



RAPORT K+ RESEARCH NA ZLECENIE ID LOGISTICS POLSKA

# CZY AI WSPIERA LOGISTYKĘ KONTRAKTOWĄ W POLSCE?

2024





# SPIS TREŚCI

---

<b>Słowo wstępne</b> .....	<b>s. 3</b>
Yann Belgy, dyrektor zarządzający ID Logistics Polska	
<b>Kluczowe wnioski z raportu</b> .....	<b>s. 4</b>
<b>Rozdział I</b> .....	<b>s. 6</b>
Postrzeganie innowacyjności w firmach – Czy polskie firmy uznają się za innowacyjne?	
<b>Rozdział II</b> .....	<b>s. 11</b>
Rozwój i typy innowacji w polskim biznesie	
<b>Rozdział III</b> .....	<b>s. 17</b>
Jak sztuczna inteligencja wpływa na rozwój przedsiębiorstw w Polsce?	
<b>Rozdział IV</b> .....	<b>s. 21</b>
Główne korzyści i bariery związane z wdrażaniem innowacji i AI w firmach działających w Polsce	
<b>Metodologia badania</b> .....	<b>s. 30</b>



## BLISKA WSPÓŁPRACA FIRM BĘDZIE NAPĘDZAĆ WZROST ICH INNOWACYJNOŚCI

Każde dzisiejsze standardowe rozwiązanie było kiedyś innowacją. I choć czasami możemy mieć wrażenie, że wynaleziono już niemal wszystko, tempo wdrażania nowoczesnych rozwiązań... stale rośnie. Co jednak za tym stoi? Co motywuje nas do stałego doskonalenia? Czy biznes sam chce tworzyć innowacje czy koncentruje się głównie na tym by z nich korzystać? Oraz gdzie w tym wszystkim znajduje się przestrzeń dla tak mocno stygmatyzowanej sztucznej inteligencji? Pozyskanie odpowiedzi na te pytania, w dużym skrócie, było główną inspiracją do stworzenia raportu, który niniejszym mam przyjemność otworzyć.

Jako partner logistyczny wiodących firm z różnych sektorów i krajów, mamy preferowaną pozycję do identyfikowania i wdrażania innowacji. W ten sposób ID Logistics wdraża średnio 2,6 innowacji na lokalizację rocznie. Czy to dużo czy mało?" Użyję tu klasycznego sformułowania „to zależy”. Wychodzę bowiem z założenia, że innowacje nie mogą być sztuką dla sztuki i projektem wdrażanym bez konkretnego celu, weryfikacji i długofalowego planu. Za każdą z nich powinien stać nie tylko pomysł, ale także szerszy plan, który obejmuje zarówno zwrot z inwestycji (ten jest ważny, ale nie zawsze najważniejszy), jak i liczne wartości dodane, takie jak np. korzystny wpływ na redukcję emisji, pozytywne oddziaływanie na lokalne społeczności czy stworzenie pomostu do rozwoju bardziej zaawansowanych rozwiązań, które nie mogłyby powstać bez etapów pośrednich. Innymi słowy – innowacja innowacji nierówna, zaś opieranie badania wyłącznie na liczbach pokazuje jedynie część widocznego obrazu. Między innymi ze względu na różną definicję innowacji, w wynikach naszego raportu pojawiło się tak znaczące rozwarstwienie pomiędzy oczekiwaniami firm w zakresie potrzeby bycia innowacyjnym, a postrzeganiem swojego środowiska jako tego, które realnie napędza rozwój technologii. Biznes ma świadomość, że to kluczowy czynnik, że nie może odpaść w tym wyścigu. Wie również, że to strategiczny element budowy przewag konkurencyjnych. To budujące wnioski, z których bije ambicja i potrzeba dalszego parcia naprzód.

Zanim przeniesiecie się Państwo do właściwej części raportu chciałbym wspomnieć o ostatnim elemencie, bez którego cała idea innowacyjności nie ma racji bytu. Mowa o współpracy, bliskim i dobrym partnerstwie, które pozwala nam precyzyjnie określać cele, dzielić się wiedzą i doświadczeniem oraz uczyć się wzajemnie. Takie podejście wiele lat temu stało się fundamentem działalności ID Logistics. Bez klientów znaczymy niewiele. Z nimi możemy wszystko. I takiej owocnej, dobrej współpracy – nie tylko w biznesie – wszystkim czytelnikom z całego serca życzę.



**Yann Belgy**

DYREKTOR ZARZĄDZAJĄCY ID LOGISTICS  
POLSKA

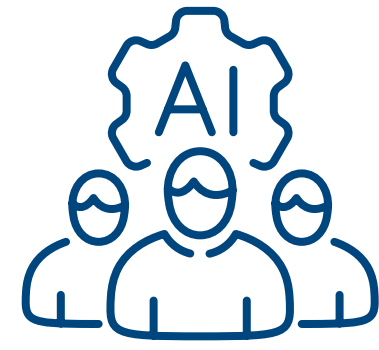


# KLUCZOWE WNIOSKI



## NIEWIELKI ODSETEK FIRM KORZYSTA Z ROZWIĄZAŃ OPARTYCH O SZTUCZNĄ INTELIGENCJĘ

Przyznaje się do tego jedynie **21%** badanych firm i potwierdzają to indywidualne rozmowy. Częściej z takich procesów korzystają firmy z branży e-commerce oraz przedsiębiorstwa, które osiągnęły w 2023 roku wysokie przychody (powyżej 20 mln złotych), działające także poza polskim rynkiem. Część obaw związanych w wdrożeniem AI dotyczy także kwestii bezpieczeństwa danych.



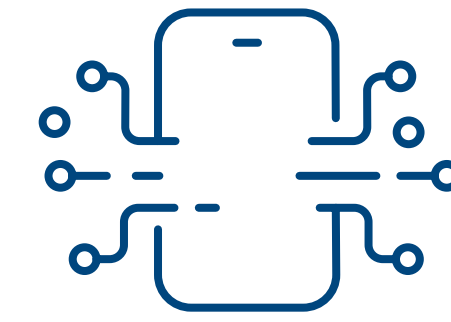
## ROZWIĄZANIA AI W FIRMACH NIE SĄ KLUCZOWE DLA WYNIKÓW

Blisko **50%** uczestników badania nie uważa, że to właśnie rozwiązania oparte o sztuczną inteligencję w odczuwalny sposób wpływają na wyniki firmy. Nie od nich jest również uzależniony przyszły rozwój przedsiębiorstw, choć istnieje zainteresowanie wykorzystaniem AI logistyce. AI nie jest również postrzegany przez firmy uczestniczące w badaniu jako warunek ich przetrwania w branży. Uważa tak jedynie **19%** respondentów.



## FIRMY UZNAJĄ SIĘ ZA PODMIOTY INNOWACYJNE

Twierdzi tak blisko połowa wszystkich badanych przedsiębiorstw. Jako innowacyjne częściej oceniają się firmy większe i działające również poza granicami Polski. W niektórych przedsiębiorstwach istotną rolę odgrywa współpraca z operatorami logistycznymi, których innowacje są pośrednio wprowadzane do działalności firmy.

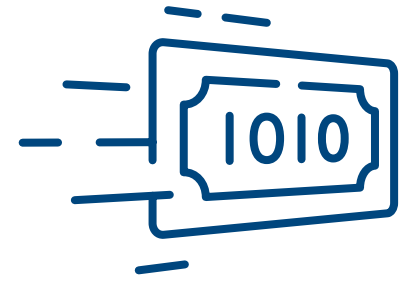


## PODMIOTY DZIAŁAJĄCE W POLSCE WPROWADZAJĄ INNOWACYJNE ROZWIĄZANIA

Na ten fakt zwraca uwagę prawie połowa uczestników badania. Pojmowanie innowacji jest bardzo zróżnicowane, od stosowania rozwiązań opartych o AI, po lepszą analizę pozyskiwanych danych i działania związane ze zrównoważonym rozwojem. Przedstawiciele firm w rozmowach najczęściej przywołują przykłady bazujące na nowych technologiach. Warto zaznaczyć, że co trzecia firma funkcjonująca w Polsce nie uważa, że jest bardziej innowacyjna niż konkurenci.



# KLUCZOWE WNIOSKI



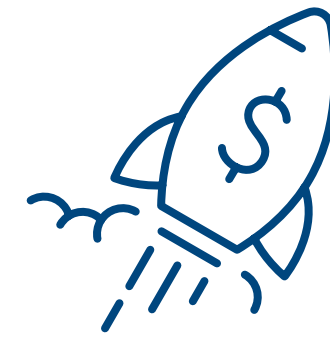
## DLA POŁOWY BADANYCH ZWROT Z INWESTYCJI W INNOWACJE JEST KLUCZOWY

Innowacje są postrzegane jako istotna cecha partnerów biznesowych. Blisko połowa firm jest także zdania, że warto wprowadzać innowacyjne projekty tylko wtedy, kiedy gwarantują one wysoki ROI. Rzadziej, bo w **37%** są tego zdania firmy, które w 2023 roku osiągnęły wysoki przychód (powyżej 20 mln złotych). Badani podkreślają w rozmowach potrzebę ograniczania ryzyka poprzez wybór bezpiecznych i kosztowo efektywnych rozwiązań, które są dostosowane do potrzeb firmy.



## ZNACZENIE INNOWACYJNOŚCI PRZEDSIĘBIORSTW ROŚNIE

Zgadza się z tym ponad połowa firm uczestniczących w badaniu. W największym stopniu zauważają to podmioty z branży e-commerce jak również przedsiębiorstwa sprzedające swoje produkty nie tylko w Polsce, ale w UE oraz poza Wspólnotą. Dodatkowo, przedstawiciele firm podkreślają w rozmowach, że presja na wdrażanie innowacji również rośnie.



## FIRMY POWINNY INWESTOWAĆ W AUTOMATYZACJĘ SWOICH PROCESÓW

Zwraca na to uwagę **52%** firm biorących udział w badaniu i potwierdzają indywidualne rozmowy. Respondenci często wskazują również na rozwiązania związane ze sztuczną inteligencją. Korzyści wynikające z wdrożenia innowacji w firmie, to według uczestników badania przede wszystkim przyspieszenie procesów (**53%**). Duży odsetek respondentów wskazuje także, że innowacje pozwalają na oszczędzanie energii i zużycia zasobów, jak również wzmacniają ofertę firmy.



