



Kovács Gyöngyi

A fenntarthatóság vizsgálata a magyar éttermek körében

1. BEVEZETÉS

A turizmus zöldülése, fenntarthatóságának megvalósítása lassan évtizedek óta központi szerepet játszik a szakmai kutatások, az oktatás, a különböző turisztikai szervezetek és egyre inkább a turisták körein belül is. A fenntartható turizmusfejlesztés, a felelős magatartásmód értelmezése, definiálása, a klasszikus turizmuselméletbe ültetése valamint az etikus viselkedésmód érvényesítése számos probléma forrása mind a tudományos megközelítés, mind a kivitelezés szempontjából. A zöldülési hullám intenzitása minden területen eltér, alkalmazásának háttere, okai is személyre szabottak a turizmus résztvevői között. Az érintettség azonban megkérdőjelezhetetlen.

Az elmúlt évek tapasztalatai alapján a különböző zöld intézkedések – nemzeti parkok alapítása, újabb desztinációk megjelenése, az internetes technológiák térnyerése – között eltörpült a szállodák szerepe. A fenntarthatóság eszméje a szállásadók körébe lassan gyűrűzik be, az eddig elért eredmények száma elmarad az ágazat más képviselői mögött. Pedig a következetesen vezetett zöld szállodák képesek a legerősebben befolyásolni a szakma, a konkurencia, a kiszolgáló ágazatok és a turisták viselkedését. Élénkíthetik az egész régió/desztináció turizmusát, hosszú távú gazdasági és erkölcsi hozamot biztosítva. Ennél is lehangolóbb az éttermek felelősségének szinte teljes hiánya. Kulcsszerepet játszanak a turizmusban, mindemellett legtöbbször gyors bevételforrásként kezelik üzemeltetőik, fel sem mérve a lehetőséget, amit a régió munkavállalóinak, non-profit szervezeteinek és termelőinek nyújthatnának.

Figyelembe véve a fenntarthatóság pilléreit, illetve mindvégig szem előtt tartva – a környezeti és a társadalmi tényezők mellett – a gazdasági egyensúly, folyamatos, kiegyensúlyozott növekedésének fontosságát a legfontosabb kérdés, hogy miként lehet a gyakorlatban érvényesíteni mindezt. Az elméleti ismereteket egy a magyar éttermek körében folytatott kutatás eredményei igazolják és visznek egyre közelebb a kérdés megválaszolásához, miszerint a zöld éttermek hazánkban működő vállalkozások vagy csak a jövő hírnökei.

2. FELELŐSÉGTELJES GASZTRONÓMIA – ZÖLD ÉTTERMEK

Az elmúlt évtizedek során bekövetkezett gasztronómiai átalakulás, a táplálkozáskultúra változásai természetesen óriási hatást fejtettek ki a turizmusra is. Az új trendek megjelenése, az egészséges életmód térnyerése, az igényesség, a nemzeti konyhák sajátosságainak a megerősödése és emellett a standardizált franchise láncok stabil piaci pozíciója is bizonyítja a szektor fontosságát a turizmusipar berkein belül. A gasztronómiai fesztiválok, programok színesítik a turisztikai kínálatot, a fogadó közösség kultúráját könnyed formában mutatják be a vendégeknek, erősítik a helyi közösséget, bevételket teremtenek. A falusi turizmus egyik alappilléret jelentik a háznál előállított élelmiszeripari termékek, amely készítésében a turista is részt vehet, és amelyek értékesítésével a gazda is kiegészítő jövedelemhez jut. (Fehér et. al. 2010)

A szálláshelyekhez hasonlóan, a vendéglátó egységek is relatív nagy környezetszennyezők, ha tevékenységüket nem fenntarthatóan folytatják, igen nagy terhelést jelenthetnek a környezetük számára. Az ágazat összefonódásának szintje az élelmiszeriparral megköveteli, hogy adott esetben a tevékenység egészét az alapanyagok termelésétől követve vizsgáljuk és egységként kezeljük. Eszerint az éttermek felelőssége nem az alapanyagok feldolgozásának módjánál kezdődik, hanem – működő egység esetében – a beszerzés forrásának alapos vizsgálatánál. Új egység létesítésénél azonban az étterem helyének kiválasztásánál, az építkezéshez felhasznált anyagok megválogatásánál, az épület energiafogyasztásának tervezésekor és a folyamatos környezetbarát fenntartás során, már a kezdetektől érvényesíthetők a fenntarthatóság elvei. Az üzemeltetés természetesen rejt magában olyan specifikus elemeket, amelyek kiemelése egyrészt segíti az éttermeket az üzlet stratégiai átalakításában, hosszú távú, fenntartható vezetésében, másrészt tökéletesen alkalmazhatóak a szállodák vendéglátó egységeire (éttermek, bárók, rendezvények) is. A tény, hogy egy étel előállításával és az ehhez kapcsolódó szolgáltatásokkal foglalkozó egységnek helyet adó épületnek átlagosan kettő és félszerese a négyzetméterenként számolt energia kibocsátása, mint egy hagyományos épületnek, indokolja, hogy az éttermek környezetbarát üzemeltetésével is kiemelten foglalkozzon a turisztikai szakma. (Ham–Lee 2011)

Bár a vendégek egyre inkább érzékenyebbek váltak a környezeti kérdésekre, a szektor zöldülése mégis jóval később kezdődött meg, mint az a szállodaiiparban tapasztalható volt. Ennek oka több tényezőre visszavezethető. Az éttermek tulajdonosi struktúrája jóval elaprózottabb, mint a szálláshelyek esetében, így az irányítás is szubjektívebb alapokon nyugszik. Az éttermek a gyorsan megtérülő beruházások közé tartoznak, különösképpen, ha turisztikailag frekvenciált területen létesítik őket. A színvonal esése vagy éppen szinten tartása és az újabb beruházások hiánya jellemzi az éttermek nagy részét. Ez az üzletpolitika szinte teljes mértékben kizárja a környezetbarát megoldások meghonosítását az éttermek többségében. A gazdasági recesszió is számos étterem bezárását eredményezte, illetve olyan mértékű forgalomcsökkenéshez vezetett, amely meggátolta a tervezett beruházásokat.

