

# विषय सूची

क्रम संख्या	सूची	पृष्ठ संख्या
1	कंपनी प्रोफाइल	
2	परिचय	
3	वेश्विक उपस्थिति	
4	विपणन रणनीति	
5	उत्पाद	
6	स्वाट विश्लेषण	
7	उपभोक्ता संतुष्टि	
8	मैकड़ॉनाल्ड्स और केरफसी मे तुलना	
9	निष्कर्ष	
10	प्रश्नावली	
11	ग्रंथसूची	

# कंपनी प्रोफाइल

## मैकडॉनल्ड्स

**मैकडॉनल्ड्स कॉर्पोरेशन** एक अमेरिकी बहुराष्ट्रीय फास्ट फूड श्रृंखला है, जिसकी स्थापना 1940 में सैन बर्नार्डिनो, कैलिफ़ोर्निया, संयुक्त राज्य अमेरिका में रिचर्ड और मौरिस मैकडॉनल्ड्स द्वारा संचालित एक रेस्तरां के रूप में की गई थी। उन्होंने अपने व्यवसाय को हैमबर्गर स्टैंड के रूप में नया नाम दिया, और बाद में कंपनी को एक फ्रेंचाइजी में बदल दिया, गोल्डन आर्चेस लोगो को 1953 में फीनिक्स, एरिजोना में एक स्थान पर पेश किया गया। 1955 में, रे क्रोक, एक व्यवसायी, एक फ्रैंचाइज़ एजेंट के रूप में कंपनी में शामिल हुए और 1961 में मैकडॉनल्ड्स बंधुओं को खरीद लिया। पहले इसका मुख्यालय ओक ब्रुक, इलिनोइस में था, यह जून 2018 में पास के शिकागो में स्थानांतरित हो गया। [9] [10] [11] [12] मैकडॉनल्ड्स भी लगभग 70% रेस्तरां भवनों और 45% के स्वामित्व के कारण एक रियल एस्टेट कंपनी है। अंतर्निहित भूमि (जिसे वह अपनी फ्रेंचाइजी को पट्टे पर देती है)। [13] [14]



<b>कंपनी प्रकार</b>	सार्वजनिक संगठन
<b>के रूप में व्यापार किया गया</b>	एनवाईएसई : एमसीडी ↗ डीजेआईए घटक एस एंड पी 100 घटक एस एंड पी 500 घटक
<b>में है</b>	यूएस5801351017
<b>उद्योग</b>	फास्ट फूड रेस्तरां , रियल एस्टेट
<b>स्थापित</b>	15 मई 1940 ; 83 साल पहले <a href="#">सैन</a> बर्नार्डिनो, कैलिफोर्निया , अमेरिका में
<b>संस्थापकों</b>	रिचर्ड मैकडोनाल्ड मौरिस मैकडोनाल्ड रे क्रोक
<b>मुख्यालय</b>	शिकागो, इलिनोयस,,हम
<b>स्थानों की संख्या</b>	▲41,822 रेस्तरां (2023)
<b>सेवाकृत क्षेत्र</b>	दुनिया भर में ( 119+ देश )
<b>प्रमुख लोगों</b>	एनरिक हन्नाडेज़ जूनियर ( अध्यक्ष ) क्रिस केम्पज़िंस्की (अध्यक्ष और सीईओ)
<b>उत्पादों</b>	बर्गर . मुर्गा . फ्रेंच फ्राइज़ . शीतल पेय . <a href="#">मुलायम परोसता है</a> . शेक . सलाद . डेसर्ट . हॉट केक . कॉफी . नाश्ता . wraps
<b>आय</b>	▲यूएस\$25.49 बिलियन (2023)
<b>परिचालन आय</b>	▲यूएस\$11.65 बिलियन (2023)
<b>शुद्ध आय</b>	▲यूएस\$8.469 बिलियन (2023)
<b>कुल संपत्ति</b>	▲यूएस\$56.15 बिलियन (2023)
<b>कुल इक्विटी</b>	▲-US\$4.71 बिलियन (2023)
<b>कर्मचारियों की संख्या</b>	सी.।. 150,000 (2023)
<b>वेबसाइट</b>	<a href="#">mcdonalds.com</a> ↗ <a href="#">कॉर्पोरेट.mcdonalds.com</a> ↗

# केएफसी

केएफसी (जिसे आमतौर पर इसके ऐतिहासिक नाम केंटकी फ्राइड चिकन से भी जाना जाता है) एक अमेरिकी [फास्ट फूड](#) रेस्तरां श्रृंखला है जिसका मुख्यालय [लुइसविले](#), केंटकी में है, जो [तले हुए चिकन](#) में माहिर है। यह [मैकडॉनल्ड्स](#) के बाद दुनिया की दूसरी सबसे बड़ी रेस्तरां श्रृंखला (बिक्री के आधार पर) है, दिसंबर 2019 तक 150 देशों में वैश्विक स्तर पर 22,621 स्थानों के साथ। [4] [श्रृंखला यम](#) की सहायक कंपनी है! [ब्रांड्स](#), एक रेस्तरां कंपनी जो [पिज़्ज़ा हट](#) और [टैको बेल](#) श्रृंखलाओं की भी मालिक है। [5]



कंपनी प्रकार	सहायक
उद्योग	रेस्टोरेंट
शैली	फास्ट फूड रेस्टोरेंट
स्थापित	<p><b>सैंडर्स कोर्ट और कैफे :</b> 20 मार्च, 1930 ; 93 वर्ष पहले नॉर्थ कॉर्बिन, केंटकी , यू.एस</p> <p><b>पहली फ्रेंचाइजी :</b> 24 सितम्बर 1952 ; 71 साल पहले साल्ट लेक सिटी, यूटा , यू.एस</p>
संस्थापक	हार्लैंड सैंडर्स पीट हरमन
मुख्यालय	1441 गार्डिनर लेन लुइसविले, केंटकी , यूएस डलास, टेक्सास , यूएस (वैश्विक)
स्थानों की संख्या	24,104 [1] (2020)
प्रमुख लोगों	<p>साबिर सामी ( सीईओ )</p> <p>डाइक शिप ( अध्यक्ष )</p> <p>मोनिका रोथगेरी ( सीओओ ) [2]</p> <p>कैथरीन टैन ( सीएमओ )</p> <p>स्टेसी रॉल्स ( सीसीओ )</p>
उत्पादों	फ्रायड चिकन • चिकन बर्गर • wraps • फ्रेंच फ्राइज़ • शीतल पेय • मिल्क शेक • सलाद • डेसर्ट • नाश्ता
आय	यूएस\$ 2.83 बिलियन (2023) [3]
माता-पिता	यम! ब्रांड्स
वेबसाइट	केएफसी .com ↗

# परिचय

भारत में, फास्ट-फूड व्यवसायों ने विस्तार किया है और अपने मेनू को स्थानीय प्राथमिकताओं के अनुरूप बनाया है। 2020 और 2025 के बीच 23% की सीएजीआर के साथ, भारत में फास्ट-फूड क्षेत्र तेजी से विस्तार कर रहा है। 2020 में, उद्योग का मूल्य \$348 बिलियन था; 2025 तक इसकी कीमत 1.01 ट्रिलियन डॉलर होने का अनुमान लगाया गया था। बढ़ती कमाई, बदलती जीवनशैली और बढ़ता शहरीकरण फास्ट-फूड उद्योग के विस्तार को बढ़ावा देने वाले कुछ कारण हैं।

औसत भारतीय हर साल फास्ट फूड पर 2,500 रुपये खर्च करता है। भारत की शीर्ष 10 फास्ट-फूड श्रृंखलाओं द्वारा 10,000 से अधिक स्थानों का संचालन किया जाता है। यह क्षेत्र भारत में लगभग 7 मिलियन लोगों को रोजगार देता है और 2022 से 2028 तक 11.19% की सीएजीआर से विस्तार होने का अनुमान है।



## भारत में व्यापार परिदृश्य

भारत की खाद्य श्रृंखला का कारोबारी माहौल जीवंत और रोमांचक है। बढ़ती आबादी, अधिक शहरीकरण और बदलती जीवनशैली के कारण टेकआउट और डिलीवरी की मांग में वृद्धि हुई है। इसने स्थानीय और विदेशी दोनों खिलाड़ियों को आकर्षित किया है, जिससे कड़ी प्रतिस्पर्धा हुई है। जबकि स्विगी और ज़ोमैटो जैसे डिजिटल प्लेटफॉर्म भोजन वितरण में सहायता करते हैं, फ्रेंचाइज़ मॉडल का उपयोग अक्सर त्वरित विस्तार के लिए किया जाता है। आपूर्ति श्रृंखला प्रबंधन, खाद्य सुरक्षा को नियंत्रित करने वाले सख्त कानून और लागत में भिन्नता कुछ ऐसे मुद्दे हैं जिनसे व्यवसाय को निपटना चाहिए। इस तेजी से बढ़ते बाजार में सफलता की कुंजी कई क्षेत्रीय स्वादों को अपनाना, स्वास्थ्य और स्थिरता पर जोर देना और प्रौद्योगिकी का उपयोग करना है।

### भारत में शीर्ष खाद्य श्रृंखलाएँ

❖ हल्दीराम



पिज्जा हट



केएफसी



स्टारबक्स



मैकडॉनल्ड्स



2010

डोमिनोज



बर्गर किंग



# इतिहास

## मैकडोनल्ड्स का संक्षिप्त इतिहास

मैकडॉनल्ड्स दुनिया की सबसे बड़ी फास्ट फूड रेस्तरां श्रृंखला है , [15] 2021 तक 40,000 से अधिक आउटलेट्स में 100 से अधिक देशों में [16] प्रतिदिन 69 मिलियन से अधिक ग्राहकों को सेवा प्रदान कर रही है। [17] [18] मैकडॉनल्ड्स अपने हैमबर्गर, चीज़बर्गर के लिए सबसे ज्यादा जाना जाता है। और फ्रेंच फ्राइज़ , हालांकि उनके मेनू में चिकन, मछली, फल और सलाद जैसी अन्य चीजें भी शामिल हैं। उनकी सबसे अधिक बिकने वाली लाइसेंस प्राप्त वस्तु उनके फ्रेंच फ्राइज़ हैं, इसके बाद बिग मैक है। [19] मैकडॉनल्ड्स कॉर्पोरेशन का राजस्व किराया, रॉयल्टी और फ्रेंचाइजी द्वारा भुगतान की गई फीस के साथ-साथ कंपनी संचालित रेस्तरां में बिक्री से आता है। मैकडॉनल्ड्स 1.7 मिलियन कर्मचारियों ( 2.3 मिलियन कर्मचारियों के साथ वॉलमार्ट के बाद ) के साथ दुनिया का दूसरा सबसे बड़ा निजी नियोक्ता है, जिनमें से अधिकांश रेस्तरां की फ्रेंचाइजी में काम करते हैं। [20] [21] 2022 तक , मैकडॉनल्ड्स का वैश्विक ब्रांड मूल्यांकन छठा सबसे अधिक है। [22]

मैकडॉनल्ड्स अपने उत्पादों के स्वास्थ्य प्रभावों, [23] [24] कर्मचारियों के साथ व्यवहार, [25] और विभिन्न कानूनी मामलों में इसकी भागीदारी को लेकर आलोचना का विषय रहा है।



सबसे पुराना संचालित मैकडॉनल्ड्स रेस्टरां तीसरा निर्मित रेस्टरां है, जिसे 1953 में खोला गया था। यह 10207 लेकवुड ब्लव्ड पर स्थित है। डाउनी, कैलिफोर्निया में फ्लोरेंस एवेन्यू में

भाई-बहन रिचर्ड और मौरिस मैकडॉनल्ड्स ने 15 मई, 1940 को कैलिफोर्निया के सैन बर्नार्डिनो में वेस्ट 14वीं स्ट्रीट पर 1398 नॉर्थ ई स्ट्रीट पर पहला मैकडॉनल्ड्स खोला। भाइयों ने 1948 में "स्पीडी सर्विस सिस्टम" की शुरुआत की, जिसके सिद्धांतों का विस्तारित उपयोग किया गया। आधुनिक फ़ास्ट-फूड रेस्टरां जिसे उनके पूर्ववर्ती व्हाइट कैसल ने दो दशक से भी अधिक समय पहले व्यवहार में लाया था। [26] [27] मैकडॉनल्ड्स का मूल शुभंकर एक हैमबर्गर-प्रधान शेफ था जिसे "स्पीडी" कहा जाता था। [28] 1962 में, गोल्डन आर्चेस ने स्पीडी को सार्वभौमिक शुभंकर के रूप में प्रतिस्थापित कर दिया। [29] क्लाउन शुभंकर रोनाल्ड मैकडोनाल्ड को 1963 में बच्चों के लिए श्रृंखला का विपणन करने के लिए पेश किया गया था। [30]

4 मई, 1961 को, मैकडॉनल्ड्स ने पहली बार "ड्राइव-इन रेस्तरां सर्विसेज" विवरण के साथ "मैकडॉनल्ड्स" नाम पर एक अमेरिकी ट्रेडमार्क के लिए आवेदन किया, जिसका नवीनीकरण जारी है। 13 सितंबर तक, मैकडॉनल्ड्स ने, रे क्रॉक के मार्गदर्शन में, एक नए लोगो पर ट्रेडमार्क के लिए आवेदन किया - एक ओवरलैपिंग, डबल-धनुषाकार "एम" प्रतीक। लेकिन दोहरे मेहराबों से पहले, मैकडॉनल्ड्स ने अपनी इमारतों की वास्तुकला के लिए एकल मेहराब का उपयोग किया था। हालाँकि "गोल्डन आर्चेस" लोगो विभिन्न रूपों में दिखाई दिया, वर्तमान संस्करण का उपयोग 18 नवंबर, 1968 तक नहीं किया गया था, जब कंपनी को अमेरिकी ट्रेडमार्क प्रदान किया गया था।

वर्तमान निगम अपनी स्थापना का श्रेय 15 अप्रैल, 1955 को फ्रेंचाइजी व्यवसायी रे क्रोक को देता है<sup>[31]</sup> यह कुल मिलाकर नौवां मैकडॉनल्ड्स रेस्तरां था, हालाँकि इस स्थान को 1984 में नष्ट कर दिया गया था और फिर से बनाया गया था। <sup>[स्पष्टीकरण की आवश्यकता है]</sup> क्रोक को एक आक्रामक व्यक्ति के रूप में दर्ज किया गया था व्यापार भागीदार, मैकडॉनल्ड्स बंधुओं को उद्योग से बाहर निकाल रहा है।<sup>[32]</sup>

क्रोक और मैकडॉनल्ड भाइयों ने व्यवसाय पर नियंत्रण के लिए लड़ाई लड़ी, जैसा कि क्रोक की आत्मकथा में दर्ज है। 1961 में, उन्होंने कंपनी में मैकडॉनल्ड्स ब्रदर्स की इक्विटी खरीदी और कंपनी की दुनिया भर में पहुंच शुरू की।<sup>[33]</sup> बिक्री में क्रोक को 2.7 मिलियन डॉलर का खर्च आया, जो उस समय की एक बड़ी रकम थी।<sup>[32]</sup> सैन बर्नार्डिनो रेस्तरां अंततः 1971 में तोड़ दिया गया था, और साइट 1998 में जुआन पोलो श्रृंखला को बेच दी गई थी। यह क्षेत्र जुआन पोलो श्रृंखला के मुख्यालय और मैकडॉनल्ड्स और रूट 66 संग्रहालय के रूप में कार्य करता है।<sup>[34]</sup> [35] मैकडॉनल्ड्स के कई अंतरराष्ट्रीय बाजारों में विस्तार के साथ, कंपनी वैश्वीकरण और अमेरिकी जीवन शैली के प्रसार का प्रतीक बन गई है।<sup>[36]</sup> इसकी प्रमुखता ने इसे मोटापे, कॉर्पोरेट नैतिकता और उपभोक्ता जिम्मेदारी के बारे में सार्वजनिक बहस का लगातार विषय बना दिया है।

# केएफसी का संक्षिप्त इतिहास

KFC की स्थापना एक उद्यमी कर्नल हारलैंड सैंडर्स (1890-1980) ने की थी, जिन्होंने महामंदी के दौरान कॉर्बिन, केंटकी में अपने सड़क किनारे रेस्टरां में तला हुआ चिकन बेचना शुरू किया था। सैंडर्स ने रेस्टरां फ्रेंचाइजिंग अवधारणा की क्षमता की पहचान की और 1952 में साल्ट लेक सिटी, यूटा में पहली "केंटकी फ्राइड चिकन" फ्रेंचाइजी खोली। केएफसी ने फास्ट-फूड उद्योग में चिकन को लोकप्रिय बनाया, हैमबर्गर के स्थापित प्रभुत्व को चुनौती देकर बाजार में विविधता लाई। खुद को "कर्नल सैंडर्स" के रूप में ब्रांड करके, हालैंड अमेरिकी सांस्कृतिक इतिहास का एक प्रमुख व्यक्ति बन गए और उनकी छवि आज भी केएफसी विज्ञापन में व्यापक रूप से उपयोग की जाती है। हालाँकि, कंपनी के तीव्र विस्तार ने उम्रदराज़ सैंडर्स को अभिभूत कर दिया और उन्होंने इसे 1964 में जॉन वाई. ब्राउन जूनियर और जैक सी. मैसी के नेतृत्व में निवेशकों के एक समूह को बेच दिया।



मर्फि, उत्तरी कैरोलिना में एक आधुनिक केएफसी रेस्टरां

केएफसी अंतरराष्ट्रीय स्तर पर विस्तार करने वाली पहली अमेरिकी फास्ट-फूड श्रृंखलाओं में से एक थी, जिसने 1960 के दशक के मध्य तक कनाडा, **यूनाइटेड किंगडम**, मैक्सिको और जैमैका में आउटलेट खोले। 1970 और 1980 के दशक के दौरान, इसने घरेलू स्तर पर मिश्रित भाग्य का अनुभव किया, क्योंकि यह रेस्तरां व्यवसाय में बहुत कम या कोई अनुभव नहीं होने के साथ कॉर्पोरेट स्वामित्व में परिवर्तनों की एक श्रृंखला से गुज़रा। 1970 के दशक की शुरुआत में, केएफसी को **स्पिरिट** वितरक ह्यूबलिन को बेच दिया गया था, जिसे आरजे रेनॉल्ड्स खाद्य और तंबाकू समूह ने अपने कब्जे में ले लिया था; उस कंपनी ने श्रृंखला **पेप्सिको** को बेच दी। हालाँकि, श्रृंखला का विदेशों में विस्तार जारी रहा और 1987 में यह चीन में खुलने वाली पहली पश्चिमी रेस्तरां श्रृंखला बन गई। इसके बाद से चीन में इसका तेजी से विस्तार हुआ, जो अब कंपनी का सबसे बड़ा बाजार है। पेप्सिको ने अपने रेस्तरां प्रभाग को ट्राइकॉन ग्लोबल रेस्तरां के रूप में स्थापित किया, जिसने बाद में इसका नाम बदलकर यम कर दिया! **ब्रांड**।

केएफसी का मूल उत्पाद **प्रेशर-फ्राइड चिकन** के टुकड़े हैं, जिन्हें सैंडर्स की "11 जड़ी-बूटियों और मसालों" की सिग्नेचर रेसिपी के साथ पकाया जाता है। नुस्खा के घटक एक **व्यापार रहस्य** हैं। तले हुए चिकन के बड़े हिस्से को कार्डबोर्ड "बाल्टी" में परोसा जाता है, जो 1957 में फ्रेंचाइजी पीट हरमन द्वारा पहली बार पेश किए जाने के बाद से श्रृंखला की एक विशेषता बन गई है। 1990 के दशक की शुरुआत से, केएफसी ने अन्य

चिकन उत्पादों की पेशकश करने के लिए अपने मेनू का विस्तार किया है। चिकन फ़िलेट सैंडविच और रैप्स के साथ-साथ सलाद और साइड डिश जैसे फ्रेंच फ्राइज़ और कोलेस्लो, डेसर्ट और शीतल पेय; बाद की आपूर्ति अक्सर पेप्सिको द्वारा की जाती है। केएफसी अपने नारों "इट्स फिंगर लिकिन गुड!", "कोई भी केएफसी जैसा चिकन नहीं खाता" और "इतना अच्छा" के लिए जाना जाता है।

## वैश्विक उपस्थिति

### मैकडॉनल्ड्स की वैश्विक उपस्थिति

मैकडॉनल्ड्स भोजनालय 120 देशों में पाए जाते हैं और हर दिन 69 मिलियन ग्राहकों को सेवा प्रदान करते हैं। मैकडॉनल्ड्स दुनिया भर में 39,000 रेस्टरां/कैफ़े संचालित करता है, और व्यवस्था के हिस्से के रूप में 210,000 से अधिक व्यक्तियों का उपयोग करता है। वे 2,770 संगठन के स्वामित्व वाले क्षेत्रों और 35,085 विविध क्षेत्रों को संचालित करने में मदद करते हैं, जिसमें नियमित फ्रेंचाइजी के लिए विविध 21,685 क्षेत्र, रचनात्मक लाइसेंसधारियों के लिए अधिकृत 7,225 क्षेत्र और दूरस्थ सहयोगियों के लिए अधिकृत 6,175 क्षेत्र शामिल हैं।

अपनी केंद्रीय छवि पर ध्यान केंद्रित करते हुए, मैकडॉनल्ड्स ने 1990 के दशक के दौरान हासिल की गई विभिन्न श्रृंखलाओं को हटाना शुरू कर दिया। अक्टूबर 2006 तक संगठन के पास चिपोटल मैक्सिकन ग्रिल में बड़ी हिस्सेदारी थी, जब स्टॉक एक्सचेंज के माध्यम से मैकडॉनल्ड्स को चिपोटल से पूरी तरह से हटा दिया गया था।

दिसंबर 2003 तक, इसने डोनाटोस पिज्जा पर भी दावा किया, और इसने 1999 से 2001 तक अरोमा कैफे के एक छोटे हिस्से पर दावा किया। 27 अगस्त 2007 को, मैकडॉनल्ड्स ने बोस्टन मार्केट को सन कैपिटल पार्टनर्स को बेच दिया।

उल्लेखनीय रूप से, मैकडॉनल्ड्स ने लगातार 25 वर्षों तक निवेशकों के मुनाफे का विस्तार किया है, जिससे यह एसएंडपी 500 डिविडेंड एरिस्टोक्रेट्स में से एक बन गया है। संगठन राजस्व के हिसाब से संयुक्त राज्य अमेरिका की सबसे बड़ी कंपनियों की फॉर्च्यून 500 में 131वें स्थान पर है।

