



Fundusze Europejskie:
Badania opinii

Wykorzystanie narzędzi AI w małopolskich przedsiębiorstwach

Wykorzystanie narzędzi AI w małopolskich przedsiębiorstwach

Kraków 2026

Autorzy opracowania:

Barbara Surmacz

Realizacja badania

techniką CATI

(wspomagany komputerowo

wywiad telefoniczny):

ASM Research Solutions Strategy Sp. z o.o.

ul. Grunwaldzka 5

99-301 Kutno

Wydawca:

Województwo Małopolskie

Urząd Marszałkowski Województwa Małopolskiego

Departament Rozwoju Regionu

Małopolskie Obserwatorium Rozwoju Regionalnego

ul. Wielicka 72A, 30-552 Kraków

tel. (+48) 12 29 90 900, fax (+48) 12 29 926

Opracowanie w wersji elektronicznej dostępne na stronie

www.obserwatorium.malopolska.pl

ISBN:

978-83-68801-00-2

Egzemplarz bezpłatny. Przy publikowaniu danych z opracowania prosimy o podawanie źródła.

Publikacja współfinansowana ze środków Unii Europejskiej z programu
Fundusze Europejskie dla Małopolski 2021–2027.



Fundusze Europejskie
dla Małopolski



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



MAŁOPOLSKA



SPIS TREŚCI

Uwagi metodologiczne	4
Cel i zakres badania	4
Technika badawcza	4
Charakterystyka badanych przedsiębiorców	5
Kategoria wielkości	5
Sekcja działania PKD	5
Okres funkcjonowania na rynku	6
Lokalizacja przestrzenna siedziby firmy	7
Udział kapitału zagranicznego	7
Wykorzystanie rozwiązań opartych na AI	8
Częstotliwość korzystania z narzędzi AI	11
Narzędzia AI wykorzystywane w przedsiębiorstwach	12
Działy firm najczęściej wykorzystujące AI	15
Czynniki motywujące do wykorzystywania AI	16
Plany na przyszłość przedsiębiorców nie wykorzystujących AI	18
Kluczowe bariery w (mało)polskim biznesie do wdrażania AI	18
Kluczowe wnioski	21
Spis tabel	22
Spis wykresów	22



UWAGI METODOLOGICZNE

Cel i zakres badania

Sztuczna inteligencja (*ang. artificial intelligence*) z roku na rok zyskuje na znaczeniu i staje się coraz bardziej powszechna w wielu obszarach życia społeczno-gospodarczego. Z opartych na niej aplikacji, programów oraz rozwiązań, które uczą się na danych i potrafią wykonywać zadania zwykle wymagające człowieka (takie jak rozumienie tekstu, obrazu, czy mowy), korzystają coraz częściej także przedsiębiorstwa **w ramach wsparcia efektywności procesów biznesowych oraz optymalizacji kosztów.**

Zjawisko pojawiania się na rynku coraz nowszych narzędzi oraz rozwiązań opartych na sztucznej inteligencji jest bardzo dynamiczne. Podobnie sytuacja przedstawia się pod względem nastawienia przedsiębiorców do korzystania i wspomagania się narzędziami AI. W związku z tym postanowiono sprawdzić, **jak zmieniło się nastawienie przedstawicieli małopolskiego biznesu na przestrzeni lat** w tym względzie, jakiego typu narzędzia AI stosują oni aktualnie w swoich firmach, a także w jakich obszarach i z uwagi na jakie motywacje.

Badanie opinii podmiotów gospodarki narodowej stanowi istotną metodę oceny i wspomagania polityk publicznych. Głównym celem **ankietyzacji przeprowadzonej w listopadzie 2025 roku** była **diagnoza wykorzystania narzędzi sztucznej inteligencji w małopolskich firmach** oraz identyfikacja kluczowych barier, czynników motywujących oraz planów na przyszłość małopolskich przedsiębiorców.

Informacje te są istotne z punktu widzenia rozwoju regionalnego, ponieważ umożliwiają diagnozę, określenie potrzeb i kierunki rozwoju małopolskich przedsiębiorstw. Wyniki przeprowadzonych analiz zostaną wykorzystane do **skuteczniejszego projektowania polityk szczególnie w zakresie wsparcia działań innowacyjnych i badawczo-rozwojowych** oraz będą przydatne w identyfikacji punktowych obszarów interwencji polityki regionalnej. Dysponowanie rzetelną wiedzą pozwala na podejmowanie bardziej trafnych decyzji.

Technika badawcza

W ramach badania opinii przeprowadzono z przedstawicielami małopolskich podmiotów gospodarki narodowej łącznie **1200 wywiadów telefonicznych wspomaganych komputerowo** – technika badawcza CATI (n=1200).

W założeniach metodologicznych przyjęto dobór próby¹ w oparciu o następujące cechy:

- **rodzaj działalności w oparciu o sekcje PKD** (Polską Klasyfikację Działalności) – ankiety zostały zrealizowane wśród podmiotów reprezentujących wszystkie rodzaje działalności, z wyłączeniem sekcji T i U²;

¹ Dobór próby w oparciu o aktualne dane BDL GUS oraz REGON.

² Zgodnie z klasyfikacją PKD 2007. Sekcja T – gospodarstwa domowe zatrudniające pracowników; gospodarstwa domowe produkujące wyroby i świadczące usługi na własne potrzeby, Sekcja U – organizacje i zespoły eksterytorialne.



- **klasy wielkości firm w oparciu o liczbę pracujących:** mikroprzedsiębiorstwa (bez samozatrudnionych, tj. 2–9 pracujących), małe przedsiębiorstwa (10–49 pracujących), średnie przedsiębiorstwa (50–249 pracujących) oraz duże przedsiębiorstwa (250 i więcej pracujących);
- **lokalizację siedziby firmy** na poziomie podregionów, zasięg przestrzenny badania objął teren całego województwa małopolskiego, z uwzględnieniem wszystkich 6 podregionów, zgodnie z delimitacją przyjętą przez Główny Urząd Statystyczny (GUS).

Szczegółowa liczebność dla poszczególnych cech została przedstawiona w rozdziale kolejnym pn. *Charakterystyka badanych przedsiębiorców*.

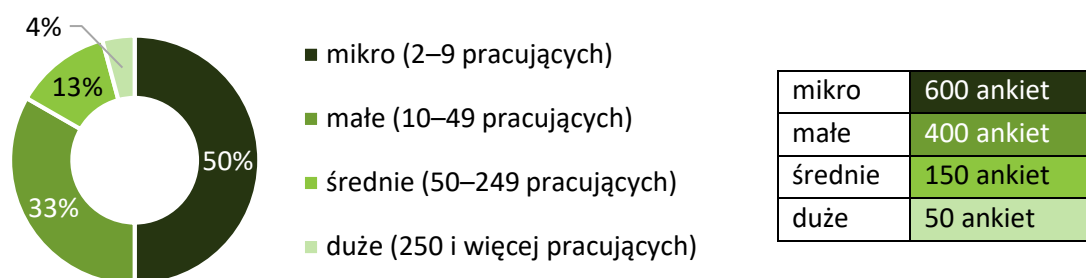
Dane dotyczące całego zbioru związane są tylko i wyłącznie ze zrealizowaną próbą i nie muszą mieć pełnego przełożenia na całą gospodarkę województwa.

CHARAKTERYSTYKA BADANYCH PRZEDSIĘBIORCÓW

Kategoria wielkości

Połowę ankietowanych przedsiębiorstw stanowiły podmioty *mikro* (od 2 do 9 pracowników, tj. bez osób samozatrudnionych). Co trzecie badane przedsiębiorstwo zalicza się do podmiotów *małych* (od 10 do 49 pracowników).

Wykres 1. Struktura próby w przekroju na wielkość przedsiębiorstwa (n=1200)



Źródło: opracowanie własne na podstawie badania CATI.

