

image not found or type unknown



Большую часть своей жизни Рэймонд Крок (1902-1984 гг.) был, что называется, скромным американцем. Всю свою юность он проработал тапером в чикагских танцевальных клубах штата Иллинойс. Затем устроился агентом по продаже бумажных стаканчиков в местную компанию Lily-Tulip, а вечерами готовил музыкальные программы, для одной из чикагских радиокompаний. Когда же в середине 1920-х в штате Флорида начался настоящий бум на земельном рынке, Рэй решил попытать счастье в качестве коммерсанта.

Однако фортуна парню не улыбнулась. Спустя год с ветром в карманах он вернулся в Lily-Tulip и проработал там еще десять лет. В 1937 г. внимание Крока привлекло чудо-изобретение никому не известного инженера - барный миксер, позволяющий готовить шесть молочных коктейлей одновременно. Приобретя эксклюзивное право на сбыт миксеров, Рэй Крок в течение 20 лет продавал их по всей стране. Наверное, он был доволен своим делом и мог бы заниматься им до пенсии...

В 1954 г. на шестом десятке Рэймонд Крок получил заказ от одного клиента сразу на восемь барных миксеров. Причем покупатель заявил, что ему принадлежит... аж одна закусочная в городе Сан-Бернардино (штат Калифорния). Согласитесь, не каждому 52-летнему джентльмену придет в голову идея ехать через всю Америку, от западного до восточного побережья, в другой штат только ради того, чтобы посмотреть своими глазами эту "закусочную", в которой готовится одновременно сорок восемь молочных коктейлей.

Владельцами ресторанчика, построенного в 1940 г., были братья Мак и Дик Макдональд. За обыкновенной буфетной стойкой, возле которой толпилось множество покупателей, бойкие молодые продавцы торговали гамбургерами. Торговля шла невероятно быстро, гамбургеры были очень вкусными, помещение ослепляло своей чистотой. Рэймонд был потрясен. "Почему бы вам не открыть целую сеть таких ресторанов?" - спросил он у братьев. "И кто же в эту сеть вложит деньги?" - засомневался Дик. "Как насчет меня?" - парировал Крок. В 1955 г. уже в Иллинойсе открылась первая копия McDonald's - ресторан DesPlaines. В том же году была зарегистрирована McDonald's System Inc. (в 1960 г. переименована в McDonald's Corporation). Уже в первый день работы выручка DesPlaines составила \$366,12! Сейчас в этом ресторане не продают гамбургеры. Он стал музеем корпорации, в котором экспонируются личные вещи основателей и... те самые

барные миксеры.

Крок, переживая настоящую вторую молодость, буквально преследовал братьев Макдональд, пока те не дали ему право на продажу франшиз. К 1960 г. их было продано ни много ни мало 200. Наконец, в 1961 г. братья уступили свою долю Рэймонду за \$2,7 млн.

К 1968 г. действовали уже 1200 ресторанов McDonald's, а к 1972-му - 2272. Каким-нибудь 16 лет понадобилось Кроку, чтобы заработать \$1 млрд.

С 1995 г. началось беспрецедентное расширение американской сети компании. В официальном годовом отчете акционерам сообщалось: "В 1996 и 1997 годах мы собираемся открывать по 2500-3200 новых ресторанов. Иными словами, если в 1995 году мы открывали почти 6 ресторанов в день, в течение последующих двух лет мы планируем открывать по 8 ресторанов в день". Что характерно, расширение сети осуществлялось главным образом за счет открытия новых собственных заведений.

Реакцию франчайзи можно легко угадать. Приобретая в лице собственного франчайзера конкурента №1, они стройными колоннами двинулись в Американскую франчайзинговую ассоциацию. Эта организация насчитывает около 7 тыс. членов и защищает интересы владельцев франшиз в судебных и законодательных органах страны. Другие недовольные партнеры McDonald's основали полулегальное объединение под названием "Консорциум", который пошел еще дальше. Товарищи по несчастью стали помогать друг другу открывать собственные ресторанчики, отказавшись от франшизы McDonald's.

