Представьте себе несчастного изгнанника, затем представьте ангела, появляющегося внезапно из заоблачных далей и ставящего перед путником большущий кусок отборного говяжьего филея, толщиной около 4 см. Пышущий жаром, посыпанный душистым перцем, украшенный тающими кусочками сливочного масла самой что ни на есть первейшей свежести и покрытый драгоценнейшими каплями мясного сока, стекающими на шипящую сковороду и растворяющимися в подливке .Такой была реакция Марка Твена в 1880 году на трудности, с которыми столкнулся в Европе этот американец, с детства приученный к говядине ( Скитания за границей ). Как я его понимаю! Будучи тоже истинно мясной душой, все свои 30 лет я всегда трепещу при виде сочного стейка, свежей отбивной или рубленой котлеты. По моему глубокому убеждению, спустя практически полтора века говядину можно по праву считать лучшим мясом. Как ни крути, а это самое популярное мясо в мире. И самое обсуждаемое: я очень часто слышу от своих знакомых и друзей, где можно есть мясные блюда, а где нет. Но мало кто из нас интересуется, насколько основательны эти выводы. Например, насчет ресторанов Макдоналдс звучит масса отзывов с предубеждением.… Но я привык во всем убеждаться сам. Так что сегодня я либо смирюсь с тем, что мясо там так себе, либо опровергну это убеждение. Дело в том, что я собираюсь навестить Маккомплекс - завод, который производит продукцию для всех ресторанов Макдоналдс в России. И соответственно - взглянуть своими глазами на то, что потом оказывается у меня в гамбургере. Маккомплекс был построен 18 лет назад. Основная деятельность его направлена на непрерывное производство мясных котлет, булочек, пирожков, в общем основной продукции, которую мы видим и едим в Макдоналдс. Экскурсия по Маккомплексу началась с того, что меня попросили надеть одноразовые бахилы, сеточку для волос, белый халат и еще поручили заполнить анкету, в которой нужно было указать, не являюсь ли я носителем заразных болезней и инфекций. Поскольку наша тема сегодня МЯСО, а именно - говядина, я опущу подробности, описывающие остальные продукты Так что самое пристальное внимание обратим на производство котлет. Я, как человек, просто обожающий говядину, знаю, что она должна быть сочно-красного цвета, иметь приятный запах свежего мяса, и конечно, нежно-волокнистую структуру. Лучшие сорта говядины мясо крупного, но молодого рогатого скота. Наиболее ценным считается мясо 20-месячных, хорошо откормленных животных. Собственно на Маккомплекс не поставляется мясо животных старше двух лет. Не скрою: я был просто восхищен, увидев мясо, попадающее в гамбургеры, которыми я периодически обедаю. В производстве котлет используется только 100% говядина! Так что котлета Макдоналдс это только отборное мясо и никаких добавок. На производственной линии мясо измельчается в больших мясорубках. Каждая партия фарша проходит тест на жирность. Затем фарш поступает в формовые машины, где из него изготавливаются котлеты строго заданных по спецификации параметров (вес, диаметр, толщина). Причем это возможно, только при определенной температуре фарша во время формовки. В этом случае удается из чистого мяса - без каких-либо связующих добавок сформировать котлету. Затем котлеты по транспортерной ленте немедленно поступают в шоковую морозильную камеру с температурой -43-53 С. Процесс быстрой заморозки в течение 90-120 секунд, разработанный в Макдоналдс , позволяет сохранить качество и свежесть мяса. Маккомплекс открыл еще несколько деталей, которые имеют отношение к мясу. Мне рассказали практически все о поставщиках говядины для Макдоналдс . Я узнал, что на Маккомплекс поставляют мясное сырье самые передовые предприятия России, Литвы, Бразилии, Германии и Италии. На всех предприятиях разработан и действует План Безопасности Пищи (НАССР - анализ опасных факторов и критические контрольные точки), с помощью которого контролируются все этапы производственного процесса, - начиная от транспортировки и приемки животных на мясокомбинат, этапы убоя, обвалки и заканчивая упаковкой и доставкой готовой продукции. Данная система пересматривается и корректируется не реже одного раза в год специалистами мясокомбинатов с учетом рекомендаций специалистов отдела контроля качества компании Макдоналдс России и Европейского менеджера по безопасности Макдоналдс , ВНИИС (Всероссийский Научно-Исследовательский Институт Сертификации и Стандартизации), а также с учетом требований независимых аудиторских компаний, например, английской компании EFSIS. В рамках требований системы MAAP (McDonald s Agricultural Assurance Programme) на откормочных предприятиях (фермах) разработан специальный свод стандартов и правил, гарантирующих качество и безопасность поставляемого сырья. Представители мясокомбинатов посещают откормочные предприятия с целью проверки выполнения требований МААР. Теперь я в двух словах постараюсь объяснить, какое отношение у Макдоналдс ко всему производственному процессу. Чтобы говядина попала на один из мясокомбинатов поставщиков Макдоналдс в качестве будущей котлеты для гамбургера, поставщику необходимо соблюдать значительное количество стандартов, которые представляют из себя целый пакет, состоящий из шести документов! Узнав условия содержания животных на любом из этих предприятий, можно просто не поверить. Начиная от норм по циркуляции воздуха, уровня запыленности, температуры, влажности воздуха и концентрации газов и заканчивая освещением. Также мне рассказали обо всех технологических процессах, которые сопровождают мясо от начала его пути, до непосредственного попадания на кухню ресторана масштаб потрясает! Просто огромное число различных проверок на всех уровнях, абсолютная недопустимость каких-то даже минимальных недоработок. Вы удивитесь, но в Макдоналдс можно проследить родословную каждой котлеты в каждом сандвиче. Я забочусь о своем здоровье, своем внешнем виде, поэтому мне было необходимо знать, что каждая мясная котлета в Макдоналдс приготовлена из 100% говядины, что мясной полуфабрикат просто перчат и солят при приготовлении и что мне предложат в ресторане Макдоналдс сандвич, который будет храниться после приготовления не более 10 минут. Что ж, отныне я абсолютно спокоен, чего и вам желаю! Любой из вас может убедиться в качестве мяса в Макдоналдс , было бы желание А может и дальше слушать легенды и мифы о гибридных гамбургерах, генномодифицированном картофеле и.т.д. В общем, выбор за вами!

