

НА ДОМ НЕ ВЫДАЕТСЯ

Р.А. АКИМОВА

24-3689

ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ
СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ
ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

68930-48
24-03689

МОНОГРАФИЯ



**Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«ДАГЕСТАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

Р. А. Акимова

**ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ
В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ
ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ**



Махачкала - 2023

УДК 330.34

ББК 65.431

А-39

*Печатается по решению Совета ФГБОУ ВО «Дагестанский
государственный технический университет» от 26 октября 2023 г.*

Рецензенты:

Ахмедова Ж.А. – д.э.н., профессор кафедры ГиМУ ДГТУ,

Савзиханова С.Э. – д.э.н., профессор кафедры ИТиИБ ДГУНХ

Акимова Р.А.

А-39 Экологический маркетинг в системе управления предприятием общественного питания. – Махачкала: Издательство АЛЕФ, 2023. – 132 с.

ISBN 978-5-00212-457-2

Монография посвящена теоретическим и практическим проблемам формирования и управления системой экологического маркетинга на предприятии общественного питания. Основное внимание уделено анализу реализации экологического маркетинга на предприятиях общественного питания и основным направлениям формирования эффективной системы организации и управления на данных предприятиях с применением элементов экологического маркетинга.

Уточнен терминологический аппарат, касающийся понятий «экологический маркетинг», «общественное питание», «экологическая безопасность», «маркетинговое управление предприятием общественного питания»; определены факторы повышения эффективности функционирования предприятий общественного питания в рыночных условиях, что позволяет заведениям общественного питания адаптироваться и эффективно реагировать на изменения окружающей среды, для достижения поставленных целей; выявлены основные тенденции развития предприятий общественного питания; выявлены и проанализированы экологические проблемы в сфере общественного; разработаны методические подходы к формированию программы экологического маркетинга для ресторана, что дает возможность проводить долгосрочную стратегическую политику, избегать значительных экономических и социальных потрясений и добиваться стабильного развития.

Изложены основные аспекты экологических практик в контексте развития экологического маркетинга. Проведено исследование эко-практик заведений общественного питания города Махачкалы (Республика Дагестан).

Данная монография представляет интерес для научных работников, аспирантов, преподавателей, студентов вузов, изучающих проблемы в сфере общественного питания, экологии и маркетинга.

ISBN 978-5-00212-457-2

© Акимова Р.А., 2023

© ФГБОУ ВО «ДГТУ», 2023

© Издательство АЛЕФ, 2023

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	4
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ОРГАНИЗАЦИИ И УПРАВЛЕНИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО МАРКЕТИНГА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ	7
1.1. Роль и место рынка общественного питания в социально-экономическом развитии	7
1.2. Сущность и основы экологического маркетинга в сфере общественного питания	15
1.3. Теоретические аспекты разработки программы экологического маркетинга	29
ГЛАВА 2. РОЛЬ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО МАРКЕТИНГА В УПРАВЛЕНИИ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ	39
2.1. Анализ состояния и перспективы развития предприятий общественного питания в России	39
2.2. Современные проблемы обеспечения экологической безопасности в сфере общественного питания	51
2.3. Анализ целесообразности внедрения концепции экологического маркетинга на предприятиях общественного питания РФ	62
ГЛАВА 3. ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ФОРМИРОВАНИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО МАРКЕТИНГА НА ПРЕДПРИЯТИИ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ	76
3.1. Методические основы оценки эффективности маркетинговой системы управления на предприятиях общественного питания	76
3.2. Модель управления экологического маркетинга на предприятии общественного питания	82
3.3. Основные подходы к определению экологических стратегий предприятий общественного питания	93
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	104
ЛИТЕРАТУРА	107
ПРИЛОЖЕНИЯ	119