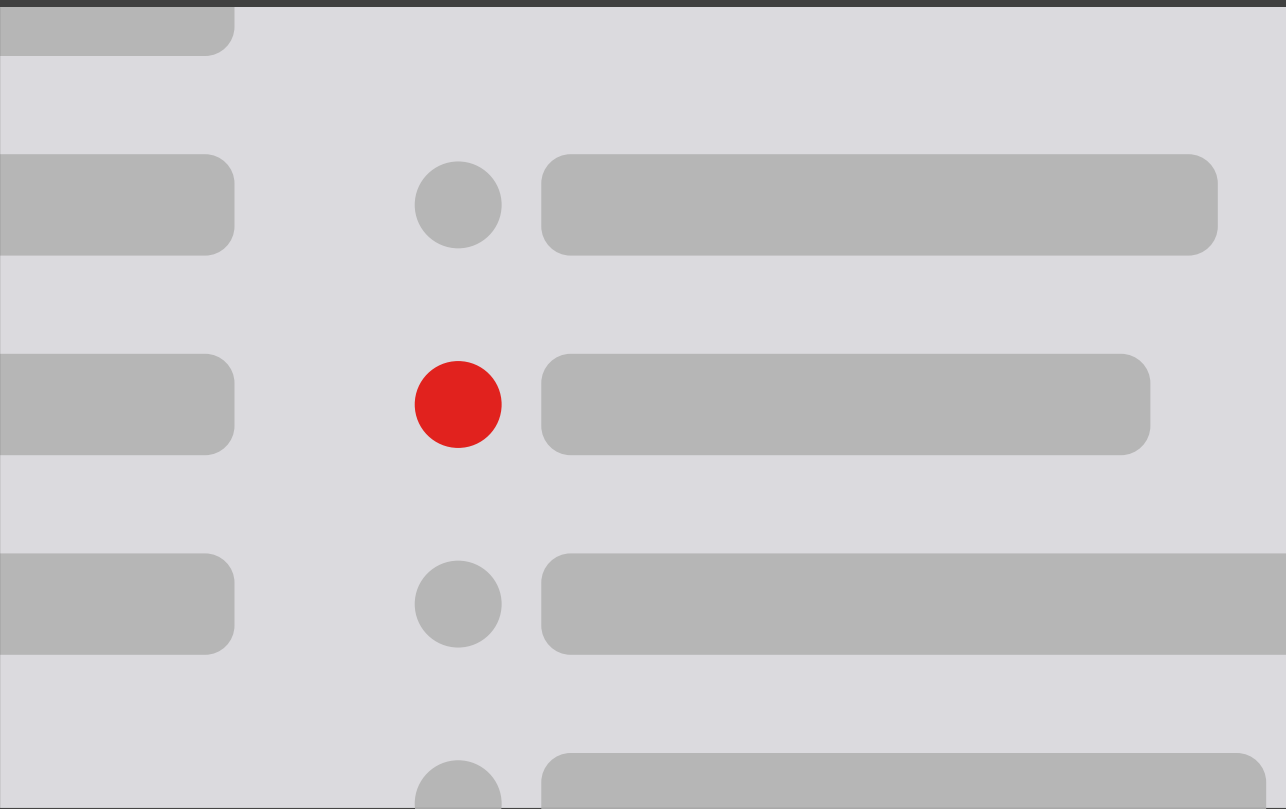




**AI w polskich
przedsiębiorstwach**

Cytowanie: Lesiak, M., Święcicki, I., Witczak, J. (2025), *AI w polskich przedsiębiorstwach*,
Point Paper, nr 5, Polski Instytut Ekonomiczny, Warszawa.

Point Paper 5/2025

Autorzy: Magdalena Lesiak, Ignacy Święcicki, Jakub Witczak

Redakcja merytoryczna: Paweł Śliwowski

Redakcja: Jakub Nowak, Małgorzata Wieteska

Projekt graficzny: Anna Olczak

Skład i łamanie: Tomasz Gałązka

Polski Instytut Ekonomiczny

Al. Jerozolimskie 87

02-001 Warszawa

© Copyright by Polski Instytut Ekonomiczny

Warszawa, wrzesień 2025 r.

Spis treści

Kluczowe wnioski	4
Wprowadzenie	5
Co wpływa na decyzję o korzystaniu ze sztucznej inteligencji?	6
Czym wyróżniają się firmy korzystające lub planujące wykorzystanie AI?	9
Motywacje do korzystania z AI	12
Czy AI wpływa na zatrudnienie?	14
Bibliografia	15
Nota metodologiczna	16