Не секрет, что любимая еда подрастающего поколения — сочный гамбургер, картофель-фри и кока-кола со льдом… Вкусно, калорийно, только вот совсем не полезно… Сеть заведений быстрого питания растет с каждым днем и подталкивает граждан к ожирению. Пугающая стрелка весов красноречиво указывает на то, как влияет на наш организм «неправильная» пища, но способны ли мы отказаться от вредных, но таких вкусных продуктов?

**День против фаст-фуда**

На днях тюменские активисты «Молодой гвардии Единой России» провели акцию «День против фаст-фуда». Для того чтобы привлечь внимание тюменцев к проблеме здорового питания, «молодогвардейцы» устроили на Цветном бульваре… уличные бои без правил.

— Борцами за здоровое питание стали ростовые куклы — полезные огурцы и морковки, — рассказывает координатор проекта Мария Третьякова. — Они бились со зловредным гамбургером. Шуточный поединок продолжался в течение часа, поэтому и наблюдателей собралось немало. Мы проводили эту акцию впервые, но надеемся, что она станет традиционной и для Тюмени.

Кстати, дата этого мероприятия была выбрана не случайно. 16 октября — Всемирный день борьбы с фаст-фудами. Насколько эффективной была акция, покажет время. Но организаторы уверены в одном: это действо все-таки повлияет на сознание горожан, и очереди за фаст-фудами станут короче…

**Страшные факты**

Можно было посмеяться над веселой затеей молодых активистов — над славными морковками и симпатичным гамбургером, не придавая этому особого значения. Но ведь проблема, которую затронули «молодогвардейцы», совсем не шуточная. По данным американских исследователей, в США, на родине фаст-фуда, за последние двадцать лет число случаев клинического ожирения среди молодых американцев выросло в три раза. Сейчас этим заболеванием страдают 40 миллионов взрослых американцев, и каждый год от него умирают около 28 тысяч человек. Это вторая после курения причина смертности в США.

Тем не менее, спрос на такую пищу не падает. Традиционными стали чемпионаты по поеданию «королей фаст-фуда» — гамбургеров. Недавно житель Калифорнии установил новый мировой рекорд. За восемь минут ему удалось уничтожить… 103 гамбургера.

Не секрет, что создание сетей быстрого питания — весьма прибыльный бизнес. Россия и в этом стремится догнать свободную Америку. Только грустно отмечать, что развитие частного предпринимательства для правительства все-таки важнее, чем здоровье нации. Что ж, добились: Россия как страна развивающегося фаст-фуда уже входит в пятерку самых тучных стран!

