



Kontakt dla mediów:

e-mail: media@parp.gov.pl

Informacja prasowa

Warszawa, 22.04.2025 r.

Czy polskie firmy są gotowe na AI? Najnowsze wyniki badania Bilansu Kapitału Ludzkiego

Sztuczna inteligencja w polskich firmach wciąż raczkuje. Aktywnie korzysta z niej 23% przedsiębiorstw, a 77% nie wdrożyło tej technologii. Co więcej, niewiele organizacji jest dziś przygotowanych, by wykorzystywać jej potencjał strategicznie. To oznacza, że wiele firm może w najbliższych latach stracić konkurencyjność wobec bardziej zaawansowanych technologicznie podmiotów. Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości (PARP) oraz Uniwersytet Jagielloński przeprowadzili unikatowe badanie w ramach projektu Bilans Kapitału Ludzkiego dotyczące gotowości polskich firm do wdrażania sztucznej inteligencji.

Badanie objęło analizę 25 par firm bliźniaczych oraz badanie ilościowe wśród 1822 pracodawców z 12 branż o największym potencjale AI, uzupełnione analizą dostępnych danych. Z tych badań wyłonił się obraz polskich przedsiębiorstw w kontekście wykorzystania AI.

Kto przoduje we wdrażaniu AI?

Oprócz 23% firm już wykorzystujących AI, 11% przedsiębiorstw planuje wdrożenia, a 3% dostrzega potencjał tej technologii. Jednocześnie aż 64% firm pozostaje niezdecydowanych lub nie posiada zdolności wdrożeniowych.

– Polskie firmy stoją dziś przed bardzo konkretnym wyborem: albo zaczną wykorzystywać sztuczną inteligencję strategicznie, albo w ciągu kilku lat zaczną tracić konkurencyjność. AI przestaje być technologiczną ciekawostką, a staje się jednym z ważniejszych czynników rozwoju biznesu. Jako Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości wspieramy firmy w rozwijaniu kompetencji cyfrowych i przygotowaniu do wdrażania nowych technologii – mówi **Joanna Zembaczyńska-Świątek, zastępca prezesa PARP.**

AI najczęściej wykorzystywana jest w firmach działających w branżach IT/telekomunikacja, budowlanej, transportowej, finansowej oraz produkcji pozostałych wyrobów.

Przedsiębiorstwa z tych branż mają wysoki potencjał wykorzystania danych i technologii cyfrowych, co sprzyja automatyzacji, optymalizacji procesów oraz rozwojowi innowacji. Dodatkowo działają one pod dużą presją konkurencyjną i innowacyjną.

Poza tym wdrażanie AI jest dziś silnie powiązane ze skalą działalności i poziomem umiędzynarodowienia firm: sztuczna inteligencja częściej wdrażana jest w dużych i średnich firmach oraz w organizacjach działających międzynarodowo.

Cztery segmenty gotowości: większość firm na początku drogi

Autorzy raportu PARP i UJ wyróżnili **cztery grupy przedsiębiorstw pod względem gotowości do wdrażania AI**. Najliczniejszą stanowią tzw. **tradycjoniści** (46%), którzy częściej postrzegają sztuczną inteligencję jako ryzyko niż szansę rozwojową. Charakteryzują się niskim poziomem kompetencji, słabą infrastrukturą IT oraz brakiem strategii cyfryzacji, a wdrożenia są rzadkie i często realizowane z pomocą zewnętrznych dostawców.

Kolejna grupa to **technologiczni nowicjusze** (36%), którzy zaczynają eksperymentować z AI, głównie w celu poprawy efektywności operacyjnej. Działania te są jednak fragmentaryczne i pozbawione spójnej strategii, a ich skalowanie ograniczają braki kompetencyjne oraz obawy dotyczące kosztów i bezpieczeństwa.

Cyfrowi praktycy (12%) to firmy o wysokiej gotowości, posiadające odpowiednią infrastrukturę i kompetencje. Wykorzystują AI w sposób systemowy w procesach operacyjnych, takich jak analiza danych, automatyzacja czy obsługa klienta.

