**Informacja prasowa**

**Warszawa, 22.08.2024 r.**

**Trzy czwarte Polaków odbiera zakupy online za pośrednictwem automatów paczkowych**

**Badanie „Postawy Polaków wobec automatów paczkowych” – przygotowane przez Biostat na zlecenie agencji doradczej 2PR – wskazuje, że trzy czwarte ankietowanych (76,2%) odbiera produkty zakupione w Internecie za pośrednictwem automatów paczkowych. Z raportu wynika również, że zdecydowana większość respondentów (83,1%) postrzega automaty paczkowe jako najlepszą opcję dostawy.**

Ankietowani zostali zapytani, w jaki sposób najczęściej odbierają produkty zakupione przez Internet. Trzy czwarte z nich wykonuje to za pośrednictwem automatów paczkowych. Drugą najpopularniejszą opcją dostawy jest przesyłka kurierska pod drzwi, którą wybiera 18,3% respondentów. Zdecydowanie najmniejszy odsetek osób biorących udział w badaniu odbiera zakupy internetowe na stacjach benzynowych – jedynie 0,4%. Niezależnie od płci, respondenci najczęściej odbierają zakupy internetowe w automatach paczkowych. Nieco więcej kobiet wybiera tę formę – 77% w porównaniu do 75,4% mężczyzn. Drugą najczęściej wybieraną metodą odbioru zamówień, w obu wyróżnionych grupach, jest przesyłka kurierska pod drzwi.

Wśród wszystkich badanych, niezależnie od ich wykształcenia, automaty paczkowe są najczęstszą formą odbioru zakupów internetowych. Najchętniej korzystają z nich osoby z wykształceniem wyższym – 83,5%. Drugą najczęściej wybieraną metodą dostawy są przesyłki kurierskie pod drzwi, z których najchętniej korzystają respondenci z wykształceniem średnim. Rozpatrując wyniki ze względu na wiek respondentów, można zauważyć, że we wszystkich grupach wiekowych najczęściej wybieraną formą odbioru zakupów internetowych są automaty paczkowe. Jest to najbardziej widoczne wśród najmłodszych osób (od 18 do 29 lat), gdzie 86,6% z nich korzysta z tej metody. Warto ponadto zauważyć, że 25,7% osób w wieku 60 i więcej lat wybiera również dostawę kurierską pod drzwi.

W odpowiedzi na pytanie „Czy uważasz, że automaty paczkowe są najlepszą formą dostawy przesyłek?”, zdecydowana większość (83,1%) respondentów jest przekonana, że tak. Te przekonanie jest szczególnie silne wśród osób z wykształceniem wyższym (88,6%). *– Automaty paczkowe oferują wyjątkową wygodę, umożliwiając odbiór przesyłek o dowolnej porze, co jest szczególnie korzystne dla osób o nieregularnych godzinach pracy. Dzięki ich szerokiej dostępności w wielu lokalizacjach, klienci mogą łatwo znaleźć najbliższy punkt nadania lub odbioru, co oszczędza czas związany z oczekiwaniem na kuriera. Dodatkowo, automaty paczkowe umożliwiają szybki i bezkontaktowy odbiór przesyłek, co zwiększa bezpieczeństwo oraz komfort użytkowania –* mówi **Michał Czechowski, dyrektor zarządzający w SwipBox Polska, producencie i operatorze automatów do odbioru przesyłek**.

*Wizerunek automatów paczkowych w naszym kraju jest bardzo pozytywny. Są one powszechnie postrzegane jako wygodne, nowoczesne i elastyczne narzędzie do odbioru przesyłek, szczególnie dla osób prowadzących intensywny tryb życia. Polacy cenią sobie ich dostępność, możliwość odbioru paczek o dowolnej porze, a także prostotę i szybkość korzystania. Automaty paczkowe zyskały również reputację ekologicznego rozwiązania, które zmniejsza liczbę kursów kurierskich, co wpływa na redukcję emisji CO2, a także optymalizację ostatniej mili kurierskiej. W efekcie, stały się nieodłącznym elementem miejskiego krajobrazu, symbolizującym nowoczesne podejście do logistyki* – dodaje **Bartosz Sosnówka, partner zarządzający w agencji 2PR, która zleciła badanie**.

Najmłodsze osoby w wieku od 18 do 29 lat (90,6%) są najbardziej przekonane, że automaty paczkowe to najlepsza forma dostawy przesyłek. Natomiast osoby w wieku 60 lat i powyżej (74,3%) są najmniej pewne tego zdania i częściej niż pozostali ankietowani zaznaczały odpowiedź „nie wiem” (15,5%).

**O badaniu:**

*Badanie przeprowadzone w sierpniu 2024 roku na reprezentatywnej (1000 osób) grupie osób powyżej 18. roku życia, zamieszkujących teren Polski. Pomiar zrealizowany przy wykorzystaniu autorskiego panelu konsumenckiego „Badanie Opinii”. Badanie miało charakter ilościowy. Zrealizowane zostało na podstawie kwestionariusza ankiety.*

**\*\*\***

**Dwapiar** tworzy zespół specjalistów w dziedzinie public relations. Doświadczenie zawodowe zdobywaliśmy w renomowanych, sieciowych agencjach PR. Bazując na naszych kompetencjach i wypracowanych relacjach z kluczowymi interesariuszami, oferujemy usługi PR na najwyższym poziomie. Korzystamy z narzędzi komunikacji zintegrowanej, aby skutecznie realizować proponowane strategie i osiągać satysfakcjonujące efekty. Specjalizujemy się w realizacji projektów z obszarów takich, jak: PR w sporcie, corporate PR, e-PR i hype, expert positioning, personal PR, B2B, dla marek z sektorów: FMCG, motoryzacyjnego, finansowego, branży budowlanej i deweloperskiej. Funkcjonujemy na rynku nieprzerwanie od 2013 roku.

Dlaczego dwapiar [2PR]? Bo koło ma ogromny potencjał integracji.

I nie ma kantów.

**Więcej informacji:**

[**www.dwapiar.pl**](http://www.dwapiar.pl)

**Kontakt dla mediów:**

Bartosz Sosnówka

E: [Bartosz.sosnowka@dwapiar.pl](mailto:Bartosz.sosnowka@dwapiar.pl)

M: 517 476 361