**PARTEA MEA**

CAPITOLUL 2

Folosim 3 analize cunoscute

Analiza POPIT este impartita in 4 capitole: **P**rocese, **O**rganizație, **P**ersoane, **T**ehnologia **I**nformației) si ne ofera o perspectivă utilă pentru a lua în considerare nevoile,oportunitățile și schimbările dorite pentru rezolvarea problemelor de afaceri.

Analiza PESTLE este o analiză de context organizațional și evaluează impactul factorilor externi asupra afacerilor; este tot un acronim pentru **Politic**, **Economic**, **Social**, **Tehnologic**, **Legal** și **Ecologic.**

Analiza SWOT este un instrument util pentru evaluarea punctelor forte, punctelor slabe, oportunităților și amenințărilor cu care se confruntă compania

Cuprins

[Analiza POPIT 1](#_Toc185505376)

[Analiza PESTLE 3](#_Toc185505377)

[Analiza SWOT 5](#_Toc185505378)

[CAPITOLUL 4 6](#_Toc185505379)

[CAPITOLUL 5 7](#_Toc185505380)

# Analiza POPIT

McDonald’s este recunoscut pentru eficiența operațională și standardizarea proceselor

In categoria procese, intra

* **Pregătirea produselor:**  
  McDonald’s utilizează un sistem standardizat pentru prepararea produselor, De exemplu, procesul de gătire al burgerilor este cronometrat pentru a garanta un rezultat constant în toate locațiile.
* Compania folosește un lanț de aprovizionare extrem de eficient, colaborând cu furnizori locali și globali
* Fluxul comenzilor este optimizat prin utilizarea tehnologiei de ultimă generație,
* Meniul este adaptat în funcție de preferințele locale și de tendințele pieței, prin testarea și introducerea de produse noi, cum ar fi variante vegetariene

La nivelul organizatiei, vorbim despre

* Mai multe niveluri ale structurii organizationale, CEO-ul și echipa executivă stabilesc strategia globală și coordonează principalele inițiative, iar Sediul central gestionează liniile pentru operațiuni, marketing, resurse umane și lanțul de aprovizionare
* McDonald’s este împărțit în regiuni geografice pentru a gestiona particularitățile locale ale piețelor
* La nivel local, restaurantele sunt administrate de manageri, supervizori și echipe de angajați.

Cand vine vorba de persoane,

* McDonald’s este unul dintre cei mai mari angajatori din lume, având peste 2 milioane de angajați
* Programele de formare sunt personalizate pentru fiecare rol, de la echipa de lucru din restaurante până la pozițiile de conducere. Sunt cursuri de training în procese operaționale, servicii clienți și leadership.
* Exista roluri cheie precum angajatii din restaurante, Managerii de restaurante care coordonează echipele si echipa de leadership global care asigură o direcție strategică
* Compania promovează o cultură bazată pe diversitate, incluziune și respect. Politica anti-discriminare asigură un mediu de lucru pozitiv pentru angajații din diferite medii.

In domeniul tehnologiei informatiei,

* Avem elemente de Automatizare și digitalizare precum Kiosk-uri self-service: Utilizate pentru a reduce timpul de comandă
* McDonald’s oferă aplicații mobile pentru comenzi, promoții și programe de fidelitate, cum ar fi "MyMcDonald’s Rewards."
* Folosesc Sisteme integrate ce permit gestionarea eficientă a comenzilor prin platforme terțe Uber Eats
* folosesc soluții de tip **Big Data** pentru a analiza cererea, a reduce risipa și a optimiza stocurile
* Algoritmi de **machine learning** sunt utilizați pentru a analiza preferințele clienților și pentru a oferi recomandări personalizate, iar prin achiziția companiei Dynamic Yield, McDonald’s adapteaza meniurile digitale în funcție de factori precum ora din zi, vremea sau popularitatea produselor.
* Se investește constant în securitatea cibernetică pentru a proteja datele clienților

# Analiza PESTLE

Trecem la analiza PESTLE si incepem cu factorii politici

* Compania beneficiază de stabilitate politică în piețele sale majore fiind de precizat ca În piețele emergente, riscul instabilității politice poate afecta operațiunile.
* La nivelul politicii fiscale, Impozitele corporative variază semnificativ între țări. În țările cu taxe mai ridicate, precum Franța sau Germania, McDonald’s trebuie să optimizeze costurile pentru a menține marjele de profit.
* Compania trebuie să respecte reglementările locale privind etichetarea nutrițională si conținutul caloric. În SUA, de exemplu, reglementările impun dezvăluirea caloriilor pe meniuri, ceea ce a obligat McDonald’s să fie transparent și să dezvolte opțiuni mai sănătoase, cum ar fi meniurile cu salate și fructe.
* În cazuri de dispute comerciale sau tarife impuse, cum ar fi războiul comercial SUA-China, costurile de operare pot crește semnificativ.

