

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
імені Г. С. СКОВОРОДИ**

ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ

***ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ
ЕКОНОМІКИ ХХІ СТОЛІТТЯ
ОЧИМА МОЛОДІ***

МАТЕРІАЛИ

II студентської наукової конференції

26 квітня 2018 року

Харків 2018

ОСОБЛИВОСТІ ВЕДЕННЯ КОНКУРЕНТНОЇ БОРОТЬБИ МІЖ McDONALD'S та BURGER KING

Словосполучення фаст-фуд, яке в перекладі з англійської означає "швидка їжа", звично увійшло в наше життя. Напевно, неможливо знайти людину, яка б жодного разу не їла на вулиці. Найвідомішим серед ресторанів фаст-фуду є McDonald's, але за останній час саме ресторани такого типу починають з'являтися на вулицях все частіше, що викликає посилення конкурентної боротьби між ними. Тому у даній роботі цікаво розглянути конкуренцію між двома головними суперниками з виробництва фаст-фуду та визначити різновиди і ефективність методів конкурентної боротьби, що вони застосовують.

Битва між корпорацією McDonald's та Burger King є однією з найбільш знакових і важливих ділових суперництв в американській історії. Протягом більше 60 років McDonald's був лідером, який встановив стандарт, за яким працювали всі інші франчайзи. Але є чіткі ознаки, що ці ролі можуть бути зворотними; відновлений Burger King змушує Макдональдс пристосуватися до неї, а не навпаки. McDonald's і Burger King розпочали свою діяльність у харчовому бізнесі в 1955 та 1953 роках відповідно. McDonald's завжди була великою компанією, але кожна фірма безсумнівно вплинула на іншу протягом свого шестидесятирічного суперництва.

McDonald's і Burger King кожен день борються за наші серця і шлунки: випускають яскраву рекламу, ваблять знижками, вигідними обідами і численними бонусами. У харчуванні головне отримати більше енергії. З цієї причини ми розглянули не кількість ресторанів та переваги страв, а ціни на їжу, тобто цінову конкуренцію.

За основу розрахунків було взято схожий набір страв (без урахування спецпропозицій), куди включався бургер, маленька картопля фрі і газована вода. В McDonald's за нього потрібно віддати 101.74 грн, а в Burger King на 28 грн. більше - 130 грн. Вартість кожної кілокалорії в Макдональдс склала 12 копійок, в Burger King - 13 копійок. Проте Burger King з легкістю перемагає McDonald's в ціні вафельного ріжка. Любителі недорогих задоволень можуть купити його за 6.50 грн (6 копійок / кал). У конкурента майже в два рази дорожче - 12 грн (9 копійок / кал). В McDonald's найвигідніше снідати, купувати картоплю, гамбургери і кави. В Burger King ціни трохи нижче на Цезар рол. Отже, ціни у McDonald's на меню нижчі, ніж у Burger King, тому можна сказати, що цінову конкуренцію McDonald's виграє.

Аналізуючи знамениту продукцію кожного із виробників – Burger King має бутерброд Whopper, а прилавки McDonald's - Big Mac, можна стверджувати, що вона є взаємозамінною, і зміна ціни на один товар викликає зміну попиту на інший. Фактично Whopper і Big Mac є двома найпопулярнішими гамбургерами всіх часів. Тому конкуренція між виробниками не обмежується ціновими параметрами, а залучає додаткові сервіси та рекламу. Так, для зручності для покупців, McDonald's почав реалізовувати продукцію через «Макдрайви».

Однак сумлінними методами боротьби конкуренція між означеними ресторанами швидкої їжі не обмежилася. У 2016 році McDonald's розмістив у Франції біл-борди, які показують різницю в кількості точок для автомобілістів у компанії і її конкурента Burger King. На першому плакаті зображений логотип McDonald's із зазначенням місцезнаходження найближчого закладу (5 кілометрів), а на другому стенді знаходиться фірмовий знак Burger King, напис «258 кілометрів» і покажчики про те, як туди дістатися. Таким чином McDonald's

вирішив наочно продемонструвати свою перевагу за кількістю точок для обслуговування автомобілістів («Макавто») - в той час як у компанії їх у Франції більше тисячі, у Burger King менше 20.