## GŁÓWNA BARIERA DLA WPROWADZANIA INNOWACJI TO WYSOKIE KOSZTY WDROŻEŃ

Wskazuje na nie **58%** firm biorących udział w badaniu. Potwierdzają to rozmowy z respondentami. Co trzeci uczestnik badania zwraca uwagę na trudności implementacyjne innowacyjnych rozwiązań. Co czwarta badana firma uważa, że barierą może być niechęć do innowacyjnych rozwiązań lub niezrozumienie/brak efektów takich wdrożeń.



ROZDZIAŁ

# 01

---

**CZY POLSKIE  
FIRMY UZNAJĄ  
SIĘ ZA  
INNOWACYJNE?**







Polski rynek często oceniany jest pod kątem innowacyjności jako ten, który ma spory, ale wciąż zablokowany potencjał poprzez otoczenie regulacyjne lub niedostateczne inwestycje w kapitał społeczny czy infrastrukturę.

W tym kontekście eksperci często powołują się na zestaw wskaźników opracowanych przez Unię Europejską, tzw. DESI (The Digital Economy and Society Index). Polska od lat w większości tych wskaźników plasuje się poniżej średniej unijnej. To szeroka perspektywa obejmująca spojrzenie na gospodarkę jako całość.

Jeśli natomiast o ocenę innowacyjności spytamy samych przedsiębiorców i pracowników działających w branży TLS (Transport, Logistyka, Spedycja), okazuje się, że nie jest tak źle, a wzrost znaczenia innowacyjności firm wymieniany jest jako jeden z najbardziej istotnych trendów.



# 47% pracowników branży TLS postrzega firmę, w której pracuje, jako innowacyjną

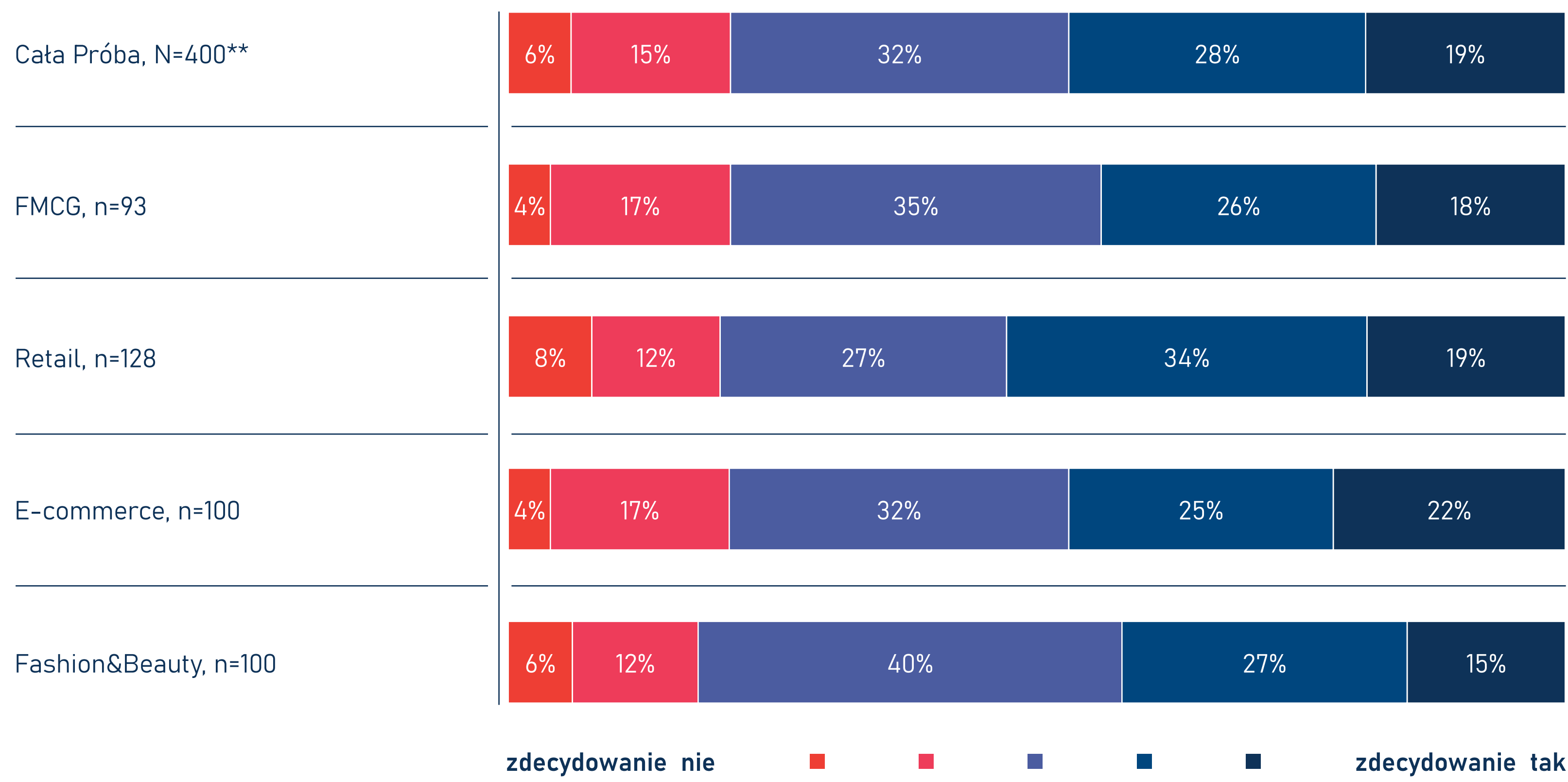
Blisko połowa (47%) przedstawicieli firm biorących udział w badaniu powiedziała o przedsiębiorstwie, w którym pracuje, że jest ono innowacyjne. Ocena innowacyjności dokonana przez pracowników różni się w zależności od skali działania firmy. Im firma większa, tj. zatrudniająca więcej osób, tym częściej jej pracownicy uznają ją za innowacyjną.

Organizacje zatrudniające do 9 pracowników postrzegane są jako innowacyjne przez zaledwie co trzeciego respondenta (35%), a te z ponad 250 pracownikami taką diagnozę otrzymują w zdecydowanej większości przypadków (66%).

Wpływ na postrzeganie firmy jako innowacyjnej ma też aktywność zagraniczna. Firmy działające jednocześnie w Polsce i w krajach UE są uznawane za innowacyjne przez ponad połowę swoich przedstawicieli (61%).

## INNOWACJE W FIRMIE. Percepcja

**Czy firmę w której pracujesz postrzegasz jako innowacyjną?\* (Wprowadzającą nowe lub ulepszone produkty (wyroby lub usługi) bądź procesy biznesowe (lub ich kombinacje), znacznie różniące się od produktów poprzednio wprowadzonych na rynek lub procesów wykorzystywanych w przedsiębiorstwie).**



\*Swoją odpowiedź proszę zaznaczyć używając skali od 1 do 5, gdzie 1 oznacza „zdecydowanie nie”, a 5 oznacza „zdecydowanie tak”.

\*\* Firmy biorące udział w badaniu mogły wskazać swój przydział do więcej niż jednego sektora. Tym samym suma n=400 nie pokrywa się w 100% z liczbą odpowiedzi.



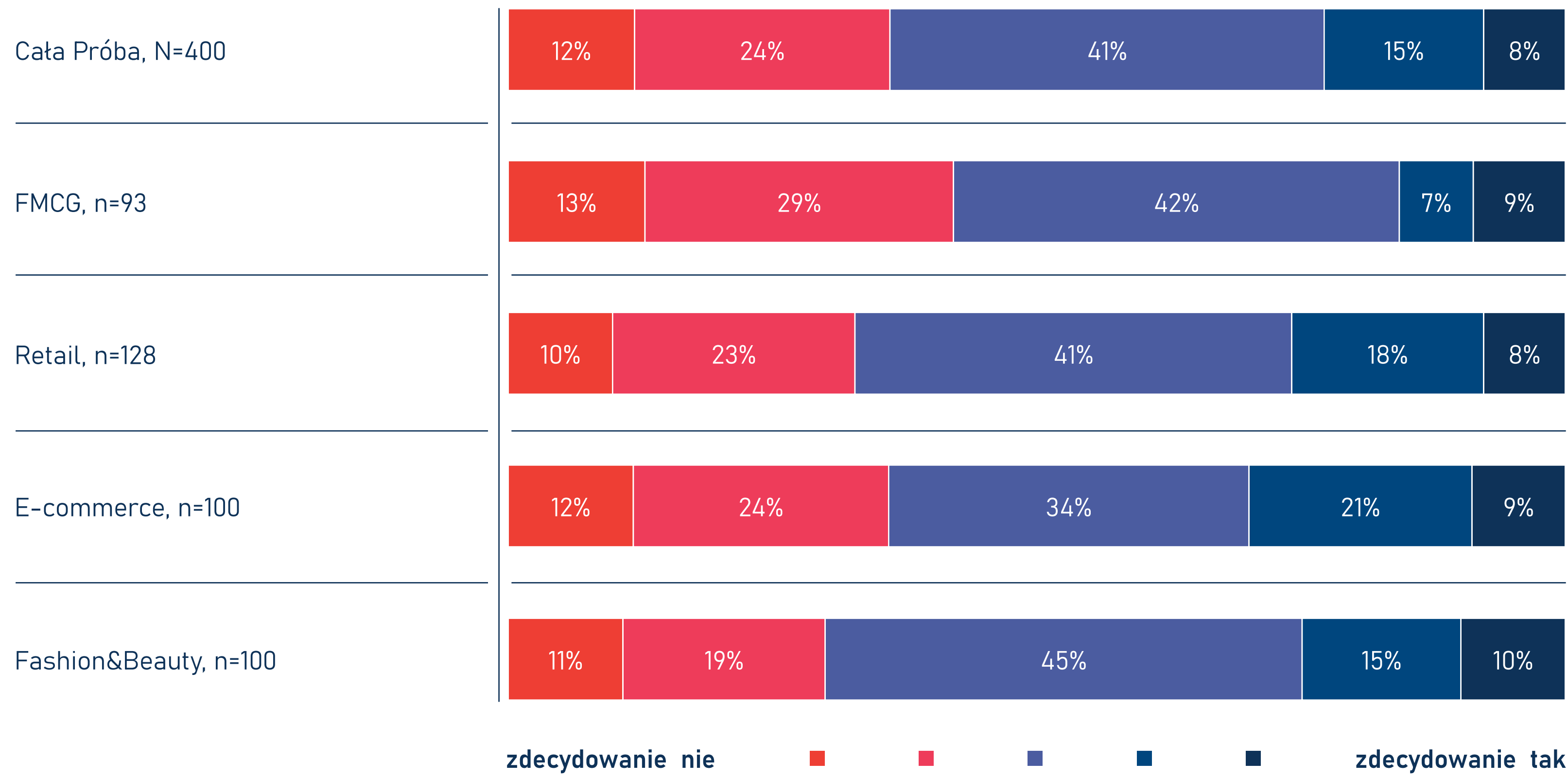
# 23% badanych potwierdza, że firma, w której pracują, rozwija własne innowacje

Postrzeganie firmy jako „innowacyjnej” to subiektywna ocena pracowników. Ciekawe różnice pojawiają się, gdy od sfery odczuć przejdziemy do praktyki. Na pytanie o to, czy firmy, w których pracują respondenci rzeczywiście rozwijają innowacje, twierdząco odpowiedział co czwarty ankietowany (23%). To istotna różnica wobec aż 47% respondentów, którzy oceniają swoje firmy jako innowacyjne.