Pe plan economic:

* În economiile dezvoltate, creșterea economică contribuie la cererea constantă pentru produse. În perioade de recesiune, McDonald’s performează relativ bine, deoarece consumatorii aleg adesea produse mai accesibile.
* Fiind o companie globală, fluctuațiile valutare influențează veniturile, de aceea Strategiile de hedging financiar ale companiei sunt esențiale pentru a minimiza riscurile legate de schimbul valutar.
* Inflația ridicată crește costurile ingredientelor, ambalajelor și logisticii, de aceea ei își ajustează prețurile produselor pentru a menține marjele de profit
* Modificările salariului minim afectează direct costurile de operare, mai ales în țări precum SUA, unde McDonald’s este unul dintre cei mai mari angajatori. De asemenea, Creșterile de preț pentru carne, cartofi pot afecta marjele.
* În piețele dezvoltate, firma se concentrează pe digitalizare, livrare și produse premium, cum ar fi gama Signature Crafted.

DPV social:

* Consumatorii moderni pun tot mai mult accent pe alimentația sănătoasă și sustenabilă. Ca răspuns, McDonald’s a introdus produse mai sănătoase, cum ar fi salatele, meniurile Happy Meal cu fructe si a implementat inițiative pentru a reduce deșeurile alimentare, cum ar fi În Europa, unde a eliminat paiele de plastic, trecând la variante biodegradabile.
* De asemenea, Pandemia COVID-19 a accelerat tendințele de consum la domiciliu și a crescut cererea pentru servicii de livrare. McDonald’s a răspuns prin extinderea parteneriatelor cu platforme de livrare

La nivel tehnologic:

* Vorbim tot despre Kiosk-urile self-service, Automatizarea bucătăriilor, Aplicația mobilă McDonald’s, Plati digitale: unde au integrat soluții de plată prin smartphone și portofele digitale, si comenzile online ce reprezintă un procent semnificativ din vânzări.
* Investesc si in utilizarea echipamentelor eficiente energetic și a soluțiilor IoT pentru a monitoriza consumul de resurse.

In contextul legal:

* McDonald’s este unul dintre cei mai mari angajatori la nivel global, ceea ce îl expune la reglementări stricte privind salariile minime, orele de muncă și beneficiile angajaților. În țări precum SUA, presiunile pentru creșterea salariului minim au determinat compania să adopte măsuri precum creșterea salariilor și investiții în automatizare.
* Sunt obligati să respecte standardele stricte privind igiena și siguranța alimentelor si În multe țări, sunt necesare inspecții frecvente ale restaurantelor
* Protecția mărcilor și rețetelor proprii este vitală pentru McDonald’s. Compania are brevete pentru rețetele de produse și mărci înregistrate pentru logo, sigle și alte elemente.
* trebuie să respecte reglementările fiscale din fiecare țară pentru a evita situatii cum s-a întâmplat în UE, unde compania a fost acuzată de evaziune fiscală.

In sfera ecologica, :

* McDonald’s s-a angajat să utilizeze ambalaje 100% reciclabile până în 2025
* De asemenea, colaborează cu fermierii și furnizorii pentru a asigura practici sustenabile, cum ar fi utilizarea uleiurilor reciclate. folosește cafea certificată Rainforest Alliance și carne provenită din surse certificate
* McDonald’s a investit în ferme ecologice pilot pentru a testa metode de reducere a emisiilor de metan din producția de carne.
* implementează măsuri de economisire a apei, precum sisteme de spălare eficiente
* Restaurantele „verzi” sunt o prioritate pentru companie în multe piețe europene și nord-americane.

