



和德昌 股份有限公司

參訪報告



組別：第七組

組員名單：

03 陳泓呈

04 陳鈞豪

11 蘇晉濤

13 宋梓鈺

34 鄭佳綺

113年5月3日

國際貿易科一年二班

目錄

contents

- 企業簡介 03
- 行銷策略 05
- 參訪心得 11
- 工作分配 13
- 參考資料 13



企業簡介

1955年

世界第一家麥當勞由創始人Ray A. Kroc在美國芝加哥Elk Grove Village成立，黃金拱門下的美味漢堡和親切服務，立刻受到各界人士的歡迎！



- 為世界最大的快速餐飲服務餐廳領導品牌
- 一九六九年時，麥當勞發展到一千五百家，一天售出三百五十萬個漢堡
- 如今麥當勞一年營收逼近兩百億美元，連鎖店遍及一百一十九國，總數38,000家，每天為6900萬顧客提供超值美味的麥當勞餐飲
- 1984年1月28日，臺灣第一間麥當勞開設在臺北市松山區民生東路三段

服務特色

通宵營業

首間24小時麥當勞為香港尖沙嘴北京道分店，始於1987年。在臺灣已經有超過200間麥當勞分店實行24小時營業。

外賣速遞服務

麥當勞於2009年大力推廣其24小時外賣速遞服務－歡樂送



企業永續

在環境保護、食品安全等層面一直努力不懈，並逐步深化與臺灣在地的連結，選用本產優質食材

讓環境、社會、經濟和企業之間，達到永續共存、正向循環的目標，體現「這樣的滋味，真好」



- 用對的紙讓森林永續
- 喝一杯保護雨林的咖啡
- 節能省電 減少碳足跡
- 包裝優化設計
- 強化回收系統

食在安心

想進入麥當勞餐廳廚房工作，可不是穿上圍裙、戴上口罩、網帽就可以！

員工必須上完**QSC**（品質、服務與清潔）課程，並通過考試才能進入調理工作站



- 廚房備膳員工需穿戴網帽（頭髮一絲不露）、圍裙及口罩。
- 每小時消毒洗手一次，每次洗手至少**20秒**
- 顏色手套守則：為避免交叉汙染，藍色手套處理生食，白色手套處理熟食。
- 接觸食品的所有器皿，每四小時清潔並消毒一次。
- 每日檢驗油中總極性物質（**TPM**）兩次，換油標準嚴於法規要求。



服務理念

用心服務 以人為本顧客為先
多元包容 坦誠開明同理尊重
誠信正直 做對的事堅持當責
經營社區 在地深耕永續發展
熱愛家庭 攜手共榮夥伴共好



以人為本

以人為本是麥當勞最重要的核心價值，麥當勞重視人才的培訓與發展。

亞洲最佳企業雇主 - 麥當勞
麥當勞一直以來持續打造安全、
尊重和多元包容的職場環境以及
友善關懷的企業文化，成為
亞洲最佳企業雇主



2023 年度
亞洲 最佳
企業雇主獎
2023 Best Companies to Work for in Asia



以人為本的榮耀-麥當勞



員工訓練&發展

優渥薪酬福利

起薪 四萬元 (訓練期33,000元)	每季激勵 獎金	年終獎金	年度調薪
免費 員工餐飲	優渥 預休年假	優渥 家庭日	滿10年 八週付薪休假
冬(夏)令營/ 員工活動	定期 健康檢查	團體保險	優惠 父母團險
最佳餐廳 經理獎金	婚喪喜慶 津貼	三節禮金	主管級 公司車輛

三合一訓練 - 成功的訓練的模式

- 課前 (Job & MDP):
研讀MDP內容並完成相關活動單元
肩並肩工作經驗，使極大化訓練課程效果
- 課中 (Class):
鼓勵互相學習與創造分享的學習環境
釐清及建立正確的管理概念
- 課後 (Job):
課後行動計劃應用課程中所學，有計劃實際運用於工作中，並且有
輔導人(餐廳經理) 協助檢定以極大化訓練投資之回報



全職涯訓練發展規劃

Learning Today. Leading Tomorrow.