Można zatem przyjąć, że ocena czy firma na pierwszy rzut oka jest innowacyjna, stanowi element jej wizerunku w oczach pracowników, a niekoniecznie związana jest z realnie wdrażanymi innowacyjnymi rozwiązaniami.

Jeśli chodzi o te firmy z branży, które – według pracowników – rzeczywiście wdrażają innowacyjne rozwiązania (23%), z danych wyłania się charakterystyczny profil takiej organizacji. To firma zatrudniająca powyżej 250 osób (55%), działająca w branży e-commerce (30%), posiadająca kapitał wyłącznie zagraniczny (38%) i działająca nie tylko w Polsce, ale także w krajach UE i poza nią (39%).

## INNOWACJE W FIRMIE. Innowacyjne rozwiązania Czy firma w której pracujesz rozwija własne innowacje/innovacyjne rozwiązania?\*



\*Swoją odpowiedź proszę zaznaczyć używając skali od 1 do 5, gdzie 1 oznacza „zdecydowanie nie”, a 5 oznacza „zdecydowanie tak”.





## Marcin Chmielewski

LOGISTICS MANAGER W PEPSICO,  
ODPOWIEDZIALNYM ZA LOGISTYKĘ  
MAGAZYNÓW PRZYFABRYCZNYCH, LOGISTYKĘ  
KONTRAKTOWĄ I LOKALIZACJE CROSS-DOCK

# KOMENTARZ EKSPERTA

Innowacyjność pełni ważną rolę w logistyce. Dlatego dostosowujemy obecną na rynku technologię i integrujemy je z istniejącymi systemami. Rozwijamy też rozwiązania AI, by optymalizować procesy logistyczne i lepiej odpowiadać na potrzeby klientów.

Choć automatyzacja nie zawsze przynosi natychmiastowe oszczędności, znacząco poprawia efektywność, konkurencyjność i jakość usług. Automatyzacja nie zastępuje ludzi, ale zwiększa odporność na problemy kadrowe. Wspiera też zrównoważony rozwój i ogranicza emisje.

Przykłady to autonomiczne wózki AGV, które zwiększają bezpieczeństwo i efektywność, oraz system automatyzacji magazynów ASRS, który minimalizuje błędy ludzkie i oszczędza przestrzeń. Wyzwaniem są jednak wdrożenia w istniejących obiektach, z ograniczeniami przestrzennymi i integracja ich z obecnymi systemami.



ROZDZIAŁ

# 02

---

## ROZWÓJ I TYPY INNOWACJI W POLSKIM BIZNESIE



*W interesie jest ogólnym, ja  
naszym dobrem wspólnym*

**JAKOŚĆ**



*Szkolenie to ciężka praca,  
lecz jakość się opłaca*



*Naukę z praktyk na długo pamiętaj,  
ta Ci pomoże dbać o klienta*



**CERTYFIKACJA**



P31

P32



Własne innowacje wdraża aktualnie **23%** przedsiębiorstw obecnych na polskim rynku. W tym aspekcie motorem napędowym są przede wszystkim największe firmy, zatrudniające powyżej 250 pracowników. W ich gronie w nowe technologie inwestuje ponad połowa badanych (**55%**).

Innowacyjności wyraźnie sprzyja także międzynarodowy charakter przedsiębiorstwa. Przykładem jest to, że niemal **40%** przedsiębiorstw z zagranicznym kapitałem, a także tych działających zarówno w Polsce, jak i na rynkach unijnych oraz poza UE, wdraża własne innowacyjne rozwiązania.

Porównując natomiast ze sobą poszczególne badane branże, wyraźnie wyróżnia się sektor e-commerce – aż **30%** badanych firm z tej branży stawia na nowatorskie rozwiązania. To pozytywna wiadomość również dla polskiej logistyki, ponieważ według prognoz Strategy& (PwC) z raportu „E-commerce w Polsce: konkurencja i rosnące oczekiwania napędzają rozwój”, wartość rynku e-commerce w Polsce, wynosząca dziś 140 mld zł, do 2028 roku wzrośnie do 192 mld zł.

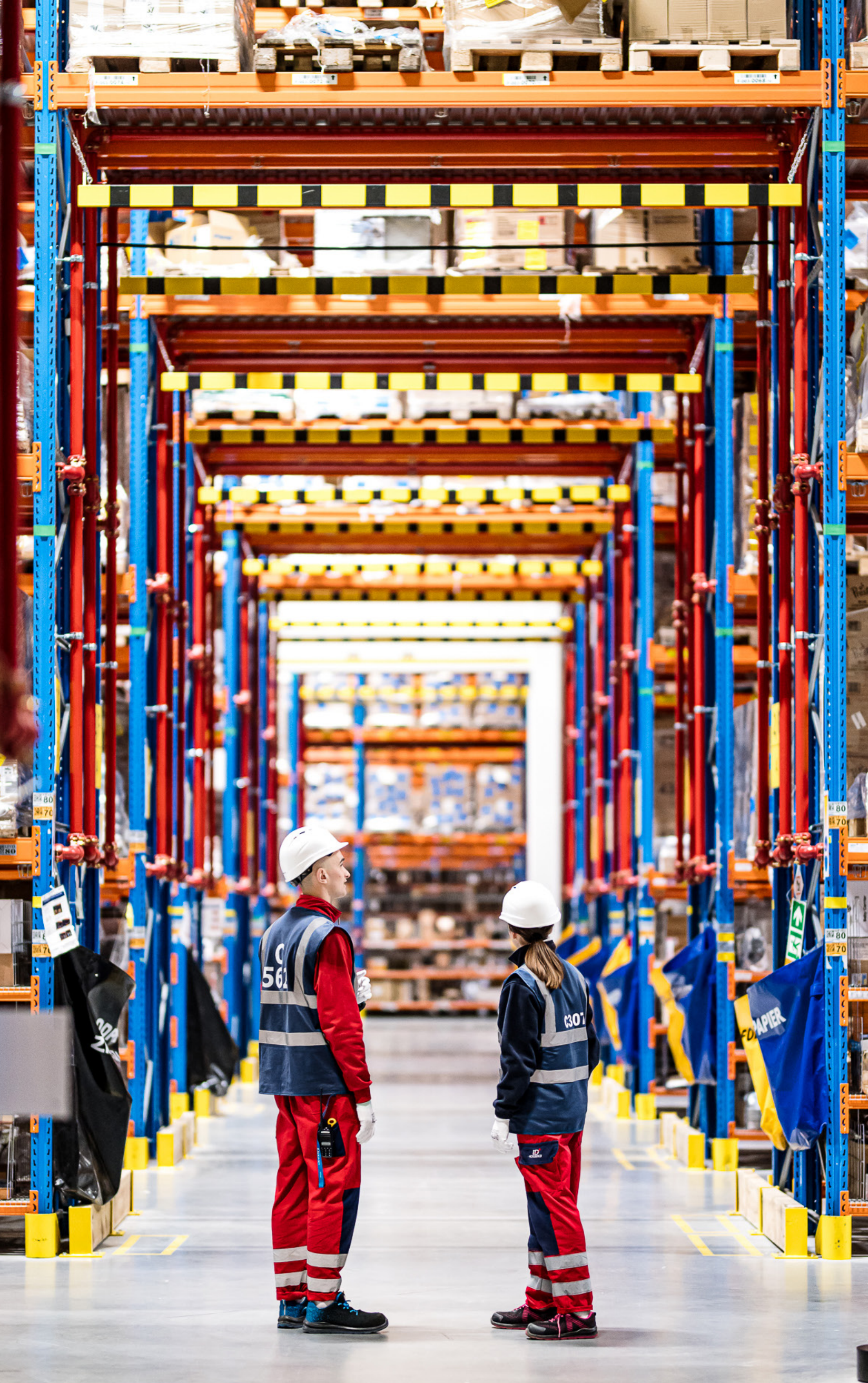


Wśród firm wprowadzających innowacje, największą część – **27%** – koncentruje się na rozwijaniu nowych technologii. Ankietowani w tym aspekcie wskazują m.in. na system informatyczny do zarządzania transportem, czy projekt centralnego replenishmentu oparty o nowoczesne algorytmy.

Kolejne **18%** przedsiębiorstw wykorzystuje sztuczną inteligencję, a **17%** skupia się na automatyzacji procesów, co wskazuje na rosnącą rolę zaawansowanych rozwiązań technologicznych w strategiach rozwoju firm. W odpowiedziach badanych pojawiły się też innowacyjne rozwiązania dotyczące ekologii i zrównoważonego rozwoju, a także skuteczniejszej analizy danych.

