**Rozwój i przyszłość automatów paczkowych**

***45 tysięcy maszyn do końca 2024 roku?***

Automaty paczkowe są konceptem, który w Polsce cieszy się wyjątkowo dużą popularnością – korzysta z nich aż 99% uczestników ankiety przeprowadzonej przez Colliers pod koniec 2023 roku. W ciągu ostatnich dwóch lat nastąpiło kilka istotnych zmian na tym rynku – jego zasoby wzrosły ponad dwukrotnie pod względem liczby maszyn i jednocześnie uległ on znacznej segmentacji. Według prognoz sektor nadal będzie się dynamicznie rozwijać, osiągając na koniec 2024 roku zasoby liczące 45 tys. maszyn.

Raport opracowany przez Colliers – „Automaty paczkowe 2.0: Rozwój, innowacje, przyszłość” – to analiza stanu rynku automatów paczkowych w Polsce, przygotowana na bazie ankiety przeprowadzonej pod koniec ubiegłego roku. Raport przybliża dynamikę i charakter zmian, jakie zaszły na tym rynku w ciągu ostatnich dwóch lat.

**Segmentacja i rozwój rynku**

W ostatnich latach rynek automatów paczkowych uległ znacznej segmentacji. Jeszcze w grudniu 2021 roku dominującym graczem były paczkomaty InPost, które stanowiły 92% wszystkich maszyn. Jednak do końca 2023 roku ich udział spadł do 57%, ponieważ na rynku pojawili się nowi konkurenci, jak DPD, Allegro, tandem DHL i AliExpress, Orlen czy Poczta Polska.

Klienci coraz częściej zwracają uwagę na formę dostawy, szczególnie wtedy, gdy mieszkają w małych miejscowościach lub ich styl życia uniemożliwia im oczekiwanie na kuriera. Konsumenci korzystają z automatów paczkowych, ponieważ mogą odebrać paczkę o dowolnej porze. Jednocześnie oczekują, że kurierzy będą dostarczać paczki od godz. 8 do godz. 20, najpóźniej 22. Oprócz tego zwracają uwagę, czy istnieje możliwość darmowego zwrotu przez automat, kurierem lub w sklepie stacjonarnym.

Z raportu Colliers wynika, że niemal wszyscy badani (99%) deklarują korzystanie z maszyn paczkowych, co stanowi nieznaczny wzrost w porównaniu do 2021 roku (97%). Respondenci w 2023 roku wskazali, że wśród produktów zamawianych przez nich do automatów wciąż dominują odzież i obuwie (kategorię tę wskazało 87% ankietowanych) oraz książki (80%). Pomimo pojawienia się nowych graczy na rynku, paczkomaty InPost nadal cieszą się wśród klientów największą rozpoznawalnością (99,8%). Jednak na popularności zyskują także inne firmy, jak Allegro (83%), Orlen (75%) oraz DPD (68%) – większość nowych podmiotów na rynku odnotowała wzrost rozpoznawalności w porównaniu do 2021 roku.

**Komfortowa alternatywa**

Raport „E-commerce w Polsce” pokazuje, że zakupy online cieszą się największą popularnością wśród respondentów z dużych miast (powyżej 200 tys. mieszkańców) – 34%. Z kolei w średnich i małych miastach z takiego rozwiązania korzysta odpowiednio 22% i 23% badanych. Najmniej liczna grupa ankietowanych to mieszkańcy wsi – 21%. Badania wskazują, że kobiety częściej robią zakupy online niż mężczyźni, ale jest to niewielka różnica – 52% w stosunku do 48%. Cena nie jest natomiast najbardziej istotnym czynnikiem, wpływającym na decyzje zakupowe. Zakupy w Internecie to domena e-konsumentów z wyższym wykształceniem (40%), co może mieć związek z ich sytuacją materialną. Kupujący online zazwyczaj mają 35-49 lat (33%), ale zaraz za nimi znajdują się respondenci 50+ (30). To osoby, które cenią wygodę i dysponują odpowiednimi zasobami finansowymi.

Jeszcze kilka lat temu to usługi kurierskie napędzały rynek dostaw. Automaty zrewolucjonizowały jednak operacje logistyczne, stwarzając przed konsumentami zupełnie nowe możliwości. Komfortowa i wygodna alternatywa dla tradycyjnego modelu dostarczania paczek szybko podbiła rynek, jednak sam sektor wciąż ma potencjał rozwojowy. W wielu miejscach nadal brakuje urządzeń w bezpośredniej okolicy. Może to stanowić szansę zarówno dla detalistów, franczyzobiorców, jak i największych branżowych podmiotów kurierskich lub sklepów e-commerce. Beneficjentów stopniowej ewolucji na całym rynku jest bardzo wielu.

***Łukasz Łukasiewicz***

***Operations Manager***

***SwipBox Polska***