

УДК 658.7

ПРОБЛЕМЫ РЕВЕРСИВНОЙ ЛОГИСТИКИ
PROBLEMS OF REVERSE LOGISTICS

Клопова В.С.

Научный руководитель – Осипова Ю.А., м.э.н., ст. преподаватель
Белорусский национальный технический университет,
г. Минск, Беларусь
valeriakloпова77@gmail.com

V. Klopova,

Supervisor – Osipova J., Master of economic sciences, Senior lecturer
Belarusian national technical university, Minsk, Belarus

Аннотация. На основе анализа концепций реверсивной логистики были выявлены основные проблемы данного направления, решение которых способно привести к повышению эффективности (рентабельности) предприятия, уровня качества продукции, а также избавить организацию от вопросов по переработке (утилизации) и исправлению браков.

Abstract. Based on the analysis of the concepts of reverse logistics, the main problems of this direction were identified, the solution of which can lead to an increase in the efficiency (profitability) of the enterprise, the level of product quality, as well as save the organization from issues of recycling (recycling) and correction of defects.

Ключевые слова: реверсивная логистика, обратная логистика, проблемы управлением

Key words: reverse logistics, management problems

Введение.

Реверсивная или обратная логистика – это процесс управления возвратами (товаров, продукции, тары), включающий в себя все виды логистической деятельности, которая связана с движением материальных потоков в обратном направлении на склад поставщика или продавца и дальнейшего перераспределения материального потока [1].

Также под реверсивной логистикой следует понимать совокупность логистических операций, которые связаны с процессами планирования, организации, контроля и анализа

движения возвратных материальных, информационных и финансовых потоков от потребителя до поставщика (производителя). Объектами реверсивной логистики являются возвращенные товары, продукция, а также работы или услуги, тара и упаковка.

Обратная логистика по самой своей природе является сложным процессом и специализированной областью любой цепочки поставок, а вид продукта, способ его продажи и его потребители не имеют значения. Каждая организация должна сосредоточиться на получении максимальной отдачи от возвратов. Но несмотря на положительные мотивы данной области, в бизнесе существует негативное отношение к ней, и есть некоторые проблемы, которые были выявлены по отношению к реверсивной логистики.

Основная часть.

Одним из самых больших факторов давления на организации в отношении реверсивной логистики является требование по снижению затрат, так как расходы, связанные с обратной логистикой достаточно велики. Основной целью продаж продукции являются прямые или последующие продажи потребителям, эти продажи основаны на планировании спроса и прогнозах. Организации не планируют, что продукты могут «выйти из строя» и попасть в обратный поток логистики. В идеальном варианте продукты производятся и продаются покупателям и не становятся частью обратного логистического процесса, поэтому изначально реверсивная логистика не рассматривалась как процесс, приносящий доход, что, следовательно, приводит к тому, что на эту часть цепочки поставок выделялось очень мало ресурсов. Однако некоторые организации воспользовались возможностью получать доход от своих процессов обратной логистики. Увеличение затрат на обработку возвратов выше по сравнению с форвардной продажей (продажа на срок с поставкой и расчётом в будущем по заранее согласованной цене), и обработка реверсивной логистики нового товара может стоить в три раза дороже, чем обработка прямой логистики для его продажи [2].

Недостаточные инвестиции в информационные технологии и отсутствие информационных систем являются основными препятствиями для успешного управления и внедрения реверсивной логистики. Многие системы планирования ресурсов предприятия

(ERP), управления взаимоотношениями с клиентами (CRM) и управления складом (WMS) не настроены эффективно для возврата продуктов. Большинство организаций работают с трудоемкими, ручными, неэффективными и часто недисциплинированными процессами реверсивной логистики. Очень немногие организации успешно автоматизировали информационные системы в процессе возврата, и ресурсы, выделяемые этим системам, также ограничены и недоступны для приложений обратной логистики.

Неопределенности, связанные с возвратом продукции, возникают в разных местах и в разных условиях, с разными вариантами утилизации. Большая неопределенность связана с возвратом товара с точки зрения его вида, количества, когда произойдет возврат товара, где в цепочке поставок будет происходить возврат, а также каково будет состояние и качество возвращенных товаров. Большинство возвратов являются незапланированными и, следовательно, непредсказуемыми [3].

Таким образом, возврат товара может принимать самые разнообразные формы и может исходить от различных организаций в цепочке поставок. Обработка возврата является очень динамичной и непоследовательной, сложной, поскольку она связана с нерегулярными материальными потоками.

Возврат товаров в организацию автоматически несет в себе негативную коннотацию в сознании клиента. Воспринимаемые ожидания клиентов являются важным аспектом для любой организации, особенно когда клиенты получают продукты, которые не соответствуют их ожиданиям. Это может оказать негативное влияние на отношения организации со своими клиентами в будущем.

Обратные потоки могут также включать совершенно другой «канал», требующий новых подходов, поэтому сопротивление изменениям в организации может быть проблемой, поскольку обратная логистика требует радикальных изменений как в мышлении, так и в практике [4].

Для успешного внедрения процесса реверсивной логистики требуются колоссальные изменения в организации, а политика и структура многих организаций препятствуют изменениям, необходимым для успешного внедрения данного вида логистики [3].

Заключение.

Обобщая сказанное, несмотря на наличие нескольких проблем, есть основание считать, что реверсивная логистика будет развиваться. Для успешного устранения вопросов в данной сфере организации должны выделять достаточные ресурсы для реализации программ обратной логистики, а также анализировать причины возврата клиентов [5].

Реверсивная логистика больше не является просто подпроцессом, а скорее основным фактором обеспечения конкурентного преимущества в эпоху требовательных клиентов, поэтому организациям необходимо научиться управлять своими обратными логистическими процессами, ведь только фокусируясь на преимуществах, которые могут быть достигнуты с помощью обратной логистики, компании смогут выжить в условиях острой конкуренции, кризиса перепроизводства и затоваривания рынков сбыта, растущих запросах потребителей к качеству товаров и уровню сервиса.

Литература

1. Букринская, Э.М. Реверсивная логистика / Э.М. Букринская. – Санкт-Петербург: СПбГУЭФ, 2010. – 79 с.

2. Emerald insight [Электронный ресурс]. Retail reverse logistics: a call and grounding framework for research. Режим доступа: www.emeraldinsight.com/0960-0035.htm. Дата обращения: 12.11.2021.

3. Зуева, О.Н. Реверсивная логистика в управлении запасами / О.Н. Зуева // Известия ИГЭА. – 2009. – № 1. – С. 107 – 111.

4. Савчук, О.А. Управление возвратными потоками оптовых организаций и их классификация / О.А. Савчук // Экономика и управление. – 2014. – № 1. – С. 69 – 72.

5. High beam [Электронный ресурс]. Backward progress: turning the negative perception of reverse logistics into happy returns. Режим доступа: <http://www.highbeam.com/doc/1G1-90464873.html>. Дата обращения: 11.11.2021.

Представлено 13.11.2021