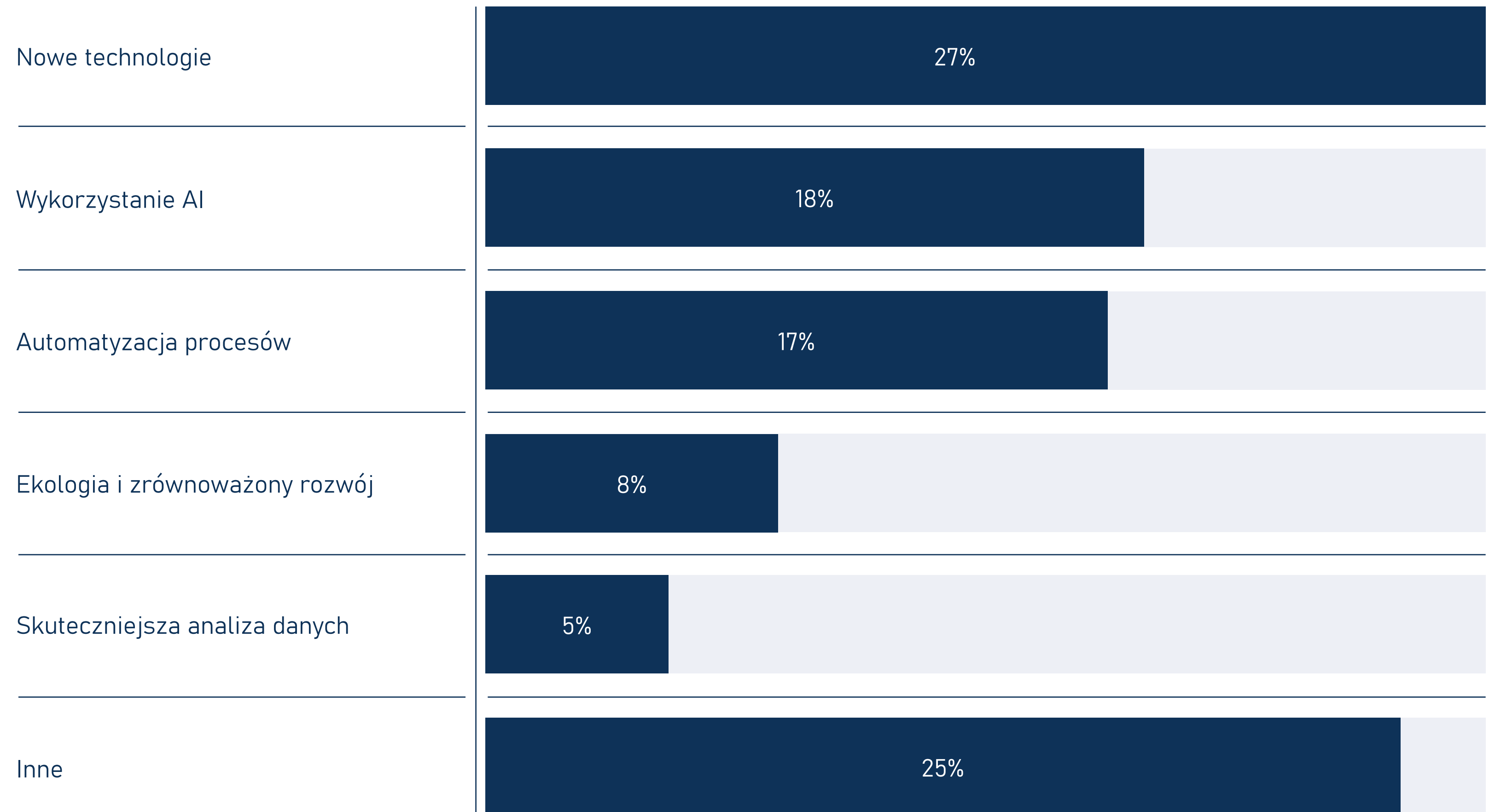
W kwestii innowacji zaplanowanych w najbliższej przyszłości respondenci wskazują natomiast, że będą one skupione głównie na poprawie zarządzania przepływem towarów oraz zwiększeniu automatyzacji procesów magazynowych. Pozwoli to przede wszystkim na zwiększenie efektywności, obniżenie kosztów operacyjnych, redukcję błędów oraz podniesienie jakości usług





## INNOWACJE W FIRMIE. Rodzaje innowacyjnych rozwiązań n=95

### Jakie innowacje/innovacyjne rozwiązania wprowadza firma w której pracujesz?







## INNOWACJE W FIRMIE. Postrzeganie innowacji N=400

Proszę się odnieść do poniższych stwierdzeń dotyczących innowacyjności w Twojej firmie...\*

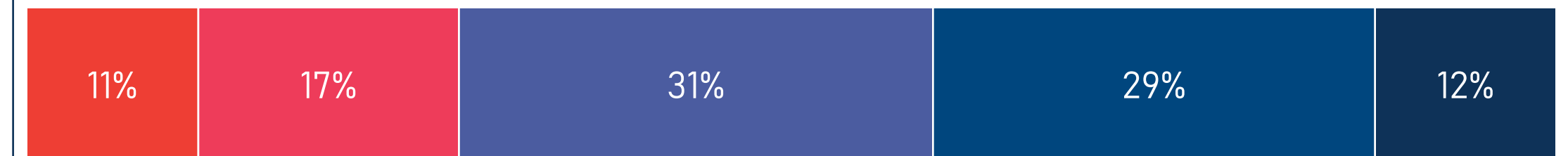
Rozwój innowacji jest decydujący dla utrzymania konkurencyjności firmy, w której pracuję



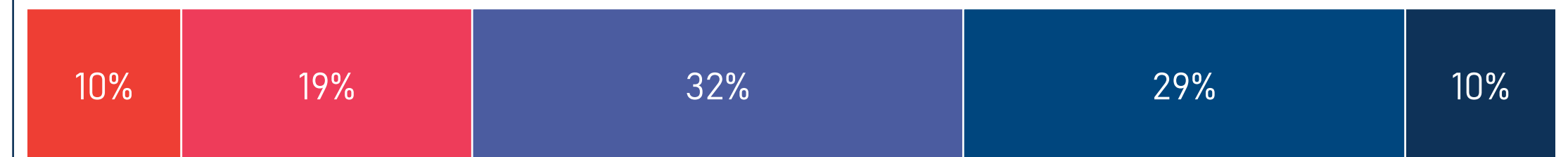
Innowacyjność naszych partnerów biznesowych ma istotne znaczenie dla firmy, w której pracuję



Firma, w której pracuję stale zwiększa nakłady finansowe na innowacje



Firma, w której pracuję jest bardziej innowacyjna niż nasza konkurencja



zdecydowanie nie



zdecydowanie tak

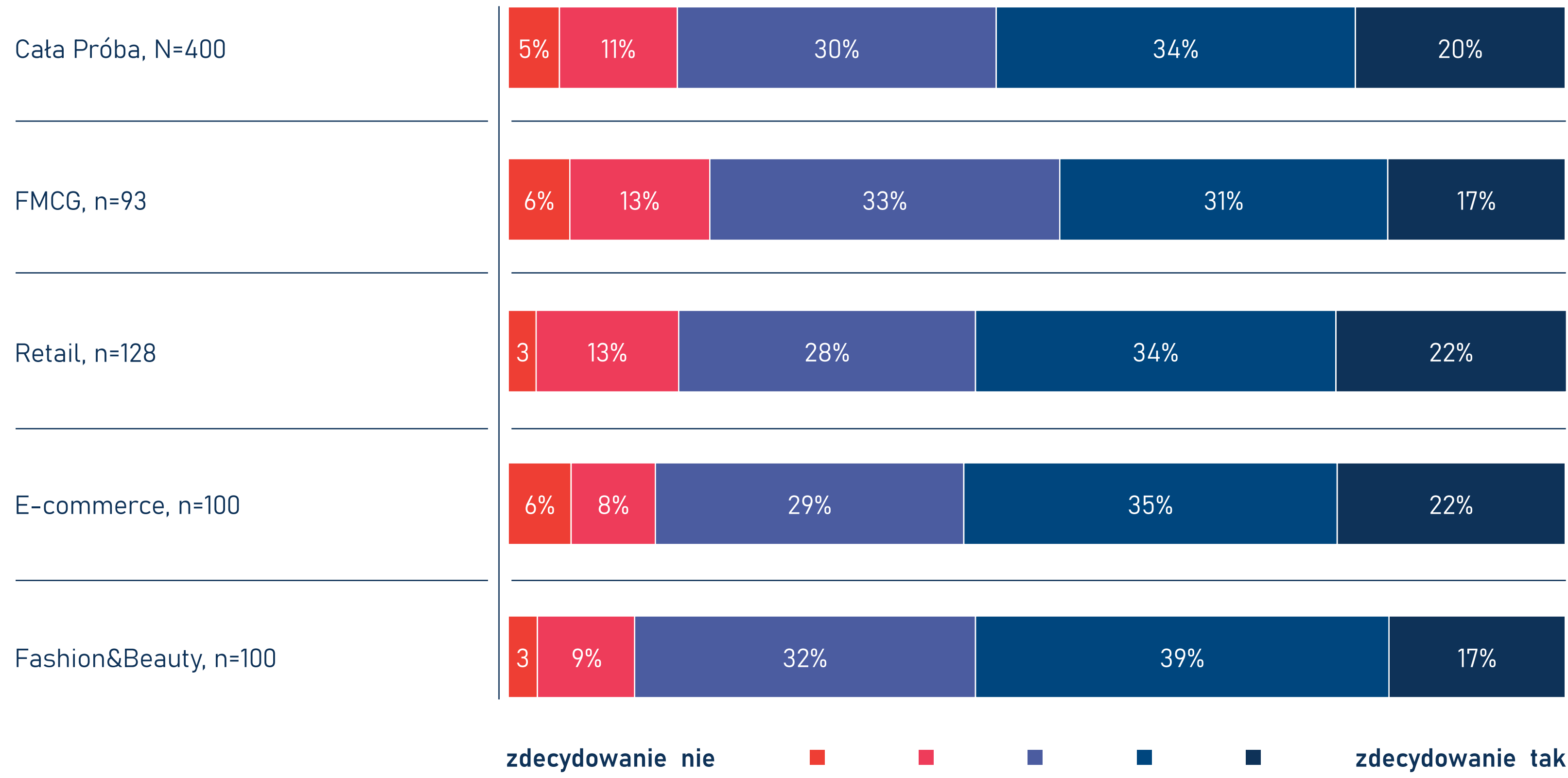
\*Swoją odpowiedź proszę zaznaczyć używając skali od 1 do 5, gdzie 1 oznacza „zdecydowanie nie”, a 5 oznacza „zdecydowanie tak”.





