

*Informacja prasowa, 16 grudnia 2024 r.*

**Sztuczna inteligencja? Pracownicy w Polsce dalecy od entuzjazmu**

**Tylko jedna trzecia pracowników (34 proc.) w typowym europejskim miejscu pracy wiąże z AI duże nadzieje i uważa, że jej wprowadzenie zdecydowanie poprawi warunki i organizację ich pracy. W Polsce takich pracowników jest jeszcze mniej, bo zaledwie 27 procent. Takie dane przynosi badanie przeprowadzone przez Great Place To Work® wśród ponad 26 tysięcy europejskich pracowników[[1]](#footnote-1).**

To sceptyczne w Polsce nastawienie do produktów i usług opartych na sztucznej inteligencji potwierdzają także inne badania i analizy. Z badania CBOS z czerwca 2024 r. wynika, że 38 proc. respondentów dostrzega więcej zagrożeń niż korzyści płynących z rozwoju sztucznej inteligencji. Przeciwnego zdania jest tylko co czwarty badany. Większość respondentów obawia się, że rozwój AI przyczyni się do wzrostu bezrobocia.

**Globalny wyścig technologiczny trwa**

Na tle innych regionów świata Europa nie błyszczy. Pod względem poziomu inwestycji w rozwiązania oparte na AI znajduje się poza czołówką. Z analizy przygotowanej dla Parlamentu Europejskiego w 2023 r. wynika, że łączne inwestycje w sztuczną inteligencję na Starym Kontynencie były czterokrotnie niższe niż w USA. Już samo to zestawienie może skłaniać do myślenia z niepokojem o konkurencyjności europejskiej gospodarki. Ale inwestycje nie stanowią jedynego problemu Europy. Wśród wyzwań do pokonania analitycy wymieniają: niezbędne regulacje prawne do wdrożenia, zbyt niską digitalizację europejskich firm, niedopasowanie umiejętności kadry do bieżących potrzeb oraz… problemy z zaufaniem ze strony pracowników.

**Kto się boi sztucznej inteligencji?**

Z badania Great Place To Work wynika, że największe obawy wobec sztucznej inteligencji mają przede wszystkim ci pracownicy, którzy nie mają zaufania do swoich liderów. W dobie nowych technologii i szybkiej transformacji cyfrowej przedsiębiorstw na świecie sprawy mogą potoczyć się różnie. Dla pracowników nie jest jasne, która opcja zwycięży w firmie: inwestycje w ich rozwój zawodowy czy uzupełnianie brakujących kompetencji na drodze pozyskiwania nowych, najczęściej młodszych, pracowników. Na razie tylko 27 proc. pracowników typowych miejsc pracy w Europie (w Polsce to 25 proc.) deklaruje, że ich firmy dołożyły starań, aby zainwestować choćby w ich podstawową wiedzę, pokazując zarówno korzyści, jak i ryzyka związane z praktycznym wykorzystaniem AI. Jeszcze mniej pracowników, bo 25 proc. w Europie i tylko 20 proc. w Polsce, potwierdza udział w konkretnych szkoleniach dedykowanych wykorzystaniu sztucznej inteligencji w ich pracy. To skromny dorobek, także w perspektywie najnowszej edycji badania Edelman Trust Barometer (2024) poświęconego innowacjom. Jego wyniki wyraźnie pokazują, że prawie dwie trzecie pracowników objętych badaniem w 28 krajach na świecie liczy na to, że prezesi będą zarządzać zmianą społeczną, a 8 na 10 pracowników oczekuje od liderów wyższego szczebla, że będą wypowiadać się na temat umiejętnościach przyszłości (82 proc.) oraz etycznego wykorzystania technologii (79 proc.)[[2]](#footnote-2).

