

Перевозка отдельных категорий товаров всё чаще превращается для российских ритейлеров в убыточное направление: логистические затраты, повреждения и потери «съедают» значительную часть маржи

По оценкам страховых компаний и логистических операторов, до 7% всех отправок на рынке в целом приходят с теми или иными дефектами упаковки, а в сегменте хрупких товаров — стекла, керамики, электроники — этот показатель достигает 15%. В электронной торговле доля заказов, по которым фиксируются проблемы с доставкой (включая повреждение и брак), может достигать до 30-45%, что напрямую отражается на возвратах и списаниях.

Аналитики Zupami Брокер провели исследование рынка грузоперевозок в ритейле. По результатам отмечено, что больше всего потерь при перевозках испытывают ритейлеры, работающие с хрупкими предметами и мелким недорогим товаром, требующим частых пополнений и сложной обработки. Наиболее убыточными для ритейла становятся грузы из сегмента товаров для дома: освещение, мебель и предметы декора. Эти товары зачастую крупногабаритны или хрупки, нуждаются в усиленной упаковке, аккуратной погрузке и разгрузке, а любое нарушение технологии приводит к повреждениям и частичной утрате. При этом значительная часть ассортимента — относительно недорогие позиции, из-за чего даже единичная логистическая ошибка делает поставку экономически бессмысленной.

В условиях, когда более 90% страховых случаев в логистике связано именно с утратой и повреждением отправок, а в отдельных обзорах до 95% страховых событий приходится на повреждения грузов, хрупкие категории и товары для дома оказываются в группе наибольшего риска. Эксперты подчёркивают, что в такой конфигурации именно работа с рисками (от пересмотра упаковки и маршрутов до использования финансовых инструментов защиты) отделяет прибыльный товаропоток от системно убыточного.

Википедия страхования, 21.07.2026 г.