Основной контингент фаст-фудов — это подростки и студенты, то есть именно те, кто «берет от жизни все». И в столь нежном возрасте им совершенно безразлично, как «перекус», в котором содержится чуть ли не суточная норма калорий, может отразиться на их здоровье.

**Фаст-фуд по-тюменски…**

Индустрия быстрого питания настолько прочно влилась в нашу жизнь, что едва ли не стала частью… культуры. До сих пор не без смеха вспоминаю рассказ актера Тюменского драматического театра о планах градостроителей построить на площади 400-летия Тюмени напротив нового театра McDonald’s, причем «эти два здания должны были быть выдержаны в едином архитектурном стиле»…

Стоит отметить, что в областной столице помимо пресловутого McDonald’s, открывшегося не так давно, существует огромное количество фаст-фудов, которые уже стали отечественными брендами: «Ростик’с», «Крошка-картошка», «Блинофф» и множество других.

Часто фаст-фуды объединяются в фуд-корты — ресторанные дворики с огромным количеством столов и разнообразных бистро. В основном они расположены под сводами больших торгово-развлекательных центров и с каждым днем завоевывают все большую популярность. Горожане любят прийти всей семьей в огромный супермаркет, заодно сходить в кино, посетить игровые автоматы, а затем смачно перекусить… В результате только 30% жителей Тюменской области имеют нормальную массу тела, остальные 70% либо страдают ожирением, либо, наоборот, имеют дефицит веса.

Проблемы со здоровьем возникают по стандартной схеме: сначала портим обмен веществ фаст-фудом, а затем и вовсе кончаем его таблетками для похудения. Зато две эти индустрии получают с нашего неправильного образа жизни космические средства. Тюменская область позиционируется как территория здоровья, но неужели уличные акции — единственная мера против быстрого, но вредного питания? К счастью, нет.

**Продукт, полезный для здоровья**

В июле в Тюмени стартовала акция «Продукт, полезный для здоровья», организаторами которой выступили совет по медицинской профилактике Тюменской области и управление медицинской профилактики медицинского информационно-аналитического центра. Опытные эксперты определяли ценность продукции тюменских товаропроизводителей, чтобы проинформировать жителей области о самых полезных продуктах, выпускаемых на нашей территории.

В сентябре были подведены ее итоги. Продукты, которые действительно полезны для здоровья, а не просто широко разрекламированы, были отмечены специальными знаками. Благодаря им эти продукты легко можно найти в крупных торговых центрах города.

Высокую оценку жюри получила компания «Очаково», которая производит единственный в мире детский квас «Квасенок». Почетной грамотой были также награждены: птицефабрика «Пышминская», Тюменский хлебокомбинат, компания «Золотые луга» и Тобольский городской молочный завод.

— В 1980 году СССР, по оценке ФАО — международной организации в области сельского хозяйства и продовольствия, входил в десятку стран мира с наилучшим питанием, — рассказывает депутат Тюменской областной Думы, заместитель председателя межведомственного координационного совета по медицинской профилактике Виктор Буртный. — Мы имели основания быть недовольными системой распределения продуктов, но питались сытно и полноценно. Тогдашний выбор провианта и сегодняшний — небо и земля. По ассортименту мы, конечно, сейчас выиграли, по качеству — проиграли. Статистика показывает, что уровень здоровья населения неумолимо падает, без концентрированного внимания власти на этой проблеме ситуацию не изменить. И беда не только в производстве полезных продуктов. Потребитель в основном выбирает продукт не головой, а все чаще становится заложником грамотного пиара, поэтому нет ничего удивительного в том, что самые разнообразные продукты попадают на наши столы, словно прыгая с телеэкрана. В связи с этим акция «Продукт, полезный для здоровья» очень актуальна для жителей нашего региона. И я уверен в том, что, узнав о составе продуктов местных товаропроизводителей, которые действительно полезны, тюменцы задумаются об ежедневно потребляемой пище и будут более внимательно подходить к рациону питания и собственному здоровью.

**Дневник здоровья школьника**

Также медицинским информационно-аналитическим центром Тюменской области совместно с журналом «Тюменское детство» был разработан еще один проект, нацеленный на укрепление здоровья юного поколения, - дневник здоровья школьника. Он представляет собой практическую книгу советов о том, как сохранить здоровье маленьких школьников. Рекомендации, изложенные в дневнике, адресованы не только детям, но и их родителям.