Вот одна реальная история из жизни членов "Консорциума". В 1980 г. супруги Килбурн из города Ридж-крест (штат Калифорния) купили у McDonald's франшизу на открытие единственного ресторанчика в своем городе с 26-тысячным населением. Дела шли неплохо. Работой Уэйни и Мэри Килбурн были довольны как клиенты, так и франчайзер. В 1995 г. McDonald's открыл собственное заведение в местном супермаркете Walmart. Через несколько месяцев - на военной базе ChinaLakeNavalWeaponsCenter. И в довершение - в непосредственной близости от заведения Килбурнов. "Наши продажи упали на 30%, - жаловался Уэйни Килбурн. - Бизнес практически уничтожен".

В ответ от франчайзера супруги получили письмо со стандартными дружелюбными фразами и уверениями, что, дескать, сеть McDonald's расширяется по мере роста рынка fast-food и своей доли на нем. Так что это закономерное развитие - не в ущерб старым партнерам...

Все покупатели франшиз делились на четыре категории: А, В, С и F - по объемам продаж, площади помещения и пр. Только франчайзи категории А и В могли увеличивать количество своих заведений.

Результаты: Количество ресторанов франчайзи McDonald's с 1996 по 2003 гг. продолжало увеличиваться. При этом многие старые владельцы франшиз продали свой бизнес новичкам и, используя богатейший опыт McDonald's, организовали массу великолепных небольших закусочных по всей Америке. Например, так появилась сеть бистро Wendy's, которая получила высшую оценку американской ассоциации Restaurants and Institutions Choice in Chain по таким показателям, как качество пищи и чистота помещения. В 2002 и 2003 гг. McDonald's в том же рейтинге занял лишь 15-е место. С 2000 по 2003 гг. прибыли компании сократились на \$500 млн.

### Основные принципы работы компании

Система «Макдоналдс» уже доказала свои жизнеспособность и эффективность. Один из главных принципов, который является следствием стратегической деятельности – это правильная мотивация персонала.

Фундаментальным аспектом философии управления персоналом в McDonald's является привитие работникам чувства гордости за хорошее выполнение работы и признание их достижений. Фирма имеет развитые процедуры для оценки и награждения членов команды. В основе политики компании в отношении дисциплины скорее лежит обучение и исправление, чем наказание. Работники получают инструкции по тому, как выполнять задания, которые они делают не так, как положено. Плохая работа редко является поводом для увольнения. Такая мера используется в качестве последнего средства и прибегается для таких серьезных нарушений, как грубость по отношению к клиенту или воровство.

Для повышения результатов труда используется такое правило – самая лучшая награда и самое лучшее наказание – денежное. На этой основе стимулировать сотрудников и рабочий процесс совсем несложно.

Это правило нигде не записано, но на практике оно работает. Сотрудникам понятно, почему нужно лучше работать – например, для того, чтобы в конце года получить еще одну зарплату, подняться по служебной лестнице на ступеньку вверх, победить в конкурсах, проводимых в процессе работы: на лучшее обслуживание посетителей на кассе или наибольшее проведение транзакций. Получить за победу маленький приз всегда приятно.

Продукты работниками приобретаются за полцены. Заказ обязательно заносится в реестр и продается сотруднику ресторана со скидкой 50%.

В зале всегда поддерживается чистота. За этим следят все по очереди сотрудники. Существует план выхода на смену. Это целая компьютерная система, которая следит за тем, чтобы человек не работал на одном и том же месте долгое время. Сотрудник, который выходит на работу, переписывает расписание и смотрит, когда нужно выходить. То есть в коллективе существует полная взаимозаменяемость. Все работают словно «по кругу». Считается, что нужно уметь работать и на кухне и в зале, и на кассе, и обслуживать покупателей на машине.

Инструкторы, также как и все работники, трудятся в кухне и в зале. То есть они являются начальниками над подчиненным персоналом, но при этом не стоят над душой, а работают вместе со всеми. Также важно, что директор также трудится, тем самым, показывая пример всем остальным. Дорога к должности директор ресторана тернистая, но вполне реальная.

Вторым важным вопросом, принципом работы McDonald's является высокий уровень обслуживания посетителей.

