

эксперты



Ирина Цхай руководитель проекта «Якитория» в Нижнем Новгороде



Ирина Фрункина директор «Гранд кафе Бульвар»



Любовь Данилова менеджер ресторана «Тинькофф»

Эпоха «челночного» бизнеса осталась в далеких 90-х, однако нижегородские рестораторы до сих пор испытывают трудности с покупкой определенных групп товаров. Наценки местных оптовиков неоправданно высоки, поэтому даже заведения премиум-сегмента вынуждены «снаряжать экспедиции» в Москву за тем, чего не могут найти на нижегородском рынке.

Не нашли дизайнерскую скатерть

Ситуация с поставками товаров для участников нижегородского рынка HoReCa в последнее время изменилась к лучшему. Местные оптовые компании были вынуждены «подтянуться» с приходом в 2005 году серьезного конкурента - германской компании Metro Cash & Carry.

Основная сложность, с которой мы сталкиваемся сегодня, - нехватка дизайнерского ассортимента. Нижегородские поставщики предлагают различные товары, но эти товары однотипные. К примеру, каждому ресторатору хочется иметь в своем заведении исключительную скатерть, которая есть только у него. В таком случае, дорога ему в столицу, где ассортимент шире и выбор больше. В Нижнем Новгороде искать эксклюзивные вещи бесполезно: пока на них спрос невысок, предложение от поставщиков не появится.

Ищем свежее сырье

В Нижнем Новгороде очень плохо обстоят дела с поставками продуктов питания для сегмента HoReCa. Мы, например, столкнулись с тем, что в городе невозможно найти незамороженное мясо и рыбу. HoReCa работает на охлажденном мясном сырье, которое подходит только для ресторанов быстрого питания. А как работать ресторанам премиум-класса? Даже крупные оптовики, такие как Metro Cash & Carry и «Сладкая жизнь», не могут предложить нашему ресторану необходимый ассортимент продуктов. Постоянные поездки в Москву за продуктами обходятся дорого, для нас выгоднее налаживать местную сеть дистрибуции. Поэтому мы работаем напрямую с нижегородскими фермерами и рыбаками.



Купим продукты для эксклюзивной кухни

Сейчас можно найти любой товар, но при этом возникнут две проблемы: время и цена. В нашем ресторане часто проводятся недели эксклюзивной кухни, а эксклюзивные продукты у местных поставщиков найти очень сложно - их просто нет в наличии на складе. В лучшем случае, нам предлагают привезти необходимое под заказ. Но товар идет из Москвы в среднем 10-12 дней. Мы вынуждены ограничивать своих гостей в блюдах или вовсе убирать их из меню. К тому же, для нашего бизнеса цена товара играет большую роль. В регионах у местных поставщиков цены на определенные позиции товаров бывают гораздо выше, чем в Москве, даже с учетом транспортных затрат. У местных оптовых компаний покупать продукты питания дороже на 15%, посуду на 5-10%. Наценки у нижегородских поставщиков неоправданно высокие. Оптовикам стоит пересмотреть ценовую политику своих организаций, тогда рестораторы будут чаще обращаться к ним с заказами. Прибыль же они могут получать не только за счет наценок, но и за счет товарооборота.