

## Samotność - nowe ryzyko gospodarcze obniżające innowacyjność.

Polska inicjatywa "HumanBE" Instytut Humanites jako odpowiedź na globalne wyzwania podbija świat

Samotność przestaje być wyłącznie problemem społecznym, a staje się jednym z kluczowych ryzyk gospodarczych. Ogranicza kreatywność, współpracę i zdolność firm do wdrażania innowacji. 90% pilotaży AI kończy się niepowodzeniem, także ze względu na czynnik ludzki. 60% młodych Polaków doświadcza samotności, a co piąty zatrudniony nie ma w pracy ani jednej bliskiej relacji.

Instytut Humanites – Człowiek i Technologia oferuje narzędzia, które włączają pracodawców w działania przeciw samotności i erozji więzi społecznych. Do Akcji „HumanBE – Dwie Godziny dla Rodziny / dla Człowieka” przystąpiło już 3 500 firm z ponad 50 krajów, a w Polsce objęła ona co czwartego pracownika, oferując pracodawcom rozwiązania wspierające budowanie więzi i kapitału społecznego. Zainicjowany w Polsce projekt stał się globalnym ruchem pokazującym, że relacje między ludźmi to dziś jeden z najważniejszych zasobów innowacyjnej gospodarki.

### Samotność jako ryzyko gospodarcze i bariera rozwoju innowacji

Samotność jest nowym ryzykiem gospodarczym, ograniczającym kreatywność, współpracę i innowacyjność firm. Osłabienie więzi międzyludzkich wpływa na efektywność zespołów i tempo wzrostu gospodarczego. Badanie „*Alone and Lonely. The Economic Cost of Solitude for Regions in Europe*” pokazuje, że wysoki odsetek osób odczuwających samotność i mających nisko poziom kontaktów społecznych jest **negatywnie skorelowany ze wzrostem PKB regionów**.

Potwierdzają to także tegoroczne badania Gartnera, które zaliczają samotność w pracy do **dziewięciu kluczowych wyzwań HR i klasyfikuje ją jako ryzyko biznesowe, a nie tylko "wyzwanie kultury dobrostanu"**, którym należy zarządzać równie poważnie jak innymi ryzykami korporacyjnymi – jak utrata talentów czy cyberbezpieczeństwo.

Według raportu „*Samotność zawodowa: gdy bliskim w pracy staje się AI*” (Symetria / Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu, 2025) aż **82 procent pracowników umysłowych** w Polsce doświadcza poczucia izolacji. Najsilniej skutki tego zjawiska odczuwają osoby poniżej 35. roku życia – grupa kluczowa dla sektora startupów i technologii (Raport *Polish Startups 2024*). Dla inwestorów i funduszy VC to wyraźny sygnał, że **dobrostan i kapitał społeczny** powinny być uwzględniane jako element oceny ryzyka i przewagi konkurencyjnej.

**Gallup (2025)** wskazuje, że w dobie cyfryzacji, pracy zdalnej i sztucznej inteligencji postępuje z roku na rok spadek zaangażowania (21 proc.). **Największy 5 p.p. spadek wykazano w grupie młodych menadżerów do 35 roku życia**, którzy są szczególnie narażeni na izolację, co spowalnia tempo wprowadzania innowacji i ich efektywność.

– Samotność to cichy hamulec rozwoju. Pracuję ze startupami. Kiedy w zespołach brakuje zaufania i współpracy, nie rodzą się pomysły, a ludzie tracą energię do działania. Widać to dobrze, gdy porównujemy startupową kulturę pracy w różnych częściach świata. Lepiej zacznijmy myśleć o inwestycji w kapitał społeczny jak o warunku trwałej przewagi gospodarczej Polski, a nie o dodatku do polityki personalnej – mówi **Zofia Dzik, strategka biznesu i prezeska Instytutu Humanites, inicjatorka projektu HumanBE**.

## Koszt braku zaufania

Dane Instytutu Humanites i World Economic Forum pokazują, że 6 na 10 młodych osób regularnie jej doświadcza, a średnio 1 na 5 pracowników nie ma w pracy nawet jednego bliskiego przyjaciela. Dane te mogą być ciągle zaniżone, na co wskazują tegoroczne badania Uniwersytetu Medycznego we Wrocławiu, że Polacy wstydzą się przyznać do samotności z powodu lęku przed negatywną oceną społeczną.