Существуют специальные правила обслуживания. Есть шесть шагов работы с клиентом. Прежде всего, необходимо самому заметить посетителя. Обязательно улыбаться. Затем принять заказ (в принятие заказа входит подсказка). После этого необходимо осуществить сбор заказа, на это отводится не больше минуты. По стандарту необходимо продиктовать заказ посетителю, дабы самому не ошибиться и посетитель знал что купил. В заключение следует рассчитаться и произнести напутственные слова. Качество обслуживания проверяют таинственные посетители. Они должны видеть полное соответствие стандартам. Так что весь коллектив нацелен на 100 % - ное удовлетворение любого посетителя.

Система построена так, что сотрудники сами находят общий язык друг с другом. При приеме на работу подбирают людей интересных, доброжелательных, общительных, целеустремленных.

Все рестораны быстрого питания имеют одинаковое расположение прилавка, столиков и кухни, отличаются они только по размерам. У McDonald's свои законы, работа организована четко. Недаром в рекламе этого фаст-фуда говорится о хорошей закалке, которую получает любой работник. McDonald's работает практически круглосуточно, и за сутки в нем успевает отработать две смены. Когда готовят еду, определенный человек следит за временем приготовления за тем,

сколько этот продукт может пролежать непроданным. К примеру, для котлеты максимальное время 12 минут, для картофеля фри – 7 минут. Если время прошло, а товар не продан, его должны выбросить.

Секрет популярности McDonald's в его доступности, низких ценах и сервисе. Этот бренд узнают всегда и везде. Отличаются рестораны быстрого питания не только внутренней чистотой, там обязательно следят за санитарными условиями, но и за чистотой прилегающей территории.

На сегодняшний день Макдональдс есть в любом городе, численность населения которого приближается к миллиону. В столицах и городах-мегаполисах количество превышает пять, а то и десять ресторанов.

Правила, благодаря которым Макдоналдс стал гиперпопулярным, могут стать правилами успеха для любой компании.

В будущем корпорация рассчитывает занять место лучшей сети ресторанов быстрого обслуживания в мире. Она планирует опередить конкурентов в качестве, уровне обслуживания. Немаловажным является для компании санитарное состояние и ценности потребителей.

Таким образом, можно определить, что основными стратегическими приоритетами компании по праву считаются:

- 1) обеспечение стабильного роста;
- 2) безупречное обслуживание клиентов;
- 3) поддержание статуса эффективного и качественного производителя;
- 4) усовершенствование квалификации сотрудников на всех уровнях;
- 5) осуществление обмена опытом между ресторанами, находящимися в разных странах;
- 6) постоянное усовершенствование принципов теории быстрого питания;
- 7) поощрение создания новых блюд;
- 8) новшества при создании нового оборудования;
- 9) улучшение маркетинговых концепций;

10) прогресс в организации обслуживания и технологиях.

## Стратегия McDonald's

Начиная с 1999 года компания McDonald's остается лидером на мировом рынке общественного питания. Таких результатов удалось достичь за счет сильного бренда и общего объема продаж, который составлял на тот момент 35 млрд. долларов. Из общего количество ресторанов (25 тыс.) примерно 80% были во франчайзинге у 5000 владельцев во всем мире.

За последние 10 лет объемы продаж компании возрастали в среднем на 8% за год, при этом коэффициент окупаемости акций «Макдоналдс» находился на отметке 20%.

Компания McDonald's разработала единые стандарты приготовления блюд, технологии оборудования, маркетинговых стратегий, программ подготовки персонала, методики выбора месторасположения заведений, организации обслуживания, а также системы поставок. Данные стандарты распространяются на все рестораны компании в каждой стране мира, в которой есть рестораны McDonald's.

Во всем мире ежегодно открывается более чем 1500 ресторанов, часть составляют собственные рестораны, часть – рестораны, открывшиеся на условиях франчайзинга. Это дает возможность занять одно из лидирующих положение на рынках за рубежом.

Ведется направленность на увеличение количества посетителей. В ассортимент включаются новые, недорогие блюда, увеличиваются порции при сохранении прежней цены, организуются детские игровые площадки при ресторанах.

Проводятся исследования относительно возможностей глобальной инфраструктуры поставщиков компании. Оценивается их опыт в управлении комплексными заведениями общепита, исходя из этого происходит выбор места расположения ресторанов, осуществления маркетинговой деятельности.

