



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
Seksja 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 wspomaganie 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 wspomaganie 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 wspomaganym 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*.

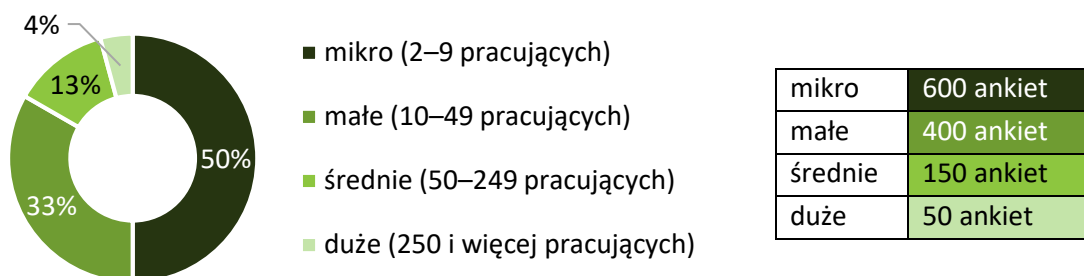
Dane dotyczące całego zbioru związane są tylko i wyłącznie ze zrealizowaną próbą i nie muszą mieć pełnego przełożenia na całą gospodarkę województwa.

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)



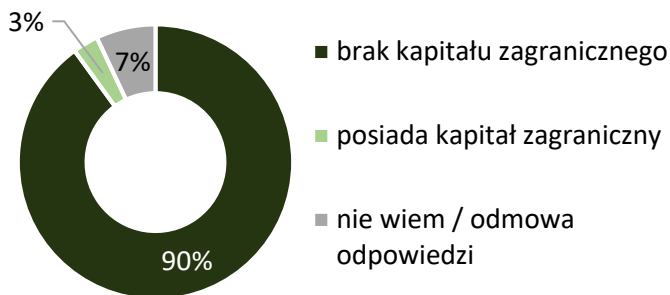
SIEDZIBA FIRMY	ŁĄCZNA LICZBA ANKIET
Kraków	400 (33%)
podregiony:	
• krakowski	400 (33%)
• oświęcimski	
• nowotarski	
podregiony:	
• tarnowski	400 (33%)
• nowosądecki	
suma	1200

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)

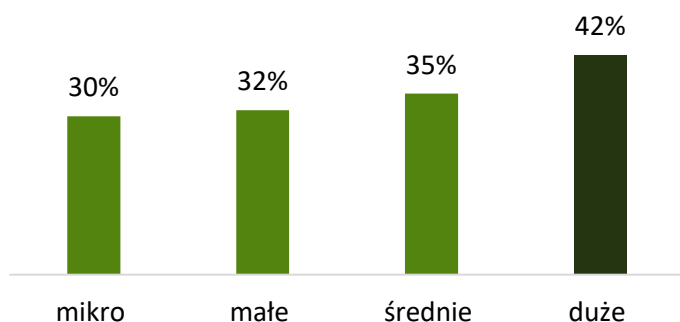


Źródło: opracowanie własne na podstawie badania CATI.

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)



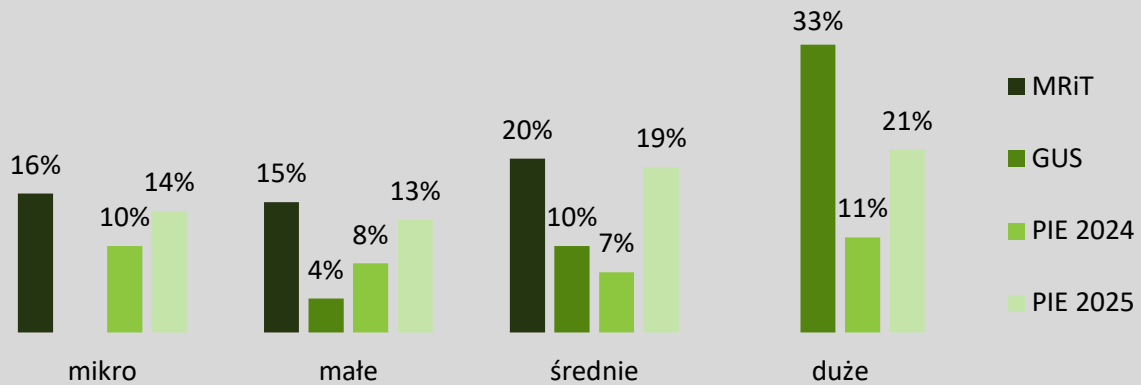
Czy wielkość firmy ma wpływ na wykorzystanie narzędzi AI? W świetle danych bardzo istotne – 30%–32% w przypadku firm mikro i małych, **po aż 42% w przypadku firm dużych.**