A zöld éttermekre való igény párhuzamosan jelentkezett a színvonalas alapanyagokból készülő élelmiszerek megjelenésével. Azok a tudatos fogyasztók, akik vásárlásaik során is figyelmet fordítanak az élelmiszerek összetételére és származási helyére, megjelentek az éttermekben és keresletet támasztottak az ún. „zöld ételek” iránt. A fogyasztók többsége hajlandó többet költeni a bio és a helyi termesztésű ételekre. (Case 2008) Az Egyesült Államokban az elkövetkező évek

trendjének egyértelműen a helyi termelésű alapanyagokat emelték ki. A fiatal generáció képviselői a tengerentúlon és Európa szerte is stabil bázist nyújtanak a zöld éttermeknek. (Kovács–Kerekesné 2012) Tudatosságuk, nyitottságuk és informáltságuk szükségszerűen formálják az éttermek zöldülési folyamatát. A jelenséget erősíti az a trend is, miszerint a társadalmi élet helyszínei közül az éttermek tovább erősödtek, a vendéglátóegységek az ünnepek színteréből a hétköznapok helyszíneivé léptek elő. (Jang et. al. 2011)

Az éttermekben kínált „zöld étel” szűken értelmezett definíciója az organikus-helyi-fenntartható hármast jelenti (LaVecchia 2008). A The Green Restaurants Association (Zöld Éttermek Szervezete) segít az éttermeknek a fenntartható kínálat kialakításában, a beszállítók felkutatásában és a kommunikációban. Tevékenységük az üzemeltetés minden aspektusára kiterjed, melyet az 1. táblázat is jól példáz.

1. táblázat: A zöld éttermek fenntarthatóságának területei

Környezeti kérdések	Felhasznált termékek	Kemikáliák	Ételek és italok	Energia felhasználás	Vízhasználat	Épülettervezés	Hulladékkezelés
Túlnépesedés, iparosodás	Papír	Tisztítószer	Organikus/bio ételek	Nagy fogyasztású berendezések	Ételek előállítása	Új beruházások	Hulladék mennyiségének csökkentése
Légszennyezés, ózon problémák	Műanyag	Textiliák	Helyi alapanyagok	Higiénia	Légkondicionáló berendezés	Felújítás	Újrahasznosítás
Vizek szennyezése	Polisztirol termékek, habok	Rovarirtók	Vegetáriánus és vegán ételek	Világítás	Mosogatás/öblítés		Komposztálás
Erdőirtás		Gyertyák, chafing krémek, paszták	Halak és tenger gyümölcsei	Hűtés/fűtés	Hűtőgépek		
Talajok átalakulása, elsivatagosodás			Genetikailag módosított élelmiszerek	Szén-dioxid kibocsátás			
Biodiverzitás csökkenése							
Klímaváltozás							

Forrás: saját szerkesztés a Green Restaurant Association ajánlásai alapján

Az Egyesült Államokbeli, évtizedek óta működő példa ellenére nem alapítottak átfogó szervezetet az éttermek fenntarthatósági igyekezetének elősegítése, támogatása érdekében. A zöld éttermek így a management elkötelezettsége, megfontolt marketingszemponatok vagy a szükség szülte egységek. Utóbbi a még ipari turizmustól mentes, autentikus, zárt közegekben fordulhat elő. A szervezettség hiányának köszönhető az a paradoxon is, hogy napjainkban a legzöldebb éttermek a leginkább éppen a környezetkárosításuk miatt támadott gyorsétterem láncok, amelyek megtehetik, hogy magas bevételeik bizonyos százalékát zöld promócióra, akciókra költsek.

2.1. Zöld praktikák az éttermekben – Víz és hulladék

Az étteremüzemeltetés gyakorlati praktikáinak sora természetesen hosszú távon a költségeket is képesek redukálni. A zöld praktikák három pilléren állnak: egészség, környezet és társadalmi hatások, amihez negyedikként a gazdasági érdek, mint racionális üzleti cél társul. (Ham-Lee 2011)

- Édesvíz felhasználás és megőrzés

A főzés során elpazarolt víz mennyiségének csökkentése, a mosogatás optimalizálása és a hűtőgépek cseréje rengeteg megspórolt édesvizet eredményezhet. A még felhasználható vizek hasznosítása (WC-öblítés, virágok és a kert locsolása) és a környezetbarát-elvű víztisztító berendezések alkalmazása a költségcsökkentés egyik legjobb módja.

- Hulladéksökkentés és újrahasznosítás

Az étterembe bekerülő áruk gyakran fölöslegesen túl vannak csomagolva. Nagyobb kiszérés rendelése esetén (rostos gyümölcsle koncentrátumok, friss gyümölcs és zöldség, helyi pékáru, hús) a csomagolóanyag mennyisége is csökken. Egyenként/porciónként árult élelmiszerek (ketchup, cukor, lekvár, méz, citromlé) helyett adagoló eszközök, nagyobb, tetszetős tárolók használata is csökkenti a hulladék mennyiségét.