Sekcja działania PKD

W przekroju na sekcje PKD największy odsetek stanowiły podmioty działające w sekcji G (*handel hurtowy i detaliczny, naprawa pojazdów samochodowych, włączając motocykle*) – 16%. W czołowej trójce znalazły się też przedsiębiorstwa z sekcji: C – *przetwórstwo przemysłowe*, F – *budownictwo* oraz P – *edukacja* (każde z nich po 12%).



Tabela 1. Struktura próby w przekroju na sekcje PKD (n=1200)

SEKCJA PKD	LICZBA ANKIET	ODSETEK
A – rolnictwo, leśnictwo, łowiectwo i rybactwo	9	1%
B – górnictwo i wydobywanie	4	0,3%
C – przetwórstwo przemysłowe	149	12%
D – wytwarzanie i zaopatrywanie w energię elektryczną, gaz, parę wodną, gorącą wodę i powietrze do układów klimatyzacyjnych	4	0,3%
E – dostawa wody, gospodarowanie ściekami i odpadami oraz działalność związana z rekultywacją	10	1%
F – budownictwo	144	12%
G – handel hurtowy i detaliczny, naprawa pojazdów samochodowych, włączając motocykle	190	16%
H – transport i gospodarka magazynowa	50	4%
I – działalność związana z zakwaterowaniem i usługami gastronomicznymi	50	4%
J – informacja i komunikacja	57	5%
K – działalność finansowa i ubezpieczeniowa	19	2%
L – działalność związana z obsługą rynku nieruchomości	48	4%
M – działalność profesjonalna, naukowa i techniczna	75	6%
N – działalność w zakresie usług administrowania i działalność wspierająca	51	4%
O – administracja publiczna i obrona narodowa, obowiązkowe zabezpieczenia społeczne	25	2%
P – edukacja	144	12%
Q – opieka zdrowotna i pomoc społeczna	77	6%
R – działalność związana z kulturą, rozrywką i rekreacją	26	2%
S – pozostała działalność usługowa	68	6%
suma	1200	100%

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania CATI.

Okres funkcjonowania na rynku

Tabela 2. Struktura próby w przekroju na długość prowadzenia działalności (n=1200)

OKRES FUNKCJONOWANIA NA RYNKU	ODSETEK FIRM
poniżej 5 lat	2%
5–10 lat	10%
11–20 lat	22%
21–30 lat	29%
31–40 lat	17%
41–50 lat	4%
51–75 lat	5%
76–100 lat	4%
powyżej 100 lat	3%
nie wiem / odmowa odpowiedzi	5%
suma	100%

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania CATI.

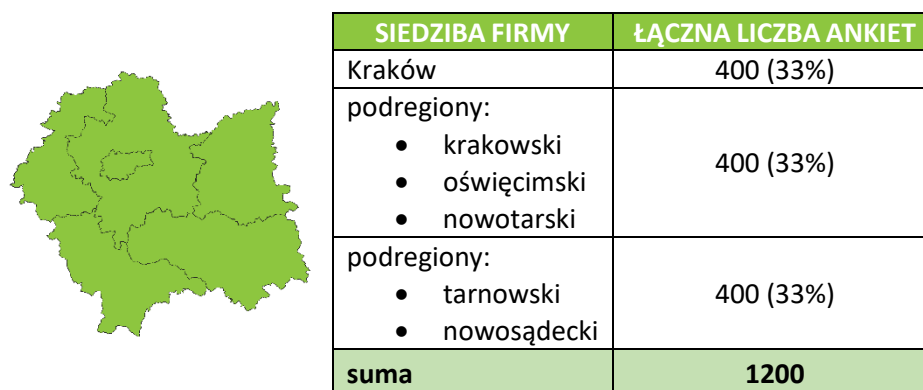
Największy odsetek wśród badanych przedsiębiorstw stanowiły te **działające na rynku 21–30 lat (29%)**. Ponad 1/5 ankietowanych prowadzi działalność 11–20 lat. Firmy najkrócej działające na rynku (tj. poniżej 5 lat) stanowiły najmniejszy odsetek badanych, zaledwie 2%.



Lokalizacja przestrzenna siedziby firmy

W przekroju terytorialnym najczęściej, tj. **1/3 ankiet przeprowadzono wśród przedsiębiorstw mających siedzibę na terenie Krakowa**. Szczegółowy rozkład przestrzenny pozostałych firm został zaprezentowany w poniższej tabeli.

Rycina 1. Struktura próby w przekroju na siedzibę przedsiębiorstwa (n=1200)

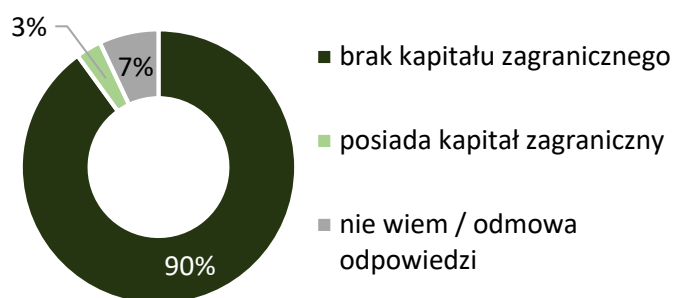


Źródło: opracowanie własne na podstawie badania CATI.

Udział kapitału zagranicznego

Aż 9 na 10 badanych przedsiębiorstw posiada wyłącznie polski kapitał. Zaledwie 3% podmiotów biorących udział w badaniu (tj. 34 firmy) zadeklarowało, że posiada kapitał zagraniczny.

Wykres 2. Udział kapitału zagranicznego w badanych przedsiębiorstwach (n=1200 – wykres, n=34 – tabela)



UDZIAŁ KAPITAŁU ZAGRANICZNEGO	LICZBA FIRM
poniżej 25%	11
26%–50%	9
powyżej 50%	14
suma	34

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania CATI.

WYKORZYSTANIE ROZWIĄZAŃ OPARTYCH NA AI

W świetle danych małopolscy przedsiębiorcy z roku na rok przełamują obawy przed korzystaniem z narzędzi opartych na sztucznej inteligencji. W 2025 roku **niemal 1/3 badanych przedstawicieli firm zadeklarowała, że w trakcie ostatnich 12 miesięcy wykorzystywała programy i aplikacje oparte na AI**, aby usprawnić działanie przedsiębiorstwa bądź zwiększyć efektywność bieżących zadań (tj. łącznie 381 firm).

Wykres 3. Czy w Państwa przedsiębiorstwie w ostatnich 12 miesiącach wykorzystywane były rozwiązania oparte na sztucznej inteligencji? – odsetek wskazań twierdzących (n=1200)

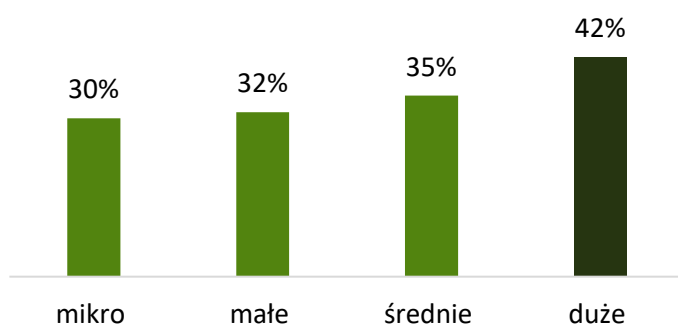


Źródło: opracowanie własne na podstawie badania CATI.

Wśród pozostałych badanych 63% wskazało odpowiedź negatywną, a 6% nie potrafiło jednoznacznie odpowiedzieć na zadane pytanie.

