

УДК 656.073

ОПТИМИЗАЦИЯ ЗАТРАТ ОНЛАЙН-ТОРГОВЛИ ЧЕРЕЗ  
УПРАВЛЕНИЕ ВОЗВРАТНОЙ ЛОГИСТИКОЙ  
OPTIMIZING ONLINE TRADING COSTS THROUGH RETURN  
LOGISTICS MANAGEMENT

Горох А.С., Войтик П.И.

Научный руководитель – Дирко С.В., канд.экон.наук., доцент  
УО «Белорусский государственный экономический

университет»,

г. Минск, Беларусь

polinavoitsiik@gmail.com

Goroh A.S., Voitsik P.I.

Supervisor - Dirko S.V., PhD, Associate Professor  
Belarusian State University of Economics, Minsk, Belarus

*Аннотация. В статье рассмотрены практические аспекты управления затратами онлайн-торговли в контексте ее значимой составляющей — возвратной логистики. Изучен опыт компаний на рынке онлайн торговли в сегменте Fashion продаж по минимизации возвратов и снижению затрат на их обработку. Обоснованы выгоды от эффективного управления возвратной логистикой.*

*Abstract. The article examines practical aspects of online trade cost management in the context of its significant component — return logistics. The experience of companies in the online trade market in the Fashion sales segment in minimizing returns and reducing the costs of their processing is studied. The benefits of effective return logistics management are presented.*

*Ключевые слова: онлайн-торговля, возвраты, возвратная логистика, затраты, оптимизация затрат.*

*Key words: online commerce, returns, return logistics, costs, cost optimization.*

**Введение.** С развитием онлайн-торговли и изменением потребительских предпочтений вопрос возвратной логистики

становится все более актуальным для компаний. Возвратная логистика охватывает процесс возврата товаров от потребителя обратно к производителю или продавцу для повторного использования, утилизации или переработки. Возврат товара, купленного в интернет-магазине, по данным SaleCycle, осуществляется в 25% случаев [1]. По данным Invesp, возвращают 30% заказанных товаров, т.е. за каждый третий-четвертый товар приходится возвращать деньги или упускать выгоду, нести издержки на упаковку и доставку [2].

**Основная часть.** Следует отметить, что заказы могут не выкупаться по разным причинам. По оценкам экспертов, наиболее частыми причинами возвратов являются:

- товар с производственным браком/дефектами либо поврежден в процессе транспортировки (20% от общего количества возвратов);
- товар не соответствует описанию (22% от общего количества возвратов);
- неверное товарное вложение (23% от общего количества возвратов);
- иные причины (35% от общего количества возвратов) [3].

При этом статистика возвратов онлайн-заказов по разным товарным группам очень сильно различается: по продуктам питания она может быть около 5%, в то время как в сегменте Fashion (одежда, обувь) может достигать до 70%. Это связано с субъективностью выбора и невозможностью до примерки определить, подойдет ли товар покупателю по всем параметрам.

Учитывая, что возвраты товаров и их дальнейшая обработка связаны с дополнительными затратами компании, управление этим процессом имеет огромный потенциал для оптимизации затрат и повышения экономической эффективности логистической деятельности.

Возвратная логистика включает несколько этапов:

1. **Инициирование возврата** – потребитель отправляет запрос на возврат товара, который может быть принят или отклонен продавцом.
2. **Транспортировка** – процесс перемещения товаров

обратно на склад, что требует эффективной транспортной инфраструктуры.

**3. Обработка и сортировка** – проверка состояния возвращенного товара, что позволяет разделить возвратный поток на разные категории в зависимости от состояния товаров.

**4. Решение о способе дальнейшего распоряжения товаром** – после сортировки принимается решение о том, что делать далее с возвратом: повторно продать, переработать или утилизировать [3].

Для успешного управления операциями возвратной логистики важно применять эффективные стратегии, способные минимизировать затраты на каждом из перечисленных этапов:

**1. Автоматизация процессов обработки возвратов.** Внедрение подобных автоматизированных систем позволяет сократить трудозатраты, снизить риски ошибок и ускорить процесс обработки возвращенных товаров. Например, компания Zara (часть Inditex) использует автоматические линии сортировки на складах для возвратов, что сократило их затраты на 15% в год.

**2. Централизованная система управления возвратной логистикой.** Один из ключевых способов оптимизации — создание централизованных возвратных складов. Это помогает избежать дублирования расходов и более эффективно управлять запасами. Компания Amazon использует централизованные центры для обработки возвратов, что позволило снизить транспортные расходы до 20% на единицу товара за счет экономии на масштабах.

