ASPIRACJE ZAWODOWE LUDZI MŁODYCH W KONTEKŚCIE NOWYCH TECHNOLOGII I SZTUCZNEJ INTELIGENCJI

MAJ 2026

RAPORT Z BADANIA ILOŚCIOWEGO

PROGRAM FINANSOWANY PRZEZ:

Citi Foundation

citi

PARTNER MERYTORYCZNY:

Fundacja citi handlowy

ORGANIZATOR PROGRAMU:

think! FUNDACJA ROZWOJU SPOŁECZEŃSTWA WIEDZY

Program Rozwoju Przedsiębiorczości

WSPÓŁPRACA

UNIWERSYTET ŚLĄSKI W KATOWICACH

ASPIRACJE ZAWODOWE LUDZI MŁODYCH W KONTEKŚCIE NOWYCH TECHNOLOGII I SZTUCZNEJ INTELIGENCJI

Już od kilku lat przyglądamy się aspiracjom zawodowym młodych ludzi. Ciekawią nas ich plany na przyszłość, motywacja i gotowość do działania, a także obawy i wyzwania – zarówno te wewnętrzne, jak i zewnętrzne. W tegorocznej edycji badania poddaliśmy dogłębnej analizie rolę technologii cyfrowych, w tym sztucznej inteligencji. Wyniki są spójne z naszymi obserwacjami i przypuszczeniami – narzędzia cyfrowe są młodym niezbędne do pracy, uczenia się i planowania kariery. Ze sztucznej inteligencji korzystają na co dzień, a przy tym cechuje ich duża refleksyjność i świadomość co do związanych z nią szans i zagrożeń na rynku pracy.

Co istotne, młodzi nie postrzegają rozwoju kompetencji cyfrowych jako priorytetu! Nie dlatego, że nie przywiązują do nich wagi – zakładają po prostu, że posiadanie i zdobywanie nowych umiejętności w tym obszarze jest oczywiste. Technologie są dla nich podstawowymi narzędziami do pracy i nauki, ale to kompetencje miękkie są dla nich kluczowe – przede wszystkim radzenie sobie ze stresem, kreatywność czy zarządzanie czasem. Słowem, potrzebują i szukają wsparcia w tych obszarach, w których technologia im nie pomoże.

Tym bardziej, że dynamiczne zmiany w otoczeniu utrudniają młodym wybór ścieżki działania. Niemal co druga osoba odczuwa dziś lęk, a co trzecia zagubienie. Widzimy, że często podejmują decyzje, które zapewnią im poczucie bezpieczeństwa i stabilności, kosztem działań przedsiębiorczych. Co ciekawe, kierunek tych wyborów zależy od wiary we własną skuteczność – u osób o niższej wierze w siebie dominuje ostrożność i chęć pracy dla kogoś, z kolei osoby o wyższym poczuciu sprawczości cieszą się wyższą motywacją i jasnością celu. To sprawia, że z większą elastycznością i odwagą podchodzą do planowania swojej przyszłości.

Jakkolwiek borykają się dziś z licznymi wyzwaniami, jednak nie pozostają bierni. Z badania wyłania się obraz pokolenia wnikliwie obserwującego otoczenie i aktywnie poszukującego rozwiązań. Młodzi jasno o tym mówią – potrzebują wsparcia ekspertów i praktyków – w formie rzetelnych źródeł wiedzy, mentoringu, warsztatów.

Takiego wsparcia udzielamy młodym od lat. W ramach Programu Rozwoju Przedsiębiorczości rokrocznie realizujemy warsztaty i webinary, prowadzimy mentoring i konsultacje z ekspertami, tworzymy portal wiedzowy Rozwijamy.edu.pl, organizujemy spotkania networkingowe i konferencje. Świadomość, że odpowiadamy na realne potrzeby naszych odbiorców napędza nas do działania.

Raport pomaga lepiej zrozumieć aspiracje młodych osób, ich potrzeby oraz sposób myślenia o przyszłości. Wierzymy, że zawarte w nim wnioski i wskazówki mogą wspierać budowanie mostów między młodymi a ich otoczeniem oraz inspirować do działań, które trafniej odpowiadają na ich plany, ambicje i stojące przed nimi wyzwania.

Serdecznie zachęcam do lektury.

Anna Bichta
Prezeska
Fundacji Rozwoju
Społeczeństwa Wiedzy
THINK!

PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ W ERZE AI – NOWE HORYZONTY, NOWE WYZWANIA

Na naszych oczach sztuczna inteligencja i dynamiczne zmiany technologiczne rewolucjonizują świat pracy. Jak w tej nowej rzeczywistości odnajdą się młodzi ludzie? Jakie aspiracje napędzają ich do działania, co budzi ich obawy i które kompetencje uznają za klucz do przyszłego sukcesu? Odpowiedzi na te pytania są dziś ważniejsze niż kiedykolwiek wcześniej, gdy stoimy u progu kolejnej rewolucji. W Citi Handlowy od lat jesteśmy partnerem w rozwoju przedsiębiorczości, edukacji finansowej i kluczowych kompetencji zawodowych. Pomagamy budować fundamenty wiedzy i niezależności ekonomicznej, które pozwalają świadomie kształtować przyszłość. Realizujemy te cele dzięki wsparciu Fundacji Citi Handlowy, której misją jest otwieranie drzwi do ekonomicznych szans i promowanie przedsiębiorczości w Polsce – opartej na inicjatywie, odpowiedzialności i odwadze do sięgania po nowe możliwości.

Co odkrywa przed nami raport? Obraz pełen fascynujących sprzeczności. Z jednej strony, dla młodych osób nowe technologie są jak powietrze – tak naturalne, że aż niedostrzegalne. Choć na co dzień z nich korzystają, nie umieszczają kompetencji cyfrowych na szczycie listy pożądanych umiejętności, bo traktują je jako oczywistość. Z drugiej strony, w ich aspiracjach zawodowych ambicja przeplata się z rosnącą potrzebą bezpieczeństwa – marzenia o własnym biznesie wciąż są żywe, ale coraz częściej towarzyszy im poszukiwanie stabilności etatu. Choć nie brakuje im motywacji, to niemal połowa z nich odczuwa lęk przed przyszłością. Sztuczna inteligencja? Widzą w niej zagrożenie dla rynku pracy jako całości, ale rzadko dla siebie, postrzegając ją raczej jako narzędzie do nauki i tworzenia. A jakie kompetencje są na wagę złota? Te, których nie zastąpi żaden algorytm: radzenie sobie ze stresem, kreatywność i zarządzanie czasem.

Współczesny sukces to znacznie więcej niż biegłość technologiczna. Potwierdza to niniejszy raport: wciąż istnieje fundamentalna potrzeba rozwijania umiejętności takich jak zmysł przedsiębiorczy, zarządzanie finansami, odporność na stres, kreatywność czy sztuka podejmowania decyzji. Dopiero synergia wiedzy, praktycznych umiejętności i wiary we własne siły pozwala w pełni wykorzystać potencjał, jaki niesie ze sobą transformująca się gospodarka. Mamy nadzieję, że wyniki tego badania staną się iskrą inspiracji dla organizacji społecznych, instytucji edukacyjnych, pracodawców i decydentów. Zapraszamy do wspólnego tworzenia ekosystemu, który będzie wspierał rozwój przedsiębiorczości i kompetencji jutra. Wierzymy, że inwestycja w potencjał młodych ludzi to najlepsza inwestycja w przyszłość naszego społeczeństwa i gospodarki.

Piotr Kalisz
Główny Ekonomista
Citi Handlowy

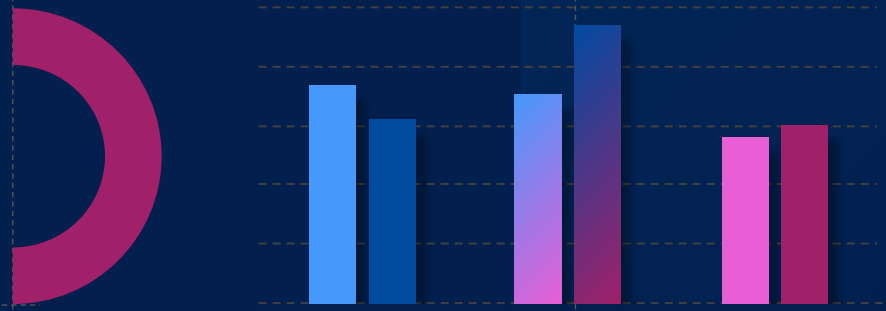
O BADANIU

CEL

Celem badania jest poznanie aspiracji zawodowych młodych ludzi oraz ich postaw wobec nowych technologii i sztucznej inteligencji w kontekście planowania kariery. Badanie stanowi kontynuację projektów badawczych realizowanych w latach 2022 i 2024. Nowym wątkiem w obecnej edycji jest analiza roli nowych technologii i sztucznej inteligencji w życiu zawodowym młodych dorosłych. Temat ten często pojawiał się w odpowiedziach na pytania otwarte w badaniu przeprowadzonym w 2024 roku.

UCZESTNICY

W badaniu wzięło udział **N = 1057** osób w wieku od **18** do **30 lat**, stanowiących próbę reprezentatywną dorosłych mieszkańców Polski w tym przedziale wiekowym (GUS, 2025).



POMIAR

Badanie przeprowadzono na Ogólnopolskim Panelu Badawczym Ariadna, w postaci wywiadów realizowanych techniką CAWI (*Computer Assisted Web Interviewing*).

TERMIN REALIZACJI

Badanie zrealizowano w dniach od **29 kwietnia** do **4 maja 2026** roku.

PODSUMOWANIE – ASPIRACJE ZAWODOWE

Co trzeci młody człowiek chciałby prowadzić własny biznes zatrudniając innych, a co czwarty myśli o firmie prowadzonej samodzielnie.

Jednocześnie w ostatnich latach rośnie zainteresowanie pracą najemną (wzrost z 28% w 2022 roku do 35% obecnie), a maleje zainteresowanie działalnością wyłącznie „na swoim".

Wydaje się, że młodzi ludzie nie porzucają ambicji, lecz coraz częściej zależy im na bezpieczeństwie zatrudnienia.

Aspiracje zawodowe przekładają się na konkretne działania: osoby planujące pracę na swoim prowadzą działania przedsiębiorcze i gromadzą kapitał, osoby nastawione na pracę najemną chętniej kształcą się, budują CV i szukają pracy.

PODSUMOWANIE – ASPIRACJE ZAWODOWE

Młodym ludziom nie brakuje energii – większość odczuwa wysoki poziom motywacji i wierzy we własną sprawczość. Trudniej im jednak ukierunkować się w obliczu dynamicznych zmian w otoczeniu.

Niemal co druga osoba odczuwa raczej lęk niż spokój, a co trzecia – bardziej zagubienie niż jasność celu.

Obawy związane z pracą są lustrzanym odbiciem aspiracji: kto chciałby pracować w przyszłości dla kogoś, boi się przede wszystkim braku zatrudnienia (38%); kto myśli o własnym biznesie, obawia się jego niepowodzenia (16%).

PODSUMOWANIE – ASPIRACJE ZAWODOWE

Postawy wobec przyszłej pracy zależą od tego, jak silnie młodzi ludzie wierzą we własną skuteczność.

Osoby pewne siebie częściej odczuwają motywację, spokój i jasność celu.

U osób o niższej wierze w siebie dominuje preferencja pracy dla kogoś, a lęk i zagubienie się nasilają.

U kobiet, niezależnie od wieku, obserwuje się częściej obniżoną wiarę w siebie, co może łączyć się z ich częstszymi obawami związanymi z przyszłością zawodową.

PODSUMOWANIE – NOWE TECHNOLOGIE

Nowe technologie są dla młodych ludzi jak powietrze – naturalne, niezbędne i w zasadzie niezauważane. Dla ponad czterech piątych są to codzienne narzędzia pracy, a dwie trzecie aktywnie eksperymentuje z nowymi zastosowaniami. Jednocześnie kompetencje technologiczne plasują się nisko na liście najbardziej pożądanych umiejętności. Nie dlatego, że są nieważne, lecz dlatego, że są oczywiste.

Młodzi ludzie korzystają ze sztucznej inteligencji przede wszystkim jako narzędzia wspierającego podejmowanie decyzji i tworzenie: od szukania informacji i nauki po pisanie tekstów oraz generowanie grafiki. Co trzecia osoba, nawet po prostu z ciekawości, próbowała za pomocą AI generować pomysły na biznes. AI budzi jednocześnie nadzieje i obawy, ale w charakterystyczny sposób: trzy czwarte respondentów widzi zagrożenie dla rynku pracy ogółem, ale jedynie 38% dla swojego własnego zawodu. Zapytani otwarcie, jak ogólnie AI zmienia ich życie, młodzi ludzie nie wypowiadali się o zagrożeniach dla ich własnej pracy (mniej niż 1%).

Dominowały natomiast wypowiedzi o szybszym dostępie do informacji i praktycznych ułatwieniach w życiu codziennym. Osoby wierzące w siebie częściej widzą w AI szansę; osoby o niższym przekonaniu o swojej skuteczności – częściej zagrożenie.

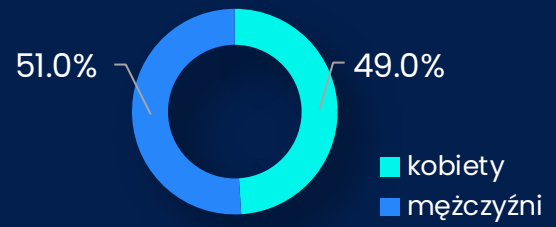
Kobiety wyraźnie częściej niż mężczyźni odczuwają zmęczenie tempem zmian i obawiają się wpływu AI na swoją przyszłość.

PODSUMOWANIE – NOWE TECHNOLOGIE

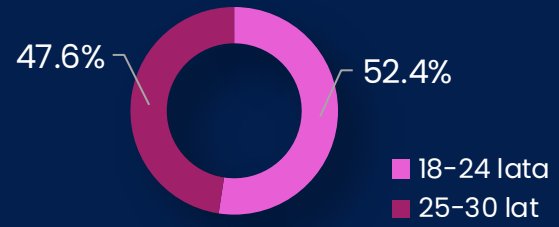
Kompetencji, których młodym ludziom najbardziej brakuje, technologia nie zastąpi: są to radzenie sobie ze stresem (46%), kreatywność oraz zarządzanie własnym czasem (po 44%). Podobnie jak we wcześniejszych badaniach młodzi ludzie potrzebują działań wspierających nastawionych na konkret i praktykę, takich jak certyfikowane kursy online, mentoring i materiały autoryzowane przez ekspertów. W zakresie kompetencji finansowych są to przede wszystkim warsztaty budżetowania i inwestowania.

UCZESTNICY BADANIA: charakterystyka socjodemograficzna

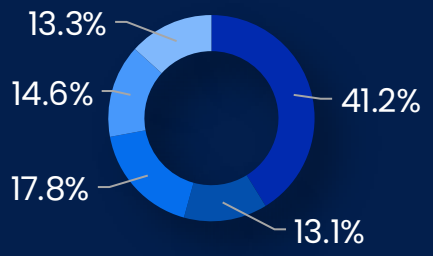
Płeć



Wiek

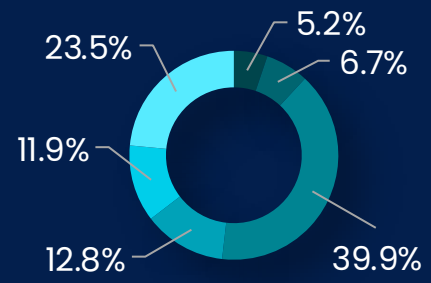


Miejscowość



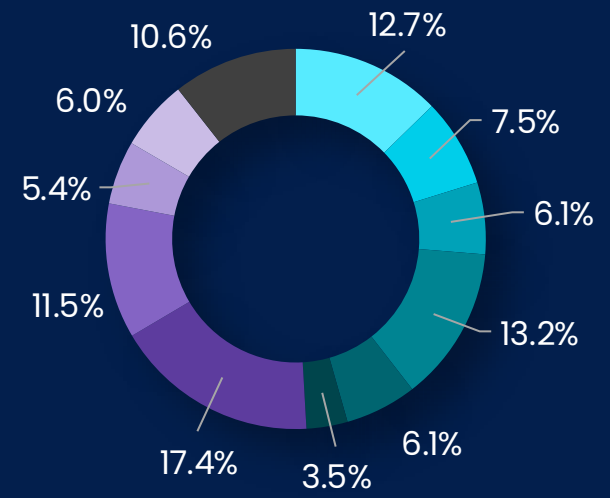
- wieś
- małe miasto (do 20 tys. mieszk.)
- średnie miasto (od 20 do 99 tys. mieszk.)
- duże miasto (od 100 do 500 tys. mieszk.)
- wielkie miasto (powyżej 500 tys. mieszk.)