Problemowi samotności towarzyszy także niski poziom zaufania w biznesie. Według badania „*Kapitał społeczny i zaufanie w polskim biznesie 2025*” koszt tzw. „podatku od nieufności” sięga niemal biliona złotych rocznie. Firmy rezygnują z potencjalnie korzystnych projektów, obawiając się ryzyka i braku lojalności partnerów. **Dane Polskiego Instytutu Ekonomicznego wskazują, że tylko 24 proc. przedsiębiorstw w Polsce kiedykolwiek podjęło wspólne przedsięwzięcie biznesowe a 57 proc. uważa je za ryzykowne.** Brak zaufania i więzi ogranicza przepływ wiedzy, zasobów i innowacji, co przekłada się na niższą konkurencyjność gospodarki.

## Polska inicjatywa z globalnym zasięgiem. Gotowe rozwiązania dla firm.

**Instytut Humanites – Człowiek i Technologia**, działający od 2010 roku jako think & do tank, od 14 lat realizuje inicjatywę „**HumanBE – Dwie Godziny dla Rodziny / dla Człowieka**”. Akcja angażuje już **3 500 firm** z ponad **50 krajów** i objęła w Polsce **co czwartego pracownika**. Jej celem jest systemowe przeciwdziałanie samotności odbudowa więzi społecznych w miejscu pracy oraz rozwijanie kultury współpracy, która sprzyja innowacyjności, we współpracy z pracodawcami i samorządami.

– ORLEN po raz dziesiąty przystąpił do akcji Dwie godziny dla Rodziny/dla Człowieka, aby zachęcić naszych pracowników do zadbania o równowagę, zdrowie i dobre relacje z najbliższymi. Realizujemy wiele projektów skoncentrowanych na społecznej odpowiedzialności biznesu. Wdrażamy szereg rozwiązań i inicjatyw sprzyjających budowaniu więzi, wspierających dobroczynność i lokalne społeczności, w które z olbrzymią chęcią angażują się nasi pracownicy – mówi **Anna Socha, Dyrektor Wykonawcza ds. HR, ORLEN S.A.** – Właśnie takie działania wyzwalają dobrą energię zarówno w nas, jak i otaczającym nas środowisku – dlatego chcemy nie tylko wyzwalać dobre emocje i ważne działania, ale przede wszystkim być ich częścią.

„HumanBE” to przykład **polskiej innowacji społecznej o globalnym zasięgu**. W 2025 roku w akcji wzięły udział firmy z Europy, Azji i obu Ameryk.

## Program oferuje organizacjom praktyczne narzędzia, m.in.:

- grę integracyjną **ASK ME**, wspierającą budowanie więzi w zespołach,
- **HumanLINK** – innowacyjne Badanie Sieci Społecznych, umożliwiające ocenę jakości relacji w organizacji oraz identyfikację obszarów izolacji,
- zestaw **dobrych praktyk** zachęcających do kontaktów międzyludzkich i wspierających współpracę między działami oraz różnymi pokoleniami.

Każda edycja ma też motyw przewodni – w 2025 roku były to „**Smaki przez pokolenia**”, a w 2026 hasło brzmi „**Kultura łączy pokolenia**”. Akcję na przestrzeni lat w powiązaniu z danym motywem wsparło wiele wyjątkowych osób jak: **Andrzej Seweryn, Stanisława Celińska, Roma Gąsiorowska, Stanisław Sojka, Zbigniew Wodecki, Michel Moran, Tomasz Rożek, Kamil Stoch czy Krzysztof Wielicki.**

Badania prowadzone przez **Instytut Humanites** we współpracy z **IESE Business School** potwierdzają korelację między kulturą pracy a poziomem zaangażowania i motywacji. Blisko 70% firm deklaruje zaraportowanie Akcji HumanBE w swoich raportach ESG.

## Człowiek i biznes w świecie AI

14 października 2025 roku w Warszawie odbyła się konferencja podsumowująca XIV edycję akcji pod hasłem „*Samotność nie buduje innowacyjnej gospodarki – człowiek i biznes w świecie AI*”. Wydarzenie zgromadziło przedstawicieli biznesu, ekspertów i liderów opinii, stając się finałem kolejnego roku globalnego rozwoju tej polskiej inicjatywy.

