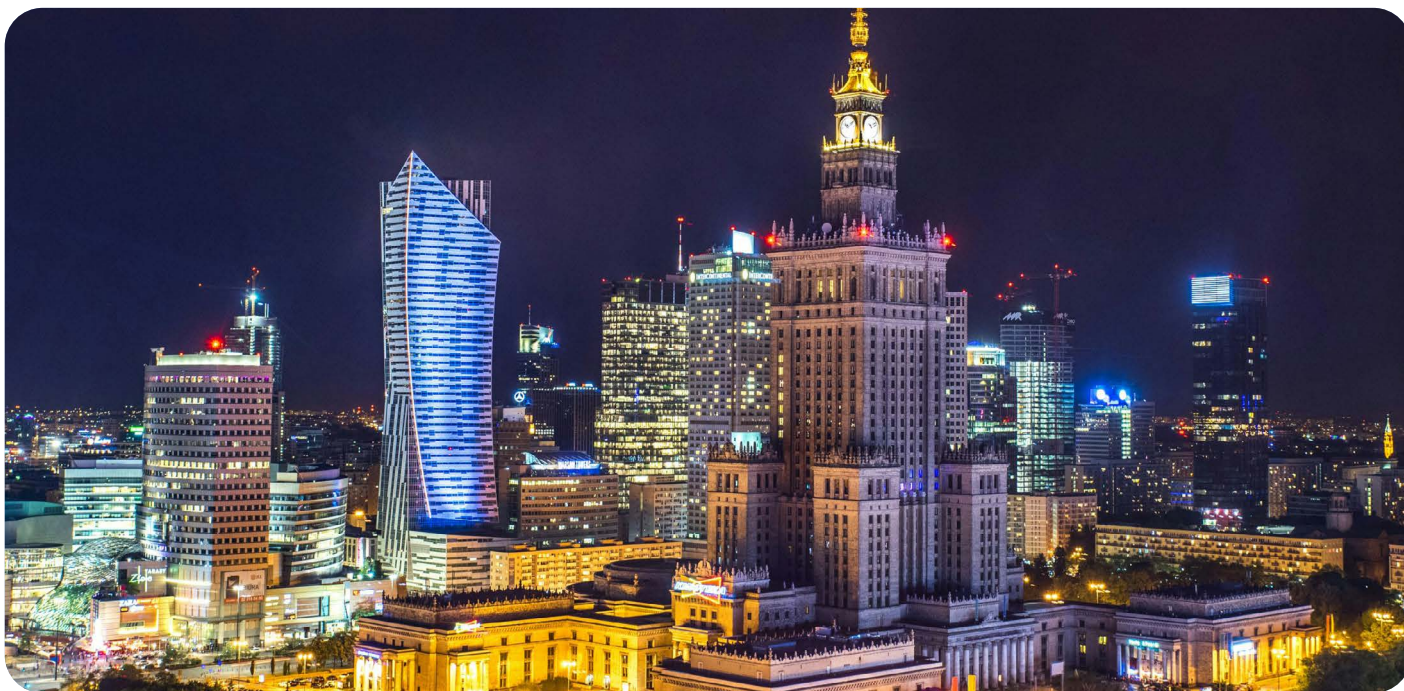




UWOLNIENIE POTENCJAŁU AI W POLSCE 2026

Nadchodzi kolejna fala AI – Polska musi działać, aby wykorzystać jej wpływ

Polska umacnia pozycję jednego z najszybciej rozwijających się rynków AI w Europie. Wdrażanie sztucznej inteligencji gwałtownie rośnie i coraz więcej firm integruje AI ze swoją działalnością, nadaje jej strategiczny priorytet i szybko odnotowuje wzrost produktywności, efektywności i innowacyjności. Polska prezentuje silną dynamikę rozwoju: AI dotarła do **48%** polskich firm, w porównaniu z **34%** w ubiegłym roku, co stanowi wzrost o **41%** rok do roku, co stanowi drugi pod względem szybkości wzrost w Europie. Wdrożenie chmury wzrosło do **61%** z **44%**. Trendy te odzwierciedlają nie tylko rosnącą popularność, ale także szerszy zwrot w kierunku modeli biznesowych opartych na technologii cyfrowej i duży apetyt na nowe technologie w celu generowania wzrostu. Kolejna faza rozwoju sztucznej inteligencji nie będzie jednak zależać wyłącznie od jej wdrożenia.

Obecnie kształtuje się nowa fala AI – zmierzająca w kierunku bardziej zaawansowanych, autonomicznych i zintegrowanych systemów. Technologie takie jak agentowa AI, zaawansowane uczenie maszynowe i automatyzacja oparta na sztucznej inteligencji zaczynają fundamentalnie zmieniać sposób funkcjonowania przedsiębiorstw. Systemy te potrafią planować, rozumować i działać w ramach złożonych przepływów pracy, umożliwiając firmom nie tylko optymalizację istniejących procesów, ale także ich całkowite przeprojektowywanie, tworzenie nowych produktów i usług oraz odblokowywanie nowych źródeł wzrostu.

Jednocześnie cykle wprowadzania innowacji gwałtownie się skracają. W miarę rozwoju możliwości sztucznej inteligencji znacząco wzrasta szybkość, z jaką przedsiębiorstwa mogą opracowywać, testować i wdrażać nowe produkty i usługi. Zmienia to dynamikę konkurencji: od firm oczekuje się szybszego przechodzenia od pomysłu do realizacji, szybszej iteracji i reagowania w czasie rzeczywistym na zmieniające się warunki rynkowe. Wzrost produktywności i krótsze cykle innowacji odgrywają krytyczną rolę w napędzaniu wzrostu, umożliwiając przedsiębiorstwom szybsze wprowadzanie nowych ofert na rynek i zwiększając ich zdolność konkurencyjną. Zmiany mają również szersze implikacje społeczne, ponieważ wspierają rozwój nowych rozwiązań, które mogą poprawić jakość życia, zwłaszcza w obszarach, które obywatele uznają za priorytetowe w kontekście transformacji cyfrowej, w tym w ochronie zdrowia, edukacji i energetyce.

Obecna dynamika sprawia, że prawdziwą wartość ekonomiczną AI będą w coraz większym stopniu realizować nie ci, którzy ją po prostu wykorzystują, lecz ci, którzy wdrażają ją na szeroką skalę w zaawansowany sposób.

Choć wiele polskich przedsiębiorstw zaczęło wdrażać AI, tylko niewielka część z nich wykorzystuje ją w zaawansowany sposób, gdzie AI stanowi rdzeń kluczowych systemów, jest połączona z wieloma funkcjami lub jest wykorzystywana do przeprowadzania kompleksowych transformacji. W miarę jak technologie AI nowej generacji skracają cykle innowacji i obniżają bariery utrudniające wprowadzanie zmian, luka między podstawowym przyjęciem a zaawansowanym wdrożeniem ma coraz większe konsekwencje.

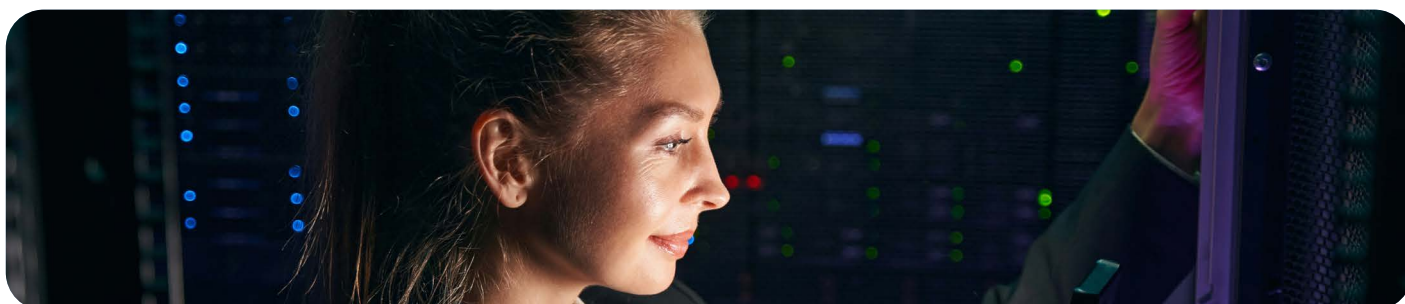
Polska wypracowała silną dynamikę w zakresie wdrażania AI, ale pełne wykorzystanie jej potencjału ekonomicznego zależeć będzie od tego, jak szybko przedsiębiorstwa przejdą do kolejnej fazy. Jeśli nie nastąpi szybszy postęp w kierunku zaawansowanej AI nowej generacji i jeśli nie zostaną wyeliminowane główne bariery, takie jak niedobory umiejętności, ograniczenia finansowe i złożoność przepisów, Polsce grozi pogłębienie się przepaści między firmami-liderami a tymi, które pozostają w tyle.