Wykształcenie



- podstawowe/gimnazjalne
- zasadnicze zawodowe
- średnie
- pomaturalne/policealne
- licencjat
- ukończone studia wyższe

Wykształcenie – kierunki*



- humanistyczne (filologia, historia, kulturoznawstwo itp.)
- społeczne (dziennikarstwo, pedagogika, socjologia, psychologia itp.)
- prawo i/lub administracja
- ekonomiczne i zarządzanie
- ścisłe (np. matematyka, fizyka, chemia)
- przyrodnicze
- techniczne (architektura, budownictwo, energetyka, inżynieria itp.)
- informatyczne
- rolnicze, leśne i weterynaryjne (w tym nauki o żywieniu i żywności)
- medyczne i o zdrowiu (w tym farmacja, wychowanie fizyczne itp.)
- inne

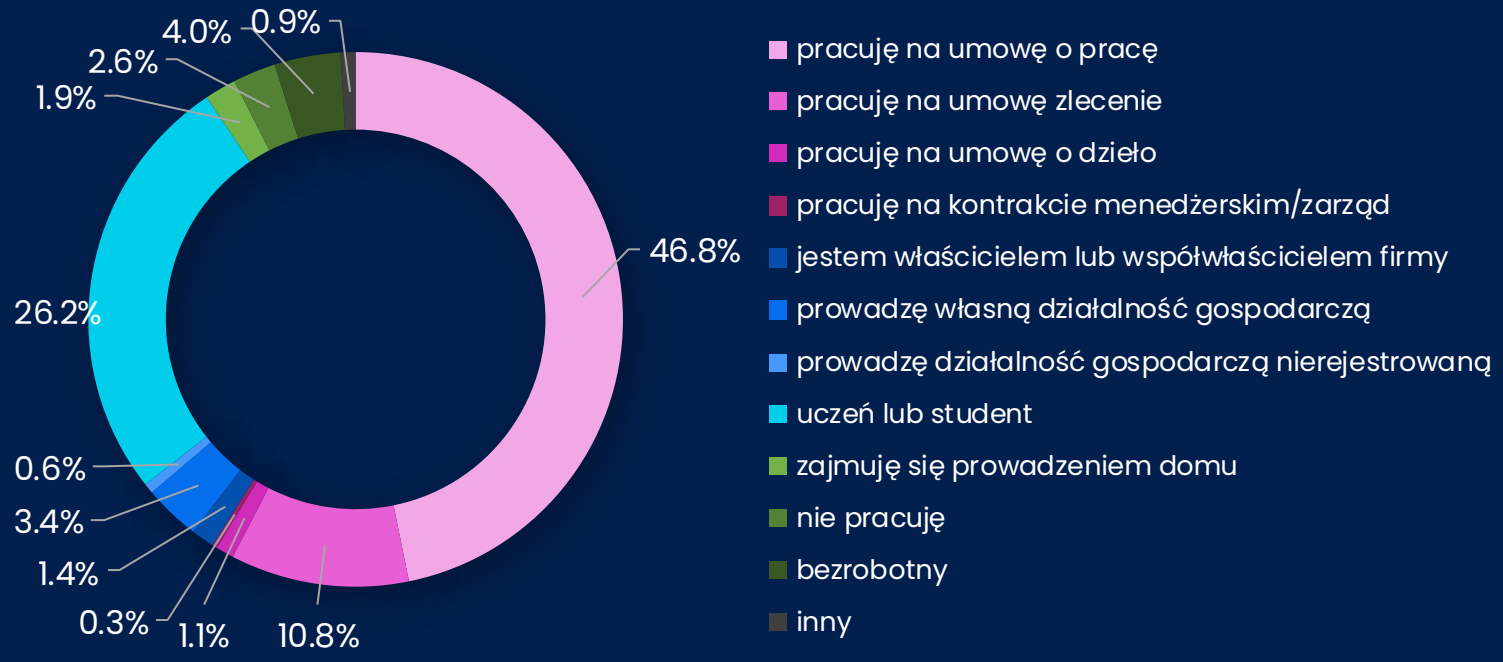
**Odpowiadały osoby o wykształceniu wyższym niż podstawowe (N=1002)*

W badaniu wzięło udział N = 1057 dorosłych Polaków w wieku 18-30 lat.
52% respondentów było w wieku od 18 do 24 lat, a 48% od 25 do 30 lat.

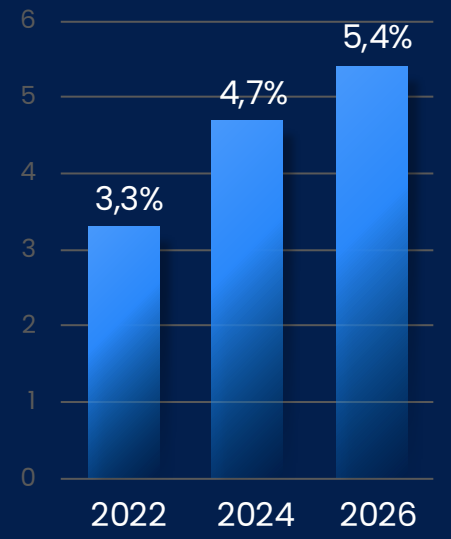
UCZESTNICY BADANIA: aktywność zawodowa – status zawodowy

Status zawodowy

Jaki jest Twój obecny status zawodowy?



Prowadzi działalność gospodarczą



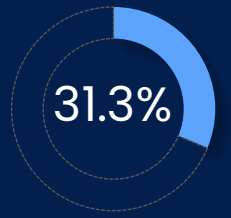
59% młodych osób pracuje „dla kogoś" - głównie na umowę o pracę lub umowę zlecenie. Co czwarty respondent to uczeń lub student. Działalność gospodarczą prowadzi 5% badanych, nieco więcej niż w latach 2022 i 2024. Niski odsetek przedsiębiorców jest zgodny z trendami ogólnymi: decyzje o założeniu firmy ludzie podejmują zwykle po 30. roku życia.

ASPIRACJE ZAWODOWE MŁODYCH LUDZI

Aspiracje przedsiębiorcze

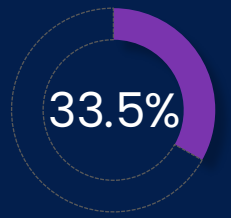
Co w ramach swojej aktywności zawodowej chciał(a)byś robić w przyszłości – w perspektywie ok. 5-10 lat? (max. 4 wskazania)

Profile aspiracji zawodowych



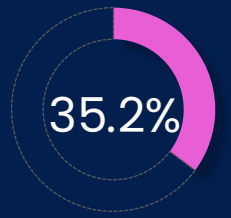
wyłącznie „na swoim”

„Na swoim” – osoby wskazujące wyłącznie aspiracje przedsiębiorcze: prowadzenie biznesu, firmy, freelancing, łączenie etatu lub nauki z firmą, założenie organizacji pozarządowej.



różnie – aspiracje mieszane

„Mieszane” – wskazania z obu grup jednocześnie.

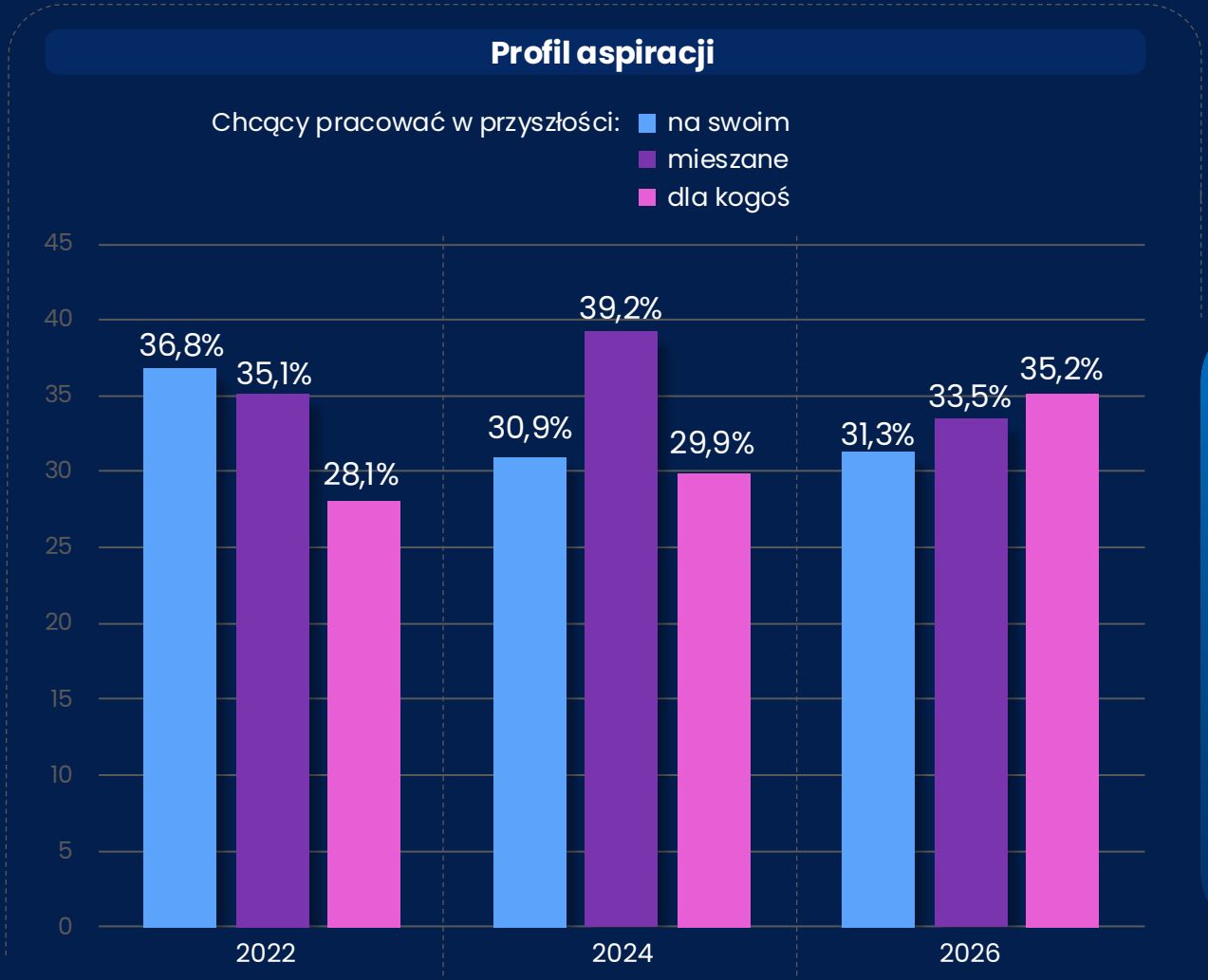


wyłącznie „dla kogoś”

„Dla kogoś” – osoby wskazujące wyłącznie formy pracy zależnej: ekspert, lider, etat, praca w NGO, łączenie nauki z etatem.

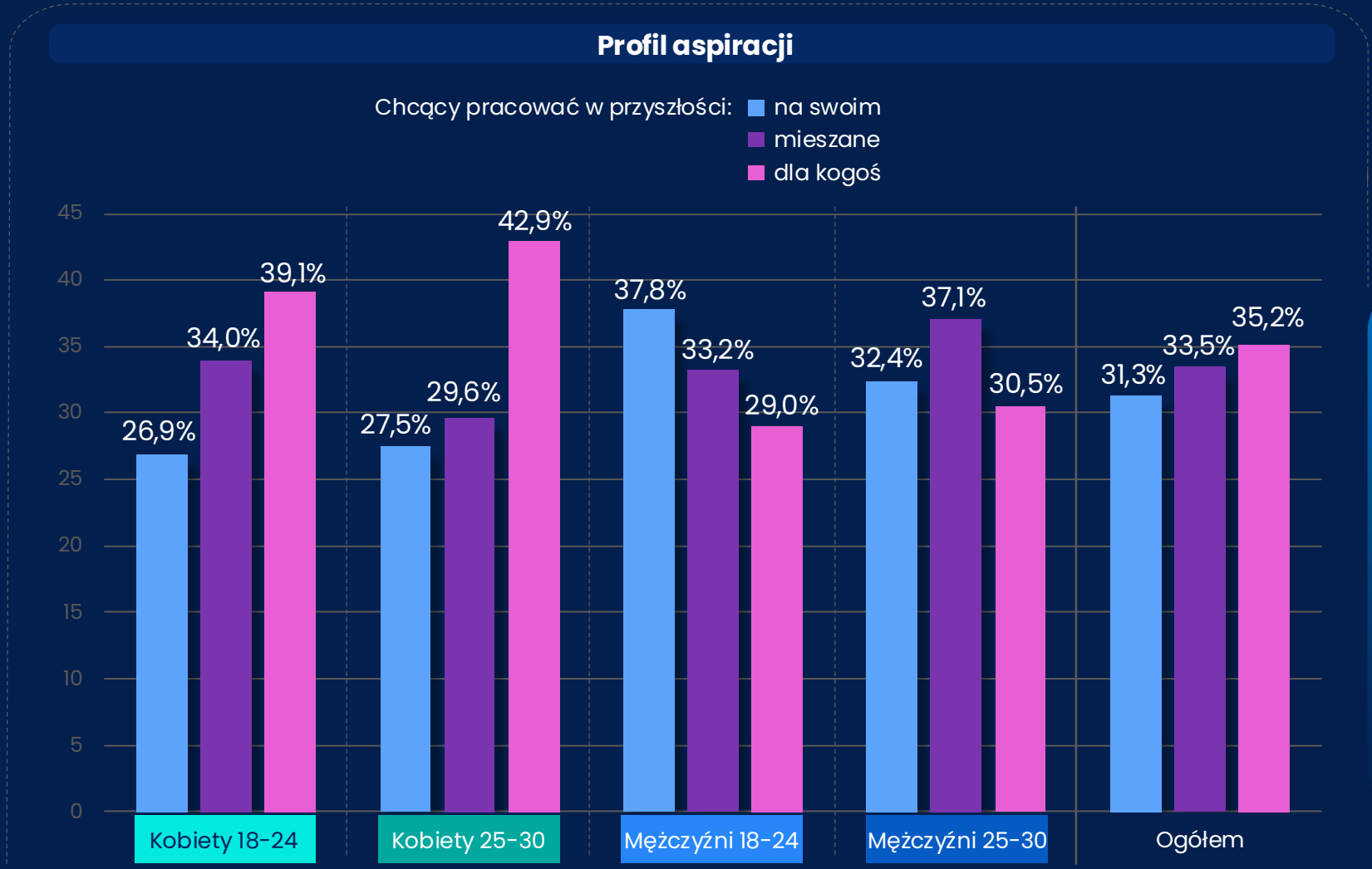
Młodzi ludzie często wyrażają zainteresowanie pracą na własny rachunek: niemal co trzecia osoba (31%) chciałaby prowadzić swój biznes i zatrudniać innych, a co czwarta (25%) prowadzić firmę samodzielnie. Osoby preferujące pracę dla kogoś najczęściej wskazują rolę eksperta lub specjalisty oraz pracę na etacie w instytucji państwowej lub korporacji. Aspiracje przedsiębiorcze i nieprzedsiębiorcze nie muszą się wykluczać - co trzecia osoba łączy je, tworząc profil mieszany.

ASPIRACJE ZAWODOWE MŁODYCH LUDZI W LATACH 2022 , 2024 I 2026 - porównanie



W ciągu czterech lat stabilne zatrudnienie zyskiwało na atrakcyjności kosztem pracy na własny rachunek. Ta ostatnia była wcześniej dla wielu osób naturalnym wyborem, pozwalającym na zapewnienie sobie miejsca pracy w trudnych warunkach pandemicznych. Odsetek osób wiążących przyszłość wyłącznie z przedsiębiorczością spadł z 37% do 31%, a odsetek preferujących wyłącznie pracę dla kogoś wzrósł z 28% do 35%.
Zmiany te przebiegały stopniowo. Tuż po pandemii, wojnie i zmianach podatkowych przybyło osób o aspiracjach mieszanych, do 39% w 2024 r. Obecnie aspiracje zawodowe młodych ludzi bardziej skrystalizowały się w kierunku pracy albo na swoim, albo dla kogoś, przy czym wzrosła atrakcyjność pracy najemnej.

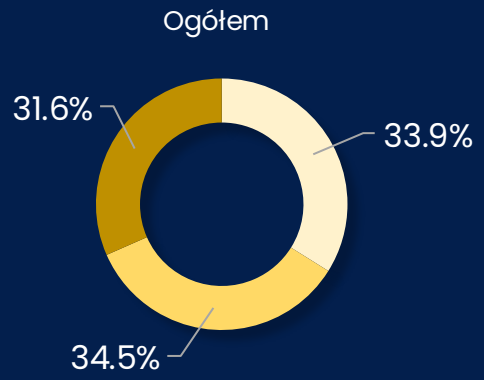
ASPIRACJE ZAWODOWE KOBIET I MĘŻCZYZN



Mężczyźni, zwłaszcza młodsi (38%), wyraźnie częściej niż kobiety wiążą przyszłość z pracą na swoim, natomiast kobiety w obydwu grupach wiekowych częściej preferują pracę wyłącznie dla kogoś (39–43%).
Starsi mężczyźni wyróżniają się najwyższym odsetkiem aspiracji mieszanych (37%), co może sugerować, że z wiekiem forma aktywności zawodowej staje się dla nich mniej istotna niż to, co się faktycznie robi.