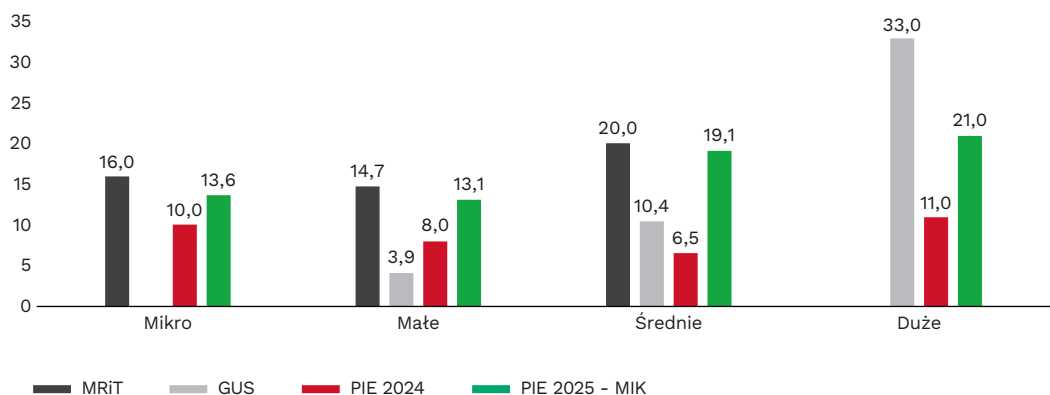
Kluczowe wnioski

- **W zależności od badania, między 5,9 proc. a 16 proc. firm korzysta w Polsce z rozwiązań AI** – wartości te różnią się w zależności od badanej próby, metody pomiaru i czasu realizacji. Firmy korzystające ze sztucznej inteligencji wyróżniają się spośród całej społeczności przedsiębiorstw: w jednym z badań (MRiT) ok. 66 proc. z nich przewiduje wzrost przychodów w najbliższych trzech latach, a przedsiębiorstwa, w których właściciel lub pracownicy cechują się wyższymi kompetencjami cyfrowymi, częściej sięgają po narzędzia oparte na AI. Firmy korzystające z AI są też mocniej włączone w międzynarodowe łańcuchy produkcji niż niekorzystające z AI – niemal 2,5-krotnie częściej obsługują klientów zagranicznych (22 proc. w porównaniu z 9 proc.) i ponad dwukrotnie częściej współpracują z dostawcami spoza Polski (34 proc. w porównaniu z 16 proc.).
- **Jednocześnie zdecydowana większość podmiotów w Polsce nie chce wdrażać sztucznej inteligencji, dopóki nie będzie to konieczne – wskazało tak aż 77 proc. firm, które nie korzystają z AI.** Natomiast 23 proc. z nich planuje wdrożyć tę technologię, przy czym 4 proc. z nich planuje to zrobić w najbliższych 12 miesiącach, a 19 proc. nie określiło jeszcze terminu.
- **Przeprowadzone przez PIE wywiady badawcze wśród przedstawicieli średnich i dużych przedsiębiorstw wskazują, że inicjatywa wdrożenia AI często przychodzi oddolnie, od pracowników i nie wynika ze strategii rozwoju firmy.** Wskazuje to na fakt, że realne wykorzystanie AI w firmach może być na wyższym poziomie niż wynikałoby to z danych statystycznych.
- **Sztuczna inteligencja nie ma obecnie dużego przełożenia na zmiany w zatrudnieniu.** Zgodnie z danymi GUS jedynie 5 proc. firm przemysłowych stosujących AI zauważyło spadek zatrudnienia w wyniku jej wykorzystywania. Pojawiają się natomiast sygnały zmian oczekiwanych kompetencji nowo zatrudnianych pracowników w związku z wykorzystaniem AI przez firmy.

Wprowadzenie

Według oficjalnych danych GUS, w 2024 r. 5,9 proc. polskich firm korzystało ze sztucznej inteligencji [1]¹. Jednak wartość ta istotnie różni się zarówno od wyników innych badań prowadzonych w tym obszarze, jak i w zależności od wielkości firmy. W szczególności badania PIE i MRiT wskazują na wyższe wykorzystanie AI w przedsiębiorstwach mikro i małych (nawet 16 proc. mikro i 15 proc. małych firm) oraz na niższe niż w danych GUS wykorzystanie w dużych przedsiębiorstwach (11 proc. w porównaniu z 33 proc.). Znaczące różnice w uzyskiwanych wynikach, a także szybko zmieniająca się dostępność narzędzi AI utrudniają precyzyjne określenie zasięgu wykorzystania nowej technologii. Wyniki najnowszego badania PIE realizowanego w ramach Miesięcznego Indeksu Konjunktury wskazują, że z generatywnej AI korzysta nawet 19 proc. średnich firm i 21 proc. dużych [7].

Wykres 1. Odsetek firm deklarujących korzystanie ze sztucznej inteligencji w zależności od wielkości i źródła danych



Źródło: opracowanie własne PIE na podstawie danych MRiT [1], GUS [2] oraz PIE [3]; [7].

W niniejszym tekście zestawiamy dane z badań ilościowych z danymi jakościowymi, aby pokazać bardziej zróżnicowany obraz wykorzystania AI w polskich przedsiębiorstwach. Szukamy odpowiedzi na następujące pytania:

1) Co wpływa na korzystanie ze sztucznej inteligencji w polskich firmach?

Do odpowiedzi wykorzystujemy model regresji logistycznej oraz dane zebrane przez Ministerstwo Rozwoju i Technologii [4], a także wywiady z przedstawicielami przedsiębiorstw działających w Polsce [6].

¹ Opis źródeł danych znajduje się w nocie metodologicznej.

2) Czym wyróżniają się firmy korzystające lub planujące wykorzystanie AI?

Porównanie firm korzystających i niekorzystających z AI przeprowadzone zostało na podstawie danych MRIT [4] oraz danych PIE [2]; [3]. Zweryfikowaliśmy również istotność statystyczną zaobserwowanych różnic.

3) Jakie motywacje stoją za wdrażaniem AI?

W odpowiedzi na to pytanie wykorzystaliśmy zarówno dane ilościowe, pochodzące z MRIT [4], jak i przeprowadzone odrębnie wywiady pogłębiane [6].

4) Czy AI wpływa na zatrudnienie?

W tym przypadku omówiliśmy dane GUS dla przedsiębiorstw przemysłowych [5], a także przytoczyliśmy wnioski z przeprowadzonych wywiadów pogłębianych [6]. Odpowiedź nie stanowi całościowej analizy wpływu sztucznej inteligencji na rynek pracy, jest jednak uzupełnieniem wiedzy w tym zakresie o nowe dane.