➔ Warto zaznaczyć, że jeszcze w 2024 roku mniej niż 1/10 badanych małopolskich firm deklarowała styczność z narzędziami AI (3% respondentów przyznało, że już korzysta z AI, a kolejnych 4% było dopiero w trakcie wdrażania rozwiązań AI w przedsiębiorstwie).

Wykres 4. Wykorzystanie rozwiązań opartych na sztucznej inteligencji przez małopolskich przedsiębiorców w ostatnich 12 miesiącach a wielkość firmy (n=1200)

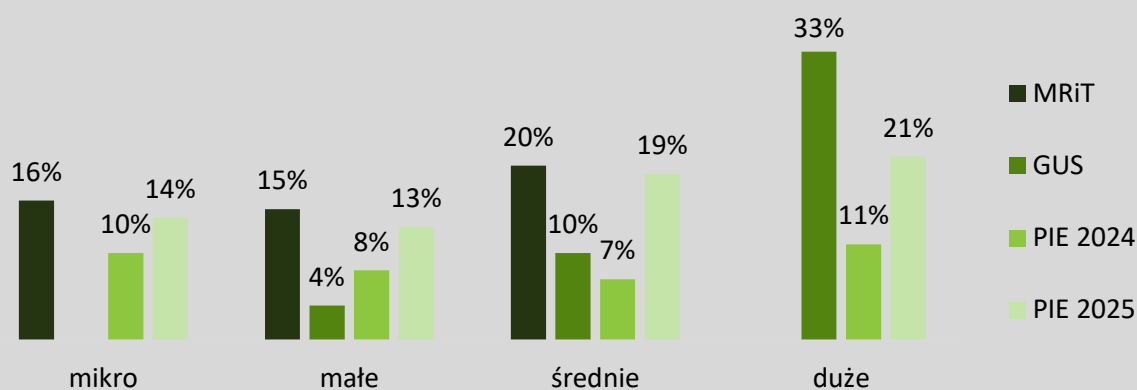


Czy wielkość firmy ma wpływ na wykorzystanie narzędzi AI? W świetle danych bardzo istotne – 30%–32% w przypadku firm mikro i małych, **po aż 42% w przypadku firm dużych.**

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania CATI.

FIRMY DUŻE LIDERM W ZAKRESIE WDRAŻANIA AI RÓWNIEŻ W SKALI KRAJU

WEDŁUG RAPORTU POLSKIEGO INSTYTUTU EKONOMICZNEGO AI W POLSKICH PRZEDSIĘBIORSTWACH,
W 2024 ROKU PRZEDSIĘBIORSTWA ZATRUDNIAJĄCE 250+ PRACOWNIKÓW CZĘŚCIJ NIŻ POZOSTAŁE
DEKLAROWAŁY KORZYSTANIE Z NARZĘDZI AI



* MRiT (Ministerstwo Rozwoju i Technologii), GUS (Główny Urząd Statystyczny), PIE (Polski Instytut Ekonomiczny)

Mając na uwadze sekcje PKD, **najwięcej deklaracji odnośnie korzystania z narzędzi AI padło wśród firm z sekcji J – informacja i komunikacja – niemal 6 na 10** z nich wspomaga się w pracy rozwiązaniami tego typu. Ze sztucznej inteligencji korzysta także **ponad połowa firm z obszaru finansów i ubezpieczeń (sekcja K)** oraz niespełna połowa zajmująca się **działalnością profesjonalną, naukową i techniczną (sekcja M)**.

Wykres 5. Wykorzystanie rozwiązań opartych na sztucznej inteligencji przez małopolskich przedsiębiorców w ostatnich 12 miesiącach w zależności od sekcji PKD – czołowa trójka liderów (n=1200)



Źródło: opracowanie własne na podstawie badania CATI.



Jak przedstawiają się dalsze pozycje w zakresie korzystania z rozwiązań AI? **Tuż za podium uplasował się obszar edukacji (sekcja P) – 42%**. Wśród pozostałych sekcji nie udało się osiągnąć wartości większej niż 40%, a mianowicie:

- działalność związana z kulturą, rozrywką i rekreacją (sekcja R) – 38%,
- pozostała działalność usługowa (sekcja S) – 31%,
- działalność związana z zakwaterowaniem i usługami gastronomicznymi (sekcja I) – 30%,
- przetwórstwo przemysłowe (sekcja C) – 28%,
- działalność związana z obsługą rynku nieruchomości (sekcja L) – 27%,
- handel hurtowy i detaliczny, naprawa pojazdów samochodowych, włączając motocykle (sekcja G) – 27%,
- transport i gospodarka magazynowa (sekcja H) – 26%,
- opieka zdrowotna i pomoc społeczna (sekcja Q) – 26%,
- działalność w zakresie usług administrowania i działalność wspierająca (sekcja N) – 25%,
- budownictwo (sekcja F) – 23%.

Badane firmy zlokalizowane na terenie Krakowa charakteryzują się nieco większym wykorzystaniem narzędzi AI niż firmy z pozostałej części regionu – 36% vs. średnio 30%.

Tabela 3. Wykorzystanie rozwiązań opartych na sztucznej inteligencji przez małopolskich przedsiębiorców w ostatnich 12 miesiącach w zależności od lokalizacji firmy (n=1200)



OBSZAR TERYTORIALNY	KORZYSTANIE Z NARZĘDZI AI
Kraków	36%
podregiony: krakowski, oświęcimski, nowotarski	31%
podregiony: tarnowski, sądecki	29%

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania CATI.

Warto wskazać, że w ujęciu ogólnym nie odnotowano znaczących różnic w zakresie wykorzystania sztucznej inteligencji pomiędzy firmami z kapitałem zagranicznym a tymi z kapitałem wyłącznie polskim – tj. 35% vs. 32%. Wśród nielicznych badanych firm deklarujących kapitał zagraniczny na poziomie powyżej 25% (łącznie 23 firmy) odsetek deklaracji odnośnie wykorzystania AI faktycznie jest wyższy i przekracza 40% (patrz Tabela 4).

Tabela 4. Wykorzystanie rozwiązań opartych na sztucznej inteligencji przez małopolskich przedsiębiorców w ostatnich 12 miesiącach w zależności od posiadania kapitału zagranicznego (n=1200)

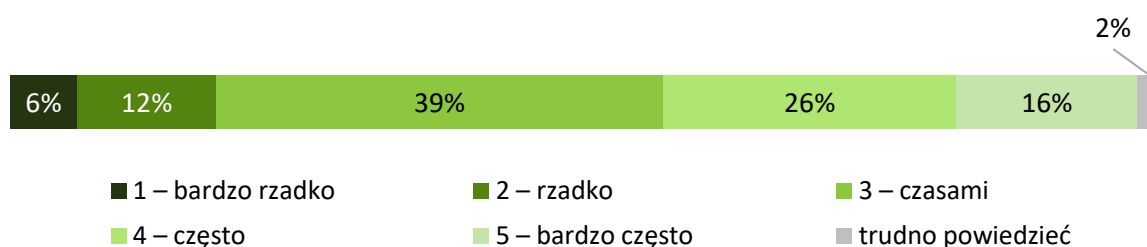
ODSETEK KAPITAŁU ZAGRANICZNEGO	LICZBA FIRM OGÓŁEM	LICZBA FIRM WYKORZYSTUJĄCYCH NARZĘDZIA AI	[%]
firmy z kapitałem polskim	1084	347	32%
firmy z kapitałem zagranicznym, w tym:	34	12	35%
• poniżej 25%	11	2	18%
• 26–50%	9	4	44%
• powyżej 50%	14	6	43%

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania CATI.

CZĘSTOTLIWOŚĆ KORZYSTANIA Z NARZĘDZI AI

Tylko **4 na 10 przedsiębiorstw deklarujących korzystanie** z narzędzi sztucznej inteligencji wskazały, że **robiły to często lub bardzo często** w trakcie ostatnich 12 miesięcy. Najczęściej padała odpowiedź „czasami” – 39% wskazań.

