**W erze AI** **rośnie popularność tradycyjnych zawodów**

**Rozwój sztucznej inteligencji (AI) i automatyzacji w ostatnich latach odmienia rynek pracy, eliminując lub przekształcając wiele stanowisk, zwłaszcza biurowych. Paradoksalnie jednak rośnie zapotrzebowanie na tradycyjne zawody wymagające fizycznej obecności człowieka – takie jak kierowca aplikacyjny czy kurier. Na przykład w USA usługi kurierskie stały się najszybciej rosnącym segmentem pracy niezależnej w latach 2018–2023, zrzeszając ponad 1,43 mln osób. Niewiele mniej, bo 1,35 mln, to taksówkarze[[1]](#footnote-1). Eksperci rynku pracy wskazują, że profesje oparte na realnej interakcji i pracy fizycznej należą do najmniej zagrożonych przez automatyzację AI.**

**Zmiany preferencji konsumenckich**

W dobie e-commerce oczekiwania konsumentów względem dostaw znacząco wzrosły. Liczy się szybkość i niezawodność. Niemal połowa kupujących oczekuje otrzymania zamówienia w ciągu 2–3 dni od zakupu. Jakość doświadczenia dostawy przekłada się bezpośrednio na lojalność klientów: w 2025 roku 76% badanych przyznało, że pozytywne doświadczenia z dostawą skłoniły ich do ponownych zakupów u danej marki[[2]](#footnote-2). To dostawa w dużej mierze buduje zaufanie do marki – stąd wyzwaniem dla całej branży jest sprostanie wyśrubowanym standardom obsługi ostatniej mili, czyli końcowego etapu procesu dostawy.

– Choć logistyka magazynowa coraz bardziej opiera się na AI, w finalnym etapie dostawy wciąż niezastąpiony jest człowiek. – podkreśla Wiktor Grejber, Co-founder Natviol, aplikacji rozliczeniowej dla kierowców i kurierów. – Współpracujący z nami kurierzy i kierowcy, korzystają z inteligentnych aplikacji planujących trasy, ale to od ich rzetelności i podejścia zależy, czy paczka dotrze zgodnie z obietnicą i w dobrym stanie. W 2026 roku rola kuriera będzie jeszcze bardziej wyspecjalizowana – wspierana technologią, ale skupiona na tym, co ludzkie: reagowaniu na zmienne warunki, dbałości o kontakt z odbiorcą i budowaniu pozytywnego doświadczenia. – prognozuje ekspert.

**Kurier – kluczowe ogniwo dostaw**

W erze zakupów online kurier stał się nieodzownym elementem łańcucha dostaw i bezpośrednią twarzą marki przy kontakcie z klientem. W strukturze pracy gig economy kurierzy wysunęli się na prowadzenie pod względem liczby zatrudnionych; zanotowali wręcz skokowy wzrost, stając się najliczniejszą grupą niezależnych pracowników w ostatnich latach. Tysiące nowych dostawców – od kierowców vanów po rowerzystów dowożących jedzenie – zapełniło ulice miast, zaspokajając potrzebę szybkiej dostawy ostatniej mili.

Mimo pojawiania się automatów paczkowych, dronów czy robotów dostawczych to kurierzy pozostają kluczowi w większości scenariuszy doręczeń. Człowiek potrafi dostarczyć paczkę pod drzwi mieszkania na czwarte piętro bez windy, zweryfikować tożsamość odbiorcy przy przesyłkach wymagających podpisu czy elastycznie ustalić alternatywny czas odbioru – rzeczy, które dla sztywnego algorytmu stanowią wyzwanie. Dodatkowo kurier uosabia odpowiedzialność firmy: umundurowany przedstawiciel znanej marki budzi większe zaufanie niż anonimowy automat. Satysfakcja z dostawy często zależy od takich czynników, jak uprzejmość i profesjonalizm dostawcy – stąd renomowane firmy inwestują w solidne szkolenia personelu terenowego.

**Zaufanie do bezpośredniej obsługi**

Mimo postępującej cyfryzacji konsumenci wykazują rosnące przywiązanie do obsługi przez żywego człowieka. Badania pokazują, że zdecydowana większość (93%) woli kontakt z człowiekiem niż z automatem AI, a 88% uważa, że firmy zawsze powinny oferować opcję porozmawiania z żywym pracownikiem. Ponad 60% ankietowanych nie wierzy, że AI kiedykolwiek w pełni zastąpi ludzi w usługach, co więcej 41% klientów deklaruje gotowość zapłacić więcej za obsługę prowadzoną przez człowieka[[3]](#footnote-3).

