

УДК 339.137:339.138

Студ. В. А. Андреюк  
Науч. рук. стар. преп. А.А.Пузыревская  
(кафедра экономической теории и маркетинга, БГТУ)

## **БОРЬБА МЕЖДУ ЛИДИРУЮЩИМИ КОМПАНИЯМИ ФАСТФУДА**

Война между Burger King и McDonald's ведётся с давних времён. Это две наиболее известные компании фастфуда. Данные рестораны вы можете встретить почти в любом уголке земного шара. Так что же представляют из себя эти две огромнейшие корпорации?

McDonald's — американская корпорация, основанная двумя братьями Диком и Маком Макдональдами в 1940 г. Данный ресторан является одним из главных производителей фастфуда в мире.

Burger King — американская компания, владелец глобальной сети ресторанов быстрого питания, основанная Дэвидом Эджертоном и Джеймсом Маклэмором в 1953 году.

С тех пор как Burger King догнал по популярности McDonald's и у них началась борьба за лидирующие позиции, которая ведётся до сих пор.

В начале 80-х годов был снят один из самых известных роликов Burger King, в котором компания пыталась показать своё преимущество над McDonald's. В этом ролике 6-летняя актриса Сара Мишель Геллар заявила, что McDonald's кладут на 20% меньше мяса, чем в Burger King. В итоге McDonald's подал в суд на актрису, Burger King и агенство, снявшее ролик.

Не раз компания Burger King отмечали большой размер своего бургера, «воппера». В одном из роликов было показано как сам Рональд Макдональд, главный герой рекламной кампании McDonald's покупал «воппер» у своих конкурентов и наслаждается им за углом. Но в то же время Король, рекламный талисман Burger King, под покровом ночи крадёт рецепты фирменного завтрака McDonald's.

McDonald's представили публике ролик, в котором показывается, как мальчик сидит на площадке и кушает картошку и фри из мака, к нему подходят хулиганы и отбирают её и так происходит день за днём, вскоре ему это надоело, и он переложил картошку в пакет из-под Burger King и хулиганы прошли мимо.

В 2013-м году между этими двумя компаниями разразился скандал из-за того, что в меню Burger King появился гамбургер,

Королевский бургер, до боли похожий на гамбургер из McDonald's, Биг Мак, пользующийся большой популярностью.

В этом же году на российском рынке опять возник конфликт. В рекламном ролике компании Burger King показывалось, что продукт сети - гамбургер «Воппер» — давит собой цветок мака, а закадровый текст сообщает: «Это мак. Когда-то он был популярен, но его время прошло!». Эта реклама не транслировалась на основных каналах.

Всё в том же году опять же Burger King попытался обратить на себя внимание при помощи медиакоммуникаций, запустив рекламный ролик, в котором в самом начале появляется заретушированное изображение фаст-фуда, в котором без труда угадываются цветовая гамма McDonald's, сопровождаемое следующим текстом за кадром: «Надоели старые знакомые? Время попробовать что-то новое». «Что-то новое» - это и есть новый бургер от сети Burger King.

Не менее оригинальный ход Burger King придумали и на Хэллоуин. Burger King нарядил здание своего ресторана в костюм приведения. На белом покрывале были нарисованы жуткие оранжевые глаза, в которых виднелись части логотипа Burger King. А сверху в качестве бровей расположили товарный знак конкурента – большую букву «М». На табличке у входа компания написала — «Буууу. Это просто шутка. Мы все еще жарим бургеры на гриле с открытым огнем», намекнув на то, что конкуренты готовят бургеры по-другому на сковороде, и посетители могут почувствовать только привкус, а не вкус бургеров.

В недавнем времени произошла сверхнеординарная ситуация. Burger King нащёл обожателей бургеров из McDonald's, коротые ради своей любимой еды даже сделали тату с их изображением. Представители Burger King накормили этих обожателей своей новинкой, и вкус Королевского бургера их настолько впечатлил, что они переделали свои тату с изображением Биг Мака на изображение Королевского бургера.

Совсем недавно McDonald's запустил ролик, в котором показано как устанавливается билборд Burger King, на котором отображено как далеко осталось ехать до данного ресторана (показан далёкий путь и цифра 285 км) и тут же установлен небольшой билборд с отметкой 5 км. И надписью: «McDonald's — это то, что вам ближе». Но Burger King переиграли эту ситуацию. В ролике было сказано, что посетителям стоит заехать в McDonald's, чтобы купить кофе т.к. им предстоит путь до ресторана, где их ожидает аппетитный, большой бургер.

21 сентября 2015 к международному дню мира Burger King предложил McDonald's перемирие. Была разработана компания по созданию совместного бургера МакВоппер. Но предложение было отклонено, аргументировав это тем, что McDonald's хочет разрабатывать новые технологии и развиваться самостоятельно.

Что же, будем надеяться, что эти две гигантские компании когда-нибудь объединятся создадут по истине шедевр.

УДК 659.1

Студ. Е. А. Подгайская

Науч. рук. стар. преп. А.А.Пузыревская  
(кафедра экономической теории и маркетинга, БГТУ)

## **РОЛЬ РЕКЛАМЫ В УСЛОВИЯХ МОНОПОЛИСТИЧЕСКОЙ КОНКУРЕНЦИИ**

Производитель в условиях монополистической конкуренции может, манипулируя продуктом, добиться, по крайней мере, временного преимущества над конкурентами. Такой же результат, может быть, достигнут производителем с помощью рекламы и других приёмов стимулирования сбыта.

Монополистическая конкуренция характеризуется тем, что каждая фирма в условиях дифференциации продукции обладает некоторой монопольной властью над своим товаром: она может повышать или же понижать цену на него вне зависимости от действий конкурентов. Однако эта власть ограничивается как наличием достаточно большего количества производителей аналогичных товаров, так и значительной свободой входа в отрасль других фирм.

Ведущую роль в формировании потребительского спроса играет рекламирование любой продукции.

Каждый вид товара на конкретном рынке имеет свою оптимальную насыщенность, то есть эффективность рекламы обладает особыми закономерностями. Изменение объема реализации продукции (эффективность рекламы) находится в прямой зависимости от насыщенности и применяемых рекламных средств. Средства, вкладываемые в рекламную деятельность, используются наиболее эффективно, когда насыщенность рекламы достигает оптимального уровня.