Wykres 6. Jak często wykorzystywali Państwo rozwiązania oparte na sztucznej inteligencji w trakcie ostatnich 12 miesięcy? (na skali 5-stopniowej, gdzie: 1 – bardzo rzadko, 5 – bardzo często) (n=381)



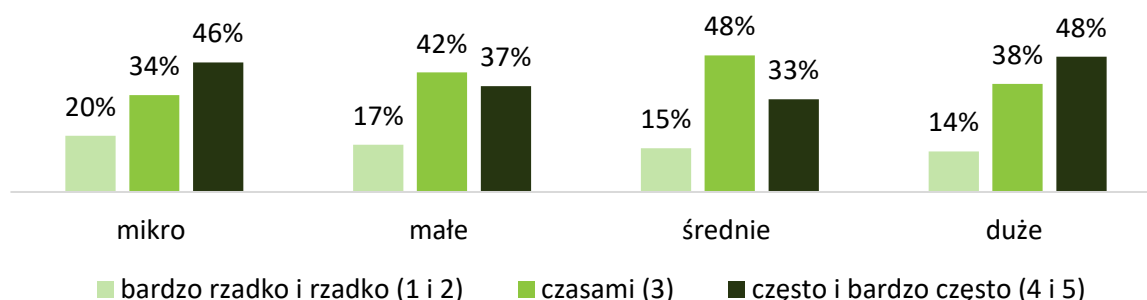
Źródło: opracowanie własne na podstawie badania CATI.

Czy częstotliwość korzystania z narzędzi AI zależna jest również od wielkości firmy? W świetle danych sytuacja ta nie jest już aż tak oczywista – co prawda największy odsetek wskazań *często (4)* i *bardzo często (5)* charakteryzuje firmy duże (48%), jednak firmy mikro uzyskały w tym względzie drugą pozycję z wynikiem 46%. Wynik najniższy charakteryzuje z kolei firmy średnie – dokładnie 1/3 z nich używa narzędzi AI co najmniej często.

Biorąc z kolei pod uwagę **sumę wskazań bardzo rzadko (1) i rzadko (2) – tendencja przedstawia się liniowo – od 20% wśród firm mikro do 14% wśród firm dużych.**



Wykres 7. Częstotliwość wykorzystania przez małopolskie przedsiębiorstwa rozwiązań opartych na sztucznej inteligencji w trakcie ostatnich 12 miesięcy a wielkość firmy (n=381)



Źródło: opracowanie własne na podstawie badania CATI.

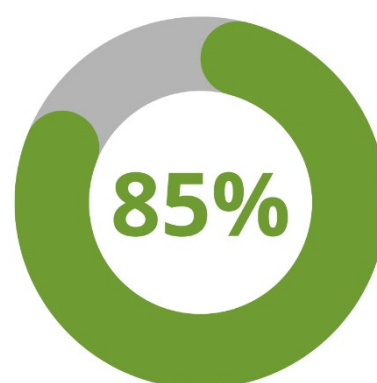
W świetle danych **firmy z obszaru informacji i komunikacji (sekcja J) oraz finansów i ubezpieczeń (sekcja K)** nie tylko charakteryzują się największym odsetkiem wskazań co do samego korzystania z narzędzi AI, ale również **największą częstotliwością ich użytkowania – ponad 70% z nich wskazało na odpowiedź często lub bardzo często** vs. tylko 20% wśród firm zajmujących się *zakwaterowaniem i usługami gastronomicznymi* (sekcja I) czy 23% wśród firm prowadzących *działalność związaną z obsługą rynku nieruchomości* (sekcja L).

Warto zaznaczyć, że na korzystanie z narzędzi AI co najmniej często wskazała ponad połowa firm także z obszaru *działalności związanej z kulturą, rozrywką i rekreacją* (sekcja R) – 60%, *pozostałej działalności usługowej* (sekcja S) – 52%, *działalności profesjonalnej, naukowej i technicznej* (sekcja M) oraz *przetwórstwa przemysłowego* (oba po 51%).

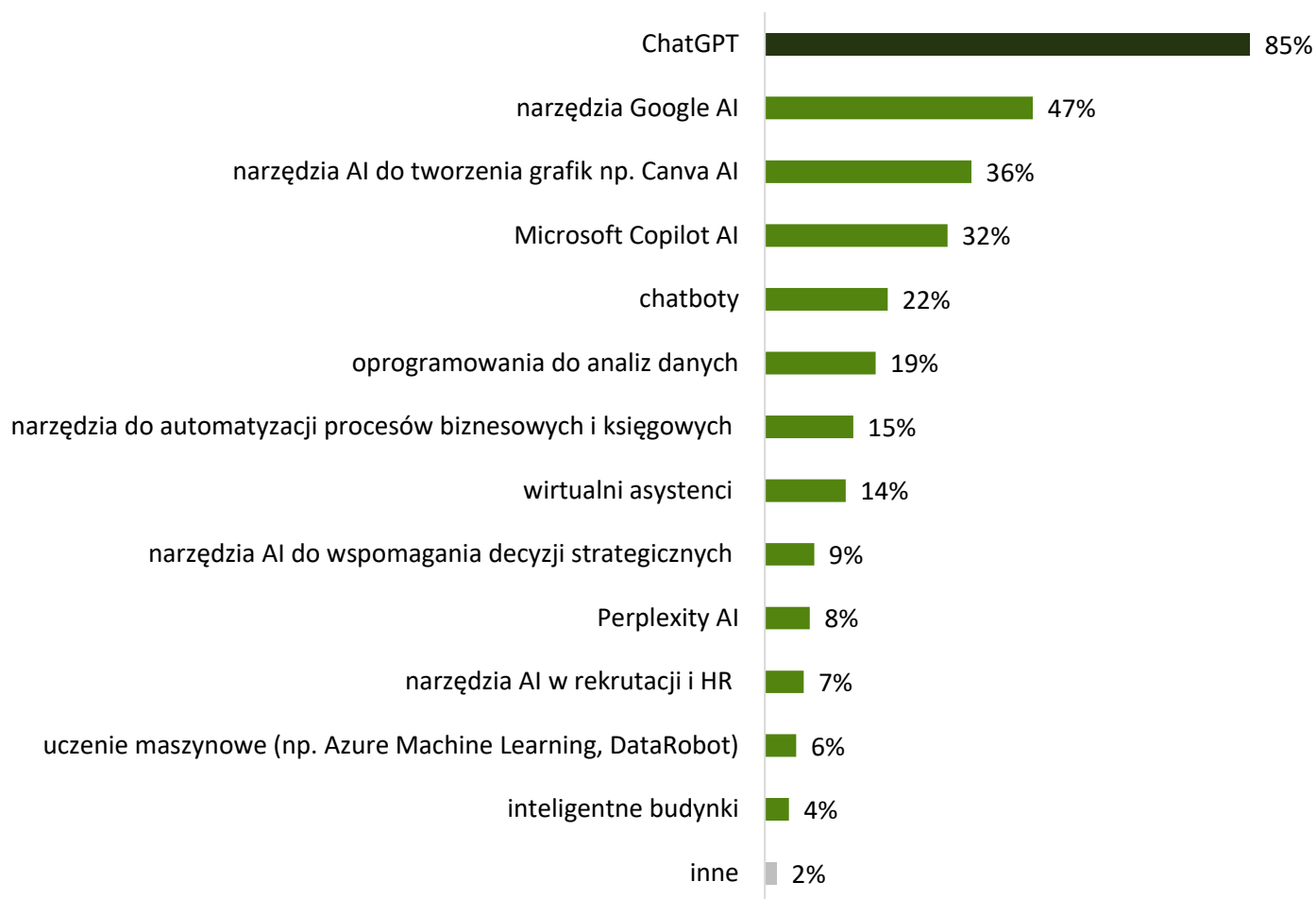
Z kolei największy łączny odsetek wskazań *bardzo rzadko i rzadko* (1 i 2) charakteryzuje firmy prowadzące *działalność w zakresie usług administrowania i działalność wspierającą* (sekcja N).