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania CATI.



FIRMY DUŻE LIDERM W ZAKRESIE WDRAŻANIA AI RÓWNIEŻ W SKALI KRAJU

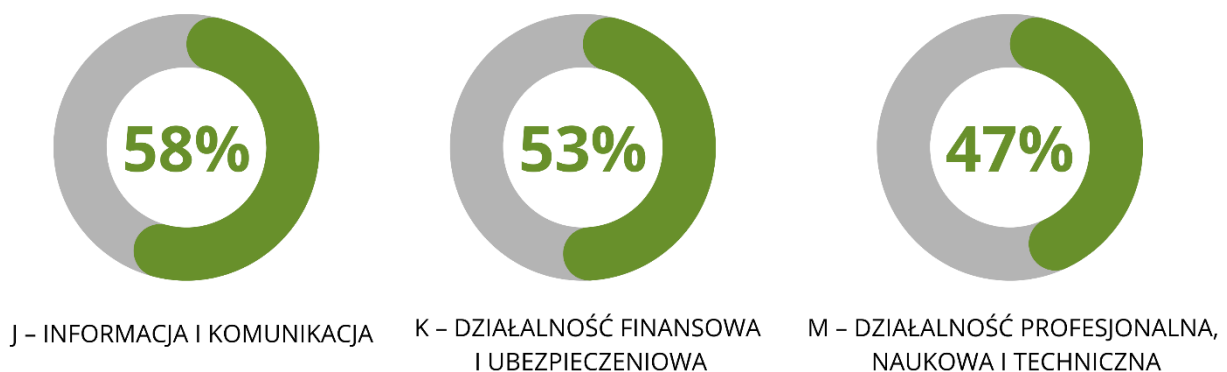
WEDŁUG RAPORTU POLSKIEGO INSTYTUTU EKONOMICZNEGO AI W POLSKICH PRZEDSIĘBIORSTWACH, W 2024 ROKU PRZEDSIĘBIORSTWA ZATRUDNIAJĄCE 250+ PRACOWNIKÓW CZĘŚCIEJ NIŻ POZOSTAŁE DEKLAROWAŁY KORZYSTANIE Z NARZĘDZI AI



* 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.

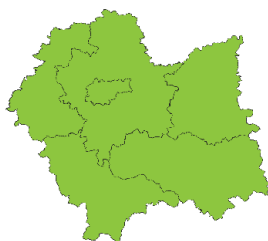


Jak przedstawiają się dalsze pozycje w zakresie korzystania z rozwiązań AI? **Tuż za podium uplasował się obszar edukacji (sekcja P) – 42%**. Wśród pozostałych sekcji nie udało się osiągnąć wartości większej niż 40%, a mianowicie:

- 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)