**3. Вторичная продажа и переработка** Перепродажа возвратных товаров на вторичном рынке или их переработка — это важные направления, которые позволяют снизить потери от возвратов. Например, Best Buy перепродает возвращенные устройства с уценкой или ремонтирует и продает как восстановленные. Это позволяет компании возвращать до 60% стоимости от каждого возвращенного товара, снижая общий уровень потерь.

Показательным с точки зрения эффективного управления

возвратной логистикой в является пример компании «FashionHub», которая занимается онлайн-продажами одежды и сталкивается с высоким уровнем возвратов — около 30% от общего объема продаж. Компания провела опрос своих клиентов и анализ полученных данных для выявления основных причин возвратов. Было выяснено, что основные причины возвратов — неправильный размер и несоответствие ожиданиям по качеству. По результатам проведенной работы компания обновила карточки товаров с более точными размерами, фотографиями и описаниями, а также добавила видеобзоры и отзывы клиентов, чтобы помочь покупателям лучше оценить товар перед покупкой. Кроме того, компания занялась разработкой функции на сайте, позволяющей клиентам «примерять» одежду виртуально, с целью снизить количество возвратов из-за неправильного размера.

По итогам реализованных мер компании удалось снизить уровень возвратов с 30% до 15%, а затраты на обработку - в 2 раза. Снижение возвратов привело к увеличению объема продаж на 10% [4]. Таким образом, в результате оптимизации возвратной логистики компания «FashionHub» не только сократила затраты на обработку возвратов, но и увеличила доходы за счет повышения удовлетворенности клиентов и снижения уровня возвратов. Такой подход может служить примером того, как эффективное управление возвратами может позитивно сказаться на бизнесе в целом.

Эффективное управление возвратной логистикой приносит компании ряд неоспоримых выгод:

1. **Снижение затрат** – уменьшение транспортных, складских и утилизационных расходов;
2. **Улучшение удовлетворенности клиентов** – упрощение процесса возврата повышает лояльность и доверие потребителей;
3. **Повышение экологической устойчивости** – переработка и повторное использование товаров помогает компании внести вклад в экологию и снизить свой углеродный след;
4. **Конкурентное преимущество** – компании с

продуманной возвратной логистикой могут использовать эту стратегию как маркетинговый инструмент, привлекая потребителей, заботящихся об экологии

Для того чтобы снизить вероятность возврата в электронной торговле, были разработаны следующие рекомендации на основе опыта зарубежных площадок:

1. **Предоставление четкой информации о продукции** - полное описание характеристик товара и правильное позиционирование позволяют снизить вероятность возвратов.

2. **Оптимизация политики возвратов** - программы, стимулирующие обмен вместо возврата, помогают сократить издержки на транспортировку. Например, Walmart предлагает клиентам обмен товаров в ближайшем магазине, что снижает нагрузку на систему обратной логистики и сокращает расходы на пересылку [5].

**Заключение.** Управление возвратной логистикой становится необходимым инструментом для современных компаний в условиях увеличивающихся объемов возвратов, связанных с ростом онлайн-торговли. Оптимизация затрат за счет улучшения транспортировки, автоматизации процессов, анализа данных и вторичного использования продукции позволяет бизнесу не только экономить средства, но и повышать свою конкурентоспособность. В условиях растущей значимости экологической ответственности и устойчивого развития возвратная логистика становится не только экономической необходимостью, но и важной частью корпоративной стратегии.

Литература:

1. Официальный сайт компании SaleCycle / [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.salecycle.com> – Дата доступа: 05.11.2024

2. Официальный сайт Invesp / [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.invespcro.com> – Дата доступа: 05.11.2024

3. Shankar, V., & Pettinico, G. Returns in the e-commerce age: How to reduce them and their impact. // J. of Retailing and Consumer Services. – 2021. – Vol. 8. – P. 59–77.

4. «How companies can make the returns process more efficient and customer-friendly». Отчет McKinsey & Company (2023) / [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.mckinsey.com/industries/retail/our-insights/the-winning-formula-what-it-takes-to-build-leading-omnichannel-operations> - Дата доступа: 07.11.2024

5. «How to Manage Omnichannel Returns from Multiple Sales Channels» / [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.returnlogic.com/blog/how-to-manage-omnichannel-returns-from-multiple-sales-channels/> - Дата доступа: 08.11.2024

Представлено: 14.11.2024