NARZĘDZIA AI WYKORZYSTYWANE W PRZEDSIĘBIORSTWACH

Przedsiębiorcy, którzy korzystali z rozwiązań opartych na AI na przestrzeni ostatniego roku, zostali dopytani o rodzaje użytkowanych narzędzi. **Niekwestionowanym liderem pozostaje ChatGPT – ponad 8 na 10 przedstawicieli danej grupy firm zadeklarowało korzystanie z jego pomocy w ramach działalności przedsiębiorstwa.**



Wykres 8. Z jakich narzędzi AI korzystali Państwo w ostatnich 12 miesiącach w przedsiębiorstwie? (n=381)



Źródło: opracowanie własne na podstawie badania CATI.

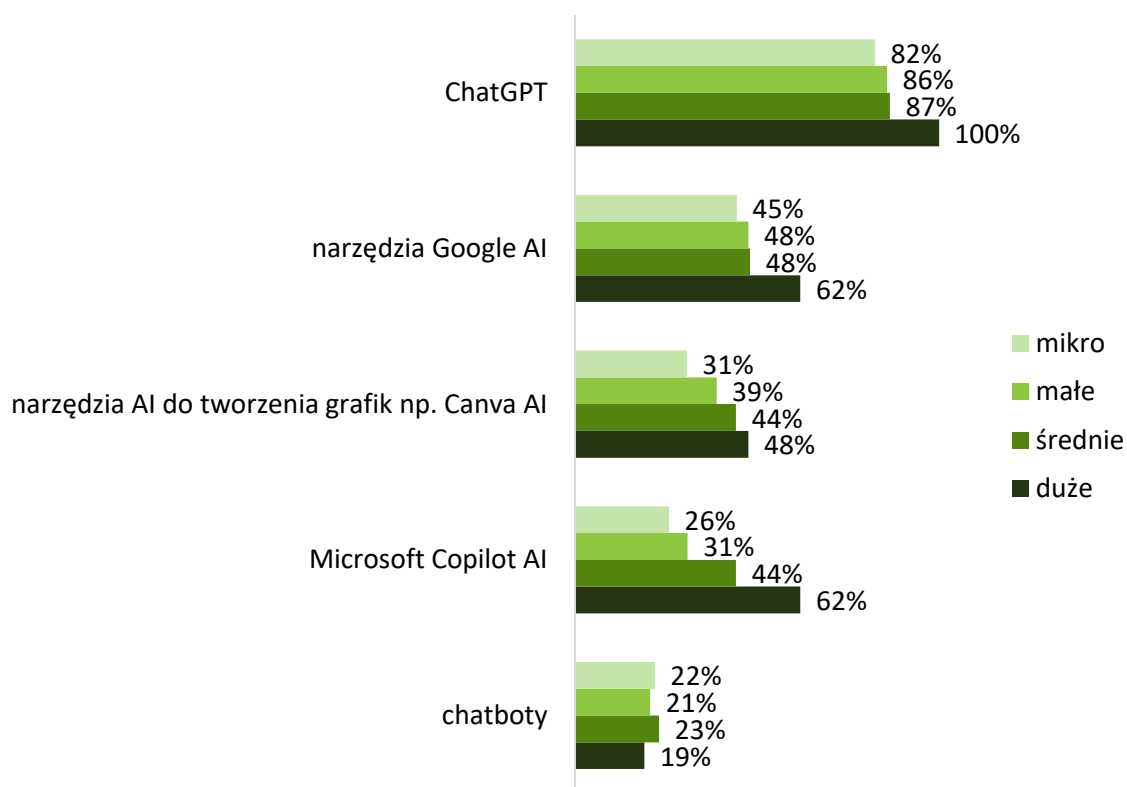
W świetle danych niemal połowa badanych przedsiębiorców wspierających się rozwiązaniami z zakresu sztucznej inteligencji, wykorzystuje do tego narzędzia Google AI. W czołowej trójce znalazły się też narzędzia AI do tworzenia grafik (np. Canva AI). Co trzecia firma posługuje się Microsoft Copilot AI, a ponad 1/5 wykorzystuje w swojej działalności chatboty. Stosunkowo wysoko w zestawieniu znalazły się też oprogramowania do analizy danych.

Mając na uwadze korzystanie z najczęściej wskazywanych aplikacji i programów na bazie sztucznej inteligencji w przekroju na wielkość badanych firm, **największą różnicę odnotowano w przypadku Microsoft Copilot AI – narzędzie to wykorzystuje ponad 6 na 10 dużych firm** deklarujących korzystanie z AI **vs. 1/4 firm mikro** (tj. 36 p. p. różnicy).

Duże firmy przodują też w korzystaniu z narzędzi Google AI czy narzędzi AI do tworzenia grafik i wizualizacji danych (odpowiednio 62% oraz 48% wskazań vs. 45% oraz 31% wśród firm mikro). Z kolei nieco rzadziej niż pozostałe korzystają z chatbotów.



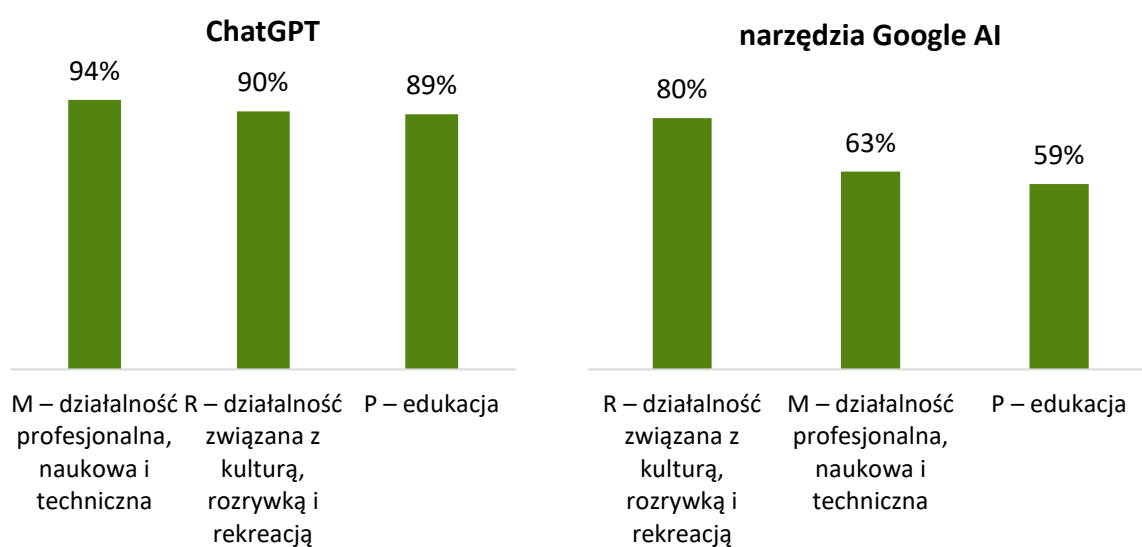
Wykres 9. Czołowa piątka najczęściej używanych narzędzi AI przez małopolskie przedsiębiorstwa w ostatnich 12 miesiącach a wielkość firmy (n=381)