Біл-борди розробило агентство TBWA \ Paris і розмістило його в місті Бріуд з 6700 жителями. На окремому плакаті компанія показала фото рекламних щитів і доповнила їх написом: «Більше тисячі "Макавто". McDonald's ближче до тебе».

Але володарі Burger King до останнього борються за своє місце і також ведуть нечесну боротьбу. Свій шлях до перемоги вони роблять завдяки рекламі, у якій відверто висміюють McDonald's. Наприклад, найстаріший і відомий ролик Burger King, в якому компанія відверто висміювала McDonald's, був знятий на початку 80-х. Майбутня Баффі - винищувачка вампірів, а на той момент просто 6-річна актриса Сара Мішель Геллар просто заявила в ролику, що в McDonald's кладуть на 20% менше м'яса, ніж в Burger King. Загубленої фрази вистачило для старту війни: за ці заяви компанія McDonald's засудила і актрису, і Burger King, а рекламне агентство зняло ролик.

Незабаром рекламисти Burger King акцентували увагу на тому, що їх котлети готуються на решітці, а у конкурентів лише обсмажуються на сковороді. Кумедний ролик Burger King розповів про те, що «якби людям дійсно подобався смак смаженої їжі, то вони ставили на задньому дворі сковорідки, а не барбекю».

У 2013-му році в США вибухнув кулінарний скандал через те, що Burger King поповнила постійне меню своїх американських ресторанів гамбургером Big King, як дві краплі води схожим на Біг Мак свого основного конкурента.

Іноді в маркетингову війну з конкурентів залучалися зірки. Цього року, наприклад, у відео на підтримку комплексного обіду «Кінг хіт» від Burger King знявся резидент Comedy Club Роман Юнусов який розповідає молодій парі, що комбо-обід коштує всього 83 гривні. «Ось цей обід коштує набагато дешевше, ніж ...», - каже Роман і малює в повітрі фігуру, схожу на логотип основного конкурента Burger King - McDonald's.

Стратегія Burger King дала свої плоди: мережі фаст-фуду вдалося не тільки виділитися поміж головних гравців на ринку, але і закріпити у свідомості багатьох споживачів перевагу своїх бургерів над іншими. І тут вже не так важлива реальна якість продукції: головне - що вони не з McDonald's. На це компанія працювала останні 30 років.

Отже, можна стверджувати, що McDonald's та Burger King взаємодіють один з одним на ринку недосконалої конкуренції, використовуючи як цінові, так і нецінові методи боротьби за споживачів. При цьому окрім акцій, покращення асортименту продукції, додаткового сервісу та справедливої реклами, ці компанії ведуть жорстку боротьбу із залученням засобів несумлінної конкуренції (крадіжка ідей, дискредитація конкурентів перед споживачами та ін.) Проте останні світові тенденції свідчать про зміщення пріоритетів у споживанні, у переважанні здорової їжі, рослинних продуктів у харчуванні, а це може негативно відобразитися на попиті на продукцію як McDonald's, так Burger King, і ці компанії будуть вимушені шукати нові, можливо, навіть, спільні, механізми конкурентної боротьби із цими факторами.

Список використаних джерел:

1. Burger King / Матеріал з Вікіпедії. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://uk.wikipedia.org/wiki/Burger_King 2. McDonald's. Матеріал з Вікіпедії. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/wiki/McDonald%27s> 3. Офіційний сайт ресторану фаст-фуду Burger King [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.bk.com> 4. Офіційний сайт ресторану фаст-фуду McDonald's. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.mcdonalds.ua/ua.html>