अक्टूबर 2012 में, इसके मासिक सौदे नौ वर्षों के लिए बिना किसी मिसाल के गिर गए। 2014 में, इसके त्रैमासिक सौदों में लंबे समय तक बिना किसी मिसाल के गिरावट आई, जब इसके सौदे आखिरी बार पूरे 1997 में गिरे थे।

संयुक्त राज्य अमेरिका में, मैकडॉनल्ड्स की ड्राइव-थ्रू बिक्री में 70% हिस्सेदारी है। मैकडॉनल्ड्स ने 2015 में संयुक्त राज्य अमेरिका में 184 भोजनालयों को बंद कर दिया, जो कि वे जितना खोलना चाहते थे उससे 59 अधिक था।



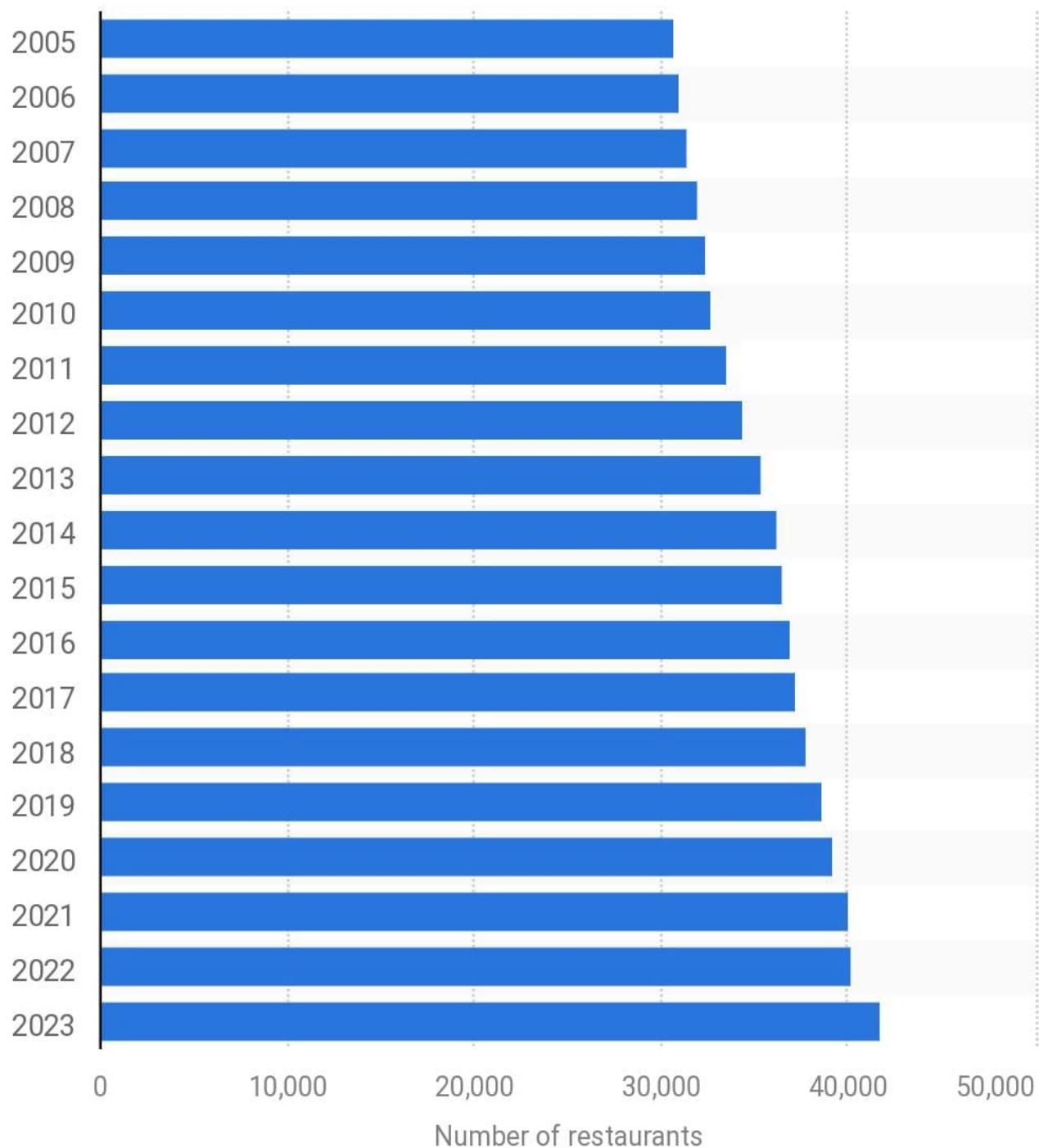
मैकडॉनल्ड्स ड्राइव-थ्रू

2017 से शुरू होकर, आय लगभग 22.82 बिलियन डॉलर थी। मैकडॉनल्ड्स का ब्रांड अनुमान \$88 बिलियन से अधिक है; \$43 बिलियन के ब्रांड अनुमान के साथ स्टारबक्स से बेहतर प्रदर्शन कर रहा है। 2017 में संगठन का कुल मुआवजा \$5.2 बिलियन था; पिछले वर्ष की तुलना में इस मूल्य में लगभग 11% की वृद्धि देखी गई।

निस्संदेह, मैकडॉनल्ड्स ग्रह पर सबसे तेजी से विकसित होने वाली ड्राइव-थ्रू भोजनालय श्रृंखला है। 2018 में, मैकडॉनल्ड्स लगभग 126.04 बिलियन डॉलर मूल्य के ब्रांड के साथ सबसे अधिक लाभदायक सस्ती खाद्य श्रृंखला के रूप में विकसित हुआ। साथ ही, मैकडॉनल्ड्स के कुल संसाधन लगभग \$33.8 बिलियन थे।

दुनिया की सबसे तेजी से विकसित होने वाली सस्ती फास्ट फूड श्रृंखला अपने बाजार को चार अद्वितीय क्षेत्रों में विभाजित करती है: यूएस, अंतर्राष्ट्रीय लीड बाजार, उच्च विकास बाजार, और मूलभूत बाजार और कॉर्पोरेट।

## 2005 से 2023 तक दुनिया भर में मैकडॉनल्ड्स रेस्टरां की संख्या





विशेषता

रेस्तरां की संख्या

विशेषता	रेस्तरां की संख्या
2023	41,822
2022	40,275
2021	40,031
2020	39,198
2019	38,695
2018	37,855
2017	37,241
2016	36,899
2015	36,525
2014	36,258
2013	35,429
2012	34,480
2011	33,510
2010	32,737
2009	32,478
2008	31,967
2007	31,377
2006	31,046
2005	30,766

# केएफसी की वैश्विक उपस्थिति



केएफसी आउटलेट्स का विश्व मानचित्र, लाल रंग वर्तमान स्थान दिखा रहा है, गुलाबी रंग क्यूबा है जिसका एकमात्र केएफसी अमेरिकी सैन्य अड्डे पर है और गहरा भूरा पूर्व स्थान दिखा रहा है

2024 में, दुनिया के 147 देशों और क्षेत्रों में कम से कम 29,000 केएफसी आउटलेट होंगे, जिनमें से 10,000 स्टोर अकेले चीन में हैं। [1] पहली केएफसी फ्रेंचाइजी 1952 में संयुक्त राज्य अमेरिका में खुली। [2] पहली विदेशी फ्रेंचाइजी मई 1965 में यूनाइटेड किंगडम में स्थापित की गई थी। [उद्धरण वांछित] 1970 के दशक की शुरुआत में बड़ी संख्या में कैरेबियाई और विकसित पश्चिमी बाजारों में प्रवेश हुआ। इसके बाद पूरे मध्य पूर्व में विस्तार हुआ और 1970 के दशक के मध्य से 1980 के दशक तक एशियाई बाज़ार विकसित हुए। 1987 में चीन में प्रवेश किया गया। 1990 के दशक की शुरुआत में अधिकांश यूरोप और दक्षिण अमेरिका में विस्तार किया गया। विस्तार का सबसे हालिया क्षेत्र अफ्रीका है, जहां कंपनी महाद्वीप के बढ़ते मध्यम वर्ग को लक्षित कर रही है।

केएफसी के प्रमुख बाजारों में चीन (7,166 स्टोर), संयुक्त राज्य अमेरिका (3,943 स्टोर), जापान (1,140 स्टोर), दक्षिण अफ्रीका (960 स्टोर), यूनाइटेड किंगडम (928 स्टोर), थाईलैंड (853 स्टोर), मलेशिया (770 स्टोर) शामिल हैं। स्टोर), इंडोनेशिया (742 स्टोर), ऑस्ट्रेलिया (699 स्टोर), और कनाडा (601 स्टोर)। [3]

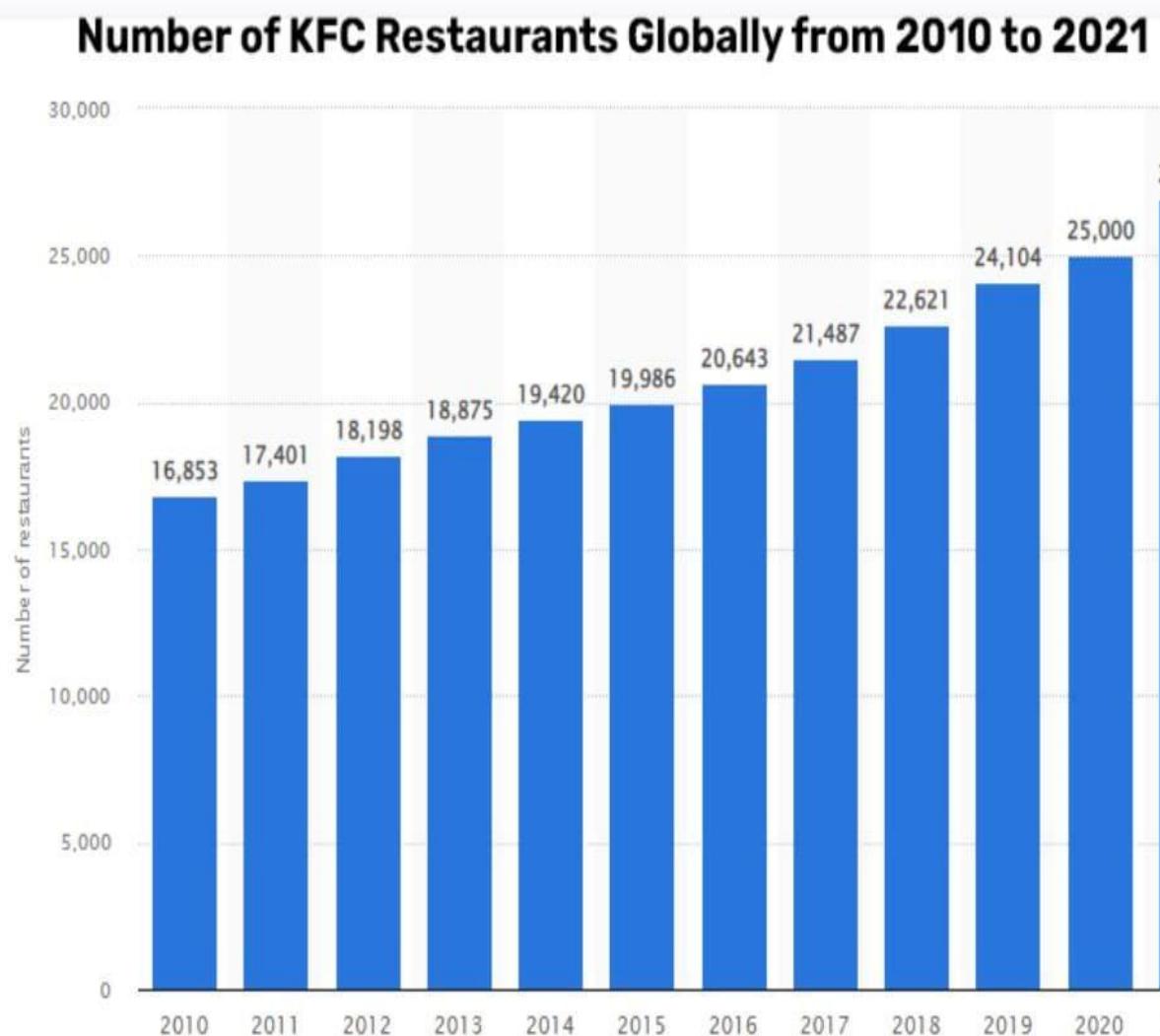
वैश्विक संचालन की देखरेख यम इंटरनेशनल द्वारा की जाती है, जिसका मुख्यालय लुइसविले, केंटकी में है। यम! आम तौर पर किसी स्थानीय ऑपरेटर को मास्टर फ्रैंचाइज़ी प्रदान करना, या ऐसी कंपनी और स्वयं के बीच एक संयुक्त उद्यम में हिस्सेदारी लेना। 11 देशों में, यम! इंटरनेशनल सीधे केएफसी का प्रबंधन करता है, जिसमें चीन, रूस और भारत शामिल हैं। [4] दुनिया भर में, प्रमुख फ्रैंचाइज़ धारकों में जार्डाइन मैथेसन और डूसन ग्रुप जैसे बड़े स्थानीय समूहों से लेकर एमरेस्ट जैसी रेस्तरां फ्रैंचाइज़ी चलाने के लिए विशेष रूप से स्थापित कंपनियां शामिल हैं। जापान, मलेशिया और इंडोनेशिया में, प्रमुख फ्रैंचाइज़ी धारक सार्वजनिक रूप से सूचीबद्ध कंपनियां हैं। दूसरी ओर, कुछ कैरेबियाई द्वीपों जैसे छोटे बाजारों में, फ्रैंचाइज़ी का संचालन एक ही व्यक्ति द्वारा किया जा सकता है।



हैरिसबर्ग, इलिनोइस में यह रेस्तरां संयुक्त राज्य अमेरिका में सबसे बड़ा केएफसी है।

केएफसी अंतरराष्ट्रीय स्तर पर विस्तार करने वाली पहली फास्ट-फूड श्रृंखलाओं में से एक थी, जिसने 1960 के दशक के मध्य तक ब्रिटेन, मैक्सिको और जमैका में आउटलेट खोले। 1970 और 80 के दशक के दौरान, केएफसी को घरेलू स्तर पर मिश्रित सफलता का अनुभव हुआ, क्योंकि यह रेस्तरां व्यवसाय में बहुत कम या कोई अनुभव नहीं होने के बावजूद कॉर्पोरेट स्वामित्व में कई बदलावों से गुज़रा। 1970 के दशक की शुरुआत में, केएफसी को स्पिरिट वितरक ह्यूबलिन को बेच दिया गया था, जिसे आर.जे. रेनॉल्ड्स खाद्य और तंबाकू समूह ने अपने कब्जे में ले लिया, जिसने बाद में श्रृंखला को पेप्सिको को बेच दिया। श्रृंखला का विदेशों में विस्तार जारी रहा और 1987 में केएफसी चीन में खुलने वाली पहली पश्चिमी रेस्तरां श्रृंखला बन गई।

1997 में, पेप्सिको ने अपने रेस्तरां प्रभाग को ट्राइकॉन ग्लोबल रेस्तरां के रूप में बदल दिया, जिसने इसका नाम बदलकर यम कर दिया! 2002 में ब्रांड ! यम! पेप्सी की तुलना में अधिक केंद्रित मालिक साबित हुआ है, और हालांकि अमेरिका में केएफसी के आउटलेट की संख्या में गिरावट आई है, कंपनी ने एशिया, दक्षिण अमेरिका और अफ्रीका में विकास जारी रखा है। यह श्रृंखला 118 देशों और क्षेत्रों में 18,875 आउटलेट तक विस्तारित हो गई है, जिसमें अकेले चीन में 4,563 आउटलेट हैं, जो केएफसी का सबसे बड़ा बाजार है।



# दुर्ग शहर मे मैकडॉनाल्ड्स और केएफसी

## जुनवानी, भिलाई में मैकडॉनल्ड्स

सभी उम्र के खाद्य प्रेमी फास्ट फूड का आनंद लेते हैं और उसकी सराहना करते हैं। जब आपको भोजन की लालसा को संतुष्ट करने के लिए स्वादिष्ट और आकर्षक भोजन खाने की इच्छा होती है, तो रेस्तरां आपको विभिन्न प्रकार के विकल्प प्रदान कर सकते हैं। वास्तव में, ऐसी जगहें भी हैं जो स्वस्थ विकल्प भी प्रदान करती हैं, यह सुनिश्चित करते हुए कि भोजन स्वाद और स्वास्थ्य दोनों को ध्यान में रखकर तैयार किया जाता है। यहां कई विकल्प मौजूद हैं, जिनमें अनोखे रेस्तरां से लेकर महंगी डाइनिंग चेन तक शामिल हैं। जुनवानीभिलाई में फास्ट फूड की लोकप्रियता में सुविधा हमेशा एक कारक रही है।

मैकडॉनल्ड्स जुनवानी, भिलाई में माउथवाटर जंक फूड उपलब्ध कराने के लिए जाना जाता है। फूड जॉइंट काउंटर सर्विस, होम डिलीवरी, किड्स मेनू जैसे कई विशिष्ट व्यंजन पेश करता है।

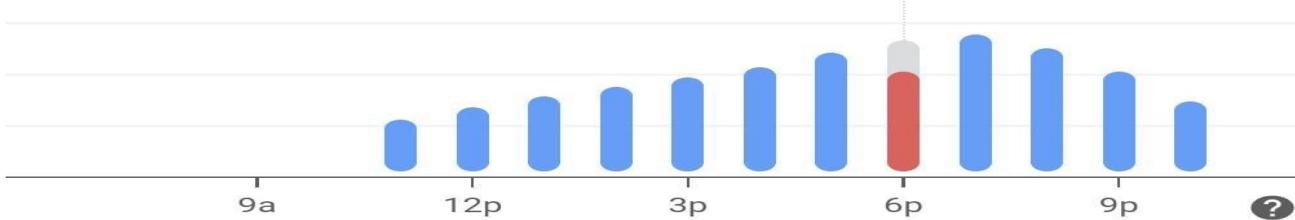


### Popular times

MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT	SUN
-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----



**Live:** A little busy



## केएफसी (सूर्य ट्रेजर आइलैंड मॉल) स्मृति नगर, भिलाई, दुर्ग में

केएफसी (सूर्य ट्रेजर आइलैंड मॉल), भिलाई, दुर्ग। पता, संपर्क नंबर, फोटो, मानचित्र के साथ फास्ट फूड। जस्टडायल पर केएफसी (सूर्य ट्रेजर आइलैंड मॉल), भिलाई, दुर्ग देखें।

केएफसी, जिसे केंटुकी फ्राइड चिकन के नाम से भी जाना जाता है, एक लोकप्रिय फास्ट-फूड श्रृंखला है जो अपने स्वादिष्ट फ्राइड चिकन के लिए जानी जाती है। छत्तीसगढ़ के भिलाई के स्मृति नगर में सूर्य ट्रेजर आइलैंड मॉल में स्थित केएफसी आउटलेट स्थानीय लोगों और आगंतुकों के लिए एक लोकप्रिय स्थान है। आउटलेट एक प्रमुख स्थान पर स्थित है और आसानी से पहुँचा जा सकता है।



### Popular times

MON

TUE

WED

THU

FRI

SAT

SUN
● Live: Busy
*Usually up to 1h 30m wait*


# मार्केटिंग रणनीति

## मैकडॉनल्ड्स मार्केटिंग रणनीति

1940 में, कैलिफोर्निया वह स्थान था जहाँ पहला मैकडॉनल्ड्स खुला था। यह अपने स्वादिष्ट हैमबर्गर और मैत्रीपूर्ण सेवा के लिए शीघ्र ही प्रसिद्ध हो गया। आठ साल बाद, यह पारंपरिक टेबल सेवा से फास्ट फूड पर स्विच करने वाले पहले स्थानों में से एक था। इसने अपने मेनू में नए प्रकार के बर्गर और मिल्कशेक जोड़े। विकास की सफलता के कारण कंपनी ने 1952 में अपने पहले फ्रैंचाइज़ समझौते पर हस्ताक्षर किए, जिससे दुनिया भर में तेजी से विकास हुआ। कंपनी दुनिया भर में लगभग 40,031 रेस्तरां चलाती है, और 2019 में अन्य देशों में बिक्री से लगभग 21.076 बिलियन डॉलर की आय हुई।

मैकडॉनल्ड्स की मार्केटिंग रणनीति ने कंपनी को आज सफलता हासिल करने में मदद की है। अपने विकास की शुरुआत से ही, कंपनी अपने बढ़ते फ्रैंचाइज़ व्यवसाय को बढ़ावा देने में मदद करने के लिए मजबूत ब्रांड पहचान और बाजार में पैठ बनाना चाहती थी। जैसे-जैसे कंपनी के ग्राहकों की संख्या बढ़ती गई, उन्होंने आसानी से लक्ष्य बनाने में मदद के लिए जनसांख्यिकी पर अधिक शोध किया। मैकडॉनल्ड्स की मार्केटिंग रणनीति में ऑनलाइन और ऑफलाइन मार्केटिंग तरीकों में निवेश करना शामिल है जो इसके स्पष्ट, ब्रांड-केंद्रित संदेशों को बड़े दर्शकों तक फैलाता है और वफादार ग्राहकों तक पहुंचने और बनाए रखने के लिए इसके समर्पित मोबाइल ऐप जैसे अन्य चैनलों का उपयोग करता है।

# THE McDONALDS MARKETING STRATEGY



= \$5



= \$5.75



= \$5.9

## मैकडॉनल्ड्स की विज्ञापन रणनीति

मैकडॉनल्ड्स बिलबोर्ड और टीवी विज्ञापनों पर बहुत पैसा खर्च करता है। 2018 में, कंपनी ने अकेले अमेरिका में विज्ञापन पर लगभग 1.5 बिलियन डॉलर खर्च किए। आउटडोर, टीवी और रेडियो विज्ञापनों के कई लोगों तक पहुंचने की संभावना नहीं है, इसलिए डिजिटल मार्केटिंग रणनीतियों का उपयोग उन लोगों तक लगातार जानकारी भेजने के लिए किया जाता है, जिन्हें विज्ञापन देखने या सुनने की संभावना नहीं है।