Компания McDonald's нацелена выдавать лицензию на франчайзинг только инициативным, опытным предпринимателям с хорошей репутацией. Корпорация специально готовит их к активному продвижению своей торговой марки на местах.

Важным является место расположения ресторанов. Это должно быть удобное размещение ресторана для клиентов и выгодно для компании. Сейчас компания

старается открывать заведения McDonald's в аэропортах, больницах, университетах, крупных торговых центрах, на станциях техобслуживания.

В настоящее время в ресторанах предлагают ограниченный набор блюд. Есть направленность на улучшение вкусовых качеств предлагаемых блюд, разработки новых категорий блюд быстрого приготовления, увеличить количество блюд для любителей здоровой пищи. Строгие правила также обозначены не только в вопросах стандартов качества, но и санитарного состояния помещений и оборудования, организации обслуживания, работы кассиров.

Имидж корпорации всегда поддерживается как образец качества, чистоты и высокой ценности потребителей при помощи активной рекламной кампании в средствах массовой информации и специальных мероприятий. Кукла Рональд Макдональд всегда способствует повышению популярности торговой марки среди детей.

McDonald's в России.

«Сегодня людям недостаточно просто иметь возможность выбора высококачественной продукции по доступным ценам. Потребители также хотят знать, какие шаги предпринимают компании, чтобы работать с соблюдением этических принципов и ценностей, соответствующих их собственным. Очень часто бывает так, что компании, теряющие доверие своих клиентов, навсегда теряют их. Мы упорно трудимся долгие годы, чтобы завоевать доверие посетителей, и полагаем, что именно доверие – одно из наших основных преимуществ перед конкурентами. Ещё основатель нашей компании Рей Крок обозначил один из основных принципов «Макдоналдс»: участвовать в жизни общества там, где открыты рестораны компании.

Для компании «Макдоналдс» в России корпоративная социальная ответственность всегда была неотъемлемой частью философии бизнеса. Сегодня выполнение социальных обязательств начинается с меня, однако эта задача стоит перед каждым, кто работает в компании. Мы постоянно растем и развиваемся как личности, как организация и как граждане нашей страны. Мы всегда занимали ведущие позиции в отрасли. И теперь мы продолжаем совершенствовать наши программы, используя новейшие технологии с тем, чтобы максимально удовлетворить запросы наших клиентов, соответствовать новым приоритетам и особенностям местных условий.

С уважением,



ХамзатХамидович Хасбулатов

Президент компании «Макдоналдс» в России и Восточной Европе»

В 1988 году было подписано соглашение между «МакдоналдсРесторантс оф Канада Лимитед» и Правительством Москвы. Но даже после подписания соглашения об открытии ресторана Макдоналдс в СССР немногие верили, что мы построимся и откроемся, не говоря уже о том, что будем плодотворно работать и расширять бизнес 20 лет спустя!

Первый российский ресторан компании (на тот момент — самый большой в мире, ныне остаётся самым большим в Европе) открылся в Москве на Пушкинской площади(Большая Бронная, 29) 31 января 1990 года, став настоящей сенсацией: чтобы попасть в него, нужно было отстоять несколько часов в очереди

Новое заведение резко контрастировало с традиционным советским общепитом. В день открытия в ресторане побывало 30 тыс. посетителей, что стало рекордом для сети McDonald's. Сеть ресторанов в России была открыта Джорджем Кохоном (George A.Cohon), который владеет канадским представительством McDonald's.

По состоянию на середину января 2013 года в России работает 356 ресторанов McDonald's, из них как минимум в 194 можно купить макзавтрак, 169 ресторанов обслуживают посетителей по системе «Макавто», в 57 есть МакКафе, в 79 ресторанах есть детские комнаты, в 136 — проводят детские утренники. В 2013 году планируется открыть первые рестораны в Сибири - в Новосибирске, Кемерове, Томске, а в 2014 - в Красноярске. Также компания рассматривает возможность строительства в Новосибирской области распределительного центра для организации поставок в рестораны, которые планирует открыть в Сибири и на Дальнем Востоке.. В 86 ресторанах сети в России (на конец октября 2011 года) действовал бесплатный Wi-Fi-доступ, обеспечиваемый компанией «Вымпелком».