Obecnie wyzwaniem nie jest to, czy Polska wdroży AI, ale czy będzie w stanie wykorzystać kolejną falę AI do generowania realnych korzyści biznesowych: przyspieszania innowacji, umożliwiania nowych modeli biznesowych i wzmacniania długoterminowej konkurencyjności w globalnej gospodarce coraz bardziej opartej na AI.

Niniejszy raport opiera się na ogólnopolskim badaniu reprezentatywnym przeprowadzonym na grupie 1000 polskich firm i 1000 obywateli Polski, mającym na celu ocenę stanu wdrażania AI, jej wpływu na gospodarkę oraz barier utrudniających dalszy rozwój. Analizuje, w jaki sposób przedsiębiorstwa wykorzystują obecnie AI, na ile są gotowe na technologie nowej generacji oraz z jakimi wyzwaniami muszą się zmierzyć, aby zwiększyć skalę wdrażania tej technologii. Raport przedstawia również nastawienie opinii publicznej do transformacji cyfrowej i priorytetów inwestycyjnych, zapewniając holistyczny obraz tego, w jaki sposób AI zmienia gospodarkę i społeczeństwo Polski, a także wskazuje, gdzie należy podjąć działania, aby zapewnić szerokie korzystanie z jej dobrodziejstw.

Kluczowe ustalenia

- Wdrożenie AI w Polsce nadal szybko się zwiększa – wdrożyło już ją **48%** polskich firm, w porównaniu z **34%** [w ubiegłym roku](#). Oznacza to **41%** wzrost rok do roku – to drugi pod względem szybkości wzrost rok do roku w Europie.
- Jednak tylko **16%** polskich firm wdrażających AI wybrało najbardziej zaawansowane scenariusze jej wykorzystywania – jest to wynik nieznacznie niższy od średniej europejskiej wynoszącej **22%**.
- **47%** polskich MŚP deklaruje, że wdrożyło technologie AI, przy czym **15%** korzysta z zaawansowanych scenariuszy użycia AI, a **32%** z podstawowych narzędzi AI.
- We wdrażaniu AI przodują startupy – **72%** z nich wdrożyło AI, a **41%** z nich jest na najbardziej zaawansowanym etapie.
- Wdrożenie AI w sektorze usług finansowych – wiodącej branży w Polsce – wynosi **58%** w porównaniu z innymi ważnymi branżami w Polsce, takimi jak telekomunikacja (**52%**) i energetyka (**43%**).
- Branże wiodące w zakresie wykorzystywania zaawansowanej AI obejmują usługi finansowe (**26%**), telekomunikację (**23%**) oraz technologie i usługi informatyczne (**21%**), co odzwierciedla wyższy poziom dojrzałości cyfrowej i inwestycji w technologie oparte na danych.
- Stopień wykorzystywania rozwiązań chmurowych jest równie wysoki: technologie chmurowe wdrożyło **61%** przedsiębiorstw, podczas gdy w ubiegłym roku odsetek ten wyniósł **44%**, co oznacza wzrost o **39%** w porównaniu z rokiem poprzednim.
- **74%** firm wdrażających AI twierdzi, że w ciągu ostatnich dwóch lat zaobserwowało wzrost tempa innowacji; wśród startupów odsetek ten wynosi **92%**. AI jest głównym motorem tych zmian (**44%**).
- AI stała się obecnie strategicznym priorytetem większości przedsiębiorstw: **69%** firm twierdzi, że wdrożenie AI jest priorytetem najwyższym lub wysokim, podczas gdy **72%** twierdzi, że AI odgrywa kluczową lub ważną rolę w ich ogólnej strategii biznesowej.





Rosnące wykluczenie cyfrowe: wiele firm nie korzysta z zaawansowanych narzędzi AI

Choć adopcja AI przyspiesza, samo skupianie się na danych o liczbie firm korzystających z rozwiązań AI grozi pominięciem istotnych trendów w polskiej gospodarce. Tylko **16%** polskich przedsiębiorstw wdrażających AI wykorzystuje najbardziej zaawansowane scenariusze użycia AI. Firmy robią to – w celu transformacji, wdrażając zaawansowane systemy AI, łącząc wiele modeli, budując rozwiązania dostosowane do potrzeb lub integrując możliwości agentowe i autonomiczne w ramach swoich operacji. To wzrost z **13%** w ubiegłym roku, ale wciąż poniżej średniej europejskiej wynoszącej **22%**.

Przy obecnym tempie postępu osiągnięcie takiego poziomu zaawansowania wykorzystania AI zajęłoby około pięciu lat – nawet połowie polskich firm wdrażających tę technologię. Jest to istotne, ponieważ to właśnie na tym etapie można zaobserwować największy wzrost produktywności, największą przewagę konkurencyjną i największe efekty zewnętrzne innowacji. Transformacyjna AI nie polega jedynie na poprawie efektywności istniejących przepływów pracy; umożliwia ona tworzenie zupełnie nowych produktów i usług, nowych dróg docierania do rynku i zasadniczo odmiennych modeli operacyjnych.

Istnieją dowody na występowanie podziału między przedsiębiorstwami wdrażającymi zaawansowane scenariusze użycia AI a pozostałymi przedsiębiorstwami, gdzie po prostu korzysta się z wybranych narzędzi AI. Chociaż **28%** przedsiębiorstw wdrażających AI podaje, że w ciągu ostatniego roku wprowadziło na rynek nowy produkt lub usługę opartą na AI, większość nadal korzysta z AI przede wszystkim w celu optymalizacji istniejących procesów, a nie tworzenia nowych źródeł wzrostu. Sugeruje to, że w przypadku wielu firm wdrożenie AI nie przełożyło się jeszcze na innowacyjność modelu biznesowego ani na zróżnicowanie rynkowe.

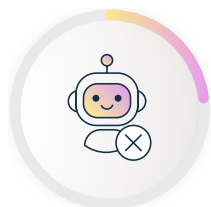
Jeśli chodzi o przedsiębiorstwa w całej Polsce, postęp w zakresie integracji najbardziej zaawansowanych przypadków wykorzystania AI – a co za tym idzie, transformacyjnej innowacji – nie postępuje tak szybko, jak mógłby. Stanowi to znaczący, niewykorzystany potencjał gospodarczy. W miarę pojawiania się technologii AI nowej generacji, które skracają czas innowacji, koszty opóźnień rosną. Przedsiębiorstwa, które nie wyjdą poza podstawowe wdrażanie, ryzykują, że popadną w pułapkę niższej produktywności i mniejszej konkurencyjności – zarówno na rynku krajowym, jak i międzynarodowym.

Stanowi to zasadnicze wyzwanie w zakresie konkurencyjności. W miarę jak cykle innowacji ulegają skróceniu, kluczowym czynnikiem różnicującym staje się możliwość bezpiecznego i skalownego wdrażania zaawansowanej AI. W praktyce oznacza to odejście od odosobnionych projektów pilotażowych na rzecz AI wbudowanej w systemy centralne, wspieranej przez wysokiej jakości dane, silne zarządzanie i specjalistów gotowych na pracę z AI.