## प्रसारण के लिए प्रचार

मैकडॉनल्ड्स की मार्केटिंग रणनीति अपने ब्रांड के बारे में प्रचार करने और नए मेनू आइटम, भोजन छूट और धर्मार्थ कार्य को बढ़ावा देने के लिए टीवी और रेडियो का उपयोग करती है। इसके प्रसारण चैनल और समय इसलिए चुने जाते हैं ताकि अधिकतर लोग देखें या सुनें। नवंबर 2018 में, जब एनएफएल सीज़न अपनी चरम लोकप्रियता पर था, मैकडॉनल्ड्स द्वारा संयुक्त राज्य अमेरिका में टीवी विज्ञापनों पर \$52.9 मिलियन खर्च करने की उम्मीद है। यह फास्ट-फूड शृंखला को सबसे प्रमुख प्रसारण विज्ञापन स्थान प्राप्त करने के महत्व को दर्शाता है।

## मैकडॉनल्ड्स की डिजिटल मार्केटिंग रणनीति

ऑनलाइन विज्ञापन ब्रांड को ब्रांड जागरूकता बढ़ाने और मांग पैदा करने के अपने लक्ष्यों तक पहुंचने में मदद करता है। ऑनलाइन उपयोग की गई जानकारी वैसी ही है जैसी आप मैकडॉनल्ड्स टीवी विज्ञापन या बिलबोर्ड पर देख सकते हैं। हालाँकि, भाषा और ग्राफिक्स दोनों को ट्विटर, फेसबुक और इंस्टाग्राम जैसे उपयोग किए जाने वाले सोशल मीडिया प्लेटफार्मों पर सबसे अच्छा काम करने के लिए बनाया गया है। ग्राहकों से अपने भोजन की तस्वीरें ऑनलाइन पोस्ट करने के लिए कहकर, मैकडॉनल्ड्स बढ़ती खाद्य फोटोग्राफी प्रवृत्ति का लाभ उठाता है। दरअसल, सितंबर 2018 से फरवरी 2019 के बीच दुनिया भर में मैकडॉनल्ड्स के 4.9 मिलियन लोगो ट्विटर पर पोस्ट किए गए थे। इसने मैकडॉनल्ड्स को दूसरा सबसे अधिक चित्रित ब्रांड बना दिया।

कंपनी सर्च इंजन ऑप्टिमाइजेशन (SEO) पर भी काम करती है, लेकिन इसका "ऑर्गेनिक" SEO तरीका "प्रायोजित" प्रमोशन से बेहतर काम करता है। दिसंबर 2019 तक, mcdonalds.com पर 90.7% खोज ट्रैफिक प्राकृतिक खोज परिणामों से आया, जबकि 9.3% प्रायोजित कीवर्ड से आया।



# मैकडॉनल्ड्स - बिजनेस मॉडल और बाजार रणनीति

मैकडॉनल्ड्स के व्यवसाय और राजस्व मॉडल में लगभग 37000 आउटलेट शामिल हैं जो 120 से अधिक देशों में फैले हुए हैं। आज, मैकडॉनल्ड्स आय के मामले में ग्रह पर सबसे बड़ा भोजनालय नेटवर्क है।

प्रारंभ में ड्राइव-इन हैमबर्गर बार के रूप में लॉन्च किया गया, इस विचार को 1940 में मैकडॉनल्ड ब्रदर्स, रिचर्ड जेम्स (डिक) और मौरिस जेम्स (मैक) मैकडॉनल्ड्स द्वारा आगे बढ़ाया गया था। शेक, फ्राइज़ और बर्गर की कीमत 15 पैसे से कम होने पर स्पीडी सर्विस सिस्टम की प्रस्तुति के बाद मैकडॉनल्ड्स ब्रदर्स ने मैकडॉनल्ड्स हैम्बर्गर्स की स्थापना शुरू की।



मैकडॉनल्ड्स ड्राइव-थ्रू

## महत्वपूर्ण विकास रणनीति

मैकडॉनल्ड्स ने ग्राहकों की सेवा करने और अपने पंख फैलाने के लिए एक आशाजनक विकास तकनीक अपनाई है। मार्च 2017 में "स्पीड ग्रोथ प्लान" की प्रस्तुति ने व्यवसाय के विकास को बढ़ाया।

मैकडॉनल्ड्स की विकास प्रणाली बनाए रखने, पुनः प्राप्त करने और परिवर्तित करने पर निर्भर करती है। मैकडॉनल्ड्स अपने पुराने ग्राहकों को बनाए रखने, खोए हुए भरोसे को दोबारा हासिल करने और सहज ग्राहकों को सामान्य ग्राहकों में बदलने का प्रयास करता है।

इसके अलावा, इसने अपने विशाल विकास को नियंत्रित करने के लिए तीन त्वरित एजेंटों को भी अपनाया है: डिजिटल, भोजन वितरण, और चीजों का अनुभव। यह ग्राहकों के साथ सहयोग को नया आकार देता रहता है और नवाचार और मानवीय प्रयासों के माध्यम से उपभोक्ता निष्ठा और अनुभव के स्तर को बढ़ाता रहता है।

*McDonald's*  
FAMOUS  
BARBECUE



1940-1948

**15** McDonald's FAMOUS HAMBURGERS  
BUYED BY THE BARB

1948-1953



*McDonald's*

1953-1968



1961-1968



1968-PRESENT



1975-PRESENT



1993-2010

2003-2006

2006-PRESENT

2010-PRESENT

## केएफसी मार्केटिंग रणनीति

**केएफसी (केंटकी फ्राइड चिकन)** - एक घरेलू नाम दुनिया की सबसे बड़ी फास्ट-फूड श्रृंखलाओं में से एक है। विश्व स्तरीय रसदार सैंडविच के साथ मसालेदार कुरकुरे फ्राइज़ का आनंद कौन नहीं लेना चाहेगा? निःसंदेह, हम सभी को यह पसंद आएगा! केएफसी, जिसका मुख्यालय लुइसविले, केंटकी में है, मैकडॉनल्ड्स के बाद दूसरी सबसे बड़ी खाद्य श्रृंखला है। 1952 में स्थापित, इसकी स्थापना को 70 वर्ष से अधिक हो गए हैं। सबसे अच्छी बात यह है कि तला हुआ चिकन अभी भी ग्राहकों के स्वाद को पूरा करता है। आज का ब्लॉग **केएफसी की वैश्विक विपणन रणनीति** का व्यापक विश्लेषण साझा करेगा।



### MARKETING STRATEGIES OF KFC

- According to KFC, kids become the future permanent customers and we know very well that without any marketing strategy no marketing program and no product is successful because we depend upon customers, customer not depend on us.
- KFC is following Niche Marketing and Societal Marketing techniques.
- KFC possess a western culture because some of the Indian people are also following that culture.
- KFC are moving from Divisional Level to the District level by opening branches
- KFC also offer free home delivery.
- KFC open their outlets on reachable places.
- KFC menu consists of more than 30 products.
- KFC gives more priority to Family.

# केएफसी की मार्केटिंग रणनीति का विभाजन, स्थिति निर्धारण और लक्ष्यीकरण

केएफसी ग्राहकों की आवश्यकताओं के अनुसार बाजार की सेवा के लिए जनसांख्यिकीय विभाजन का उपयोग करता है। अधिकांश उपभोक्ता युवा और युवा वयस्क हैं। वे विश्व स्तर पर समान मेनू परोसते थे। इसलिए, वे एक अविभाजित लक्ष्यीकरण रणनीति का उपयोग कर रहे थे। हालाँकि, हाल ही में, KFC ने मेनू को अनुकूलित और स्थानीय बनाना शुरू किया। इससे उन्हें लक्षित दर्शकों के बीच अधिक स्वीकार्यता मिली। साथ ही, उन्होंने अपनी पोजिशनिंग रणनीति को उत्पाद-आधारित रणनीति से कहीं अधिक मूल्य-आधारित रणनीति में बदल दिया।

केएफसी चिकन मेनू के लिए उपभोक्ताओं के बीच मजबूत स्थिति में है। ऐसा इसलिए है क्योंकि कुछ आउटलेट शाकाहारी भोजन प्रदान करते हैं। हालाँकि, जब कुछ नॉन-वेज की बात आती है, तो केएफसी किसी शानदार चीज़ से कम नहीं है। चिकन विंग्स और चिकन बकेट हर किसी का पसंदीदा होता है। यह लक्ष्यीकरण तकनीक मुख्य कारण है कि अधिकांश मांसाहारी प्रेमी केएफसी को पसंद करते हैं। आइए हम केएफसी की मार्केटिंग रणनीति के 4पी पर विवरण साझा करें।

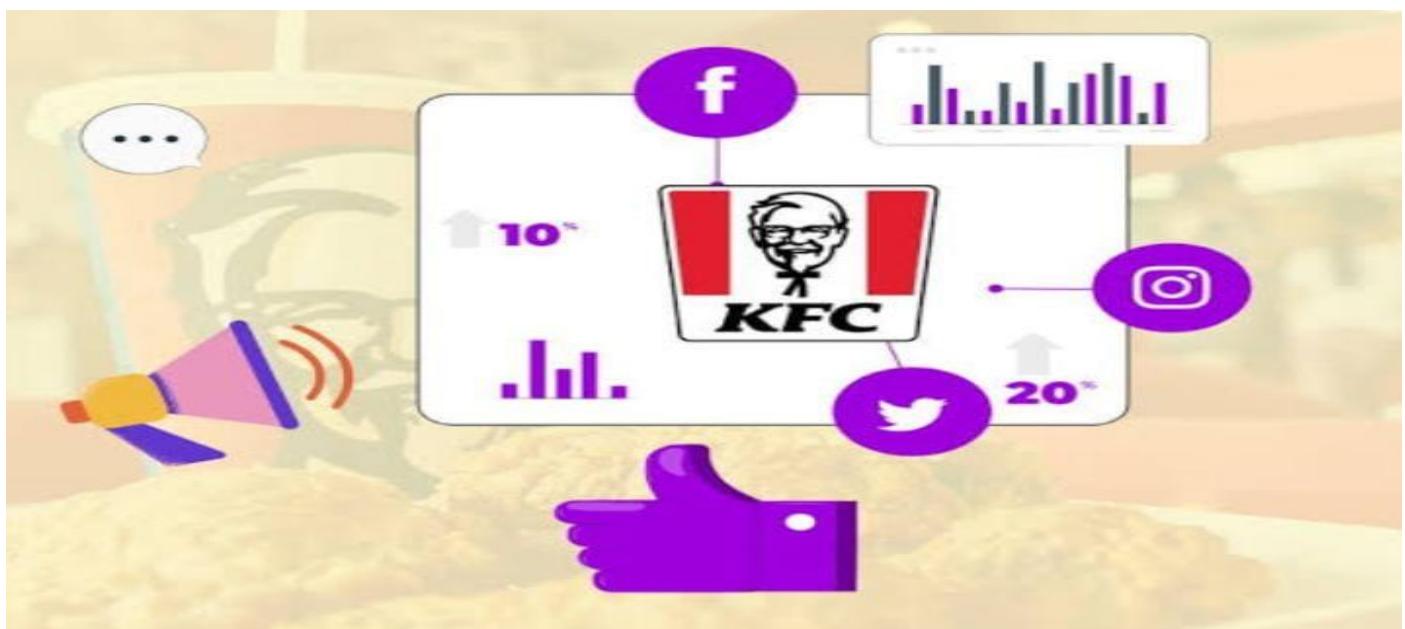
## केएफसी की उत्पाद रणनीति

उत्पाद रणनीति उन उत्पादों की एक संक्षिप्त रूपरेखा है जिन्हें एक फर्म को अपने ग्राहकों को बेचने की आवश्यकता होती है। उदाहरण के लिए, केएफसी अपने विश्व स्तरीय चिकन बर्गर और फ्राइज़ के लिए लोकप्रिय है। हालाँकि, सूची यहीं समाप्त नहीं होती है। **केएफसी की अंतर्राष्ट्रीय विपणन रणनीति** मेनू में नए आइटम पेश करता रहता है। इस प्रकार, यह एक मजबूत उत्पाद रणनीति बनाने में मदद करता है और विपणन का समर्थन करता है।



## केएफसी के लिए प्रचार रणनीति

प्रचार रणनीति उन तरीकों से जुड़ी है जिनसे किसी फर्म के उत्पादों को बाजार में बढ़ावा दिया जा सकता है। उदाहरण के लिए, केएफसी खुद को दुनिया की दूसरी सबसे बड़ी फास्ट-फूड कंपनी के रूप में प्रचारित करता है। प्रचार टेलीविजन विज्ञापनों, पत्रिकाओं, समाचार पत्रों और वाणिज्यिक होर्डिंग्स के माध्यम से होता है। KFC ने ऑस्ट्रेलिया में बिग बैश लीग और कई क्रिकेट खेलों को भी प्रायोजित किया है। केएफसी का एक और महत्वपूर्ण पहलू **डिजिटल मार्केटिंग रणनीति** "इट्स फिंगर-लिकिन" का नारा अच्छा है जो अपने दर्शकों को स्वादिष्ट खाद्य उत्पादों और व्यंजनों की याद दिलाता है।



# ऑनलाइन उपस्थिति और केएफसी प्रमोशन

स्मार्टफोन, नई तकनीक और इंटरनेट के इस्तेमाल से लोगों का ऑनलाइन जीवन तेज और आसान हो गया है। केएफसी सिर्फ ज़ोमैटो और स्विगी जैसे डिलीवरी पार्टनर्स के सहयोग से ही नहीं, बल्कि उत्कृष्ट सीधी ऑनलाइन डिलीवरी भी प्रदान करता है। जब केएफसी की मार्केटिंग रणनीति और प्रचार की बात आती है, तो केएफसी के "डिज़ाइन योर ओन बकेट" अभियान को कौन भूल सकता है।

अभियान प्रतिभागियों को रंगीन और रचनात्मक केएफसी बाल्टियाँ लेकर आना था। प्रमोशन को 5500 प्रविष्टियाँ मिलीं। और इतना ही नहीं, उन्होंने उस मौके का भी फायदा उठाया जब महान क्रिकेटर सचिन ने संन्यास लिया था। उन्होंने सचिन के संन्यास लेने के समय की तस्वीर के साथ बकेट प्रविष्टियाँ आयोजित कीं।



फिर केएफसी की प्रचार रणनीति द्वारा करीकेचर अभियान था, जहां प्रतिभागियों ने एक अजीब लेकिन भारतीय स्पर्श के साथ एक पुरुष या एक महिला चरित्र को चुना और अपनी तस्वीरें अपलोड कीं। वाह मेनू विकल्प अभियान भी 500/- रुपये के नोट पर था। KFC ऐप ने उपयोगकर्ताओं को रुपये के करेंसी नोटों को स्कैन करने की अनुमति दी। 500 जो उपयोगकर्ताओं को इस बजट के भीतर विभिन्न भोजन खरीदने की अनुमति देगा।

इन सभी अभियानों का परिणाम यह हुआ कि केएफसी शीर्ष 5 सामाजिक रूप से समर्पित ब्रांडों में शामिल हो गया, जुड़ाव उद्योग के औसत से 3 गुना अधिक हो गया और इसे देश में शीर्ष 5 सबसे तेजी से बढ़ते सोशल मीडिया ब्रांडों में स्थान मिला।



1952-1978



1978-1991



1991-1997



1997-2006



2006-2014



2014-2018



2018-....

# उत्पाद

## मैकडॉनल्ड्स के उत्पाद

मैकडॉनल्ड्स दुनिया के अग्रणी फास्ट फूड रेस्तरां में से एक है। वे मुख्य रूप से अपने बर्गर और पेय पदार्थों के लिए जाने जाते हैं। मैकडॉनल्ड्स के निम्नलिखित मुख्य उत्पाद हैं;

- बर्गर और सैंडविच
- चिकन और मछली
- पेय
- मिठाइयाँ और शैक
- नाश्ता
- सलाद
- कॉफी

ब्रांड की छवि अच्छी या बुरी बनाने में उत्पाद अहम भूमिका निभाते हैं। मैकडॉनल्ड्स अपने बर्गर के लिए जाना जाता है। किसी व्यवसाय को अपने प्रतिस्पर्धियों के साथ प्रतिस्पर्धा करने के लिए नवोन्मेषी होना होगा और अधिक ग्राहकों को आकर्षित करने के लिए नई उत्पाद शृंखला लानी होगी। कंपनी को जोखिम उठाना होगा क्योंकि वे एक ही उत्पाद पर निर्भर नहीं रह सकते हैं, इसलिए उन्हें विभिन्न किस्मों के नए उत्पाद पेश करने होंगे। चूंकि फास्ट फूड स्वास्थ्यवर्धक नहीं है इसलिए मैकडॉनल्ड्स ने सलाद और ताज़ा जूस भी बनाना शुरू कर दिया है। मूलतः कंपनी को बाजार की मांग को पूरा करना होता है और उन्हें अपने प्रतिस्पर्धियों को मात देने के संदर्भ में बाजार का अध्ययन करना होता है।



मैकडॉनल्ड का बिग मैक कॉम्बो भोजन फ्रेंच फ्राइज़ और कोका कोला के परोसा गया।

मैकडॉनल्ड्स मुख्य रूप से हैमबर्गर, विभिन्न प्रकार के चिकेन सैंडविच और उत्पाद, फ्रेंच फ्राइस, सॉफ्ट ड्रिंक्स, नाश्ते की वस्तुएं और मिष्ठान्न बेचता है। ज्यादातर बाजारों में, मैकडॉनल्ड्स सलाद और शाकाहारी चीज़ें, रैप और अन्य स्थानीय वस्तुएं उपलब्ध कराता है। पुर्तगाल एकमात्र ऐसा देश है जहाँ मैकडॉनल्ड्स सूप भी प्रदान करता है। मानक मेन्यु से हटकर स्थानीय चीज़ों की ओर झुकना इसकी एक विशेषता है जिसके लिए यह श्रृंखला विशेष रूप से जानी जाती है और यह या तो क्षेत्रीय निषेधों का पालन करने (जैसे कि भारत में गोमांस के प्रयोग का धार्मिक निषेध) या फिर स्थानीय बाजार के लोकप्रिय खाद्य पदार्थ उपलब्ध कराने के लिए किया जाता है (जैसे इंडोनेशिया में मैकराईस कि बिक्री)।



## फ्रांस से एक क्रोक मैकडो

मैकडॉनल्ड्स मेनू को उनके संबंधित देशों में उपभोक्ताओं की पसंद को प्रतिबिंबित करने के लिए अनुकूलित किया गया है। कई देशों में, विशेषकर एशिया में, रेस्तरां सूप परोसते हैं। मानक मेनू से यह स्थानीय विचलन एक विशेषता है जिसके लिए श्रृंखला विशेष रूप से जानी जाती है और जिसका उपयोग या तो क्षेत्रीय खाद्य वर्जनाओं का पालन करने के लिए किया जाता है (जैसे कि भारत में **गोमांस** की खपत का धार्मिक निषेध ) या खाद्य पदार्थ उपलब्ध कराने के लिए जिसके साथ क्षेत्रीय बाज़ार अधिक परिचित है (जैसे इंडोनेशिया में मैकराइस की बिक्री, या सिंगापुर और जापान में **एबी** (झींगा) बर्गर)। चीन में मैकडॉनल्ड्स रेस्तरां अपने नाश्ते के मेनू में तले हुए बन्स और सोयाबीन दूध को शामिल करते हैं। [52]



**फ्रेंच फ्राइज़ , एक शीतल पेय, मैकस्पाइसी चिकन फ़िलेट, और टमाटर केचप पैकेट**

मैकडॉनल्ड्स मुख्य रूप से हैम्बर्गर, विभिन्न प्रकार के चिकन, चिकन सैंडविच, फ्रेंच फ्राइज़, शीतल पेय, शेक, नाश्ते के सामान और डेसर्ट बेचता है। अधिकांश बाज़ारों में, मैकडॉनल्ड्स सलाद और शाकाहारी चीज़ें, रैप्स और अन्य स्थानीय व्यंजन पेश करता है। मौसमी आधार पर, मैकडॉनल्ड्स मैक्रिब सैंडविच पेश करता है। कुछ लोग अनुमान लगाते हैं कि मैक्रिब की मौसमी प्रकृति इसके आकर्षण को बढ़ा देती है। [37] प्रत्येक वर्ष मार्च के दौरान, मैकडॉनल्ड्स सेंट पैट्रिक दिवस के सम्मान में एक शेमरॉक शेक की पेशकश करता है। [38]

इसके अलावा, श्रृंखला क्षेत्रीय आधार पर संयुक्त राज्य अमेरिका के भीतर भी कुछ आइटम बेचती हैं; उदाहरण के लिए, हैच ग्रीन चिली डबल चीज़बर्गर, जिसके शीर्ष पर न्यू मैक्सिको ग्रीन चिली है, केवल दक्षिण-पश्चिमी राज्य न्यू मैक्सिको में उपलब्ध है। [39] [40]

उत्पादों को या तो "डाइन-इन" (जहां ग्राहक रेस्तरां में खाने का विकल्प चुनता है) या "टेक-आउट" (जहां ग्राहक भोजन को परिसर से बाहर ले जाने का विकल्प चुनता है) के रूप में पेश किया जाता है। "डाइन-इन" भोजन एक प्लास्टिक ट्रे पर उपलब्ध कराया जाता है, जिसमें ट्रे के फर्श पर एक कागज लगा होता है। "टेक-आउट" भोजन आम तौर पर एक विशिष्ट मैकडॉनल्ड्स-ब्रांडेड ब्राउन पेपर बैग में संलग्न सामग्री के साथ वितरित किया जाता है। दोनों ही मामलों में, अलग-अलग वस्तुओं को उपयुक्त के रूप में लपेटा या बॉक्स में रखा जाता है।

# केएफसी के उत्पाद

- चावल के कटोरे
- चिकन/सब्जी जिंजर बर्गर
- उग्र चिकन पंख
- शाकाहारी स्ट्रिप्स
- हड्डी रहित चिकन पंख
- अधिक समय तक शाकाहारी रहें
- फ्रेंच फ्राइज़