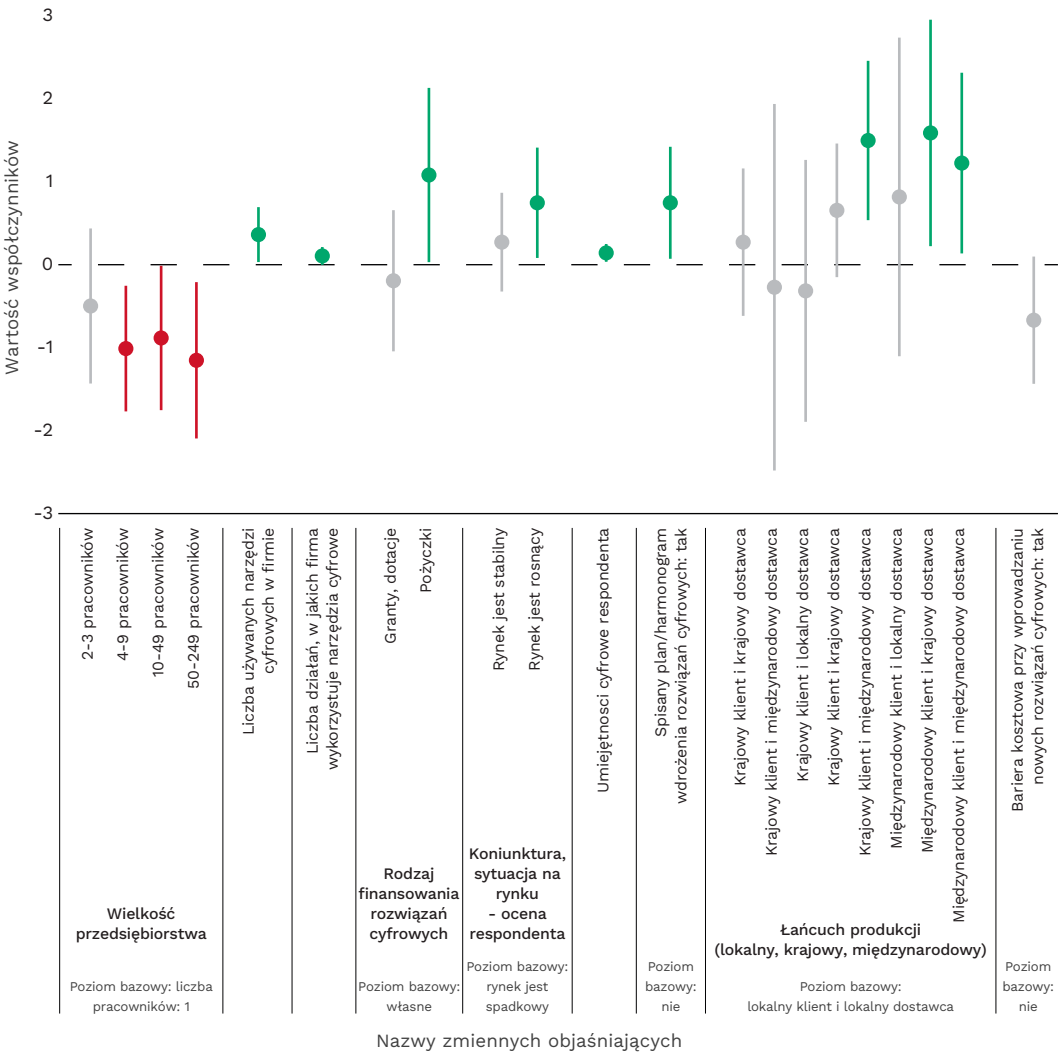
Dodatkowa informacja metodologiczna znajduje się na końcu opracowania.

Co wpływa na decyzję o korzystaniu ze sztucznej inteligencji?

- **Przedsiębiorstwa korzystające z cyfrowych technologii, w których pracownicy i właściciele mają wyższe umiejętności cyfrowe, nawiązując międzynarodową współpracę z klientami lub dostawcami, a jednocześnie oceniają koniunkturę jako korzystną (rosnącą), są bardziej skłonne do korzystania z AI.** Natomiast czynniki demograficzne, branżowe, związane z rodzajem posiadanego kapitału i rodzajem odbiorców (sprzedaż B2B lub B2C) nie mają w badanej próbie przedsiębiorstw istotnego wpływu na korzystanie ze sztucznej inteligencji [4]. Dla wsparcia i zwiększenia poziomu adaptacji AI w przedsiębiorstwach bardzo ważny jest zatem rozwój kompetencji cyfrowych i współpracy międzynarodowej. Odpowiednie finansowanie i staranne planowanie procesów wdrażania sztucznej inteligencji również stanowią istotne czynniki stymulujące jej efektywne wdrażanie.
- **Wykorzystanie sztucznej inteligencji w przedsiębiorstwach przeważnie stanowi kontynuację wcześniejszych wysiłków na rzecz cyfryzacji.** Z naszych analiz wynika, że wraz ze wzrostem poziomu ucyfrowienia przedsiębiorstwa, mierzonego liczbą wykorzystywanych narzędzi cyfrowych oraz zakresem procesów objętych cyfryzacją, zwiększa się prawdopodobieństwo wykorzystania rozwiązań AI [4].
- **Przedsiębiorstwa, które korzystają ze sztucznej inteligencji rzadziej wskazują na bariery kosztowe i kompetencyjne w procesie przyjmowania rozwiązań cyfrowych niż te, które z niej nie korzystają.** Najpowszechniejszą barierą dla cyfryzacji, podnoszoną przez firmy, które nie korzystają z AI, są zbyt wysokie koszty rozwiązań cyfrowych (18 proc.

wobec 10 proc. w firmach korzystających z tej technologii). Firmy niekorzystające z AI zauważalnie częściej wskazywały także na braki gotowości kadry oraz potrzebę szkolenia pracowników jako istotne bariery w procesie cyfryzacji [4]. Te przeszkody również można interpretować jako pochodną bariery kosztowej, ze względu na potencjalne koszty pozyskania wykwalifikowanych pracowników z rynku lub zainwestowania środków w szkolenia.

