



## Strategia cenowa McDonald's na rynkach wschodzących

McDonald's Corporation, światowy lider w branży fast-food, z powodzeniem poszerza globalną dominację, wykorzystując swoją kultową markę i standardową ofertę menu. Współcześnie McDonald's działa na zróżnicowanych rynkach na całym świecie, w tym w gospodarkach wschodzących o wyjątkowej dynamice gospodarczej oraz zróżnicowanej specyfice kulturowej i prawnej. Jednak wejście na rynki wschodzące i prowadzenie na nich działalności wiąże się z wyjątkowymi wyzwaniami i zagrożeniami dla McDonald's, w szczególności w zakresie ustalania cen w menu w celu maksymalizacji rentowności przy jednoczesnym zachowaniu konkurencyjności. Niniejsze studium przypadku analizuje decyzje cenowe McDonald's na rynkach wschodzących oraz zastosowanie zasad ekonomicznych w celu optymalizacji rentowności i konkurencyjności.

McDonald's działa na kilku rynkach wschodzących, w tym w Indiach, Chinach, Brazylii i Rosji, z których każdy charakteryzuje się odmiennym środowiskiem gospodarczym, kulturowym i regulacyjnym. Na przykład duża populacja Indii, szybka urbanizacja i rosnąca klasa średnia stanowią ogromny potencjał rynkowy, ale preferencje kulturowe dotyczące opcji wegetariańskich i ograniczenia prawne dotyczące spożycia wołowiny wymagają dostosowania menu. Podobnie w Chinach, McDonald's konkuruje z lokalnymi sieciami fast-food i ulicznymi sprzedawcami oferującymi tanie alternatywy, co wymaga strategicznego ustalania cen w celu przyciągnięcia świadomych wartości konsumentów bez poświęcania jakości lub rentowności. W Brazylii i Rosji zmienne kursy wymiany walut, presja inflacyjna i niepewność gospodarcza stanowią wyzwanie dla decyzji cenowych, wpływając zarówno na koszty wejściowe, jak i siłę nabywczą konsumentów. Aby skutecznie przeanalizować strategię cenową McDonald's na rynkach wschodzących, należy zgromadzić i wykorzystać dane empiryczne do ilościowego określenia elastyczności popytu, struktury kosztów i dynamiki rynku.



## ZADANIE DO ROZWIĄZANIA

Głównym zadaniem jest przeanalizowanie strategii cenowej menu McDonald's na rynkach wschodzących przy użyciu teorii wyboru konsumenta oraz innych koncepcji ekonomicznych. Analiza powinna uwzględniać elastyczność popytu, strukturę kosztów, dynamikę rynku oraz wpływ czynników regulacyjnych i kulturowych. W oparciu o przeprowadzoną analizę, sformułuj zalecenie dotyczące strategii cenowej dla McDonald's w celu wzmocnienia jego pozycji konkurencyjnej i rentowności na rynkach wschodzących.

Włączając dane empiryczne do analizy, należy opracować oparte na danych spostrzeżenia dotyczące strategii cenowej menu McDonald's na rynkach wschodzących, umożliwiając im sformułowanie świadomych zaleceń dotyczących optymalizacji decyzji cenowych i osiągnięcia zrównoważonego wzrostu.

### 1. KOSZTY POZYCJI MENU

Uzyskanie danych na temat kosztów składników, kosztów pracy, czynszu, mediów i innych kosztów operacyjnych specyficznych dla każdego wschodzącego rynku. Na przykład koszt Big Maca w Brazylii może różnić się od tego w Indiach ze względu na różnice w kosztach nakładów i kursach wymiany walut.

### 2. WIELKOŚĆ SPRZEDAŻY I PRZYCHODY

Zbierz dane dotyczące historycznej wielkości sprzedaży i przychodów dla pozycji menu McDonald's na każdym z rynków wschodzących. Dane te umożliwią oszacowanie elastyczności popytu i ocenę wpływu zmian cen na wyniki sprzedaży.

### 3. KONKURENCYJNE CENY I UDZIAŁ W RYNKU

Analiza strategii cenowych i udziałów rynkowych konkurentów McDonald's na każdym z rynków wschodzących. Zrozumienie dynamiki konkurencji ma kluczowe znaczenie dla skutecznego pozycjonowania oferty menu McDonald's i identyfikacji możliwości cenowych.