केएफसी ओरिजिनल रेसिपी फ्राइड चिकन

केएफसी का मुख्य उत्पाद कर्नल हारलैंड सैंडर्स की 11 जड़ी-बूटियों और मसालों की "ओरिजिनल रेसिपी" के साथ हड्डी पर तले हुए चिकन के टुकड़े हैं। [57] उत्पाद आम तौर पर दो या तीन टुकड़ों की अलग-अलग सर्विंग्स में या एक परिवार के आकार की कार्डबोर्ड बाल्टी में उपलब्ध होता है, जिसमें आमतौर पर छह से 16 चिकन के टुकड़े होते हैं। कनाडा और यूके जैसे कर्नल सैंडर्स द्वारा सौंपी गई प्रणाली का पालन करने वाले क्षेत्रों में, प्रत्येक मुर्ग को नौ अलग-अलग टुकड़ों (दो इमस्टिक, दो जांघ, दो पंख, दो स्तन के टुकड़े और एक कील) में विभाजित किया जाता है; [58] [59] हालाँकि, संयुक्त राज्य अमेरिका अब आठ-टुकड़े वाले कट का उपयोग करता है। [60]

चिकन को अलग-अलग केएफसी आउटलेट्स पर दो से चार मिनट की प्रक्रिया में गेहूं के आटे के साथ मसाला मिलाकर हाथ से पकाया जाता है। [61] [62] इसके बाद इसे 185 डिग्री सेल्सियस पर तेल में सात से 10 मिनट के लिए (अलग-अलग देशों में समय अलग-अलग होता है) प्रेशर फ्राई किया जाता है। [61] [63] [64] इसके बाद, चिकन को वार्मिंग ओवन में रखने से पहले पर्याप्त रूप से ठंडा करने के लिए 5 मिनट तक खड़े रहने के लिए छोड़ दिया जाता है। [61] केएफसी की नीति है कि यदि चिकन 90 मिनट के भीतर नहीं बिका है तो ताजगी सुनिश्चित करने के लिए उसे त्याग दिया जाए। [61] तलने का तेल क्षेत्रीय आधार पर भिन्न होता है और पाम तेल शामिल हैं। [65] केएफसी के एक कार्यकारी ने कहा कि चिकन का स्वाद इस्तेमाल किए गए तेल की किस्म और चिकन को मक्का खिलाया गया है या गेहूं खिलाया गया है, के आधार पर अलग-अलग क्षेत्रों में अलग-अलग होगा। [65]



जिंजर को मलेशिया में क्रिस्पी फ्राइज़ और थाई चिली सॉस के साथ परोसा जाता है।

इसके मुख्य चिकन ऑन द बोन ऑफरिंग के साथ-साथ, केएफसी के प्रमुख उत्पादों में चिकन बर्गर (ज़िंगर और टॉवर सहित) शामिल हैं; रैप्स ("ट्रिस्टर्स" और "बॉक्समास्टर्स"); और विभिन्न प्रकार के फिंगर फूड, जिनमें क्रिस्पी चिकन स्ट्रिप्स और हॉट विंग्स शामिल हैं। [66] [67] पॉपकॉर्न चिकन, जिसमें तले हुए चिकन के काटने के आकार के टुकड़े होते हैं, सबसे व्यापक रूप से उपलब्ध केएफसी उत्पादों में से एक है। [68] कुछ स्थानों पर, जैसे कि ऑस्ट्रेलिया, बेलारूस, मलेशिया और दक्षिण अफ्रीका में, चिकन नगेट्स भी बेचे जाते हैं। [69]

मैककॉर्मिक एंड कंपनी केएफसी की सॉस, सीज़निंग और मैरिनेड की सबसे बड़ी आपूर्तिकर्ता है और नए उत्पाद विकास में दीर्घकालिक भागीदार है। [62]

पेप्सिको के साथ कंपनी के पिछले संबंधों के कारण, अधिकांश क्षेत्र पेप्सिको उत्पादों की आपूर्ति करते हैं, लेकिन असाधारण क्षेत्रों में बारबाडोस, ग्रीस, मैक्सिको, न्यूजीलैंड, फिलीपींस, रोमानिया, [70] दक्षिण अफ्रीका, तुर्की, इंडोनेशिया (2019 से), [71] शामिल हैं। सिंगापुर (2022 से) [72] और मलेशिया (2022 से) [73] जो कोका-कोला कंपनी द्वारा आपूर्ति किए गए पेय का स्टॉक करता है, और अरूबा, जो कॉट कॉर्पोरेशन से आरसी कोला का स्टॉक करता है। [74] [70] [75] [76] [77] पेरू में, स्थानीय रूप से लोकप्रिय इंका कोला बेचा जाता है। [78]



मूल रेसिपी चिकन प्रतिष्ठित बाल्टी में बेचा जाता है

सैंडर्स की "11 जड़ी-बूटियों और मसालों" की मूल रेसिपी खानपान उद्योग में सबसे प्रसिद्ध व्यापार रहस्यों में से एक है। [86] [87] नुस्खा पेटेंट नहीं है, क्योंकि पेटेंट कानून के लिए आविष्कार के सार्वजनिक प्रकटीकरण की आवश्यकता होती है और यह केवल एक सीमित अवधि के लिए सुरक्षा प्रदान करता है, जबकि व्यापार रहस्य हमेशा के लिए उनके धारकों की बौद्धिक संपदा बने रह सकते हैं। [88]

सैंडर्स द्वारा हस्ताक्षरित रेसिपी की एक प्रति, जड़ी-बूटियों और मसालों से भरी 11 शीशियों के साथ, केएफसी के लुइसविले मुख्यालय में एक तिजोरी के अंदर रखी हुई है। [89] [90] रेसिपी की गोपनीयता बनाए रखने के लिए, इसका आधा हिस्सा ग्रिफिथ लेबोरेटरीज द्वारा निर्मित किया जाता है, इससे पहले कि इसे मैककॉर्मिक को दिया जाता है, जो दूसरा आधा जोड़ता है। [91]

# स्वॉट विश्लेषण

## मैकडॉनल्ड्स SWOT विश्लेषण

मैकडॉनल्ड्स खाद्य एवं पेय पदार्थ क्षेत्र में अग्रणी ब्रांडों में से एक है।

मैकडॉनल्ड्स एसडब्ल्यूओटी विश्लेषण ब्रांड का मूल्यांकन उसकी ताकत और कमजोरियों के आधार पर करता है जो आंतरिक कारक हैं और साथ ही अवसर और खतरे जो बाहरी कारक हैं। आइए मैकडॉनल्ड्स का SWOT विश्लेषण शुरू करें:

त्वरित नज़र:

- ताकत
- कमजोरियों
- अवसर
- धमकी

### SWOT ANALYSIS OF



# मैकडॉनल्ड्स SWOT विश्लेषण में ताकतें



## 1. मजबूत फ्रेंचाइज़ मॉडल

मैकडॉनल्ड्स का फ्रेंचाइज़ मॉडल **अत्यधिक सफल साबित हुआ है**, इसके 93% से अधिक रेस्तरां फ्रैंचाइज़ी हैं। फ्रैंचाइज़ मॉडल कंपनी को पूँजीगत व्यय और जोखिम को कम करते हुए **तेजी से विस्तार करने** की अनुमति देता है।

## 2. मजबूत ब्रांड पहचान और वैश्विक उपस्थिति

मैकडॉनल्ड्स विश्व स्तर पर एक प्रसिद्ध ब्रांड है, जिसके **110 से अधिक** देशों में हजारों रेस्तरां हैं। 2022 तक, मैकडॉनल्ड्स के दुनिया भर में **38,000 से अधिक स्थान हैं। 2022 तक 196.53 बिलियन डॉलर के ब्रांड मूल्य के साथ, ब्रांड को लगातार दुनिया के सबसे मूल्यवान ब्रांडों में से एक के रूप में स्थान दिया गया है।**

### 3. मजबूत ऑपरेटिंग सिस्टम

मैकडॉनल्ड्स के पास एक मजबूत ऑपरेटिंग सिस्टम है जो उसे अपने रेस्तरां को **कुशलतापूर्वक प्रबंधित करने** और लगातार ग्राहक अनुभव प्रदान करने की अनुमति देता है। कंपनी की **मानकीकृत प्रक्रियाएँ** और **प्रक्रियाएँ** यह सुनिश्चित करती हैं कि ग्राहकों को प्रत्येक रेस्तरां में समान उच्च गुणवत्ता वाले उत्पाद और सेवाएँ प्राप्त हों।

### 4. टेक्नोलॉजी और इनोवेशन पर जोर

मैकडॉनल्ड्स हाल के वर्षों में प्रौद्योगिकी और नवाचार में **भारी निवेश** कर रहा है। कंपनी ने मोबाइल ऑर्डरिंग और डिलीवरी विकल्प पेश किए हैं, जो ग्राहकों के बीच तेजी से लोकप्रिय हो गए हैं। 2022 तक, कंपनी एआई-संचालित ड्राइव-थ्रू मेनू और स्वचालित फ्राई स्टेशन जैसी **नई तकनीक** का भी परीक्षण कर रही है।

### 5. हैप्पी मील और वयस्क हैप्पी मील

मैकडॉनल्ड्स हैप्पी मील और एडल्ट हैप्पी मील **अद्वितीय उत्पाद** हैं जिनमें बच्चों के आकार का भोजन, एक खिलौना और हैप्पी मील ब्रांड शामिल हैं; फ्राइज़, नगेट्स, बिग मैक, बच्चों और उनके माता-पिता दोनों के लिए एक यादगार अनुभव बनाते हैं।

# मैकडॉनल्ड्स SWOT विश्लेषण में कमजोरियाँ

## 1. अमेरिकी बाज़ार पर निर्भरता

मैकडॉनल्ड्स ने 2022 में **23.18 बिलियन** अमेरिकी डॉलर का कुल राजस्व अर्जित किया, जिसमें राजस्व का सबसे अधिक हिस्सा संयुक्त राज्य अमेरिका था - **9.42 बिलियन** अमेरिकी डॉलर के लिए लेखांकन। (लगभग **40.64%**)। यह निर्भरता एक कमजोरी हो सकती है क्योंकि अमेरिका में कोई भी आर्थिक या राजनीतिक अस्थिरता कंपनी के वित्तीय प्रदर्शन को नुकसान पहुंचा सकती है।

## 2. अस्वास्थ्यकर मेनू पेशकशों के लिए आलोचना

मैकडॉनल्ड्स को हाल के वर्षों में अपने मेनू प्रस्तावों के लिए आलोचना का सामना करना पड़ा है, जिनमें अक्सर कैलोरी, वसा और सोडियम की मात्रा अधिक होती है। इससे सार्वजनिक स्वास्थ्य पर, विशेषकर मोटापे और संबंधित स्वास्थ्य समस्याओं के नकारात्मक प्रभाव के बारे में चिंताएँ पैदा हो गई हैं।

## 3. फ्रेंचाइजी पर निर्भरता

मैकडॉनल्ड्स मुख्य रूप से फ्रेंचाइजी के माध्यम से संचालित होता है, जिससे विभिन्न स्थानों पर ग्राहक अनुभव में विसंगतियां हो सकती हैं। फ्रेंचाइजी का अपने रेस्तरां के दिन-प्रतिदिन के संचालन पर बहुत अधिक नियंत्रण होता है, और इससे गुणवत्ता और सेवा में भिन्नता हो सकती है।

## 4. सीमित मेनू अनुकूलन विकल्प

जबकि मैकडॉनल्ड्स मेनू विकल्पों की एक विस्तृत श्रृंखला प्रदान करता है, वहाँ सीमित अनुकूलन विकल्प उपलब्ध हैं। यह स्वास्थ्य के प्रति जागरूक उपभोक्ताओं के लिए एक निवारक हो सकता है जो उन्हें स्वस्थ बनाने के लिए अपने भोजन में संशोधन करना चाहते हैं।

## 5. गुणवत्ता नियंत्रण

दुनिया भर में हजारों स्थानों पर, लगातार भोजन की गुणवत्ता और सुरक्षा बनाए रखना मैकडॉनल्ड्स के लिए एक चुनौती हो सकती है। अतीत में खाद्य संदूषण और अन्य गुणवत्ता नियंत्रण मुद्दों के मामले सामने आए हैं। रियल रिसर्चर के अनुसार, **94%** उत्तरदाताओं का मानना है कि मैकडॉनल्ड्स को उत्पाद की गुणवत्ता में सुधार करना चाहिए

## मैकडॉनल्ड्स SWOT विश्लेषण में अवसर



## 1. बढ़ता हुआ डाइनिंग-आउट बाज़ार

टेक्नावियो शोध के अनुसार, 2021 और 2025 के बीच डाइनिंग आउट बाज़ार **52.96%** की सीएजीआर से बढ़ेगा। इसके अलावा, मैकडॉनल्ड्स ग्राहकों को अद्वितीय आकर्षक अनुभव प्रदान करके डाइनिंग-आउट बाजार में खुद को अलग कर सकता है। इसमें ऐसे आयोजन और प्रचार शामिल हो सकते हैं जो वर्तमान सांस्कृतिक रुझानों और विषयों को प्रतिबिंबित करते हैं, साथ ही **आकर्षक** ग्राहक अनुभव विकसित करते हैं जो ब्रांड के साथ बातचीत को प्रोत्साहित करते हैं।

## 2. मैककैफे का विस्तार

मैकडॉनल्ड्स के पास अपनी मैककैफे पेशकशों का विस्तार करने का अवसर है, जो कुछ बाजारों में सफल रही है। इससे कंपनी को कॉफी और अन्य पेय पदार्थों की बढ़ती मांग का फायदा उठाने में मदद मिल सकती है। इसमें अधिक कॉफी किस्मों को शामिल करना, इसके चाय मेनू को व्यापक बनाना और अधिक बेकरी उत्पादों को शामिल करना शामिल हो सकता है। ऐसा करने से, मैकडॉनल्ड्स व्यापक प्रकार के ग्राहकों को सेवा देने और अपने राजस्व को बढ़ाने में सक्षम होगा।

## 3. अन्य ब्रांडों के साथ साझेदारी

मैकडॉनल्ड्स के पास अपने मेनू प्रस्तावों का विस्तार करने और ग्राहकों की एक विस्तृत श्रृंखला को आकर्षित करने के लिए अन्य ब्रांडों के साथ साझेदारी करने का अवसर है। उदाहरण के लिए, कंपनी ने सीमित समय के मेनू आइटम बनाने के लिए कोका-कोला और ओरियो जैसे ब्रांडों के साथ साझेदारी की है। इसके अलावा, खाद्य और पेय उद्योग में उभरते ब्रांडों और स्टार्टअप के साथ सहयोग करके, मैकडॉनल्ड्स खुद को एक प्रवर्तक के रूप में स्थापित कर सकता है। इसमें नए मांस रहित मेनू आइटम पेश करने के लिए पौधे-आधारित मांस कंपनियों के साथ सहयोग करना शामिल हो सकता है।

## 4. सतत प्रथाओं को अपनाना

जैसे-जैसे उपभोक्ता पर्यावरण के प्रति अधिक जागरूक हो रहे हैं, कंपनियों के लिए टिकाऊ प्रथाओं को अपनाने की मांग बढ़ रही है। मैकडॉनल्ड्स के पास कचरे को कम करने और नवीकरणीय ऊर्जा का उपयोग करने जैसी स्थायी प्रथाओं को अपनाकर इस क्षेत्र में नेतृत्वकारी भूमिका निभाने का अवसर है।

## 5. सुविधा पर ध्यान दें

जैसे-जैसे उपभोक्ता व्यस्त होते जा रहे हैं, सुविधाजनक भोजन विकल्पों की मांग बढ़ती जा रही है। मैकडॉनल्ड्स के पास अपनी ड्राइव-थ्रू पेशकश और मोबाइल ऑर्डरिंग क्षमताओं का विस्तार करके सुविधा पर ध्यान केंद्रित करने का अवसर है।

## मैकडॉनल्ड्स SWOT विश्लेषण में खतरे

### 1. बढ़ती ब्याज दरें

फेडरल रिजर्व की बढ़ती ब्याज दरों के कारण, मैकडॉनल्ड्स को रियल एस्टेट खतरे का सामना करना पड़ रहा है जो कंपनी की लाभप्रदता और विकास संभावनाओं को गंभीर रूप से प्रभावित कर सकता है। ब्याज दरें बढ़ने के कारण रियल एस्टेट विकास और अधिग्रहण के लिए उधार लेने की लागत बढ़ जाती है, जिससे कंपनी द्वारा संचालित रेस्तरां की संख्या बढ़ाने की क्षमता सीमित हो सकती है।

## 2. बढ़ती लागत

कंपनी ने कहा कि बढ़ती श्रम, भोजन, पैकेजिंग और अन्य लागतों के कारण पिछले साल मैकडॉनल्ड्स के अमेरिकी मेनू की कीमतों में वार्षिक आधार पर लगभग 6% की वृद्धि हुई। श्रम, सामग्री और रियल एस्टेट की बढ़ती लागत मैकडॉनल्ड्स की लाभप्रदता को प्रभावित कर सकती है और इसकी कम कीमतों को बनाए रखना अधिक कठिन बना सकती है।

## 3. आपूर्ति शृंखला में रुकावटें

इससे लागत बढ़ने और राजस्व कम होने से मैकडॉनल्ड्स को खतरा हो सकता है। कुछ उत्पादों के सीमित आपूर्तिकर्ता उन पर निर्भरता बढ़ा सकते हैं, और कंपनी के नियंत्रण से परे कारक रुकावट पैदा कर सकते हैं। ये महत्वपूर्ण उत्पादों की उपलब्धता को सीमित कर सकते हैं और लागत बढ़ा सकते हैं, जिससे कंपनी के संचालन और वित्तीय प्रदर्शन पर असर पड़ सकता है।

## 4. तकनीकी व्यवधान

जैसे-जैसे प्रौद्योगिकी का विकास जारी है, यह जोखिम है कि मैकडॉनल्ड्स को नवीनतम रुझानों और नवाचारों के साथ बने रहने के लिए संघर्ष करना पड़ सकता है। इससे अन्य फास्ट-फूड शृंखलाओं के साथ प्रतिस्पर्धा करने और युवा, तकनीक-प्रेमी ग्राहकों को आकर्षित करने की इसकी क्षमता प्रभावित हो सकती है।

## 5. तीव्र प्रतिस्पर्धा

मैकडॉनल्ड्स को सबवे, बर्गर किंग और वेंडी जैसी प्रतिस्पर्धी क्यूएसआर कंपनियों से **कड़ी टक्कर मिल रही है** जो स्वस्थ मेनू विकल्प, अनुकूलन योग्य भोजन और आसान मोबाइल ऑर्डरिंग और डिलीवरी जैसे अधिक व्यावहारिक और उच्च गुणवत्ता वाले विकल्प प्रदान करते हैं। यह तीव्र प्रतिस्पर्धा मैकडॉनल्ड्स के बाजार प्रभुत्व को खतरे में डाल सकती है यदि यह नवाचार नहीं करता है और अपने प्रतिद्वंद्वियों से खुद को अलग नहीं करता है।

### MCDONALD'S COMPETITORS



# केएफसी स्वॉट विश्लेषण

SWOT विश्लेषण का अर्थ है किसी कंपनी की ताकत - कमजोरी - अवसर - खतरे। किसी कंपनी का SWOT विश्लेषण बिक्री और मुनाफा बढ़ाने के लिए नई रणनीति और योजना बनाने में मदद करता है। SWOT विश्लेषण कंपनियों को यह जानने में मदद करता है कि वे बाज़ार में कहाँ खड़े हैं और अपने व्यवसाय का विस्तृत विचार प्राप्त करते हैं और इससे उनके लिए निर्णय लेना और अपनी कमजोरियों में सुधार करना आसान हो जाता है।

आइए केएफसी की खूबियों का विश्लेषण करके शुरुआत करें।

## KFC SWOT Analysis 2022

<b>Strengths</b>	<b>Weaknesses</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Brand Recognition</li> <li>Secret Recipe</li> <li>Global Presence</li> <li>Efficient in Production</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Unhealthy Menu</li> <li>Untrustworthy suppliers</li> <li>Problems with Franchises</li> <li>Negative publicity</li> </ul>
<b>Opportunities</b>	<b>Threats</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Adding Healthy Alternatives</li> <li>Automation</li> <li>Solving Franchise problem</li> <li>Innovative Marketing</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Health Activism</li> <li>Economic conditions</li> <li>Lawsuits</li> <li>Competition</li> </ul>

## 1. केएफसी की ताकत

- **वैश्विक पहुंच** - केएफसी एक अंतरराष्ट्रीय स्तर पर प्रसिद्ध फास्ट फूड स्टोर है जो 20 हजार से अधिक स्टोरों के साथ 120 देशों में फैला हुआ है। जो इसे बाजार में बड़ी संख्या में लोगों की जरूरतों को पूरा करने में मदद करता है।
- **उत्पादों की विस्तृत श्रृंखला** - केएफसी मांसाहारी और शाकाहारी भोजन वितरित करता है। मीट और चिकन सबसे ज्यादा पसंद किया जा रहा है। केएफसी बर्गर, चिकन विंग्स आदि जैसे उत्पादों के साथ-साथ उनके सिग्नेचर मेनू भी पेश करता है।
- **ट्रेडमार्क व्यंजन** - लोगों द्वारा केएफसी को पसंद करने का एक कारण इसके अनूठे स्वाद वाले व्यंजन हैं। इसके नुस्खे आज भी गुप्त रखे गए हैं।

## 2. केएफसी की कमजोरियां

- **स्वास्थ्य के प्रति जागरूक** - आधुनिक दुनिया में प्रत्येक व्यक्ति स्वास्थ्य के प्रति जागरूक होता जा रहा है। यह कहने के बाद कि केएफसी जैसे फास्ट फूड कॉर्नर के भोजन में वसा और कैलोरी की एक बड़ी मात्रा होती है, लोगों को एक स्वस्थ विकल्प की ओर स्थानांतरित कर रहा है। जबकि केएफसी के मेनू में कोई स्वस्थ भोजन नहीं दिया जाता है।

- **आलोचना** - केएफसी पर वातावरण और जानवरों को नुकसान पहुंचाने का आरोप लगाया गया था जिसके कारण इसकी छवि खराब हो गई थी। इस तरह की आलोचना से बाजार में कंपनियों की ब्रांड इमेज खराब होती है।
- **प्रबंधन की कमी** - केएफसी एक प्रसिद्ध और अंतरराष्ट्रीय फास्ट फूड सर्वर होने के कारण फ्रेंचाइजी के प्रबंधन और नियंत्रण में कठिनाई का सामना करता है।

