

## ЕКОМАРКЕТИНГ У РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

**Кульбака А.Р., Петренко К.А., гр. МР-38**

Науковий керівник – д-р екон. наук, доц. **О.В. Жегус**  
Харківський державний університет харчування та торгівлі

Усе більше людей починають відповідальніше ставитися до свого здоров'я, у зв'язку з чим популяризуються принципи здорового способу життя. Ключове місце у ньому посідає харчування. Основними вимогами до нього є корисність, безпечність, повноцінність раціону, що здебільшого забезпечується екологічністю та натуральністю продуктів. Тренд здорового харчування формує новий тренд в індустрії харчування, в тому числі в сфері ресторанного бізнесу. У зв'язку з цим закладам ресторанного господарства доцільно більш активно використовувати екомаркетинг.

Екомаркетинг – сучасна концепція управління, яка сприяє формуванню та задоволенню екологічних і соціальних запитів споживачів та суспільства в цілому, шляхом виробництва та просування екологічних продуктів з підвищеною цінністю, використовуючи при цьому технології, які дозволяють мінімізувати ресурсовитрати та не шкодити навколишньому середовищу.

Упровадження екомаркетингу в заклади ресторанного господарства передбачає переорієнтацію виробництва кулінарної продукції за принципами екологічності, безпечності, етичності. Для її реалізації необхідні наступні заходи:

- відповідальний вибір сировини та інгредієнтів, які використовуються для виготовлення кулінарної продукції;
- розширення асортименту страв та напоїв відповідно до концепції здорового харчування;
- впровадження продуктових інновацій – створення і наступне пропонування споживачам екоїжі та еконапоїв, які є принципово новими або їхня якість та смакові характеристики суттєво відрізняються від попередніх;
- перехід на ресурсозбережні та енергозбережні технології;
- поширення інформації та активна пропаганда повноцінного і раціонального харчування, спрямування маркетингових зусиль на формування культури здорового харчування.

Наведені заходи дозволять сформувати конкурентні переваги закладу ресторанного господарства, які нададуть можливість покращити його імідж та підвищити привабливість для споживачів і забезпечити на цій основі умови для подальшого розвитку.