

Многие рестораны столкнулись с проблемой своевременной оплаты услуг поставщиков. «Конечно, у нас возникает все больше требований к платежным периодам и условиям оплаты, сервису и стандартам качества, а также к ценообразованию. Это означает, что мы отдаем преимущество тем поставщикам, которые обеспечивают лучше предложения в данных категориях. По мере приближения кризиса мы стали все больше заострять внимание на партнерстве с эффективными и финансово надежными поставщиками», - говорит Д. Д'Эрмэ.

Перед некоторыми предприятиями общепита встал вопрос о реструктуризации долга, в решении которого огромную роль сыграли истинно партнерские отношения дистрибуторов и ресторанов. И иногда мелкие оптовики находят варианты реструктуризации долга, а крупные поставщики с хорошим запросом прочности и солидным оборотом не готовы пойти навстречу ресторанам. Хотя, скорее всего, в таких случаях решающую роль играет не величина компании, а профессиональность менеджмента.

Большие трудности испытывают поставщики импортных продуктов – из-за кредитных линий. У дистрибутора возникает сложная ситуация с кассовым разрывом. Это происходит из-за того, что поставщик предоплачивает товар за границей, а ресторану предоставляет продукцию в кредит.

Поэтому сроки отсрочки платежей для предприятий общепита в период кризиса неизбежно будут сокращаться. Ресторанам необходимо резервировать деньги и вовремя расплачиваться с поставщиками.

Раньше поставщики продуктов питания работали с ресторанами на выгодных условиях, предоставляя отсрочки платежей, бонусы. Теперь сами поставщики требуют предоплаты, чтобы, в свою очередь, рассчитаться с банками. И если рестораны не будут соблюдать дисциплину платежей, то в конечном итоге навредят сами себе: поставщик просто откажется работать с таким клиентом.

«Поставщики хотят гарантированных каналов сбыта, минимизации отсрочек по оплате поставляемой продукции, увеличения маржи и т.п. Экономические интересы ресторанов диаметрально противоположны, однако мы все интегрированы в одну цепочку создания

добавленной стоимости продуктов для конечного потребителя. Я за конкуренцию на всех уровнях данной цепи и устранение барьеров, которые этому препятствуют», - отметил Е. Казаков.

Еще одна насущная кризисная проблема с оплатой поставок – сумма минимальной доставки. Иногда небольшие ресторанчики (такие как "пицца братеево") позволяют себе слишком мелкие заказы, на которых поставщик не зарабатывает, а теряет. Менеджеры по закупкам не отслеживают структуру затрат, закупая ингредиенты у разных компаний, тогда как закупка товаров у одного поставщика может существенно сэкономить и время, и средства ресторана.

В кризис также продолжают действовать и другие неизменные требования к поставщикам: долговременное взаимовыгодное сотрудничество; установление дружеского контакта; гибкость в переговорах; соответствие мировым стандартам бизнес-этики; открытость, прозрачность работы.

Не менее важна в период кризиса стабильность – как поставок, так и качества поставляемого товара. Соответственно, качество продуктов должно всегда быть на высоком уровне.

По мнению ресторанов, прогнозы относительно сотрудничества ресторанов и поставщиков в целом положительные. «Ресторанные сети и поставщики бкдкт больше связаны, сформировав сильное и долговременное партнерство, гарантирующее ресторанам сетям высший уровень качества. В свою очередь, рестораны должны гарантировать оптовикам долговременный и устойчивый бизнес, который позволит местным поставщикам инвестировать в российские проекты. Более того, я предполагаю будущее объединение поставщиков; тогда сетевые компании смогут выбирать меньшее число надежных партнеров, чтобы объединить усилия, используя синергию и упрощение бизнес-процессов», - считает Д. Д'Эрмэ.

пицца люблино