Tak silne preferencje wynikają z postrzegania ludzi jako bardziej empatycznych, elastycznych w rozwiązywaniu nietypowych problemów i budzących większe zaufanie. Zbyt daleko posunięta automatyzacja bywa odbierana negatywnie – poleganie wyłącznie na AI może wręcz podkopywać zaufanie i lojalność klientów. Podobny trend dotyczy usług transportowych. W efekcie renomowane firmy akcentują czynnik ludzki jako przewagę konkurencyjną – certyfikowani kierowcy i kurierzy stają się wizytówką marki, gwarantującą jakość i bezpieczeństwo.

**Profesja taksówkarza w 2026**

Zawód taksówkarza w ciągu ostatnich lat uległ profesjonalizacji i dostosowaniu do realiów ery platformowej. Nowe regulacje – jak tzw. „lex Uber” wprowadzone w Polsce – wymogły, by kierowcy świadczący usługi przewozu posiadali licencje taxi oraz działali poprzez licencjonowane firmy pośredniczące. Oznacza to, że obecnie kierowcy aplikacji typu Uber czy Bolt muszą spełniać określone kryteria, przejść odpowiednie szkolenia i uzyskać certyfikaty, podobnie jak tradycyjni taksówkarze. Podniosło to standard usług i zaufanie pasażerów, wyrównując zasady gry pomiędzy platformami a korporacjami taxi.

Równocześnie popyt na usługi przewozu osób stale rośnie. Globalny trend urbanizacji i wygody sprawia, że konsumenci chętnie korzystają z przejazdów na żądanie zamiast posiadania własnego auta. W efekcie segment przewozów na aplikację dynamicznie się rozwija. Kierowcy często posługują się kilkoma aplikacjami jednocześnie, korzystając z algorytmów AI do nawigacji i optymalizacji tras, ale to od jego kompetencji miękkich – kultury osobistej, znajomości topografii czy umiejętności reagowania na nieprzewidziane sytuacje – zależy ocena pasażera i sukces w zawodzie.

– Profesjonalizacja zawodu taksówkarza zdecydowanie podniosła jego prestiż. Obserwujemy, że kierowcy z licencjami chętniej dołączają do współpracy z platformami – w ostatnim roku liczba nowych kierowców spełniających wymagania wzrosła o kilkanaście procent. To pokazuje, że w dobie AI i automatyzacji wykwalifikowany kierowca, działający w ramach certyfikowanej firmy, jest nie tylko potrzebny, ale wręcz coraz bardziej poszukiwany na rynku. *–* zauważa Wiktor Grejber z Natviol.

**Perspektywy na 2026 rok**

Prognozy na najbliższy rok wskazują, że kurierzy i kierowcy pozostaną kręgosłupem sektora dostaw. Firmy z branży delivery planują dalsze usprawnienia technologiczne – od algorytmów przydziału zleceń po elektryfikację flot – ale równocześnie podkreślają rolę wykwalifikowanego personelu.

W wyścigu z w pełni zautomatyzowanymi rozwiązaniami przewagę zyskają prawdopodobnie ci gracze, którzy umiejętnie połączą możliwości AI z zaufaniem oraz doświadczeniem, jakie zapewnia klientom reprezentujący ich markę pracownik.

--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

**Natviol** – polska aplikacja rozliczeniowa dla kierowców i kurierów pracujących z największymi aplikacjami na rynku jak Uber, Bolt czy Glovo. Partnerzy podejmujący współpracę z Natviol mają zagwarantowane rozliczenie swoich przychodów bez konieczności zakładania działalności gospodarczej. Dodatkowo, firma jest odpowiedzialna za zatrudnienie, rozliczenie należnych podatków, wypłacenie środków czy współpracę z urzędami.

--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

**Kontakt dla mediów**

Patrycja Ogrodnik

PR Manager

[p.ogrodnik@commplace.com.pl](http://p.ogrodnik@commplace.com.pl)

tel. 692 333 175

1. https://thetexasinsider.com/gig-economy-surges-as-couriers-top-growth-chart-new-census-data-shows/ [↑](#footnote-ref-1)
2. https://sifted.com/resources/2025-consumer-survey-the-importance-of-a-positive-delivery-experience-for-customer-loyalty/ [↑](#footnote-ref-2)
3. https://kinsta.com/blog/ai-vs-human-customer-service/ [↑](#footnote-ref-3)