территории фермы
Южнобережное ш., 3 въезд со стороны трассы Ялта-Севастополь 12-13 км Ресторан «Маленькая ферма» https://www.tourist.ru/world/europe/russia/city/yalta/zoo/37299	Блюда европейской кухни	Блюда, приготовленные из местных продуктов животного и растительного происхождения. В качестве напитков предлагается молоко и его производные, квас, травяные чаи.	Интерьер в этническом стиле, мебель выполнена из натуральных материалов	Посещение животных фермы, предоставление услуг аниматора
г. Севастополь, проспект Победы, 1А Ресторан «Среда обитания» https://www.tripadvisor.ru/Restaurant_Review-g295387-d14158703-Reviews-Sreda_Obitania-Sevastopol.html	Блюда европейской, итальянской кухни	В ассортимент блюд включены блюда для вегетарианцев, веганов, безглютеновые блюда	Интерьер в современном стиле с мебелью изготовлена из натуральных материалов, с применением принципов апсайклинга	Организация банкетных мероприятий
г. Севастополь, Одесская ул. 19 Вегетарианское кафе «Mindalcafe» https://vk.com/mindalcafeveg	Блюда европейской кухни	В ассортимент блюд включены блюда для вегетарианцев, веганов, и сыроедов.	Интерьер в современном стиле с мебелью изготовлена из натуральных материалов	Организация банкетных мероприятий, тематических мероприятий: кинопоказов, концертов, литературных вечеров, детских мастер-классов и праздников
Балаклавский район, село Родное Ресторан «Циклоп» https://uprawinery.ru/restorancyclope	Блюда европейской кухни	Продукция местной винодельни Uppa Winery	Интерьер с живописной открытой территорией и видами долины и виноградников	Организация банкетных мероприятий, экскурсий на винодельню

Выводы

Деятельность предприятий общественного питания при выполнении циклов приготовления полуфабрикатов и готовых блюд, организации обслуживания посетителей сопровождается значительным расходом ресурсов: воды, электроэнергии и др. С целью экономии ресурсов, привлечения потребителей, формирования конкурентоспособности, предприятия общественного питания внедряют экологические программы, которые благотворно влияют на экологию полуострова, увеличивают финансовые возможности предприятий. Повышают уровень экологической ответственности, способствует формированию экологической культуры. Данные исследования позволяют сделать вывод о сформированном сегменте экологически ориентированных предприятий общественного питания.

Литература

1. Акимова Р. А. Анализ целесообразности внедрения концепции экологического маркетинга на предприятиях общественного питания // Молодой ученый. 2022. № 16 (411). С. 325-328. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/411/90465/>.
2. Денисевич Е. И., Султанова А. А. Экопрактики в индустрии питания // Вестник ТГЭУ. 2021. №4 (100). [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/ekopraktiki-v-industrii-pitaniia>.
3. Дорогина В. А. Перспективы применения экологического маркетинга в сфере общественного питания // Международный студенческий научный вестник. 2015. № 6. [Электронный ресурс]. URL: <https://eduherald.ru/ru/article/view?id=14241>.
4. Дугаренко И. А., Кожухова И. А., Лобас К. В., Кожухова А. В. Динамика развития общественного питания в Республике Крым // Ученые записки Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского. География. Геология. 2021. №2. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/dinamika-razvitiya-obschestvennogo-pitaniya-v-respublike-krym>.
5. Светлаков К. А. Оптимизация работы ресторана, с целью уменьшения количества отходов // Гуманитарные научные исследования. 2022. № 5 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://human.snauka.ru/2022/05/49713>.
6. Светлаков К. А. Проблема пищевых отходов в общественном питании // Гуманитарные научные исследования. 2022. № 5 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://human.snauka.ru/2022/05/49661..>
7. Стрельников П. В. Экологичность работы предприятия питания // Актуальные проблемы авиации и космонавтики. 2019. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/ekologichnost-raboty-predpriyatiya-pitaniya>.
8. Чекашкина Н. Р. Экология и потребитель: маркетинговый подход к решению экологических проблем // Теория и практика общественного развития. 2014. №6. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/ekologiya-i-potrebitel-marketingovyy-podhod-k-resheniyu-ekologicheskikh-problem>.

N. D. Stakhno¹,
E. V. Plugar

Ecotrends and trends of public catering enterprises

V. I. Vernadsky Crimean Federal University, Simferopol
e-mail: ¹snd.snd70@mail.ru

Abstract. *The activities of public catering enterprises are aimed at meeting the needs for high-quality and balanced nutrition, the production of which must comply with the principle of environmental safety, as well as form consumers' environmental responsibility. Over the past decade, certain eco-trends and trends have formed, which are no longer isolated, but widespread in the activities of public catering enterprises and meet the needs and expectations of consumers.*

Keywords: *catering establishments, environmental trends, local cuisine, ecological culture.*

References

1. Akimova R. A. Analiz celesoobraznosti vnedreniya koncepcii ekologicheskogo marketinga na predpriyatiyah obshchestvennogo pitaniya // Molodoj uchenyj. 2022. № 16 (411). S. 325-328. URL: <https://moluch.ru/archive/411/90465/>. (in Russian)
2. Denisevich E. I., Sultanova A. A. Ekopraktiki v industrii pitaniya // Vestnik TGEU. 2021. №4 (100). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ekopraktiki-v-industrii-pitanii>. (in Russian)
3. Dorogina V. A. Perspektivy primeneniya ekologicheskogo marketinga v sfere obshchestvennogo pitaniya // Mezhdunarodnyj studencheskij nauchnyj vestnik. 2015. № 6. URL: <https://eduherald.ru/ru/article/view?id=14241>. (in Russian)
4. Dugarenko I. A., Kozhuhova I. A., Lobas K. V., Kozhuhova A. V. Dinamika razvitiya obshchestvennogo pitaniya v Respublike Krym // Uchenye zapiski Krymskogo federal'nogo universiteta imeni V. I. Vernadskogo. Geografiya. Geologiya. 2021. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/dinamika-razvitiya-obschestvennogo-pitaniya-v-respublike-krym>. (in Russian)
5. Svetlakov K. A. Optimizaciya raboty restorana, s cel'yu umen'sheniya kolichestva othodov // Gumanitarnye nauchnye issledovaniya. 2022. № 5 URL: <https://human.snauka.ru/2022/05/49713>. (in Russian)
6. Svetlakov K. A. Problema pishchevyh othodov v obshchestvennom pitanii // Gumanitarnye nauchnye issledovaniya. 2022. № URL: <https://human.snauka.ru/2022/05/49661>. (in Russian)
7. Strel'nikov P. V. Ekologichnost' raboty predpriyatiya pitaniya // Aktual'nye problemy aviacii i kosmonavtiki. 2019. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ekologichnost-raboty-predpriyatiya-pitaniya>. (in Russian)
8. CHekashkina N. R. Ekologiya i potrebitel': marketingovyj podhod k resheniyu ekologicheskikh problem // Teoriya i praktika obshchestvennogo razvitiya. 2014. №6. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ekologiya-i-potrebitel-marketingovyy-podhod-k-resheniyu-ekologicheskikh-problem>. (in Russian)

Поступила в редакцию 27.12.2023 г.