

Warszawa, 28 lipca 2025

Informacja prasowa

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.

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

Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości

ul. Pańska 81/83, 00-834 Warszawa



Fundusze Europejskie
dla Rozwoju Społecznego



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



eksperymentujemy jeszcze za często w obszarach, które jawią się jako bardziej ryzykowne. Ciekawe jest też to, że firmy z bliźniaków 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, ale również 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



Fundusze Europejskie
dla Rozwoju Społecznego



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



skorzystać z potencjału AI, firmy w Polsce muszą inwestować nie tylko w narzędzia, ale 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.

Kontakt dla mediów w sprawie Bilansu Kapitału Ludzkiego:

Marta Dąbrowska

marta_dabrowska@parp.gov.pl

Tel. 518 484 339



Fundusze Europejskie
dla Rozwoju Społecznego



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską