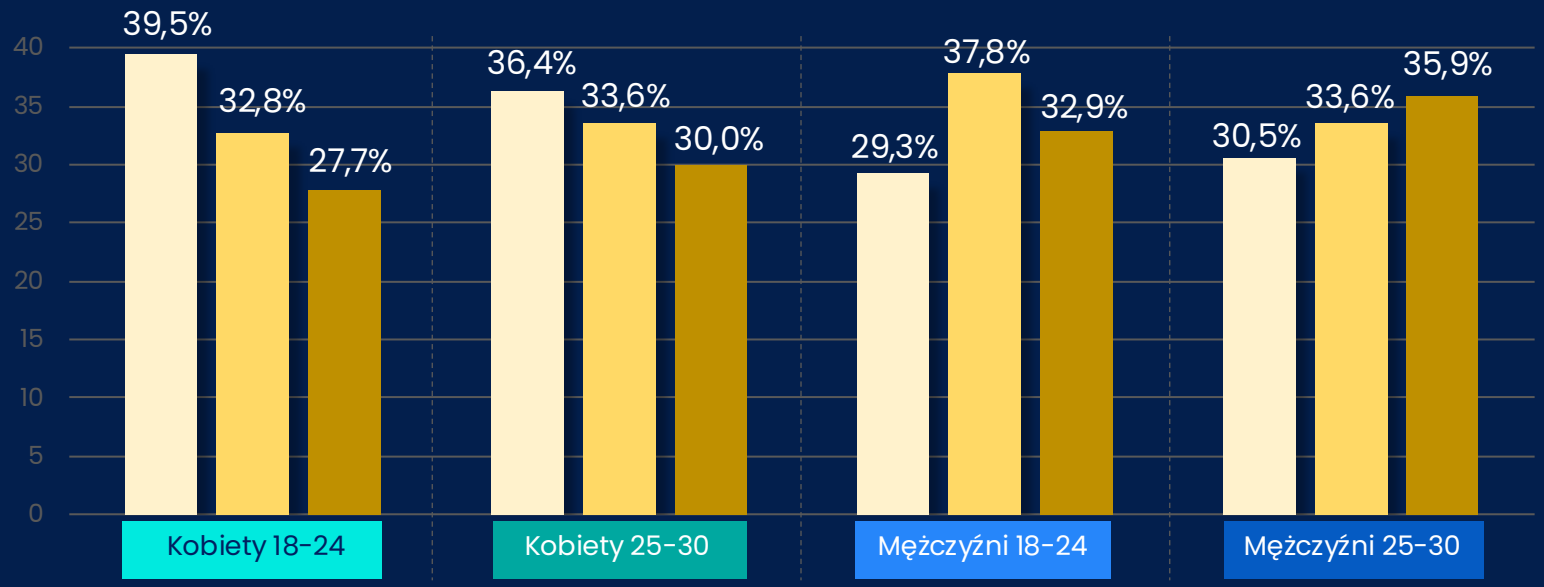
WIARA W SIEBIE I W SWOJĄ SKUTECZNOŚĆ

Wiara w siebie



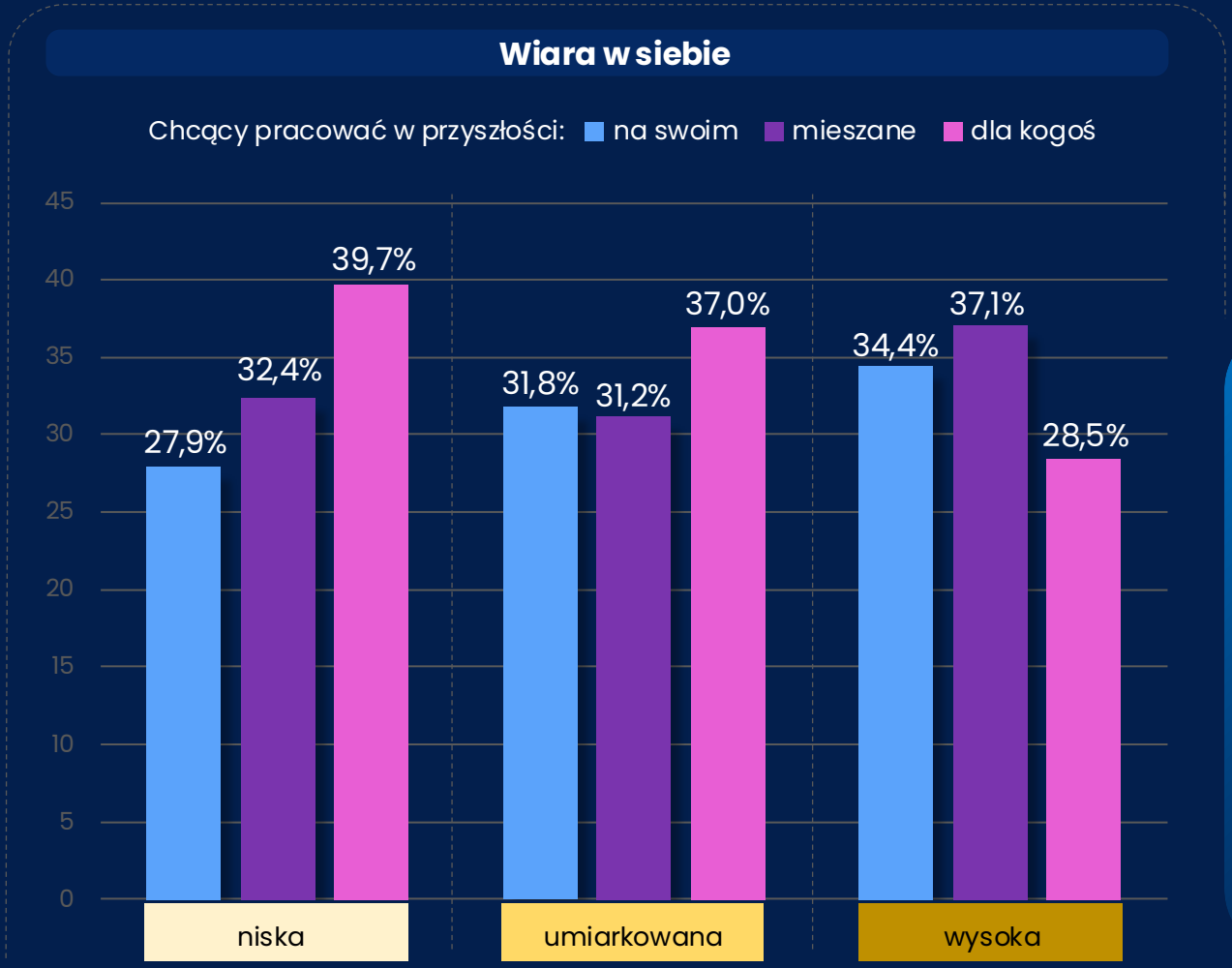
Przedsiębiorczości sprzyja wiara w siebie, czyli przekonanie, że potrafi się osiągać zamierzone cele. Osoby o silnym poczuciu własnej skuteczności chętniej podejmują wyzwania, w tym założenie działalności gospodarczej. Wiarę w siebie zmierzono za pomocą Skali Uogólnionej Własnej Skuteczności (GSES, Schwarzer i Jerusalem, 1995; polska adaptacja: Juczyński, 2001; dziesięć stwierdzeń ocenianych od 1 – nie do 4 – tak). Respondentów podzielono na podstawie uzyskanych wyników na trzy grupy tercylowe: o niskiej, umiarkowanej i wysokiej wierze we własną skuteczność.

- niska
- umiarkowana
- wysoka



Wiara we własną skuteczność rozkłada się nierównomiernie. Wśród kobiet około dwie piąte należy do grupy o niższym jej poziomie. Mężczyźni, szczególnie z grupy 25-30 lat (36%), należą do osób o wyższej wierze w siebie. Można przypuszczać, że wiara w siebie rośnie wraz z wiekiem i doświadczeniem. Jak się okazuje, wiara w siebie ma związek z aspiracjami zawodowymi, odczuciami wobec przyszłości zawodowej oraz stosunkiem ludzi do nowych technologii.

WIARA W SIEBIE A ASPIRACJE ZAWODOWE



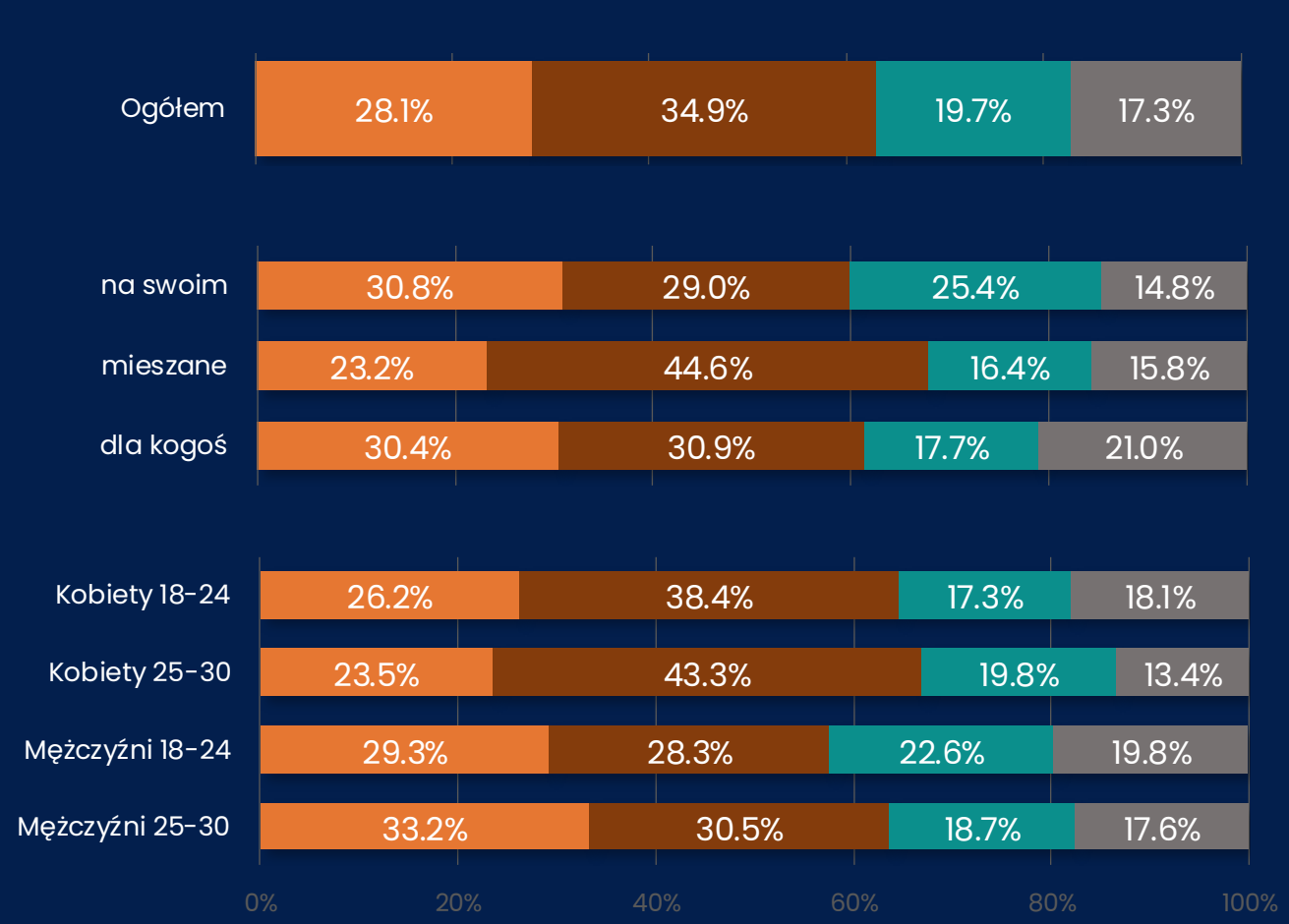
Wysoka wiara w siebie nie tyle popycha ku przedsiębiorczości, co otwiera na różnorodne ścieżki.

Wśród osób pewnych siebie dominują aspiracje mieszane (37%), a pracę wyłącznie dla kogoś preferuje jedynie 28%. Przy niskiej wierze proporcje wyglądają inaczej: 40% preferuje pracę dla kogoś, a tylko 28% wiąże przyszłość z pracą na swoim.

Osoby pewne swoich kompetencji mogą więc czuć, że poradzą sobie w różnych formach zatrudnienia, nie ograniczając się do jednej ścieżki.

PREFEROWANA FORMA PRACY

W jakiej formie najchętniej pracował(a)byś?



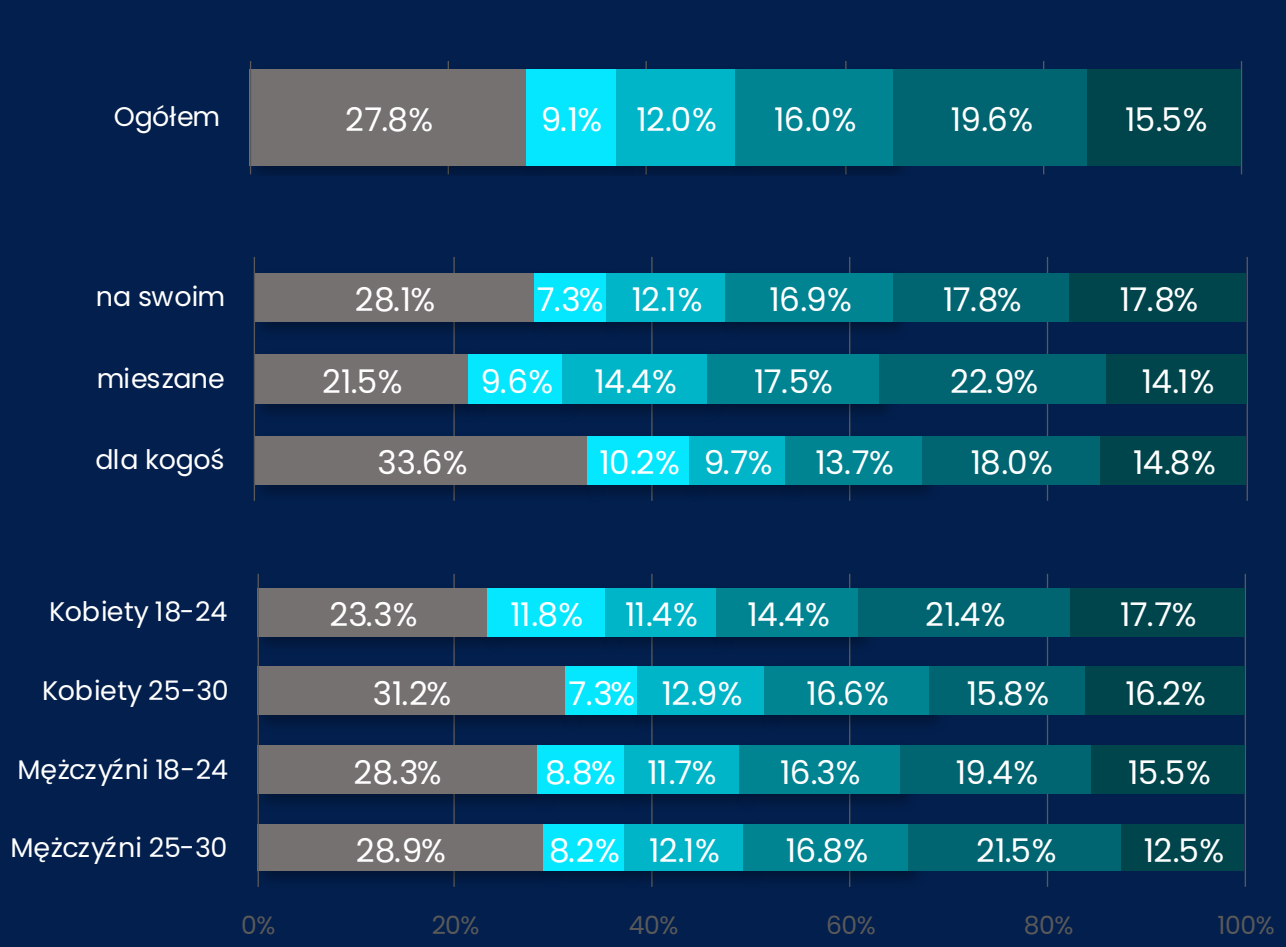
Forma pracy, którą młodzi ludzie preferują, różni się w zależności od profilu aspiracji.

Osoby o aspiracjach mieszanych zdecydowanie najczęściej wybierają pracę hybrydową (45%), podczas gdy osoby nastawione na pracę na swoim najczęściej wskazują pracę zdalną.

Kobiety wolałyby pracować w systemie hybrydowym dużo częściej niż mężczyźni (41% vs 29%), którzy z kolei relatywnie częściej chcieliby pracy stacjonarnej (31% mężczyzn vs 25% kobiet).

HORYZONT PLANOWANIA KARIERY

W jakim horyzoncie czasowym planujesz swoją karierę?



Ponad jedna czwarta młodych ludzi (28%) nie planuje swojej kariery, co piąta osoba planuje ją w perspektywie 3–5 lat, co szósta - powyżej pięciu lat. Brak planowania dotyczy przede wszystkim osób nastawionych wyłącznie na pracę dla kogoś.
Wynik ten może niepokoić, gdyż sugeruje pewną bierność wobec własnej przyszłości.
Nie można jednak wykluczyć, że w szybko zmieniającym się otoczeniu ludzie po prostu nie planują rzeczy, które trudno przewidzieć. Osoby o aspiracjach mieszanych planują w najdłuższym horyzoncie, co może być związane z elastycznością ich preferencji.

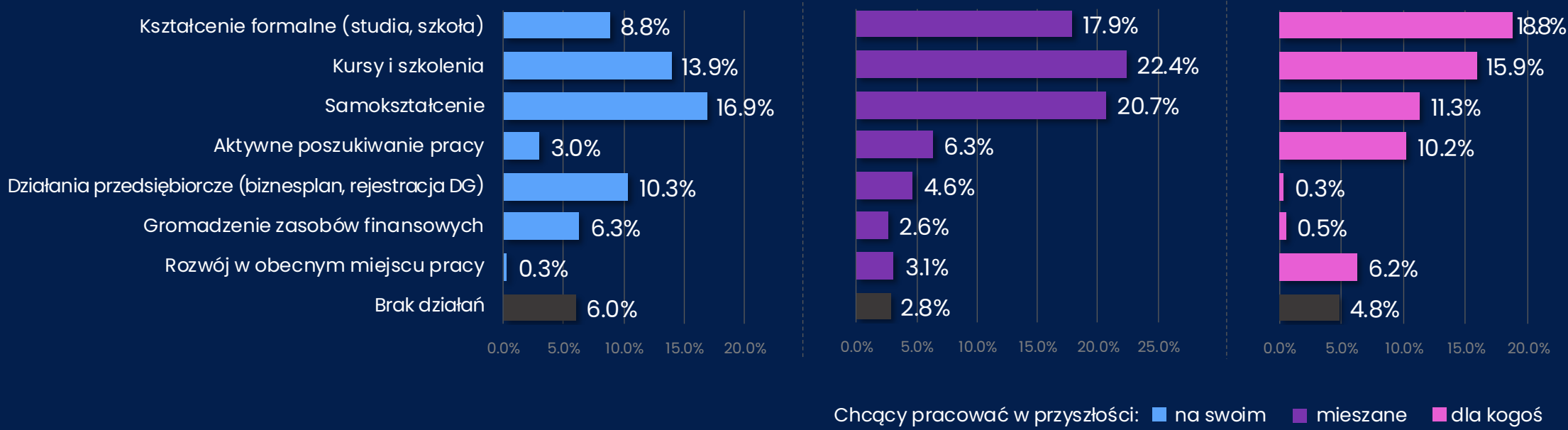
DZIAŁANIA PODEJMOWANE W KIERUNKU KARIERY ZAWODOWEJ

Jakie konkretne działania podejmujesz w kierunku swojej planowanej kariery? (pytanie otwarte)

Najczęstsze działania to trzy formy uczenia się: uczestnictwo w kursach i szkoleniach (18%), kształcenie się we własnym zakresie (16%) oraz zdobywanie typowego wykształcenia formalnego (15%). Dopiero za nimi pojawiają się działania na rynku pracy i działania przedsiębiorcze.
Prawie co dwudziesty respondent nie robi nic.
Młodzi ludzie przygotowują się do kariery przede wszystkim, ucząc się; aktywne kroki w kierunku zatrudnienia lub założenia biznesu podejmuje mniejszość.

ASPIRACJE ZAWODOWE A PODEJMOWANE DZIAŁANIA

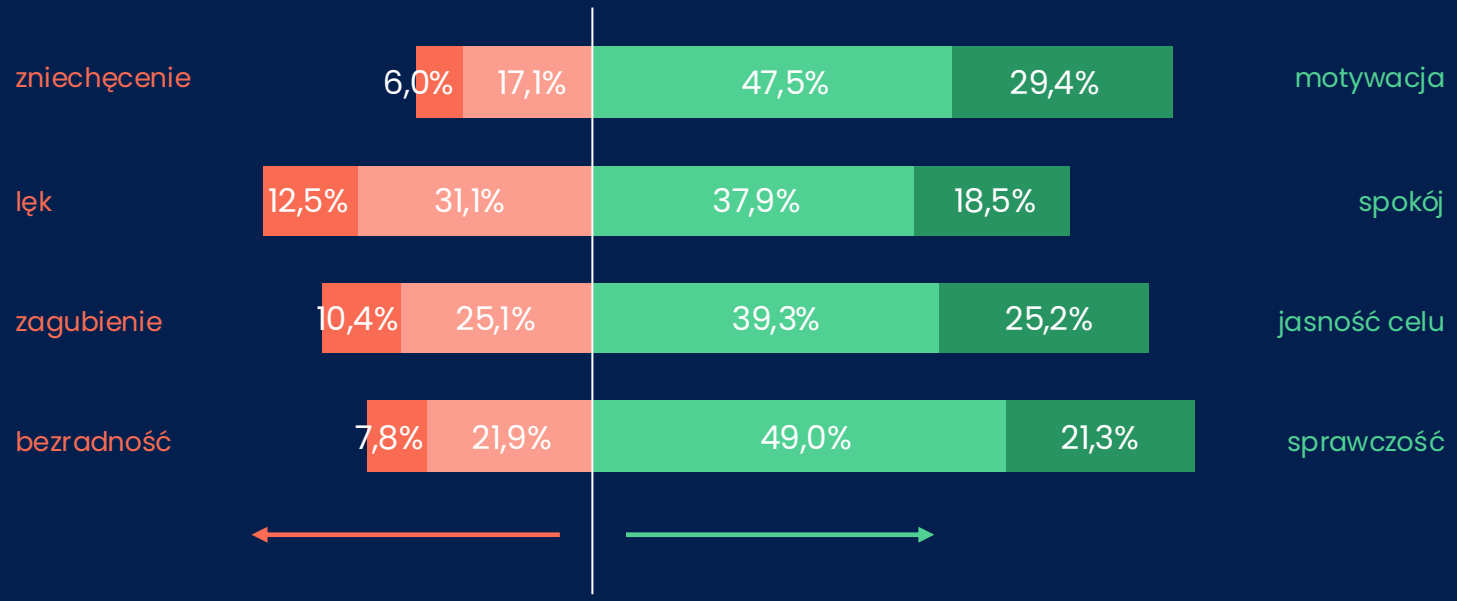
Jakie konkretne działania podejmujesz w kierunku swojej planowanej kariery? (pytanie otwarte)



Trzy profile aspiracji zawodowych różnią się nie tylko chęciami, lecz także tym, co robią w kierunku swojej przyszłej kariery. Osoby planujące pracę na swoim już obecnie wykazują się działaniami przedsiębiorczymi (10%), gromadzą kapitał (6%), rozpoznają rynek – ale rzadziej kształcą się formalnie (9%). Osoby nastawione na pracę dla kogoś budują klasyczne CV: bardziej dbają o wykształcenie formalne, aktywnie szukają ofert pracy, interesuje je rozwój w obecnym miejscu pracy. Osoby o aspiracjach mieszanych uczą się najintensywniej ze wszystkich grup (kursy 22%, samokształcenie 21%), wykazując się najniższym odsetkiem bierności (3%).

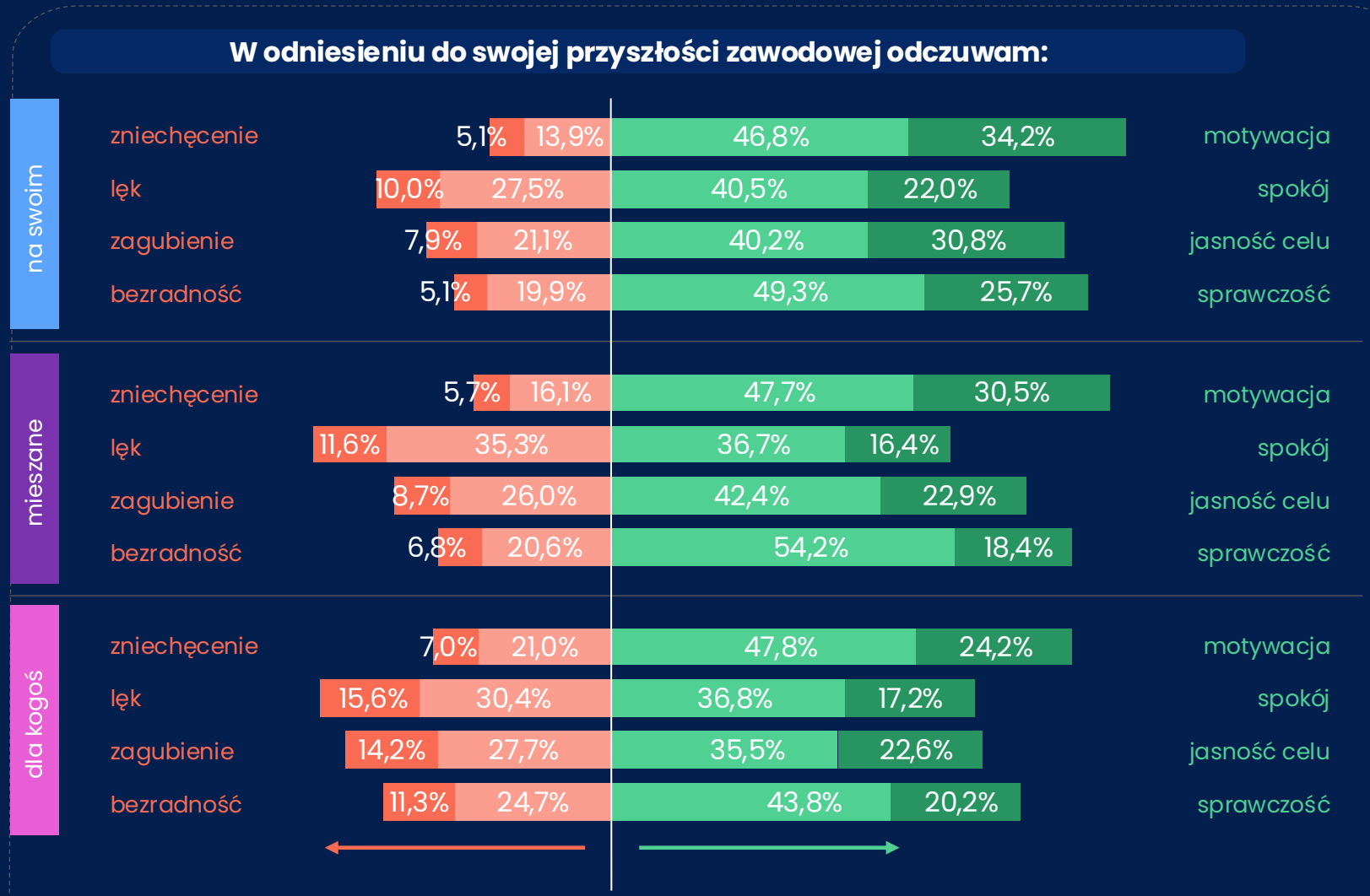
BAROMETR NASTROJÓW: ODCZUCIA ODNOŚNIE DO PRZYSZŁOŚCI ZAWODOWEJ

W odniesieniu do swojej przyszłości zawodowej odczuwam:



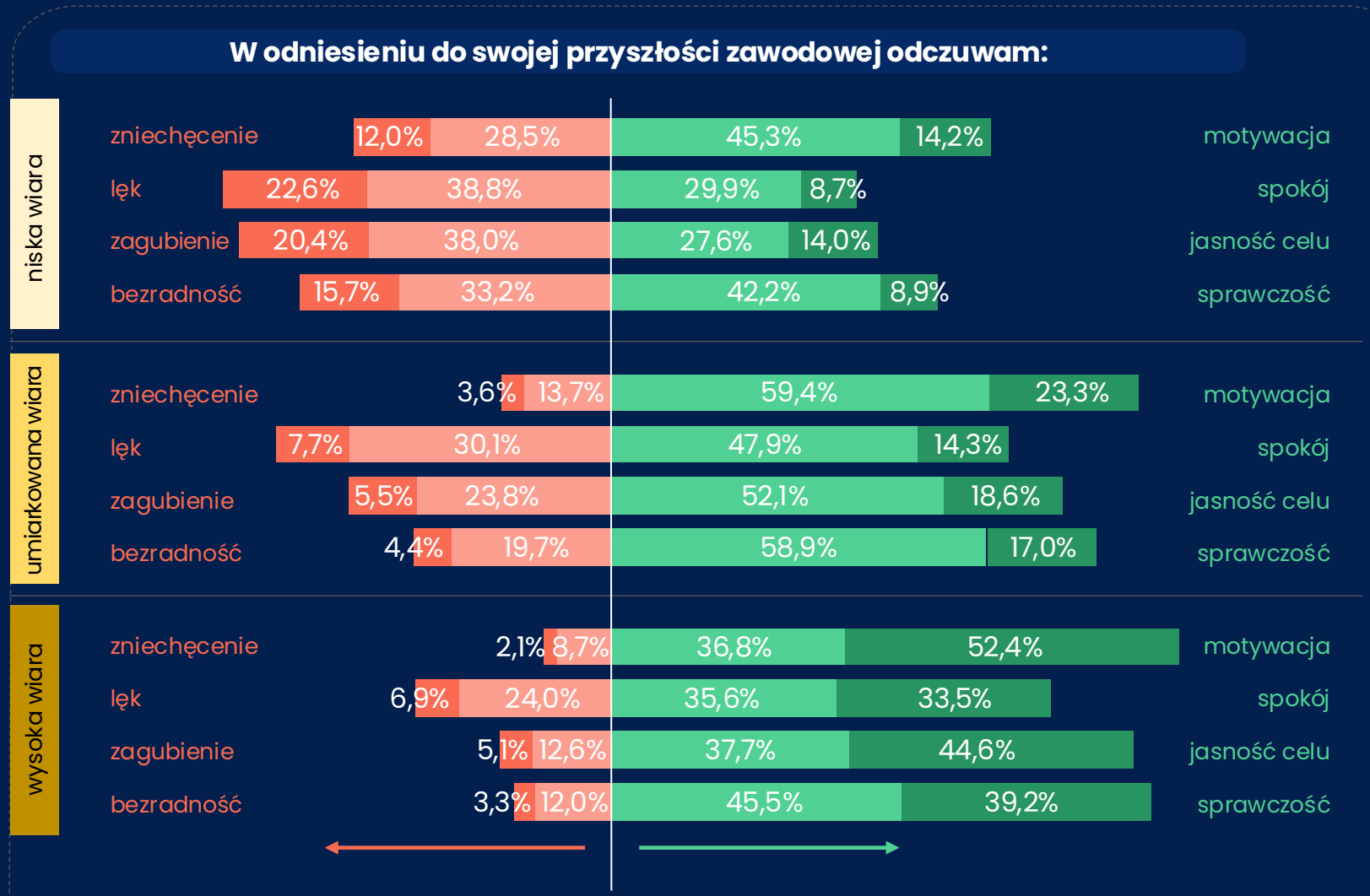
Młodzi ludzie mają energię i wierzą, że potrafią działać. Trzy czwarte z nich odczuwa raczej motywację niż zniechęcenie, a siedmiu na dziesięciu raczej sprawczość niż bezradność. Gorzej jest z kierunkiem i spokojem. Co trzeci badany odczuwa raczej zagubienie niż jasność celu, a na osi lęk-spokój proporcje są najmniej korzystne ze wszystkich czterech wymiarów: 44% młodych ludzi jest bliżej bieguna lęku. Ogólnie można powiedzieć, że młodzi ludzie są pełni chęci, ale towarzyszy im niepokój i niepewność celów – a sama motywacja nie wystarcza, by sobie z nimi poradzić.

ODCZUCIA ODNOŚNIE DO PRZYSZŁOŚCI ZAWODOWEJ A ASPIRACJE ZAWODOWE



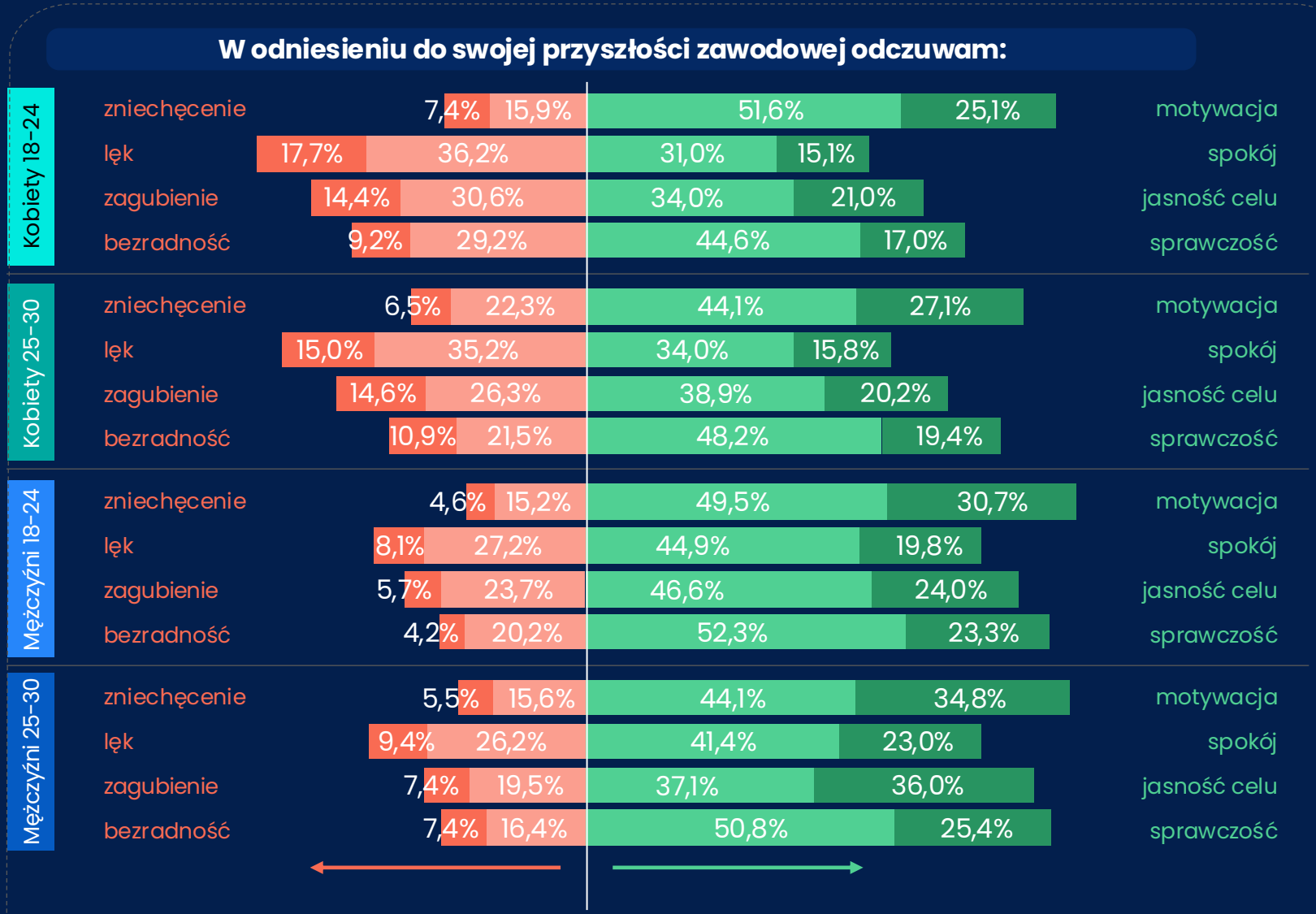
Osoby aspirujące do pracy na swoim odczuwają korzystniejsze emocje niż osoby preferujące pracę dla kogoś. Największa różnica dotyczy jasności celu: 71% osób o aspiracjach przedsiębiorczych odczuwa raczej jasność niż zagubienie, wobec 58% wśród osób o aspiracjach nieprzedsiębiorczych. Trudno rozstrzygnąć, czy to ambicja poprawia samopoczucie, czy raczej osoby czujące się lepiej odważniej planują przyszłość - zapewne obie zależności występują jednocześnie. Osoby o aspiracjach mieszanych wykazują pośredni poziom odczuć z wyjątkiem odczuwania lęku, który jest doświadczany przez nie częściej (47%) niż przez osoby z pozostałych dwóch profili.

WIARA W SIEBIE A ODCZUCIA ODNOŚNIE DO PRZYSZŁOŚCI ZAWODOWEJ



Odczucia młodych ludzi związane z karierą i pracą są powiązane tym, jak mocno wierzą we własną skuteczność. Wśród osób o niskiej wierze większość odczuwa raczej lęk niż spokój (61%) i częściej zagubienie niż jasność celu (58%). Przy wysokiej wierze proporcje się odwracają - 82% odczuwa jasność celu, a 89% motywację. Największa różnica dotyczy poczucia ukierunkowania: ponad 40 punktów procentowych dzieli osoby o niskiej i wysokiej wierze w siebie na osi zagubienie-jasność. Przekonanie o tym, że jest się skutecznym, wiąże się więc nie tylko z niższym lękiem, lecz przede wszystkim z wiedzą o tym, dokąd się zmierza.

WIEK I PŁEĆ RESPONDENTÓW A ODCZUCIA ODNOŚNIE DO PRZYSZŁOŚCI ZAWODOWEJ



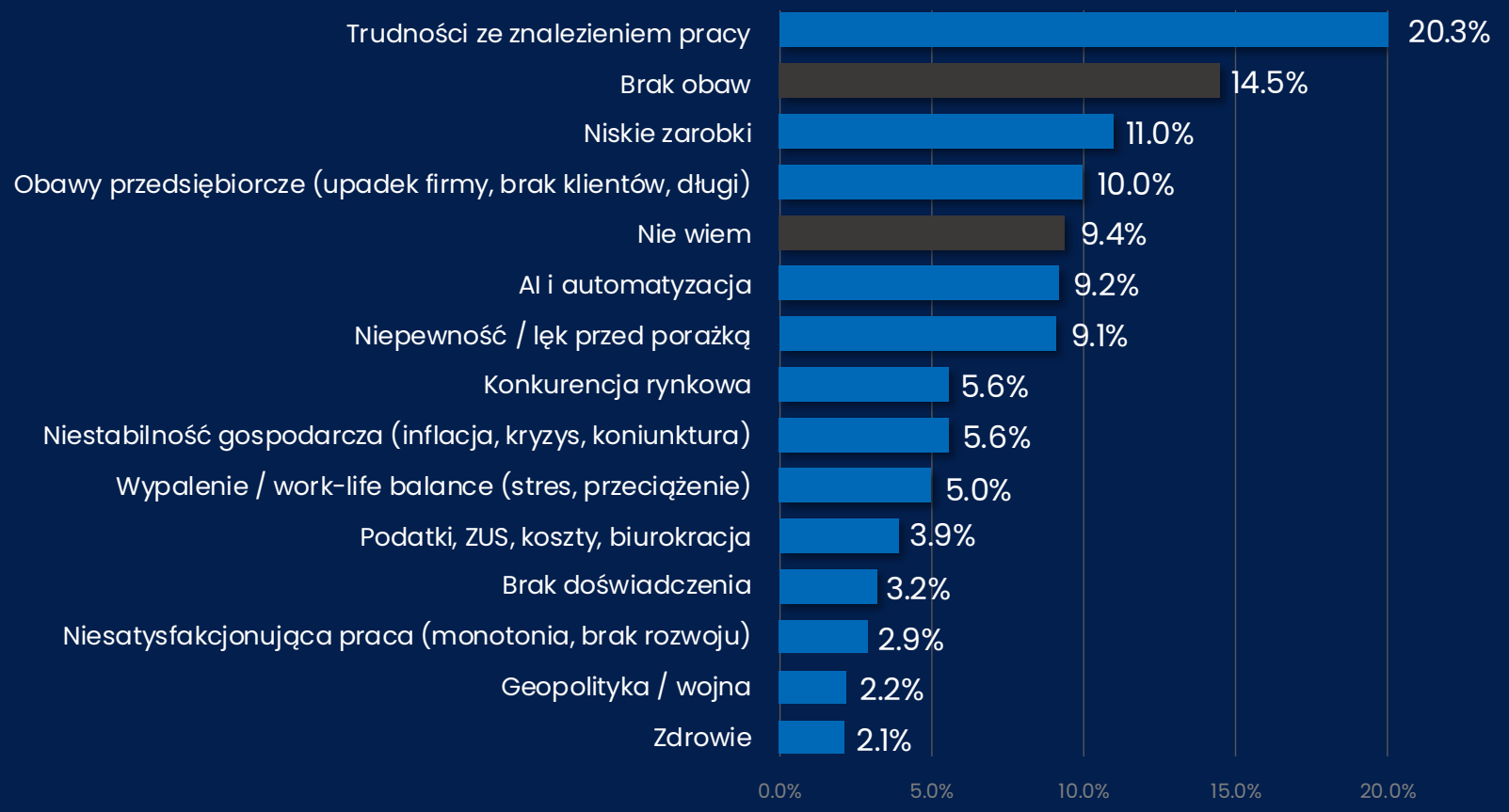
Motywacja i poczucie sprawczości są podobne u kobiet i u mężczyzn. Różnice pojawiają się natomiast w zakresie poczucia ukierunkowania i odczuwania lęku. Ponad połowa młodszych kobiet (54%) odczuwa raczej lęk niż spokój co do przyszłości zawodowej, wobec 35% młodszych mężczyzn.

Na osi zagubienie-jasność celu różnica jest podobna. Starsi mężczyźni wyróżniają się najwyższym poczuciem jasności celu ze wszystkich grup.

Wyniki te korespondują z niższą wiarą w siebie wśród kobiet i ich częstszymi aspiracjami zawodowymi w kierunku pracy dla kogoś – lęk, niższa wiara w siebie i preferowanie stabilnego zatrudnienia mogą się wzajemnie kształtować.

OBAWY DOTYCZĄCE PRZYSZŁOŚCI ZAWODOWEJ

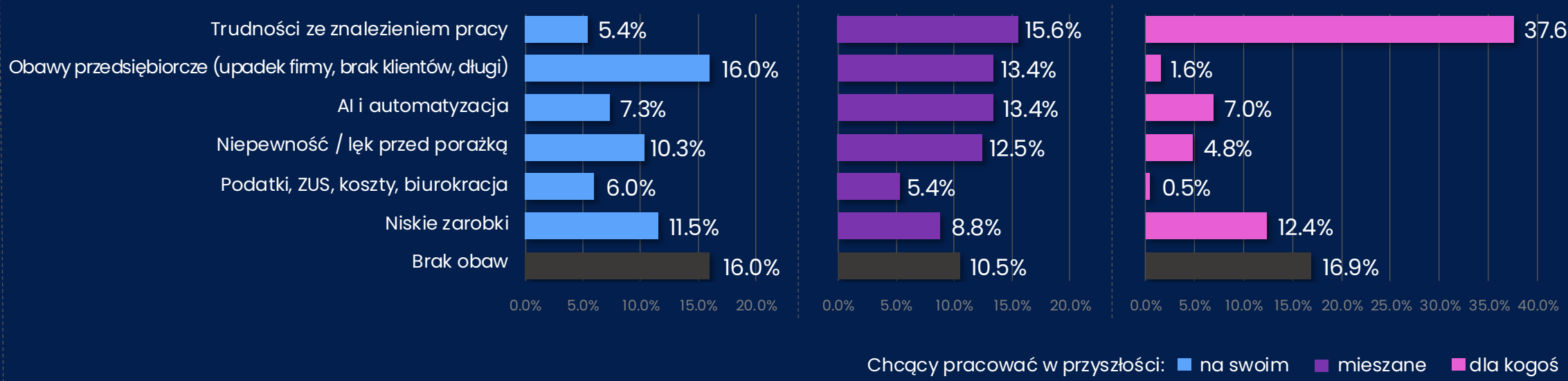
Jakie są twoje obawy związane z pracą w przyszłości? (pytanie otwarte)



Co piąty młody człowiek obawia się, że nie znajdzie pracy. Co dziewiąty martwi się niskimi zarobkami, a co dziesiąty wpływem AI oraz ogólną niepewnością i lękiem przed porażką. Jednocześnie 15% respondentów zadeklarowało brak obaw, a 9% nie potrafiło ich wskazać.

PROFIL ASPIRACJI ZAWODOWYCH A OBAWY DOTYCZĄCE PRACY W PRZYSZŁOŚCI

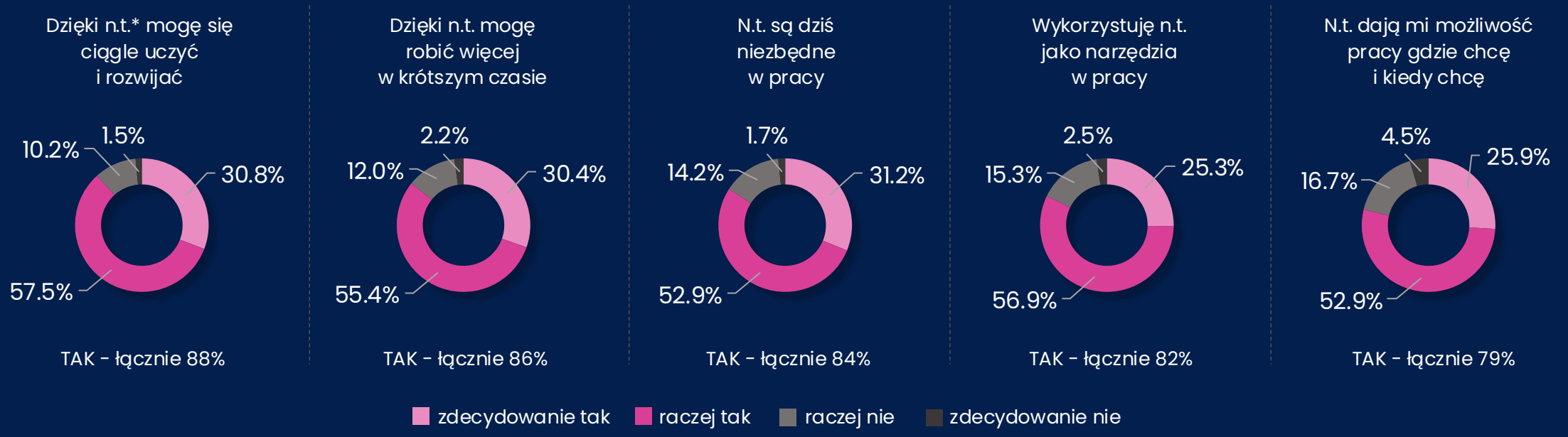
Jakie są twoje obawy związane z pracą w przyszłości? (pytanie otwarte)



Niskie zarobki to obawa wspólna niezależnie od profilu aspiracji; pozostałe obawy różnią się w zależności od planowanej ścieżki kariery. Największy kontrast w całym badaniu dotyczy obaw o trudności ze znalezieniem pracy: doświadcza ich 38% osób planujących pracę dla kogoś i jedynie 5% planujących pracę na swoim. Obawy są lustrzanym odbiciem planów - kto chciałby stworzyć biznes, obawia się jego niepowodzenia (16%) i obciążeń podatkowych (6%); kto aspiruje do pracy najemnej, boi się problemów z zatrudnieniem. Osoby o aspiracjach mieszanych wyróżniają się najwyższym lękiem przed sztuczną inteligencją (13%) i przed porażką (13%).

NOWE TECHNOLOGIE W ŻYCIU ZAWODOWYM

Na ile każde stwierdzenie pasuje do Twojego życia zawodowego (obecnego lub planowanego)?



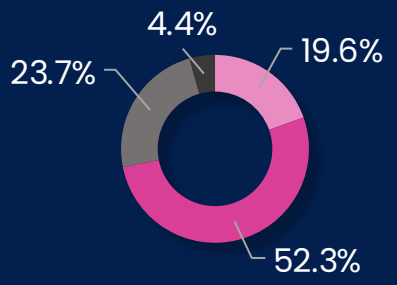
Znaczenie nowych technologii w życiu zawodowym młodych ludzi jest wielowymiarowe. Technologia to dla nich jednocześnie codzienny zestaw narzędzi, narzędzie do ciągłej nauki, dźwignia efektywności i warunek elastycznej pracy. Z każdym z tych stwierdzeń zgadza się od 79% do 88% badanych. Tak powszechna zgoda może być wyjaśnieniem tego, że kompetencje technologiczne nie są najbardziej pożądanymi umiejętnościami odnośnie do przyszłej kariery: nie dlatego, że są nieważne, lecz dlatego, że są oczywiste.

*n.t. – nowe technologie

POSTAWY WOBEC NOWYCH TECHNOLOGII

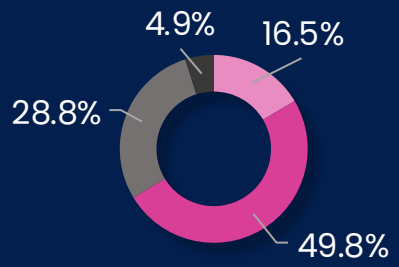
Na ile każde stwierdzenie pasuje do Twojego życia zawodowego (obecnego lub planowanego)?

Lubię testować nowe aplikacje i rozwiązania, zanim zrobią się popularne



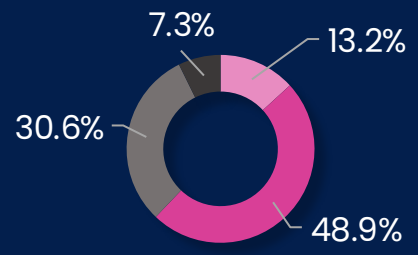
TAK - łącznie 72%

Aktywnie szukam nowych narzędzi technologicznych przydatnych w pracy



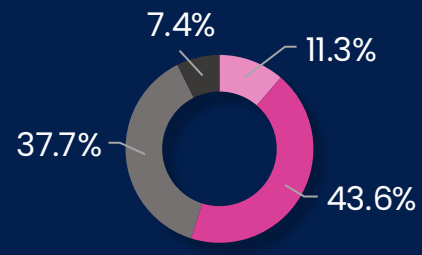
TAK - łącznie 66%

Korzystam z n.t. tylko wtedy, gdy tego wymaga sytuacja lub pracodawca*



TAK - łącznie 62%

Wystarczy mi opanować kilka podstawowych technologii, nie potrzebuję ciągle poznawać nowych*



TAK - łącznie 55%

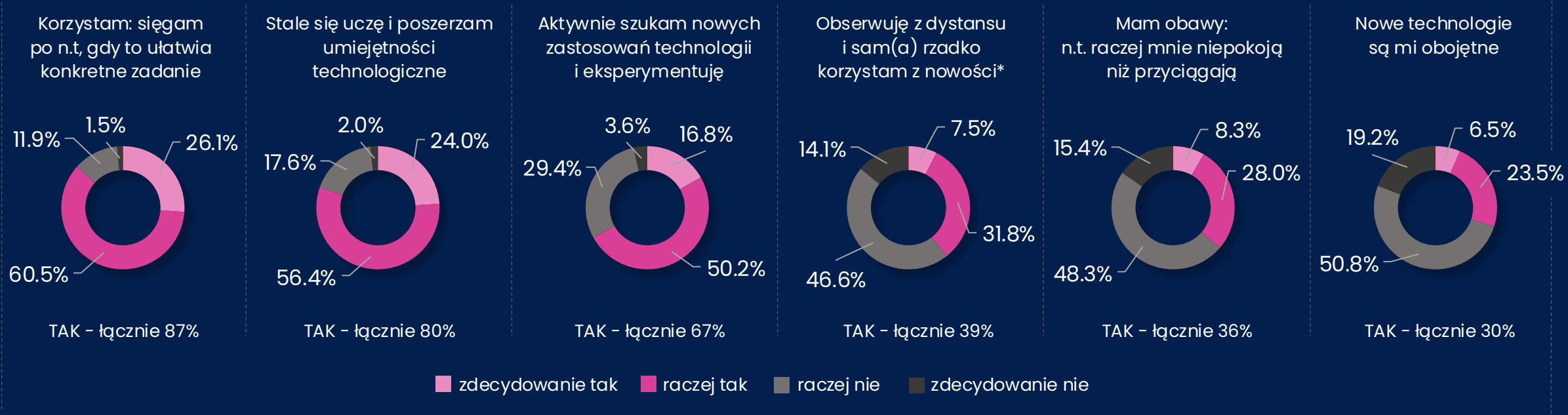
zdecydowanie tak | raczej tak | raczej nie | zdecydowanie nie

Młodzi ludzie są otwarci na nowe technologie, ale pragmatycznie. Większość (72%) lubi testować nowe aplikacje, ale niemal tyle samo (62%) przyznaje, że sięga po nie dopiero, gdy wymaga tego sytuacja. Technologia ma im służyć, nie być celem samym w sobie.

*stwierdzenia odwrócone, zgoda oznacza postawę pasywną

ZAANGAŻOWANIE W NOWE TECHNOLOGIE

Na ile każde stwierdzenie pasuje do Twojego życia zawodowego (obecnego lub planowanego)?

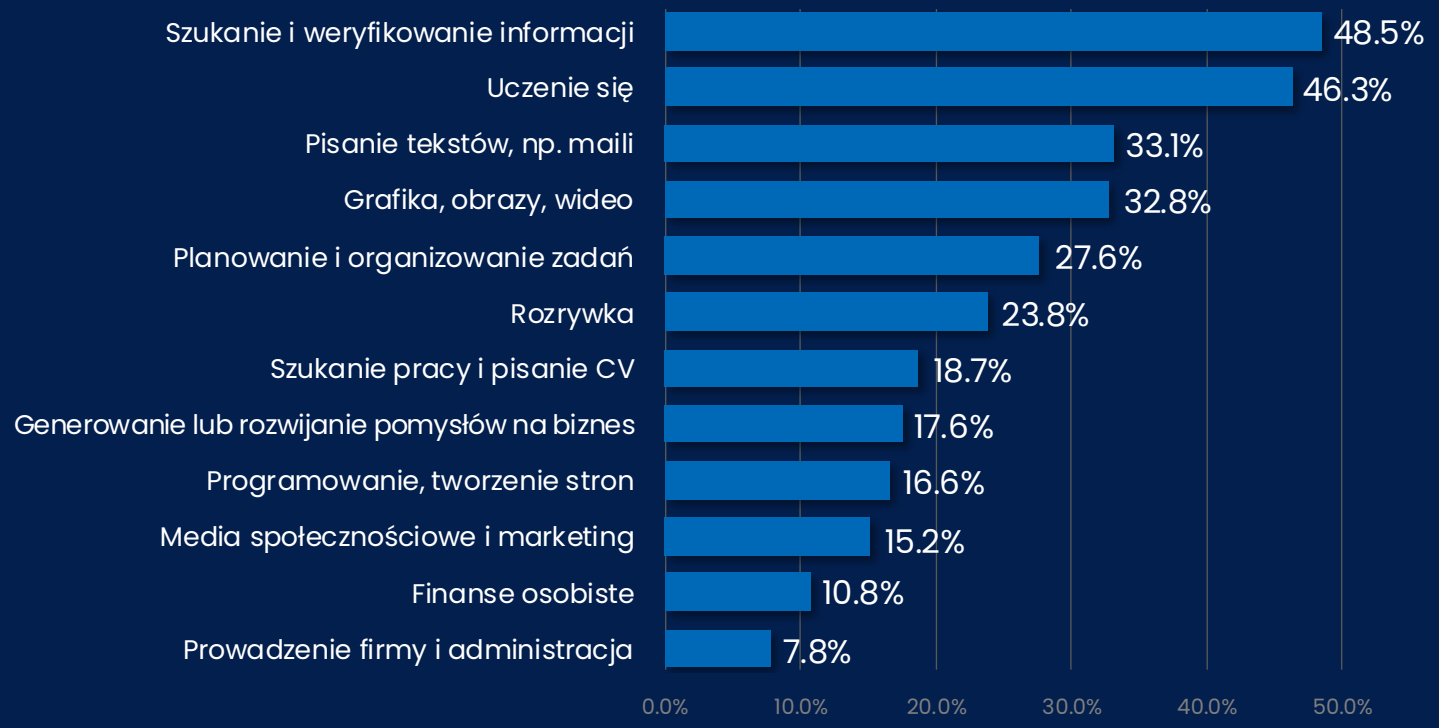


Zaangażowanie technologiczne młodych ludzi układa się w kontinuum. Na jednym biegunie jest większość: 87% sięga po nowe technologie, gdy ułatwiają pracę, a dwie trzecie aktywnie eksperymentuje z nowymi zastosowaniami. Na drugim jest mniejszość, ale znacząca: około jednej trzeciej obserwuje nowości z dystansu, odczuwa wobec nich obawy lub deklaruje obojętność. Większość jest więc zaangażowana, ale co trzeci młody człowiek zdaje się stać z boku i obserwować temat z dystansu.