A konyhai hulladék (zöldségek és gyümölcsök héja, tojánhéj) komposztálható, a nem értékesített, de még használható ételek, élelmiszerek (megmaradt napi menü, pékáru, nem kifogástalan kinézetű, de minőségében jó zöldség és gyümölcs) jótékonyági célokra is felajánlhatóak. (Tzschentke et. al. 2008) A használt zsiradék és sütőolaj helytelen kezelése hatalmas terhet ró a környezetre, esetükben a szabályok betartásával, gondos gyűjtéssel ez teljesen kiküszöbölhető. A moslék hasznosítása szintén szigorú szabályozás alá esik, mennyisége nagyban csökkenthető az étteremben árult adagok csökkentésével, a vendégigények folyamatos követésével.

2.2. Zöld praktikák az éttermekben – Ételek

A zöld étterem kulcsa az ételek minőségében keresendő. Több tényező együttes jelenléte szükséges a teljes körű fenntarthatóság kivitelezéséhez. Kerülni kell a konyhában a fagyasztott, kétes eredetű, félkész és túlfinomított alapanyagok használatát, ez nem csak fenntarthatatlan, de az üzlet alacsony színvonalát is bizonyítja.

- Ételek

Az étlap kialakításánál minél több vegetáriánus és vegán fogást kell a kínálatba építeni, hiszen sokan környezeti okokból tértek rá a húsmentes étkezésre. A főszakács rátermettségét bizonyítja, ha változatos, zöldség/gabona alapú ételsort alakít ki, és az étteremnek is kevesebb kiadást jelent, mivel hússal dolgozni, azt beszerezni és tárolni mindig jóval költségesebb, mint ugyanazt a friss zöldség esetében.

A fenntarthatóság legjobb bizonyítéka, ha az étterem erőfeszítéseket tesz, hogy a felhasznált alapanyagait helyben szerezze be. Fel kell kutatni a termelőket, farmereket és közvetlenül tőlük (kiiktatva a kiskereskedők és nagykereskedők hasznát), a személyes kapcsolat ápolásával, a minőség folyamatos ellenőrzésével beszerezni az alapanyagokat.

Természetesen az étlap összeállításánál is figyelemmel kell lenni rá, hogy ne legyenek olyan ételek, amelyekhez több száz/ezer kilométereket kell utaztatni az árukat. Ez a szállítás a széndioxid kibocsátás mellett a termék minőségromlásához is vezet, illetve nagy mennyiségű kemikália használatát igényli. A helyi termelők bevonása az egész régió gazdaságát fellendíti, a speciális ételek extra vonzerőként szolgálnak. A termék minél kisebb szállítótól származik, annál biztosabb,

hogyan nincsen génmódosítva, hormonokkal, növényvédőkkel kezelve, az állatok etikusán voltak tartva. Minderre különös figyelmet kell fordítani a termelővel való megállapodás alkalmával. Ha nincs lehetőség helyi farmerekkel együttműködni (nagyvárosokban), akkor érdemes csatlakozni egy közeli kisebb település élelmiszer-termelői hálózatához, ahelyett, hogy hipermarketből szerezne be az alapanyagokat. Ha mégis utóbbi maradna a megoldás, akkor ökológikus gazdálkodásból származó (bio) védjeggyel ellátott terméket kell választani és törekedni arra, hogy az áruk közül azt vásárolja az étterem, amelyik a legkevesebbet utazott. A helyi termékek kínálása, népszerűsítése erősíti a turistában a hitelesség érzését, kapcsolódási pontot jelent a kultúrához. Az előállított élelmiszerek szuvenirként való értékesítése is a fenntartható turizmus egyik kulcstényezője. (Sims 2009)

A Fair Trade termékek árusítása is újabb követ jelent a zöld étteremmé válás útján. Azon növények értékesítése, amelyek a Földnek csak bizonyos részén teremnek meg, legtöbbször nagy multinacionális cégek koordinációja alatt állnak. A kávé-, kakaó-, teaültetvények dolgozói döntő többségben kizsákmányolt helybeliek, akik az értékesített termék árának töredék részét kapják csak meg. Ezt kiküszöbölendő jött létre a Fair Trade szervezet, mely a kiskereskedőket és nagykereskedőket többségében kiiktatja az értékesítési láncból, így a termék árának nagy része a termelőnél maradhat. A termék minősége is jóval magasabb, gyakran nyerik el a bio minősítést is. (European Fair Trade Association)

2.3. Zöld praktikák az éttermekben – Egyéb beavatkozási pontok

- **Energiafelhasználás**

Az étterem folyamatos működéséhez szükséges berendezések energiatakarékos üzemeltetése (mozgásérzékelő világítás, optimalizált légkondicionálás, fűtés), környezetbarát energia használata (napelemek, geotermikus/szél energia) és energiatakarékos gépek (hűtőgépek, sütők) beszerzése nagyban csökkenti a költségeket, hosszú- és középtávon mindenképpen megtérülő befektetést jelent. Az áruk beszerzésének, ételek kiszállításának ésszerű megszervezése az üzemanyag mennyiségének csökkenését eredményezi. (Zobor 1995)

- **Kemikáliák**

A takarító- és mosószerek megválasztásával sokat tehet az étterem a környezetért, a kibocsátásra kerülő szürke víz és szennyvíz mérgezőanyag-tartalmának csökkentésével. A használt textíliák szín- és szennyeződés alapján való szelektálása és kezelése a mosások sűrűségét csökkenti, ésszerűsíti.