— Эти дневники мы вручали первоклассникам на их первом в жизни уроке, — пояснил Виктор Буртный. — На красочных страницах дневника ребята и их родители нашли советы лучших медицинских работников нашего города. Они узнали о том, как избежать травм в школе и почему не стоит бояться прививок, как «воспитать» осанку и сохранить здоровье зубов…

С помощью этого пособия ребята могут сами следить за своим здоровьем каждый месяц, фиксируя в дневнике свои достижения. А в конце года они заполнят специальную анкету, данные которой будут обрабатывать медицинские статистики. Полученная информация позволит представить полную картину состояния здоровья младших школьников, выявить наиболее проблемные зоны и корректно выстроить профилактическую работу в этом направлении. Данный проект поможет сохранить здоровье маленьких тюменцев в этом важном периоде жизни

**Пейте, дети, молоко!..**

— Все чаще дети заболевают раком кишечника, потому что они практически перестали употреблять в пищу клетчатку, заменив ее на рафинированные и консервированные продукты, — рассказывает главный врач-гастроэнтеролог департамента здравоохранения Тюменской области Любовь Кожевникова. — В западных странах неоднократно проводились исследования, в результате которых выяснялось, что дети, питающиеся продуктами с красителями и всевозможными добавками, становятся гиперактивными. Они не могут сосредоточиться, им трудно высидеть урок. Еще одна большая проблема детского питания в том, что в рационе практически отсутствует молоко. Многие дети и их родители просто не любят его вкус, в результате чего получают ранний остеопороз, переломы, остеохондроз, нарушение осанки и другие проблемы со здоровьем… В Америке уже не первый год внедряется программа, цель которой — вернуть детей к натуральным продуктам, в частности к молоку. А мы продолжаем утрачивать эту традицию. Наши дети в лучшем случае съедают глазированный сырок в шоколаде, который состоит из сахара и жира и никакую пользу организму не несет.

**Проблема № 1 — домашний фаст-фуд!**

— Если дети сходят в заведение быстрого питания 1—2 раза в месяц, в этом нет ничего страшного, — поясняет Любовь Александровна. — Настоящая проблема в том, что дети этим же питаются и дома. Традиционный завтрак — бутерброд из белого хлеба с маслом и колбасой и чай с четырьмя ложками сахара. В результате — гастроэнтерологическая патология выросла в десятки раз — практически каждый второй ребенок в Тюменской области имеет какие-либо проблемы, связанные с желудочно-кишечным трактом. Также фаст-фуд и вредоносные добавки принесли такое заболевание, как неспецифический язвенный колит. Тридцать лет назад в Тюмени не было зарегистрировано ни одного больного, а сейчас их количество приближается к двадцати.

— Как показывает практика, родительские запреты мало действуют на современных детей и подростков, — рассказывает главный врач-гастроэнтеролог департамента здравоохранения Тюменской области. - Многие папы и мамы даже не подозревают о том, что их чада пьют пиво с первых классов школы. Почему у нас так распространен пивной алкоголизм, ведь, казалось бы, в пиве содержится не так много алкоголя? На самом деле в этот напиток добавляются специальные вещества для привыкания…

В Америке юношам и девушкам, не достигшим 21 года, на всех дискотеках жирным фломастером проводят по ладони полосу, чтобы они не смогли купить алкогольный напиток… А если им приносят напиток с улицы, администраторы тотчас же выясняют его содержание. В нашей стране таких мер нет, в итоге выясняется, что дети, которые поступают к нам с язвой, «балуются пивком» каждые выходные.

**Разъяснительные меры…**

Разумеется, первый аргумент для детей — это «вкусно» и только второй — «полезно», поэтому сходить с родителями в McDonald’s или получить вкусный подарок от любимого кафе — это настоящий праздник. Как же, по мнению специалистов, родителям бороться с вредной привычкой юного поколения?

По мнению Любови Александровны, запретительные меры тут не помогут - нужны разъяснительные! Когда ребенок приходит к ней на прием, она просит назвать его любимые продукты. Получается примерно такой диалог:

— Я люблю «кириешки».

— А с каким вкусом?

— Бекона.

— А как ты думаешь, что такое бекон? Ты его видишь?

— Нет.

— А чувствуешь?

— Чувствую запах и вкус.