*stwierdzenie odwrócone, zgoda oznacza niski poziom zaangażowania

ZASTOSOWANIE SZTUCZNEJ INTELIGENCJI

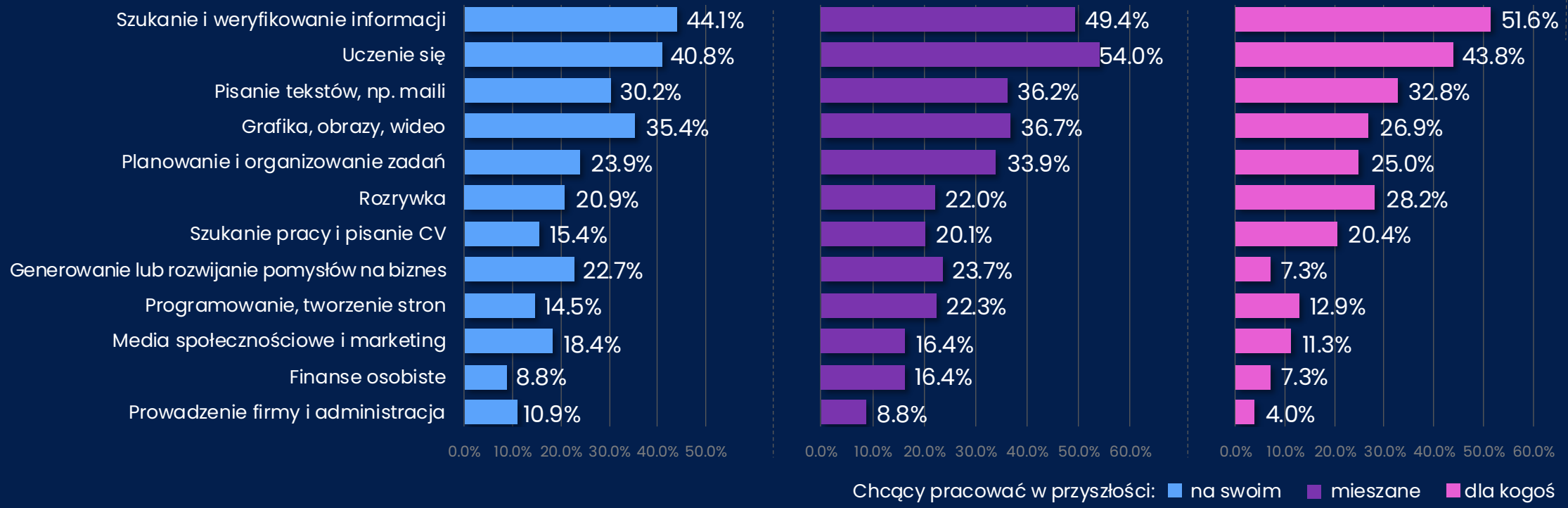
Do czego najbardziej przydaje Ci się AI? (maks. 5 wskazań)



Sztuczna inteligencja jest dla młodych ludzi przede wszystkim narzędziem poznawczym. Najczęściej korzystają z niego do szukania informacji (49%) i uczenia się (46%), a w dalszej kolejności do tworzenia tekstów i grafiki. Zastosowania biznesowe i zarządcze – prowadzenie firmy, finanse, marketing – pojawiają się na dole listy. AI pomaga więc myśleć i tworzyć, a w mniejszym stopniu zarządzać i zarabiać.

ASPIRACJE ZAWODOWE A KORZYSTANIE Z AI

Do czego najbardziej przydaje Ci się AI? (maks. 5 wskazań)

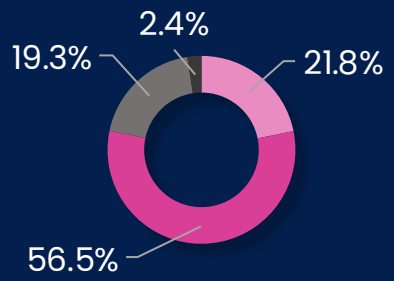


Osoby o różnych profilach aspiracji zawodowych korzystają z AI na różne sposoby. Osoby, które chciałyby w przyszłości pracować „na swoim", używają AI do generowania pomysłów na biznes (23%), marketingu i prowadzenia firmy. Dla nich AI jest więc narzędziem wspomagającym ich przedsiębiorczość. Osoby o aspiracjach mieszanych najintensywniej wykorzystują AI do planowania (34%), programowania i zarządzania finansami, traktując AI jako dźwignię produktywności. Osoby zamierzające podjąć pracę najemną częściej niż pozostali korzystają z AI do rozrywki (28%). Największy kontrast dotyczy pomysłów na biznes: korzysta z tego niemal co czwarty aspirujący do pracy na swoim, ale jedynie 7% zamierzających pracować dla kogoś.

PERCEPCJA ZAGROŻEŃ ZWIĄZANYCH Z AI

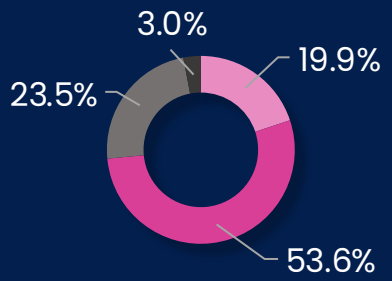
Na ile zgadzasz się z poniższymi stwierdzeniami?

AI zmienia rynek pracy szybciej, niż ludzie się dostosowują



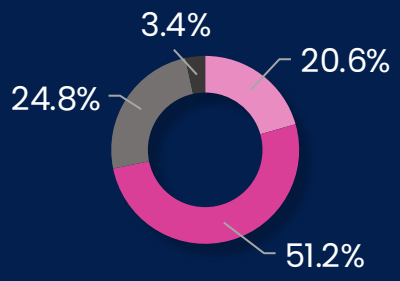
TAK – łącznie 78%

Osoby, które nie nauczą się korzystać z AI, będą miały trudności na rynku pracy



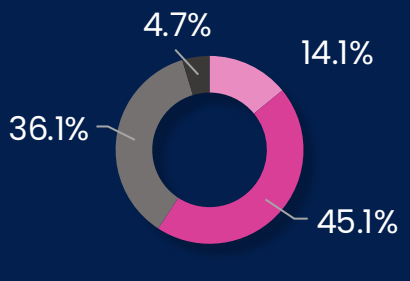
TAK – łącznie 74%

W ciągu najbliższych 10 lat wiele obecnych zawodów zniknie przez AI



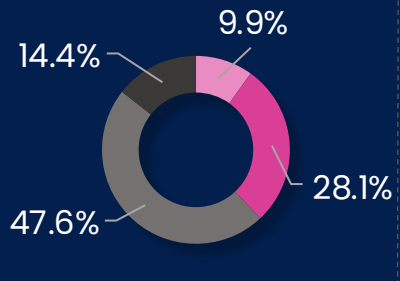
TAK – łącznie 72%

Tempo zmian technologicznych jest męczące i trudno za tym nadążyć



TAK – łącznie 59%

AI zagraża mojemu przyszłemu zawodowi



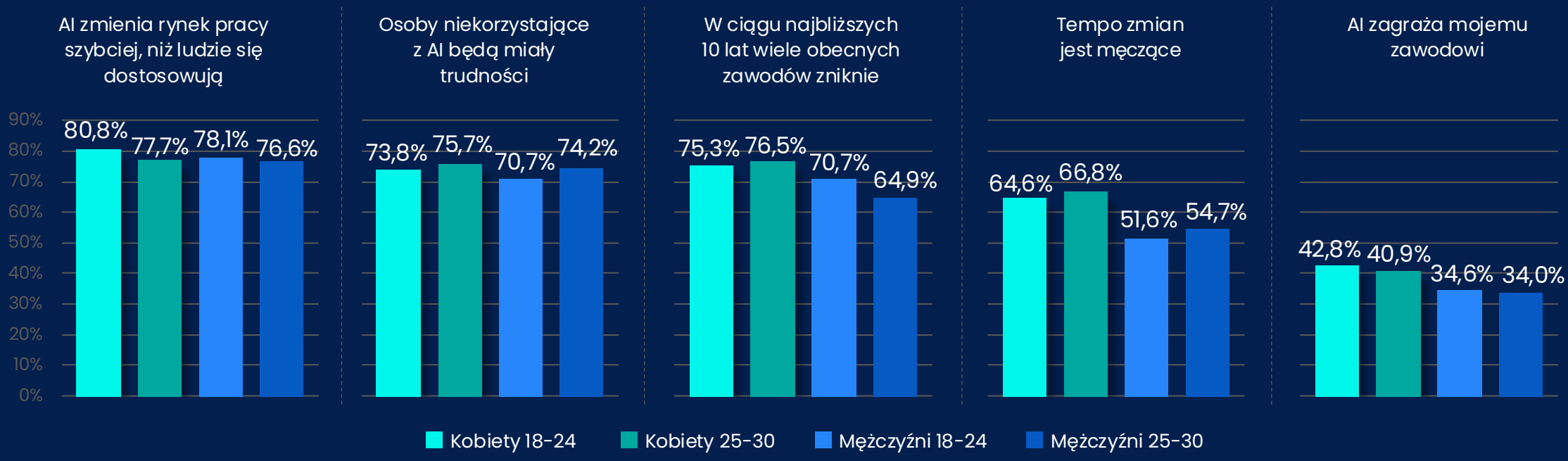
TAK – łącznie 38%

zdecydowanie tak | raczej tak | raczej nie | zdecydowanie nie

Około trzech czwartych młodych ludzi zgadza się, że AI zmienia rynek pracy szybciej niż ludzie się dostosowują, osoby niekorzystające z AI będą miały trudności oraz że wiele zawodów zniknie. Tymczasem bezpośrednie zagrożenie dla własnego zawodu dostrzega jedynie 38%. Młodzi widzą więc AI jako wyzwanie systemowe, ale rzadziej jako osobiste zagrożenie. Taki optymizm może być siłą, bo motywuje do nauki, ale niesie też ryzyko niedoceniania zmian we własnej branży.

PERCEPCJA ZAGROŻEŃ ZWIĄZANYCH Z AI W GRUPACH DEMOGRAFICZNYCH

Na ile zgadzasz się z poniższymi stwierdzeniami?

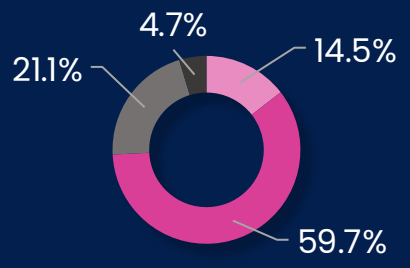


Kobiety częściej niż mężczyźni odczuwają zmęczenie tempem zmian technologicznych (65-67% wobec 52-55%) i częściej postrzegają AI jako zagrożenie dla własnego zawodu (41-43% wobec 34-35%). Wzorzec ten jest spójny z wynikami barometru emocjonalnego: kobiety częściej odczuwają lęk wobec przyszłości zawodowej i częściej obawiają się wpływu AI. Może to wskazywać na ogólniejszy mechanizm, w którym obawy wobec AI współwystępują z szerszym poczuciem niepewności.

PERCEPCJA SZANS ZWIĄZANYCH Z AI

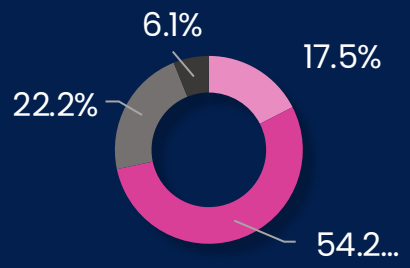
Na ile zgadzasz się z poniższymi stwierdzeniami?

AI otwiera nowe możliwości zawodowe, których wcześniej nie było



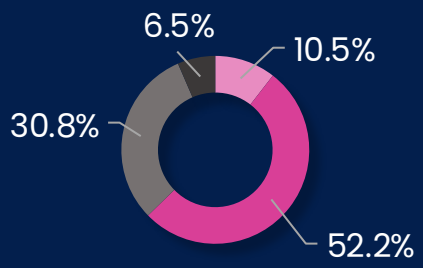
TAK - łącznie 74%

AI pozwala mi być bardziej efektywnym(-ą) w pracy lub nauce



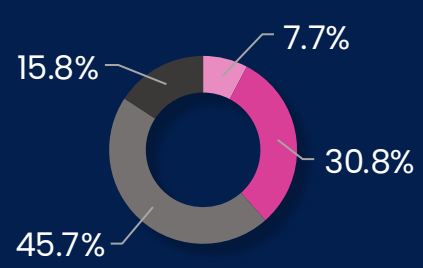
TAK - łącznie 72%

Dzięki AI łatwiej jest założyć własny biznes



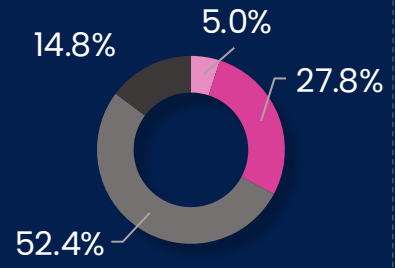
TAK - łącznie 63%

Chcę budować swoją karierę wokół AI – jako głównego narzędzia pracy



TAK - łącznie 39%

AI stworzy więcej miejsc pracy, niż zlikwiduje

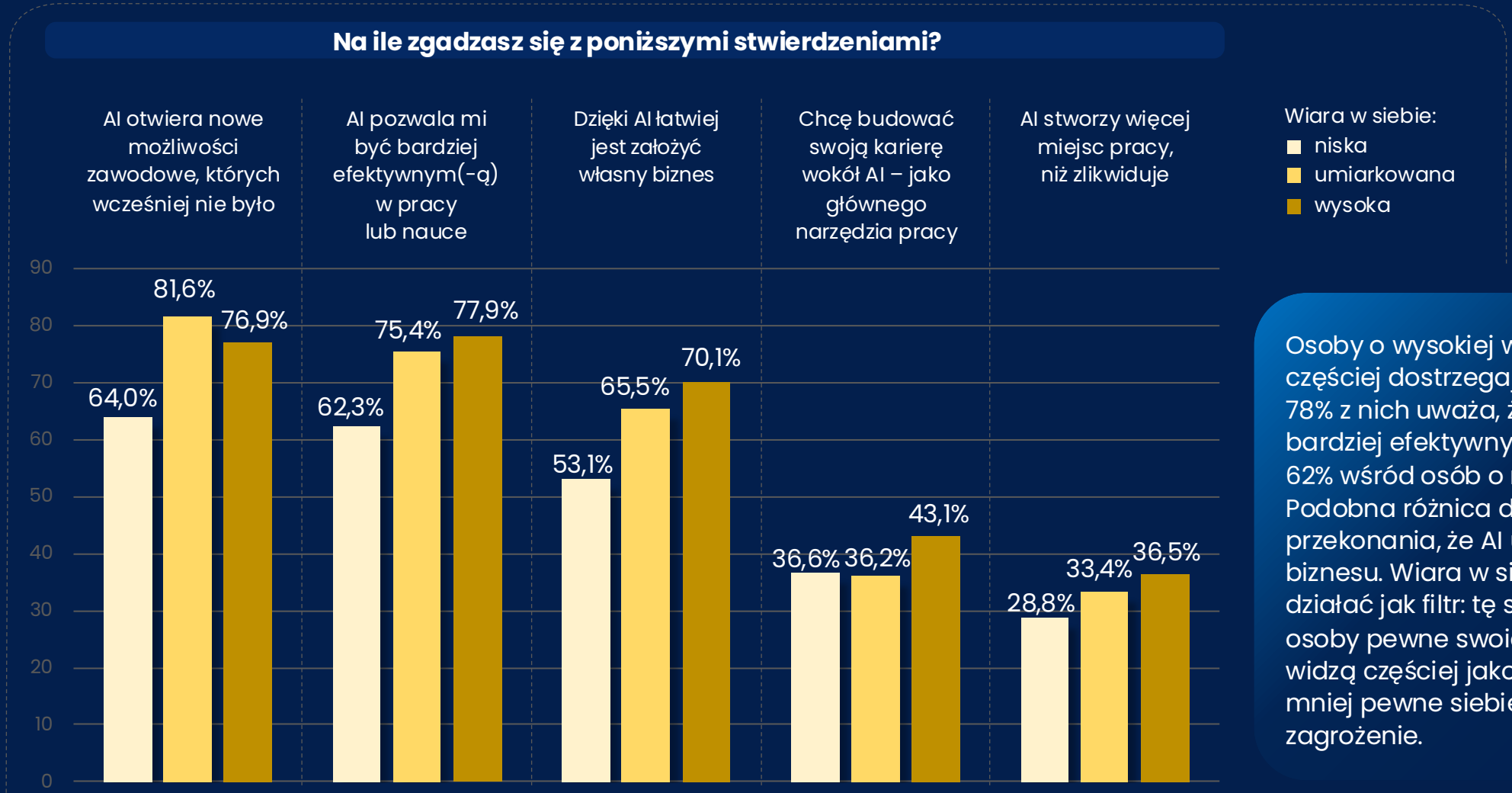


TAK - łącznie 33%

zdecydowanie tak | raczej tak | raczej nie | zdecydowanie nie

Młodzi ludzie widzą w AI szansę dla siebie, ale nie dla rynku pracy. Około trzech czwartych zgadza się, że AI otwiera nowe możliwości zawodowe (74%) i czyni ich bardziej efektywnymi (72%). Jedynie 33% wierzy natomiast, że AI stworzy więcej miejsc pracy niż zlikwiduje. To lustrzane odbicie percepcji zagrożeń: *tam* AI zagrażało rynkowi, ale nie mnie; *tu* AI pomaga mnie, ale nie rynkowi.

WIARA W SIEBIE A PERCEPCJA SZANS ZWIĄZANYCH Z AI

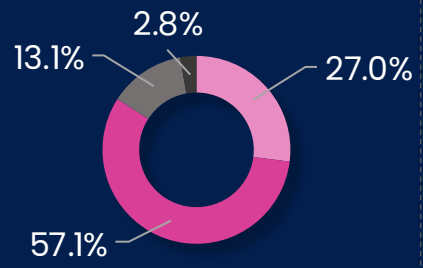


Osoby o wysokiej wierze w siebie częściej dostrzegają w AI szansę. 78% z nich uważa, że AI czyni ich bardziej efektywnymi, wobec 62% wśród osób o niskiej wierze. Podobna różnica dotyczy przekonania, że AI ułatwia zakładanie biznesu. Wiara w siebie może więc działać jak filtr: tę samą technologię osoby pewne swoich kompetencji widzą częściej jako szansę, a osoby mniej pewne siebie częściej jako zagrożenie.

SKŁONNOŚĆ DO DELEGOWANIA ZADAŃ I MYŚLENIA NA SZTUCZNĄ INTELIGENCJĘ

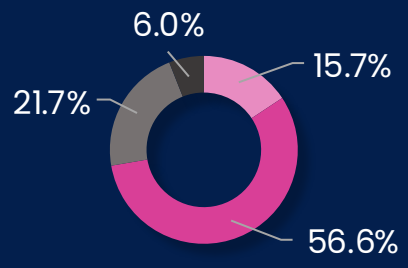
Na ile zgadzasz się z poniższymi stwierdzeniami?

