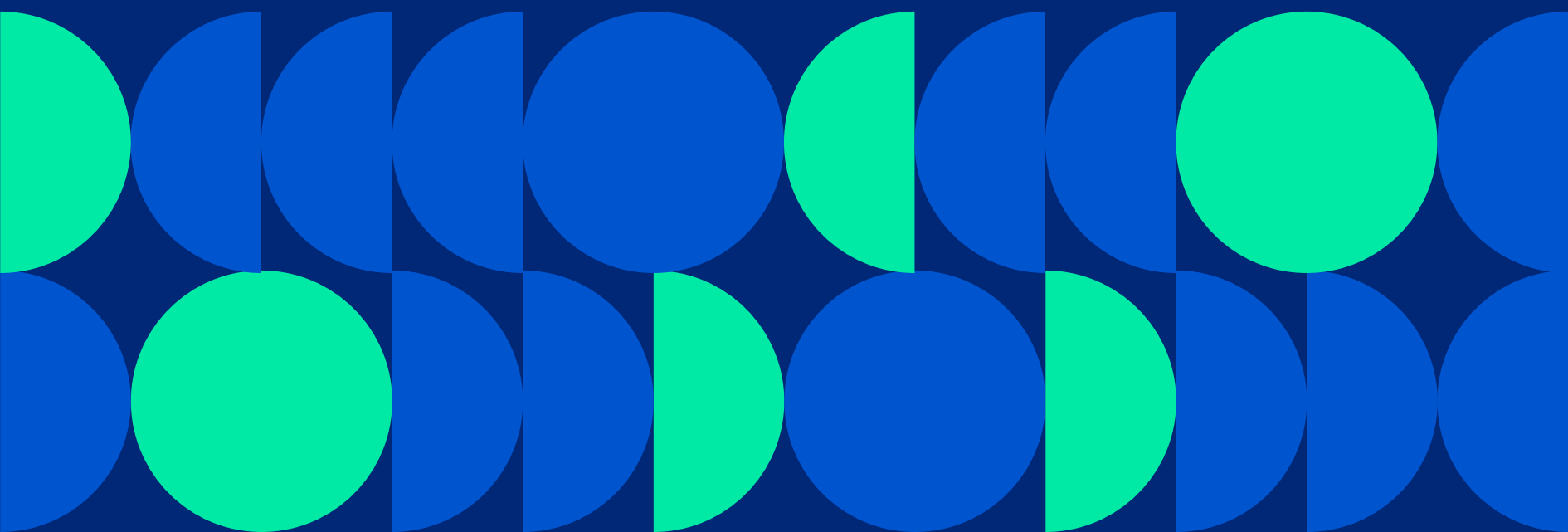


RAPORT Z BADAŃ 2024–2025

NIE TYLKO SZTUCZNA INTELIGENCJA

technologie cyfrowe
w organizacjach pozarządowych



Autorki i autorzy

Badania Klon/Jawor

dr Aleksandra Belina, Beata Charycka, Julia Bednarek

Sektor 3.0

Joanna Wcisło, dr Dawid Szarański

Redakcja i korekta

Dominik Wódz

Projekt graficzny i skład

Jacek Zamecki

Warszawa, maj 2025

Badanie zostało zrealizowane w ramach programu Sektor 3.0. Program Sektor 3.0 jest przedsięwzięciem Polsko-Amerykańskiej Fundacji Wolności, realizowanym przez Fundację Rozwoju Społeczeństwa Informacyjnego.



SPIS TREŚCI

- [4](#) Słowo wstępne
 - [5](#) Streszczenie raportu i kluczowe wnioski
 - [7](#) Wprowadzenie
-

1 Organizacje pozarządowe w Polsce a technologie cyfrowe – diagnoza sektora

- [10](#) Co wiemy o organizacjach pozarządowych w Polsce?
- [12](#) Jak organizacje wykorzystują technologie cyfrowe?
- [25](#) Jak organizacje wykorzystują technologie cyfrowe do usprawnienia przepływu informacji, wiedzy i edukacji?
- [29](#) Podsumowanie rozdziału i najważniejsze wnioski