- **Szervezeti intézkedések**

A személyzet érdekeltté tétele meghatározó a zöld menedzsment kialakításában. Folyamatos ösztönzésüknek, oktatásuknak multiplikátor hatása lehet, ami egy letisztult, egységes zöld profilt eredményez az étteremnek. A kifelé kommunikált fenntarthatóság a partnerek és a helyi lakosság tiszteletét és elismerését vonzza maga után. Részvétel jótékonysági akciókon, helyszín biztosítása különböző zöld rendezvényeknek, önkéntes programok támogatása megerősíti az étterem pozícióját a térségben. Szelíd, lassú, de eredményes módja lehet ez a vendégek gondolkodásmódjának változtatására is. (Han et. al. 2011)

3. ZÖLD ÉTTERMEK MAGYARORSZÁGON – A GYAKORLAT

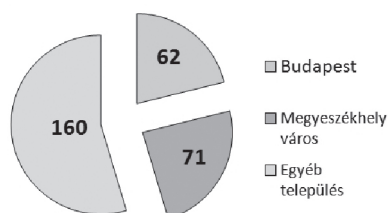
A Károly Róbert Főiskola Turizmus-vendéglátás alapszakos és Vendéglátó szakmenedzser hallgatóinak segítségével 2012 tavaszán feltérképezésre került a hazai éttermek egy része (a kérdőív teljes terjedelmében az 1. mellékletben található). Az éttermek vezetői által kitöltött kérdőívek többek között a vállalati fenntarthatóságot, a menedzsment környezeti érzékenységének fokát és a már alkalmazott zöld gyakorlat különböző elemeit vizsgálta. A 293 elemből álló minta tartalmazott kis üzletet, konferenciaközpontot és esetenként szállodák éttermeit egyaránt. Követelmény volt azonban az ülő fogyasztásra kialakított vendégtér, a saját melegkonyha és az étlap, így a gyorséttermek, reggeliztetők és büfék nem vettek részt a kutatásban. A vizsgált éttermek döntő többsége hazánk keleti részén (Észak-Magyarország, Észak-Alföld és Dél-Alföld tervezési-statisztikai régiók) illetve a fővárosban találhatóak. Az étterem méretéről és elhelyezkedéséről a 2. táblázat és az 1. ábra nyújt további információt.

2. táblázat: Az éttermek mérete

Étterem vendégterének befogadóképessége (fő)	Kitöltött kérdőív (db)
0 – 50	38
50 – 100	127
100 – 200	95
200 – 350	20
350 – 500	9
500 felett	4

Forrás: saját szerkesztés

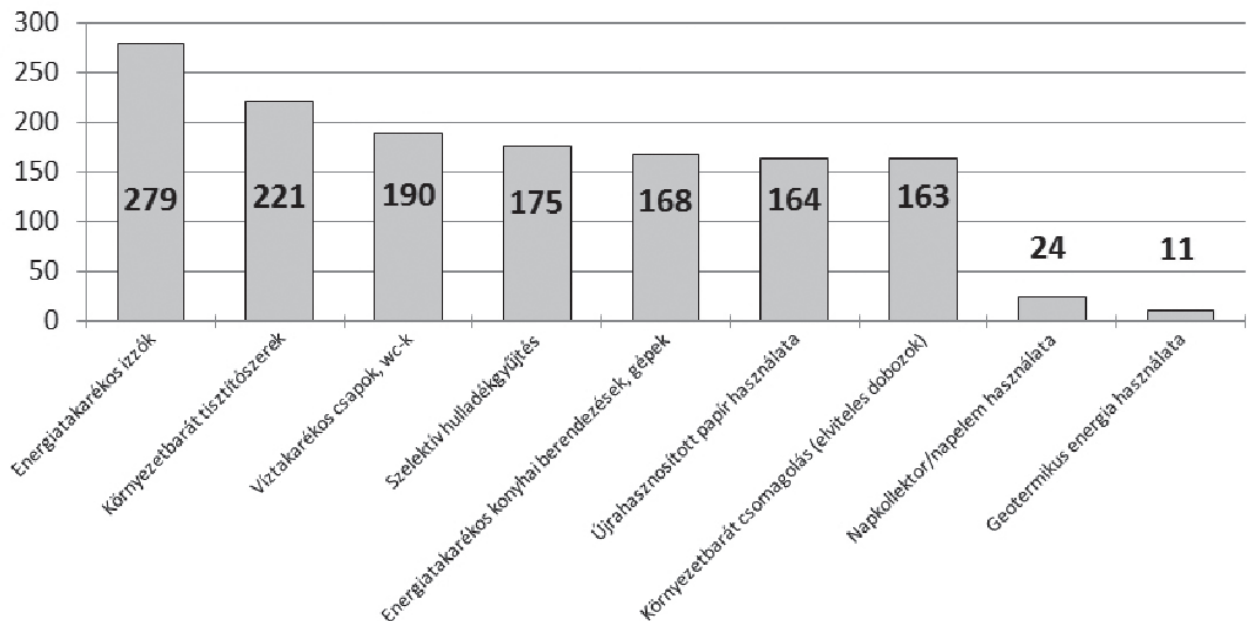
1. ábra: Az éttermek elhelyezkedése



Forrás: saját szerkesztés

A zöld megoldások gyakorlati alkalmazásának több ígéretes jelét is mutatják az éttermek. Többségük használ energiatakarékos izzót és környezetbarát tisztítószer is. Számos helyen megtalálhatóak a víztakarékos csapok és wc-k és a megkérdezett vendéglátó egységek több mint felében alkalmazzák a szelektív hulladékgyűjtést, az újrahasznosított papírtermékeket és az energiatakarékos konyhai felszereléseket, berendezéseket. Várhatóan, a megújuló energiaforrások használata végzett az utolsó helyen, bár mindenképpen bizakodásra ad okot, hogy többen felismerték ennek a fontosságát is. A 2. ábra illusztrálja az említések számának sorrendjében a környezetbarát megoldásokat a magyar éttermekben.