W mojej pracy kluczowe są moje kompetencje, a AI jest tylko dodatkiem*



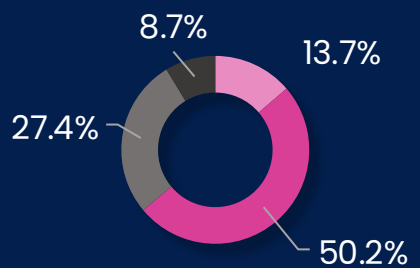
TAK - łącznie 84%

Korzystam z AI, żeby nie szukać informacji samemu(-ej)



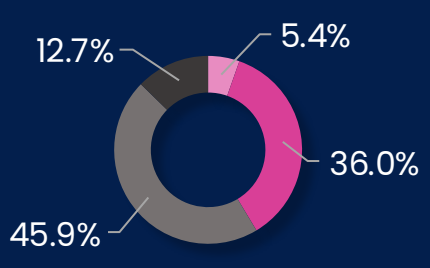
TAK - łącznie 72%

Wolę, żeby AI przygotowała mi wstępną wersję tekstu, niż pisać od zera



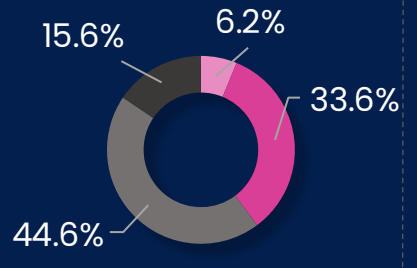
TAK - łącznie 64%

Ufam rekomendacjom AI w kwestiach zawodowych



TAK - łącznie 42%

Korzystam z porad AI, podejmując ważne decyzje zawodowe



TAK - łącznie 40%

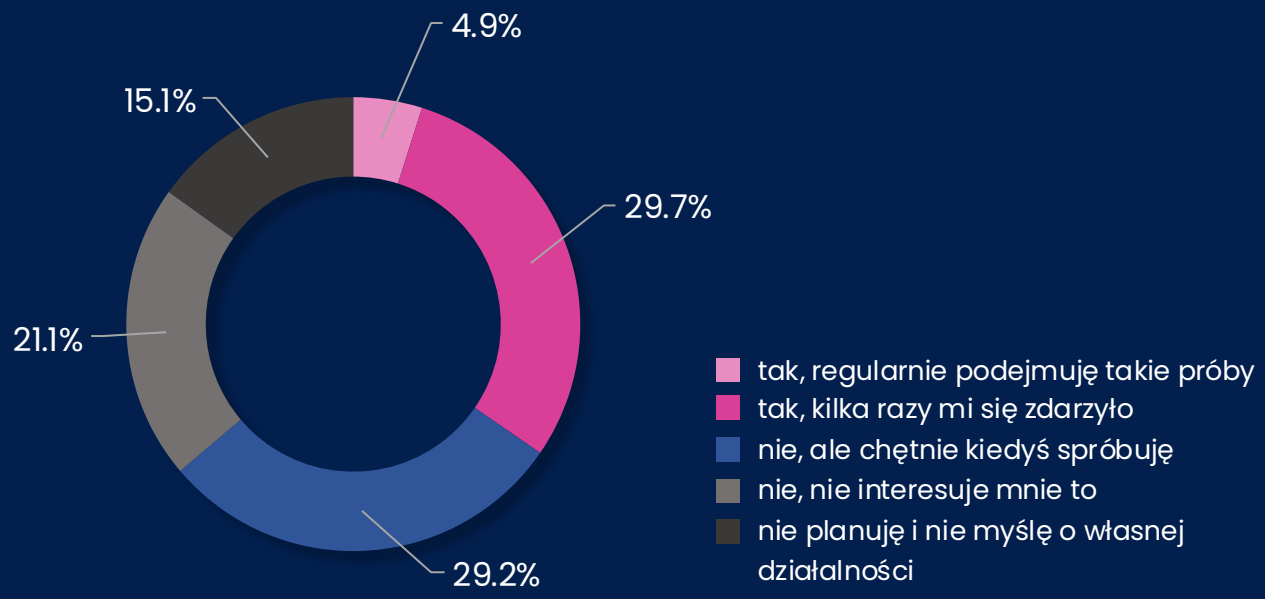
zdecydowanie tak | raczej tak | raczej nie | zdecydowanie nie

Młodzi ludzie wyznaczają wyraźną granicę w korzystaniu z AI. Chętnie oddają jej prace rutynowe – 72% korzysta z AI zamiast szukać informacji samodzielnie, a 64% woli, żeby AI przygotowała wstępną wersję tekstu. Nie delegują natomiast myślenia strategicznego: jedynie 42% ufa rekomendacjom AI w kwestiach zawodowych. Zdecydowana większość (84%) uważa, że w pracy kluczowe pozostają ich własne kompetencje.

*stwierdzenie odwrócone - zgoda wskazuje ważność zachowania autonomii

SZTUCZNA INTELIGENCJA A POMYSŁY NA BIZNES

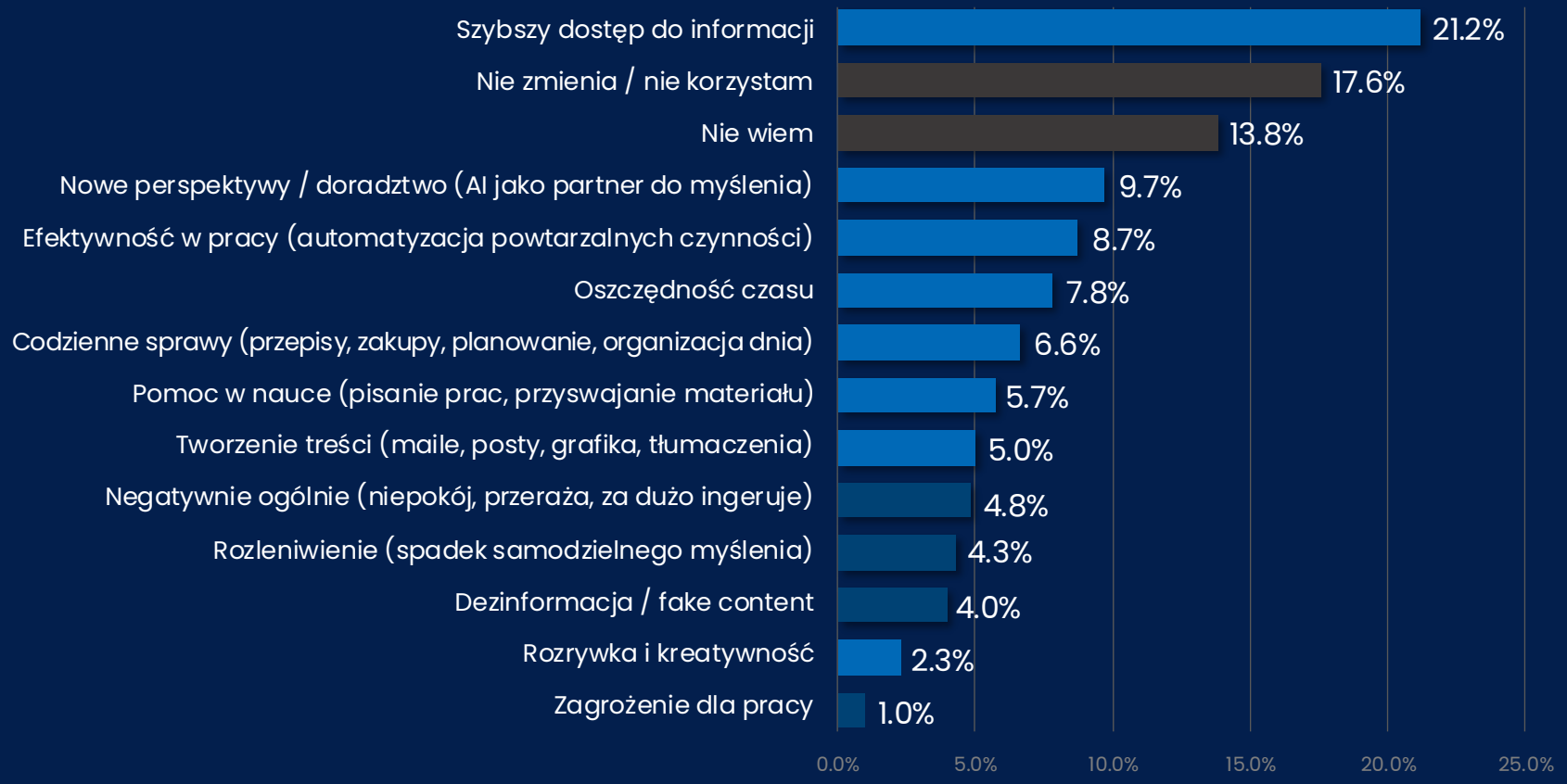
Czy zdarzyło Ci się generować luźne pomysły na biznes za pomocą AI?



Prawie dwie trzecie młodych ludzi (64%) albo już próbowało generować pomysły na biznes za pomocą AI, albo chętnie by spróbowało. Jedynie co piąty deklaruje brak zainteresowania. AI może więc pełnić rolę inkubatora pomysłów, obniżając barierę wejścia do myślenia o przedsiębiorczości nawet u osób, które jeszcze nie prowadzą firmy.

JAK SZTUCZNA INTELIGENCJA ZMIENIA ŻYCIE MŁODYCH LUDZI

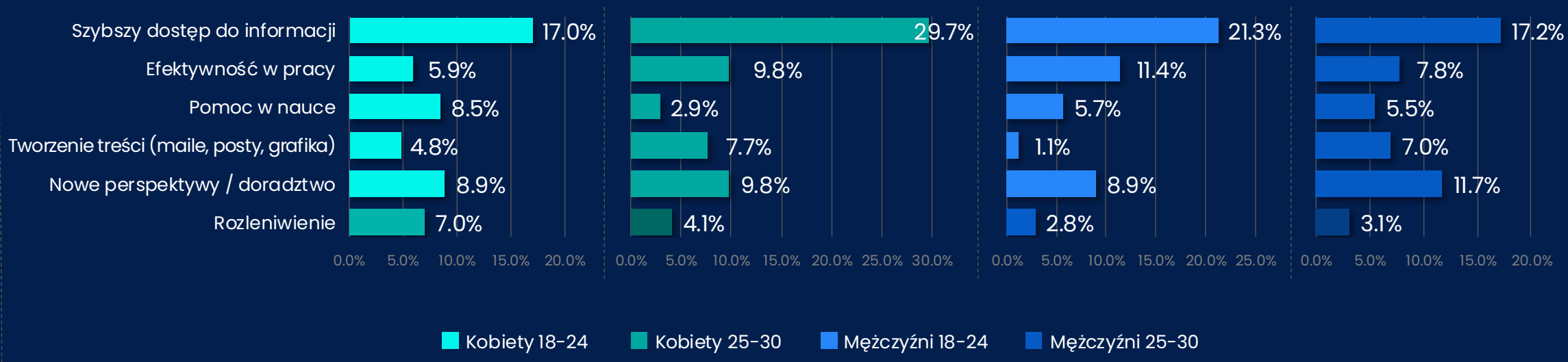
Jak sztuczna inteligencja (AI) zmienia Twoje życie – nie tylko w pracy, ale w ogóle? (pytanie otwarte)



Pytani otwarcie o to, jak AI zmienia ich życie, młodzi ludzie mówią przede wszystkim o szybszym dostępie do informacji (21%). Dalej wymieniają korzyści praktyczne: efektywność, oszczędność czasu, codzienną organizację. Negatywne skutki – rozleniwienie, dezinformacja, ogólny niepokój – wskazuje łącznie 13%. Zagrożenie dla pracy pojawia się u około 1% badanych. Interesujące jest, że rewolucja na rynku pracy, na którą zwracają uwagę w pytaniach zamkniętych, nie pojawia się, gdy własnymi słowami mówią o swoim życiu.

JAK AI ZMIENIA ŻYCIE KOBIET I MĘŻCZYZN

Jak sztuczna inteligencja (AI) zmienia Twoje życie – nie tylko w pracy, ale w ogóle? (pytanie otwarte)



Każda grupa korzysta z AI inaczej. Starsze kobiety to najaktywniejsze użytkowniczki AI w codziennym życiu – 30% wskazuje szybszy dostęp do informacji, znacznie częściej niż pozostałe grupy. Młodsze kobiety najczęściej korzystają z AI do nauki (9%), ale jednocześnie najczęściej mówią o rozleniwieniu (7%). Młodsi mężczyźni są pragmatyczni – AI służy im przede wszystkim do pracy (11%). Starsi mężczyźni wyróżniają się najczęstszym wskazaniem AI jako partnera do myślenia i źródła nowych perspektyw (12%).

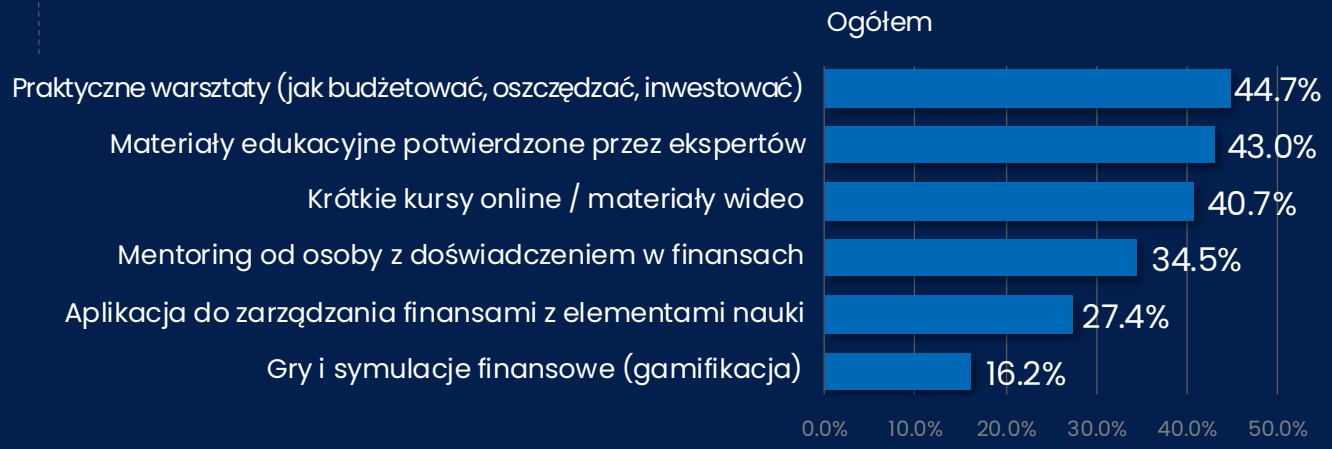
KOMPETENCJE POTRZEBNE W PRZYSZŁEJ KARIERZE ZAWODOWEJ

Które kompetencje przydałyby Ci się najbardziej w przyszłej karierze zawodowej? (maks. 4 wskazania)

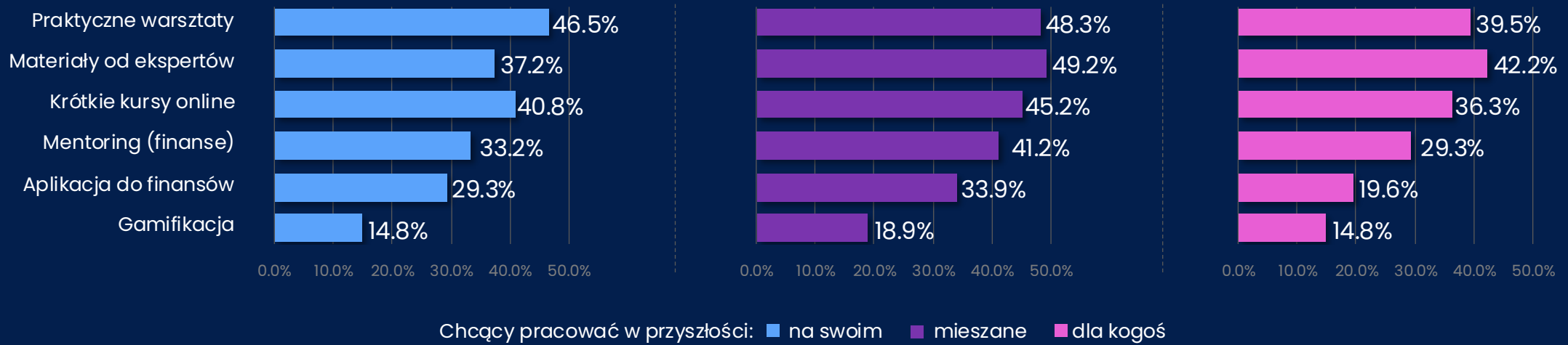
Kompetencje, których młodym ludziom najbardziej brakuje, dotyczą radzenia sobie z sobą, nie z technologią. Na szczycie listy są odporność na stres (46%), zarządzanie własnym czasem i kreatywność (po 44%). Kompetencje technologiczne plasują się dużo niżej - korzystanie z AI wskazuje 20%, analizę danych 14%. Znów, nie znaczy, że technologia jest nieważna, lecz że jest oczywista. Zapotrzebowanie na umiejętność radzenia sobie ze stresem współgra z tym, że znaczna część badanych odczuwa lęk wobec przyszłości i zmęczenie tempem zmian. Młodzi ludzie czują, że w przyszłej karierze potrzebują odporności psychicznej i twórczego myślenia - kompetencji, których technologia nie zastąpi.