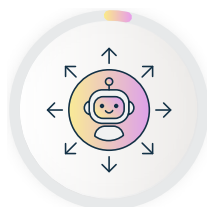
Firmy twierdzą, że nie są jeszcze przygotowane na kolejną falę AI

Technologie AI nowej generacji – takie jak agentowa AI, fizyczna AI i zaawansowana robotyka – odegrają decydującą rolę w kolejnej fazie innowacji opartych na AI. Technologie te wykraczają poza tradycyjne narzędzia AI, umożliwiając systemom autonomiczne planowanie, wnioskowanie i podejmowanie działań w przypadku złożonych zadań. W miarę rozwoju tych możliwości mają one potencjał przekształcania branż, przyspieszania cykli innowacji i tworzenia zupełnie nowych modeli biznesowych.

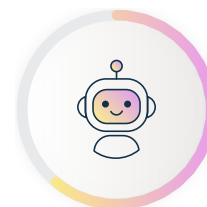
Świadomość istnienia agentowej AI rośnie, ale luka między znajomością a wdrożeniem pozostaje znacząca:



23% polskich firm twierdzi, że słyszało o agentowej AI.



Spośród firm, które znają tę technologię, tylko **3%** zgłasza pełne wdrożenie agentowej AI, podczas gdy **11%** zgłasza, że eksperymentuje z nią lub ją testuje.



Po wyjaśnieniu, na czym polega ta technologia, **61%** respondentów stwierdziło, że planuje wykorzystywać agentową AI lub rozważa taką możliwość, a **16%** zadeklarowało, że nie planuje jej wdrożenia.

Wśród tych, którzy wdrożyli agentową AI, korzyści są już widoczne: **45%** deklaruje szybsze podejmowanie i realizację decyzji, **34%** odnotowuje wzrost efektywności operacyjnej lub produktywności, a **24%** twierdzi, że poprawiła się skalowalność operacji.

Tylko **21%** firm twierdzi, że czuje się w pełni lub bardzo gotowa na wdrożenie technologii AI nowej generacji, podczas gdy wśród startupów odsetek ten wynosi **79%**.

Spośród firm, które deklarują nieprzygotowanie na narzędzia AI nowej generacji, **40%** jako barierę we wdrożeniu tych technologii wskazuje niedobór umiejętności, a **35%** – niewystarczające wewnętrzne zasoby finansowe.

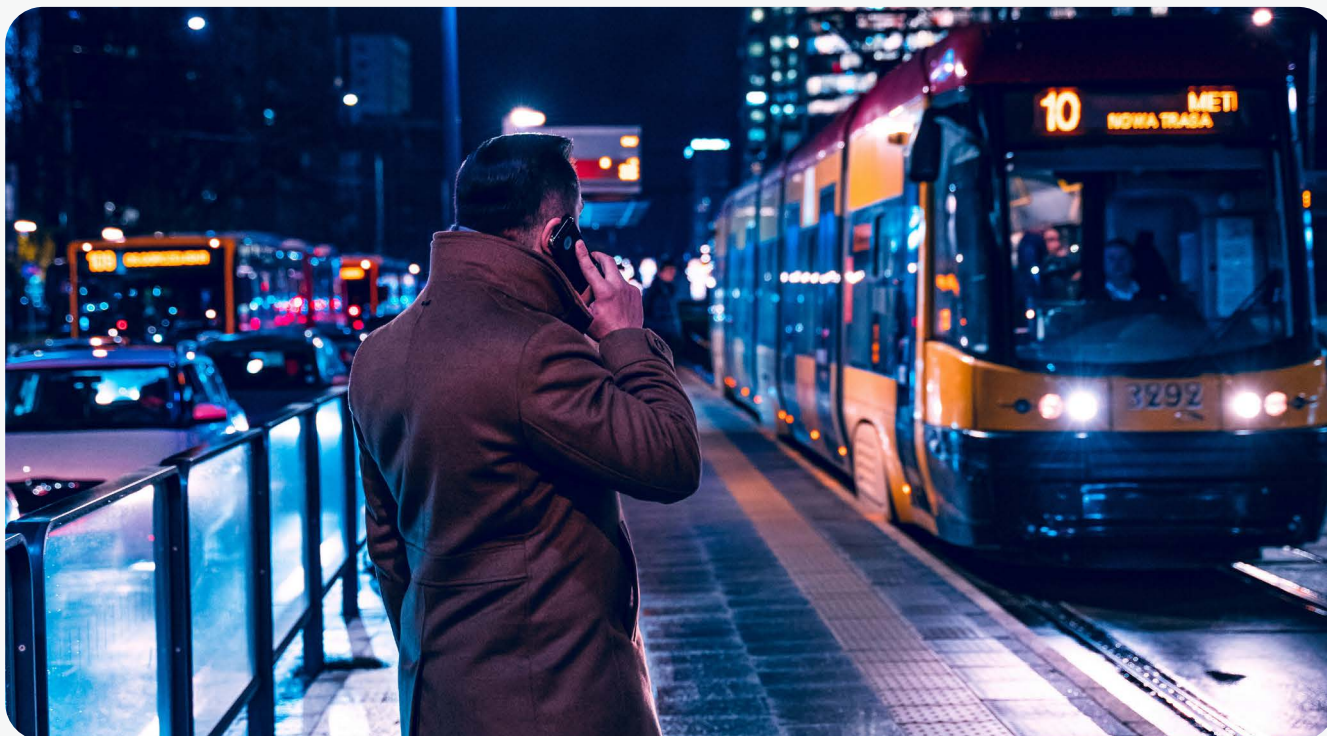
Wyniki te wyraźnie wskazują na niewystarczający poziom przygotowania na nadchodzącą falę AI. Choć rośnie świadomość nowych technologii, takich jak agentowa AI, większość przedsiębiorstw wciąż znajduje się na wczesnym etapie wdrażania i brakuje im możliwości niezbędnych do efektywnego wprowadzania ich na dużą skalę. Bez solidniejszych podstaw w postaci umiejętności, inwestycji i przygotowania organizacyjnego wielu firmom grozi pozostanie w tyle, gdy technologie te przejdą z fazy eksperymentalnej do powszechnego użytku. Zniwelowanie niewystarczającego przygotowania będzie miało kluczowe znaczenie w kontekście umożliwienia przedsiębiorstwom pełnego wykorzystywania zalet AI nowej generacji i zachowania konkurencyjności w coraz szybciej zmieniającym się środowisku innowacji.

Cyberbezpieczeństwo jest w Polsce kwestią kluczową, a firmy wykorzystują AI do walki z najważniejszymi zagrożeniami:

Przedsiębiorstwa wysoko cenią cyberbezpieczeństwo i odporność jako priorytet w zakresie inwestycji publicznych w obszarze technologii i innowacji, przy czym ponad jedna trzecia (**37%**) postrzega cyberbezpieczeństwo i odporność cyfrową jako kluczowe obszary inwestycji. W 2025 roku wydatki na produkty i usługi z zakresu cyberbezpieczeństwa w Polsce wzrosły o około **25%**, osiągając [kwotę około 1 miliarda dolarów](#).

W ciągu ostatniego roku firmy najczęściej zgłaszały poprawę procesów wewnętrznych dzięki wykorzystaniu AI (**52%**) oraz ulepszonych możliwości analizy danych i podejmowania decyzji przy użyciu AI (**47%**), przy czym **28%** wprowadziło na rynek nowe produkty lub usługi oparte na AI, a **31%** zwiększyło cyberbezpieczeństwo za pośrednictwem AI.