**Największa różnica: uczciwość**

Niski poziom zaufania utrudnia wprowadzenie nowych technologii, takich jak AI. W jaki zatem sposób firmy mogą budować zaufanie, aby przyspieszyć transformację cyfrową i uzyskać akceptację pracowników? Źródłem cennych spostrzeżeń są wyniki badania organizacji z tegorocznej listy 100 Best Companies to Work For™ in Europe. Jak przystało na światowych liderów firmy te potrafią skutecznie wspierać swoich pracowników także w dobie ekonomicznych wyzwań, dystansując innych graczy rynkowych. W rankingu 100 Best 78 proc. pracowników twierdzi, że awanse są sprawiedliwe w porównaniu z zaledwie 37 proc. pracowników, którzy twierdzą to samo w typowym miejscu pracy w Europie (w Polsce to 35 proc.). Więcej pracowników zwycięskich firm stwierdziło również, że organizacja uczciwie dzieli się z nimi wypracowanymi zyskami – 70 proc. w porównaniu z 36 proc. w typowym miejscu pracy (w Polsce 26 proc.) oraz że menedżerowie w ich firmie starają się nikogo nie faworyzować – 81 proc. w porównaniu z zaledwie 43 proc. w typowych firmach (38 proc. w Polsce).

Przekonanie ludzi o tym, że ich firma jest uczciwym miejscem pracy sprzyja gotowości do uczenia się i angażowania w innowacyjne projekty. Niezależnie widać to w europejskim badaniu rynkowym. Gdy pracownicy deklarowali, że w ich firmie awansują ci, którzy na to zasługują, byli o 29 punktów procentowych bardziej skłonni do korzystania z narzędzi sztucznej inteligencji. Podobnie, gdy deklarowali możliwość rozwoju zawodowego i udział w szkoleniach, byli o 30 punktów procentowych bardziej skłonni do korzystania z narzędzi AI.

**Jak przygotować grunt dla sztucznej inteligencji**

Nikt nie może przewidzieć, jak AI zmieni nasze codzienne życie i organizację naszej pracy w niedalekiej przyszłości. Nic więc dziwnego, że pracownicy obawiają się o to, jak sztuczna inteligencja wpłynie na ich miejsca pracy i czy nie ograniczy im możliwości rozwoju kariery. Tymczasem, jak wynika z badania „Jak polskie firmy wdrażają AI”[[3]](#footnote-3) przeprowadzonego na zlecenie EY Polska, wśród przedsiębiorców przekonanie o konieczności wdrażania rozwiązań bazujących na AI konsekwentnie rośnie. Za działania priorytetowe uważa je już 59 proc. ankietowanych organizacji. Pracownicy ilu z nich są do tych zmian odpowiednio przygotowani?

Przewaga konkurencyjna świetnych miejsc pracy, które co roku wyłania Great Place To Work, nad typowymi firmami polega na tym, że na co dzień budują silne więzi z pracownikami, które prowadzą do większej elastyczności i odporności całej organizacji. Regularnie sięgają po audyt wynagrodzeń i weryfikują system premiowania, tak aby na uczciwych zasadach był dostępny dla wszystkich grup pracowników. Inwestują w mobilność talentów, umożliwiając pracownikom podejmowanie nowych ról, które mogą być okazją do awansu na przejrzystych zasadach. I w końcu, po prostu szczerze rozmawiają z pracownikami o przyszłości sztucznej inteligencji w ich miejscu pracy.

**Więcej informacji na** [**www.greatplacetowork.pl**](http://www.greatplacetowork.pl)

Informacji udzielają:

Joanna Kowalczuk, Be Communications, Head of Strategy Development, tel. 603 981 872,

e-mail: [j.kowalczuk@becomms.pl](mailto:j.kowalczuk@becomms.pl)

Marzena Winczo-Gasik, Great Place To Work Polska, szef Zespołu Culture Audit, menedżer ds. komunikacji,

tel. 500 188 814, e-mail: marzena.winczo@greatplacetowork.com

1. Typowe miejsca pracy: badanie przeprowadzone przez Great Place To Work® w maju 2024 r. na próbie 26 tysięcy europejskich pracowników jako część niezależnego badania globalnego. [↑](#footnote-ref-1)
2. https://www.edelman.com/trust/2024/trust-barometer [↑](#footnote-ref-2)
3. Badanie „Jak polskie firmy wdrażają AI” opracowane na zlecenie EY Polska w październiku 2024 r. na próbie 501 dużych i średnich przedsiębiorstw działających w branżach produkcyjnej, usługowej i handlowej. [↑](#footnote-ref-3)