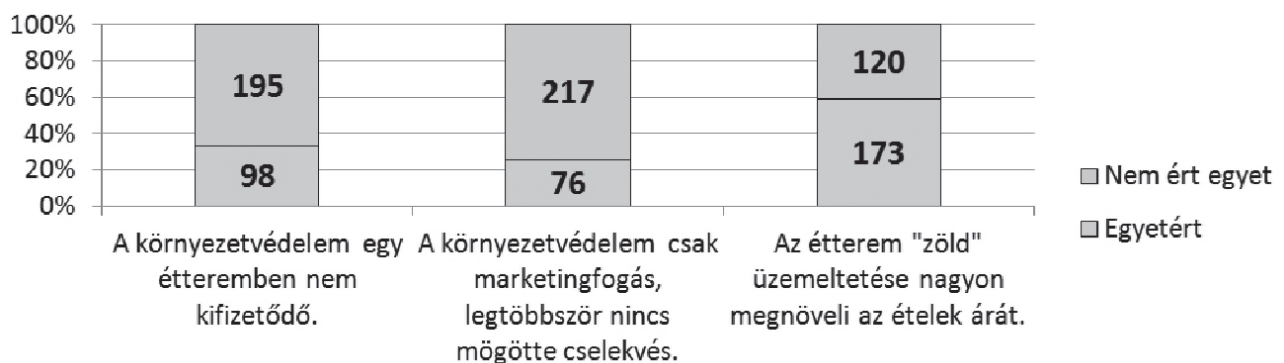
2. ábra: Az éttermekben alkalmazott zöld gyakorlatok



Forrás: saját szerkesztés

A magyar vendéglátásban dolgozó szakemberek mentalitása, a zöld filozófiához való hozzáállása három kijelentéssel lett felmérve, amivel a vezetők vagy egyetértettek, vagy sem. Válaszaik (3. ábra) bizonyítják a nagy mértékű szkepticizmust a témával kapcsolatban, illetve az informáltság alacsony szintje is tetten érhető, különösen az első és a harmadik kijelentésre adott válaszközl.

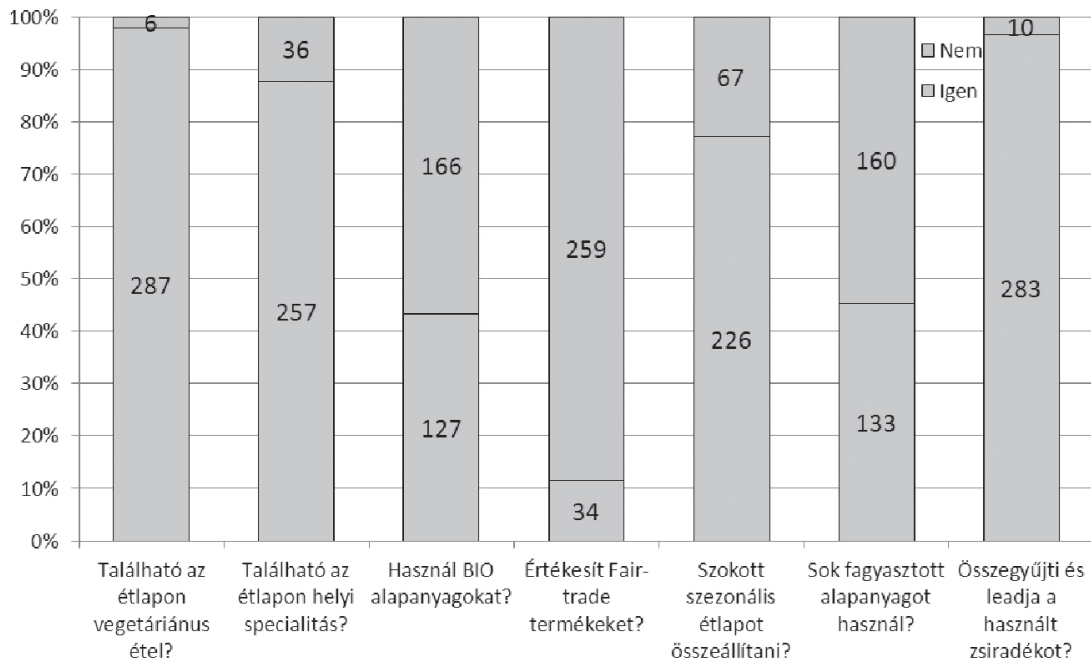
3. ábra: A vendéglátósok véleménye a zöldülésről



Forrás: saját szerkesztés

A zöld gyakorlat utolérhető a mindennapi üzemeltetés olyan apró mozzanataiban is, mint a kínálat kialakítása vagy a használt sütőzsiradék kezelése. Az alábbi, 4. ábra mutatja a legjobban, hogy az ételkínálat kialakítása, a beszerzés forrása és a zöld gasztrotrendek követése mennyire nyilvánul meg a mai magyar éttermek körében bizonyos tételek kiemelését vizsgálva.