T-Mobile Polska: Zmieniamy rozmowy w prawdziwe połączenia z AWS



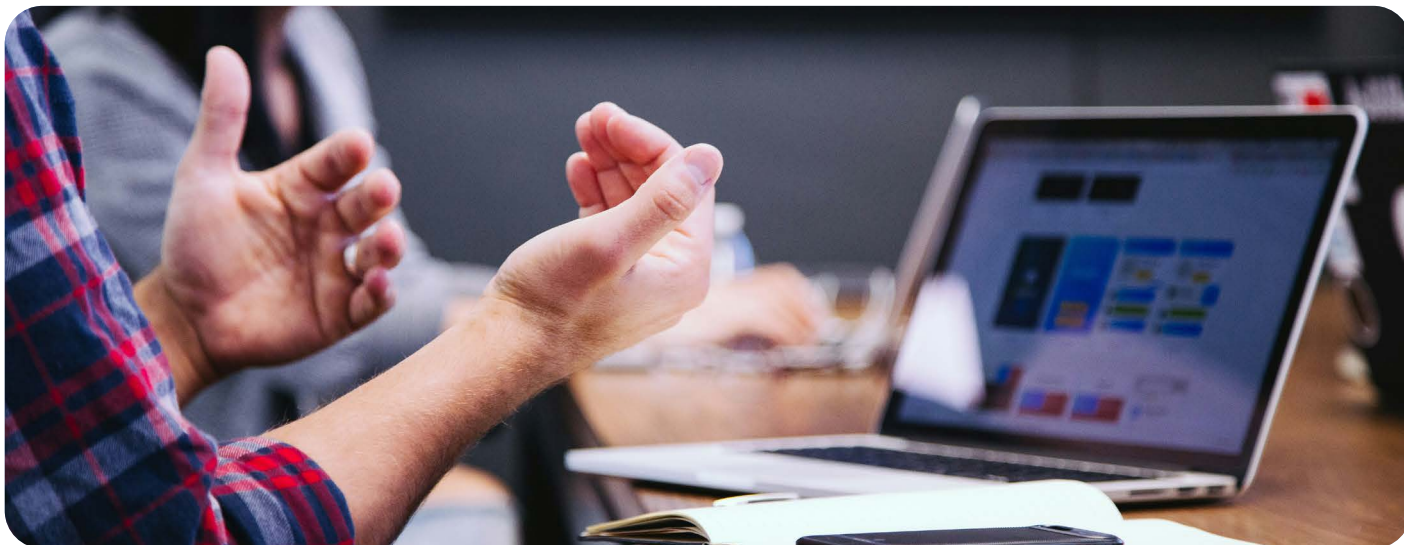
Większość organizacji nie zmaga się dziś z brakiem danych, wyzwaniem jest ich skuteczne wykorzystanie. Szacuje się, że około **70–80%** dostępnych danych nie jest wykorzystywanych w codziennych operacjach, co może sprawiać, że klienci czują się niewysłuchani: „Nie rozumiecie, czego potrzebuję” albo „Dzwoniłem trzy razy i za każdym razem byłem przetączany bez żadnego rozwiązania.” T-Mobile Polska, obsługujący ponad 13 milionów klientów, dobrze znał tę rzeczywistość. Problem nie leżał w braku informacji, lecz brak możliwości wykorzystania właściwych insightów dokładnie w momencie, gdy były najbardziej potrzebne.

W rezultacie T-Mobile Polska przeprojektował sposób, w jaki dane wspierają ludzi w podejmowaniu decyzji biznesowych, wykorzystując nowoczesne rozwiązania technologiczne np. te oferowane przez AWS. Efektem są dwa rozwiązania oparte na sztucznej inteligencji, zbudowane wokół wspólnej zasady: technologia ma służyć ludziom, nie odwrotnie.

Pierwszym rozwiązaniem jest ZapytAI, asystent AI płynnie wkomponowany w codzienną pracę konsultantów, zapewniający szybkie, kontekstowe wsparcie. Dzięki podejściu Retrieval-Augmented Generation oraz wykorzystaniu Amazon Bedrock dostarcza trafne insighty, pełny kontekst i jasne rekomendacje kolejnych działań w czasie rzeczywistym. Uzupełnieniem jest AI-powered Voice Analytics, które przekształca nagrania rozmów w wartościowe wnioski biznesowe. Wykorzystując m.in. Amazon SageMaker, rozwiązanie wspiera organizację w przechodzeniu od rozwiązywania problemów do proaktywnego, zorientowanego na klienta zrozumienia.

Efekty są mierzalne i ludzkie zarazem. ZapytAI skrócił czas wyszukiwania informacji o około **40%** i poprawił trafność odpowiedzi o 20 punktów procentowych. Analityka głosowa (Voice Analytics) przyczyniła się do zmniejszenia odpływu klientów i zwiększenia wzrostu sprzedaży dodatkowych usług. Ale poza liczbami zmiana ma charakter strukturalny: problemy, które wcześniej się zdarzały, są teraz rozwiązywane u źródła, a pracownicy, którzy kiedyś szukali odpowiedzi, są teraz wspierani w czasie rzeczywistym.

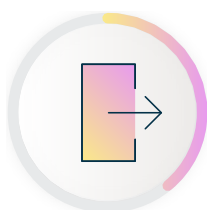
T-Mobile Polska przeszedł drogę od słuchania klientów do ich prawdziwego rozumienia, budując fundament pod doświadczenia napędzane AI w czasie rzeczywistym, które wyprzedzają potrzeby, zanim te się pojawią.



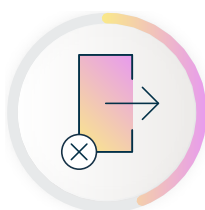
Polska ryzykuje utratą swoich liderów

Choć startupy przodują nie tylko w przyjmowaniu, ale i integrowaniu AI, ta rosnąca przepaść zaczyna teraz zmieniać zdolność Polski do zatrzymywania tych zaawansowanych innowatorów. Startupy z branży AI o dużym potencjale, które powstają w Polsce, rozwijają się w szybkim tempie, ale jednocześnie szybko napotykają ograniczenia w rozwijaniu działalności i wkraczaniu na rynki międzynarodowe. Nasuwa się więc pytanie, czy startupy założone w Polsce będą w stanie rozwijać się w kraju czy też będą zmuszone szukać lepszych warunków i zachęt do rozwoju za granicą. Priorytetem jest zatem przekształcenie Polski w środowisko, w którym skalowanie będzie tak proste, jak rozpoczęcie działalności.

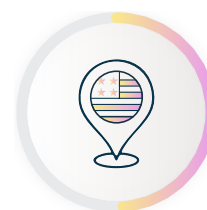
Znaczna część startupów deklaruje gotowość do relokacji w celu zapewnienia sobie szybszego wzrostu.



39% polskich startupów deklaruje, że rozważyłoby opuszczenie Europy, aby rozwinąć swój biznes.



44% twierdzi, że nie rozważałoby wyjazdu.



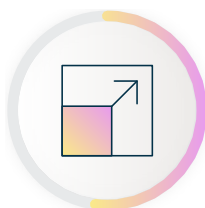
Wśród osób, które stwierdziły, że rozważają opuszczenie Europy, zdecydowanie najczęściej wymienianym kierunkiem są Stany Zjednoczone (**49%**).

Pytane, dlaczego rozważają opuszczenie Europy, startupy konsekwentnie wskazują na swoją zdolność do wzrostu i skalowania.

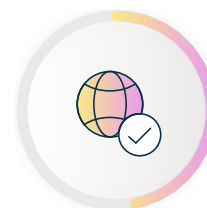
Najczęstsze powody to:



1. większa dostępność finansowania lub inwestycji, wskazywana przez **58%**;



2. możliwość szybszego skalowania na arenie międzynarodowej, wskazywana przez **52%**;



3. lepszy dostęp do rynków globalnych, wskazywany przez **47%**.

Wyniki te potwierdzają główną myśl tegorocznego raportu: w przyspieszonym cyklu innowacji globalny wyścig jest coraz bardziej kształtowany przez szybkość, a założyciele firm będą podążać ścieżkami, które zmniejszają tarcia i skracają czas wprowadzania produktów na rynek.