— А как может быть вкус без бекона? На самом деле там содержатся ароматические масла, то есть химические добавки, а значит — нефть! То есть ты ешь хлеб с нефтью? Скажи, пожалуйста, зачем ты ешь хлеб с нефтью?

Только раскладывая по полочкам состав продуктов, до детей удается донести простые истины — постулаты питания. К примеру, о том, что красные, оранжевые, зеленые печенюшки и пироженки тоже приносят вред организму. Ведь животные никогда не едят ярко окрашенных жучков, чувствуя опасность…

**Овсянка, сэр!**

По словам специалистов, в нашей стране очень низкая культура питания. Работающее население за неимением свободного времени привыкло готовить еду для всей семьи из полуфабрикатов. Студентам, проживающим отдельно, и вовсе неохота подходить к плите…

И только столкнувшись с серьезными нарушениями органов пищеварения или обмена веществ, мы понимаем, что сварить кашу не труднее, чем приготовить бутерброд, а пользы — в десятки раз больше! В каше из натуральных зерен содержатся природные витамины — в оболочке любого зерна они сохраняются десятилетиями. Если исключить каши из рациона, начинают ломаться ногти, тускнеть волосы.

Когда дети прислушиваются к словам специалистов или родителей, правильное питание превращается в увлекательную игру, причем положительные перемены чувствуются сразу!

Фаст-фуд (англ. fast food — быстрое питание) — блюдо, приготовленное для быстрой еды. Законом формата предполагается, что время между приготовлением и продажей не должно превышать десяти минут. К тому же «быстрые» блюда готовятся в больших масштабах, причем только из полуфабрикатов.

В странах Евросоюза недавно появилась новая социальная реклама Live fa(s)t, die young! («Живи толстым, умри молодым!»). В рекламе используется игра слов: fast — быстрый, быстро; fat — толстый. Создатели считают, что под этим девизом живут многие европейские дети, поскольку 21,5 миллиона из них страдают от избыточного веса или ожирения.

Среди множества успешных компаний, которые демонстрируют образцовую технику выживания в кризис, особенно впечатляют не так славные достижения прошлого, как живые примеры настоящего. Сколько бы не сравнивали сегодняшнюю ситуацию с Великой депрессией 30-х, стагфляцией 70-х, дефолтом 90-х, чумой 14 столетия или нашествием марсиан, самым полезным все равно будет пример выживания в режиме "реального времени". Который в данный момент демонстрирует корпорация McDonald's.

Парадокс, но компания, продающая дешевую еду, регулярно попадает в Топ-10 самых дорогих брендов мира (первое место среди которых принадлежит, кстати, Coca-Cola). Характерных желтых арок McDonald's не увидишь разве что в Антарктиде, и это не удивительно — ведь компания открывает новый ресторан каждые 4 часа.

В то время, как конкуренты вроде Starbucks вынуждены пойти на такие экстренные меры, как распродажа корпоративной авиации, McDonald's с пришествием кризиса только нарастил обороты. (Удивительно, что еще в конце прошлого года среди 10 причин полюбить кризис, которые назвали особо неунывающие американцы, указана возможность питаться дома, а не в ресторанах). Мировые продажи корпорации выросли на 6,9%, в том числе в декабре — на 5,8%. Конечно, для компании это замедление роста по сравнению с цифрами менее кризисного октября (8,2%), но по сравнению с финансовыми показателями других компаний - это настоящий успех.

Мэттью Картер, аналитик из Touchstone Value Opportunities, говорит: "Возможно, на McDonald's в последнее время и действуют некоторые замедляющие силы, но на фоне своих конкурентов они смотрятся просто феноменально успешными". "Прошлый год был для нас удачным, - говорит глава корпорации Джим Скиннер (многим генеральным директорам мировых корпораций хотелось бы повторить такое заявление официально). - Среднее количество посетителей, которое мы обслуживаем каждый день, возросло до 58 миллионов".

Акции компании за последние кризисные годы выросли на 150% и продолжают приносить 75%-ную прибыль. Цена за одну штуку превысила ожидания аналитиков на 4 цента и на 26 января составляла $58,40. Несколько уменьшенная годовая прибыль в $5,57 млрд (в прошлом году - $5,75) все равно больше предсказанных $5,5 млрд. "Конечно, нам бы хотелось более здорового климата, но сегодняшняя ситуация только укрепляет наши позиции", - говорит Скиннер. И тут же делится предположениями по поводу причины таких результатов: "Наши покупатели чувствуют угнетающую атмосферу повсюду, только не в наших ресторанах".