4. ábra: A kínálat elemei a környezetvédelem tükrében

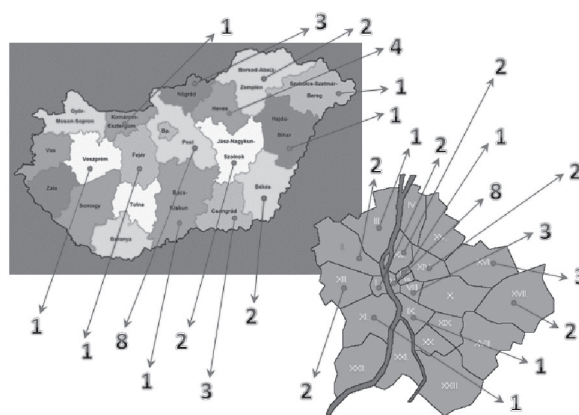


Forrás: saját szerkesztés

3.1. Budapesti versus vidék – a fejlődés eltérő útja

A 293 elemből álló minta heterogén összetétele miatt az apró különbségek rávilágítására egy közelítő módszerre volt szükség. Összeállításra került egy 60 étteremből álló lista, amely alapos válogatás után (döntően árszínvonal és méret) homogén mintának tekinthető. A 30 fővárosi és 30 vidéken található étterem fenntarthatósági gyakorlatának összehasonlítása – melyet azonos kérdőívvel végeztem – több pontban is jelentős különbségeket fedett fel. Az éttermek területi eloszlását az 5. ábra mutatja.

5. ábra: Az éttermek földrajzi elhelyezkedése megyékre/kerületekre osztva



Forrás: saját szerkesztés

A vizsgálat alá vett faktorok száma magasabb volt, mint a nagy minta esetében. Az éttermek méretét tekintve, többségük a közepes méretű (150 férőhelynél kisebb) egységek közé tartozik. Megállapítható, hogy a vidéken található éttermek átlagosan nagyobb vendégtérrel rendelkeznek, mint a budapestiek és nagyobb arányban üzemeltetnek kerthelységet is. (3. táblázat). A vendégkör összetételében már jelentős különbség fedezhető fel, ugyanis a vidéki éttermek a magyar vendégek arányát

jóval alacsonyabbra becsülték, mint a fővárosiak. Levonható a következtetés, hogy az étterembe járás kultúrája jóval erősebb Budapesten, mint a vidéki területeken, melyet természetesen számos tényező befolyásol (jövedelmi helyzet, tradíciók, háztáji gazdaság, stb.). Utóbbiak elhelyezkedése nem ad okot arra, hogy csupán az átutazókra, kamionosokra építsenek, bár a legtöbbször említett látogatók küldő országából is erre lehetne következtetni. Budapesten a külföldi vendégkör döntő többségét a Nyugat-európai turisták alkotják, míg a vidéki éttermek tulajdonosai nagy számban említették keleti szomszédainkat és a szovjet utódállamok képviselőit.

3. táblázat: Éttermek mérete, vendégkör összetétele

	Budapest	Vidék
150 főnél kisebb befogadóképességű vendégtér (db)	26	25
Átlagos kapacitás (150 főnél kisebb éttermek esetében)	70	84
Kerthelység (db)	22	25
Vendégösszetétel (magyar%)	74,5	57,2
Az 5 legtöbbször említett nemzet a külföldi vendégek közül	Német Angol Francia Olasz Osztrák	Német Román Osztrák Lengyel Szlovák

Forrás: saját szerkesztés

A vizsgált éttermekben alkalmazott zöld gyakorlatok nagy különbségeket nem mutattak a két csoport között. Ez pozitív eredmény a környezettudatosság alkalmazásának tekintetében, hiszen rácsafol arra a feltevésre, miszerint a haladó gondolatok, gyakorlatok csak a főváros területén kerülnek alkalmazásra. A vizsgálat alá vont gyakorlatok (4. táblázat) okai nem lettek feltárva, így arra nem derült fény, hogy a fenntarthatóság elvei vagy a racionális gazdasági előny, esetleg a tradíciók játszották a főszerepet a management döntésében. A táblázat utolsó három sorában szereplő tételek összevetésre kerültek az adott étterem étlapjával is. Bár a kérdőíven egyértelműen regionális (adott térségre jellemző, speciális) étel volt feltüntetve, melyet a vidéki éttermek étlapjai sorra alá is támasztottak (Mátrai Borzaska, Palócleves, Kárpátaljai tál, stb.), a fővárosiaknál ez már nem volt ennyire egyértelmű, a legtöbb esetben csupán standard magyar ételek szerepeltek az – egy-két helyen túlszofisztikált – étlapon (borjúpörkölt, gulyásleves, Budapest bélszín). A kérdőívek kitöltőink teljes hitelességét a BIO ételek használatára vonatkozó ételek tovább gyengítették, ugyanis sem a budapesti, sem a vidéki éttermek közül nem volt egyetlen vendéglő, ahol az étlapon szerepelt volna, hogy az adott fogás (vagy bizonyos alapanyaga) ökológiai gazdálkodásból származna.