– Człowiek w dzisiejszym świecie jest coraz bardziej umęczony i przebodźcowany. Samotność, uznana kilka lat temu przez Economic Forum za jedno z kluczowych wyzwań społecznych dziś jest już ryzykiem biznesowym. To zjawisko, przed którym – jako Instytut Humanites – ostrzegaliśmy od dawna, wpływa nie tylko na relacje międzyludzkie, lecz także na gospodarkę, innowacyjność, koszty funkcjonowania firm oraz naszą zdolność do tworzenia i współpracy – mówiła **Zofia Dzik, strateżka biznesu i Prezeska Zarządu Instytutu Humanites, inicjatorka projektu HumanBE**.

**Prof. Joanna Tyrowicz** mówiła o samotności m.in. w kontekście odpowiedzialności współczesnych liderów i rozróżnienia kosztu wyboru niepopularnej drogi vs. długoterminowego kosztu społecznego dokonywania przez liderów wyborów w danym momencie popularnych, oczekiwanych.

**Prof. Witold Orłowski** przedstawił makroekonomiczne skutki erozji więzi społecznych, wskazując na wagę współpracy jako fundamentu tworzenia innowacji. Zwrócił uwagę, że wyzwaniem jest nie sama technologia, lecz tempo jej rozwoju. Transformacje zachodzą tak szybko, że rodzi się nowa forma samotności – człowiek-maszyna.

Ekspertcy zwrócili również uwagę, że – ze względu na czynnik ludzki – nawet 90 procent pilotaży sztucznej inteligencji kończy się niepowodzeniem i rozmawiali o tym, jak budować zmotywowane zespoły w czasach transformacji technologicznej i narastającego poczucia izolacji.

**Marek Serafin, Prezes Zarządu Koksowni Częstochowa Nowa**, mówił o znaczeniu kapitału społecznego jako „smaru innowacji”. Wskazał, że to właśnie więzi, relacje i interakcje między ludźmi decydują o zdolności organizacji do tworzenia nowych rozwiązań. Brak tych elementów prowadzi do chłodu organizacyjnego i utraty potencjału innowacyjnego. Podkreślił, że warunkiem skutecznego wdrażania innowacji i technologii, w tym rozwiązań opartych na sztucznej inteligencji, jest bezpieczeństwo psychologiczne. Gdy pracownicy boją się wyrażać opinie i popełniać błędy, zanika zaufanie, a wraz z nim „smar innowacji”. Dodał, że prawdziwa innowacyjność wymaga odwagi, interakcji i gotowości do eksperymentowania.

**Dominika Matusiak Recruitment and Employer Branding Manager w Grupie Wirtualna Polska** pokreśliła ciągle kluczową rolę ludzi w transformującej się branży mediowej. Mówiąc o wadze dobrej, otwartej komunikacji i współpracy jako warunku odpowiedzialnego tworzenia treści. Samotność i izolacja nie służą tworzeniu takiej kultury.

**Radosław Groblewski, Prezes Zarządu WARS S.A.**, wskazał na relacje międzyludzkie, a w szczególności relacje międzypokoleniowe jako bazę kultury Spółki, mocno związaną z jej modelem biznesowym. W ocenie Prezesa od jakości zespołu, poziomu zaufania, otwartości ludzi będzie zależało jak spółka sprawnie będzie mogła się zmieniać pod wpływem zachodzących zmian technologicznych i rynkowych, aby zachować swoją atrakcyjność i konkurencyjność. Podkreślił także, że Inicjatywa

Humanites, zbliżając ludzi, wpisuje się w budowanie takiej nowoczesnej kultury organizacyjnej oraz dobrze oddaje misję WARS – łączenia ludzi, także w przestrzeni wagonów restauracyjnych.

Z kolei **Tomasz Kukulski, Dyrektor Zarządzający Regionem CEE Bibby Financial Services** zaznaczył wagę relacji międzyludzkich dla jakości i innowacyjności organizacji. – Człowiek rozwija się w relacjach z innymi. To właśnie przestrzeń między ludźmi stanowi źródło energii i życia firmy – podkreślił. Zwrócił też uwagę, że współcześni liderzy stoją przed wyzwaniem, jak zachować równowagę między pracą zdalną a potrzebą odbudowy relacji w zespołach, od których zależy poziom innowacyjności.