Этих самых ресторанов в 2009 году станет ровно на 1000 больше. В 2009 году только в Европе планируется открытие 240 ресторанов — в Испании, Италии, Франции, а также в Украине, Польше и России. Скромные замечания о том, что в Европе сейчас тоже кризис, особенно остро проявляющийся, к примеру, в Испании, глава европейского подразделения "макдака" Денис Хеннекин парирует тем, что "с нашей точки зрения сегодня нет ни одной страны в мире без перспектив роста". Он может себе позволить подобные высказывания: за прошлый год сопоставимые продажи бренда в Европе выросли на 8%. "Мы отвоевали долю рынка, который на данный момент не растет", - замечает Хеннекин.

Компания расширяется в кризис — а это как раз и есть свидетельство здорового развития в "нездоровом климате". Причин такому феномену можно назвать множество, но главными среди них будут низкие цены (особенно важный показатель в год, когда даже люксовые мировые бренды задумываются о беспрецедентном проведении распродаж и введении систем скидок для удержания покупателя), глобальная представленность и, конечно же, узнаваемость бренда — согласно опросам японских и американских школьников (США и Япония — два самых крупных рынка компании) золотистые арки McDonald's более узнаваемы, чем религиозная символика.

**McDonald's: "Это будет продаваться везде!"**

Беспроигрышный лозунг одного из отцов-основателей компании Рея Крока "Если это продается в Америке, это будет продаваться везде" воплотился с пугающей точностью, с момента основания и до сегодня по всему миру продано более 100 миллиардов гамбургеров McDonald's. Перейти от двух сотен миллионов до десятков миллиардов в год фаст-фуд бизнесу помогли две вещи.

1. McDonald's был первым воплощением идеи фаст-фуда как таковой. Маленький ресторанчик драйв-ин, который работал в Сан-Бернардино (Калифорния) давал владельцам — братьям Макдональд, более чем достаточно средств к существованию. Но им захотелось радикальных перемен.

История превращения маленькой забегаловки для водителей в фаст-фуд империю чем-то напоминает промышленный переворот Форда. Руководствуясь теми же принципами - "авто для каждого" = "еда для всех", Макдональды максимально упростили меню — из 30 пунктов оставив 9, снизили (благодаря другой организации работы) и без того низкие цены на гамбургеры — с 30 до 15 центов (стоит отметить, что цена на гамбургер оставалась прежней — 15 центов с 1948 до 1965 года). Полностью переделали кухню, придав ей максимальное сходство с заводским цехом для массового производства и скоростной сборки. Конструкции кухни, максимально удобные для массового приготовления, братья чертили мелом на теннисном корте. Схемы основывались на наиболее частых движениях работников в процессе готовки. Дожди смывали меловые рисунки - схему приходилось менять и совершенствовать. Второе открытие ресторана показало, насколько жизнеспособны такие изменения: прибыль уже в первый год увеличилась вдвое.

Форд изобрел индустрию быстрой сборки, братья Макдональды — индустрию быстрого обслуживания. Идея объединения дешевизны, быстроты приготовления и самообслуживания была явно успешной, но ей не хватало глобальности.

2. Вывести компанию на мировой уровень удалось Рою Кроку — одному из 100 главных американцев 20-го века по версии журнала Life, а на момент вступления в ряды McDonald's - обычному коммивояжеру или, как сказали бы сейчас, менеджеру по продажам молочных миксеров. Познакомившись с бизнесом Макдональдов по делам службы, Крок поразился простоте торговой операции, но главное, он понял, что такая, основанная на "конвеерном принципе" схема имеет шансы на успех и за пределами Штатов. 52-летний предприниматель пустил на новый проект все свои сбережения и даже заложил собственный дом.

Отдельного рассказа заслуживает история с выкупом прав на бренд. Когда Крок предложил Макдональдам продать марку McDonald's, денег у него не было, только долги. Сумма оказалась немаленькой — $2,7 млн. Не было смысла обращаться в банки, которые не собирались вкладывать деньги в такое сомнительное предприятие, как сеть дешевых ресторанчиков. Тогда Крок рискнул попросить денег у вузов и уже практически договорился, как неожиданно представители университетов ответили отказом. По тем же причинам, что и банки: фаст-фуды ненадежны, в них нельзя вкладывать деньги. Главный финансист компании Гарри Зонненборн быстро нашелся и на решающей встрече заявил: "Мы занимаемся недвижимостью". После чего ему и Кроку предоставили кредит.