### 3. केएफसी के लिए अवसर

- **क्षेत्रीय विशेषता** - हर क्षेत्र का अपना स्वाद होता है। केएफसी को उस विशेष देश या क्षेत्र के लिए बने विशेष व्यंजन लाने चाहिए। इससे उन्हें अधिक ग्राहक आकर्षित करने में मदद मिलेगी.
- **स्वस्थ भोजन** - यह स्वास्थ्य के प्रति जागरूक समूहों को लक्षित कर सकता है, ग्राहकों को एक स्वस्थ विकल्प प्रदान कर सकता है, और ग्रिल या सलाद के साथ-साथ ताजे फलों के रस भी लॉन्च कर सकता है।

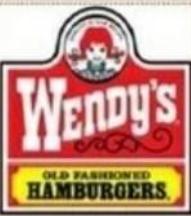
- **नई जगहों पर विस्तार** - केएफसी को अपने कारोबार का विस्तार उन जगहों पर करना है जहां तक वह अभी तक नहीं पहुंच पाया है और अपनी शाखाएं बढ़ानी है। इससे कंपनी को काफी बड़ा मार्केट शेयर हासिल करने में मदद मिलेगी।
- **बजट के अनुकूल भोजन** - बढ़ते बाजार के साथ, लोग कीमत के प्रति अधिक जागरूक हो रहे हैं। केएफसी को मूल्य के प्रति संवेदनशील ग्राहकों को आकर्षित करने के लिए बजट-अनुकूल भोजन की पेशकश करनी चाहिए।

## 4. केएफसी के लिए खतरा



**Competitors**

---

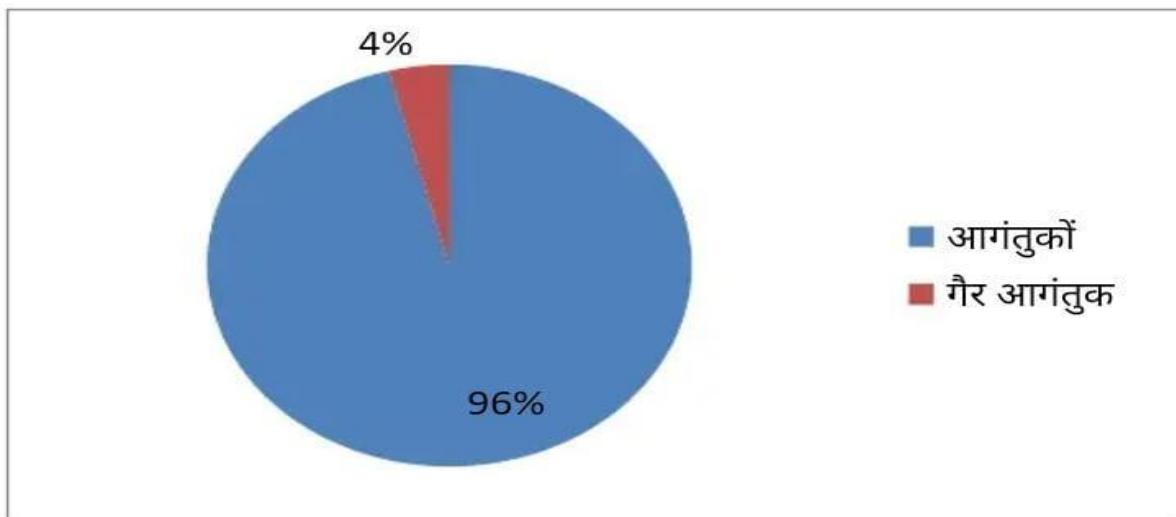
DIRECT	 McDonald's MCDO	 KFC	 WENDY'S OLD FASHIONED HAMBURGERS	 BURGER KING	 Chow king. CHOWKING
INDIRECT	 REYES' BBQ	 MANG INASAL HOME OF PINOY-STYLE BARBECUE	 ANDOK'S	 CARINDERIA P99.00 + VAT Carinderia	 home food

- **लड़खड़ाती अर्थव्यवस्थाएँ** - एक वैश्विक कंपनी के रूप में, केएफसी को लड़खड़ाती अर्थव्यवस्थाओं, बढ़ती खाद्य दरों के साथ-साथ मंदी के मुद्दों का सामना करने का खतरा है।
- **कई प्रतिस्पर्धी** - खाद्य उद्योग में बड़ी प्रतिस्पर्धा के कारण, केएफसी को अन्य सभी रेस्तरां से खतरा है क्योंकि यह केएफसी के व्यवसाय को प्रभावित कर सकता है। इसे न सिर्फ अंतरराष्ट्रीय कंपनियों से बल्कि इसके आसपास मौजूद स्थानीय कंपनियों से भी खतरा है।
- **कच्चे माल की कीमतें** - कच्चे माल की बदलती कीमतें खर्चों में वृद्धि और अंततः उत्पादों की कीमतों में वृद्धि से व्यवसाय को प्रभावित कर सकती हैं।

# उपभोक्ता संतुष्टि

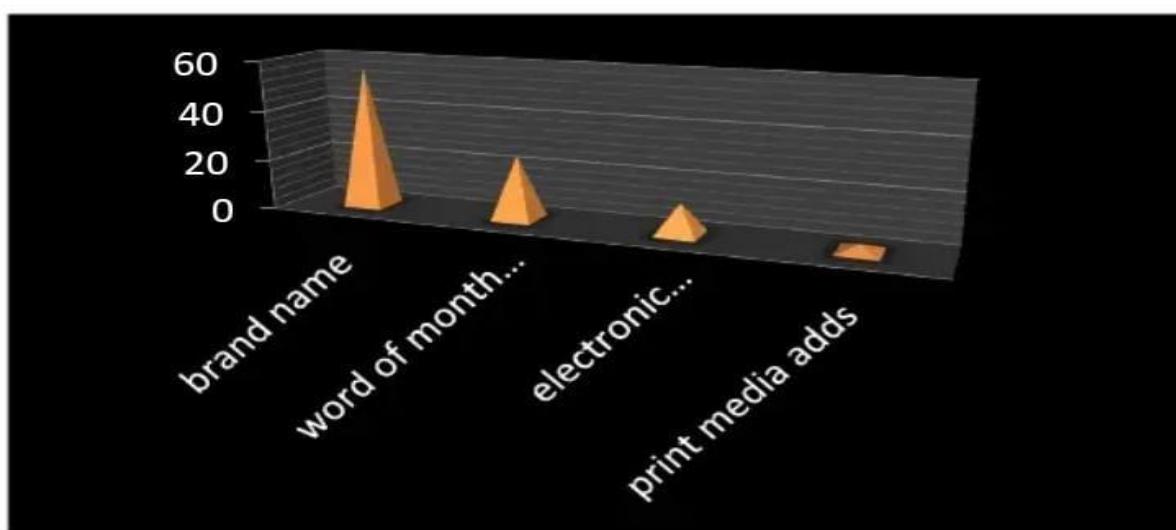
## मैकडोनाल्ड्स के लिए उपभोक्ता संतुष्टि

1) क्या आपने कभी मैकडॉनल्ड्स का दौरा किया है?



- 4% - गैर आगंतुक
- 96% - आगंतुक
- विश्लेषण:- अधिकांश नमूना खंड मैकडॉनल्ड्स का दौरा करते हैं क्योंकि यह है केवल ब्रांड ही उपलब्ध है बाज़ार

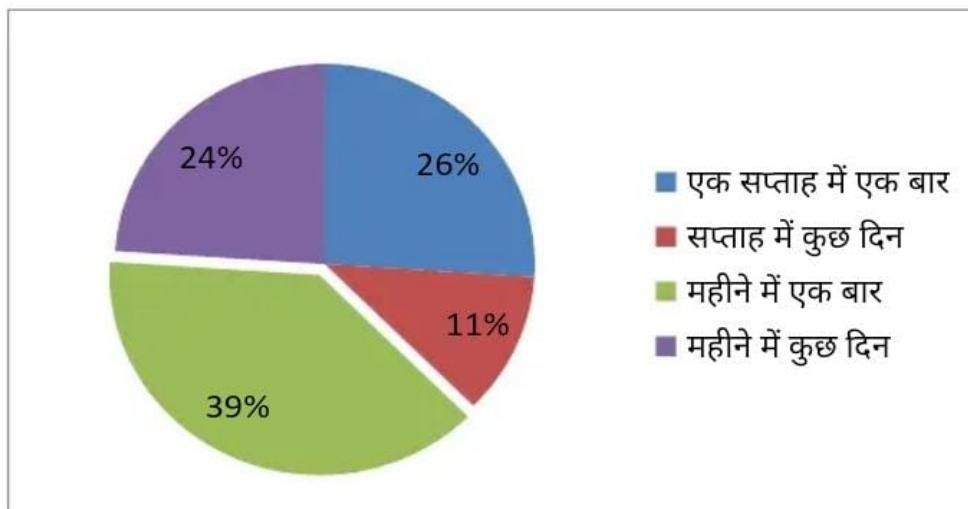
2) आप मैकडॉनल्ड्स को संरक्षण क्यों देते हैं?



- 0% - प्रिंट मीडिया विज्ञापन
- 20% - इलेक्ट्रॉनिक मीडिया
- 40% - मौखिक संचार

- 60% - ब्रांड नाम
- विश्लेषण:-आगंतुकों की प्रमुख संख्या ब्रांड नाम का अनुसरण करें क्योंकि उन्हें लगता है कि गुणवत्ता बनी रहती है और यह काम भी करता है स्टेटस सिंबल के रूप में

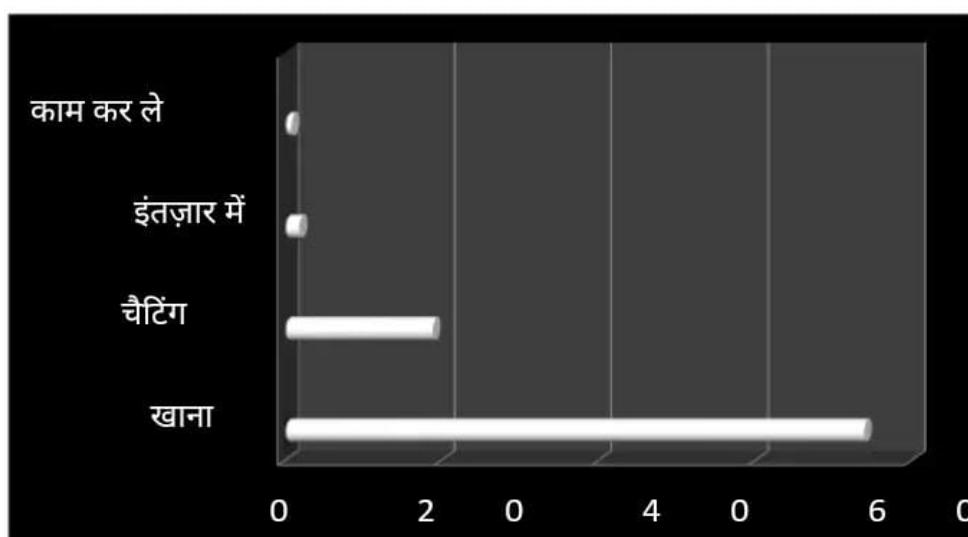
3) आप कितनी बार मैकडॉनल्ड्स जाते हैं?



- 26% - सप्ताह में एक बार
- 11% - सप्ताह में कुछ दिन
- 39% - महीने में एक बार
- 24% - महीने में कुछ दिन

विश्लेषण :- डेटा विश्लेषण उस बहुमत को दर्शाता है कि आगंतुकों मिलने जाना पर महीने के आधार प्रमुख आगंतुक हैं मध्यम वर्गीय समाज और ऐसा ही बार-बार दौरे बनाए रखना कठिन है

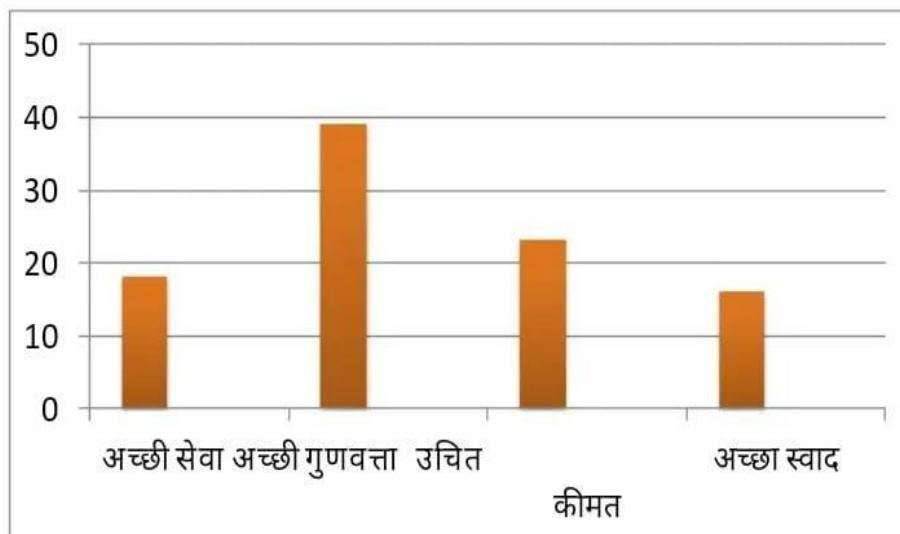
4) मैकडॉनल्ड्स आने का आपका मुख्य उद्देश्य क्या है?



- 1%-कुछ काम करना
- 2% - प्रतीक्षा
- 19%- चैटिंग
- 74% - खाना

विश्लेषण :- आंकड़ों से पता चलता है प्रमुख वी आईसिटर्स का उद्देश्य खाना है

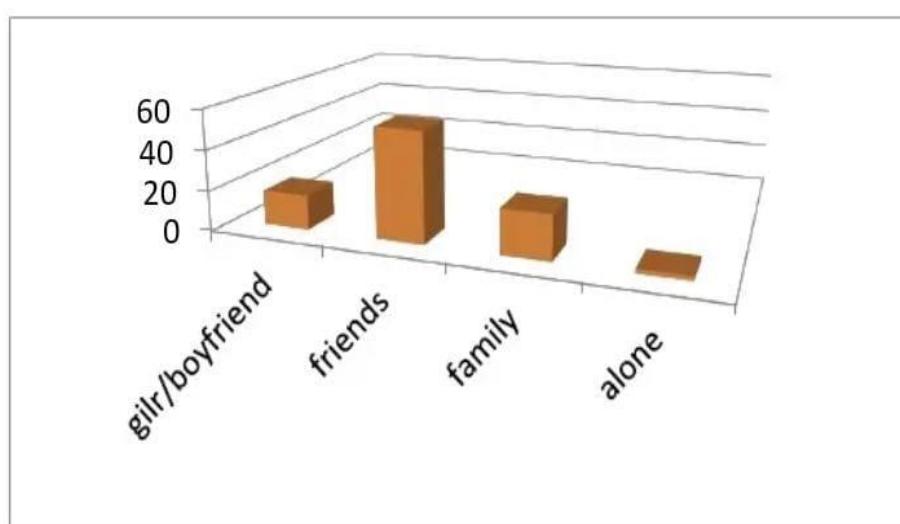
5) आप मैकडॉनल्ड्स जाना क्यों पसंद करते हैं?



- 18% - अच्छी सेवा
- 39% - अच्छी गुणवत्ता
- 23% - उचित मूल्य
- 16% - अच्छा स्वाद

**विश्लेषण:-** डेटा से पता चलता है कि लोग अच्छी गुणवत्ता के कारण मैकडॉनल्ड्स को पसंद करते हैं। चूँकि उपभोक्ता चाहते हैं अधिकतम अपने पैसे के लिए वापसी, गुणवत्ता सबसे आशाजनक डोमेन है जहां अधिकतम रिटर्न प्राप्त किया जा सकता है

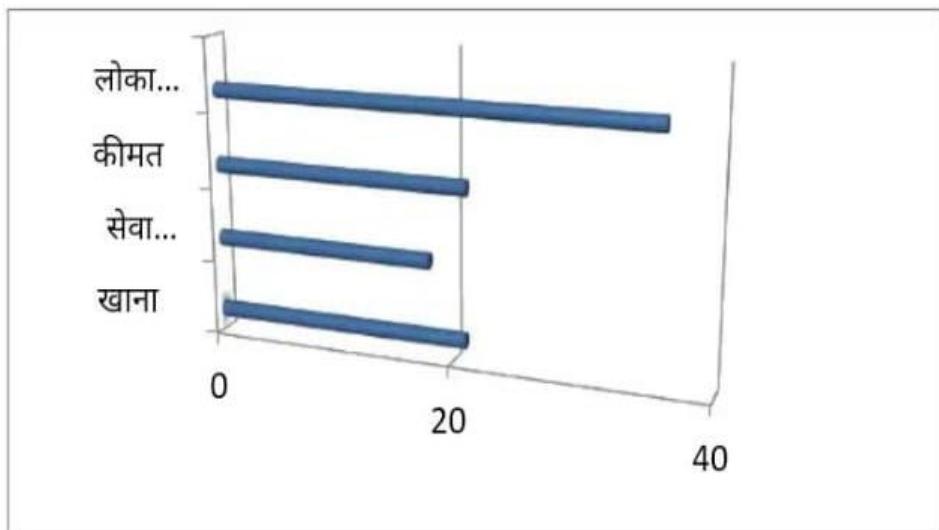
6) आपको साथ में मैकडॉनल्ड्स का दौरा करना पसंद है -



- 17%-लड़की/लड़का मित्र
- 54%-मित्र
- 22%-परिवार
- 2% - अकेले

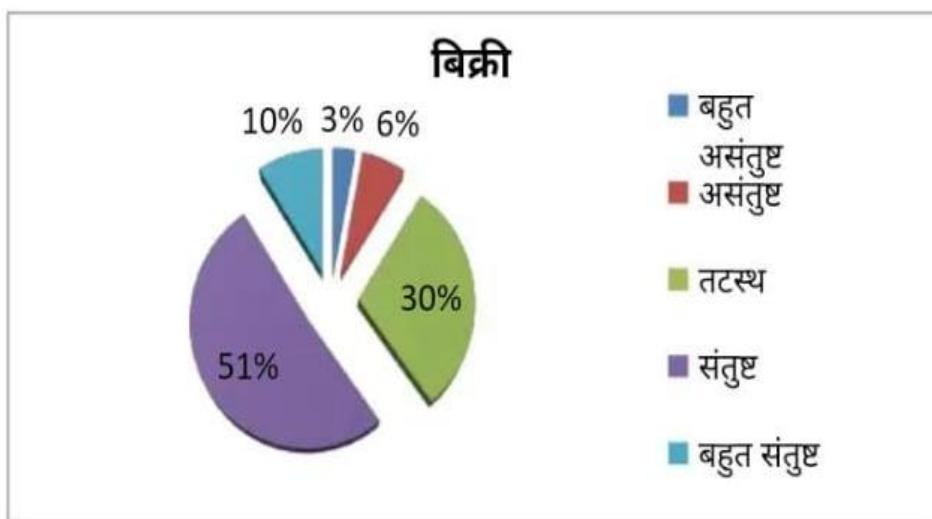
**विश्लेषण:-** अधिकतर लोग दोस्तों के साथ घूमने जाते हैं। भारतीय समाज में मर्यादा बनाये रखनी पड़ती है परिवार के साथ रहते हुए और दोस्तों के बीच रहते हुए व्यक्ति स्वतंत्र होकर सामाजिक व्यवहार करता है बाधाओं की, इस प्रकार प्रमुख लोग पसंद करते दोस्तों की संगति.

7) मैकडॉनल्ड्स को इसमें सुधार करना चाहिए-



- 21% - भोजन
- 18% - सेवा
- 21% - कीमत
- 36% - स्थान
- **विश्लेषण:-** अधिकांश आगंतुक सोचते हैं कि मैकडॉनल्ड्स को अपने स्थानों में सुधार करना चाहिए। ऐसा इसलिए क्योंकि लखनऊ में आउटलेट खुले हैं केंद्रीय बिंदु जो दूर हो सकते हैं कई जगहों से।

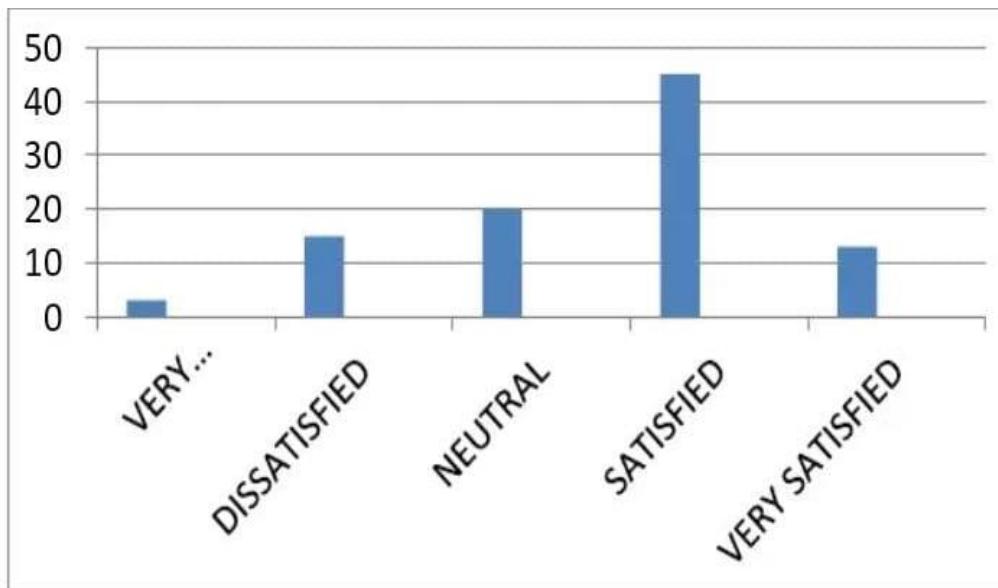
8) परोसे गए भोजन की विविधता से आप कितने संतुष्ट हैं?