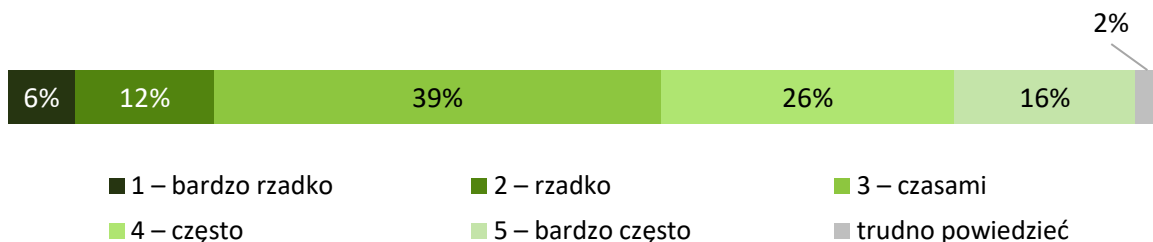
ODSETEK KAPITAŁU ZAGRANICZNEGO	LICZBA FIRM OGÓŁEM	LICZBA FIRM WYKORZYSTUJĄCYCH NARZĘDZIA AI	[%]
firmy z kapitałem polskim	1084	347	32%
firmy z kapitałem zagranicznym, w tym:	34	12	35%
• poniżej 25%	11	2	18%
• 26–50%	9	4	44%
• powyżej 50%	14	6	43%

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)



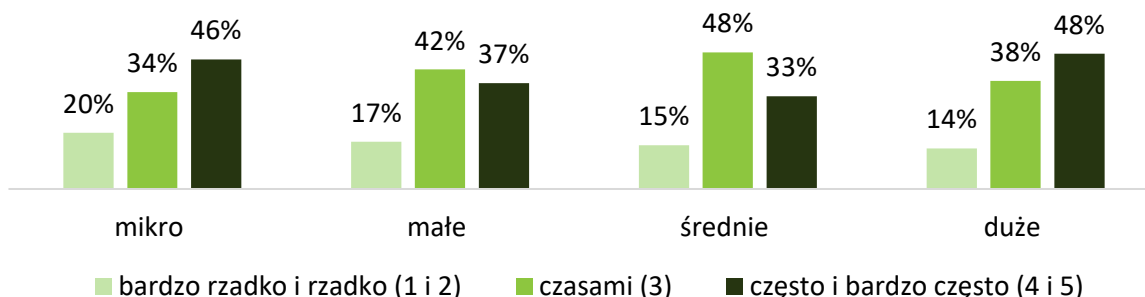
Źródło: opracowanie własne na podstawie badania CATI.

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.

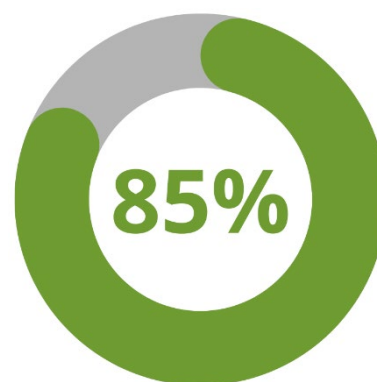
W świetle danych **firmy z obszaru informacji i komunikacji (sekcja J) oraz finansów i ubezpieczeń (sekcja K)** nie tylko charakteryzują się największym odsetkiem wskazań co do samego korzystania z narzędzi AI, ale również **największą częstotliwością ich użytkowania – ponad 70% z nich wskazało na odpowiedź 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%).