# Analiza SWOT

**Puncte tari (S)**

* **Recunoaștere globală a brandului**:McDonald’s este unul dintre cele mai recunoscute branduri din lume, cu o prezență în peste 100 de țări și peste 40.000 de restaurante.
* **Model de afaceri bine standardizat:**Sistemul de franciză McDonald’s este considerat unul dintre cele mai eficiente din lume.
* **Prețuri accesibile**
* **Meniu variat și adaptabil:**
* **Inovație tehnologică**
* **un lanț de aprovizionare** global bine optimizat

**Puncte slabe (W)**

* **Dependență de francize:** Deși sistemul de franciză este un punct forte, dependența excesivă de acesta limitează controlul direct al McDonald’s asupra operațiunilor din multe locații
* **Imagine negativă în privința sănătății**
* **Complexitatea gestionării globale**
* **Dependința de piețele dezvoltate**
* **Impactul fluctuațiilor prețurilor materiilor prime:** intrucat Creșterea acestor costuri poate afecta marjele de profit

**Oportunități (O)**

* **Extinderea pe piețele emergente**
* **Adoptarea tendințelor sănătoase:** Extinderea gamei de produse vegetariene, vegane și fără gluten poate atrage consumatori
* **Continuarea investițiilor în tehnologie**
* **Creșterea livrărilor la domiciliu** care poate crește veniturile și loialitatea clienților
* **Produse inovatoare și adaptate local**
* **Sustenabilitatea ca avantaj competitiv**
* **Programul de fidelizare** care poate genera date valoroase despre preferințele utilizatorilor

**Amenințări (T)**

* **Concurență intensă:**McDonald’s se confruntă cu o competiție acerbă din partea altor lanțuri de fast-food, precum Burger King, Wendy’s sau KFC
* **Schimbarea preferințelor consumatorilor**
* **Reglementări stricte privind sănătatea**
* **Creșterea costurilor materiilor prime**
* **Crize economice și inflație**
* **Impactul crizelor de sănătate publică** cum a fost covid
* **Preocupările legate de mediu**

# CAPITOLUL 4

**De ce este mcdonalds un sistem adaptiv complex?**

* **Adaptabilitatea și auto-organizarea sa**: de ex Adaptarea la piețele locale:  
  Meniul McDonald’s este personalizat în funcție de cultura și preferințele fiecărei regiuni. Un alt aspect ar fi Răspunsul la crize:  
  În timpul pandemiei COVID-19, McDonald’s a adaptat rapid operațiunile pentru a susține creșterea comenzilor online și a livrărilor, kiosk-uri de comandă self-service și plăți contactless
* **Co-evoluția cu mediul extern**: prin Inovații tehnologice, Sustenabilitate
* **Interdependență și feedback:** datorita lantului de aprovizionare complex, colaborarii cu francizele, si colectarea feedback-ului de la clienti prin aplicatia mobila, monitorizarea reactiilor social media, sondajelor de satisfactie si etc
* **Dependența de traiectorie și explorarea posibilităților**: cum ar fi istoricitatea companiei, Începând ca un mic restaurant în California si devenind un gigant global, si introducerea McPlant sau dezvoltarea de restaurante ecologice

# CAPITOLUL 5

**McDonalds** a fost de-a lungul timpului afectat de diverse situatii globale de criza, precum pandemia covid-19, conflictul rusia ucraina sau Inflația și recesiunea economică. fiind o companie globală cu o bază diversă de clienți și francize, McDonald’s trebuie să gestioneze cu atenție provocările etice, economice și sociale pentru a-și proteja imaginea și operațiunile.

Cateva dintre Strategiile de adaptare și supraviețuire identificate de noi ar fi :

**a) Diversificarea și adaptarea meniului**

* **Produse adaptate local, sănătoase și sustenabile:**

**b) Consolidarea experienței digitale**

* **Aplicația mobilă și programul de loialitate:**
* **Servicii de livrare**

**c) Optimizarea costurilor operaționale**

* **Lanț de aprovizionare eficient:** folosind tehnologii precum Big Data și AI pentru a anticipa cererea și a minimiza risipa.
* **Automatizarea restaurantelor**

**d) Îmbunătățirea reputației și responsabilității sociale**

* **Angajamentul față de sustenabilitate:**
* **Comunicare transparentă:**

**În final ,** McDonald’s își arată capacitatea de a face față provocărilor globale prin adoptarea unor strategii adaptabile. Pentru a-și menține poziția competitivă pe piață, McDonald’s trebuie să își concentreze eforturile pe Inovație continuă, Digitalizare accelerată, Extinderea pe piețe emergente si Eficientizarea costurilor. Aceste strategii vor vor ajuta compania să rămână profitabilă în contextul creșterii costurilor globale.