- 3% - बहुत असंतुष्ट
- 6% - असंतुष्ट
- 30% - तटस्थ
- 51% - संतुष्ट
- 10% - बहुत संतुष्ट

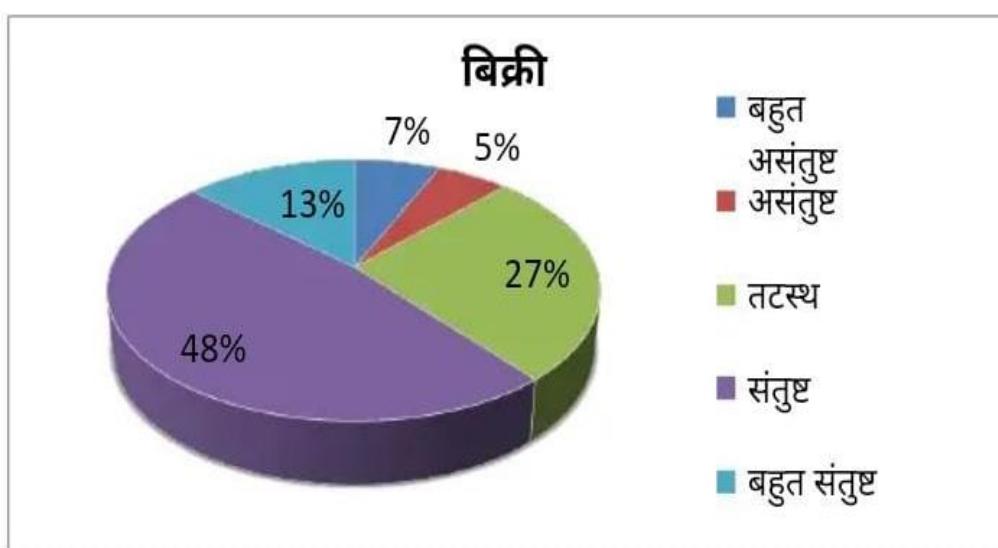
**विश्लेषण:-** लोगों का बड़ा वर्ग परोसे गए भोजन की विविधता से संतुष्ट दिखाई देता है। ऐसा इसलिए है क्योंकि उपभोक्ताओं को लगता है कि उनके पैसे का मूल्यांकन कुशलतापूर्वक किया जा रहा है प्रदान की गई सेवाओं की शर्तें

9) परोसे गए भोजन की कीमत से आप कितने संतुष्ट हैं?



विश्लेषण - लोगों का बड़ा वर्ग भोजन की कीमतों से संतुष्ट दिखाई देता है सेवा दी गई। मैक अल्लू टिक्की, मैकपप्स आदि जैसी वस्तुएं काफ़ि किफायती हैं और भूख को संतुष्ट करने के लिए काफ़ि अच्छी हैं। कट

10) आप मैकडॉनल्ड्स की सेवा से कितने संतुष्ट हैं?

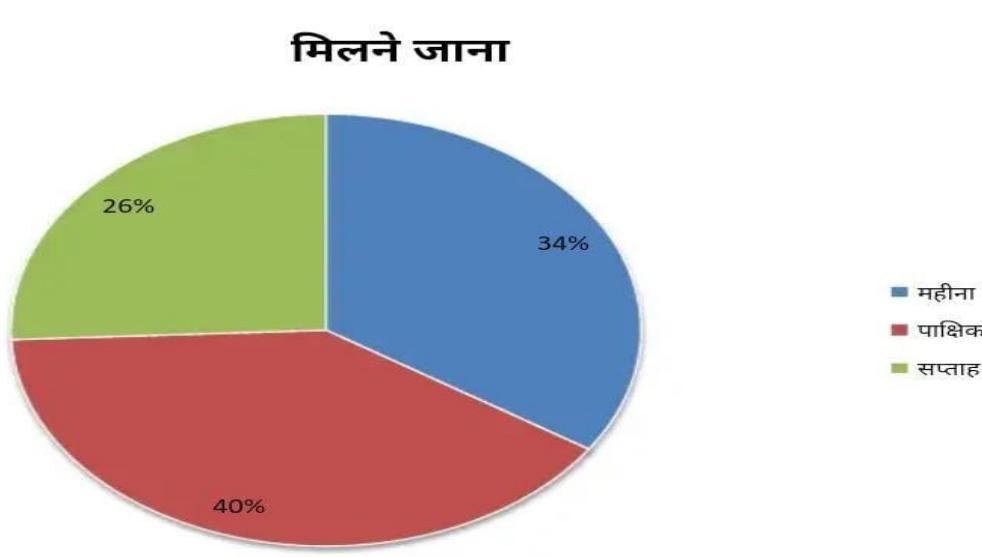


- 7% - बहुत असंतुष्ट
- 5% - असंतुष्ट
- 27% - तटस्थ
- 48% - संतुष्ट
- 13% - बहुत संतुष्ट

विश्लेषण: प्रमुख वर्ग सेवा से संतुष्ट नजर आया।

# केएफसी के लिए उपभोक्ता संतुष्टि

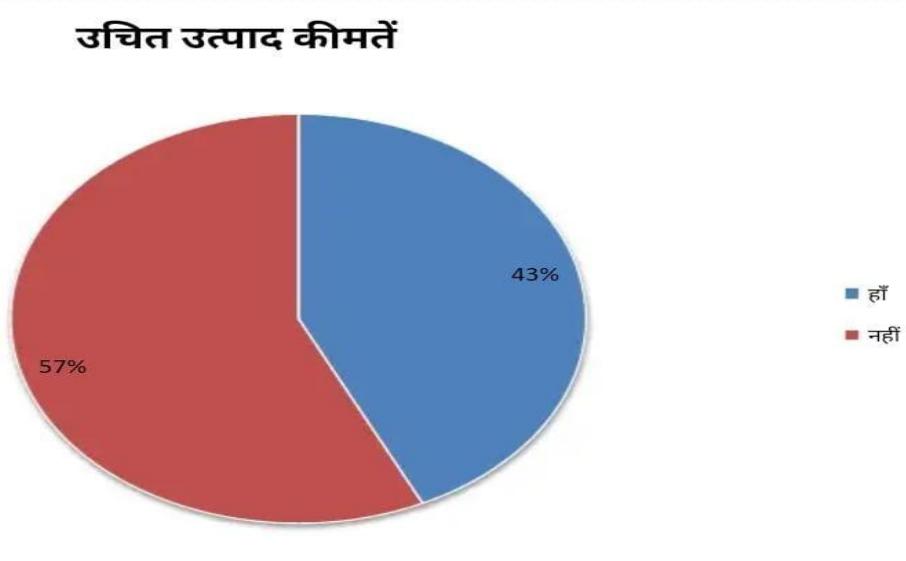
आप कितनी बार केएफसी जाते हैं?



## व्याख्या:

सर्वेक्षण के परिणामों के अनुसार 34% उत्तरदाता महीने में एक बार आते हैं, 40% पाक्षिक रूप से, 26% उत्तरदाता सप्ताह में एक बार केएफसी जाते हैं।

क्या आपको केएफसी उत्पाद की कीमतें उचित लगती हैं?

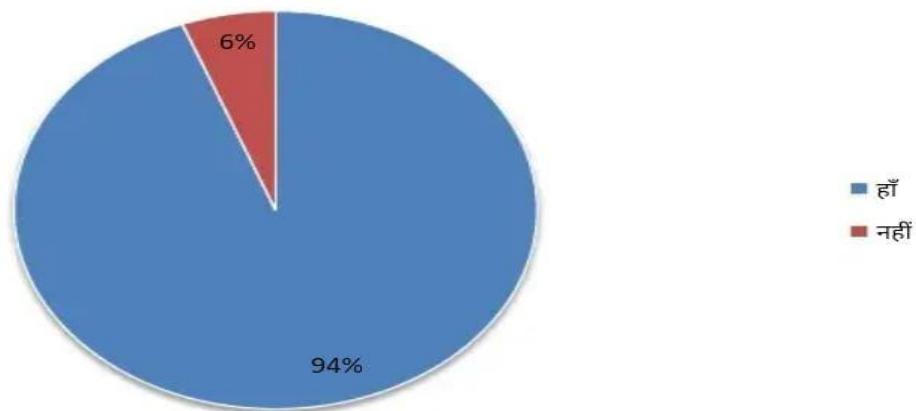


## व्याख्या:

इससे पता चलता है कि 43% उत्तरदाताओं को लगता है कि केएफसी के उत्पादों की कीमतें उचित हैं जबकि अन्य 57% का कहना है कि कीमतें उचित नहीं हैं।

क्या आपको लगता है कि केएफसी अपने ग्राहकों को स्वच्छ भोजन प्रदान करता है?

### स्वच्छ भोजन

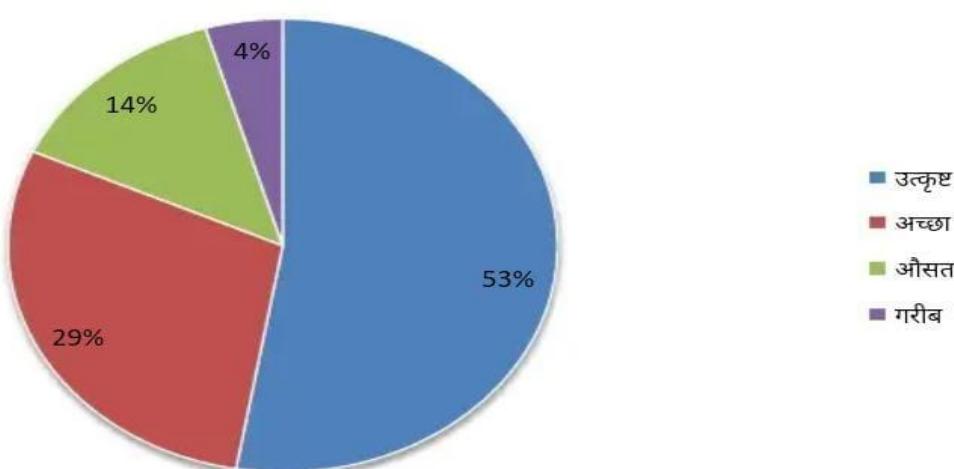


#### व्याख्या:

94% उत्तरदाता इस बात से सहमत हैं कि केएफसी अपने ग्राहकों को स्वच्छ भोजन प्रदान करता है जबकि 6% उत्तरदाता इस कथन से असहमत हैं।

| 1 से 4 के पैमाने पर, आप केएफसी के भोजन को कैसे रेटिंग देंगे? (1- उत्कृष्ट ,4 – गरीब)

### केएफसी फूड

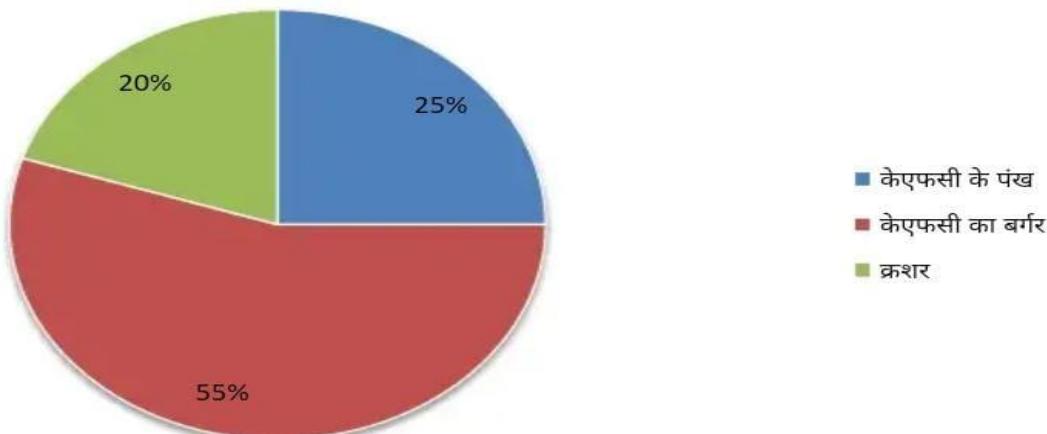


#### व्याख्या :

53% उत्तरदाताओं को केएफसी का खाना पसंद है, 29% का कहना है कि यह अच्छा है, 14% का कहना है कि यह औसत है, और 4% उनके द्वारा दिए जाने वाले भोजन से संतुष्ट नहीं हैं।

. आप सबसे अधिक क्या पसंद करेंगे?

### पसंद करना

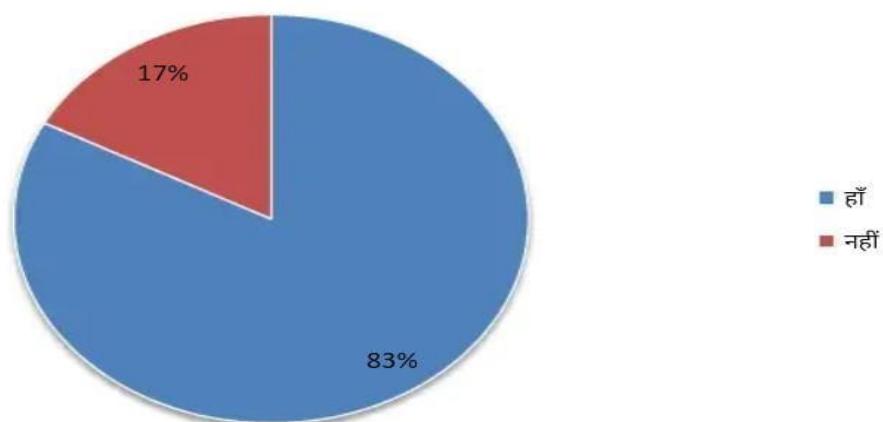


#### व्याख्या:

सर्वेक्षण के नतीजों के मुताबिक 25% उत्तरदाता केएफसी के विंग्स को पसंद करते हैं, 55% इसे पसंद करते हैं केएफसी के बर्गर और 20% क्रशर पसंद करते हैं।

क्या तुम्हें लगता है KFC का स्टाफ ग्राहकों का रखता है ख्याल?

### कर्मचारी

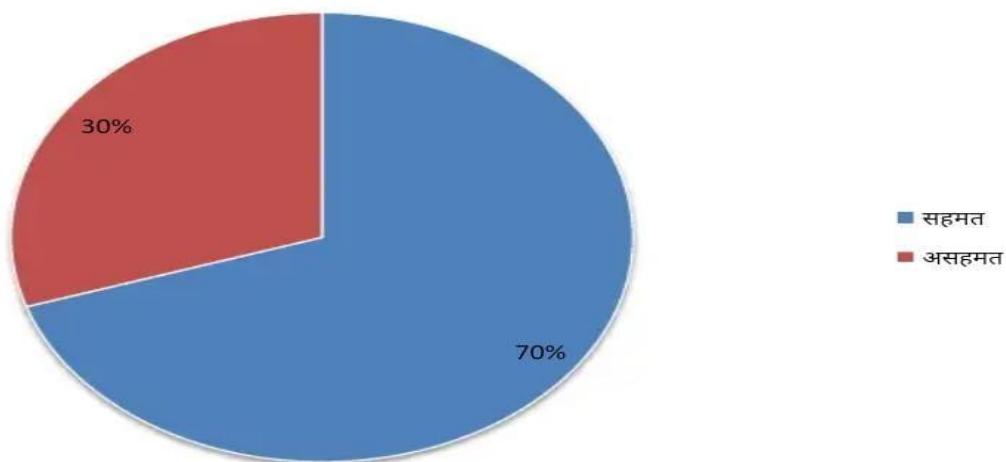


#### व्याख्या:

83% उत्तरदाता इस बात से सहमत हैं कि केएफसी के कर्मचारी अपने ग्राहकों का ख्याल रखते हैं जबकि 17% उत्तरदाता असहमत हैं।

क्या आपको लगता है कि केएफसी सर्वोच्चम फास्ट फूड प्रदान करता है?

### सर्वोच्चम फास्ट फूड उपलब्ध कराता है

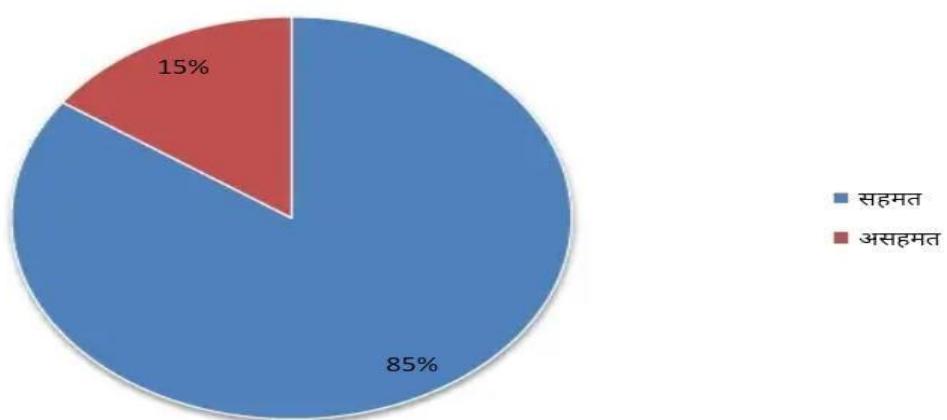


#### व्याख्या:

सर्वेक्षण में कहा गया है कि 70% उत्तरदाता इस बात से सहमत हैं कि केएफसी सबसे अच्छा भोजन प्रदान करता है 30% उत्तरदाता इससे असहमत हैं.

क्या आपको लगता है कि केएफसी साफ सुधरा वातावरण प्रदान करता है?

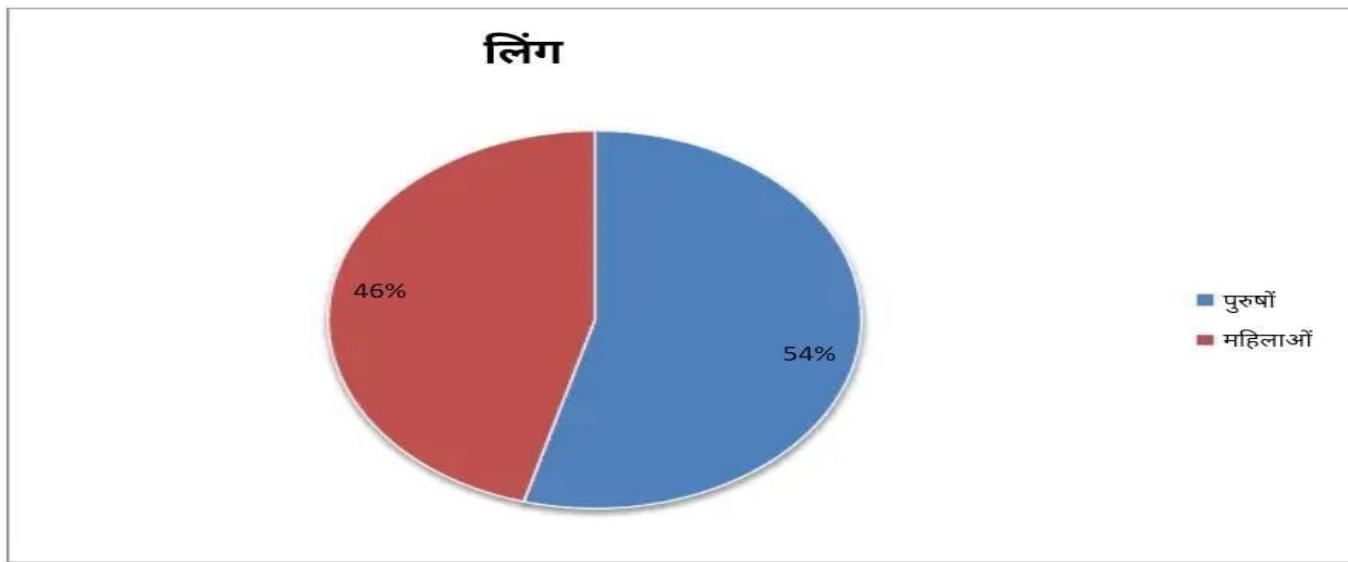
### साफ वातावरण



#### व्याख्या:

85% उत्तरदाताओं ने इस कथन पर सहमति व्यक्त की कि केएफसी साफ सुधरा सेवा प्रदान करता है जबकि 15% उत्तरदाता इस बात से असहमत हैं कि केएफसी साफ-सुधरा वातावरण मुहैया कराता है पर्यावरण।

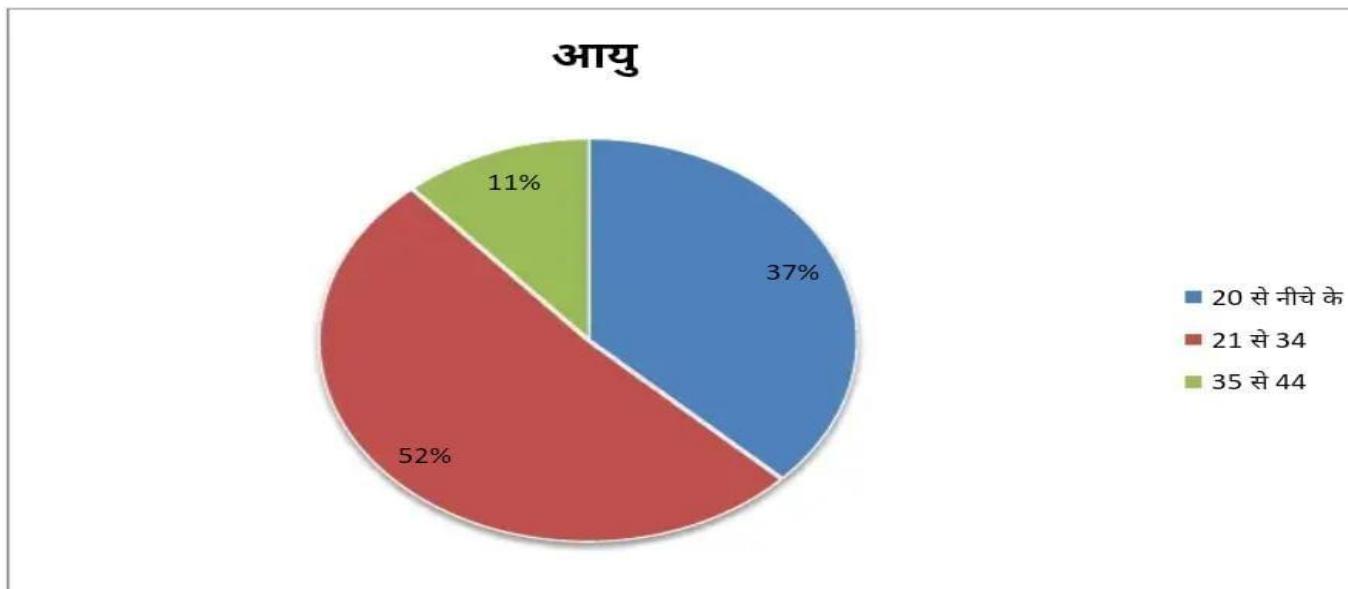
. लिंग



**व्याख्या:**

केएफसी में जाने वाले 54% पुरुष हैं और 46% महिलाएं हैं।

. आयु



**व्याख्या:**

यहां केएफसी में 21 से 34 साल के 52% लोग आते हैं। 35 से 44 साल के लोग आते हैं।

केएफसी 11% हैं और 20 साल से कम उम्र के केएफसी विजिट 37% हैं।

# मैकडॉनल्ड्स और केएफसी के बीच तुलना



## केएफसी

**2624**

कर्मचारी  
प्रतिभागी

**18416**

कुल  
रेटिंग

इस कंपनी को रेटिंग दें

## मैकडॉनल्ड्स

**6521**

कर्मचारी  
प्रतिभागी

**67839**

कुल  
रेटिंग

इस कंपनी को रेटिंग दें

## मैकडॉनल्ड्स बनाम केएफसी

मैकडॉनल्ड्स और केएफसी दो सबसे लोकप्रिय फास्ट फूड श्रृंखलाएं हैं जिन्हें दुनिया भर में कई लोग पसंद करते हैं। जब हैमबर्गर की बात आती है, तो मैकडॉनल्ड्स हमेशा शीर्ष विकल्प होता है, जबकि जब तले हुए चिकन की बात आती है, तो केएफसी हमेशा पहली चीज होती है जो दिमाग में आती है। इसका कारण यह है कि इन दोनों श्रृंखलाओं के उत्पाद ही उनके ट्रेडमार्क बन गए हैं और इस प्रकार, उनकी पहचान बन गए हैं। मैकडॉनल्ड्स और केएफसी के बीच अंतर मुख्य रूप से उनके द्वारा परोसे जाने वाले व्यंजनों पर निर्भर करता है।