## INNOWACJE W FIRMIE. Znaczenie innowacyjności w branży

### Czy dostrzegasz wzrost znaczenia innowacyjności w swojej branży?\*



\*Swoją odpowiedź proszę zaznaczyć używając skali od 1 do 5, gdzie 1 oznacza „zdecydowanie nie”, a 5 oznacza „zdecydowanie tak”.





## Katarzyna Sawińska

SENIOR LOGISTICS MANAGER W SEPHORA,  
ODPOWIEDZIALNA ZA MAGAZYNOWANIE  
I TRANSPORT ORAZ OPERACJE E-COM

# KOMENTARZ EKSPERTA

Od początku działalności naszej firmy zawsze opieraliśmy się na innowacjach i tak jest też w chwili obecnej. W kwestiach logistyki współpracując z operatorem szukamy wspólnie najlepszych rozwiązań wspierających obsługę klienta zarówno tego wewnętrznego, którym są nasze perfumerie jak i bezpośredniego klienta e-com.

Nasza wizja najbliższej przyszłości bierze pod uwagę również zielone rozwiązania, co idzie w parze z polityką Sephora. Aktualnie istotna jest dla nas dalsza automatyzacja podnosząca produktywność i komfort pracy, co sprzyja realizacji długoterminowych celów Sephora.

Z ciekawością śledzę także rozwój sztucznej inteligencji. Technologie oparte na AI stają się coraz bardziej powszechne, jednak ich specjalistyczne wdrożenie wymaga głębszego zapoznania się z ich możliwościami. Kluczowe w tym momencie jest edukowanie zespołów na temat zastosowań AI. Dostrzegam potencjał AI np. w obszarach optymalizacji zarządzania łańcuchem dostaw, prognozowania popytu, przewidywania potrzeb klientów w celu zwiększania precyzji dostaw.



ROZDZIAŁ

# 03

---

## JAK SZTUCZNA INTELIGENCJA WPŁYWA NA ROZWÓJ PRZED- SIĘBIORSTW W POLSCE?





Obecnie co piąta badana firma wykorzystuje rozwiązania oparte na sztucznej inteligencji (AI). Najczęściej tego typu technologie wdrażają firmy, które w 2023 roku osiągnęły przychody powyżej 20 mln zł oraz działają zarówno w Polsce, jak i w Unii Europejskiej – **33%** z nich korzysta z AI. Branża e-commerce, u której podstaw leżą innowacje, również wyróżnia się w tym zakresie. Aż **28%** z firm oferujących produkty online deklaruje już stosowanie takich rozwiązań.

Wyniki badania ujawniają, że sztuczna inteligencja (AI) nie jest jeszcze integralnym elementem strategii większości firm. Różnorodność odpowiedzi dotyczących stopnia wykorzystania AI sugeruje, że efektywność tych rozwiązań może różnić się w zależności od specyficznych potrzeb poszczególnych branż. Mimo tego, jedna trzecia firm uczestniczących w badaniu podkreśla, że stałe inwestowanie w sztuczną inteligencję jest kluczowe, zwracając uwagę na korzyści płynące z obniżenia kosztów operacyjnych i poprawy jakości usług. Wzrost zainteresowania AI jako narzędziem usprawniającym działalność biznesową może wskazywać na jego rosnące znaczenie w przyszłości.

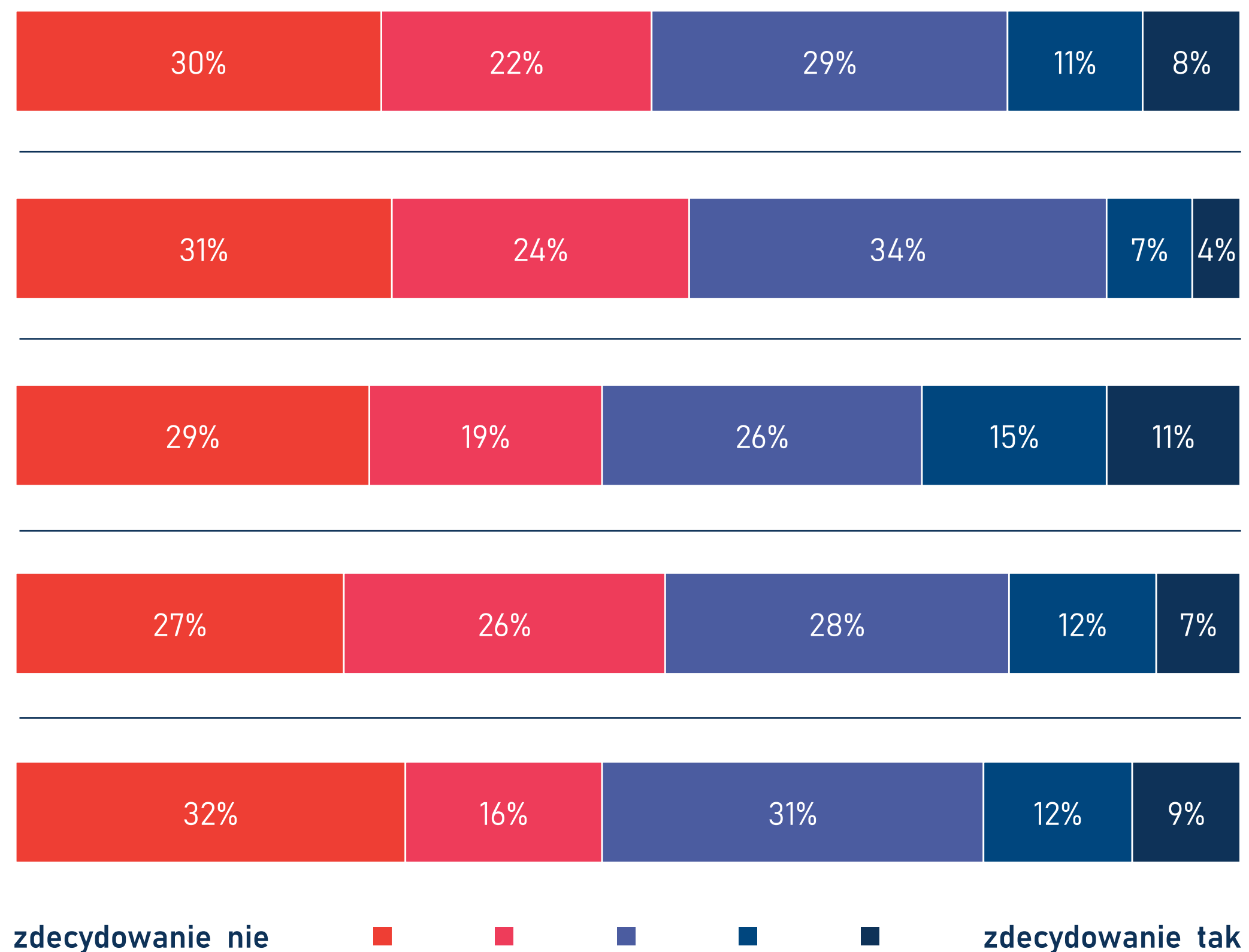


Jednocześnie, niemal połowa firm (**44%**) wyraża obawy dotyczące zbyt szybkiego tempa rozwoju sztucznej inteligencji. Obawy utrzymują się na zbliżonym poziomie niezależnie od branży, wielkości firmy czy poziomu przychodów. Firmy wskazują na potrzebę ostrożności w przyjmowaniu innowacji, obawiając się potencjalnych problemów związanych z szybko zmieniającym się krajobrazem technologicznym.

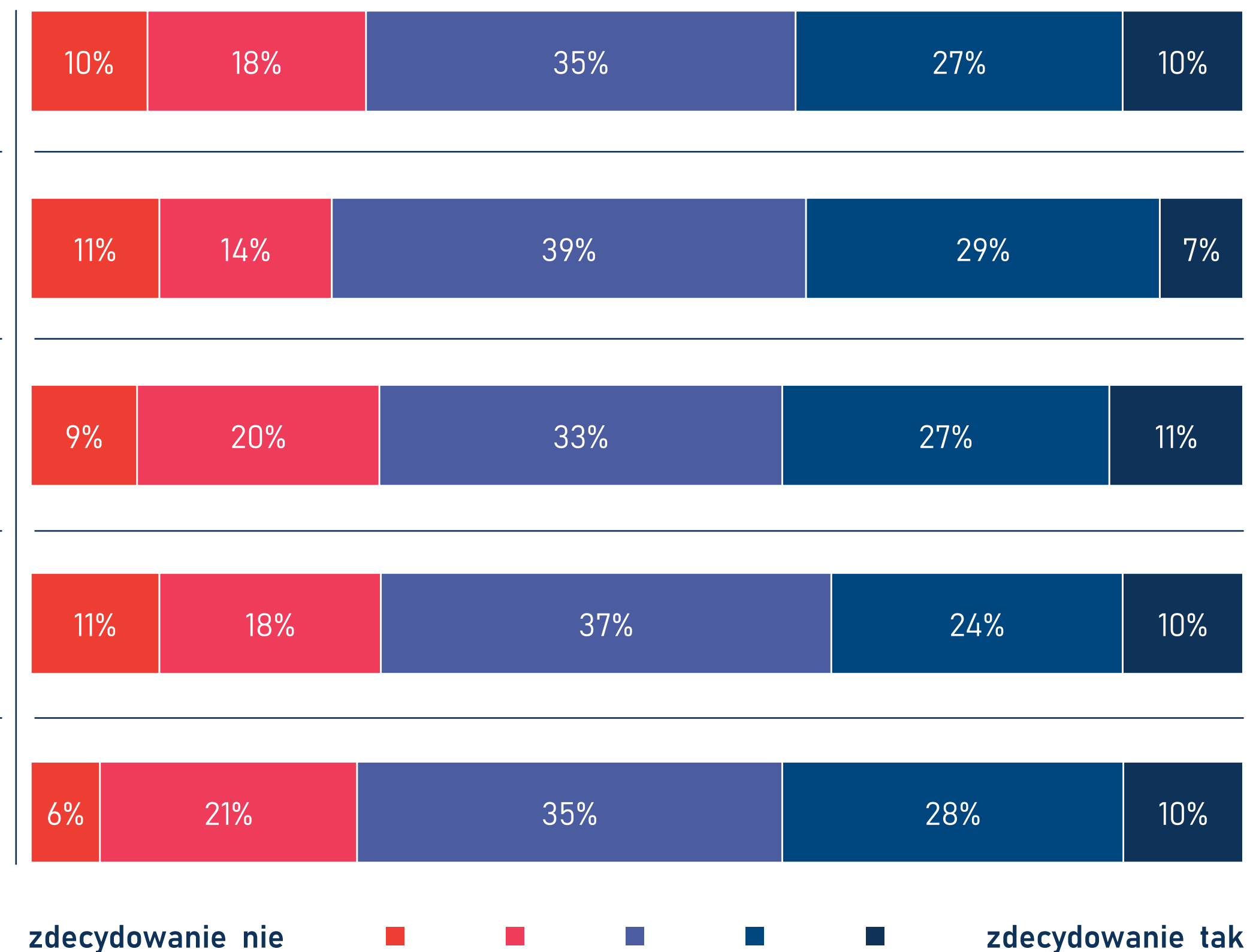
Może to być także powód, dla którego większość firm uczestniczących w badaniu nie traktuje wdrożenia sztucznej inteligencji jako kluczowego warunku przetrwania na rynku. Szczególnie widoczne jest to w branży FMCG, gdzie tylko **11%** firm wskazuje na duże znaczenie tego czynnika. Dla porównania w przypadku branży retail jest to **26%**. Oznacza to, że dla wielu przedsiębiorstw sztuczna inteligencja wciąż pełni rolę dodatkowego narzędzia, a nie fundamentu ich działalności. W związku z tym, choć AI jest postrzegana jako cenne uzupełnienie, nie jest kluczowym elementem ich strategii rozwoju i przetrwania.



