O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI
OLIY VA O'RTA MAXSUS TA'LIM VAZIRLIGI
TOSHKENT DAVLAT IQTISODIYOT UNIVERSITETI



S.R. SAFAYEVA

RESTORAN BIZNESI MARKETINGI

O'quv qo'llanma

«IQTISODIYOT»

S17

O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASI OLIY VA O‘RTA MAXSUS
TA’LIM VAZIRLIGI

TOSHKENT DAVLAT IQTISODIYOT UNIVERSITETI

S.R. SAFAYEVA

RESTORAN BIZNESI MARKETINGI

O‘quv qo‘llanma

9|k 7339
TDIU
kutubxonasi

TOSHKENT – IQTISODIYOT – 2016

UO'K: 348.48:339.138 (575.1)
KBK: 75.81.

Safayeva S.R. Restoran biznesi marketingi. O'quv qo'llanma –T.: IQTISODIYOT, 2016. – 212 b.

Ushbu o'quv qo'llanmada restoran sohasida marketing tadbirlarini amalga oshirish metodikalari bayon etilgan. Marketing faoliyatining marketing tadqiqotlarini tashkil etish va o'tkazish, strategik va taktik marketingni ishlab chiqish, restoranni ma'muriy marketing yordamida boshqarish kabi muhim yo'nalishlari ko'rib chiqilgan. Asosiy urg'u restoran sohasida biznesni tashkil etish xususiyatlariga berilgan.

O'quv qo'llanma oliy o'quv yurtlarining marketing, servis (turizm va mehmonxona xo'jaligi), turizm menejmenti yo'nalishlarida ta'lim olayotgan magistrlar va restoran sohasi xodimlari uchun mo'ljallangan.

Ma'sul muharrir: dots. Xamidov O.X.
Taqrizchi: dots. Tolipova N.,
i.f.n. Abidova D.I.

Сафаева С.Р. Маркетинг ресторанного бизнеса: Учебное пособие. –Т.: IQTISODIYOT, 2016. –212 с.

В настоящем учебном пособии изложены методики осуществления маркетинговых мероприятий в ресторанной сфере. Рассмотрены важные элементы, такие как, управление рестораном с помощью административного маркетинга, разработка стратегического и тактического маркетинга, организация и проведение маркетинговых мероприятий, маркетинговой деятельности.

Основной акцент делается особенностям организации бизнеса в ресторанной сфере.

Данное учебное пособие предназначено для магистров высших учебных заведений, обучающихся по направлению маркетинг, сервис (туризм и гостиничное хозяйство), менеджмент туризма и сотрудников ресторанного бизнеса.

Ответственный рекдактор: доц. Хамидов О.Х.
Рецензент: доц. Толипова.,
к.э.н. Абидова Д. И.

Safaeva S.R. Marketing of restaurant business. Textbook. – T.: IQTISODIYOT, 2016. –212 p.

The following textbook featured methodic of organizing marketing events in restaurant sphere. Such important directions like organizing and holding marketing researches of marketing activity, working out strategic and tactic marketing, directing restaurant through administrative marketing were described. The basic accent was given to business development in restaurant sphere.

The textbook is intended for marketing, service (tourism and hotel economy), tourism management directions of the High school's master's degree students and for restaurant sphere employees.

Editor in chief: Khamidov O.
Reviewers: doc. Tolipova N.,
Abidova D.

UO'K: 348.48:339.138 (575.1)
KBK: 75.81.

ISBN 978-9943-986-38-1

©Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti, 2016.
© S.R.Safayeva, 2016.

MUNDARIJA

	KIRISH	**12**
1 – bob.	**RESTORAN BIZNESINING BOZOR KONSEPSIYASI**	**14**
1.1	Restoran marketingiga kirish	14
1.2.	Restoran biznesi konsepsiyasi va uning rivojlanishiga ta'sir etuvchi omillar	16
1.3.	Umumiy ovqatlanish korxonalarida marketing faoliyatiga baho berish	22
1.4.	Restoran xizmatlariga talab va taklifni baho darajasiga bog'liqligi tahlili	32
2 – bob.	**RESTORANGA OID MARKETING TADQIQOTLARI**	**36**
2.1.	Restoranga oid marketing tadqiqotlarini o'tkazish zarurati va olingan axborotdan boshqaruv jarayonida foydalanish	36
2.2.	Restoran mijozlarini o'rganish	38
2.3.	Restoran sohasida anketa so'rovi	40
2.4.	Restoran mijozlarini o'rganishda intervyu olish usulidan foydalanish	50
2.5.	Restoran mijozlarini o'rganishda kuzatish usulidan foydalanish va uning afzalliklari	54
3 – bob.	**RESTORANLARNING BOZORDAGI MAVQEI**	**58**
3.1.	Restoranlarning bozordagi mavqeini tahlil qilish	58
3.2.	Bozor ulushlari taqsimlanishini o'rganish	59
3.3.	Restoran bozoridagi raqiblarni o'rganish va tahlil qilish maqsadida raqobat ko'pburchagini tuzish usuli	62
3.4.	Restoran biznesida SWOT-tahlili va uni yaratib beradigan imkoniyatlari	66
3.5.	Restoranda xizmat ko'rsatish monitoringi sifatida va raqiblar ishini tahlil qilishda "Mystery Guest" metodini qo'llash	71
3.6.	Restoran biznesi ehtiyojlarini hal qilishda tajriba (eksperiment)ning foydasi	75
4 – bob.	**YANGI UMUMIY OVQATLANISH MUASSASASINI REJALASHTIRISH JARAYONI**	**79**
4.1.	Restoran ochayotganda o'rganilishi lozim bo'lgan asosiy shart-sharoitlar	79
4.2.	Konsepsiyani o'rganish va uning moddiy elementlari sanalgan obyektlar va masalalarni tadqiq etish	81
4.3.	Restoranni joylashtirish mo'ljallanayotgan joyni va bozorini o'rganish	82
4.4.	Restoranlar bozoridagi kuchlar holatini aniqlashga yo'naltirilgan universal tadqiqot usulini qo'llash va uning foydasi	84
5 – bob.	**RESTORANLARNING STRATEGIK MARKETINGI**	**90**