## मैकडॉनल्ड्स क्या है?

1940 में मैकडॉनल्ड्स ने पहली बार अपना परिचालन शुरू किया था। कई चीजों के अग्रणी, स्पीडी सर्विस सिस्टम को उनके पहले रेस्तरां में शुरू किया गया था, जिसका पालन आज तक आधुनिक फास्ट फूड श्रृंखलाओं में किया जा रहा है। उनका पहला शुभंकर शेफ की टोपी पहने हुए हैमबर्गर के सिर वाला एक आदमी था, जिसे मैकडॉनल्ड्स के कभी लोकप्रिय जोकर आदमी द्वारा प्रतिस्थापित किया गया था। अनुमान है कि मैकडॉनल्ड्स वर्तमान में 119 देशों में प्रतिदिन 58 मिलियन ग्राहकों को सेवा प्रदान करता है। उनके रेस्तरां अपनी सेटिंग्स और सुविधाओं में भिन्न हैं क्योंकि कुछ ड्राइव थ्रू सेवाएं प्रदान करते हैं, और कुछ में बच्चों के लिए खेल क्षेत्र हैं जबकि कुछ अकेले काउंटर सेवा प्रदान करते हैं। मैकडॉनल्ड्स के हस्ताक्षर रंग लाल और पीले हैं, जबकि उनके सबसे लोकप्रिय उत्पाद उनके प्रसिद्ध हैमबर्गर, नाश्ते की पेशकश, डेसर्ट, चिकन सैंडविच और फ्रेंच फ्राइज़ हैं। मैकडॉनल्ड्स शाकाहारी ग्राहकों के लिए भी उत्पाद पेश करता है। जब क्षेत्रीय शाखाओं की बात आती है, तो मैकडॉनल्ड्स संबंधित क्षेत्रों की खाद्य संस्कृतियों के अनुरूप अनुकूलित कुछ उत्पादों की पेशकश करने के लिए जाना जाता है। उदाहरण के लिए, पुर्तगाल में मैकडॉनल्ड्स एकमात्र शाखा है जो मेनू में सूप प्रदान करती है जबकि इंडोनेशिया में मैकडॉनल्ड्स अपने ग्राहकों को मैकराइस प्रदान करती है।

## केएफसी क्या है?

केएफसी या केंटकी फ्राइड चिकन की शुरुआत ग्रेट डिप्रेशन के दौरान हुई थी, जो वर्ष 1930 में थी। इसे पहले केंटकी के मूल निर्माता हारलैंड सैंडर्स के नाम पर "सैंडर्स कोर्ट एंड कैफे" नाम दिया गया था। उनका वर्तमान और सबसे लोकप्रिय लोगो सैंडर्स की व्यंग्यात्मक छवि है, जिसका संक्षिप्त नाम केएफसी है। वे अपने व्यापार रहस्य, 11 जड़ी-बूटियों और मसालों से बनी अपनी गुप्त रेसिपी के लिए लोकप्रिय हैं, जो उनके चिकन में "फिंगर लिकिन गुड" स्वाद जोड़ने के लिए जाने जाते हैं। उनके मूल उत्पाद तला हुआ चिकन, चिकन रैप्स, सैंडविच, सलाद और भुना हुआ और ग्रील्ड चिकन व्यंजन और साथ ही कई डेसर्ट हैं।

## केएफसी और मैकडॉनल्ड्स में क्या अंतर है?

मैकडॉनल्ड्स और केएफसी दोनों लोकप्रिय फास्ट फूड चेन हैं जिन्होंने पिछले कुछ वर्षों में काफी लोकप्रियता हासिल की है। दोनों के बीच अंतर करने से उन उत्पादों में से सर्वोत्तम उत्पाद प्राप्त करने में मदद मिलेगी जो दोनों ब्रांड अपने ग्राहकों को पेश करते हैं।

- मैकडॉनल्ड्स अपने हैमबर्गर के लिए लोकप्रिय है। केएफसी अपने तले हुए चिकन के लिए लोकप्रिय है।
- KFC की शुरुआत 1930 में हुई थी। मैकडॉनल्ड्स की शुरुआत 1940 में हुई थी।
- केएफसी के लोगो में कर्नल सैंडर्स की व्यंग्यात्मक छवि है। मैकडॉनल्ड्स का लोगो एक बड़ा पीला 'एम' है।

### संक्षिप्त:

#### केएफसी बनाम मैकडॉनल्ड्स

1. केएफसी और मैकडॉनल्ड्स दोनों अमेरिका और पूरी दुनिया में लोकप्रिय फास्ट फूड चेन हैं।
2. केएफसी और मैकडॉनल्ड्स दोनों से पशु अधिकारों के लिए सवाल किया जाता है कि क्या वे बेहतर पशु कल्याण मानकों पर विचार करते हैं या नहीं।
3. केएफसी और मैकडॉनल्ड्स में अलग-अलग तरह के व्यंजन उपलब्ध हैं। हालाँकि, वे दोनों अपने मेनू में चिकन को शामिल करते हैं।
4. मैकडॉनल्ड्स का मुख्य उत्पाद हैमबर्गर है जबकि केएफसी का मुख्य उत्पाद फ्राइड चिकन है।
5. मैकडॉनल्ड्स के अन्य ऑफर में नाश्ता मेनू, डेसर्ट, चिकन सैंडविच और फ्रेंच फ्राइज़ शामिल हैं। केएफसी के अन्य प्रस्तावों में चिकन रैप्स, सैंडविच, सलाद, भुना हुआ और ग्रील्ड चिकन व्यंजन और डेसर्ट शामिल हैं।
6. KFC मैकडॉनल्ड्स से 10 साल पुराना है।
7. मैकडॉनल्ड्स का लोगो एक बड़ा पीला 'M' है जबकि KFC का लोगो उनके मूल निर्माता की कार्टून वाली छवि है।

## मैकडॉनल्ड्स और केएफसी के बीच अंतर

सीईओ रेटिंग, समय संस्कृति स्कोर, ब्रांड ऐंकिंग और अन्य रेटिंग के लिए केएफसी बनाम मैकडॉनल्ड्स की तुलना करें। परिणाम KFC के 2624 कर्मचारियों और ग्राहकों और मैकडॉनल्ड्स के 6521 कर्मचारियों और ग्राहकों द्वारा तैयार किए गए थे।



### केएफसी

KFC के ग्राहकों द्वारा रेटिंग के अनुसार, KFC का ब्रांड वैश्विक शीर्ष 1000 ब्रांडों की सूची में #130वें स्थान पर है। उनका वर्तमान मूल्यांकन \$32.95B है।



### मैकडॉनल्ड्स

मैकडॉनल्ड्स के ग्राहकों द्वारा रेटिंग के अनुसार, मैकडॉनल्ड्स ब्रांड को वैश्विक शीर्ष 100 ब्रांडों की सूची में #85वां स्थान दिया गया है। उनका वर्तमान मूल्यांकन \$167.91B है।



उत्पाद की गुणवत्ता



मूल्य निर्धारण



ग्राहक सेवा



47%  
प्रमोटरों

21%  
निष्क्रिय

32%  
विरोधियों

49%  
प्रमोटरों

22%  
निष्क्रिय

29%  
विरोधियों



# केएफसी में काम करना बनाम मैकडॉनल्ड्स में काम करना



**63 / 100**



सीईओ रेटिंग  
2% से विजेता



क्रिस केम्पज़िंस्की

**61 / 100**

सीईओ रेटिंग



## केएफसी

केएफसी के पास टीम कल्चर रेटिंग की गणना करने के लिए पर्याप्त रेटिंग नहीं है।

क्या आप किसी ऐसे व्यक्ति को जानते हैं जो वहां काम करता हो? उन्हें अपने अनुभव का मूल्यांकन करने के लिए आमंत्रित करें।



## मैकडॉनल्ड्स

मैकडॉनल्ड्स के कर्मचारी अपने सीईओ क्रिस केम्पज़िंस्की को 61/100 रेटिंग देते हैं। यह स्कोर केएफसी के सीईओ साबिर सामी के स्कोर से 2% कम है। कानूनी और डिज़ाइन विभाग के कर्मचारी क्रिस केम्पज़िंस्की को सबसे अधिक रेटिंग देते हैं।



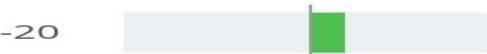
सीईओ  
स्कोर

61



समय  
संस्कृति

62



ईएनपीएस

-25



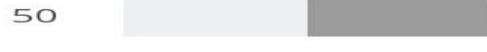
लिंग स्कोर

64



विविधता  
स्कोर

65



लाभ और  
लाभ

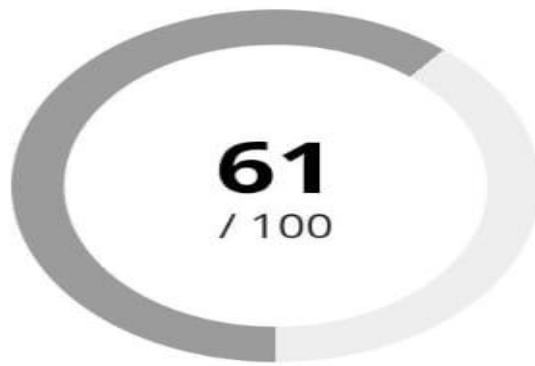
53



पेशेवर देव.

57

## केएफसी बनाम मैकडॉनल्ड्स में समग्र संस्कृति



### केएफसी

केएफसी के कर्मचारी अपनी समग्र संस्कृति को 61/100 का दर्जा देते हैं, ग्राहक सहायता और संचार दो विभाग हैं जो उनके अनुभव को उच्चतम दर देते हैं।

■ केएफसी 61



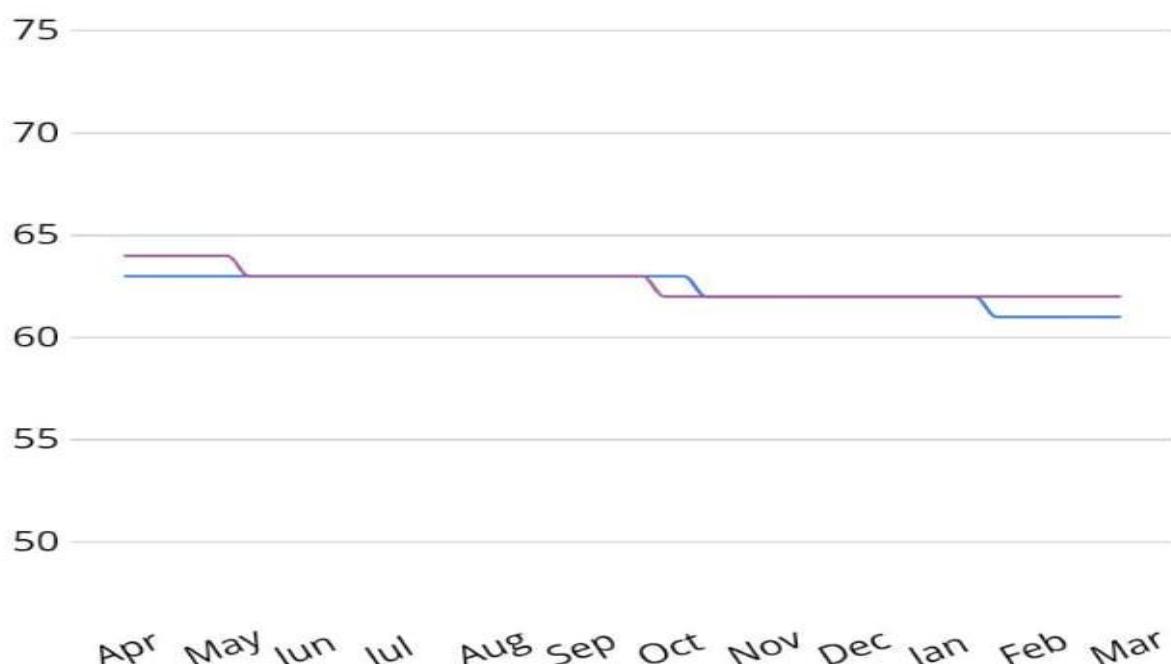
### मैकडॉनल्ड्स

मैकडॉनल्ड्स के कर्मचारी अपनी समग्र संस्कृति को 62/100 का दर्जा देते हैं, जिसमें व्यवसाय विकास और विपणन दो विभाग हैं जो उनके अनुभव को उच्चतम दर देते हैं।

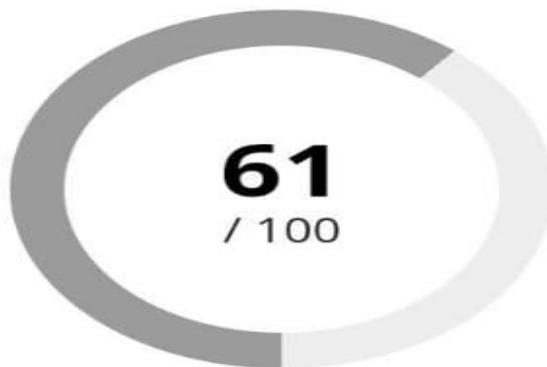


समग्र संस्कृति  
1% से विजेता

■ मैकडॉनल्ड्स 62



## केएफसी बनाम मैकडॉनल्ड्स में लिंग स्कोर



### केएफसी

केएफसी के कर्मचारी अपने लिंग स्कोर को 61/100 रेटिंग देते हैं, जिसमें एडमिन और कस्टमर सपोर्ट दो विभाग हैं जो उनके अनुभव को सबसे ज्यादा रेटिंग देते हैं।

■ केएफसी 61



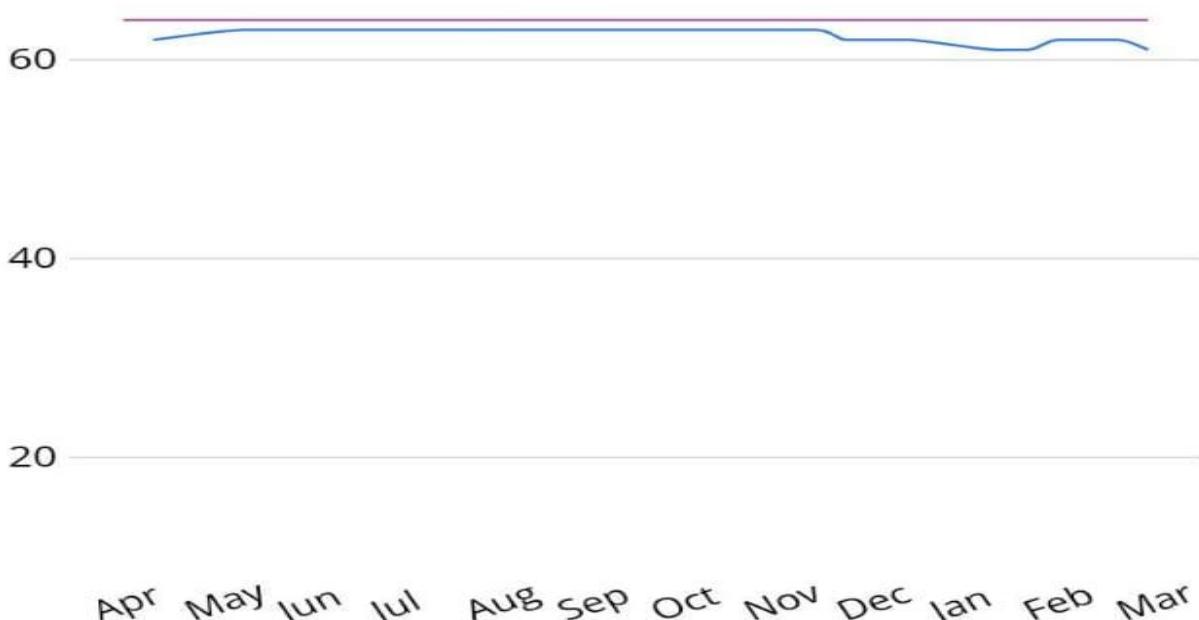
### मैकडॉनल्ड्स

मैकडॉनल्ड्स के कर्मचारी अपने लिंग स्कोर को /100 का दर्जा देते हैं, व्यवसाय विकास और विपणन दो विभाग हैं जो उनके अनुभव को उच्चतम दर देते हैं।



लिंग स्कोर  
3% से विजेता

■ मैकडॉनल्ड्स 64



## केएफसी बनाम मैकडॉनल्ड्स में कर्मचारी नेट प्रमोटर स्कोर



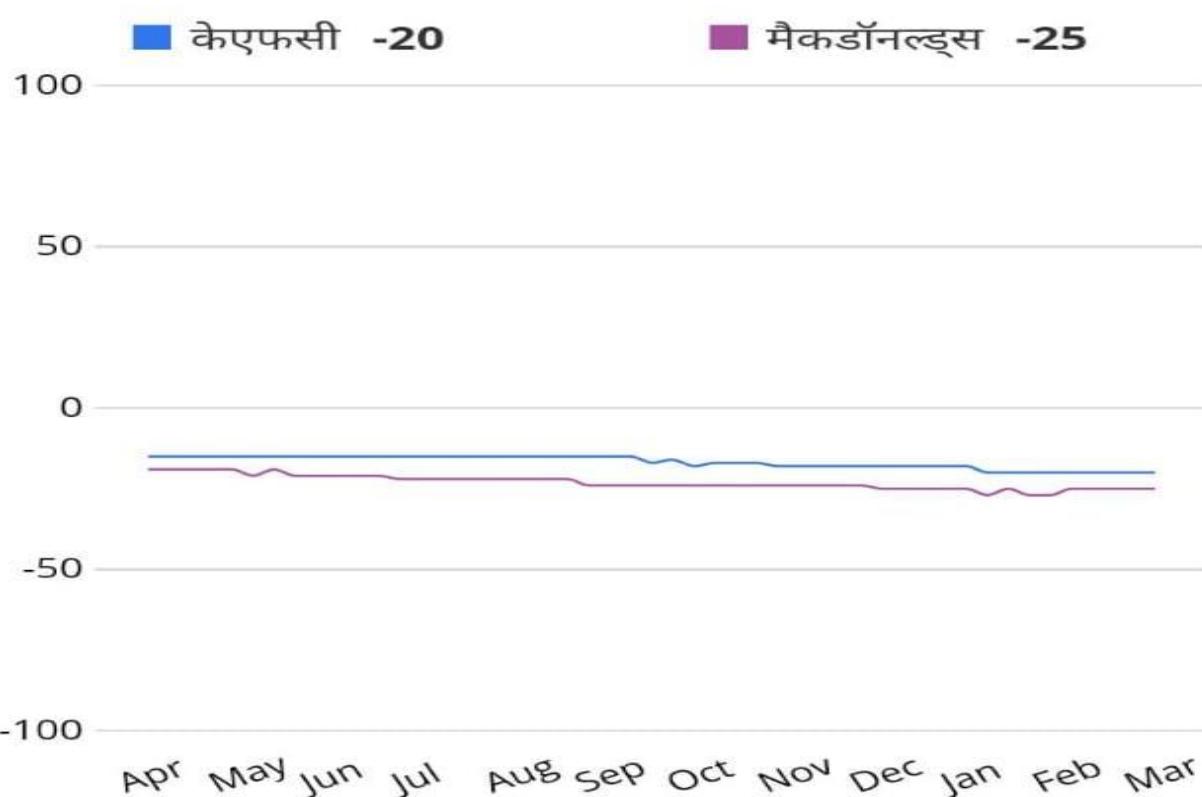
केएफसी

33 %	700	प्रमोटर
14 %	285	निष्क्रिय
53 %	1095	निंदक
कर्मचारी नेट प्रमोटर स्कोर <b>5% से विजेता</b>		



मैकडॉनल्ड्स

29 %	1570	प्रवर्तक
17 %	897	निष्क्रिय
54 %	2920	निंदक



## केएफसी बनाम मैकडॉनल्ड्स में लाभ और लाभ स्कोर



### केएफसी

केएफसी के कर्मचारी अपने भत्ते और लाभ का स्कोर 50/100 रखते हैं, संचार और ग्राहक सहायता दो विभाग हैं जो उनके अनुभव को उच्चतम दर देते हैं।