**AI W FIRMIE.** AI jako warunek przetrwania  
**Czy wdrożenie sztucznej inteligencji będzie warunkiem przetrwania firmy na rynku w Twojej branży?**



**AI W FIRMIE.** Wpływ AI na logistykę w firmie  
**Czy sztuczna inteligencja może wpływać na usprawnienia w zakresie logistyki Twojej firmy?**







## Tadeusz Szlassa

KIEROWNIK DZIAŁU ZARZĄDZANIA  
LOGISTYKĄ SPRZEDAŻY POZAPALIWOWEJ  
W ORLEN S.A., ODPOWIEDZIALNY ZA  
DYSTRYBUCJĘ WYROBÓW POZAPALIWOWYCH

# KOMENTARZ EKSPERTA

Odnosząc się do obszaru logistyki produktów pozapaliwowych uważam, że AI jest obecnie niezbędne do optymalnego rozwoju procesów. Z tego względu należy ją rozwijać. Punktem wyjścia dla takiego rozwoju jest nasz oparty na zaawansowanych algorytmach projekt forecasting i centralnego replenishmentu. By mówić o w pełni o sztucznej inteligencji, powinna ona przejmować kompetencje zespołów ludzkich udoskonalając procesy poprzez eliminowanie nieoptymalnych działań i w efekcie nie powodując zakłóceń w dystrybucji. Projekt ten stwarza możliwość szerszego zastosowania i stanowi dobry punkt wyjścia do zarządzania popytem, magazynowaniem i transportem.

AI umożliwia m.in. zmniejszenie zapasów w całym łańcuchu dostaw, co przynosi znaczące oszczędności, pozwala ograniczać optymalizować liczbę pracowników zaangażowanych w procesy podnosząc jednocześnie skuteczność tych procesów. Kluczowe jest jednak zarządzanie zmianą, aby pracownicy dostrzegli korzyści z zachodzących zmian. Rozwój technologii nie może być postrzegany w kategoriach konkurencji na rynku pracy tylko jako szansa perspektywy pracy przy bardziej wymagających zadaniach.



ROZDZIAŁ

# 04

**GŁÓWNE KORZYŚCI  
I BARIERY ZWIĄZANE  
Z WDRAŻANIEM  
INNOWACJI I AI  
W FIRMACH  
DZIAŁAJĄCYCH  
W POLSCE**







Kryzys gospodarczy – rozpoczęty w 2020 roku poprzez pandemię, a następnie przedłużony w wyniku wojny w Ukrainie i rekordowej dwucyfrowej inflacji – bardzo mocno wpłynął na strategie inwestycyjne polskich przedsiębiorstw.

W ostatnich latach firmy poszukiwały przede wszystkim przestrzeni do optymalizacji kosztów, przekładając mniej strategiczne wydatki na przyszłość.

Nie zaskakuje więc, że badane przedsiębiorstwa jako główną barierę wdrożenia innowacji i rozwoju AI wskazały wysokie koszty wdrożeń. Ta odpowiedź dystansuje pozostałe i otwiera ważną przestrzeń do dyskusji nt. finansowania w tym niezwykle istotnym obszarze przedsiębiorczości.





## **Marcin Smoła**

DYREKTOR OPERACYJNY ID LOGISTICS  
POLSKA

# KOMENTARZ EKSPERTA

## **ZWROT INWESTYCJI JEST JEDNYM Z KLUCZOWYCH CZYNNIKÓW WDRAŻANIA INNOWACJI**

W dobie rosnącej presji na optymalizację kosztów, firmy chcą inwestować przede wszystkim mądrze. Tzn. w taki sposób, by wydane środki przyniosły jak największą korzyść dla organizacji, zarówno w aspekcie finansowym, jak i równie istotnym pozafinansowym, tj. np. poprzez podnoszenie standardów związanych ze zrównoważonym rozwojem.

Dlatego w ID Logistics wskaźnik zwrotu z inwestycji jest dziś jednym z ważnych kryteriów finalnego wdrożenia poszczególnych rozwiązań. Dysponujemy narzędziami, które pozwalają nam na precyzyjne prognozowanie wydajności implementowanych projektów, a same wdrożenia poprzedza także kompleksowa faza testów. Dzięki temu jesteśmy w stanie ocenić, czy innowacja faktycznie przyniesie nam i naszym klientom pożądany efekt końcowy.



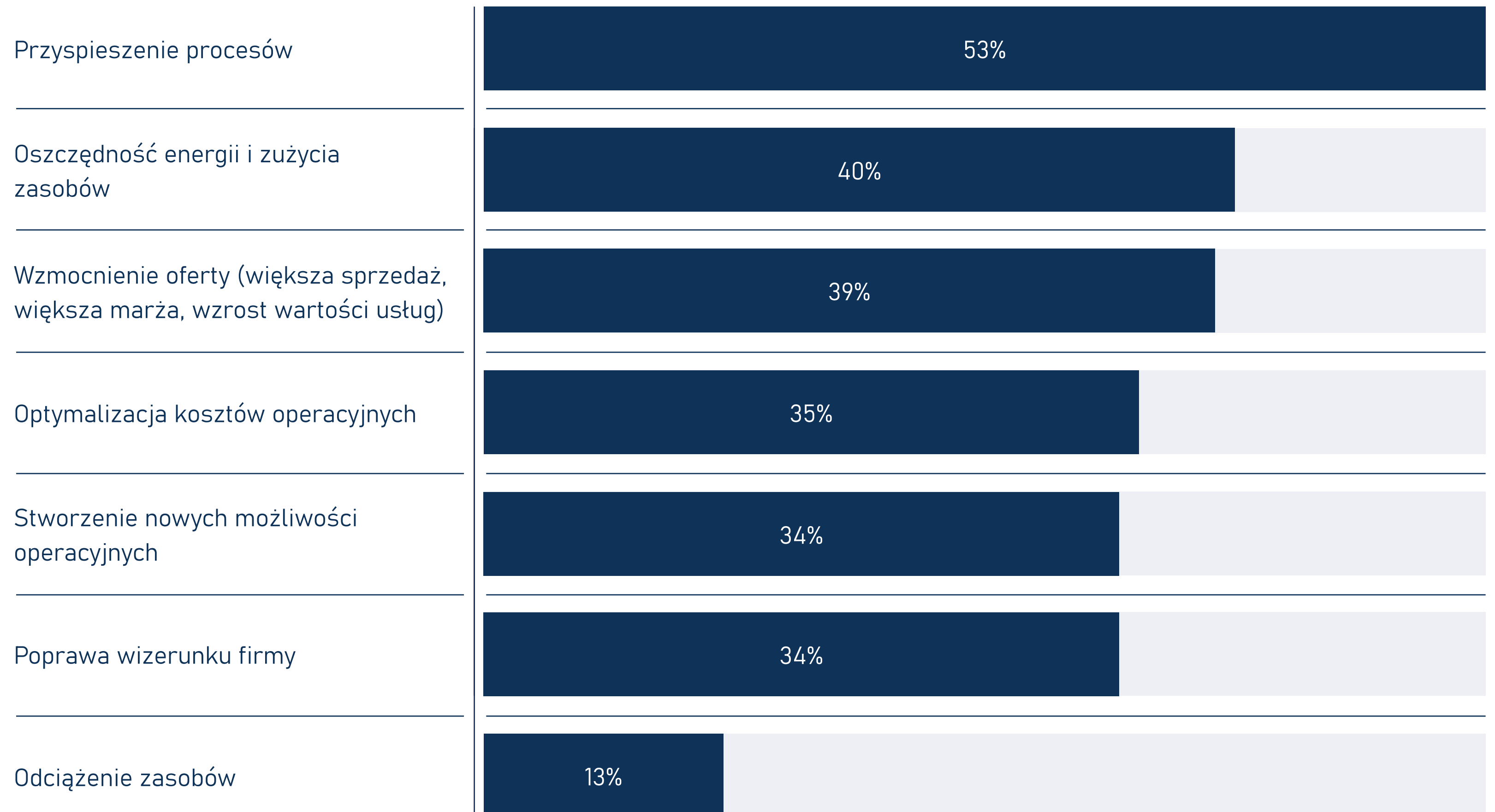
## Przyspieszenie procesów największym benefitem wdrożenia innowacji

Według uczestników badania największą korzyścią z wdrażania innowacyjnych rozwiązań jest przyspieszenie procesów (**53%**). Często wskazują oni również na oszczędność energii i zużycia zasobów oraz wzmocnienie swojej oferty (kolejno **40%** i **39%**). Przykładowo - według badanych - automatyzacja procesów magazynowych i wdrożenie zaawansowanych systemów zmniejsza liczbę błędów, co w efekcie ogranicza liczbę reklamacji. To z kolei może wpłynąć m.in. na wspomniane wzmocnienie oferty.