Wykres 2. Wizualizacja współczynników regresji logistycznej – czynniki istotnie wpływające na wdrażanie AI w przedsiębiorstwach



Uwaga: punkty na wykresie to oszacowane współczynniki regresji logistycznej (tzw. estymatory punktowe) dla poszczególnych zmiennych objaśniających. Linie pionowe każdym punkcie ilustrują przedziały ufności. Jeżeli przedział przecina wartość 0 (pozioma, przerywana linia), oznacza to, że efekt jest statystycznie nieistotny (kolor szary), jeżeli znajduje się w całości po jednej ze stron od wartości 0, to efekt jest statystycznie istotny: poniżej – ujemny wpływ na wdrożenie AI (kolor czerwony), powyżej – dodatni wpływ na wdrożenie AI (kolor zielony).

Źródło: opracowanie własne PIE na podstawie danych MRiT [4].

- **Prawdopodobieństwo korzystania z AI jest niższe w przedsiębiorstwach zatrudniających więcej niż jednego pracownika niż w firmach jednoosobowych. To może wydawać się zaskakujące,** zwłaszcza na podstawie analizy danych GUS [1], według których to właśnie duże firmy częściej niż małe i średnie wykorzystują technologię sztucznej inteligencji. Przyczyną różnic może być odmienna konstrukcja próby badawczej lub sposób zadawania pytania. Analizowana próba [4] zawiera dane dotyczące mikroprzedsiębiorstw, w tym firm jednoosobowych, które nie są uwzględniane w badaniach GUS, a nie obejmuje dużych firm (powyżej 250 pracowników). Poza tym w ankiecie GUS szerzej wytłumaczono respondentom co kryje się pod hasłem „sztuczna inteligencja”, podczas gdy w badaniu MRiT definicja AI jest niedoprecyzowana. Może to wpływać na różnice w interpretacjach respondentów i zniekształcenie oszacowań skali wykorzystywania AI w praktyce, zwłaszcza kiedy AI jest zintegrowana z innymi narzędziami. Firmy jednoosobowe i pozostałe mikroprzedsiębiorstwa reprezentowane m.in. przez freelancerów, specjalistów IT czy osoby pracujące zdalnie, mają mniejsze ograniczenia formalne oraz proceduralne i mogą swobodniej testować i wdrażać ogólnodostępne rozwiązania oparte na AI. Szczególnie, że narzędzia, takie jak chatboty, nie wymagają kosztownych inwestycji ani skomplikowanych procesów wdrożeniowych. Niektóre z gotowych narzędzi można określić mianem *plug and play*, z uwagi na to, że użytkownik poznaje funkcje i możliwości narzędzia w procesie wykorzystania.
- **Z kolei wywiady badawcze przeprowadzone przez Polski Instytut Ekonomiczny [6] wśród przedstawicieli średnich i dużych przedsiębiorstw wskazują, że inicjatywa wdrożenia AI często przychodzi oddolnie, od pracowników i nie wynika ze strategii rozwoju firmy.** Może to mieć przełożenie na dane ilościowe – w takim przypadku korzystanie z AI na stanowisku pracy nie przełoży się na zgłoszenie tego w ankiecie wypełnianej przez przedstawiciela dużej firmy, która nie ma oficjalnie wdrożonego takiego narzędzia. Jednym z pojawiających się powodów była zwyczajna ciekawość nowych możliwości, która nie pociągała za sobą początkowych kosztów ani widocznego ryzyka:

Chyba z ciekawości, co możemy zyskać [zaczęliśmy korzystać ze sztucznej inteligencji]. (...) A że [niektóre narzędzia AI] są bezpłatne, to nic nie stało na przeszkodzie, żeby zacząć testować – kierownik w średnim przedsiębiorstwie, branża zakwaterowania i gastronomii (PKD I).

Nie bez znaczenia jest także zwiększona obecność tematów związanych ze sztuczną inteligencją w przestrzeni medialnej i otoczeniu biznesowym.

...wszystkie firmy dokoła zaczęły nagle korzystać [ze sztucznej inteligencji]. Zrobiło się to super modne. (...) też każdy z nas był ciekawy i zaczął próbować samemu wiele rzeczy po prostu robić – dyrektor ds. administracyjnych i kadrowych w średnim przedsiębiorstwie, przemysł lekki (PKD C).

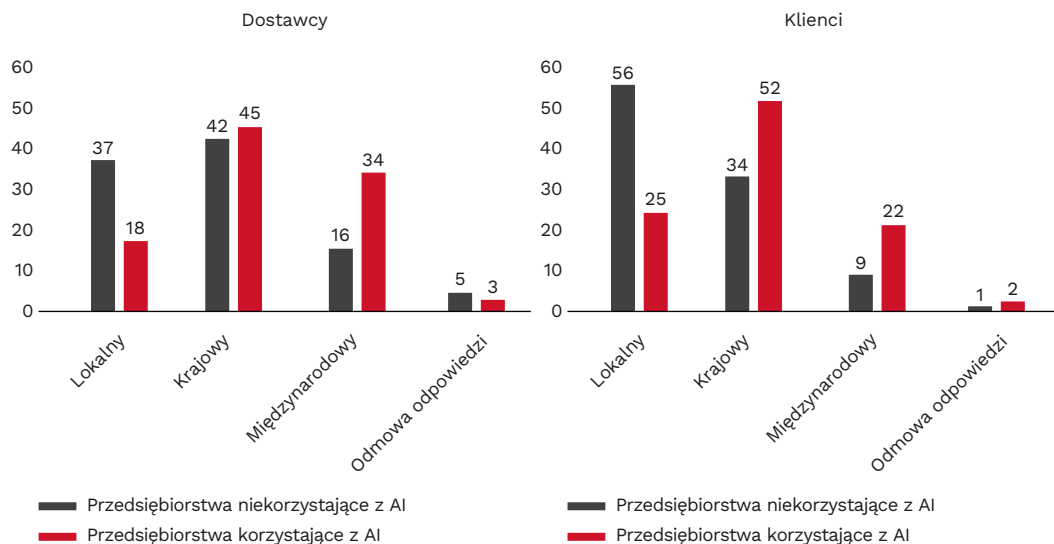
Czym wyróżniają się firmy korzystające lub planujące wykorzystanie AI?