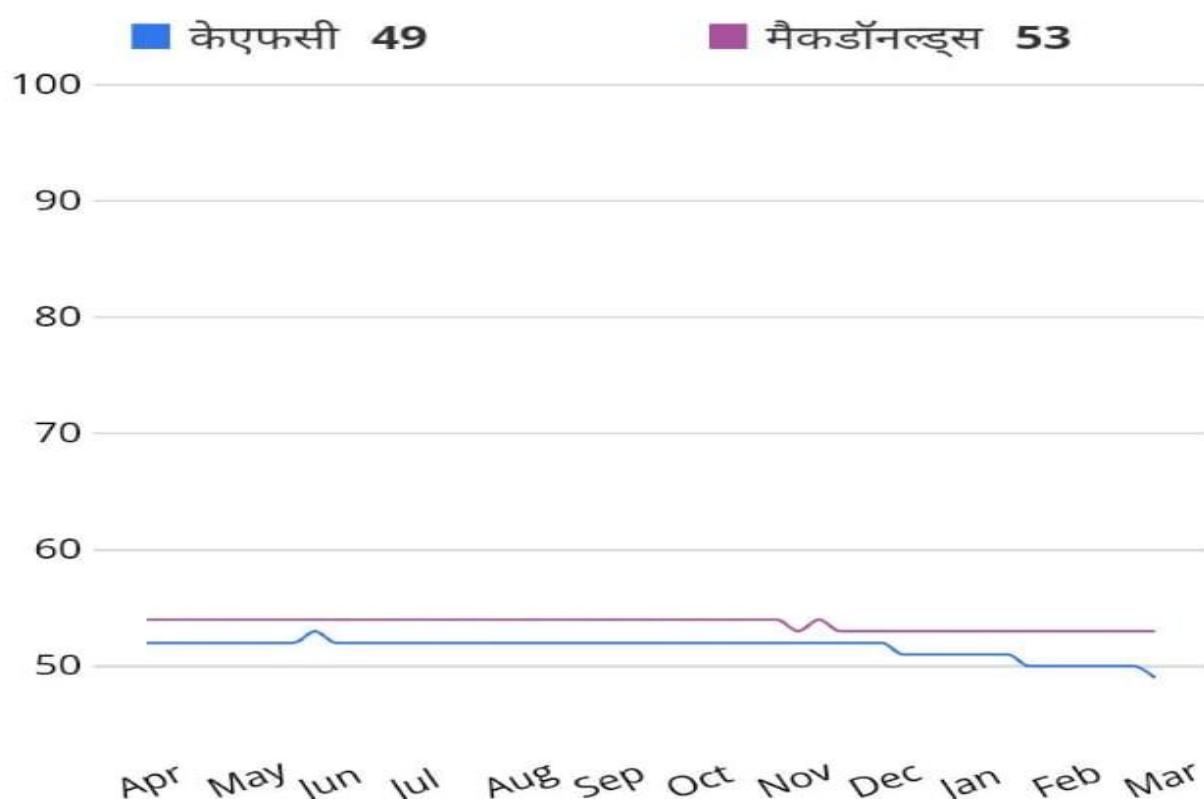


### मैकडॉनल्ड्स

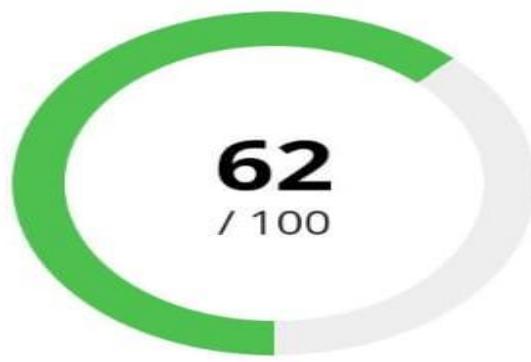
मैकडॉनल्ड्स के कर्मचारी अपने पर्क और बेनिफिट स्कोर को /100 का दर्जा देते हैं, व्यवसाय विकास और विपणन दो विभाग हैं जो उनके अनुभव को उच्चतम दर देते हैं।



लाभ और लाभ स्कोर  
3% से विजेता



## केएफसी बनाम मैकडॉनल्ड्स में व्यावसायिक विकास स्कोर



### केएफसी

केएफसी के कर्मचारी अपने व्यावसायिक विकास स्कोर को 62/100 रेटिंग देते हैं, बिक्री और ग्राहक सहायता दो विभाग हैं जो उनके अनुभव को उच्चतम रेटिंग देते हैं।

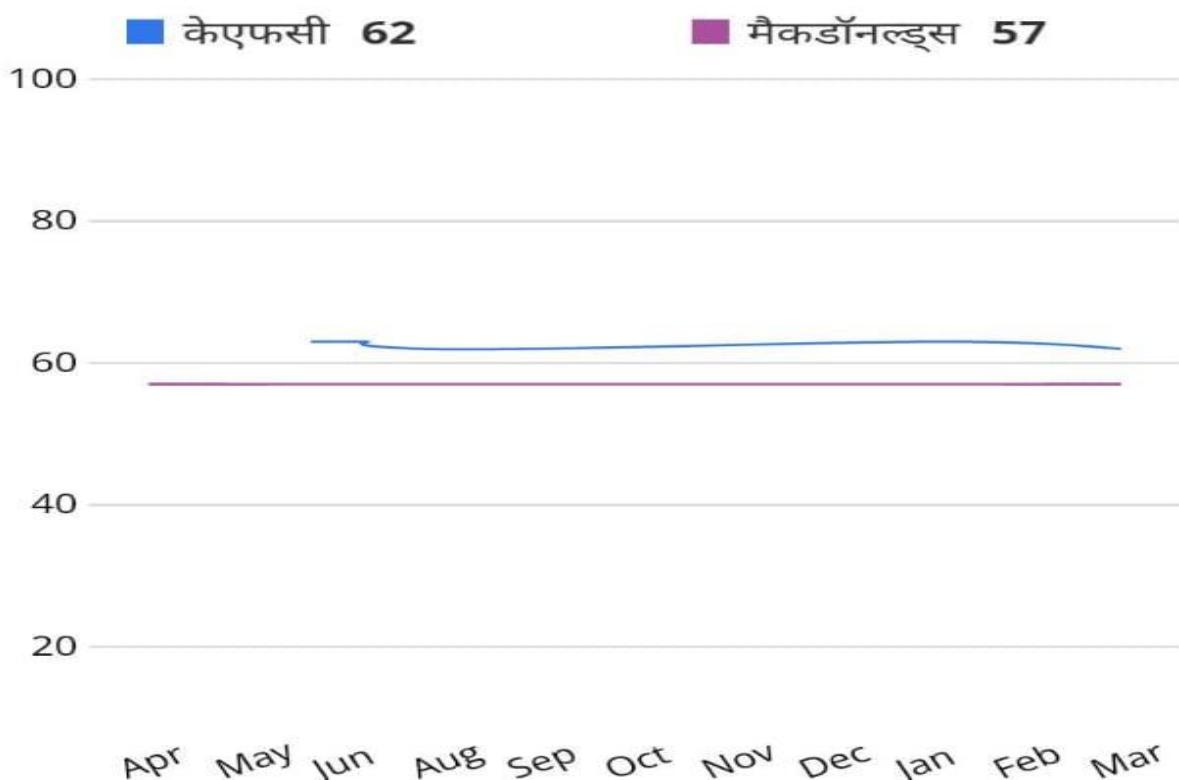


व्यावसायिक विकास स्कोर  
**5%** से विजेता



### मैकडॉनल्ड्स

मैकडॉनल्ड्स के कर्मचारी अपने व्यावसायिक विकास स्कोर को /100 का दर्जा देते हैं, संचालन और आईटी दो विभाग हैं जो उनके अनुभव को उच्चतम दर देते हैं।



# टीम कल्चर रेटिंग्स बनाम मैकडॉनल्ड्स



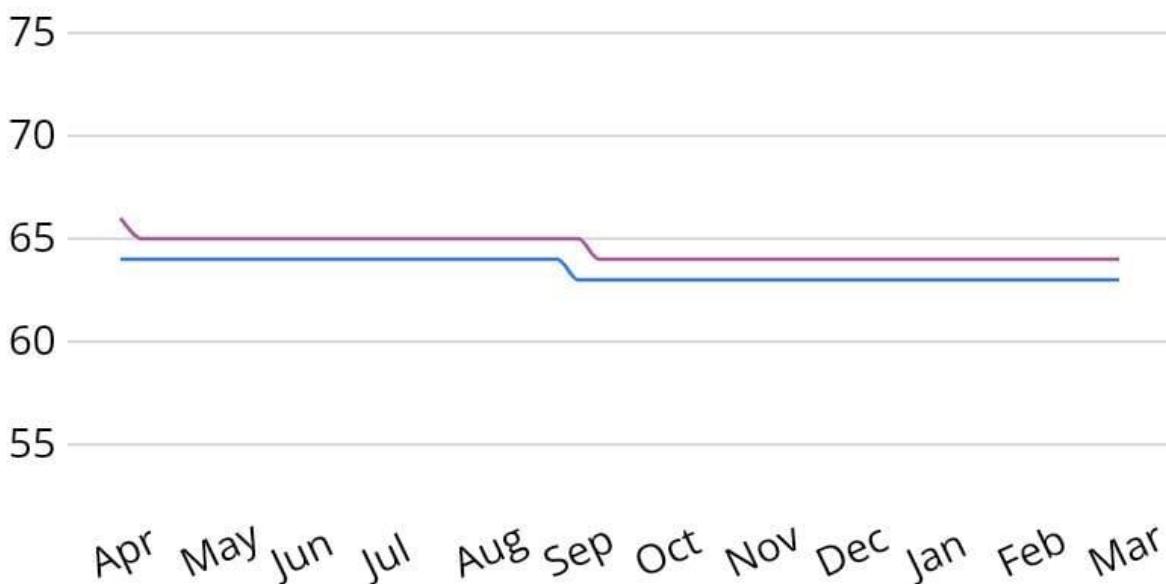
केएफसी  
**63 / 100**

मैकडॉनल्ड्स  
**64 / 100**

दोनों कंपनियों के कर्मचारियों की 12025 रेटिंग को देखने के आधार पर टीम कल्चर रेटिंग्स बनाम मैकडॉनल्ड्स रेटिंग्स पर केएफसी की दरें मैकडॉनल्ड्स से % कम हैं। रेटिंग "क्या आप अपने सहकर्मियों के साथ बातचीत करने के लिए उत्सुक हैं?" जैसे प्रश्नों के उत्तर से आती हैं। और "आपके सहकर्मियों को क्या सुधार करने की आवश्यकता है और आप एक साथ बेहतर तरीके से कैसे काम कर सकते हैं?"।

█ केएफसी **63**

█ मैकडॉनल्ड्स **64**



# सेंटीमेंट कल्चर रेटिंग्स बनाम मैकडॉनल्ड्स



केएफसी

**63 / 100**

सेंटीमेंट कल्चर रेटिंग बनाम

मैकडॉनल्ड्स

विजेता 2%



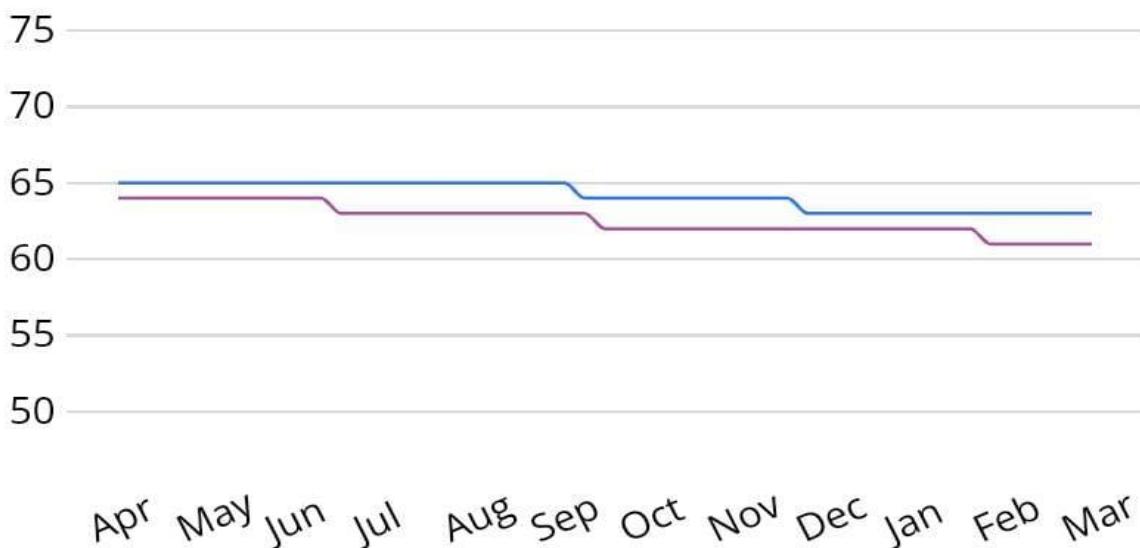
मैकडॉनल्ड्स

**61 / 100**

दोनों कंपनियों के कर्मचारियों की 15891 रेटिंग को देखने के आधार पर केएफसी की दरें सेंटीमेंट कल्चर रेटिंग्स बनाम मैकडॉनल्ड्स रेटिंग्स पर मैकडॉनल्ड्स से % अधिक हैं। रेटिंग "क्या आप आम तौर पर हर दिन काम पर जाने को लेकर उत्साहित हैं?" जैसे सवालों के जवाब से आती हैं। और "आपके ग्राहक आपकी कंपनी को किस प्रकार देखते हैं?"

■ केएफसी **63**

■ मैकडॉनल्ड्स **61**



# पर्यावरण संस्कृति रेटिंग बनाम मैकडॉनल्ड्स



केएफसी

**68 / 100**

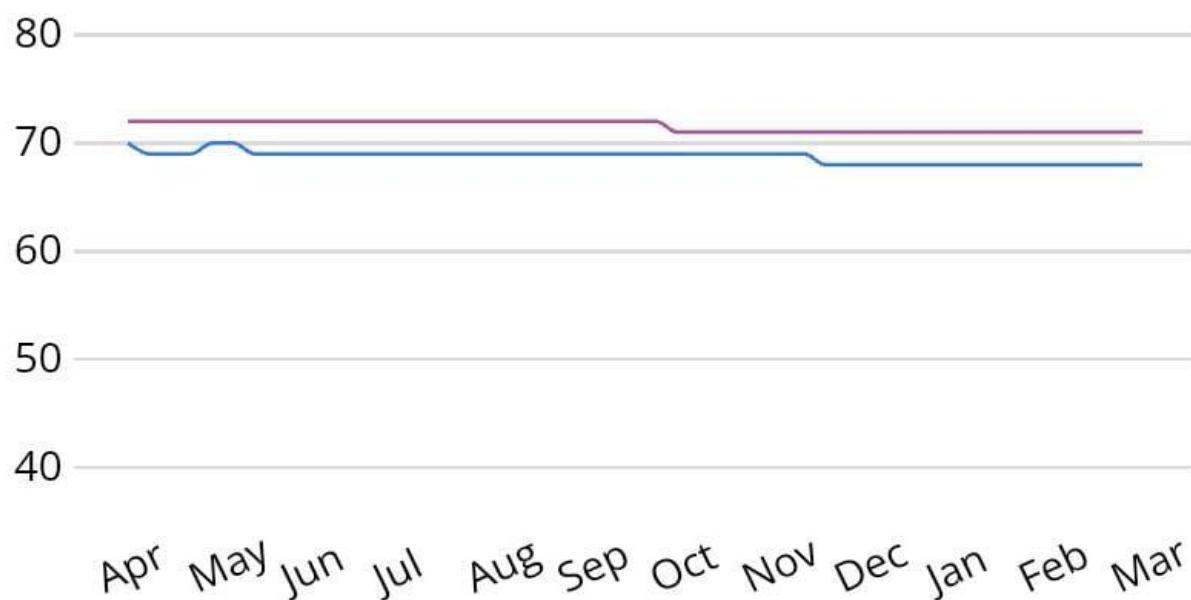
मैकडॉनल्ड्स

**71 / 100**

दोनों कंपनियों के कर्मचारियों की 11544 रेटिंग को देखने के आधार पर पर्यावरण संस्कृति रेटिंग बनाम मैकडॉनल्ड्स रेटिंग पर केएफसी की दरें मैकडॉनल्ड्स से % कम हैं। रेटिंग "आपकी कंपनी में काम की गति क्या है?" जैसे सवालों के जवाब से आती है। और "औसतन, आप एक दिन में कितने घंटे काम करते हैं?"।

■ केएफसी **68**

■ मैकडॉनल्ड्स **71**



# निष्कर्ष

## मैकडॉनल्ड्स का निष्कर्ष

मैकडॉनल्ड्स कुशल रणनीतियों और गुणवत्ता मानकों के माध्यम से खाद्य सेवा उद्योग के भीतर काम करने में सफल रहा है जो उन्हें प्रतिस्पर्धी लाभ हासिल करने में सक्षम बनाता है। जैसा कि इसके अंतरराष्ट्रीय बाजार में विकास से पता चलता है, मैकडॉनल्ड्स ब्रिटेन जैसे सबसे चुनौतीपूर्ण बाजारों में भी प्रवेश पाने में पहले से ही कुशल रहा है। गुणवत्ता सेवा और ग्राहक संतुष्टि की अपनी मजबूत भावना के माध्यम से, मैकडॉनल्ड्स ब्रिटेन के बाजार में अपने उत्पादों की पेशकश करने में सक्षम था। उत्पादों को ब्रिटिश स्वाद और प्राथमिकताओं के अनुरूप संशोधित किया गया; किफायती कीमतें लागू की गईं; प्रभावी प्रचार और प्रस्ताव दिए गए।

ये कंपनी की व्यावसायिक रणनीति में शामिल कुछ रणनीतियाँ हैं जिन्होंने मैकडॉनल्ड्स को ब्रिटेन का समर्थन हासिल करने की अनुमति दी। इन सफलताओं के बावजूद, कंपनी को खाद्य सेवा उद्योग में प्रतिस्पर्धा के बढ़ते स्तर को ध्यान में रखना चाहिए।

ब्रिटेन में, इसी तरह के उत्पाद पेश करने वाली कई विदेशी फास्ट फूड शृंखलाओं को भी ब्रिटेन के उपभोक्ताओं द्वारा समर्थन दिया जा रहा है। यह सुनिश्चित करने के लिए लगातार रणनीतिक परिवर्तन आवश्यक है कि कंपनी अपने प्रतिस्पर्धी लाभ को बनाए रखे।

निष्कर्षतः, मैकडॉनल्ड्स अपने ग्राहकों को कंपनी द्वारा दिए गए मूल्य के कारण सफल रहा है। इसलिए, ब्रिटेन में मैकडॉनल्ड्स की विवादास्पद शुरुआत के बावजूद, कंपनी अपने लोगों की सांस्कृतिक आवश्यकताओं के अनुरूप ढलने में कामयाब रही। दरअसल, मैकडॉनल्ड्स एक सीखने वाला संगठन है, जो सीखने को तैयार है और बदलाव के लिए तैयार है।

## केएफसी का निष्कर्ष

उपरोक्त रिपोर्ट से यह स्पष्ट है कि बड़ी संख्या में लोग वास्तव में इसे पसंद करते हैं आने के बजाय अपने घर या कार्यस्थल से ऑर्डर करें। यह अधिक के कारण हो सकता है सुविधा, समय की कमी या बस आकर भोजन करने को तैयार नहीं। निश्चित रूप से होम डिलीवरी बाजार बहुत बड़ा है और केएफसी इस स्थिति का अच्छा फायदा उठा सकता है। इसलिए यह सेवा जल्द से जल्द शुरू करना कंपनी के हित में होगा जितना संभव हो सके और अवसर का लाभ उठायें। केएफसी को ऑर्डर में बढ़ोतरी की उम्मीद है इस सेवा को शुरू करने से कम से कम 20%।

KFC ने खाने के शौकीनों की दुनिया में एक क्रांति ला दी। वे लगातार अपने ग्राहकों के लिए अच्छी गुणवत्ता वाला भोजन और मूल्य बनाने के तरीके खोज रहे हैं। केएफसी की वैश्विक विपणन रणनीति यही है। आज की दुनिया में, केएफसी ब्रांड और ग्राहकों की वफादारी बनाए रखने पर केंद्रित है। विशेष चिकन व्यंजन परोसने वाली दुनिया की दूसरी सबसे बड़ी खाद्य श्रृंखला के रूप में, केएफसी बाजार पर सफलतापूर्वक राज करने में सक्षम है। यह इसे मिली लोकप्रियता, मान्यता और पुरस्कारों से बिल्कुल स्पष्ट है।

## प्रश्नावली

1. आप कौन सा फास्ट फूड जॉइंट पसंद करते हैं ?

- ❖ मैकडॉनाल्ड्स
- ❖ डोमिनोज
- ❖ पिज्जा हर्ट
- ❖ अन्य

2. आप मैकडॉनाल्ड्स और केएफसी मे कितनी बार आते हैं ?

- ❖ एक वर्ष मे एक बार
- ❖ महीने मे एक बार
- ❖ एक सप्ताह मे एक बार
- ❖ रोज रोज

3. क्या आप ऐसा कहेंगे की मैकडॉनाल्ड्स और केएफसी स्वस्थ हैं ?

- ❖ हाँ
- ❖ नहीं
- ❖ निश्चित नहीं

4. दिन मे किस समय आप यहाँ खाना पसंद करेंगे ?

- ❖ नाश्ता
- ❖ दिन का खाना
- ❖ रात का खाना

5. एक महीने मे आप वहाँ लगभग कितना खर्च करेंगे (रुपए मे )?

- ❖ 0-200
- ❖ 200-500
- ❖ 500-1000
- ❖ 1000 से भी ज्यादा

6. कौन सा भोजन वातावरण के लिए बेहतर है ?

- ❖ मैकड़ॉनाल्ड्स
- ❖ केएफसी
- ❖ दोनों
- ❖ इनमे से कोई नहीं नहीं

7. आप किस परिस्थिति मे केएफसी या मैकड़ॉनाल्ड्स जाएंगे ?

- ❖ खाने कर लिए
- ❖ दोस्तों से मिलने
- ❖ समूह गतिविधियों के लिए

8. आपको केएफसी और मैकड़ॉनाल्ड्स के बारे मे कैसे पता चला ?

- ❖ अखबार
- ❖ इंटरनेट
- ❖ दोस्तों से
- ❖ अन्य

9. आप मैकड़ॉनाल्ड्स और केएफसी मे कितना समय बिताते हैं ?

- ❖ 60 मिनट से कम
- ❖ 60-120 मिनट
- ❖ 120 मिनट से ज्यादा

10. मैकड़ॉनाल्ड्स और केएफसी मे भोजन का अनुभव आपका कैसा रहा है ?

- ❖ उत्कृष्ट
- ❖ अच्छा
- ❖ औसत
- ❖ खराब

# ग्रंथ सूची

[https://en.m.wikipedia.org/wiki/History\\_of\\_KFC](https://en.m.wikipedia.org/wiki/History_of_KFC)

<https://en.m.wikipedia.org/wiki/McDonald%27s>

<https://en.m.wikipedia.org/wiki/KFC>

<https://theenterpriseworld.com/mcdonalds-became-the-largest-food-chain/>

<https://www.comparably.com/competitors/kfc-vs-mcdonalds>