W dyskusji przewinął się też temat pewnej niechęci mediów do prezentowania danych i trendów dotyczących samotności w kontekście gospodarczym. **Jakub Sito, Dyrektor, Redaktor Naczelny TVP 3 Warszawa** wskazał, że nie można mówić o niechęci, bo media kochają dane. Natomiast w mediach zawsze serce wygrywa z rozumem. Surowe dane muszą zostać ubrane w emocje. – Historia konkretnego człowieka ma zawsze większy ładunek emocjonalny niż zestaw danych jakiegokolwiek firmy badawczej, czy organizacji. Ważne jednak, aby media nie zapomniały o swojej misji. Stąd też moja obecność na tym wydarzeniu, aby podkreślić, że widzimy ryzyko społeczne i gospodarcze rozwoju samotności – mówił.

W trakcie konferencji wręczono także nagrody i wyróżnienia dla firm, które w wyjątkowy sposób realizowały ideę akcji. **Pierwsze trzy nagrody powędrowały do: Sempai, UNICEF Polska oraz Polskiej Spółki Gazownictwa. Wyróżnienia otrzymały następujące firmy: Canal +, DTA, Intrum, Koksownia Częstochowa Nowa, Ronson Development, Tummim, VanityStyle,**

**Specjalne podziękowania otrzymały także firmy, które są największymi Ambasadorami Akcji poza Polską, przyczyniając się do jej międzynarodowej obecności: Comarch S.A., Horn, KONE, Intrum, MERCATOR, SHARP, Shell, Solutions30, XTB S.A.**

**Partnerzy HumanBE- Dwie Godziny dla Rodziny/dla Człowieka 2025:**

**[ORLEN S.A.](#), [Bibby Financial Services](#), [Fundacja Liderów Biznesu](#), [Great Place to Work](#), [LIBRUS](#), [Lider SHE](#), [Koksownia Częstochowa Nowa](#), [Patronat Polskiej Prezydencji w Radzie UE](#), [Reputacja](#), [WARS S.A.](#), [Grupa Wirtualna Polska](#), [TVP3 Warszawa](#), [Patronat mediowy Konferencji: Rzeczpospolita](#) oraz [portal rp.pl](#).**

**Organizator „HumanBE - 2h4family/4Human” – Instytut Humanites – Człowiek i Technologia**

**Instytut Humanites – Człowiek i Technologia** od 2010 roku w systemowy sposób działa jako think&DO tank na rzecz zrównoważonego rozwoju, a szczególnie rozwoju kapitału społecznego, ujmując tematykę człowieczeństwa i technologii w szerokim kontekście obejmującym m.in. biznes, edukację, kulturę, media i rodzinę w oparciu o autorski model „Wioski” Rozwoju Ekosystemu Społecznego™ oraz Model Spójnego Przywództwa™. Instytut jako jeden z pierwszych sygnalizował wpływ meta zjawisk, takich jak: kryzys więzi rodzinnych, samotność, infodemia czy algorytmizacja życia człowieka, na długoterminowy rozwój gospodarczy, motywację oraz zdrowie fizyczne i psychiczne ludzi. Od dekady promuje rozwój świadomego i wewnętrznie sterowalnego człowieka umiającego sprostać wyzwaniom, które niesie technologiczna i społeczna rewolucja. Jest także twórcą Centrum Etyki Technologii. Inicjator corocznej kampanii „HumanBE - Dwie Godziny dla Rodziny” - Dwie Godziny dla Człowieka, działa na rzecz rozwoju kluczowych kompetencji poprzez systemową zmianę w zakresie przywództwa w edukacji tworząc Akademię Przywództwa Liderów Oświaty - Pierwszy w Polsce Program kształtowania kluczowych kompetencji poprzez rozwój przywództwa w edukacji, wdraża w biznesie ideę Spójnego Przywództwa™, opartą na wielowymiarowym rozwoju lidera i jego zespołu. Organizator corocznych konferencji dla Liderów Biznesu: Spójne Przywództwo™. Człowiek i Technologia. Humanites od ponad dekady wspiera budowanie wysokiej kultury zarządzania, gdzie biznes realizuje swoje cele, a ludzie odnajdują poczucie sensu.

**Kontakt:**

- Agata Gajewska, [agata.gajewska@humanites.pl](mailto:agata.gajewska@humanites.pl) tel. 502 319 350
- Zofia Dzik, [zofia.dzik@humanites.pl](mailto:zofia.dzik@humanites.pl)