- Skala inwestycji w AI różni się w zależności od branży, w jakiej działa przedsiębiorstwo. Liderem, co nie dziwi, jest sektor ICT, w którym aż 31 proc. realizuje inwestycje związane ze sztuczną inteligencją, podczas gdy w firmach przemysłowych robi to 7 proc., a w budownictwie jedynie 2 proc. **W niektórych silnie ucyfrowionych branżach wykorzystanie sztucznej inteligencji jest już na tyle rozpowszechnione, że przedsiębiorstwa odczuwają presję otoczenia rynkowego na wykorzystanie tych narzędzi [2].**
- Istnieje również wyraźna zależność między pochodzeniem kapitału a tym czy firma dokonuje inwestycji w AI. **Firmy zagraniczne lub z przewagą kapitału zagranicznego częściej deklarują zaangażowanie w inwestycje w AI.** Z kolei aż 89 proc. firm, które nie realizowały inwestycji AI w 2024 r. i nie planowały również ich realizacji w 2025 r., to podmioty wyłącznie z polskim kapitałem [2]. Istnieje również istotny związek między postrzeganiem konkurencji jako bariery w działalności a zaangażowaniem w inwestycje AI. Firmy, które już inwestują w AI, częściej dostrzegają wysoką presję konkurencyjną i prawdopodobnie traktują AI jako narzędzie utrzymania lub zwiększania przewagi rynkowej. Wątek ten pojawia się również w prowadzonych przez nas wywiadach:

(...) ja bym nie powiedział nawet [że wykorzystanie AI to] jakaś przewaga konkurencyjna. Dzisiaj to jest minimum z mojej perspektywy – kierownik ds. produktu w dużym przedsiębiorstwie, branża rozrywkowa (PKD R).

- **Firmy korzystające z AI są mocniej włączone w międzynarodowe łańcuchy produkcji.** 22 proc. z nich deklaruje posiadanie klientów międzynarodowych, a 25 proc. klientów z rynku lokalnego. Dla firm niekorzystających z AI jest to, odpowiednio, 9 proc. i 56 proc. Podobnie wyglądają statystyki dotyczące pochodzenia dostawców (34 proc. i 18 proc. dla firm korzystających z AI, 16 proc. i 37 proc. dla firm niekorzystających) [4]. Podobne wnioski płyną z danych PIE [2], według których spośród firm wykorzystujących AI w 2024 r. 50 proc. prowadziło działalność na rynkach zagranicznych, a 23 proc. firm nie prowadziło i nie planowało takiej działalności [2]. Dane te są spójne z obserwacjami z badań dotyczących robotyzacji czy innych nowoczesnych technologii – często zagraniczni partnerzy oczekują stosowania nowych technologii (Leśniewicz, 2024). Równocześnie zagraniczna konkurencja skłania do unowocześniania produkcji.

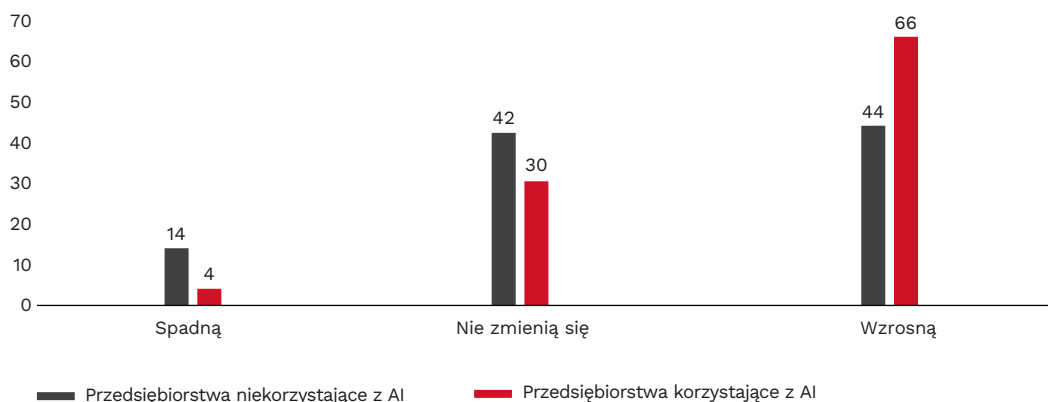
Wykres 3. Obszar pochodzenia dostawców i klientów przedsiębiorstw w podziale na firmy korzystające i niekorzystające z AI (w proc.)



Źródło: opracowanie własne PIE na podstawie danych MRiT [4].

- Firmy korzystające z AI bardziej optymistycznie patrzą na sytuację gospodarczą – zarówno na całym rynku, jak i własnego przedsiębiorstwa.** Ponad połowa (66 proc.) firm korzystających z AI przewidywała, że ich przychody w najbliższych trzech latach wzrosną, co kontrastuje z pozostałymi przedsiębiorstwami, wśród których odsetek ten był niższy o 22 pkt. proc. Dodatkowo firmy niewykorzystujące AI w swoich działaniach częściej wskazywały na przewidywaną stagnację czy nawet spadek przychodów w kolejnych latach [4]. Z danych PIE [2] wynika, że istnieje statystycznie istotny związek między inwestycjami przedsiębiorstw w AI a wielkością szacowanych przychodów (lub zysków). Aż 89 proc. firm, które szacują swoje przychody na poziomie do 50 tys. PLN nie inwestuje w AI i nie planuje takich inwestycji. Ponadto częściej niż przedsiębiorstwa realizujące i planujące inwestycje w AI spodziewają się straty finansowej. Firmy inwestujące w AI (lub planujące) rzadziej należą do grup o najniższych szacowanych przychodach [2].