Dalej znalazły się optymalizacja kosztów operacyjnych, stworzenie nowych możliwości operacyjnych oraz poprawa wizerunku firmy. Najrzadziej wymienianą korzyścią jest odciążenie wykorzystywanych w firmie zasobów (**13%**).

Według respondentów wprowadzanie innowacyjnych rozwiązań w obszarze magazynowania nie tylko podnosi wydajność, ale również usprawnia i ułatwia codzienną pracę.

## INNOWACJE W FIRMIE. Korzyści z wdrażania innowacji n=400 Jakie największe korzyści dla Twojej firmy dostrzegasz w związku z rozwojem innowacji?



\*Na pytanie można było udzielić kilku odpowiedzi stąd wyniki nie sumują się do 100%.



## Koszty pozostają najważniejszą barierą

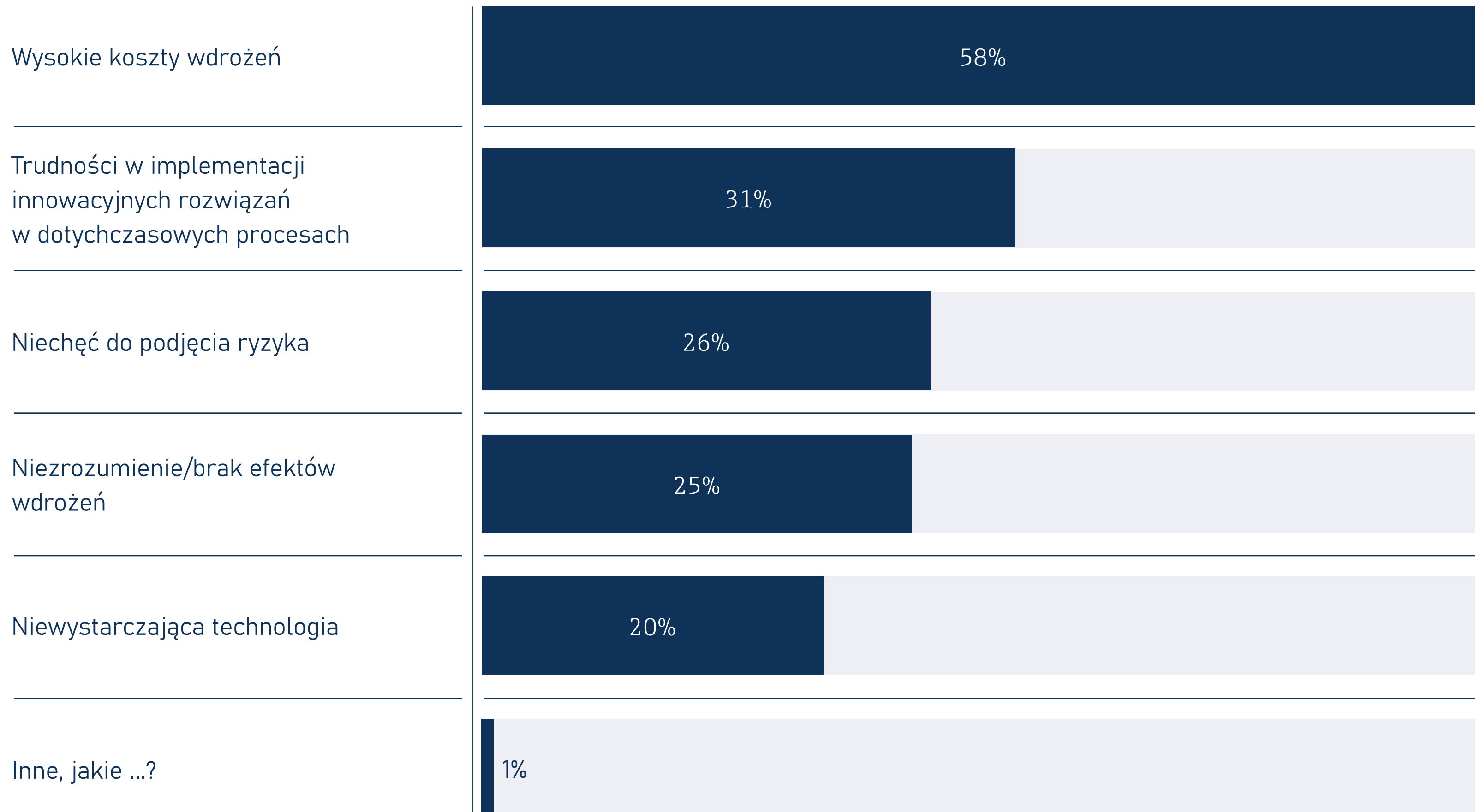
Największą barierą wdrażania innowacji, którą definiują biorące udział w badaniu firmy są wysokie koszty. Wskazało tak aż **58%** przedsiębiorstw. W związku z tym proponowane rozwiązania muszą być nie tylko odpowiedzią na bieżące potrzeby, ale również przynosić korzyści w dłuższej perspektywie.

Co trzeci respondent wskazuje na trudności w implementacji innowacyjnych rozwiązań. Rzadziej są to firmy, które osiągnęły w 2023 przychód mniejszy niż 1 mln zł (**20%**). Wyzwania te często wynikają z przestarzałych systemów i infrastruktury, które mogą hamować efektywne wprowadzenie nowoczesnych technologii. Warto zauważyć, że niechęć do podjęcia ryzyka związanego z wdrażaniem innowacji jest szczególnie niska wśród dużych przedsiębiorstw (zatrudniających powyżej 250 osób) – **14%**.

Rzadko wskazywaną barierą (**20%**) jest niewystarczająca technologia. A to jej deficyt stanowiłby realnie największą przeszkodę w dalszym rozwoju.

## INNOWACJE W FIRMIE. Bariery wdrażania innowacji n=400

### Jakie są główne bariery w obszarze wdrażania innowacji w Twojej firmie?



\*Na pytanie można było udzielić kilku odpowiedzi stąd wyniki nie sumują się do 100%.

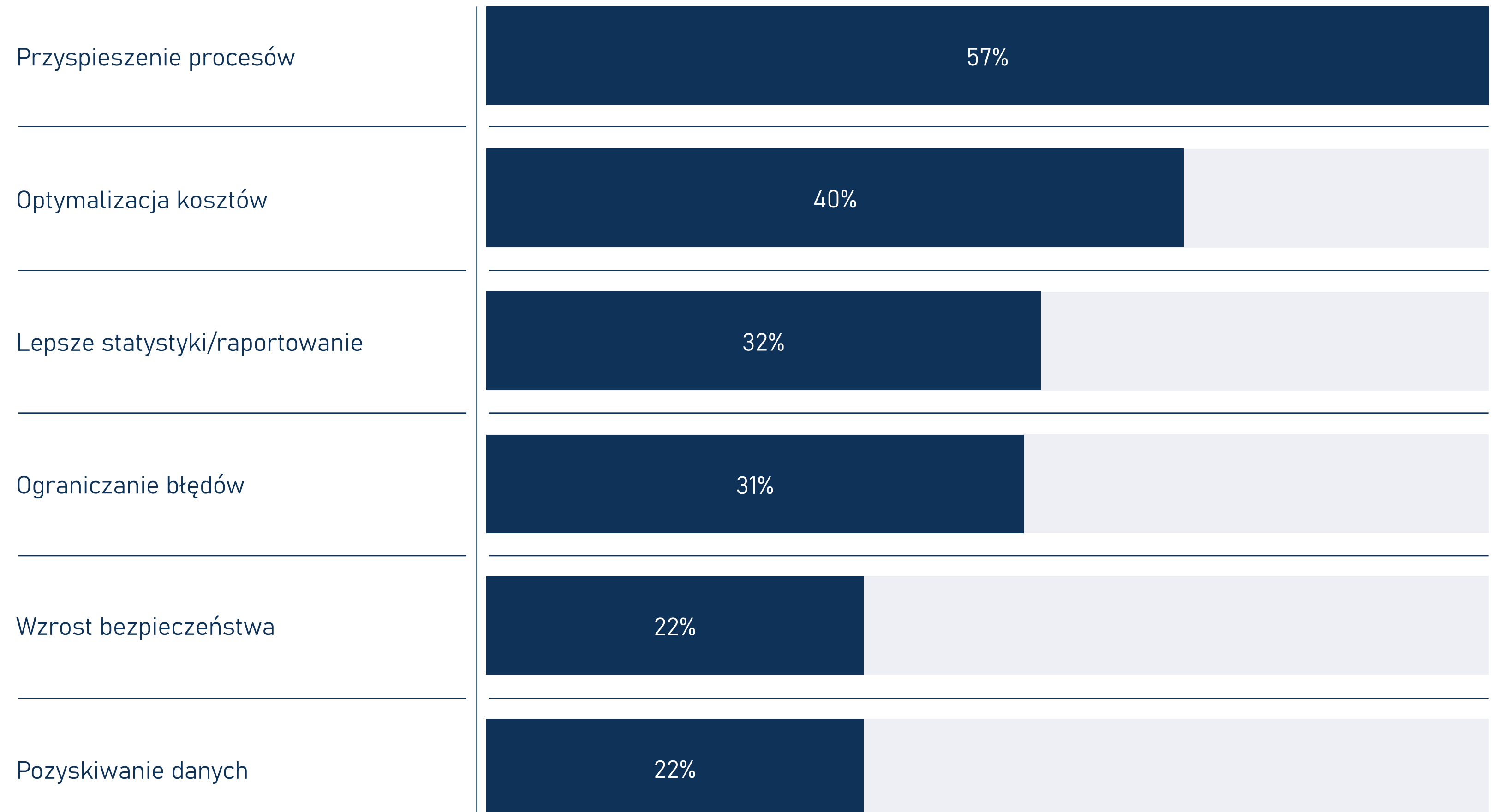


## AI może dużo kosztować. Ale może też pomóc w ograniczaniu wydatków

Największymi korzyściami dla firm związanymi z rozwojem AI – podobnie jak w przypadku innowacji – jest przyspieszenie procesów oraz optymalizacja kosztów (kolejno **57%** i **40%** wskazań). Najwięcej takich wskazań dotyczy sektora transportowego, np. w zakresie optymalizacji tras.

Firmy działające poza polskim rynkiem (UE i poza nią) bardziej niż pozostałe doceniają lepsze statystyki oraz raportowanie.