Najbardziej zaawansowaną grupę stanowią **pionierzy innowacji** (6%), którzy traktują AI jako narzędzie strategiczne. Częściej wdrażają rozwiązania dopasowane do własnych potrzeb i wykorzystują AI do budowania przewagi konkurencyjnej.

– Większość polskich przedsiębiorstw dopiero odkrywa potencjał AI. To sygnał, że bez inwestycji w kompetencje, strategię i infrastrukturę, technologie te pozostaną narzędziem wspierającym pojedyncze procesy, zamiast faktycznie wzmacniać przewagę konkurencyjną. Jednocześnie grupy bardziej zaawansowane, takie jak cyfrowi praktycy czy pionierzy innowacji, udowadniają, że systemowe podejście do AI przynosi wymierne korzyści i może stać się strategicznym atutem firmy – mówi **Anna Szczucka z Centrum Ewaluacji i Analiz Polityk Publicznych UJ**.

AI głównie do zadań operacyjnych

Sztuczna inteligencja najczęściej jest stosowana w procesach biznesowych związanych z planowaniem i logistyką, obsługą klienta, sprzedażą, zarządzaniem ryzykiem oraz rozwojem produktów i usług. W praktyce oznacza to, że większość firm wykorzystuje AI przede wszystkim do optymalizacji istniejących procesów, a nie do budowania przewagi konkurencyjnej.

Badane firmy wciąż w małym stopniu myślą o wdrażaniu AI na poziomie strategicznym. Tymczasem to właśnie integracja AI z procesami decyzyjnymi na poziomie strategicznym przynosi firmom optymalną wartość. Organizacje, które integrują AI z procesami decyzyjnymi na poziomie strategicznym, osiągają wyraźnie wyższy zwrot z inwestycji niż firmy wykorzystujące ją wyłącznie operacyjnie.

– Wyniki badania pokazują, że wyzwaniem nie jest już dostęp do technologii, lecz zdolność organizacji do jej efektywnego wykorzystania przede wszystkim poprzez rozwój kompetencji i budowę spójnej strategii – mówi **Robert Zakrzewski z Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości**.

Największe bariery: kompetencje i infrastruktura

Największymi barierami we wdrażaniu sztucznej inteligencji w polskich firmach pozostają obawy o bezpieczeństwo, wysokie koszty wdrożeń, brak lub niejasność przepisów, brak kompetencji i wiedzy oraz brak dopasowania do potrzeb.

Firmy mniej zaawansowane wskazują głównie bariery finansowe i kompetencyjne, natomiast bardziej dojrzałe organizacje mierzą się z wyzwaniami integracji systemów i zmian organizacyjnych.

Potencjał jest, ale brakuje systemowego podejścia

Wyniki raportu pokazują, że polskie przedsiębiorstwa znajdują się na etapie przejściowym, między eksperymentowaniem a świadomym wykorzystaniem AI. Choć rośnie zainteresowanie technologią, większość firm nadal działa w sposób fragmentaryczny, bez długofalowej strategii.

O sukcesie wdrożeń decyduje nie tylko dostęp do technologii, ale przede wszystkim integracja czterech elementów: strategii, kompetencji, infrastruktury oraz kultury organizacyjnej. Bez ich połączenia AI pozostanie narzędziem wspierającym pojedyncze procesy, a nie źródłem przewagi konkurencyjnej.

[Bilans Kapitału Ludzkiego](#) to największe badanie rynku pracy w Polsce. Projekt realizowany jest przez Polską Agencję Rozwoju Przedsiębiorczości wraz z Uniwersytetem Jagiellońskim od 2009 roku. W ramach projektu realizowane są badania przekrojowe dostarczające ogólnych informacji o sytuacji na rynku pracy oraz badania tematyczne będące odpowiedzią na zapotrzebowanie wynikające z aktualnych trendów na rynku pracy i w gospodarce.

Kontakt dla mediów w sprawie Bilansu Kapitału Ludzkiego:

Marta Dąbrowska

marta_dabrowska@parp.gov.pl

Tel. 518 484 339



Dofinansowane przez
Unię Europejską

