

AI w polskich firmach – od sceptycyzmu do wzrostu zainteresowania [RAPORT EFL]



Już niemal 70 lat minęło od chwili, gdy po raz pierwszy użyto terminu sztuczna inteligencja. Jednak dopiero ostatnie lata przyniosły prawdziwą rewolucję w tej dziedzinie. Z narzędzia tego coraz odważniej korzystają zarówno największe korporacje, jak i mniejsze przedsiębiorstwa. Autorzy [nowego raportu EFL](#) zbadali popularność AI w polskim biznesie oraz jej zastosowanie w konkretnych branżach.

Polscy przedsiębiorcy coraz bardziej przekonani do AI

Od sztucznej inteligencji nie ma odwrotu, co potwierdza wzrost zainteresowania nią w polskich firmach. **W 2024 r. odsetek przedsiębiorstw wykorzystujących technologie AI wzrósł z 3,7% do 5,9%.** Jednak wśród dużych firm używała ich już co dziesiąta. Zainteresowanie w 2024 r. wyraźnie wzrosło także w sektorze MŚP.

Aby skutecznie analizować to zjawisko, EFL opracował nowe narzędzie o nazwie **Barometr AI**. Jego pierwszy odczyt wskazuje, że MŚP w pierwszym półroczu 2025 r. widzą **bardzo dobre perspektywy rozwoju** projektów, które wykorzystują sztuczną inteligencję w swoich strukturach.

Duża szansa na rozwój, ale także zagrożenia i bariery

Sztuczna inteligencja może być silnym impulsem do rozwoju – zarówno dla pojedynczych firm różnej wielkości, jak i całych branż. Już teraz przyspiesza obsługę klienta dzięki chatbotom, wspiera pracowników w codziennych zadaniach oraz usprawnia rekrutację i

zarządzanie kadrami. Z kolei w finansach pomaga analizować dokumenty, wykrywać błędy i prognozować przepływy pieniężne, co ułatwia planowanie budżetu i strategii firmy.

Mimo tych wszystkich udogodnień **sztuczna inteligencja może rodzić pewne wątpliwości przedsiębiorców**. To nie tylko lęk przed nieznanym, lecz także kwestia przestrzegania praw autorskich, bezpieczeństwa przetwarzania danych czy ryzyka generowania błędnych treści. Istotne bariery dla wdrożenia AI w firmach to też między innymi: brak zasobów ludzkich i odpowiedniej wiedzy, zbyt wysokie koszty czy niekompatybilność z posiadanym sprzętem, oprogramowaniem lub systemami.

– *Sztuczna inteligencja dynamicznie zmienia sposób funkcjonowania firm, optymalizując procesy i umożliwiając lepsze decyzje biznesowe. Jej potencjał w automatyzacji, analizie danych i personalizacji usług jest ogromny, ale niesie też wyzwania związane z etyką i bezpieczeństwem. Kluczowe będzie strategiczne podejście do wdrożeń AI, szczególnie w organizacjach regulowanych, gdzie konieczne jest pogodzenie innowacji z normami prawnymi i korporacyjnymi* – mówi **Adam Mioduszeński, kierownik Zespołu Projektowania Innowacji w EFL**.

Jedne branże kochają AI, inne wciąż się wahają

Według danych GUS w 2024 r. **po technologie oparte na AI najczęściej sięgano w procesach związanych z marketingiem i sprzedażą**. Potwierdza to badanie Polskiego Instytutu Ekonomicznego, w którym sektor handlu (zaraz po usługach) wykazał najmniejszy sceptycyzm wobec sztucznej inteligencji. Wszechstronne zastosowanie AI w tej branży dotyczy m.in. przewidywania decyzji klientów, kształtowania cen w czasie rzeczywistym, tworzenia spersonalizowanych ofert czy raportowania. Z kolei dla marketingowców potężnym narzędziem stała się generatywna sztuczna inteligencja.

Na przeciwnym biegunie znalazła się **branża logistyczna, która według GUS najrzadziej wykorzystywała sztuczną inteligencję**. Chociaż AI nie zastąpi kierowców zawodowych (których w Polsce brakuje ok. 120 tys.), a autonomiczne ciężarówki to jeszcze odległa przyszłość, to możliwości jej zastosowania w logistyce są bardzo szerokie. Przykładowo pomaga planować łańcuch dostaw, prognozować popyt i lepiej zarządzać zapasami, a w transporcie umożliwia optymalizację tras na podstawie różnych czynników.

Więcej ciekawych wniosków można znaleźć w pełnej wersji raportu EFL [„AI w codziennym biznesie”](#).