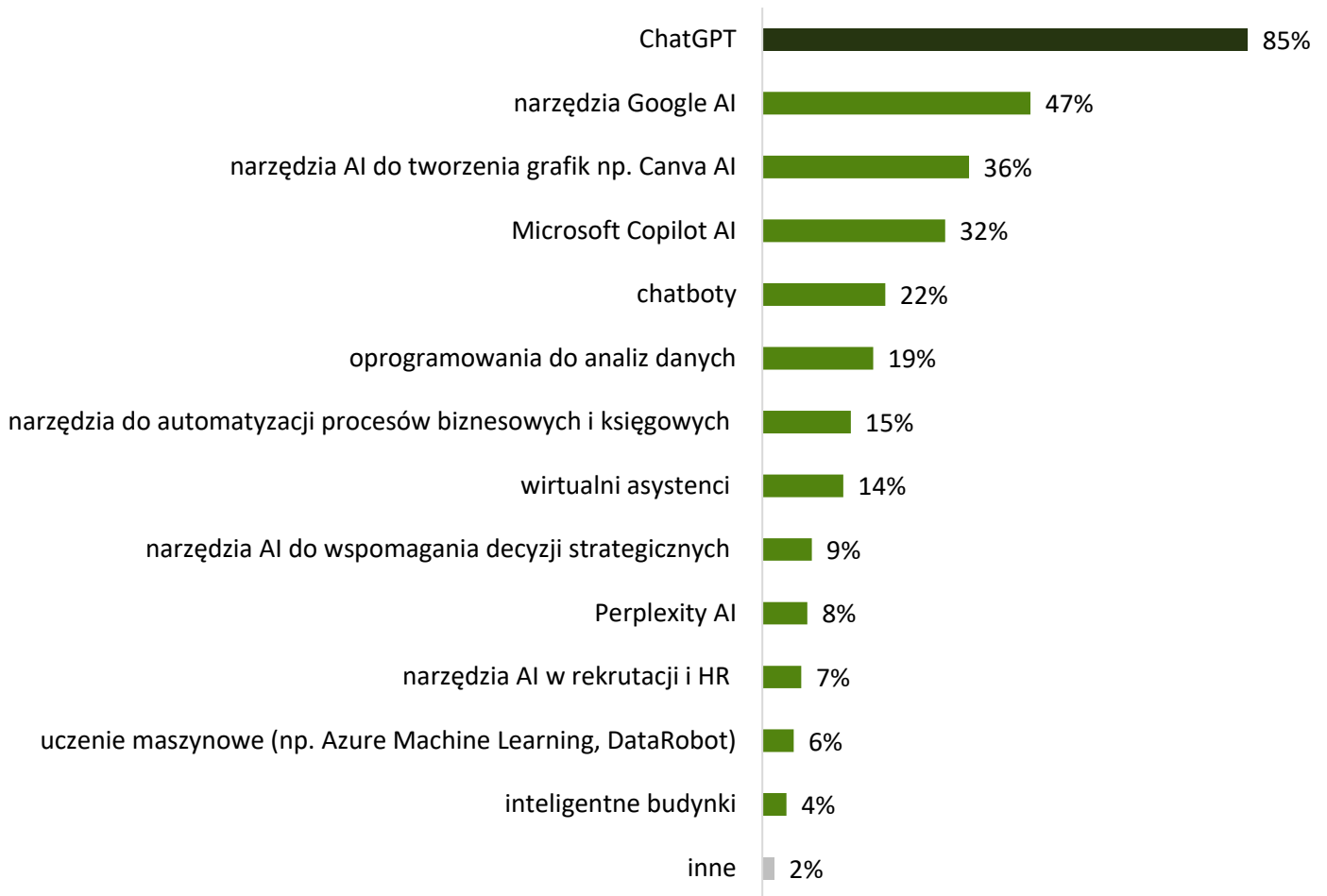
Z kolei największy łączny odsetek wskazań *bardzo rzadko i rzadko* (1 i 2) charakteryzuje firmy prowadzące *działalność w zakresie usług administrowania i działalność wspierającą* (sekcja N).

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.