4. táblázat: Zöld gyakorlatok

	Budapest	Vidék
Energiatakarékos izzók	30	29
Szelektív hulladékgyűjtés	17	20
Környezetbarát tisztítószer	22	25
Víztakarékos csapok, wc-k	23	22
Újrahasznosított papír	17	19
Regionális specialitás az étlapon	28	29
BIO alapanyagok használata	16	17
Szezonális étlap	28	24

Forrás: saját szerkesztés

A kutatás egyik bázisának számító kérdéskört a beszerzések forrása és távolsága az étteremtől alkotta. Az áruk frissessége, eredetének biztonságos kiléte, az alapanyagok forrásának ismerete és az utaztatott termékek által megtett kilométer döntően fontos információ a végül felszolgált étel fenntarthatóságának oldaláról. Magyarországon több színvonalas étterem is kifogásolja a minőségi alapanyagok meglétét, illetve azok folyamatos, megbízható szállításának biztosítását. (Fehér et. al. 2010) Díjnyertes éttermeink többsége inkább szállíttatja külföldről az árukat, mint felkutatná a helyi beszállítókat. Ennek sajnos sem a kultúrája, sem egy kiépített háttérintézménye/infrastruktúrája nincsen hazánkban. A beszerzéseket a legtöbbször a lehető legegyszerűbb módon intézik. Az alapanyagok szállítása döntően két módon történhet egy étterem esetében. Az első megoldást, miszerint a vendéglátó egység vezetője/alkalmazottja szerzi be a különböző kereskedésektől az árukat, általában vegyesen alkalmazzák a második lehetőséggel, a partner szállítási szolgáltatásával. Hazánkban a vendéglőkre specializálódott nagykereskedés (Metro) 12 egységének valamelyike népszerű megoldás az alapanyagok beszerzésére vidéken és Budapesten egyaránt. (5. táblázat) A szupermarketek, hipermarketek már nem játszanak olyan nagy szerepet a vendéglátás kiszolgálásában. A speciális kiskereskedők (kávészaküzletek, különleges fűszerboltok) felkeresését azonban a vidékiek jóval ritkábban választják, mint lehetséges opciót, mint a fővárosiak. Bevallásuk szerint az éttermek vezetői sűrűn látogatják a helyi termelőket, piacokat, ami mindenképpen pozitív trendként értékelhető napjaink vendéglátásában. A nagy márkák, monopól helyzetben lévő cégek képviselői (Coca-cola, Matusz-Vad) az éttermek döntő többségébe szállítanak, ez hazánkban nagyon nehezen/drágán lenne csak kikerülhető.

5. táblázat: Beszerzések

	Budapest	Vidék	
Metró áruház	20	22	<i>Étterem szállít</i>
Hipermarket, szupermarket	6	10	
Speciális kis/nagykereskedés	17	3	
Helyi piac, termelő, őstermelő	25	27	
Országos szállító	23	27	<i>Partner szállít</i>
Helyi szállító	15	20	

Forrás: saját szerkesztés

Mindebből világosan látszik, hogy egyéni erőfeszítések és törekvések vannak a friss alapanyagok beszerzésére, igény lenne egy fenntartható rendszerre, ami kizárja a tízezer kilométereket utaztatott, esetlegesen génmódosított vagy egyéb módon szennyezett élelmiszerek felhasználását. Sajnos azonban napjainkban az étteremtulajdonosok, akik hosszú távra terveznek, számos akadályba ütköznek ezen a téren és segítségre is aligha számíthatnak. A külföldön működőképes közösségi bevásárlások, a régiós alapon működő megállapodások hazánkban még váratnak magukra.

4. ÖSSZEZGÉS

A kutatás rámutat, hogy van remény a magyar gasztronómia környezetbaráttá tételére, bár még számos évtizedes berögződést, hibás és már kevésbé divatos tényezőt el kell hagyni és helyettük a világ vezető gasztronómiai trendjeit minél inkább a kínálatba építeni. A vendéglátás színvonala tükrözi a magyar nép általános kultúrájának színvonalát, amiben sajnos számos csorba esett az elmúlt években-

évtizedekben. A szakmának tudnia kellene kiszűrni azokat az elemeket, akik csupán a gyors nyereség reményében, szaktudás, tapasztalat és stratégia nélkül vágnak bele éttermek üzemeltetésébe.

Látványos fejlődésre, nagy áttörésekre nem szabad számítani, de a hosszú távra tervező, következetes üzletvezetés alapfilozófiájává válhat a fenntartható fejlődés eszméje a jövőben Magyarországon is. A gasztrorradalmat remélhetően hamarosan az éttermek törvényszerű változása fogja követni hazánkban is.

FELHASZNÁLT IRODALOM

- CASE, H. (2008): *Consumers still willing to pay for „Green”* <http://www.naturalfoodnet.com/nfnportal/article.aspx?aid=2254>
- European Fair Trade Association - <http://www.eftafairtrade.org/>
- FEHÉR P. – FÜREDER B. – VÁRVIZI P. (2010): *A magyar gasztronómia és vendéglátás helyzete napjainkban*, in: Turizmus Bulletin XIV. évf. 4. pp. 34-43
- Green Restaurant Association - <http://www.dinegreen.com/>
- HAM, S. – LEE, S. (2011): *US restaurant companies' green marketing via company websites: impact on financial performance*, Tourism Economics, 17, p. 1055-1069
- HAN, H. – HSU, L. – LEE, J. – SHEU, C. (2011): *Are lodging customers ready to go green? An examination of attitudes, demographics, and eco-friendly intentions*, International Journal of Hospitality Management, Vol 30. pp. 345-355
- JANG, Y. – KIM, W. – BONN, M. (2011): *Generation Y consumers' selection attributes and behavioral intentions concerning green restaurants*, International Journal of Hospitality Management, Vol 30. pp. 803-811
- KOVÁCS Gy. – KERÉKESNÉ M. Á. (2012): *Sustainable gastronomy* (kézirat)
- LAVECCHIA, G. (2008): *Green: the new gold*, Restaurant Hospitality 92 (4)
- SIMS, R. (2009): *Food, place and authenticity: local food and the sustainable tourism experience*, Journal of Sustainable Tourism, Vol. 17, No. 3, pp. 321-336
- TZSCHENTKE, N. A. – KIRK, D. – LYNCH, P. A. (2008): *Going green: Decisional factors in small hospitality operations*, International Journal of Hospitality Management 27, p. 126-133

1. MELLÉKLET

A vendéglátóhely neve:

Nyitva tartás:.....