Рестораны прямо принадлежащие компании, а также франшизы начали появляться сначала в национальном, а потом — и в мировом масштабе. Франчайзинговая схема была довольно выгодной, поскольку за лицензию просили недорого, рестораны могли открывать не самые обеспеченные люди, а помещения им предоставляла сама компания. До конца 1956 года в сети уже насчитывалось 14 ресторанов, а через 4 года — уже 228. В 60—70- е годы число ресторанов продолжает расти в геометрической прогрессии. Это было время демографического взрыва, и McDonald's еще раз оказалась в выигрыше, уделяя особенное внимание организации детских комнат, площадок и праздников.

McDonald's завоевывал страну за страной — после неудач на Карибах и в Нидерландах, связанных с особенностями местной кухни, сеть проникла в Японию, где первый ресторан построили за 39 часов, а первый день работы принес $3000. До 1993 года рестораны McDonald's стали самыми успешными в стране. При открытии первого ресторана в Москве перед дверьми образовалась очередь в 30 000 человек. Унифицированное и узнаваемое меню приспосабливали под местные кулинарные привычки — так, в Норвегии в меню ввели сендвич с жаренным лососем, в Японии — рисовые блюда, а в Индии подают барашковый сендвич Махараджа Мак.

Правда, не всегда завоевание "зарубежа" проходило "на ура". И это подводит к еще одной гарантии успеха:

3. Компания внимательно относилась к имиджу. В Британии дела McDonald's шли не так уж гладко. Коупленд в книге "Поколение Х" посвятил работе в McDonald's очень едкие строки: "Макрабство: - малооплачиваемая, малопочетная, бесперспективная работа в сфере обслуживания. Пользуется репутацией удачно выбранной профессии у тех, кто подобной работы даже не нюхал". С легкой руки писателя такое определение Mcjob быстро набрало популярность и даже вошло в словарь Вебстера. И тогда Денис Хеннекин решил быстро исправлять ситуацию. Компания провела серию исследований, перенастроилась на социальную поддержку молодых, в основном, людей, которые устраиваются работать в фаст-фуды, представители компании начали появляться на телевидении, защищая свою HR-политику. В 2005 года получила награду "За успехи в работе с людьми". Широкую прессу получило нововведение "Спроси у Питера" - возможность младшего персонала обратиться непосредственно к начальнику через прямой электронный адрес.

McDonald’s — с одной стороны, единственная компания из списка 500 от Standard & Poor’s, которая регулярно, с 1965 года, отчитывается о росте прибылей и доходов. С другой стороны — против ресторанов McDonald’s как воплощения "макдональдсизма" общества (Эрик Шлоссер) проводились десятки террористических акций, а в 2006 году вышел очень критичный фильм по не менее критичной книге - Fast Food Nation ("Нация фаст-фуда"). Но, если отвлечься от имиджа и вернуться к показателям, McDonald’s оказывается кризисоустойчивой (crisis resistant) - не по прогнозам или рейтингам, а по данным на настоящий момент.

**Общая информация**

В Америке, возможно, это и считается закусочной. У нас же это ресторан, который стоит в самом, что ни на есть центре города. И народ сюда ходит, как на праздник, а дети фотографируются на фоне страшного клоуна и просят купить Хеппи-мил. Здесь нельзя курить и распивать спиртное… однако все это возможно на улице (на летней площадке). Еда тут не особенно полезная (Это фаст-фуд!). Однако, хоть один раз в жизни Макдональдсе побывать стоит. Хотя бы для того, чтобы сравнить. Тут все "под линеечку" - аккуратно до безобразия, можно обматерить персонал, но в ответ вам улыбнутся и спросят "будете что-то еще заказывать…" (проверенно).

**Для детей**

Что здесь привлекает ребенка? Для детей здесь раздолье – игрушки, еда и веселые праздники. Красиво, ярко, празднично. Кроме всего тут вечно дают какие-то подарки. Могут дать чего-нибудь на память, например - пакетик, которым после опустошения, можно громко "хлопнуть". И, конечно же детишек привлекает - сладкое меню. Хеппи-Мил - 11,5-13,5 грн. А внутри - игрушка… стоит – 5 грн., но отдельно не продается.