В Центральном регионе рестораны «Макдоналдс» работают в таких городах, как Ярославль, Воронеж, Рязань, Калуга, Обнинск, Тула, Тверь, Иваново, Владимир, Кострома, Смоленск, Калининград, Петушки, Орёл, Елец. Более 1500 сотрудников обслуживают посетителей в Центральном регионе.

Всего в компании McDonald's работает более 29 000 сотрудников, из них более 2500 менеджеров, 75% сотрудников компании - студенты.

Центральный офис расположен в Москве. В Санкт-Петербурге и Казани работают региональные офисы.

С открытием каждого нового ресторана компания создает в среднем 100 рабочих мест для местных жителей.

Ежедневно Рестораны «Макдоналдс» в России обслуживают более 950 000 посетителей

С 2009 года действует российский профессиональный союз работников McDonalds. В России, согласно данным компании, более 80 % продуктов, продающихся в ресторанах или используемых в качестве сырья, произведены внутри страны, на Украине — 83).

Выручка компании в России в 2009 году превысила 33 млрд руб.

**Дата основания:** 15 мая 1940 г.

(фото загружена из официального сайта - 01.11.2020 )

## МАКДОНАЛДС В РОССИИ



ЗА 30 ЛЕТ ПРЕДПРИЯТИЯ  
МАКДОНАЛДС ПОСЕТИЛИ БОЛЕЕ  
**6,25 МЛРД ГОСТЕЙ**



**2,5 МЛРД**  
СОММАРНЫЙ ОБЪЕМ ИНВЕСТИЦИЙ  
КОМПАНИИ В РОССИИИ



**САМЫЙ ПОСЕЩАЕМЫЙ  
МАКДОНАЛДС**

В МИРЕ — НА ГУШКИНСКОЙ ПЛОЩАДИ В МОСКВЕ



**167 МЛРД**  
НА ЛЮБЫХ ВЫПЛАТ В ФЕДЕРАЛЬНЫЙ  
И РЕГИОНАЛЬНЫЕ БЮДЖЕТЫ



**920 МЛН**  
РУБЛЕЙ ПЕРЕДАНО НА  
БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬ

**760**

ПРЕДПРИЯТИЙ В  
60 СУБЪЕКТАХ РФ

ЕЖЕДНЕВНО ПРИНИМАЮТ БОЛЕЕ

**1,8 МЛН**  
ПОСЕТИТЕЛЕЙ

ВСЕ ИНГРЕДИЕНТЫ  
ПРОИЗВОДЯТСЯ  
В РОССИИ



**Биг Мак®**

**1000**  
ПРОВЕРОК  
ОТ ПОЛЯ ДО ПРИЛАВКА



**250 МЛН**

РУБЛЕЙ В ГОД ИНВЕСТИЦИИ В  
ОБУЧЕНИЕ И РАЗВИТИЕ ПЕРСОНАЛА



**60 000**

РАБОЧИХ МЕСТ



**60%**

СОТРУДНИКОВ —  
СТУДЕНТЫ



**100 000 +**

РАБОЧИХ МЕСТ НА  
ПРЕДПРИЯТИЯХ ПОСТАВЩИКОВ

## В ПЛАНАХ МАКДОНАЛДС НА 2020 ГОД



ОТЕЧЕСТВЕННЫЕ  
ПОСТАВЩИКИ ДЛЯ

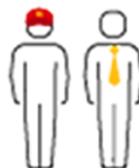
**100%**

ОСНОВНОГО МЕНЮ  
МАКДОНАЛДС



**800 +**

ПРЕДПРИЯТИЙ



**8 000**

НОВЫХ РАБОЧИХ МЕСТ



Дом Роналда  
Макдоналда

**160 МЛН**

ИНВЕСТИЦИЙ

<http://www.mcdonalds.ru/>

<http://www.e-graduate.ru/>

<http://www.food-court.ru/>

<https://yandex.ru/>

<https://www.google.ru/>

<https://mcdonalds.ru/menu>

<https://ru.wikipedia.org/wiki/McDonald's>