Vendégtér befogadóképessége (fő):.....

Kerthelység (fő):.....

Címe (irányítószám, település, utca, házszám):

Különterem befogadóképessége:.....

.....

Fizetési lehetőségek:

E-mail:.....

Bankkártya/hitelkártya

Telefonszám:.....

Szép kártya

Honlap:.....

Üdülési csekk

Vezető neve:.....

Erzsébet utalvány

Vendéglátóhely típusa:.....

Egyéb hűségkártya/Utalvány

1, Mely szolgáltatások találhatóak meg az étteremben?

- Léghűtés
- Élőzene
- Rendezvények lebonyolítása
- Táncparkett/táncolási lehetőség
- Gyermekszék
- Gyermeksarok/játszó szoba/mesevetítés

2, Mely szavakkal/jelzőkkel jellemezné az étterem vendégterének kinézetét, berendezését?

-
-

3, Honnan származnak az éttermet díszítő tárgyak? Mit jelképeznek?

.....

4, A vendégek összetétele az Ön becslése alapján: (%)

magyar – külföldi

5, A külföldi vendégek küldő országa (a leginkább jellemző 3 ország):

-
-
-

6, Mely környezetbarát megoldás található meg az étteremben/melyet tervezik bevezetni (cserélni) egy éven belül?

Megtalálható/Tervezzük

- Energiatakarékos izzók
- Teljes körű szelektív hulladékgyűjtés (konyha, vendégtér, iroda, stb...)
- Napkollektor/napelem
- Geotermikus energia
- Környezetbarát tisztítószer
- Víztakarékos csapok, wc-k
- Energiatakarékos konyhai berendezések/gépek
- Újrahasznosított papír (iroda, wc, szalvéta, stb...)
- Környezetbarát csomagolás (elviteles dobozok)

7, Egyetért az alábbi kijelentéssel?

- A környezetvédelem egy étteremben nem kifizetődő beruházások sorát jelenti.
- Oda kell manapság figyelni arra, hogy a kínált ételek egészségesek legyenek.
- A környezetvédelem csak marketingfogás, legtöbbször nincs mögötte cselekvés.
- Időnként csapatépítő tréninget, közös kirándulást kell szervezni az alkalmazottaknak, hogy a napi munka zökkenőmentesen folyjon.
- A vendégek döntő többsége nem keresi a környezetbarát megoldásokat.
- Az Európai Unió és a hazai vendéglátásra vonatkozó szabályok (pl. HACCP, ISO, stb...) feleslegesen bonyolítják meg az üzletvitelt.
- A sikeresség kulcsa a folyamatos változás, újítás.
- A hosszú távú fennmaradás/jövedelmezőség kulcsa az állandó színvonal, kínálat, megszokott szolgáltatások nyújtása.
- Az étterem „zöld” üzemeltetése nagyon megemeli az ételek árát.

8, Melyik 3 étel a legnépszerűbb az étlapról?

-
-
-

9, Mit kezd a moslélkkal?

.....
.....

10, Mi lesz a sorsa a még felhasználható, de értékesítésre nem kerülő alapanyagoknak/ételeknek?

.....
.....

11, Kérem, igennel-nemmel válaszoljon a következő kérdésekre!

- Található az étlapon vegetáriánus étel?
- Található az étlapon helyi/regionális specialitás?
- Használ bio alapanyagokat?
- Értékesít fair-trade termékeket?
- Szokott szezonális étlapot összeállítani? (Húsvéti, tavaszi, Karácsonyi, stb...)
- Sok fagyasztott alapanyagot használ?
- Összegyűjti és leadja a használt zsiradékokat?

12, Kérem, töltsé ki a beszerzéssel kapcsolatos táblázatot!

	Saját magam szerzem be. Forrása:											Szállító hozza az étterembe.	
	Metro	Tesco, Auchan, Cora, Spar, Interspar	Match, Profi, CBA, Reál, Coop	Lidl, Aldi	Külföldi supermarket (Carrefour, külföldi Tesco, Billa, E. Leclerc, stb...)	Speciális kiskereskedés (Ázsia bolt, kávészaküzlet, borkereskedés, stb...)	Helyi élelmiszerpiac	Helyi zöldséges	Termelő/őstermelő a környékről	Termelő/őstermelő 100 km-nél távolabbról	Webshop	Egyéb	Cégnév:
Hús													
Felvágott													
Hal													
Tojás													
Szárazáru (liszt, konzerv)													
Pékáru													
Tenger gyümölcsei													
Hazai gyümölcs													
Déligyümölcs													
Földesáru													
Primőr zöldség													
Különleges zöldség													
Üdítő													
Ásványvíz													
Kávé/tea													
Röviditalok													
Bor													
Sör													

Kelt:

Adatlap kitöltőjének neve, beosztása:

Adatlap kitöltőjének aláírása:

Köszönjük a segítségét!