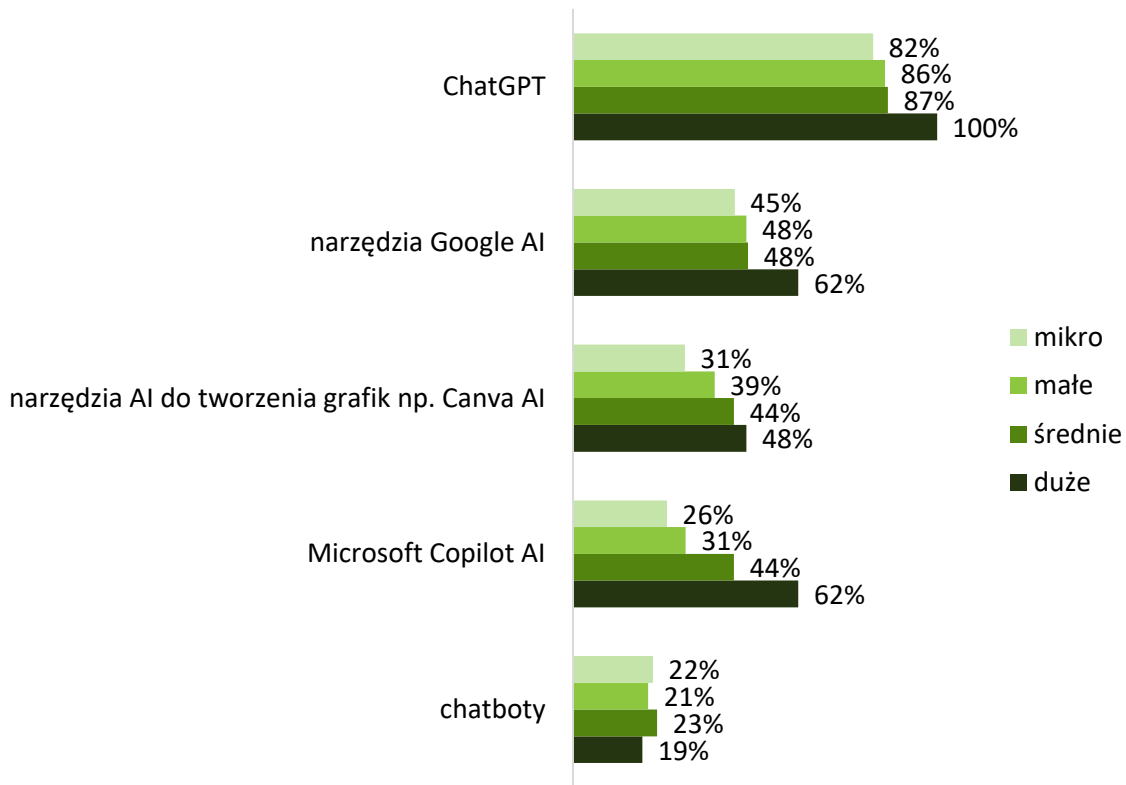
W świetle danych niemal połowa badanych przedsiębiorców wspierających się rozwiązaniami z zakresu sztucznej inteligencji, wykorzystuje do tego narzędzia Google AI. W czołowej trójce znalazły się też narzędzia AI do tworzenia grafik (np. Canva AI). Co trzecia firma posługuje się Microsoft Copilot AI, 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.



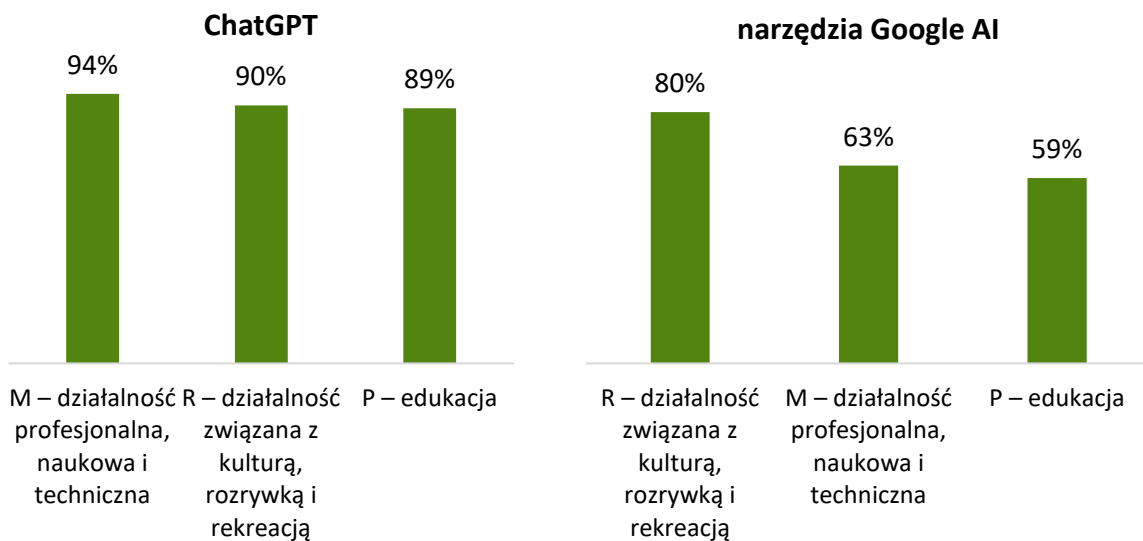
Wykres 9. Czołowa piątka najczęściej używanych narzędzi AI przez małopolskie przedsiębiorstwa w ostatnich 12 miesiącach a wielkość firmy (n=381)

