

image not found or type unknown



«Макдоналдс» (McDonald's Corporation) – американская корпорация, управляющая ресторанами быстрого питания по системе франчайзинга. У одного из самых узнаваемых ресторанов мира под названием история создания долго оставалась неизвестной. Со временем завеса тайны приоткрылась. На мировом финансовом рынке акции ресторанной сети ценятся очень высоко. Несмотря на то, что история Макдональдс знает и взлеты, и падения, в течение последних 10 лет их стоимость стабильно растет. Ведь если россияне заглядывают в рестораны фастфуда только иногда, то, например, в Америке многие вообще не готовят дома. Вместо этого люди предпочитают заглянуть в McDonald`s и купить пару любимых с детства гамбургеров.

Сеть ресторанов быстрого питания «Макдоналдс» представлена 37,2 тысячами заведений в 120 странах по всему миру. Сегмент присутствия компании в США в 2019 составил 5%, на мировом рынке – 6,1%. Ежедневно рестораны «Макдоналдс» обслуживают 70 миллионов посетителей.

Концепцию компании «Макдоналдс» разработали братья Макдоналд. Старшего звали Морис или Мак (Maurice «Mac» James McDonald, 1902-1971), младшего – Ричард, сокращенно Дик (Richard «Dick» James McDonald, 1909-1998). Хотя семейный подряд не всегда оправдывает себя, зачастую портя отношения между родственниками, сотрудничество братьев оказалось плодотворным. В конце 30-х гг. XX века, преодолев более 4700 км, они переезжают из Манчестера, штат Нью-Гэмпшир, в Сан-Бернардино, штат Калифорния. 30-ые годы являются периодом Великой депрессии, но это не помешало, а в каком-то смысле поспособствовало братьям. В 1940 они открывают придорожное кафе McDonald's Bar-B-Que, работающее по принципу «драйв-ин» (drive-in), т.е. с обслуживанием автомобилистов. «Ноу-хау» в заведении не было: здесь присутствовали обычные для придорожного кафе симпатичные девушки-официантки, которые нанимались для привлечения водителей, меню на 25 позиций и бьющаяся посуда. Конструкция представляла собой здание восьмиугольной формы. Через большие окна люди могли видеть процесс приготовления еды. Для того времени это было необычно, и такой формат привлекал внимание клиентов. В таком виде ресторанчик просуществовал 8 лет.

В 1948, подсчитав, что большая часть выручки приходится на продажи гамбургеров, Дик и Мак на 3 месяца закрывают кафе для переоснащения. Они разработали систему самообслуживания, которую называют СпиДи – «Speedee» (Speedee Service System), обыгрывая слово «speed» – англ. «скорость». Принцип конвейера на кухне обеспечил массовое производство бутерброда с котлетой, что принесло высокую скорость обслуживания клиентов. Макдоналды снижают стоимость гамбургера до 15 центов, а СМИ отмечают: «Наконец-то семьи рабочих смогут накормить детишек в ресторане». Было подсчитано, что 87% прибыли ресторану приносит всего 3 позиции в меню, гамбургер, картофель фри и кока кола. Вместо 25 позиций в нем оставили только девять наименований. Это была еда и напитки, которые пользовались особой популярностью: гамбургеры, чизбургеры, картофель-фри, чипсы, хрустящие пирожки, кофе, молочные коктейли и обожаемая американцами кока-кола. Пицца, рыбные блюда и жареные ребрышки были безжалостно вычеркнуты из меню. Благодаря такому простому меню Макдональдам удалось сократить количество работников на кухне, работа которых стоила недешево. Вместо металлической посуды появилась бумажная.

Сформулированные братьями и успешно реализованные на практике принципы «быстрого питания» (включая и быстрый поток посетителей, который достигался жесткими стульями и минимальным личным пространством, чтобы посетители не засиживались) обеспечивали высокий трафик клиентов и, соответственно, доход. Со временем люди получили возможность покупать еду, не выходя из автомобиля. Заведение без стеклянной посуды, официанток и посудомоечных машин вызывает интерес во всех штатах страны. Успех модернизированного драйв-ин кафе приводит Макдоналдов к решению продавать франшизу – право использовать их бизнес-модель ресторанов.

Для этого братья решают привести здание ресторана к единому стандарту. Архитектору Стэнли Местону ставится задача спроектировать кафе, обращающее на себя внимание, и в 1953 появляется проект красно-белого здания. Дик Макдоналд добавляет по бокам фигурные арки – крыша постройки показалась ему слишком плоской. Подрядчик декорирует архитектурную конструкцию желтым неоном – так появились знаменитые «Золотые арки» «Макдоналдс». Братья продают 14 франшиз, 10 из которых становятся функционирующими ресторанами. Приобрести право использовать имя «Макдоналдс» вкуче с описанием системы СпиДи и двухнедельной поддержкой франчайзи стоило 950\$. В настоящее время цена франшизы для РФ составляет 45 тыс. \$ (плата за лицензию) + 10 тыс. \$ (обучение кандидата во франчайзи) + около 1 млн. \$ (первоначальные вложения).

Молочный коктейль, точнее, его небывалые продажи, приводят в 1954 продавца мультимиксеров Рэя Крока в «Макдоналдс». Когда его секретарь сообщила, что братья хотят приобрести 9-й и 10-й по счету смеситель для молочных коктейлей, Крок отправляется в Сан-Бернардино чтобы разведать, почему в местном кафе напиток готовится (и продается!) в огромных объемах. Биографии Рэя Крока, который сумел вывести сеть фастфуд ресторанов на мировой уровень, посвящена отдельная статья.

