Obraz zawierający tekst, Czcionka, zrzut ekranu, Jaskrawoniebieski

Opis wygenerowany automatycznie

Kontakt dla mediów: Informacja prasowa

e-mail: [media@parp.gov.pl](mailto:media@parp.gov.pl) Warszawa, 28.07.2025 r.

# Polskie firmy a sztuczna inteligencja: kto jest gotowy, a kto wciąż czeka?

**Coraz więcej firm w Polsce dostrzega potencjał sztucznej inteligencji, ale wiele z nich wciąż nie potrafi przekuć go w konkretne działania. Najnowsze badanie przeprowadzone w ramach projektu Bilans Kapitału Ludzkiego pokazuje, jak firmy podchodzą do wdrażania AI, gdzie już ją stosują, co je blokuje oraz jakie kompetencje będą kluczowe w erze cyfrowej transformacji.**

Badanie jakościowe ujawniło, że sztuczna inteligencja znajduje zastosowanie w pięciu głównych obszarach:

* obsłudze klienta,
* sprzedaży,
* rozwoju produktów i usług,
* planowaniu/logistyce,
* zarządzaniu ryzykiem.

*–* Badani przedsiębiorcy najchętniej wdrażają AI w procesach powtarzalnych, łatwych do standaryzacji i niewymagających skomplikowanego nadzoru *–* **mówi Robert Zakrzewski z Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości.** – Firmy podkreślają, że AI najlepiej sprawdza się tam, gdzie człowiek wykonuje czasochłonne, rutynowe zadania – dodaje.

O czym świadczy takie podejście?

*–* To pokazuje, że bardzo minimalizujemy jeszcze ryzyka. Powtarzalne, rutynowe, nieskomplikowane, ale czasochłonne zadania *–* to na tym uczą się polskie firmy. Nie eksperymentujemy jeszcze za często w obszarach, które jawią się jako bardziej ryzykowne. Ciekawe jest też to, że firmy z blizniaków bez AI dostrzegają mniej możliwości wdrożeń i mniej potencjalnych korzyści, co wynika z ograniczeń w wiedzy. A jak nie wiedzą, nie mają motywacji do próbowania – **dodaje Anna Szczucka z Centrum Ewaluacji i Analiz Polityk Publicznych UJ.**

## Kto już korzysta z AI?

Spośród badanych firm największy postęp w zakresie wdrażania narzędzi AI widać w dużych i średnich przedsiębiorstwach. To organizacje dysponujące zespołami IT i budżetami, które pozwalają budować zintegrowane z systemami zarządczymi działającymi w firmach rozwiązania. Przebadane mikro i małe firmy sięgają najczęściej po gotowe aplikacje typu plug&play takie jak chatboty, narzędzia do automatyzacji marketingu czy analizy danych. Ich zaletą jest niska bariera wejścia – zarówno finansowa, jak i technologiczna.

## AI jako wsparcie i inspiracja

Firmy, które już korzystają z AI, wskazują na konkretne korzyści:

* oszczędność czasu,
* poprawę efektywności,
* odciążenie pracowników od żmudnych zadań,
* lepsze dopasowanie produktów i usług do potrzeb klientów.

Dla wielu z nich sztuczna inteligencja staje się nie tylko narzędziem operacyjnym, lecz także źródłem inspiracji do tworzenia nowych rozwiązań czy eksplorowania danych. W niektórych przypadkach wdrożenie AI wpłynęło też na zmianę kultury organizacyjnej – przyspieszyło cyfryzację i otworzyło zespoły na eksperymenty z nowymi modelami pracy.

*–* Sztuczna inteligencja to dziś nie tylko zaawansowana technologia, ale przede wszystkim katalizator zmiany sposobu myślenia o procesach i organizacji pracy. W firmach, które aktywnie i refleksyjnie wdrażają te rozwiązania, obserwuje się wzrost innowacyjności oraz gotowości do uczenia się i zdolności adaptacyjnych – **mówi Anna Szczucka z Centrum Ewaluacji i Analiz Polityk Publicznych UJ.**

W zależności od branży firmy zauważają różne korzyści:

* dostosowanie do oczekiwań klientów (m.in. medycyna, IT/OT, finanse, budownictwo),
* poprawa jakości produktów i usług (handel, marketing, life sciences),
* wpisanie się w trendy technologiczne (transport, logistyka, IT/OT).

## Co powstrzymuje firmy przed wdrożeniem AI?

Choć badani przedsiębiorcy, którzy jeszcze nie wdrożyli rozwiązań opartych na AI, dostrzegają ich potencjał, to wielu z nich nie wie, od czego zacząć jej wdrażanie w firmie. Główne bariery to:

* brak wiedzy o dostępnych narzędziach,
* obawy o bezpieczeństwo danych,
* niepewność co do odpowiedzialności za błędy AI,
* niedopasowana infrastruktura IT,
* brak kompetencji cyfrowych i trudności w pozyskaniu specjalistów.

*–* Część badanych przedsiębiorców dostrzega potencjał AI i wie, że można ona im pomóc w różnych aspektach działalności. Brakuje im jednak wiedzy, jak i od czego zacząć **– komentuje Iwona Krysińska z Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości.**

## Klucz do wdrożeń? Kompetencje i edukacja

Wyniki badania podkreślają wagę kompetencji, takich jak: umiejętność komunikowania się z AI (np. prompt engineering), analityka danych, elastyczność i zdolność adaptacji, umiejętność doboru odpowiednich narzędzi do potrzeb firmy.

Firmy, które już korzystają z AI, znacznie lepiej oceniają swoje kompetencje cyfrowe niż te, które jeszcze nie podjęły takich działań.

## Gotowi na przyszłość?

Nowe technologie redefiniują sposób działania firm – niezależnie od ich wielkości. Aby skorzystać z potencjału AI, firmy w Polsce muszą inwestować w narzędzia oraz przede wszystkim w ludzi i kompetencje. Trwa kolejny etap badania – badanie ilościowe, które pozwoli uszczegółowić i poszerzyć zakres wiedzy zdobytej na poprzednich etapach badania oraz przeprowadzić analizy na poziomie ogółu przedsiębiorstw reprezentujących wytypowane do badania branże (mające największy potencjał wykorzystania AI).

Dane pochodzą z badania jakościowego, którego częścią były pogłębione wywiady z 25 parami bliźniaczych firm (o zbliżonej charakterystyce, m.in. tej samej branży i wielkości, z których jedna wykorzystuje AI, a druga nie, podobnej skali i branży – jedna korzystająca z AI, druga jeszcze nie). Przeprowadzono ponad 50 wywiadów z przedstawicielami zarządów firm, dyrektorami IT, właścicielami przedsiębiorstw, czyli kluczowymi osobami w firmach.

**O badaniu:**

Badanie zostało zrealizowane w ramach tematycznego modułu projektu **Bilans Kapitału Ludzkiego AI** – inicjatywy Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości i Uniwersytetu Jagiellońskiego. To jedno z największych źródeł danych o rynku pracy w Polsce, prowadzone od 2009 roku. Projekt łączy badania przekrojowe i tematyczne, odpowiadające na aktualne wyzwania rynku i gospodarki.

