

Ray Krock McDonalds

Vrsta: Seminarski | Broj strana: 12

UVOD

Lider podrazumeva proces, a ne samo čin, u kome određena osoba utiče na ponašanje ljudi, usmeravajući ih na ostvarenje određenih ciljeva organizacije.

Lider mora da ovlada mnogim veštinama - veštinom komunikacije, veštinom kako verbalnog tako i neverbalnog izražavanja, nekom sportskom vještinom i sl.

Liderstvo se bazira na razumijevanju, predviđanju i kontrolisanju ponašanja saradnika.

Kako lideri nastaju?

Prve teorije o liderstvu, svoja istraživanja i zaključke fokusiraju na identifikovanje ličnih karakteristika efikasnog lidera. Teorija koja je bila najviše istraživana, bazirala se na pretpostavci da se lider rađa. Posle dve decenije istraživanja, sredinom 50-tih godina, ovaj koncept je napušten, jer nije omogućio utvrđivanje validnih međusobno povezanih faktora. To naravno nije značilo da ovi faktori ne postoje, već pre svega da statističke tehnike koje su korišćene, nisu bile dovoljno dobre da ih otkriju.

Druga, novonastala teorija se bazira na pretpostavci da se lider može stvoriti. On se ne rađa već se kroz proces obrazovanja stvara. U praksi se pokazalo da se vežbom zaista može postići savršenstvo, harmonija duha i tela neophodna za kompletnu životnu sabranost, odnosno uravnoteženost.

Lider treba da bude informisan o rezultatima najnovijih istraživanja, ne samo iz svoje struke, kako bi bio spreman za svaku vrstu razgovora. Takođe lider mora da poseduje želju za stalnim usavršavanjem i saznavanjem novih informacija, jer upravo, ova osobina mu omogućava da kreira takozvanu stručnu odnosno tehničku moć nad svojim sledbenicima.

Jedan od najistaknutijih lidera u svetu je i Ray Krock, tvorac kompanije Mc Donald's.

McDonald's je najveći svetski poznati servis brze hrane, sa oko 28 000 restorana u 121 državi. Do danas, iako je najpoznatiji, ovaj lanac uspe da svakoga dana usluži manje od jednog procenta svetske populacije.

1. BIOGRAFIJA RAY KROCKA

"Dobar si onoliko koliko su dobri ljudi koje si odabrao u svojoj kompaniji!" (Ray Krock, osnivač McDonald's restorana)

Ray Kroc preminuo je 14. siječnja 1984. u San Diegu.

2. PRVI IZUM RAY KROCKA - MULTIMIKSER

S novim izumom, tada zvanim multimikser, susreo se 1937. te je opet dao otkaz u Lily-Tulip Cup Co. i utemeljio vlastitu kompaniju koja je imala ekskluzivna prava distribucije stroja. Sa 52 godine bio je veoma situiran čovek koji se mogao polako pripremati za penziju. Međutim, u godinama kada većina ljudi već završava karijeru Ray Kroc je krenuo iz početka i stvorio poslovno carstvo koje se danas smatra uzorom američkog kapitalizma. Njegov proizvod - hamburger - postao je simbol američkog načina života, njegova metoda širenja poslovnog carstva proučava se na američkim ekonomskim fakultetima dok je Kroc postao simbol američkog preduzetništva. Primer koji potvrđuje da se u Sjedinjenim Državama može početi ni od čega. Kao i da se i u kasnijim godinama života mogu stvoriti milijarde dolara, i to ne na nekim sofisticiranim i ultramodernim proizvodima, nego na nečem svakodnevnom. Jednom proizvodu od mleka, jednom proizvodu od krompira i jednom proizvodu od mesa. Kroc, međutim, nije poznat široj javnosti, kao na primjer Henry Ford ili John Rockefeller i to zato što njegovo carstvo nije nosilo njegovo ime nego ime onih ljudi čija je temeljnu ideju poslovanja Kroc znao pretvoriti u američki način života. Reč je o Mc Donaldu i hamburgerima. Bilo je to 1954. kada je Kroc čuo kako njegove miksera mnogo upotrebljavaju u jednom restoranu u San Bernardino pa je želeo videti zašto. Hteo je na temelju iskustva iz tog restorana poboljšati prodaju svojih miksera drugim restoranima. Stigao je u San Bernardino i u prvom trenutku bio razočaran onim što je video. Bio je to mali restoran na putu, nešto veći kiosk u koji su dolazili ljudi iz obližnjih radionica, tvornica i ureda, ali su se zaustavljali i mnogi slučajni vozači. Restoran je imao veoma skroman jelovnik. Prodavao je samo hamburgere, pržene krompire i milk shake-ove (za šta su vlasnici koristili Krocove miksera). No, uprkos tome imao je mnogo mušterija. Kroc se umešao među mušterije kako bi saznao što je tajna ove navale. Hamburgeri su bili vrlo kvalitetni i jeftini, restoran uredan i čist, a usluga vrlo brza. Niko nije imao nikakvih primedbi. Radnici iz okolnih radionica tvrdili su kako im supruge ne pripremaju obroke za podnevnu pauzu jer ovde mogu bolje jesti. Važna je bila i niska cena, koja je mogla biti niska jer su vlasnici restorana maksimalno smanjili troškove standardizujući i pojednostavljujući proizvodnju. Kroc se predstavio i vlasnicima restorana, braći Dicku i Bobu McDonaldu te se s njima sastao na večeri i doznao pojedinosti o njihovom načinu rada. Kroc je te večeri u hotelskoj sobi mnogo razmišljao. Došao je u San Bernardino otkriti kako će prodavati drugim restoranima više miksera, a odjednom je shvatio da je otkrio nešto mnogo vrednije. Otkrio je formulu kako da revolucionira čitavu industriju hrane u Sjedinjenim Državama. Tajna je bila u jednostavnosti, standardizaciji, brzini i čistoći.

----- OSTATAK TEKSTA NIJE PRIKAZAN. CEO RAD MOŽETE PREUZETI NA SAJTU. -----

www.maturskiradovi.net

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL: maturskiradovi.net@gmail.com