Встреча Крока и братьев Макдоналд является иллюстрацией выражения «быть в нужном месте в нужное время». Увиденное в кафе поражает Рэя Крока: он понимает, что СпиДи-концепция будет работать повсюду! 52-летний предприниматель предлагает братьям расширить бизнес по всей стране. Макдоналды как раз искали агента по франчайзингу, который бы взял на себя головную боль, связанную с открытием дополнительных кафе по франшизе. Интересно, что старший Макдоналд тогда был ровесником Крока, а младший – на 7 лет его моложе. «Пост сдал, пост принял»: знамя франшизы подхватывает Рэй Крок.

В 1954 Крок становится эксклюзивным агентом по франчайзингу: выкупает у братьев право на открытие в США ресторанов McDonald's (исключая территории в штатах Калифорнии и Аризоне, права на которые уже приобрели братья).

Именно Крок на базе инновационной идеи фастфуд-ресторана взрастил мировую сеть «Макдоналдс». Квантовый скачок, выход на принципиально новый, глобальный уровень – это его заслуга. И если McDonald's воплощает американскую пищевую мечту – «кока-кола, картошка фри и бургер», то биография Рэя Крока воплощает американскую мечту всей жизни – «если упорно трудиться, можно стать миллионером».

В 1955 Крок открывает свой первый McDonald's в Дес-Плейнс (Des Plaines).

Здания первого «Макдоналдс» Рэя Крока уже нет. Оно было снесено в 1984, на его месте построили копию ресторана и устроили бесплатный музей McDonald's. В 2018 музей демонтировали из-за низкой посещаемости: туристы не заезжали в этот регион из-за частых наводнений. В 1955 Крок регистрирует компанию McDonald's System, Inc., в 1960 переименовал ее в McDonald's Corporation. Информ-ресурсы Википедия и Forbes приводят разный год основания компании: Wikipedia указывает 1940, «Форбс» – 1955. Первый ресторанчик братьев Макдоналд, действительно, заработал еще в 1940, но обновленное придорожное кафе, с уникальной

концепцией фастфуд-ресторана открылось лишь в 1948. Сама компания «Макдоналдс», выросшая во всемирную сеть заведений общепита, была основана Рэем Кроком в 1955, и это правильный ответ (как указано в Forbes). В 1962 Джим Шиндлер (Jim Schindler), глава компании по проектированию и дизайну, разработал эмблему в виде двух переходящих друг в друга арок, образующих букву «М». Этот товарный знак был зарегистрирован в 1968, и хотя за последующие десятилетия изображение подвергалось ребрендингу, смысловое наполнение кардинально не менялось. Современный логотип компании – две золотые арки, образующие стилизованную «М» на красном фоне. Палитра эмблемы не случайна: психологи и диетологи едины во мнении, что красные и желтые цвета стимулируют аппетит.

Мировая экспансия корпорации началась в 1967 году, с открытием ресторана в Канаде. После этого последовали презентации в Латинской Америке (кстати, здесь фастфуд любят больше всего), в Японии и других странах Азии, в Австралии, Африке, Европе, а потом и в СССР. Мало кто знает, что переговоры по открытию первого ресторана в Москве велись в течение 14 лет. Как раньше, так и сейчас это заведение является самым большим в Европе. Поскольку Макдональдс руководствуется стратегией поддержки своих производителей, вся продукция для ресторанов закупается на местах. Исключением являются только соусы, которые привозят из США.

Макдональдс сегодня – это тысячи успешно работающих предприятий по всему миру. Общее количество заведений сети превышает 37 000 ресторанов, а география охватывает больше сотни стран. Всего в сфере обслуживания McDonald`s занято около 2 млн. человек. Годовая прибыль каждого заведения в среднем составляет 1,5 млн. долларов. Еще больше впечатляет размер чистой прибыли корпорации – больше 3 млрд. долларов. Доля рынка в основном поддерживается за счет франчайзинга: 80% ресторанов сети функционирует по схеме франшизы. Прибыль от нее поступает в виде роялти – процента от дохода, который получает непосредственный владелец. Эти деньги перечисляются за маркетинг и использование бренда.

Большую часть доходов компании приносит европейский рынок. В общей структуре выручки доля Европы составляет примерно 40%. Вторым по значимости является американский рынок, на который приходится примерно 32% выручки. Наконец, 23% прибыли корпорации обеспечивает Азиатско-Тихоокеанский регион. Штаб-квартира корпорации расположена в Чикаго. Ее руководство периодически собирается и утверждает планы корректировок. Например, когда американцы забили тревогу насчет ожирения нации, специалисты сети подготовили линейки продуктов с

минимальным количеством калорий. Кроме того, была разработана дорогостоящая маркетинговая компания, которая призвала граждан заниматься спортом и ограничивать себя в еде. В рекламных акциях Макдональдс поучаствовали даже сестры Уильямс. Знаменитые теннисистки выпустили ролик, убеждающий американцев налегать на фрукты и орехи вместо плюшек и пончиков. Компания никогда не остается в стороне от общественных проблем. Она принимает активное участие в благотворительных мероприятиях, способствует улучшению жизни людей. Можно сказать, что самая большая мечта Рэя Крока – создать компанию, которая заботится о потребителях – сбылась, и такой компанией является Макдональдс.