## AI W FIRMIE. Korzyści związane z rozwojem AI w firmie Jakie największe korzyści dla Twojej firmy dostrzegasz w związku z rozwojem AI?



\*Na pytanie można było udzielić kilku odpowiedzi stąd wyniki nie sumują się do 100%.



## AI wciąż budzi obawy społeczne i uwrażliwia firmy na kwestie bezpieczeństwa danych

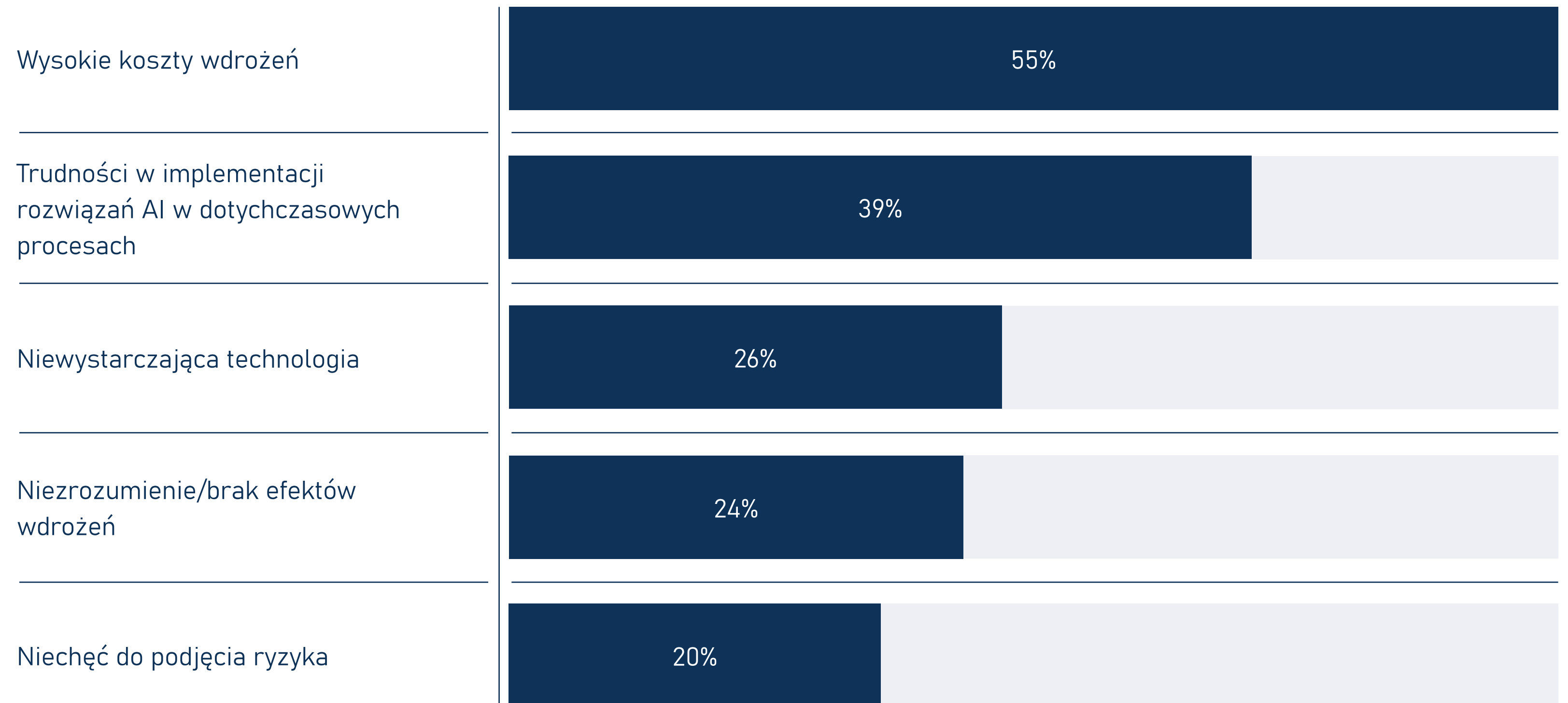
Główną barierą wdrożeń AI są koszty implementacji rozwiązań opartych o tę technologię (55%).

Niechęć do podjęcia ryzyka i niewystarczająca technologia znalazły się na dalszych miejscach. Niewiele firm blokuje więc strach przed realizacją nowej inwestycji.

Respondenci dostrzegają również społeczną obawę związaną z AI – potencjalną redukcję zatrudnienia. Zastąpienie pracy ludzkiej przez sztuczną inteligencję może prowadzić do niepokoju wśród pracowników i wpływać na decyzje związane z wdrożeniami tej technologii.

Zagrożeniem pojawiającym się w rozmowach jest także ryzyko potencjalnego wycieku danych oraz szeroko pojętych naruszeń bezpieczeństwa firmy na etapie wdrażania rozwiązań z zakresu sztucznej inteligencji – zwłaszcza w kontekście outsourcingu projektów związanych z AI.

## AI W FIRMIE. Bariery związane z rozwojem AI w firmie Jakie największe bariery dla Twojej firmy dostrzegasz w związku z rozwojem AI?



\*Na pytanie można było udzielić kilku odpowiedzi stąd wyniki nie sumują się do 100%.





## Małgorzata Hornig

DYREKTOR HR ID LOGISTICS POLSKA

# KOMENTARZ EKSPERTA

## SZTUCZNA INTELIGENCJA TO NIE ZAGROŻENIE, ALE IMPULS DO EWOLUCJI NA RYNKU PRACY

Według tegorocznego Indeksu Microsoft Work Trends aż 45% profesjonalistów obawia się, że sztuczna inteligencja wkrótce zastąpi ich w miejscu pracy. Z drugiej strony nieco większy odsetek (55%) liderów w zespołach martwi się, że na rynku... zabraknie wykwalifikowanych pracowników. To paradoks, który doskonale puentuje polemikę na temat potencjalnej zastępowalności ludzi przez maszyny. W dyskusji tej często zapominamy, że proces automatyzacji i digitalizacji rynku pracy trwa od dziesięcioleci. Widać to w wielkich koncernach motoryzacyjnych, nowoczesnych laboratoriach, jak i w sektorze logistyki, gdzie wiele prac, które do niedawna wykonywali ludzie, realizują dziś roboty.

Warto w tym miejscu podkreślić, że w zdecydowanej większości są to prace, które maszyny przejęły albo ze względu na bezpieczeństwo pracowników (eliminacja niebezpiecznych zadań) albo były to czynności bardzo rutynowe i powtarzalne, które zwolniły przestrzeń do rozwoju w innych sektorach firmy. Tymczasem, w dobie ogromnego zaawansowania cyfrowego, Polska utrzymuje rekordowo niski stopień bezrobocia. Popyt na pracowników nie maleje, a większość prognoz – z racji na niż demograficzny – wskazuje, że stale będzie on rosł. Jedyne czego możemy być pewni to fakt, że w najbliższych latach na rynku pracy zajdą kolejne zmiany. I tak jak w poprzednich dekadach część specjalizacji zniknie, a w ich miejsce pojawią się nowe.





## Szymon Mordasiewicz

DYREKTOR ZARZĄDZAJĄCY CONSUMER  
PANEL SERVICES GFK

# KOMENTARZ EKSPERTA

## NA RYNKU FMCG INNOWACJE WIDAĆ NA KAŻDYM ETAPIE PROWADZENIA BIZNESU

Wraz z rozwojem technologii sieci detaliczne muszą coraz mocniej rywalizować o konsumenta. Wyścig ten trwa w całym węźle dostaw, od terminowego i efektywnego transportu, poprzez coraz bardziej wydajne magazynowanie, aż po właściwą promocję i ekspozycję towaru na półkach czy platformach e-zakupowych. Konkurencja napędza rozwój, a my jako nabywcy mocno na tym korzystamy.

Jesteśmy w awangardzie krajów, w których kartą lub zbliżeniowo można zapłacić niemal wszędzie. Kasy samoobsługowe to już dziś powszechne rozwiązania, przez cały czas otrzymujące nowe funkcjonalności. Sklepy autonomiczne? Choć wciąż raczkują, już teraz znakomicie opisują przyszły świat, w którym ma być szybciej, pewniej i jak najwygodniej. Dobrym przykładem są także sklepowe „cenówki” elektroniczne – czasem konsumenci nie są w stanie nawet zauważyć, że na półkach mają do czynienia z tym nowoczesnym rozwiązaniem. A biznes, który z tego korzysta ogranicza do minimum ryzyko nieprawidłowości i fantastycznie zwiększa szybkość wprowadzania zmian lub korekt.

Niesamowite możliwości w tym zakresie dają także smartfony masowo wykorzystywane przez polskiego konsumenta praktycznie do wszystkiego, a więc stanowiące też świetne pole do wykorzystania przez firmy. Już w roku 2023 aplikacja mobilna stanowiła najważniejsze medium kontaktowe z konsumentem. Aż 53% z nich przyznało że właśnie z tego urządzenia czerpią przede wszystkim wiedzę o promocjach.

Dlatego trudno dziś o liczącą się sieć handlową, która nie ma już podobnej platformy lub właśnie nie kończy jej wdrażania. Podsumowując, technologia zarówno na poziomie back office, jak i ta bliska konsumentowi stale (i bardzo szybko) ewoluuje, na czym docelowo wygrywają obie strony. Konsumenci korzystają z coraz wygodniejszych zakupów, zaś biznes zyskuje przestrzeń do stałego poszukiwania przewag konkurencyjnych.



# METODOLOGIA BADANIA

Raport został zrealizowany na zlecenie ID Logistics, w trzecim kwartale 2024 roku, przez agencję badawczą K+ Research by Insight Lab. Projekt został przeprowadzony z wykorzystaniem triangulacji metod badawczych. W jego ramach zrealizowano badania ilościowe oraz jakościowe klientów B2B metodą ankiety telefonicznej wspomaganą komputerowo (CATI). W badaniu ilościowym wzięło udział 400 przedstawicieli firm z branż FMCG, retail, e-commerce oraz fashion&beauty, specjalizujących się w obszarze logistyki kontraktowej.

Dobór próby badawczej miał charakter losowo-kwotowy. Założenie kwot dotyczyło branży oraz zakresu obowiązków respondentów w ramach firmy, w której pracują.