Jednakże ucieczka założycieli nie jest nieunikniona. Startupy mają jasność co do tego, co mogłoby uczynić Europę bardziej atrakcyjnym środowiskiem do skalowania. Jeśli chodzi o startupy, które twierdzą, że rozważyłyby relokację, czynnikami, które zachęciłyby je do pozostania, są:

1. większa dostępność venture capital i finansowania na wzrost (**56%**);
2. możliwość szybszego skalowania w Europie (**54%**);
3. jaśniejsze i bardziej proporcjonalne regulacje dotyczące AI (**51%**);
4. bardziej przewidywalne i stabilne środowisko polityki technologicznej (**49%**);
5. lepszy dostęp do zaawansowanych technologii i infrastruktury, w tym chmury i centrów danych (**46%**).

56%

54%

51%

49%

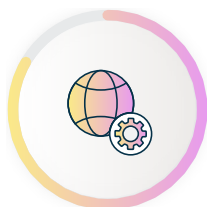
33%

Te dźwignie wpisują się w szerszy plan konkurencyjności: zapewnienie, aby Polska stała się najlepszym miejscem do rozwijania działalności gospodarczej, a także do jej rozpoczynania.



Firmy cenią sobie wybór i elastyczność w środowisku AI i chmury

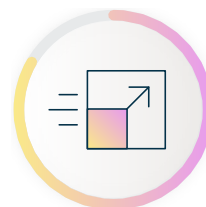
Polskie przedsiębiorstwa konsekwentnie podkreślają znaczenie dostępu do globalnych dostawców technologii, zwłaszcza w kontekście innowacji i ekspansji poza rynki krajowe.



83% firm twierdzi, że dostęp do globalnych firm technologicznych jest ważny dla wdrażania przez nie AI



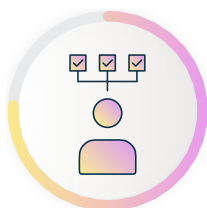
81% uważa, że jest to ważne dla innowacyjności.



84% uważa, że jest to ważne dla szybkiego skalowania.

Firmy podają, że przy wyborze narzędzi i dostawców AI priorytetem jest szybkość, skalowalność, odporność i bezpieczeństwo, a także możliwość dokonywania właściwych wyborów technologicznych na podstawie potrzeb klienta – niezależnie od lokalizacji dostawcy narzędzi.

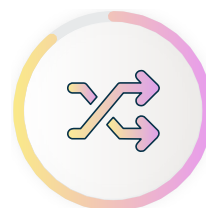
Zamiast polegać wyłącznie na dostawcach krajowych, wiele organizacji działa w ramach ekosystemów mieszanych, wybierając partnerów technologicznych na podstawie ich możliwości i wyników. Jest to odzwierciedlenie pragmatycznego podejścia do wdrażania technologii, w którym przedsiębiorstwa priorytetowo traktują dostęp do najskuteczniejszych dostępnych rozwiązań, niezależnie od tego, gdzie znajduje się ich siedziba lub gdzie znajduje się infrastruktura



76% twierdzi, że ma wystarczającą swobodę wyboru i przełączania się między różnymi dostawcami technologii AI.



71% uważa, że możliwość wyboru i przełączania się jest niezwykle lub bardzo ważna w kontekście wdrażania AI.



89% podaje, że korzysta z różnych dostawców z różnych regionów, zamiast skupiać się głównie na dostawcach z własnego kraju.

W przypadku firm korzystających z usług dostawców spoza swojego kraju uzasadnienie jest jasne i spójne. Do najczęściej podawanych powodów zalicza się dostęp do szerszego zakresu funkcji lub ofert produktów (**56%**), lepszą skalowalność, wydajność lub opcje integracji (**52%**) oraz wiodącą pozycję w obszarze technologii lub bardziej zaawansowane możliwości (**48%**). Dodatkowo **45%** respondentów wskazało na łatwiejsze wdrażanie w wielu krajach, co odzwierciedla znaczenie interoperacyjności i globalnego zasięgu dla firm działających na rynkach międzynarodowych.

Rozważając, gdzie skierować inwestycje publiczne, przedsiębiorstwa skupiają się na kluczowych priorytetach innych niż infrastruktura AI. Jako najwyższe priorytety inwestycji publicznych w ciągu najbliższych 5–10 lat najczęściej wymieniane są: umiejętności, edukacja i szkolenia zawodowe (**51%**), następnie opieka zdrowotna i nauki przyrodnicze (**47%**) oraz bezpieczeństwo energetyczne i zielona transformacja (**43%**), przy czym za kluczowy priorytet uznano również obronność i bezpieczeństwo (**38%**).

Podobnie wśród obywateli obszary najczęściej uznawane za najwyższe priorytety inwestycji publicznych w ciągu najbliższych 5–10 lat to opieka zdrowotna i nauki przyrodnicze (**58%**), następnie umiejętności, edukacja i szkolenia zawodowe (**49%**) oraz transport i infrastruktura fizyczna (**44%**), przy czym za kluczowy priorytet uznano również obronność i bezpieczeństwo (**41%**).

Dane wskazują również na ograniczone zainteresowanie strategiami suwerenności, które zwiększają koszty, nie przynosząc jednocześnie wyraźnych rezultatów w zakresie konkurencyjności. Chociaż inwestycje publiczne w infrastrukturę europejską mogą odgrywać ważną rolę, zwłaszcza we wspieraniu badań, umiejętności i potencjału strategicznego, przedsiębiorstwa wydają się ostrożne w stosunku do inwestycji, które podniosłyby koszty, nie zapewniając jednocześnie większych możliwości: tylko **9%** poparłoby większe inwestycje publiczne w infrastrukturę AI i chmurową w Europie, jeśli skutkowałyby to wyższymi kosztami dla ich firm.

AI szybko zmienia sposób, w jaki wykorzystujemy technologię, aby stawiać czoła największym wyzwaniom współczesnego świata – od opieki zdrowotnej po zmiany klimatu. Wraz ze wzrostem wykorzystywania AI przez przedsiębiorstwa i obywateli badania zlecone przez AWS i przeprowadzone przez Accenture pokazują, że przedsiębiorstwa mogą minimalizować swój wpływ na środowisko, przenosząc obciążenia IT z lokalnej infrastruktury do centrów danych AWS na całym świecie. W raporcie oszacowano, że [infrastruktura AWS jest nawet 4,1](#) razy bardziej wydajna niż infrastruktura lokalna.

PayPo: Jak polski startup fintech przeszedł od jednego serwera do miliardów w transakcjach - z AWS



Polskie środowisko startupowe wydaje na świat firmy, które nie tylko rosną - ale nieustannie się transformują, nie zatrzymując przy tym biznesu. PayPo jest jedną z nich.

Wszystko zaczęło się w 2016 roku pod inną nazwą - NaKreske.pl - z trzema aplikacjami, jednym serwerem i mniej niż dziesięcioma osobami. Czego założycielom brakowało w skali, nadrabiali strategiczną jasnością: od pierwszego dnia podjęto decyzję o budowie natywnie w chmurze, zaś niewiele później wybrano na partnera strategicznego AWS. Nie dlatego, że było to modne - lecz dlatego, że rozumieli, co nadchodzi: gwałtowny wzrost, rygorystyczne regulacje finansowe i konieczność skalowania bez ograniczeń.

To przekonanie okazało się słuszne. Gdy płatności cyfrowe przyspieszyły w czasie pandemii COVID-19, a ruch na skalę Black Friday stał się codzienną normą, PayPo ewoluowało nieprzerwanie. Pierwotna architektura została podzielona na ponad kilkadziesiąt mikroservisów, bazy danych przeniesiono do Amazon Aurora zapewniającego automatyczne skalowanie, a gdy liczba procesów działających w tle - od weryfikacji tożsamości po monitoring przeciwdziałania praniu pieniędzy - stała się zbyt duża dla komunikacji synchronicznej, platforma przeszła na w pełni zdarzeniową

architekturę. Biznes działał przez cały ten czas. Żadna z przebudów nie wymagała zatrzymania.