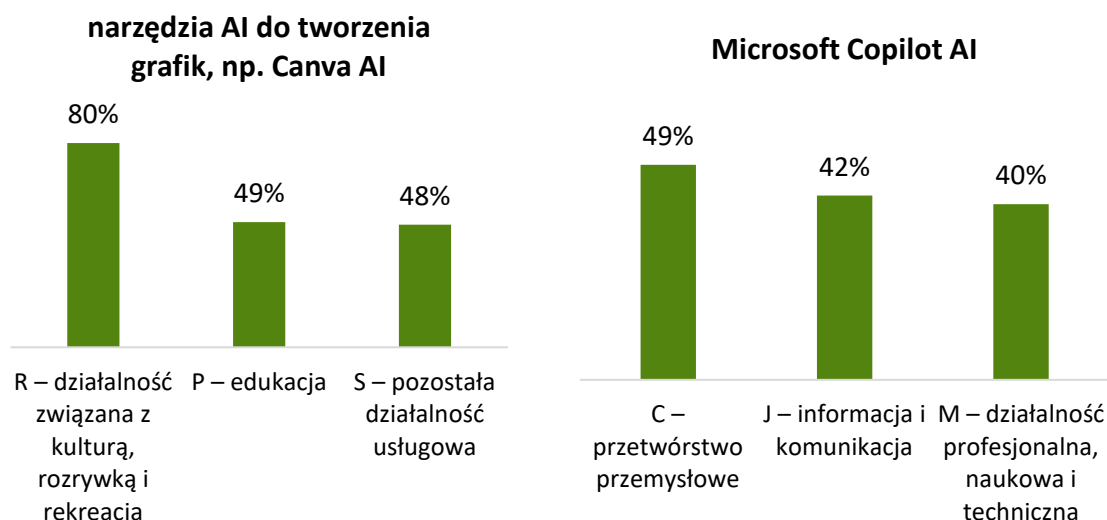


Źródło: opracowanie własne na podstawie badania CATI.

Warto zaznaczyć, że **również w przypadku użytkowania oprogramowania do analizy danych przodują firmy duże i średnie** – około 1/4 z nich vs. 17% wśród firm mikro.

Wykres 10. Czołowa trójka sekcji PKD najczęściej korzystających z wybranych narzędzi opartych na AI (n=381)





Źródło: opracowanie własne na podstawie badania CATI.

DZIAŁY FIRM NAJCZĘŚCIEJ WYKORZYSTUJĄCE AI

W jakich obszarach małopolskie przedsiębiorstwa najczęściej wykorzystują narzędzia AI? Jak wynika z danych, **liderem w tym względzie jest dział marketingu – 30%** badanych firm korzystających ze sztucznej inteligencji użytkuje ją właśnie w celach marketingowych i promocyjnych. Na pozycji wicelidera znalazł się dział prawno-organizacyjny, a czołową trójkę zamykają finanse i księgowość (oba po około 20%). Wysoko w zestawieniu znalazł się też dział IT oraz dział badań i analiz.

Wykres 11. W jakich obszarach w największym stopniu przedsiębiorstwo korzystało z AI w ostatnich 12 miesiącach? (n=381)



Źródło: opracowanie własne na podstawie badania CATI.



Czy wielkość przedsiębiorstwa ma znaczenie jeśli chodzi o wykorzystanie narzędzi AI przez poszczególne działy firmy? **Największą różnicę notuje się w przypadku działu IT, o ile wśród firm dużych wykorzystanie rozwiązań AI wyniosła niemal 40%, o tyle wśród firm mikro i małych – zaledwie około 15%.** Firmy duże dominują też choćby w przypadku działu marketingu (38%), finansów i księgowości (33%) czy sprzedaży (24%). Z kolei mając na uwadze obsługę klienta, na pozycji lidera uplasowały się właśnie firmy mikro i małe.

A jakie informacje płyną z analizy wskazań w przekroju na sekcje działalności badanych przedsiębiorstw?

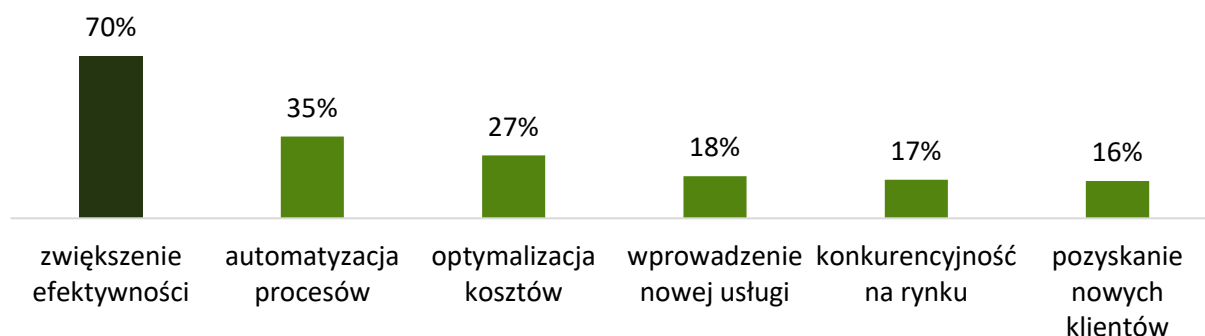
- **Najwięcej wskazań dla wykorzystania narzędzi AI w obszarze marketingu odnotowano w przypadku działalności związanej z kulturą, rozrywką i rekreacją oraz zakwaterowaniem i usługami gastronomicznymi** – w obu przypadkach aż 6 na 10 firm z tych sektorów. Dla porównania wykorzystanie AI w marketingu w przypadku *edukacji* czy *transportu i gospodarki magazynowej* wyniosło zaledwie 15%.
- Nie jest zaskoczeniem fakt, że wykorzystanie AI w dziale finansów i księgowości jest domeną firm z sekcji *finansów i ubezpieczeń* – aż 70% wskazań vs. zaledwie 10% w przypadku firm z obszaru *edukacji*. Dobrze w tym względzie wypadają też firmy zajmujące się *transportem i gospodarką magazynową* (46%) oraz *działalnością profesjonalną, naukową i techniczną* (40%).
- **Najwięcej wskazań dla działu IT odnotowano wśród firm z sektora informacji i komunikacji** (39%). W czołowej trójce uplasowały się też firmy z *przetwórstwa przemysłowego* (27%) oraz firmy zajmujące się *działalnością profesjonalną, naukową i techniczną* (26%).
- Z kolei **wykorzystanie narzędzi AI w obszarze badań i analiz jest głównie domeną firm zajmujących się działalnością profesjonalną, naukową i techniczną** – 31%.
- Nie dziwi fakt, że wykorzystanie AI w dziale sprzedaży w największym stopniu deklarowały firmy z sektora *handlu hurtowego i detalicznego* oraz *pozostałej działalności usługowej* – ponad 25% wskazań w obu przypadkach.

CZYNNIKI MOTYWUJĄCE DO WYKORZYSTYWANIA AI

Aż **7 na 10 przedstawicieli małopolskiego biznesu wskazało na zwiększenie efektywności jako kluczowy czynnik motywujący** do wdrażania narzędzi AI. Na drugiej pozycji, z wynikiem aż o połowę niższym, znalazła się **automatyzacja procesów**. Co ciekawe, **optymalizacja kosztów** zajęła dopiero trzecią pozycję z wynikiem 27%. Czynniki o charakterze „inne” stanowiły zaledwie 2%.



Wykres 12. Jakie były kluczowe powody, które skłoniły Państwa do wprowadzenia rozwiązań / narzędzi opartych na AI? (n=381)



Źródło: opracowanie własne na podstawie badania CATI.

Duże firmy częściej niż pozostałe do wprowadzania rozwiązań AI motywuje automatyzacja procesów (67%) oraz optymalizacja kosztów (43%).