ROZWIJANIE KOMPETENCJI FINANSOWYCH

Co najbardziej pomogłoby Ci w rozwijaniu kompetencji finansowych? (maks. 3 wskazania)

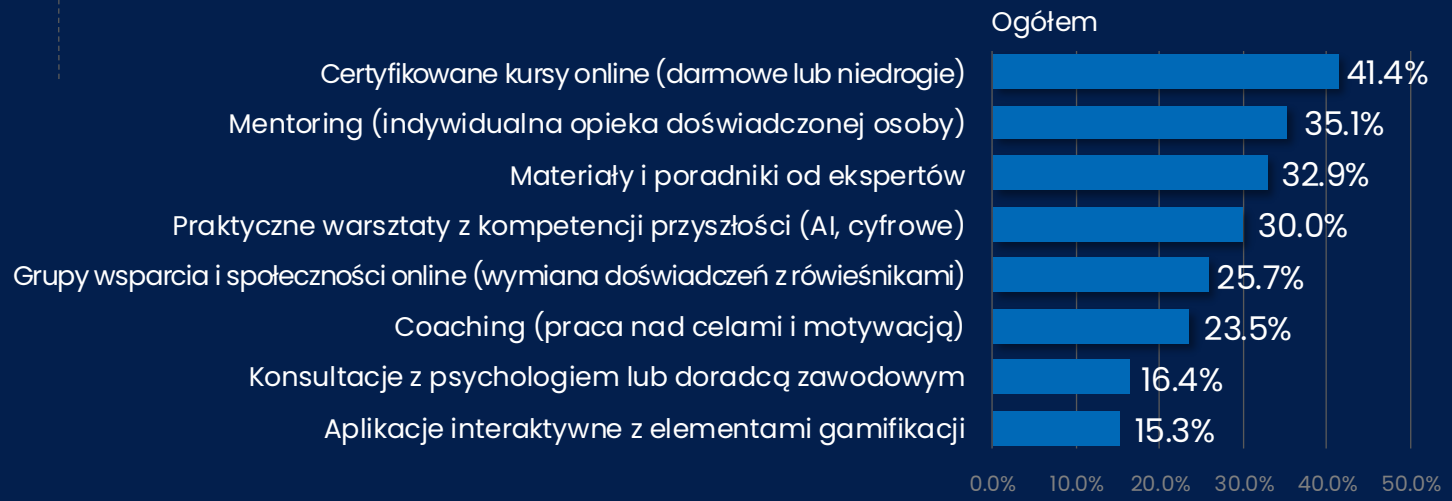


Młodzi ludzie chcą rozwijać kompetencje finansowe przede wszystkim w praktyce, korzystając z warsztatów finansowych (45%), materiałów potwierdzonych przez ekspertów (43%) i krótkich kursów online (41%). Osoby o aspiracjach mieszanych wyróżniają się najwyższym zapotrzebowaniem we wszystkich kategoriach - niemal połowa z nich (49%) wskazuje materiały eksperckie wobec 37-42% takich wskazań w pozostałych profilach.

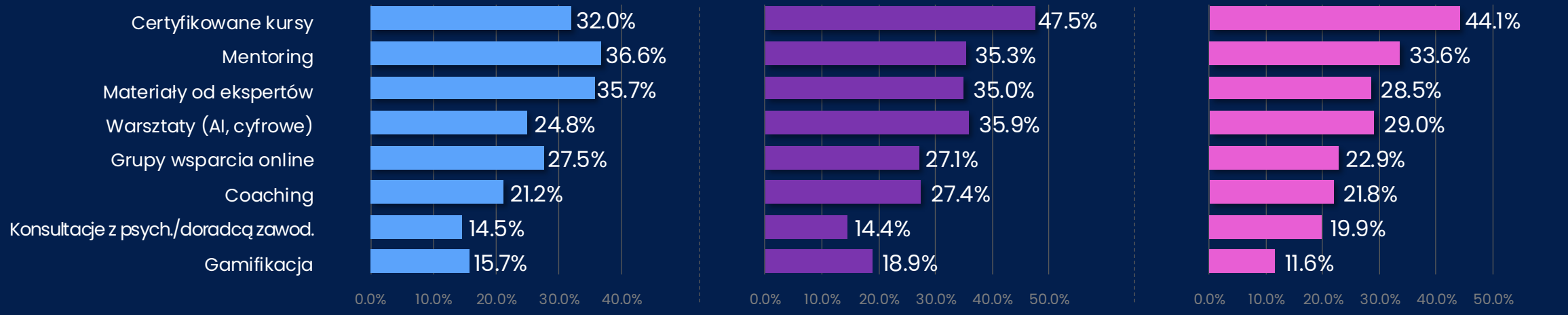


OCZEKIWANIE CO DO FORM WSPARCIA W OBLICZU WYZWAŃ ZAWODOWYCH

Jakie formy wsparcia byłyby dla Ciebie najbardziej przydatne w obliczu wyzwań zawodowych? (maks. 4 wskazania)

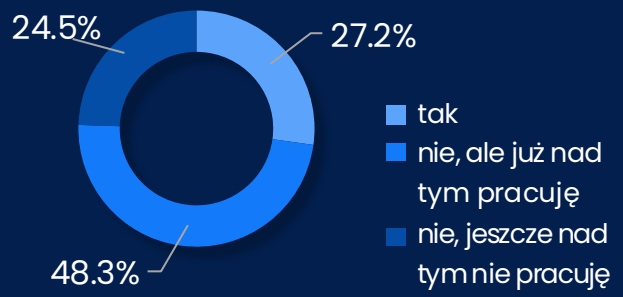


Również w zakresie ogólnego wsparcia zawodowego młodzi ludzie stawiają na praktyczność: certyfikowane kursy online (41%), mentoring (35%) i materiały eksperckie (33%). Osoby o aspiracjach mieszanych ponownie wyróżniają się najwyższym zapotrzebowaniem – dla niemal połowy (48%) przydatne byłyby certyfikowane kursy. Osoby preferujące pracę dla kogoś nieco częściej wskazują konsultacje z psychologiem lub doradcą zawodowym (20% wobec 14%), co może współwystępować z ich wyższym poziomem lęku i zagubienia.

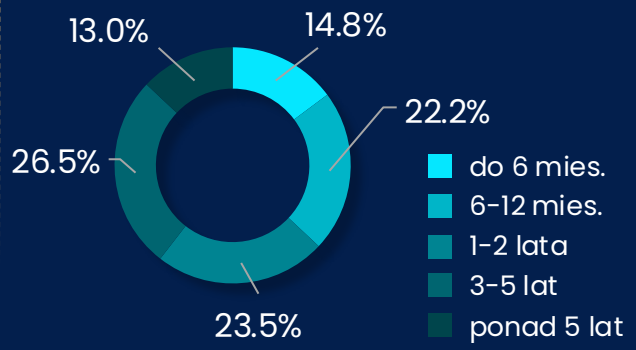


POMYSŁ NA FIRMĘ, BRANŻA I PRZEWIDYWANY TERMIN

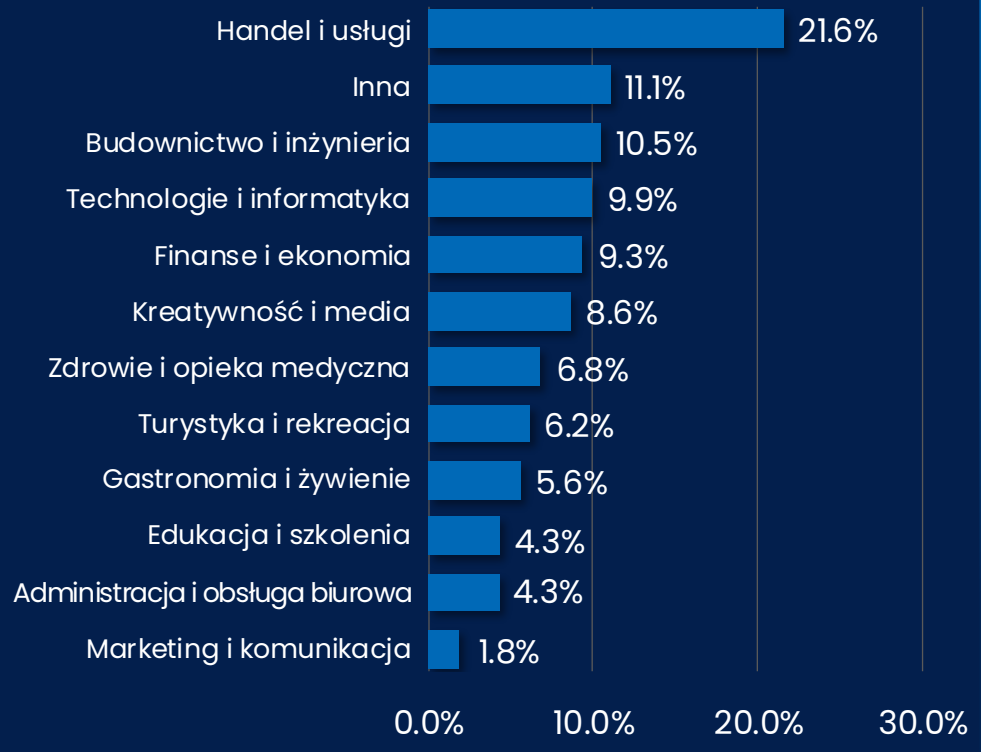
Czy masz już konkretny pomysł na własną firmę?



W jakim horyzoncie czasowym planujesz wystartować z firmą?



W jakim sektorze lub w jakiej branży planujesz wystartować?



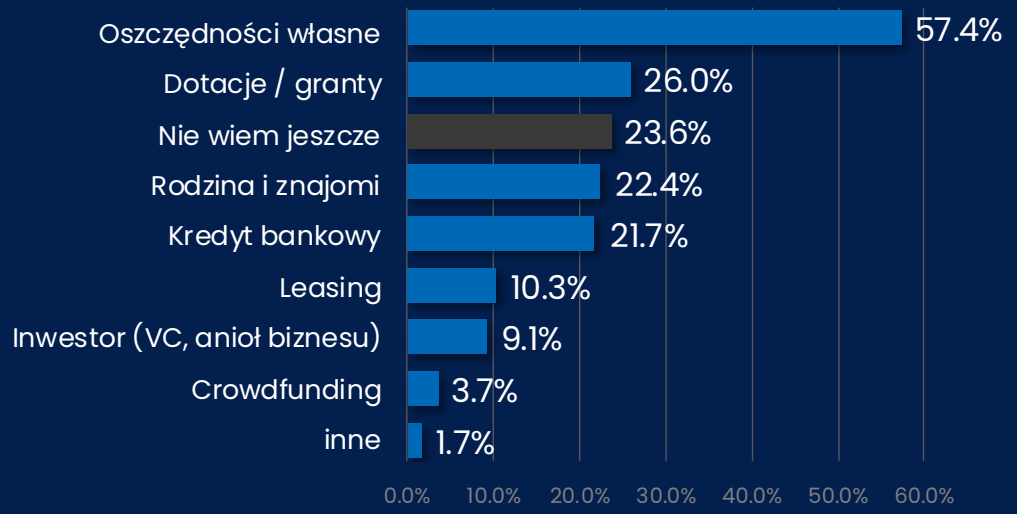
Pytanie o pomysł na firmę zadano osobom aspirującym do przedsiębiorczości, ale jeszcze nieprowadzącym działalności (N = 603).

Pytania o branżę i horyzont startu zadano tylko osobom z gotowym pomysłem (N = 162).

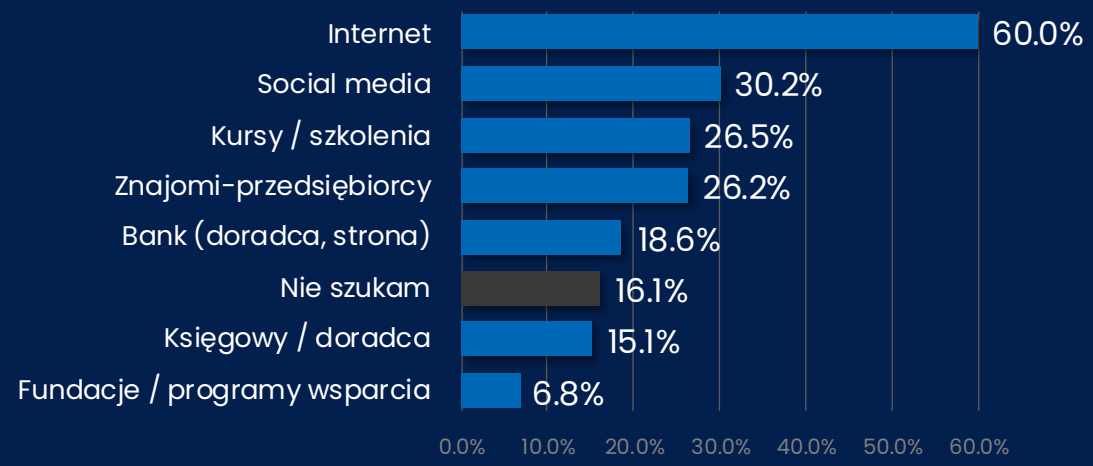
Wśród osób aspirujących do przedsiębiorczości, ale jeszcze nieprowadzących firmy, co czwarty (27%) ma już konkretny pomysł, a niemal połowa (48%) aktywnie nad nim pracuje. To nie są wyłącznie marzyciele. Osoby z gotowym pomysłem najczęściej celują w handel i usługi, technologie, budownictwo lub finanse. Większość planuje start w perspektywie 1-5 lat, choć co siódmy zamierza wystartować w ciągu pół roku.

ŹRÓDŁA FINANSOWANIA I WIEDZY POTRZEBNEJ DO DZIAŁALNOŚCI GOSPODARCZEJ

Z jakich źródeł finansowania planujesz korzystać (lub korzystasz) w swojej firmie?



Skąd czerpiesz wiedzę o finansowaniu i produktach finansowych dla swojej firmy?

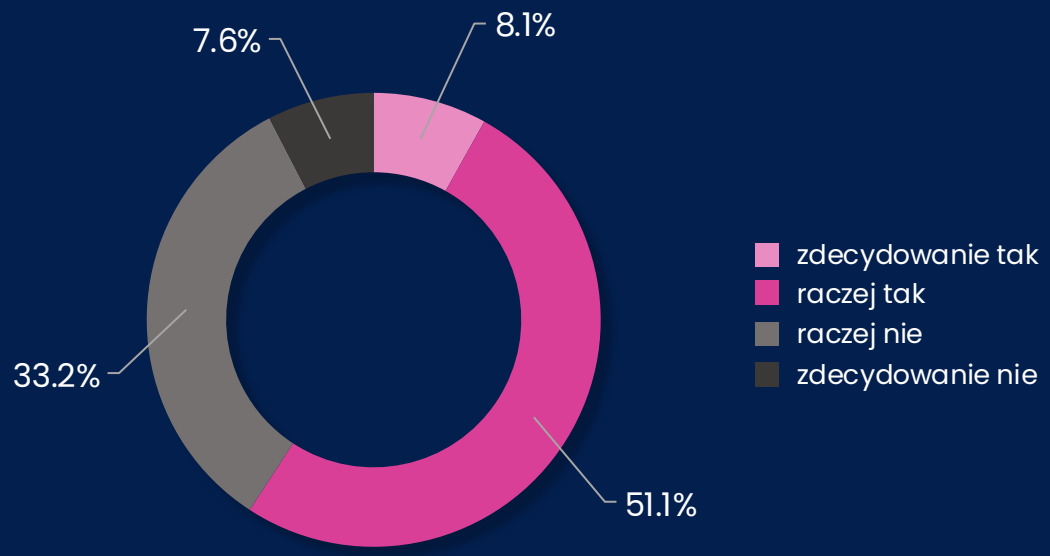


Pytania zadano osobom prowadzącym działalność gospodarczą lub aspirującym do przedsiębiorczości (N = 603).

Młodzi przedsiębiorcy planują finansować firmę głównie z własnych oszczędności (57%). Co czwarty liczy na dotacje, co piąty na rodzinę lub kredyt. Co czwarty nie wie jeszcze skąd weźmie pieniądze. Wiedzę o finansowaniu czerpią przede wszystkim z internetu (60%) i mediów społecznościowych (30%). Tradycyjne źródła - bank, księgowy, fundacje - wskazuje mniej niż co piąty. Zaledwie 7% korzysta z fundacji i programów wsparcia przedsiębiorczości.
To istotna informacja dla organizatorów takich programów: młodzi ludzie docierają do wiedzy przez internet, nie przez tradycyjne kanały.

GOTOWOŚĆ DO ZARZĄDZANIA FINANSAMI FIRMY

Czy czujesz się dobrze przygotowany do zarządzania finansami swojej (obecnej lub przyszłej) firmy?



Pytania zadano osobom prowadzącym działalność gospodarczą lub aspirującym do przedsiębiorczości (N = 603).

Ponad połowa osób o aspiracjach przedsiębiorczych (51%) czuje się raczej dobrze przygotowana do zarządzania finansami firmy, ale jedynie 8% jest o tym zdecydowanie przekonanych. Z drugiej strony 41% respondentów ocenia swoje przygotowanie finansowe jako niedostateczne – co trzeci raczej nie czuje się gotowy (33%), a 8% zdecydowanie nie. Wynik ten koresponduje z potrzebą wsparcia w zakresie kompetencji finansowych.

WYDAWCA:
Fundacja Rozwoju Społeczeństwa Wiedzy Think!

Plac Kasztelański 3, 01-362 Warszawa
www.think.org.pl

© Fundacja Rozwoju Społeczeństwa Wiedzy Think! i Fundacja Kronenberga Citi Handlowy, Warszawa, maj 2026

**Badanie jest elementem Programu Rozwoju Przedsiębiorczości realizowanego przez Fundację Think!
w partnerstwie merytorycznym z Fundacją Citi Handlowy im. L. Kronenberga i dzięki finansowaniu Citi Foundation.**

Badanie zostało zrealizowane we współpracy merytorycznej z Instytutem Psychologii Uniwersytetu Śląskiego.

AUTOR RAPORTU:
Dr Artur Domurat

O AUTORZE:
Psycholog i ekonomista, obecnie adiunkt w Instytucie Psychologii na Wydziale Nauk Społecznych Uniwersytetu Śląskiego, absolwent psychologii na Uniwersytecie Warszawskim oraz kierunku metody ilościowe i systemy informacyjne w Szkole Głównej Handlowej w Warszawie. Jego zainteresowania badawcze obejmują dziedziny takie jak psychologia decyzji, psychologia ekonomiczna oraz metodologia i wnioskowanie statystyczne. W swoich publikacjach opisuje m.in. badania dotyczące weryfikacji powszechnych przekonań o tym jacy są przedsiębiorcy, w tym np. analizy zależności między przedsiębiorczością a kreatywnością i innowacyjnością, podejmowaniem ryzyka oraz przekonaniami etycznymi dotyczącymi pracy. Inne prace i analizy autora również są bliskie tematyce aktywności ekonomicznej ludzi – dotyczyły one m.in. racjonalności podejmowanych decyzji, dyskontowania oraz dokonywania wyborów w warunkach ryzyka i niepewności.
Profil autora: https://us.edu.pl/instytut/ip/osoby/dr-artur-domurat

KOORDYNACJA MERYTORYCZNA:
Anna Bichta
Małgorzata Polak
Fundacja Rozwoju Społeczeństwa Wiedzy THINK!

REDAKCJA:
Joanna Kluz
Fundacja Rozwoju Społeczeństwa Wiedzy THINK!

PROJEKT GRAFICZNY I SKŁAD:
Iwona Piśmienny-Ścibor