To właśnie wyzwanie, które nasze badanie identyfikuje: polskie startupy rosną szybko, ale skalowanie bez odpowiedniej infrastruktury podnosi koszt wzrostu. Historia PayPo pokazuje, co jest możliwe, gdy fundament jest właściwy od samego początku. Działając w jednym z najbardziej regulowanych sektorów w Europie, AWS stał się dla PayPo czymś więcej niż infrastrukturą - stał się partnerem w obszarze zgodności z przepisami. Gdy weszły w życie nowe europejskie regulacje finansowe, PayPo było gotowe.

Wyniki mówią same za siebie. W 2025 roku PayPo przetworzyło 22,5 miliona transakcji i zarządzało prognozowanym GMV na poziomie 6,6 miliarda PLN, przy dostępności powyżej **99,95%**. Zespół urosł z mniej niż dziesięciu do około niemal 300 pracowników. W czwartym kwartale 2024 roku uruchomienie karty cyfrowej Visa otworzyło cały rynek BNPL offline - z prognozowanymi 2,8 miliona klientów do 2026 roku.

PayPo nie tylko przeniosło się do chmury. Ewoluowało razem z nią - i zbudowało odporność, która pozwoli mu rosnąć niezależnie od tego, co przyniesie przyszłość.

Usuwanie barier utrudniających głębsze wdrażanie AI

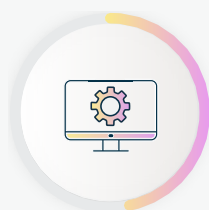
1. Dostęp do wykwalifikowanej siły roboczej i ścieżek finansowania

Brak odpowiednich kompetencji pozostaje główną przeszkodą strukturalną utrudniającą wdrażanie i rozwój AI. Wdrażanie rozwiązań AI na dużą skalę często wymaga stałych inwestycji nie tylko w infrastrukturę i systemy danych, ale także w talenty i możliwości organizacyjne. Wiele przedsiębiorstw twierdzi jednak, że brakuje im zasobów wewnętrznych niezbędnych do przejścia od fazy eksperymentalnej do pełnego wdrożenia.

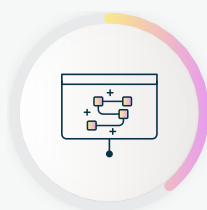
- **46%** polskich firm wskazuje na niedobory kompetencyjne w zakresie AI i umiejętności cyfrowych jako barierę utrudniającą wdrażanie lub rozwijanie AI.
- **41%** wskazuje na niewystarczające wewnętrzne zasoby kadrowe.

Wyzwania te znajdują odzwierciedlenie w ocenie własnych możliwości przez przedsiębiorstwa. Tylko mniejszość deklaruje obecnie posiadanie solidnych umiejętności w zakresie AI, podczas gdy większość twierdzi, że ich umiejętności wymagają doskonalenia:

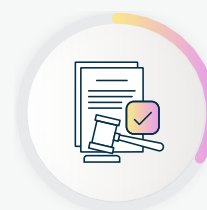
- Tylko **18%** ankietowanych twierdzi, że obecnie posiada solidne umiejętności w zakresie AI.
- **56%** ankietowanych twierdzi, że posiada pewne umiejętności w zakresie AI, ale wymagają one poprawy
- **26%** ankietowanych twierdzi, że dopiero zaczyna rozwijać umiejętności w zakresie AI.
- **82%** ankietowanych spodziewa się, że w ciągu najbliższych pięciu lat umiejętności związane z AI będą odgrywać istotną rolę w ich branży.
- Firmy spodziewają się, że w ciągu najbliższych pięciu lat wzrośnie znaczenie następujących stanowisk technicznych:



deweloper oprogramowania (**47%**)



architekt rozwiązań (**39%**)



inspektor ds. zarządzania
danymi lub prywatności (**33%**)

- Niedobory kompetencyjne najczęściej zgłaszane są w branży technologicznej i usług IT (**54%**), a następnie w usługach finansowych (**49%**) i opiece zdrowotnej (**47%**).
- Ogółem na barierę w zakresie umiejętności związanych z AI wskazuje **45%** MŚP, co pokazuje, że ograniczony dostęp do specjalistycznej wiedzy technicznej nadal spowalnia wdrażanie i skalowanie rozwiązań z zakresu AI w całym ekosystemie polskich MŚP.

Bez lepszego dostępu do wiedzy z zakresu AI i umiejętności cyfrowych wiele firm pozostanie w fazie eksperymentalnej. Zlikwidowanie tej luki jest niezbędne nie tylko w celu zwiększenia skali wdrażania, ale także umożliwienia firmom wprowadzania AI na dużą skalę i przełożenia jej na produktywność i wzrost.

Finanse pozostają drugim ograniczeniem strukturalnym. Wiele firm zgłasza, że brakuje im dedykowanych budżetów na AI, a te, które je mają, często przeznaczają na AI tylko niewielką część wydatków na IT, co ogranicza ich możliwości wyjścia poza projekty pilotażowe i wąskie przypadki użycia:

- **37%** podaje niewystarczające wewnętrzne zasoby finansowe jako barierę.
- **29%** wskazuje na niejasny zwrot z inwestycji lub uzasadnienie biznesowe.

Sugeruje to, że oprócz ograniczeń finansowych wiele przedsiębiorstw może nie posiadać narzędzi, ram lub wewnętrznej wiedzy specjalistycznej potrzebnych do oceny i określenia zwrotu z inwestycji w AI, szczególnie w przypadku bardziej zaawansowanych lub długoterminowych przypadków użycia.

- **43%** twierdzi, że nie ma dedykowanego budżetu na AI.
- **81%** przewiduje, że w ciągu najbliższych trzech lat wydatki na AI będą stanowiły większą część wydatków na IT, a ich udział wzrośnie do **27%** całkowitego budżetu IT.

Bez wystarczających możliwości finansowych przedsiębiorstwa ryzykują ograniczeniem AI do projektów pilotażowych na niewielką skalę zamiast wdrażania jej w całej działalności. Odblokowanie dostępu do finansowania i zwiększenie zaufania do zwrotu z inwestycji w AI będzie miało kluczowe znaczenie w procesie przejścia od wdrażania do transformacji.



2. Radzenie sobie z fragmentacją podczas skalowania

Polskie firmy podają, że nawet tam, gdzie wdrażanie AI postępuje, skalowanie jej na poziomie międzynarodowym wiąże się ze złożonością prawną, wyższymi kosztami zapewnienia zgodności z przepisami i tarciami operacyjnymi, zwłaszcza dla firm działających na wielu rynkach i w różnych środowiskach regulacyjnych.

Te trudności ze skalowaniem pogłębiają się w obliczu większych obciążeń związanych z przestrzeganiem przepisów, z jakimi borykają się już polskie firmy, próbujące radzić sobie z fragmentacją przepisów:

- Polskie firmy szacują, że **40%** całkowitych wydatków na technologię przeznaczają na zapewnienie zgodności z przepisami krajowymi i międzynarodowymi, podczas gdy w ubiegłym roku odsetek ten wynosił **38%**.
- Na pytanie, co składa się na te **40%**, **38%** polskich firm wskazuje na zarządzanie relacjami z organami nadzoru i odpowiedzialnymi organami rządowymi, następnie na konsultacje prawne lub zewnętrzne usługi doradcze (**36%**) oraz szkolenia pracowników w zakresie wymogów dotyczących zapewnienia zgodności (**35%**).
- **79%** ankietowanych uważa, że koszty przestrzegania przepisów wzrosły w ciągu ostatnich trzech lat, a **82%** spodziewa się, że koszty te wzrosną jeszcze bardziej w ciągu najbliższych trzech lat.

W miarę jak przedsiębiorstwa rozszerzają działalność na inne kraje, złożoność regulacji grozi zahamowaniem innowacyjności. Ograniczenie fragmentacji i poprawa przejrzystości będą kluczowe dla umożliwienia firmom efektywnego wdrażania AI i konkutowania na dużą skalę na rynku globalnym.

3. Innowacje bez zachęt

Przedsiębiorstwa zgłaszają, że ograniczone wsparcie zewnętrzne, słabe sygnały popytu i złożone procesy zamówień utrudniają uzasadnienie ryzyka i inwestycji wymaganych do skalowania AI w całej działalności lub opracowywania nowych produktów opartych na AI.