Tabela 5. Wybrane czynniki motywujące badane firmy do wprowadzenia rozwiązań opartych na AI a wielkość firmy (n=381)

	ZWIĘKSZENIE EFEKTYWNOŚCI	AUTOMATYZACJA PROCESÓW	OPTYMALIZACJA KOSZTÓW	WPROWADZENIE NOWEJ USŁUGI	KONKURENCYJNOŚĆ NA RYNKU
mikro	69%	36%	27%	16%	16%
małe	69%	31%	28%	20%	17%
średnie	75%	31%	17%	25%	17%
duże	71%	67%	43%	5%	14%

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania CATI.

Firmy działające w sektorze finansów i ubezpieczeń dominują w zakresie wskazań automatyzacji procesów jako kluczowego motywatora do wdrażania rozwiązań opartych na AI – aż 8 na 10 z nich wskazało na ten czynnik vs. zaledwie co dziesiąta firma z sektora edukacji.

Z kolei na optymalizację kosztów częściej niż pozostałe wskazywały firmy zajmujące się *pozostałą działalnością usługową* (48%), *przetwórstwem przemysłowym* (44%), *handlem hurtowym i detalicznym* (41%) czy *zakwaterowaniem i usługami gastronomicznymi* (40%). Dla porównania w przypadku firm z sekcji *edukacja* czynnik ten uzyskał jedynie 8% wskazań.



PLANY NA PRZYSZŁOŚĆ PRZEDSIĘBIORCÓW NIE WYKORZYSTUJĄCYCH AI

Wykres 13. Czy w najbliższych 12 miesiącach planują Państwo wprowadzić wykorzystanie rozwiązań opartych na sztucznej inteligencji – odsetek wskazań twierdzących (n=819)



Badani przedsiębiorcy nie stosujący aktualnie narzędzi opartych na sztucznej inteligencji pozostają oporni także na tego typu rozwiązania w przyszłości – **zaledwie 14% z nich zadeklarowało plany wdrożenia rozwiązań opartych na AI w najbliższych 12 miesiącach.**

Niemal 2/3 firm wskazało stanowczo na brak tego typu planów, a około 1/5 nie potrafiła na ten moment jednoznacznie określić.

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania CATI.

W świetle danych, **większe zainteresowanie wdrożeniem narzędzi AI w najbliższych miesiącach wykazują firmy prowadzące działalność związaną z zakwaterowaniem i usługami gastronomicznymi (sekcja I) – 26%** oraz firmy prowadzące **działalność związaną z kulturą, rozrywką i rekreacją (sekcja R) – 25%**. Dobrze w tym względzie wypadają też firmy zajmujące się **działalnością finansową i ubezpieczeniową (sekcja K) – 22%** oraz firmy z branży **informacji i komunikacji (sekcja J) – 21%**.

KLUCZOWE BARIERY W (MAŁO)POLSKIM BIZNESIE DO WDRAŻANIA AI

Na koniec przedstawiciele wszystkich badanych przedsiębiorstw zostali poproszeni o wskazanie kluczowych barier, które mogą utrudniać bądź uniemożliwiać polskim firmom wdrażanie i stosowanie rozwiązań w zakresie sztucznej inteligencji.

Badani dostrzegają w tym względzie **dwie kluczowe bariery**, a mianowicie:

- **cyberzagrożenia i obawę o bezpieczeństwo danych** oraz
- **brak odpowiednich umiejętności wśród pracowników.**

Oba powyższe wskazania uzyskały po około 40%.

Co czwarta badana firma wskazała na wysokie koszty jako czynnik problemowy, a także na trudności technologiczne.



Niewiele mniej ankietowanych (tj. 23%) wskazało, że polscy przedsiębiorcy nie wdrażają AI, bo po prostu nie mają takiej potrzeby.

Wykres 14. Jakie są Pana(i) zdaniem największe bariery w wykorzystaniu rozwiązań opartych na AI w przedsiębiorstwach działających w Polsce? (n=1200)



Źródło: opracowanie własne na podstawie badania CATI.

Aż 6 na 10 badanych firm dużych jest zdania, że dla przedsiębiorstw działających w Polsce największą barierą do wdrażania rozwiązań opartych na AI są cyberzagrożenia i obawa o bezpieczeństwo danych (vs. około 4 na 10 wśród pozostałych firm). Z kolei na *brak takiej potrzeby* częściej niż pozostałe wskazywały firmy mikro – 26% (vs. 12% wskazań wśród firm dużych).

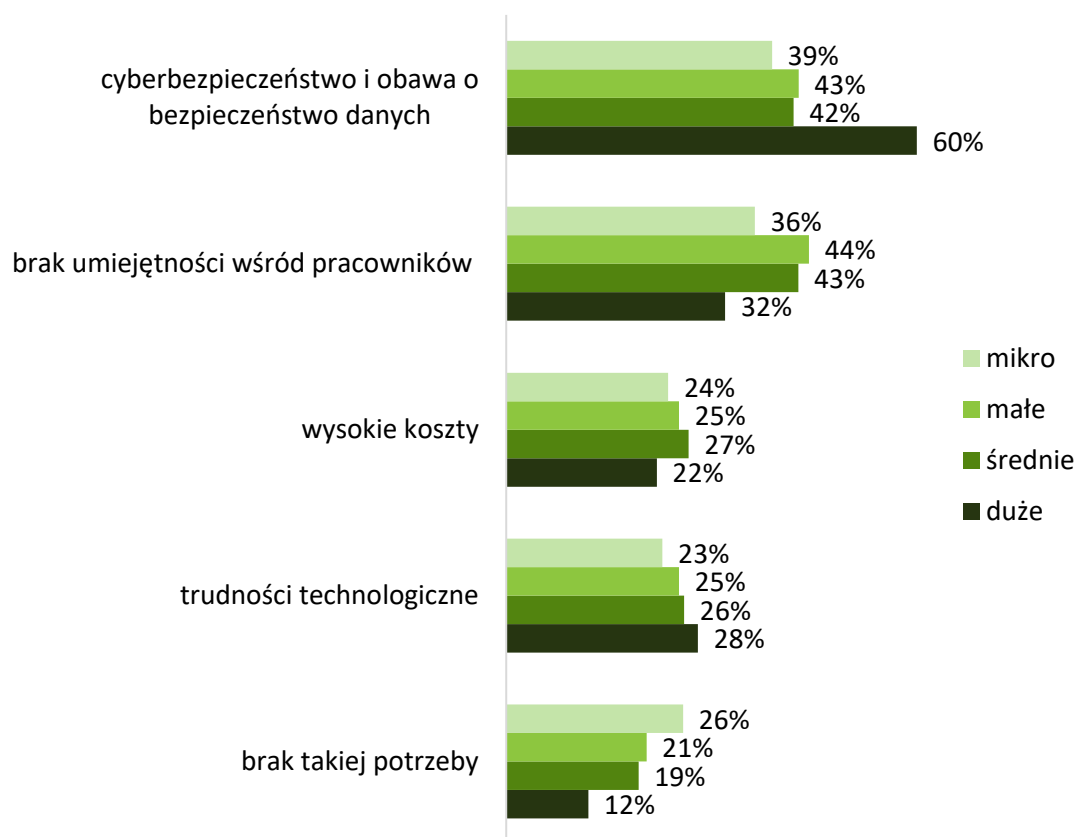
W przekroju na sekcje PKD, **na kwestię cyberbezpieczeństwa i obawę o bezpieczeństwo danych częściej wskazywali przedstawiciele administracji publicznej i obrony narodowej (sekcja O) – aż 8 na 10 badanych firm**. Na drugiej pozycji z wynikiem 58% znalazła się sekcja J – *informacja i komunikacja*.

Podmioty z *administracji publicznej i obrony narodowej* przodują także w przypadku wskazań dla braku umiejętności wśród pracowników pozwalających na skuteczne wykorzystanie AI – 52%. W czołowej trójce także przedstawiciele *edukacji* (sekcja P) oraz *opieki zdrowotnej i pomocy społecznej* (sekcja Q) – oba po 49%.

