РОМАН ШЕЛОМЕНЦЕВ

— С тех пор как компания была основана Реем Кроком в 1955 году, наши базовые принципы сильно не изменились: качество, культура обслуживания, чистота и доступность. Моя задача — сохранить верность этим принципам, высокую операционную эффективность и в то же время трансформироваться вместе с изменяющимися предпочтениями наших гостей. В России представлены все основные элементы системы «Макдоналдс»: наши предприятия, поставщики и франчайзинговые партнеры. Образно говоря, это как «стул на трех ножках»: для того чтобы сохранять устойчивость, все три ножки должны быть одинаково надежными. Сегодня одна из ключевых задач, которую нам предстоит решить сообща,— это обеспечить качественный продукт, к которому привыкли наши посетители, по максимально доступной цене. Мы видим, что ожидания меняются, доходы сокращаются, поэтому предлагаем новую возможность: приобрести любимые блюда в составе «МакКомбо» и сэкономить при этом до 30%. При этом мы ни на йоту не отступаем от наших стандартов качества — более того, мы сделали новый шаг в этом направлении, полностью переоборудовали наши кухни и готовим каждое блюдо только под заказ, индивидуально для каждого гостя. На кухне у наших конкурентов вы можете увидеть подогреваемые шкафы, в которых уже приготовленные бургеры и другие блюда ожидают, пока их кто-нибудь закажет. Очевидно, такой продукт не может быть идеальным с точки зрения качества. В «Макдоналдс» мы начинаем готовить ваш любимый «Биг Мак» или другое блюдо только после того, как вы сделаете заказ.

— Как вы оцениваете «Макдоналдс» в России по сравнению с другими странами мира? Что вы назвали бы позитивным и предложили бы развивать, а что — измените в первую очередь?

— Российские рестораны «Макдоналдс» показывают одну из лучших операционную эффективность в мире. Здесь отлично налажена система поставок и система гарантии и контроля качества, от поля до прилавка. За последние 28 лет «Макдоналдс» в России посетило 5 млрд россиян, и при этом не было ни одного подтвержденного случая пищевого отравления. Такого результата невозможно достичь, если нет устойчивой системы.

Если говорить об изменениях — мы уже начали их вводить. Возможно, вы уже воспользовались нашим сервисом обслуживания за столиками: сделав заказ у кассира или самостоятельно, вы получаете табличку с номером и садитесь там, где удобно. Современные технологии позволяют нам отследить, куда необходимо принести заказ. К концу года эта возможность будет доступна посетителям 200 предприятий «Макдоналдс» по всей стране. Таким образом, мы будем объединять все лучшее из двух миров: качество, доступность и удобство индустрии быстрого обслуживания и ресторанный сервис.

— «Макдоналдс» — один из самых «инновационно активных» игроков рынка. Вы планируете продолжать развитие технических усовершенствований?

— За 28 лет в России «Макдоналдс» прошел огромный путь в области инноваций и технологий, постоянно предлагая что-то новое: доступ к сети Интернет, возможность безналичной оплаты, специальное меню на завтрак, «МакАвто», возможность оформить заказ самостоятельно... Сегодня эти нововведения уже задают определенные стандарты в индустрии сервиса. Одной из главных точек роста я бы, пожалуй, назвал развитие цифровых технологий.

— «Макдоналдс» в прошлом году запустил в России доставку еды. Как это повлияло на продажи точек, предоставляющих эту услугу, и как она будет развиваться?

— Мы постоянно получали и продолжаем получать огромное количество вопросов, когда «Макдоналдс» запустит доставку в том или ином городе. Сейчас «МакДоставка» в партнерстве с «Яндекс.Еда» доступна в Москве, Санкт-Петербурге, Ростове-на-Дону и Нижнем Новгороде — но в скором будущем список городов расширится, потому что мы знаем, что «МакДоставку» очень ждут наши гости во многих городах России.

— Основу вашего меню составляют бургеры. Что вы намерены делать в контексте растущего тренда популярности этого направления и открытия новых бургерных?

— Нам нравится конкуренция, она помогает постоянно оставаться в тонусе. Но чтобы быть действительно успешным в индустрии общественного питания, нужны некоторые предпосылки, нужен масштаб. В ресторанах быстрого обслуживания обычно относительно невысокий средний чек, а значит, необходимы большие обороты. Для этого, в свою очередь, необходима налаженная система поставок, серьезные инвестиции в обучение персонала и очень эффективное управление. Не каждый игрок рынка сможет обеспечить премиальное качество и сервис по доступной цене, но нам это под силу. Также мы постоянно развиваем наше меню, сегодня в нем есть все, что необходимо для сбалансированного питания, более ста наименований: говядина, свинина, рыба и морепродукты, салаты, овощи и фрукты, молочные продукты, десерты, кофе...

— Какая сегодня доля в продукции «Макдоналдс» приходится на местных поставщиков? Реально ли довести эту долю до 100%?

— Сегодня в России более 160 отечественных сельхозпроизводителей обеспечивают поставки всех основных категорий нашего меню — 98%. И да, мы можем довести эту долю до 100%. Мы последовательно работаем в этом направлении уже более 28 лет. В зависимости от макроэкономических факторов урожая иногда возникает потребность в импорте того или иного товара, но наша цель — это 100%, и мы к ней очень близки.

— С конца 2014 года в России отмечалось сокращение покупательной способности. Как это отражается на вашем бизнесе?

— Мы видим изменения на рынке общественного питания: например, отток покупателей из полноформатных ресторанов в предприятия быстрого обслуживания. Частично это связано как раз со снижением уровня реальных располагаемых доходов, но еще и с тем, что индустрия быстрого об-служивания предлагает все больше и больше возможностей выбора. Поэтому наша стратегия состоит не в том, чтобы предлагать скидки, а в том, чтобы предлагать нашим посетителям новые и новые возможности, сохраняя при этом качество продукта и повышая уровень сервиса.

— Что в целом стоит ожидать от «Макдоналдс» в ближайшем будущем?

— Мы продолжим активно развиваться, открывать новые рестораны, внедрять новые технологии и развивать наш бизнес с заботой о людях и окружающей среде, как добрые соседи и надежные партнеры. Вместе с нашими сотрудниками, поставщиками и франчайзинговыми партнерами мы будем и далее играть позитивную роль в экономике и социальной сфере России.