- **59%** polskich firm twierdzi, że wsparcie rządowe – takie jak dotacje lub ulgi podatkowe – ma duże przełożenie na decyzję o wdrożeniu AI.
- **34%** uważa, że brak zachęt i wsparcia zewnętrznego zniechęca do inwestowania w AI.
- **31%** sądzi, że inne priorytety biznesowe są ważniejsze od inwestycji w AI.

Popyt sektora publicznego może pomóc przyspieszyć rozpowszechnianie, jednak zamówienia publiczne pozostają stałą barierą:



35% firm uważa, że skomplikowane lub powolne procesy zamówień publicznych stanowią wyzwanie w kontekście skalowania rozwiązań opartych na AI.



46% twierdzi, że możliwość sprzedaży do sektora rządowego ma kluczowe lub bardzo duże znaczenie przy podejmowaniu przez nie decyzji o wdrożeniu AI.

Bez wyraźnych zachęt przedsiębiorstwa mogą opóźniać inwestycje w AI lub traktować je jako mniej priorytetowe. Wzmocnienie popytu w sektorze publicznym i uproszczenie procesów zamówień publicznych może odegrać kluczową rolę w przyspieszeniu wdrażania AI i wspieraniu wzrostu rynku.

Łącznie bariery te wskazują na wspólne wyzwanie: choć zainteresowanie AI jest duże, warunki niezbędne do jej powszechnego, transformacyjnego wdrożenia nie zostały jeszcze w pełni spełnione. Równoległe rozwiązywanie problemów związanych z umiejętnościami, finansami, regulacjami i popytem będzie kluczowe dla zagwarantowania, że wdrożenie AI w Polsce będzie nie tylko powszechne, ale także głębokie, skalowalne i zdolne do napędzania długoterminowej konkurencyjności.



Rekomendacje: odblokowanie przyszłości AI w Polsce

1. Skalowanie oparte na mocnych stronach Polski

Polska dysponuje już wieloma fundamentami niezbędnymi do konkutowania w przyspieszającej epoce AI. Przedsiębiorstwa twierdzą, że mogą wybierać narzędzia na podstawie efektywności, skalowalności i potrzeb klienta, co jest kluczem do wdrażania AI i innowacji. Umożliwia to firmom nie tylko dostęp do najnowocześniejszych możliwości AI, ale także szybkie dostosowywanie się do rozwoju technologii. W połączeniu z rosnącą bazą cyfrową i coraz bardziej nastawionym na innowacje otoczeniem biznesowym tworzy to solidną platformę, która umożliwi Polsce przejście od wdrażania do transformacji.

Zapytani o to, co jest najważniejsze dla wspierania rozwoju ich biznesu i branży, polscy przedsiębiorcy wskazują na:

- dostęp do najnowocześniejszych narzędzi i usług AI (**62%**)
- inwestycje prywatne i kapitał wysokiego ryzyka (**58%**)
- wykwalifikowana kadra w dziedzinie AI (**55%**)

Przedsiębiorstwa podkreślają również znaczenie możliwości po stronie popytu, zwłaszcza w sektorze publicznym. **46%** twierdzi, że możliwość sprzedaży do sektora rządowego ma kluczowe lub bardzo istotne przełożenie na ich decyzje o wdrożeniu AI, co podkreśla rolę, jaką zamówienia publiczne mogą odegrać we wspieraniu wdrożenia i skalowania.

Zaufanie do szerszego europejskiego ekosystemu pozostaje również stosunkowo silne. **71%** przedsiębiorstw zgadza się, że Europa dysponuje infrastrukturą i ekosystemem niezbędnymi do globalnego skalowania, podczas gdy **57%** ocenia Europę jako wysoce lub dość konkurencyjne globalne centrum AI i innowacji.

Teraz wyzwaniem nie jest budowanie tych fundamentów od podstaw, ale rozwijanie tego, co już działa. Oznacza to zapewnienie, że dostęp do zaawansowanych narzędzi, infrastruktury chmurowej, utalentowanych pracowników i kapitału nie będzie ograniczony do wąskiej grupy wiodących firm, ale będzie rozproszony w całej gospodarce. Przyspieszenie tego procesu będzie kluczowe dla zapewnienia, że innowacyjność nie będzie koncentrowała się w odizolowanych enklawach, lecz stanie się szeroko rozumianym motorem wzrostu produktywności, konkurencyjności i wzrostu gospodarczego w całej Polsce.

2. Przyspieszenie transformacji cyfrowej w różnych branżach

Przedsiębiorstwa stale podkreślają, że ciągła transformacja cyfrowa ma kluczowe znaczenie dla wspierania wzrostu i konkurencyjności w różnych branżach. Wiele firm wskazuje na znaczenie pozytywnego cyklu inwestycji i innowacji opartego na zmodernizowanych procesach biznesowych, komercyjnym zastosowaniu nowych technologii i ciągłych inwestycjach w badania i rozwój. Firmy podkreślają, że wzmocnienie tych obszarów pozwoliłoby im wyjść poza stopniowe usprawnienia i w pełni wykorzystać wartość transformacji cyfrowej i opartej na AI.

Przedsiębiorstwa są również powszechnie przekonane, że dostęp do wykwalifikowanej siły roboczej jest kluczowym czynnikiem umożliwiającym ten proces. Łącznie czynniki te są postrzegane jako kluczowe dla wsparcia polskich firm w zwiększaniu innowacyjności, utrzymywaniu konkurencyjności na arenie międzynarodowej i wykorzystywaniu dynamiki charakteryzującej polski krajobraz innowacyjny.

3. Uczynienie polskiego rządu liderem w dziedzinie wdrażania technologii cyfrowych

Przedsiębiorstwa stale podkreślają znaczenie cyfrowo rozwiniętego sektora publicznego we wspieraniu szerszego wdrażania AI i innowacji w tej dziedzinie. Wiele z nich uważa, że przywództwo rządu w transformacji cyfrowej jest kluczowym sygnałem, który może budować zaufanie, generować popyt i przyspieszać wdrażanie tej technologii w całej gospodarce. Firmy wskazują w szczególności na takie obszary jak opieka zdrowotna, edukacja i usługi publiczne jako obszary o dużym wpływie, w których wykorzystanie AI mogłoby zarówno poprawić sytuację obywateli, jak i wykazać praktyczną wartość tych technologii na dużą skalę.

Znajduje to odzwierciedlenie w nastrojach przedsiębiorców: **53%** polskich firm twierdzi, że chętniej wdroży AI, jeśli zrobi to sektor publiczny. W związku z tym sektor publiczny, który w większym stopniu opiera się na technologii cyfrowej, postrzegany jest nie tylko jako sposób na poprawę jakości usług, ale także jako katalizator szerszego rozwoju rynku – wspomagający innowacyjność, stwarzający szanse dla przedsiębiorstw i wspierający upowszechnianie się AI w całej gospodarce.

4. Zwiększenie dostępu do umiejętności

Polskie firmy stale informują, że przed zwiększeniem wykorzystania AI powstrzymuje je brak umiejętności cyfrowych. Rządy i przedsiębiorstwa muszą ze sobą współpracować, aby wyeliminować tę lukę w umiejętnościach i zapewnić obywatelom umiejętności cyfrowe, których potrzebują do odnoszenia sukcesu – dotyczy to zarówno osób już pracujących, jak i pracowników przyszłości.

Okno transformacji AI się zawęża – Polska musi działać, aby przełożyć wdrożenie na efekty.