Wykres 4. Przewidywane kształtowanie się przychodów w najbliższych trzech latach w ocenie przedstawicieli przedsiębiorstw (w proc.)



Źródło: opracowanie własne PIE na podstawie danych MRiT [4].

- **Optymizm dotyczący przyszłości w firmach korzystających z AI może być powiązany z pozytywną oceną wdrażania tej technologii. W prowadzonych wywiadach w zasadzie nie spotkaliśmy się z rozczarowaniem związanym z wykorzystaniem AI.** O ile obecnie korzyści finansowe nie są przeważnie jeszcze widoczne, o tyle firmy spodziewają się takiego efektu w perspektywie kilku lat.

W tej chwili (...) to się wiąże też z pewnymi nakładami, wysyłaniem ludzi na szkolenia, rozpoznawaniem i tak dalej. Liczę, że w perspektywie najbliższych trzech lat, to będzie widać właśnie oszczędność również w tym zakresie – prezes zarządu w średnim przedsiębiorstwie, przemysł lekki (PKD C).

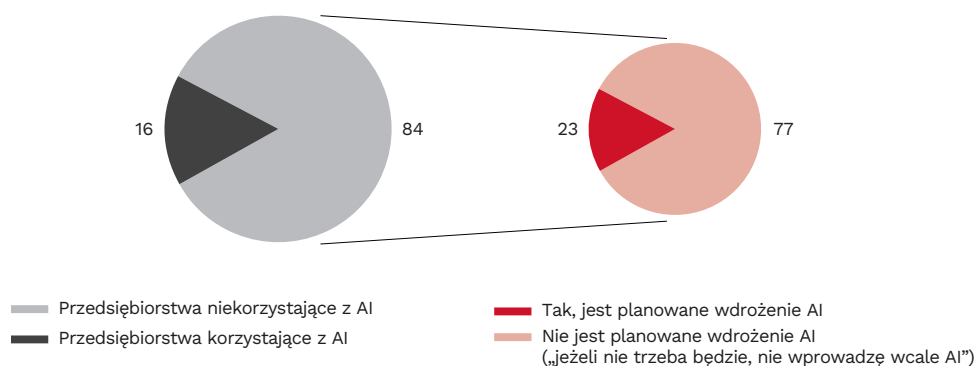
- **Firmy korzystające z AI wskazywały często, że efekty wdrożenia tej technologii przekroczyły ich oczekiwania.** Takie oceny obserwowaliśmy zarówno ze strony przedsiębiorstw korzystających jedynie z ogólnodostępnych i niewymagających skomplikowanego wdrożenia rozwiązań AI, takich jak chatboty, jak również ze strony przedsiębiorstw, które samodzielnie rozwijały narzędzia sztucznej inteligencji na własne potrzeby.

Jeszcze je [pierwotne oczekiwania] znacząco przerosły. Myślę, że tutaj nie ma co oszukiwać. My dość sceptycznie podchodziliśmy początkowo do tego tematu, a w miarę wzrostu i rozwoju różnego rodzaju narzędzi AI, no, czasem aż strach się bać, co będzie za kolejne trzy lata, patrząc, jak to się rozwija. Nie ukrywam, nas bardzo pozytywnie to zaskoczyło i też ponieważ zmodyfikowało strategię rozwoju firmy – kierownik ds. produkcji w dużym przedsiębiorstwie, branża rozrywkowa (PKD R).

Motywacje do korzystania z AI

- Według danych MRiT, 16 proc. przedsiębiorstw korzysta z narzędzi sztucznej inteligencji, a jedynie 23 proc. spośród pozostałych planuje ich wdrożenie. Przy czym 4 proc. niekorzystających deklaruje, że chciałoby to zrobić w najbliższych 12 miesiącach, a 19 proc. nie określa terminu. **Polskie przedsiębiorstwa nie dostrzegają obecnie korzyści, jakie mogą wynikać z inwestycji w AI. Aż 77 proc. przedsiębiorstw, które nie korzystają ze sztucznej inteligencji deklaruje, że w sytuacji braku konieczności, nie zamierza wprowadzać żadnych rozwiązań tego typu [4].**

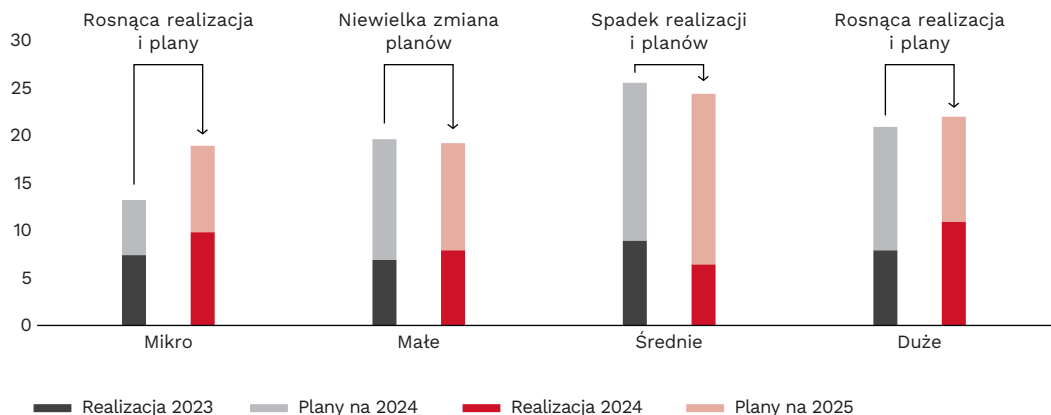
Wykres 5. Podział przedsiębiorstw ze względu na korzystanie ze sztucznej inteligencji (w proc.)



