

Сидоренко В.Р., Янкина И.А.
Таганрогский институт управления и экономики
347920 г. Таганрог, Ростовской обл., ул. Петровская, д. 45
e-mail: sidorenlad@mail.ru, I.Yankina@tmei.ru

Особенности формирования конкурентных преимуществ компаний общественного питания (на примере ресторана «Макдоналдс»)

Конкурентные преимущества являются основой успешного развития бизнеса в любой сфере рыночной экономики. Особенно сложно достигать успеха в той отрасли, где высок уровень конкурентной борьбы. Именно такой сферой деятельности является российский рынок общественного питания. В последние годы в этом секторе российской экономики наблюдается ужесточение конкурентной борьбы за счет активного расширения сетей уже действующих игроков (в том числе, усиление присутствия представителей крупных международных компаний) и возникновения новых («молодых») участников рынка. Это делает интересным исследование тех основ, которые выстраивают конкурентоспособность наиболее успешных конкурентов. В связи с этим обратимся к опыту работы на российском рынке такой компании, как «Макдоналдс».

Цель работы - выявить особенности формирования конкурентных преимуществ компаний общественного питания (на примере ресторана «Макдоналдс»). Объект исследования – деятельность компании «Макдоналдс». Предмет исследования - конкурентные преимущества «Макдоналдс» на рынке общественного питания.

Глобальный бизнес имеет свои особенности, которые необходимо учитывать при формировании конкурентных преимуществ. Особенно это заметно, если речь идет о рынке общественного питания. Среди прочих игроков данного рынка достаточно ярко выделяется компания «Макдоналдс». Общеизвестный факт, что на сегодняшний день рестораны быстрого питания охватывают своим присутствием все развитые страны. Самой крупной компанией, которая осуществляет стратегию глобального бизнеса, является сеть ресторанов «Макдоналдс». Компания «Макдоналдс» является мировым лидером среди других фастфудов. Этому способствует ряд важных факторов, предопределяющих её конкурентные преимущества.

Во-первых, это - неизменное качество. Сеть этих ресторанов хоть и стремится учитывать отличия вкусов потребителей в различных странах, но стремится к унификации. Это обуславливает те общие черты, которые заметит любой человек, в какой части мира бы он не зашел в данное заведение. Каждый посетитель, в результате реализации такой стратегии, получит продукт в соответствии со своими запросами и ожиданиями. Кроме этого, стандартизация охватывает не только ассортимент, но структуру и систему управления. Все рестораны, даже если их отделяют километры, придерживаются одних и тех же стандартов, которые позволяют добиться нужного впечатления у гостей компании «Макдоналдс». В результате, единый стиль (образ) данной сети охватывает рестораны, расположенные в любом уголке мира. Это, в свою очередь, обеспечивает узнаваемость – ещё одно конкурентное преимущество.

Немаловажный фактор успеха компании «Макдоналдс» – это скорость. Каждый второй человек современного мира питается во время своих перерывов или свободного времени именно в Макдоналдсе. Этому есть простое объяснение. Сотрудники заведения ставят приоритеты не только в качестве своей продукции, но и в скорости ее передачи гостю. Поэтому люди, которые работают рядом с таким заведением, знают, что могут быстро перекусить именно здесь. Это преимущество компании «Макдоналдс» позволяет существенно выделяться среди своих конкурентов. Акцент на данное преимущество дает плюсы не только посетителям, но и самой организации. В результате компания «Макдоналдс» обеспечивает рост оборачиваемости оборотных средств и рост числа клиентов, обслуживаемых за день.

И еще один немаловажный фактор - это доступность. Данный фактор имеет два значения. Во-первых, в основном, все рестораны территориально находятся в доступных от значимых для города местах (офисы крупных компаний, центры, достопримечательности и т.д.). Второй стороной понимания доступности в философии компании «Макдоналдс» является то, что

каждый посетитель данного заведения сможет найти среди меню ту продукцию, которая подойдет под его бюджет. Этим маркетологи привлекают новых посетителей. Подобный подход обеспечивает охват основных сегментов рынка.

Таким образом, компания «Макдоналдс» позиционируется как крупный гигант на рынке быстрого питания. Свою репутацию она заработала не за один десяток лет и остается верна своим стандартам, которые ввел еще первый владелец первого ресторана в мире Рей Крок, тем самым привлекая своих гостей неизменным качеством, быстрым обслуживанием и легко доступной пищей данного заведения. Все это подводит к выводу, о том, что конкурентоспособность крупных сетей быстрого питания является результатом выстраиваемой годами системы действий. На фоне ужесточения конкурентной борьбы становится очевидно, что успех мелких компаний на данном рынке есть результат предпринимательской удачи и гибкости. Однако такая стратегия приносит свои результаты лишь в краткосрочном периоде. В стратегическом плане удача в конкурентной борьбе обеспечивается строгим планированием, контролем, командной «игрой» и согласованной деятельностью всех сотрудников компании. Чем больше компания, тем актуальнее для неё это положение.