Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/esse/367168>

Тип работы: Эссе

Предмет: Стратегический менеджмент

-

Тема моего эссе «Анализ ценовой политики и стратегии фирмы на примере McDonald's, KFC и Burger King». обусловлена тем, что конкуренция получила широкое распространение в современном обществе, определяя ценовые факторы и стратегии. Конкуренция стала движущей силой в развитии организаций общественного питания в результате перехода России к рыночной экономике.

На этапе формирования стратегии необходимо не только понимать специфические преимущества организации, но и активно их использовать. Поэтому уже на этапе формирования стратегии необходимо проанализировать сегменты рынка, которые представляет организация.

Анализ конкурентной среды обычно используется для анализа внешней ситуации компании (макросреды). Анализ конкурентной среды имеет дело с непосредственным окружением компании (микросреда). Он является логическим завершением стратегического анализа компании, который заканчивается оценкой вариантов стратегического выбора. Таким образом, этот анализ является отправной точкой для процесса стратегического планирования.

Давайте подробнее рассмотрим ситуацию в России на примере трех крупнейших игроков рынка - McDonald's, и Burger King", ФастФуд.

Каждый ресторан может похвастаться культовым продуктом. Burger King - это сэндвич, McDonald's - Big Mac и Quarter Pounder. Биг-Мак и Биг-Паундер - самые продаваемые гамбургеры всех времен.

За 28 лет McDonald's обслужил более 5 миллиардов клиентов. Ежедневно рестораны "Макдоналдс" в России обслуживают более 1,5 млн клиентов. По состоянию на 2023 год компания закупает продукцию у 160 российских производителей, поставляющих более 98% продукции. Поставщики мясных продуктов используют в качестве сырья продукцию российских предприятий[4] В первом квартале 2023 года продажи KFC в России выросли на 27%, сохраняя положительную динамику в течение всего года. По темпам роста продаж российское подразделение уступает только Китаю[3].

С марта 2019 года Burger King является самым представленным международным брендом в России. Согласно статистике, Burger King имеет значительное преимущество перед другими конкурентами по скорости развития. Это отражается в увеличении процента продаж: ежегодный рост Burger King составляет 2%, в то время как у McDonald's он составляет всего 0,5% [2]. Таким образом, для компаний важно оценить свою конкурентную позицию, чтобы принять правильные решения для достижения успеха на рынке.

1. Акулич, И.Л. Маркетинг: учеб. пособие для вузов / И.Л. Акулич. - Мн.: Высш. шк., 2011. - 447 с.

2. Выборнова Л.А. Анализ конкурентоспособности предприятий общественного питания (фаст фуд).

ЭЛЕКТРОННЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ «ВЕКТОР ЭКОНОМИКИ».

http://www.vectoreconomy.ru/images/publications/2019/4/marketingandmanagement/Vybornova_Klyovina_Kuznetsova.pdf

3. <https://squeezegrowth.com/ru/mcdonalds-marketing-strategies/>

4. <https://www.rma.ru/rest/news/61967/>

5. <https://mcdonaldsmenu.ru>

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/esse/367168>