Źródło: opracowanie własne PIE na podstawie danych MRiT [4].

- Na podstawie danych PIE można wskazać, że w 2023 r. 8 proc., a w 2024 r. 9 proc. przedsiębiorstw realizowało inwestycje w AI [2]; [3]. Co ciekawe, odsetek firm korzystających lub deklarujących chęć skorzystania z AI zmienił się znacząco jedynie w przypadku badanych mikroprzedsiębiorstw. Dla większych podmiotów różnice między 2023 r. a 2024 r. były niewielkie (wśród średnich firm zanotowano nawet spadek odsetka deklarujących wdrożenie bądź plany wdrożenia AI).

Wykres 6. Odsetek firm deklarujących korzystanie z AI oraz plany wdrożenia tej technologii w latach 2023-2025



Źródło: opracowanie własne PIE na podstawie danych PIE [2]; [3].

- **Firmy wdrażające narzędzia cyfrowe – w tym sztuczną inteligencję – najczęściej kierują się ułatwieniem w zarządzaniu, tworzeniem obrazu nowoczesnej firmy, poprawą efektywności i koniecznością dotrzymania kroku konkurencji.** Podobne są główne motywacje firm, które nie wdrażają AI, przy czym dodatkowo wymieniają one również chęć zabezpieczenia się przed cyberzagrożeniami [4].

- Przeprowadzone przez nas wywiady potwierdzają te kierunki myślenia w firmach [6]. Respondenci najczęściej wskazywali na korzyści w postaci oszczędności czasu. Pojawiał się również wątek konkurencji – naśladowanie innych firm albo forma wyprzedzania rynku.

(...) przy pozyskiwaniu chociażby nowych klientów, tworzeniu raportów, tworzeniu jakichś prezentacji, tworzeniu materiałów graficznych, materiałów wideo, tutaj rzeczywiście widać, że tego czasu możemy poświęcić mniej (...) i wiadomo, że to też jest związane z mniejszymi kosztami – dyrektor ds. treści społecznościowych, kreatywnych i cyfrowych w średnim przedsiębiorstwie, branża reklamowa (PKD M).

Nie mieliśmy wyjścia [żeby nie wdrażać AI], bo to jest narzucenie jakiegoś takiego ducha czasu w branży – prezes średniego przedsiębiorstwa, branża filmowa (PKD J).

- **Obecna fala innowacji technologicznej wyróżnia się na tle poprzednich większą możliwością oddolnego podejmowania działań wdrożeniowych.** To od pracowników, szczególnie młodych, pochodzi impuls do wykorzystania AI i wyprzedza decyzje podejmowane przez zarządy:

...mamy trochę młodych ludzi w pracy i po prostu oni jakby na czasie są z tym wszystkim, więc oni nam wprowadzili [sztuczną inteligencję] (...) i się sprawdziło jak najbardziej – kierownik produkcji w średnim przedsiębiorstwie, lekkie przetwórstwo przemysłowe (PKD C).

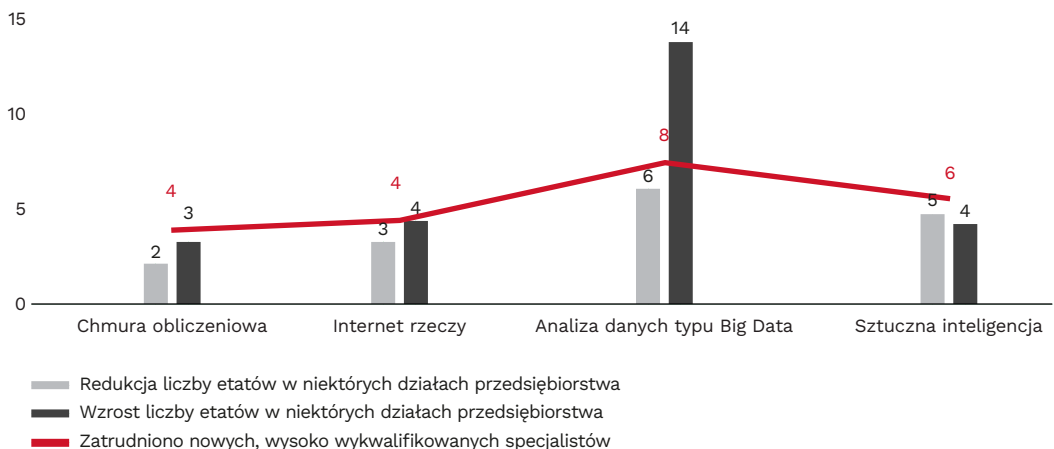
- **Dzieje się tak, ponieważ wiele narzędzi AI jest udostępnianych w wariantach bezpłatnych lub na tyle tanich, że mogą być finansowane z budżetów własnych zespołów czy nawet oddolnie przez pracowników, poszukujących oszczędności własnego czasu.** Te odmienne okoliczności wdrażania technologii wymagają dostosowania firm do zmieniającej się sytuacji.

...to był ruch oddolny, który postanowiliśmy uporządkować i zabezpieczyć, bo jednak ta umowa biznesowa daje nam bezpieczeństwo tych naszych zapytań (...) – dyrektor produkcji w średnim przedsiębiorstwie, przemysł ciężki (PKD C).

Czy AI wpływa na zatrudnienie?