Na wysokie koszty z kolei częściej wskazywały firmy z branży *finansów i ubezpieczeń* (sekcja K) – 47% oraz *informacji i komunikacji* (sekcja J) – 35%.



Wykres 15. Kluczowe bariery w wykorzystaniu rozwiązań opartych na AI w przedsiębiorstwach działających na rynku w Polsce w opinii małopolskich firm a wielkość firmy (n=1200)



Źródło: opracowanie własne na podstawie badania CATI.

KLUCZOWE WNIOSKI

- Małopolscy przedsiębiorcy z roku na rok przełamują obawy przed korzystaniem z narzędzi opartych na sztucznej inteligencji – w 2025 roku **niemal 1/3 badanych przedstawicieli firm zadeklarowała, że w trakcie ostatnich 12 miesięcy wykorzystywała programy i aplikacje oparte na AI** (tj. łącznie 381 firm).
- Tylko **4 na 10 przedsiębiorstw deklarujących korzystanie** z narzędzi AI wskazała, że **robiła to często lub bardzo często** w trakcie ostatnich 12 miesięcy. Najczęściej padała odpowiedź „czasami” – 39% wskazań.
- **Niekwestionowanym liderem pozostaje ChatGPT – ponad 8 na 10 firm** korzystających z rozwiązań AI zadeklarowała korzystanie z jego pomocy w ramach działalności przedsiębiorstwa.
- Niemal połowa badanych firm wspierających się rozwiązaniami z zakresu AI wykorzystuje do tego narzędzia Google AI. W czołowej trójce znalazły się też narzędzia AI do tworzenia grafik (np. Canva AI) – 36%. Co trzecia firma posługuje się Microsoft Copilot AI, a ponad 1/5 wykorzystuje w swojej działalności chatboty.
- Badane przedsiębiorstwa najczęściej wykorzystują narzędzia AI w **dziale marketingu – 30%** wykorzystuje sztuczną inteligencję właśnie w celach marketingowych i promocyjnych. Na pozycji wicelidera znalazł się dział prawnego-organizacyjny, a czołową trójkę zamykają finanse i księgowość (oba po około 20%). Wysoko w zestawieniu znalazł się też dział IT oraz dział badań i analiz.
- Aż **7 na 10 przedstawicieli małopolskiego biznesu wskazała na zwiększenie efektywności jako kluczowy czynnik motywujący ich** do wdrażania narzędzi AI. Na drugiej pozycji, z wynikiem aż o połowę niższym, znalazła się automatyzacja procesów. Optymalizacja kosztów zajęła dopiero trzecią pozycję z wynikiem 27%.
- Badani przedsiębiorcy nie stosujący aktualnie narzędzi sztucznej inteligencji pozostają oporni także na tego typu rozwiązania w przyszłości – **zaledwie 14% z nich zadeklarowało plany wdrożenia rozwiązań opartych na AI w najbliższych 12 miesiącach**.
- Badani przedsiębiorcy dostrzegają dwie **kluczowe bariery**, które mogą utrudniać bądź uniemożliwiać polskim firmom wdrażanie i stosowanie rozwiązań opartych na AI, tj.: **cyberzagrożenia i obawę o bezpieczeństwo danych** oraz **brak odpowiednich umiejętności wśród pracowników**. Oba wskazania uzyskały po około 40%.
- Co czwarta badana firma wskazała na wysokie koszty jako czynnik problemowy, a także na trudności technologiczne. Niewiele mniejszy odsetek ankietowanych (tj. 23%) wskazał, że polscy przedsiębiorcy nie wdrażają AI, bo po prostu nie mają takiej potrzeby.



SPIS TABEL

Tabela 1. Struktura próby w przekroju na sekcje PKD (n=1200).....	6
Tabela 2. Struktura próby w przekroju na długość prowadzenia działalności (n=1200)	6
Tabela 3. Wykorzystanie rozwiązań opartych na sztucznej inteligencji przez małopolskich przedsiębiorców w ostatnich 12 miesiącach w zależności od lokalizacji firmy (n=1200)	10
Tabela 4. Wykorzystanie rozwiązań opartych na sztucznej inteligencji przez małopolskich przedsiębiorców w ostatnich 12 miesiącach w zależności od posiadania kapitału zagranicznego (n=1200)	11
Tabela 5. Wybrane czynniki motywujące badane firmy do wprowadzenia rozwiązań opartych na AI a wielkość firmy (n=381).....	17

SPIS WYKRESÓW

Wykres 1. Struktura próby w przekroju na wielkość przedsiębiorstwa (n=1200)	5
Wykres 2. Udział kapitału zagranicznego w badanych przedsiębiorstwach (n=1200 – wykres, n=34 – tabela)	7
Wykres 3. Czy w Państwa przedsiębiorstwie w ostatnich 12 miesiącach wykorzystywane były rozwiązania oparte na sztucznej inteligencji? – odsetek wskazań twierdzących (n=1200)	8
Wykres 4. Wykorzystanie rozwiązań opartych na sztucznej inteligencji przez małopolskich przedsiębiorców w ostatnich 12 miesiącach a wielkość firmy (n=1200)	8
Wykres 5. Wykorzystanie rozwiązań opartych na sztucznej inteligencji przez małopolskich przedsiębiorców w ostatnich 12 miesiącach w zależności od sekcji PKD – czołowa trójka liderów (n=1200).....	9
Wykres 6. Jak często wykorzystywali Państwo rozwiązania oparte na sztucznej inteligencji w trakcie ostatnich 12 miesięcy?	11
Wykres 7. Częstotliwość wykorzystania przez małopolskie przedsiębiorstwa rozwiązań opartych na sztucznej inteligencji w trakcie ostatnich 12 miesięcy a wielkość firmy (n=381)	12
Wykres 8. Z jakich narzędzi AI korzystali Państwo w ostatnich 12 miesiącach w przedsiębiorstwie? (n=381)	13
Wykres 9. Czołowa piątka najczęściej użytkowanych narzędzi AI przez małopolskie przedsiębiorstwa w ostatnich 12 miesiącach a wielkość firmy (n=381)	14



Wykres 10. Czołowa trójka sekcji PKD najczęściej korzystających z wybranych narzędzi opartych na AI (n=381)	14
Wykres 11. W jakich obszarach w największym stopniu przedsiębiorstwo korzystało z AI w ostatnich 12 miesiącach? (n=381)	15
Wykres 12. Jakie były kluczowe powody, które skłoniły Państwa do wprowadzenia rozwiązań/narzędzi opartych na AI? (n=381)	17
Wykres 13. Czy w najbliższych 12 miesiącach planują Państwo wprowadzić wykorzystanie rozwiązań opartych na sztucznej inteligencji – odsetek wskazań twierdzących (n=819)	18
Wykres 14. Jakie są Pana(i) zdaniem największe bariery w wykorzystaniu rozwiązań opartych na AI w przedsiębiorstwach działających w Polsce? (n=1200)	19
Wykres 15. Kluczowe bariery w wykorzystaniu rozwiązań opartych na AI w przedsiębiorstwach działających na rynku w Polsce w opinii małopolskich firm a wielkość firmy (n=1200)	20



Województwo Małopolskie
Urząd Marszałkowski Województwa Małopolskiego
Departament Rozwoju Regionu
Małopolskie Obserwatorium Rozwoju Regionalnego
ul. Wielicka 72A, 30-552 Kraków

www.obserwatorium.malopolska.pl

Egzemplarz bezpłatny

ISBN: 978-83-68801-00-2



Fundusze Europejskie
dla Małopolski



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



MAŁOPOLSKA

Publikacja współfinansowana ze środków Unii Europejskiej
w ramach programu Fundusze Europejskie dla Małopolski 2021–2027