和德昌麥當勞學院

海外受訓 例:漢堡大學

行銷策略

SWOT分析

- 負面輿論（工資低廉）
- 健康問題
- 無法吸引高階層族群

- 競爭對手（漢堡王、丹丹漢堡）
- 外送平台競爭（foodpanda、uber eat）

S

W

- 低價位
- 鮮明品牌形象
- 市場占比高
- 品牌忠誠度高
- 氣氛歡樂

O

T

- 品牌聯名
- 不同價位飲食
- 國際經營



STP分析

市場區隔



- 人口統計變數：年齡、職業
- 行為變數：品牌忠誠度
- 心理變數：社會地位、生活型態

目標市場選擇

- 年輕人
- 學生、上班族
- 社會階層偏低族群
- 夜間上班人士



市場定位



- 提供快速、方便的食品
- 以年輕、活潑作為訴求，希望提供一個輕快的用餐環境
- 鮮明的形象標誌讓人一眼就能認出來

4P分析

Product 產品

- 超值全餐
- 主餐+配餐
- 飲料與點心
- 分享盒
- 極選系列
- 早餐

Price 價格

價格主打**低價**
平易近人的美食更
容易打動人心

近年來因食材成本與
人事成本逐年上升
導致產品價格提高

Place 通路

➤ 實體通路

全台共有約**410**家麥
當勞餐廳

平均每**29**天就有一家
新餐廳開幕

➤ 線上通路

麥當勞**歡樂送**成為現
代人外送點餐首選

Promotion 推廣

- ◆ 電視廣告
- ◆ 麥當勞叔叔
- ◆ 不定時推出優惠券
- ◆ 積極發展愛心公益及環保

安索夫矩陣

新市場

擴大
市場占有率
搶攻南部市場
由北到南
快速展店
並逐漸往國外發展



現有市場

- ✓ 超值全餐
- ✓ 主餐+配餐
- ✓ 飲料與點心
- ✓ 快樂兒童餐



McCafé



搶攻上班族市場
早餐、下午茶

麥當勞歡樂送
搶攻上班族市場
方便、快速、免下車



- ✓ 捲捲薯條
- ✓ 麥麥盒自由選
- ✓ 極選系列
- ✓ 1+1星級點
- ✓ 草莓冰炫風

現有產品

新產品

參訪心得

03 陳泓呈

這次的參訪令人印象深刻，透過觀察工作人員如何製作食品、服務顧客，和聽工作人員的分享，深刻了解到麥當勞在食品安全和品質方面的嚴格要求，進入工作場所前不僅要洗手消毒，還要戴手套。他們對於每一道食品的製作過程都進行嚴密的管控，建立自己的SOP，確保顧客能夠享用到最新鮮、美味的食物。另一方面，麥當勞對於員工培訓和福利非常在意，麥當勞的工作環境非常好。這次參訪讓我更加了解一家世界知名企業的運作模式，也讓我如何經營一個成功的品牌。感謝學校安排這次的參訪。



04 陳鈞豪

參訪完麥當勞後，他們的管理模式和生產流程令人印象深刻，工作簡單化和定時的工作輪調，高效的運作展現了對細節的極致追求，每一個步驟都經過精心設計和嚴格控制，保證產品標準化，每個顧客吃到的食品都是相同的。此外，麥當勞對品質非常堅持，不斷尋求創新，致力於提升產品品質和服務水準，走在時代尖端，令人佩服。參訪麥當勞是一次寶貴的經歷，讓我對成功企業的運作模式有了更深入的了解，感謝學校的安排。



11 蘇晉浩

參訪完麥當勞，我知道為什麼麥當勞會成為最有名的速食店了，他們的流程不但固定且穩定，還可以讓消費者快速拿到食物，麥當勞不但福利多，甚至做越久放假的天數就越多，在員工福利上面麥當勞是做的很好的，再來是他們的生產過程，過程中幾乎沒有一絲污垢很乾淨，讓我震驚不已。這次的參訪讓我明白為什麼麥當勞的知名度遠超其他家速食店，讓我對一個大企業的生產流程更加了解。

參訪心得

13 宋梓鈺

這次參訪活動，讓我改變了原本對速食的觀念，以前我認為速食雖然方便，但既不健康又有食品安全疑慮，但這次參訪我看到的是他們對食品的嚴格把控和每一個步驟的精心設計，就連醬料都是使用特定的工具擠壓，確保每次醬料比例都是完美的。此外，他們的服務品質一直隨著時代的發展需求不斷上升，最讓我印象深刻的就是自動點餐機，點餐機的出現省了很多不必要的麻煩，也節省了很多時間，非常適合現在快節奏的生活。

34 鄭佳綺

這次的校外參訪，我們參觀了麥當勞內外場，內場對食品品質要求嚴格，外場要求對客戶的服務品質。完整的動向、明亮的照明、鮮明的企業形象，都是麥當勞成功這麼多年卻屹立不搖的原因。謝謝學校給予的這次參訪機會，讓我了解到如何經營一個成功的企業，讓我知道「人」的重要，人是企業最重要的資本，麥當勞職場環境佳、福利好。並且將得到的回饋社會，幫助弱勢，值得尊敬。



工作分配

組員名單	負責工作
03 陳泓呈	提供照片 Swot分析
04 陳鈞豪	提供照片 Stp分析
11 蘇晉濤	4p分析 企業簡介
13 宋梓鈺	封面製作 企業簡介
34 鄭佳綺	安索夫矩陣 簡報製作

參考資料

講座內容



麥當勞官網

<https://www.mcdonalds.com/tw/zh-tw.html>

麥當勞維基百科

<https://zh.wikipedia.org/zh-tw/%E9%BA%A6%E5%BD%93%E5%8A%B3>

PHOTO




i'm lovin' it