- **Badania GUS prowadzone na firmach przemysłowych wskazują jedynie na bardzo nieznaczny wpływ wykorzystania AI lub też szerzej – nowoczesnych technologii, na zatrudnienie.** Spośród firm deklarujących wdrożenie AI jedynie 5 proc. zaobserwowało spadek liczby etatów związany z wdrożeniem tej technologii. Należy jednak pamiętać, że z AI korzystało jedynie 3 proc. firm biorących udział w tym badaniu [5], a dane były zbierane w 2023 r., czyli na początkowym etapie obecnej fali zmian technologicznych.

Wykres 7. Deklarowane zmiany kadrowe wśród firm korzystających z wybranych technologii cyfrowych w firmach przemysłowych w 2023 r. (w proc.)



Źródło: opracowanie własne PIE na podstawie danych GUS [5].

- Wdrożenie AI prowadzi do zwiększenia popytu na wysoko wykwalifikowanych specjalistów, co może wynikać z rosnącego znaczenia tych technologii dla konkurencyjności przedsiębiorstwa. W przedsiębiorstwach korzystających ze sztucznej inteligencji wśród zatrudnianych wysoko wyspecjalizowanych specjalistów znaleźli się przede wszystkim programiści oraz specjaliści ds. analizy danych.
- W badaniach jakościowych [6] wątek zatrudnienia pojawiał się przede wszystkim w kontekście rekrutacji, ograniczenia popytu na pracowników na stanowiskach juniorskich (w IT) oraz w zmianach zakresu obowiązków.

(...) to jest kwestia kilku osób, które mieliśmy zatrudniać na dane stanowiska, a przez zmianę wizji firmy na dalsze lata, ilość zatrudnienia, jaka miała być w poszczególnych latach do 2030, już na ten moment jest mniejsza niż miała być. (...). Zrezygnowaliśmy z tych stanowisk juniorskich i testowych w dużej mierze. Tu postawiliśmy tylko na stricte senioralne, które są w stanie weryfikować, poprawność danych z AI – dyrektor kadr w średnim przedsiębiorstwie, branża IT (PKD M).

[Zadania] zmieniły się w ten sposób, że część osób musiało przejść do innych działów, dlatego że okazały się już w tym momencie, w tym procesie nie do wykorzystania. Bo już po prostu nie były potrzebne, bo ta czujność, którą musieli się wykazywać, została przeniesiona na wykorzystanie tych narzędzi [AI]. Ale przesunęliśmy ich do innych działów bez zmniejszania wynagrodzenia – prezes zarządu w średnim przedsiębiorstwie, przemysł lekki (PKD C).

Bibliografia

Leśniewicz, F. (2024), *Robotyzacja w Polsce w 2023 roku*, Polski Instytut Ekonomiczny, Warszawa.

Nota metodologiczna

Wyniki opisane powyżej zostały opracowane na podstawie danych pochodzących z następujących źródeł:

[1] Badanie GUS, obejmuje 19,7 tys. przedsiębiorstw zatrudniających o liczbie pracujących 10 i więcej, w tym wszystkie firmy duże (powyżej 250 pracowników). Realizowane jest w pierwszej połowie każdego roku, w formie CAWI. Główny Urząd Statystyczny, *Społeczeństwo Informacyjne w Polsce w 2024 r.*, Warszawa, Szczecin 2024.

[2] Badanie Polskiego Instytutu Ekonomicznego, prowadzone na próbie 1000 przedsiębiorstw (400 mikro, 300 małych, 200 średnich i 100 dużych). Badanie przeprowadzone w grudniu 2024 r., w formie CATI.

[3] Badanie Polskiego Instytutu Ekonomicznego, prowadzone na próbie 1000 przedsiębiorstw (400 mikro, 300 małych, 200 średnich i 100 dużych). Badanie przeprowadzone w listopadzie 2023 r., w formie CATI.

[4] Badanie przeprowadzone na potrzeby projektu realizowanego przez Ministerstwo Rozwoju i Technologii. Obejmowało 650 przedsiębiorstw, w tym 400 mikro, 150 małych i 100 średnich. Zrealizowane metodą CATI, pomiędzy styczniem a marcem 2024 r. Badanie realizowane w ramach projektu *Advancing the digital transformation of Polish enterprises*, finansowanego przez Unię Europejską za pośrednictwem Instrumentu Wsparcia Technicznego (Technical Support Instrument), zarządzanego przez DG REFORM Komisji Europejskiej na rzecz Ministerstwa Rozwoju i Technologii.

[5] Dane z badania GUS pt. *Wykorzystanie zaawansowanych technologii w przemyśle*. Badanie przeprowadzone na początku 2024 r., na próbie 5642 przedsiębiorstw przemysłowych o liczbie pracujących 10 i więcej.

[6] Badanie Polskiego Instytutu Ekonomicznego, prowadzone na próbie 15 przedstawicieli średnich i dużych przedsiębiorstw działających w Polsce, które wykorzystują sztuczną inteligencję. Badanie przeprowadzono w maju i czerwcu 2025 r. w formie IDI.

[7] Badanie Polskiego Instytutu Ekonomicznego, przeprowadzone na próbie 500 przedsiębiorstw (200 mikro, 150 małych, 100 średnich, 50 dużych) we wrześniu 2025 r. techniką CATI, w ramach badań Miesięcznego Indeksu Koniunktury.

Polski Instytut Ekonomiczny

Polski Instytut Ekonomiczny to publiczny *think tank* ekonomiczny z historią sięgającą 1928 roku. Jego obszary badawcze to przede wszystkim makroekonomia, energetyka i klimat, handel zagraniczny, foresight gospodarczy, gospodarka cyfrowa i ekonomia behawioralna. Instytut przygotowuje raporty, analizy i rekomendacje dotyczące kluczowych obszarów gospodarki oraz życia społecznego w Polsce, z uwzględnieniem sytuacji międzynarodowej.