Детские праздники проводятся на втором этаже, в отдельной комнате (с видиком). Действо продолжается порядка 1,5 часов. Мультики, ведущая, "вырезанные ладошки" (вырезают не сами ладошки, а их отпечатки на бумаге) – за всё 5 грн. из расчета на одного ребенка. Один момент – приглашенных вашим ребенком гостей должно быть не меньше пяти. Если меньше, то вы все равно платите, как за шестерых. Оплата меню отдельно. В МакДональдсе все делается так, чтобы ты вернулся сюда снова.



От того, как мы питаемся, сегодня зависит наше будущие. Индустрия фаст-фудов набирает обороты, совершенно не заботясь о \"полезности\" производимых ими продуктов. А мы, т.е. человечество, радостно поедаем все, что нам предлагают. А задумываться о том, что же мы едим не привыкли. Если наши взгляды на вопросы питания не изменятся , то в скором времени человечество превратится в жирных больных уродцев. А вы как представляете себе человека будущего? С гамбургером?

Шведские учёные выяснили, что картофельные чипсы, картофель фри и гамбургеры содержат такое количество канцерогенов, что их фанаты практически обречены на различные онкологические заболевания либо, как минимум, на нервные расстройства.

Исследования проводились в Стокгольмском университете (Stockholm University), а канцерогеном, который в данном случае образуется в указанных продуктах, - акриламид (acrylamide). Упрощённо говоря, причина его образования - это нагревание богатой углеводом пищи, причём это правило, оказывается, распространяется и на рис - продукт, который традиционно считается диетическим.

Шокирующим в открытии шведских биохимиков является тот факт, что количество канцерогена в обычном пакетике с чипсами превышает максимально допустимую концентрацию, установленную Всемирной Организацией Здоровья (World Health Organization, WHO) для питьевой воды, в 500 раз. В картофеле фри и бургерах (Burger King), которые продаются в McDonald's (речь идёт, прежде всего, о шведских McDonald's) концентрация превышала норму в 100 раз.

По словам Лива Буска (Leif Busk), возглавляющего департамент исследований в шведской Национальной пищевой администрации (Sweden's National Food Administration), за всё время своей 30-летней специализации в "пищевой" сфере, ему "такого видеть не приходилось".

Невероятность и значимость открытия вынудила исследователей отступить от традиционного пути всякого научного открытия: сначала рецензии коллег, потом публикации в специализированных изданиях, а уж потом "контакт с общественностью". Посчитав, что речь идёт о бомбе замедленного действия, шведы предпочли первым делом организовать пресс-конференцию.

Акриламид - это белое или прозрачное кристаллическое вещество, растворимое в воде. Известно, что оно повреждает нервную систему и, по данным онкологов, является причиной генетических мутаций и образования опухолей в брюшной полости. Эти данные были получены в результате наблюдений над животными.

По классификации Управления по охране окружающей среды США (The US Environmental Protection Agency), акриламид входит в группу канцерогенов, последствия от контакта с которым оценивается как "средней степени тяжести".

По требованиям WHO, один литр питьевой воды должен содержать не более одного микрограмма акриламида. Согласно новым требованиям ЕС, действующим до конца 2003 года, допустимый предел концентрации снижен до 0,1 микрограмма.

Анализ показал, что акриламид является результатом нагревания продуктов. Например, подогретый картофель содержал канцерогена в 12-40 раз больше, чем подогретый гамбургер. Причём, если те же самые продукты варить, а не жарить и не нагревать в духовке, канцерогены не образуются совсем.

Естественно, эти данные стали известны представителям шведской пищевой промышленности. По словам Стефана Эрикссона (Stefan Eriksson), менеджера по маркетингу шведского филиала Burger King's, "мы получили информацию, и сейчас оцениваем ситуацию".

После обнародования данных, первым делом представители шведской Национальной пищевой администрации заявили, что анализы, полученные от 100 случайных образцов, не могут считаться репрезентативными и не являются достаточным поводом для запрета на продажу указанных продуктов и изъятия уже имеющихся в продаже "экземпляров".

Как заметили взбунтовавшиеся работники одного из московских филиалов Макдональдс "Мак" - это не так круто, как кажется". Кстати, они не поленились привести список используемых "пищевых" стабилизаторов, консервантов, эмульгаторов и так далее. Из них запрещены - E121, E123, E240, к группе канцерогенов относятся - E103, E105, E121, E123, E125, E126, E130, E131, E142, E152, E210, E211, E213-217, E240, E330, E447, к аллергенам - E230, E231, E232, E239, E311-313, а болезни печени и почек вызывают - E171-173, E320-322.