2 Sztuczna inteligencja w organizacjach pozarządowych

- [31](#) Jak organizacje wykorzystują sztuczną inteligencję?
 - [36](#) Jak jest nastawienie organizacji do sztucznej inteligencji?
 - [37](#) Co motywuje, a co ogranicza organizacje w korzystaniu ze sztucznej inteligencji?
 - [41](#) Jakie są kluczowe potrzeby organizacji w obszarze sztucznej inteligencji?
 - [45](#) Podsumowanie rozdziału i najważniejsze wnioski
-

- [46](#) Zakończenie i wnioski końcowe
- [48](#) Metodologia badania



ZAKOŃCZENIE I WNIOSKI KOŃCOWE

Dzięki wiedzy płynącej z badania stworzyliśmy zestaw konkretnych wskazówek dotyczących wdrażania technologii cyfrowych w organizacjach pozarządowych. Przeczytajcie wnioski końcowe i rekomendacje, które mogą posłużyć w cyfrowym rozwoju waszej fundacji lub stowarzyszenia.

Jak skutecznie wdrażać w organizacjach technologie cyfrowe?

Potrzeby organizacji przed narzędziami

Skuteczne wdrażanie technologii cyfrowych zaczyna się od zrozumienia problemów i potrzeb organizacji, a nie od przeglądu dostępnych rozwiązań. Warto sprawdzić, które procesy wymagają usprawnienia i czy są zadania, które technologie cyfrowe mogą zautomatyzować. Kluczowe jest też określenie celów i priorytetów wdrażania technologii. Większość organizacji chce dzięki technologiom cyfrowym lepiej docierać do odbiorców i skuteczniej pozyskiwać fundusze, ale technologia może wspierać znacznie więcej kluczowych procesów w organizacji, od komunikacji po zarządzanie.

Dopasowanie rozwiązań do sytuacji organizacji

Organizacje opowiedziały o 50 aplikacjach, z których korzystają. To pokazuje, jak różnorodne mają potrzeby i jak ważne jest indywidualne podejście do wyboru technologii cyfrowej. Zarówno organizacje z rocznym budżetem poniżej sektorowej mediany (50 tys. zł), jak i te dysponujące milionowymi kwotami mogą z sukcesem wdrażać technologie cyfrowe.

Jednak główną barierą pozostaje brak środków (58%). Warto więc szukać rozwiązań, które nie obciążą budżetu – darmowych, otwartych lub dostępnych na preferencyjnych warunkach.



Zaangażowanie zespołu i wyrównanie wiedzy

76% organizacji napotyka trudności we wdrażaniu technologii cyfrowych – najczęściej z powodu braku kompetencji. Ważną rolę odgrywają liderzy technologiczni: testują narzędzia i dzielą się wiedzą. Organizacje, w których osoby dzielą się wiedzą o technologiach cyfrowych, a kompetencje cyfrowe są wyrównane, lepiej radzą sobie z wdrażaniem nowych narzędzi.

Co dziesiąta organizacja przyznaje, że zmaga się z oporem lub lękiem zespołu. Z kolei postawa entuzjazmu wobec technologii cyfrowych wiąże się z ryzykiem braku krytycznego podejścia. Konieczna jest więc rozmowa w zespole o dylematach, pokazywanie korzyści i ryzyk nowych rozwiązań.

Wdrożenie technologii cyfrowych to długofalowy proces, w którym w centrum jest człowiek, a nie narzędzie. Dlatego tak ważne jest uwzględnienie ludzi działających w organizacji wraz z ich obawami, potrzebami i preferencjami.

Uwzględnienie bezpieczeństwa, etyki i wartości

Brak kompetencji może skutkować nieumyślnym naruszeniem praw autorskich lub powielaniem błędnych treści generowanych przez sztuczną inteligencję.

Ważne jest też bezpieczeństwo danych i jakość relacji z odbiorcami. Korzystanie z treści generowanych przez sztuczną inteligencję może prowadzić do utraty autentyczności i unikatowego stylu komunikacji organizacji.

Duże znaczenie, zwłaszcza dla organizacji ekologicznych, ma także ślad środowiskowy narzędzi – zużycie energii przez modele sztucznej inteligencji. Dlatego organizacje powinny wybierać rozwiązania spójne z ich wartościami.

Równie istotna jest etyka korzystania ze sztucznej inteligencji przy pisaniu wniosków grantowych. Wymaga to dyskusji i wytycznych o odpowiedzialnym stosowaniu tej technologii.



badania

Klon/Jawor