Polska wkracza w kolejną fazę wdrażania AI z wyraźnym impetem, ale także z rosnącą potrzebą przełożenia tego impetu na głębszą i szerszą transformację. Zwiększa się popularność tych rozwiązań, rosną inwestycje, a wiele przedsiębiorstw już odczuwa wymierne korzyści w zakresie wzrostu produktywności. Postęp jednak nadal jest nierównomierny. Wykorzystanie zaawansowanej AI jest nadal ograniczone, gotowość na technologie AI nowej generacji w większości sektorów biznesowych jest niska, a zbyt wiele przedsiębiorstw nadal boryka się z ograniczeniami wynikającymi z luk kompetencyjnych i finansowych, jednocześnie zgłaszając, że fragmentacja przepisów ogranicza ich zdolność do skalowania. W miarę jak cykle innowacji ulegają skróceniu, a możliwości AI nieustannie ewoluują, coraz ważniejsze staje się rozróżnienie między podstawowym wdrożeniem a transformacyjnym wykorzystywaniem.

Wyzwaniem nie jest zatem po prostu zwiększenie liczby firm wykorzystujących AI, ale zapewnienie, że więcej przedsiębiorstw będzie mogło ją wdrażać na dużą skalę, aby wprowadzać innowacje i zmieniać oblicze swoich branż. Będzie to wymagać ograniczenia fragmentacji, poprawy dostępu do umiejętności i finansowania, wspierania przedsiębiorstw w miarę ich rozwoju oraz zapewnienia im elastyczności w wyborze technologii, które najlepiej odpowiadają ich potrzebom. Bez tych zmian istnieje ryzyko, że wdrażanie AI pozostanie szerokie, ale powierzchowne, a korzyści będą skoncentrowane w stosunkowo wąskiej grupie firm. Dzięki tym zmianom Polska będzie lepiej przygotowana do zadbania o to, aby kolejna fala AI przyczyniała się do zwiększenia produktywności, odporności i innowacyjności w całej gospodarce.

Dodatek

Słownik pojęć:

- **Zastosowana AI:** obecnie konsekwentnie wykorzystuje się co najmniej jedno narzędzie AI.
- **Startup:** firma założona w ciągu ostatnich 2 lat, która dostarcza nowy produkt, usługę lub innowację i dąży do szybkiego wzrostu pod względem liczby pracowników i obrotów.
- **MŚP:** małe lub średnie przedsiębiorstwo zatrudniające mniej niż 250 osób.
- **Duże przedsiębiorstwo:** duże przedsiębiorstwo (określane również jako „duża firma”) to przedsiębiorstwo zatrudniające co najmniej 500 pracowników, założone 10 lat temu lub wcześniej.
- **Podstawowe wdrożenie AI:** organizacje wykorzystują AI przede wszystkim do wprowadzania stopniowych ulepszeń, takich jak wzrost efektywności i usprawnianie procesów, a nie w celu wprowadzania innowacji. Przy wykonywaniu rutynowych zadań polegają na publicznie dostępnych chatbotach lub kupują gotowe rozwiązania oparte na AI.
- **Pośredni etap wdrażania AI:** w tych firmach AI wspiera bardziej innowacyjne doświadczenia klientów oraz efektywność operacyjną.
- **Zaawansowane wykorzystywanie AI / transformacyjne wykorzystywanie AI:** firmy integrują najbardziej zaawansowane scenariusze użycia AI, łączą wiele modeli, opracowują zindywidualizowane rozwiązania z zakresu AI lub stosują AI agentową lub autonomiczną. Na tym etapie organizacje szybko wprowadzają innowacje dzięki AI, co powoduje zmiany w ich branży.
- **Technologie AI nowej generacji:** nowe możliwości AI, takie jak agentowa AI, fizyczna AI i zaawansowana robotyka, wykraczające poza tradycyjne modele predykcyjne lub generatywne.
- **Agentowa AI:** systemy AI zdolne do autonomicznego planowania, wykonywania i optymalizacji zadań lub przepływów pracy przy ograniczonym udziale człowieka.
- **Fizyczna AI:** AI wbudowana bezpośrednio w sprzęt fizyczny, maszyny i systemy świata rzeczywistego — takie jak linie produkcyjne, roboty i pojazdy — umożliwiającą im postrzeganie otoczenia, podejmowanie decyzji w czasie rzeczywistym i autonomiczne działanie bez konieczności korzystania z łączności w chmurze.
- **Luka w zakresie umiejętności cyfrowych:** niedopasowanie pomiędzy umiejętnościami związanymi z technologiami cyfrowymi i AI, których wymagają organizacje, a umiejętnościami, które są obecnie dostępne na rynku pracy.

Metodologia

Badania terenowe na potrzeby niniejszego badania zostały przeprowadzone przez zespół badawczy Strand Partners dla Amazon Web Services. Badanie to zostało przeprowadzone zgodnie z wytycznymi określonymi przez UK Market Research Society i ESOMAR. Do celów niniejszego badania liderzy biznesowi są definiowani jako założyciele organizacji, ich dyrektorzy generalni (CEO) lub członkowie ich kierownictwa najwyższego szczebla.

„Obywatele” to reprezentatywni w skali kraju członkowie społeczeństwa na podstawie ostatniego dostępnego spisu powszechnego. Pytania dotyczące naszej metodologii należy kierować na adres: polling@strandpartners.com.

W Polsce:

- Przeprowadziliśmy ankietę wśród 1000 reprezentatywnych członków społeczeństwa, zapewniając właściwą reprezentację pod względem wieku, płci i regionu NUTS 1.
- Dodatkowo przeprowadziliśmy ankietę wśród 1000 liderów biznesowych, reprezentatywnych pod względem wielkości przedsiębiorstwa, sektora i regionu NUTS 1.

Próbkowanie

W procesie doboru próby wykorzystaliśmy różnorodne panele internetowe, które są uznawane za wiarygodne i rzetelne. Panele te są starannie dobierane, aby zapewnić zróżnicowaną reprezentację różnych grup demograficznych. W przypadku liderów biznesowych panele są wybierane z uwzględnieniem wielkości organizacji, sektora i pozycji w firmie. Naszym celem w zakresie strategii doboru próby jest osiągnięcie optymalnego doboru członków próby, który odzwierciedla rzeczywisty rozkład naszych docelowych populacji na poszczególnych rynkach.

Techniki ważenia:

Po zebraniu danych zastosowaliśmy iteracyjne ważenie proporcjonalne, aby skorygować wszelkie rozbieżności lub nadreprezentację w próbie.

Ankieta:

Badanie to zostało opracowane w celu dogłębnego zrozumienia krajobrazu cyfrowego:

- Wzorce użytkowania: niniejsza ankieta mierzy zmieniające się wzorce korzystania z technologii cyfrowych. Jesteśmy szczególnie zainteresowani zbadaniem poziomów przyjęcia i wdrożenia technologii, koncentrując się na przetwarzaniu w chmurze i sztucznej inteligencji.
- Postrzeganie i postawy: ankieta ma na celu odkrycie dominującego sposobu postrzegania i postaw wobec technologii cyfrowych oraz zrozumienie postrzeganych korzyści, wyzwań i potencjalnych konsekwencji zarówno obecnych, jak i pojawiających się rozwiązań technologicznych.
- Bariery i możliwości: w ankiecie dokładnie analizuje się potencjalne wyzwania i możliwości, które firmy i osoby fizyczne przewidują na swojej cyfrowej drodze. Wiąże się to z określeniem wyzwań – od niedoborów umiejętności po komplikacje regulacyjne – oraz rozpoznaniem możliwości wzrostu, innowacji i rozwoju rynku.
- „Wielkość nagrody”: ankieta rzuciła światło na konsekwencje gospodarcze i perspektywy wzrostu związane z transformacją cyfrową. Wyjaśniając „wielkość nagrody”, staramy się podkreślić znaczenie transformacji cyfrowej i wspierać dalsze inwestycje oraz wdrażanie technologii.

References:

1. Na podstawie rocznego wzrostu adopcji zaawansowanej AI (od 13% do 16%, ~23% rocznego wzrostu) w prognozie oszacowano, że 50% przedsiębiorstw wdrażających AI będzie potrzebowało czasu, aby osiągnąć zaawansowany etap, przy założeniu utrzymania obecnego tempa wzrostu.
2. Liczba ta odnosi się do wszystkich przedsiębiorstw wdrażających AI – nie tylko tych, które wykorzystują zaawansowane przypadki użycia AI.