



«МАГНИТ» ПЕРЕСМОТРЕЛ КОНЦЕПЦИЮ ДОСТАВКИ СВЕЖИХ ПРОДУКТОВ В МАГАЗИНЫ

«Магнит» намерен повысить эффективность цепочки поставок товаров ассортимента «фреш» и «ультрафреш». Компания разделила все магазины «у дома», которых насчитывается более 14 тыс., на три геозоны и дифференцировала для них доставку такой продукции. В первую геозону вошли около 40% точек «у дома», они расположены на расстоянии ближе 100 км от распределительных центров (РЦ) и находятся в крупных городах и городах-спутниках. Вторая геозона – это точки «у дома» на расстоянии свыше 100 км от РЦ, близкие друг к другу. Они расположены в городах и региональных центрах с населением от 100 тыс. человек. Таких магазинов у «Магнита» около 40%. Третья геозона – объекты в удаленных и северных регионах с большим расстоянием между собой.

В первых двух геозонах компания изменит подход к дистрибуции

«фреш» (овощи и фрукты) и «ультрафреш» (молочная и мясная продукция). Для магазинов третьей геозоны и точек крупных форматов доставка останется прежней: большегрузные машины сети будут возить свежие товары вместе с остальными.

Тестовый проект «Свежесть» стартовал в Волгограде и Пензе почти в 100 точках «у дома». Планируется, что в следующем году он охватит все объекты первой геозоны, а затем и второй. Товары сроком годности до 15 суток теперь доставляются отдельно от остальной продукции среднетоннажным транспортом (до 10 т) и ежедневно поступают в точки до 14 ч, а не в течение всего дня, как раньше. За счет этого перед пиком покупательского трафика на полках в необходимом объеме всегда есть самые свежие молоко, мясо, хлеб, а «срок жизни» продукции продлевается на 1–2 дня.

Пилотный проект длится несколько месяцев и уже дал первые результаты: прирост продаж в свежем ассортименте составил 5,5%, объем списаний снизился на 1%.

Вторую геозону компания планирует покрыть кросс-докинг-площадками (фреш-платформами) – это компактные склады между магазинами и РЦ для быстрого оборота свежей продукции. Туда будут отгружать свои товары локальные поставщики. Решение позволит сократить плечо доставки, минуя РЦ, время передвижения продуктов от поставщика до полки в среднем на один день, высвободить площади в распределительных центрах под новый ассортимент. Например, объемы товарных запасов на складах могут снизиться до 11 дней вместо 18, как сейчас. Первая фреш-платформа заработает рядом со Ставрополем в ближайшее время на базе



арендного склада. На начальном этапе туда будет отгружаться молочная продукция.

Для оперативной дистрибуции компания также планирует внедрить новые технологии работы в логистических центрах. Предполагается, что все РЦ постепенно перейдут на круглосуточный режим, что позволит доставлять товары в магазины до часа-пик, фрукты и овощи будут разгружаться по принципу FIFO (сначала отправляется продукция, которая пришла первой), на складах будут использоваться технологии *risk-by-line* (сортировка товара на момент прибытия) и голосовое управление складскими операциями *risk-by-voice* (тестируется), доверительная приемка, система управления складским двором (комплекс по управлению транспортом на территории склада при погрузочно-разгрузочных работах).

«Свежие продукты – это то, за чем в первую очередь приходят покупатели в наши магазины. Мощная логистика всегда была одним из главных преимуществ «Магнита». Компания развивается, оптимизирует форматы, открывает новые магазины, увеличивает число сервисов, поэтому важно, чтобы доставка продукции была на одной волне с постоянно расширяющимся предложением. Мы планируем, что в скором времени порядка 80% торговых точек в первой и второй гео зонах будут обслуживаться через

кросс-докинговые площадки с наемным среднетоннажным транспортом и доставкой свежей продукции до 14:00. Таким образом, мы хотим, чтобы на наших полках были максимально свежие товары», – прокомментировала директор по цепочкам поставок розничной сети «Магнит» Марья Дей.

Ранее «Магнит» сообщил, что начинает привлекать наемный среднетоннажный транспорт для доставки продукции в магазины. Грузовики будут поставлены на короткое плечо

(где расстояние от распределительного центра до магазина составляет до 100 км) в городах с большой плотностью точек, чтобы несколько раз в день доставлять продукцию покупателям. За счет этого компания планирует повысить доступность и свежесть товаров на полках, а также снизить транспортные расходы. До конца года «Магнит» предполагает привлечь около 500 среднетоннажных грузовиков по всей географии сети. ■