#### 4. POZIOM DOCHODÓW KONSUMENTÓW

Uzyskanie danych na temat poziomu dochodów na mieszkańca, dochodów do dyspozycji i rozkładu dochodów na każdym z rynków wschodzących. Elastyczność dochodowa popytu odgrywa istotną rolę w określaniu wrażliwości konsumentów na zmiany cen i ich gotowości do zakupu produktów McDonald's.

#### 5. UWARUNKOWANIA PRAWNE

Zbadanie wymogów regulacyjnych dotyczących cen, reklamy, standardów bezpieczeństwa żywności i innych aspektów prowadzenia działalności fast-food na każdym z rynków wschodzących. Zgodność z lokalnymi przepisami ma zasadnicze znaczenie dla uniknięcia ryzyka prawnego i utrzymania zaufania konsumentów.

### ETAPY ROZWIĄZANIA CASE STUDY

#### 1. ANALIZA RYNKU

Rozpocznij od przeprowadzenia kompleksowej analizy docelowego rynku wschodzącego, w tym trendów demograficznych, preferencji konsumentów, rozkładu dochodów i otoczenia konkurencyjnego. Zidentyfikuj kluczowe czynniki wpływające na zachowania konsumentów i oceń potencjalny popyt na produkty McDonald's w stosunku do konkurencji.

#### 2. OCENA ELASTYCZNOŚCI POPYTU

Oceń wrażliwość cenową konsumentów na rynku wschodzącym na ofertę menu McDonald's. Weź pod uwagę takie czynniki jak poziom dochodów, postrzeganie cen i dostępność towarów zastępczych. Oszacuj elastyczność cenową popytu na różne pozycje menu, aby zrozumieć, w jaki sposób zmiany cen wpływają na wielkość sprzedaży i przychody.

#### 3. OCENA STRUKTURY KOSZTÓW

Przeanalizuj struktury kosztów McDonald's na wschodzącym rynku, w tym kosztów żywności i napojów, kosztów pracy, czynszu, mediów i wydatków marketingowych. Oblicz marżę dla każdej pozycji menu w celu określenia ich rentowności i zidentyfikowania możliwości optymalizacji kosztów.

Projekt dofinansowany ze środków budżetu państwa, przyznanych przez Ministra Edukacji i Nauki w ramach programu „Społeczna odpowiedzialność nauki” na podstawie umowy nr POPUL/SN/0256/2023/01.



#### 4. SFORMUŁOWANIE STRATEGII CENOWEJ

W oparciu o analizę dynamiki rynku, elastyczności popytu i struktury kosztów, opracuj zalecenie dotyczące strategii cenowej dla McDonald's na rynku wschodzącym. Weź pod uwagę takie czynniki, jak postrzeganie wartości, pozycjonowanie konkurencyjne i spójność cen w różnych kategoriach produktów. Zbadaj taktyki cenowe, takie jak ceny pakietowe, wartościowe posiłki i oferty promocyjne, aby przyciągnąć różne segmenty konsumentów przy jednoczesnej maksymalizacji przychodów.

#### 5. ZGODNOŚĆ Z PRZEPISAMI I WRAŻLIWOŚĆ KULTUROWA

Uwzględnij przepisy lokalnego prawa i normy kulturowe, które mogą mieć wpływ na strategię cenową McDonald's na rynkach wschodzących. Zapewnij zgodność z lokalnymi przepisami dotyczącymi cen, reklamy i standardów bezpieczeństwa żywności. Dostosuj ofertę menu i taktykę cenową do preferencji kulturowych i zwyczajów żywieniowych przy jednoczesnym zachowaniu integralności marki McDonald's.

#### 6. MONITOROWANIE I DOSTOSOWANIE

Nakreśl plan monitorowania skuteczności wdrażania strategii cenowej i wprowadzania korekt w razie potrzeby w oparciu o informacje zwrotne z rynku, wyniki sprzedaży i rozwój konkurencji. Opracuj kluczowe wskaźniki wydajności (KPI) w celu śledzenia wzrostu przychodów, marż zysku, udziału w rynku i wskaźników zadowolenia klientów w czasie.

### PODSUMOWANIE

Case study strategii cenowej menu McDonald's na rynkach wschodzących podkreśla znaczenie stosowania zasad ekonomii menedżerskiej w celu radzenia sobie ze złożonością globalnych operacji biznesowych. Analizując dynamikę rynku, elastyczność popytu, strukturę kosztów i kwestie regulacyjne, możesz opracować strategiczne rekomendacje, które pomogą firmie McDonald's zoptymalizować decyzje cenowe i osiągnąć zrównoważony wzrost na zróżnicowanych i dynamicznych rynkach wschodzących