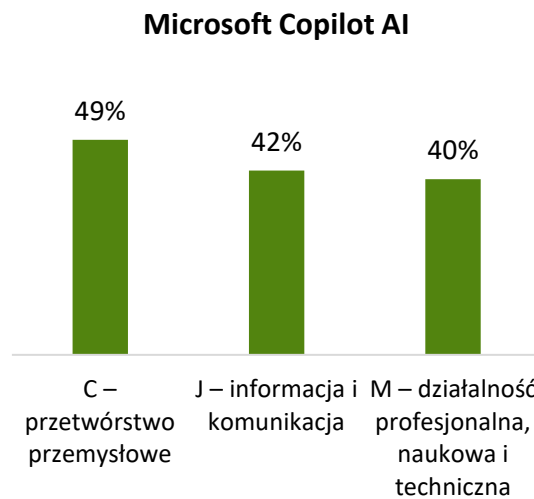
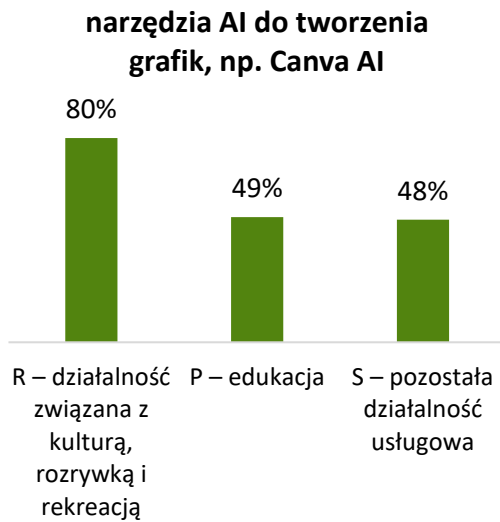


Źródło: opracowanie własne na podstawie badania CATI.

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 wskaźników w przekroju na sekcje działalności badanych przedsiębiorstw?

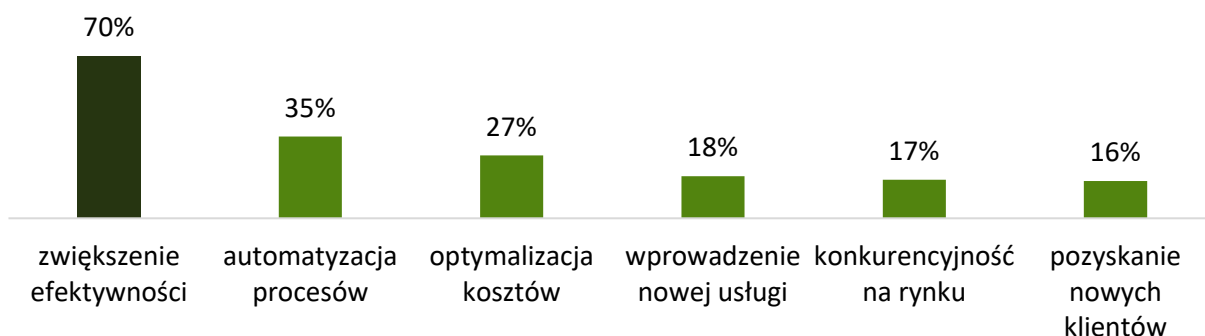
- **Najwięcej wskaźników dla wykorzystania narzędzi AI w obszarze marketingu odnotowano w przypadku działalności związanej z kulturą, rozrywką i rekreacją oraz zakwaterowaniem i usługami gastronomicznymi** – w obu przypadkach aż 6 na 10 firm z tych sektorów. Dla porównania wykorzystanie AI w marketingu 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% wskaźników 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 wskaźników 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% wskaźników 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	OPTIMALIZACJA 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).

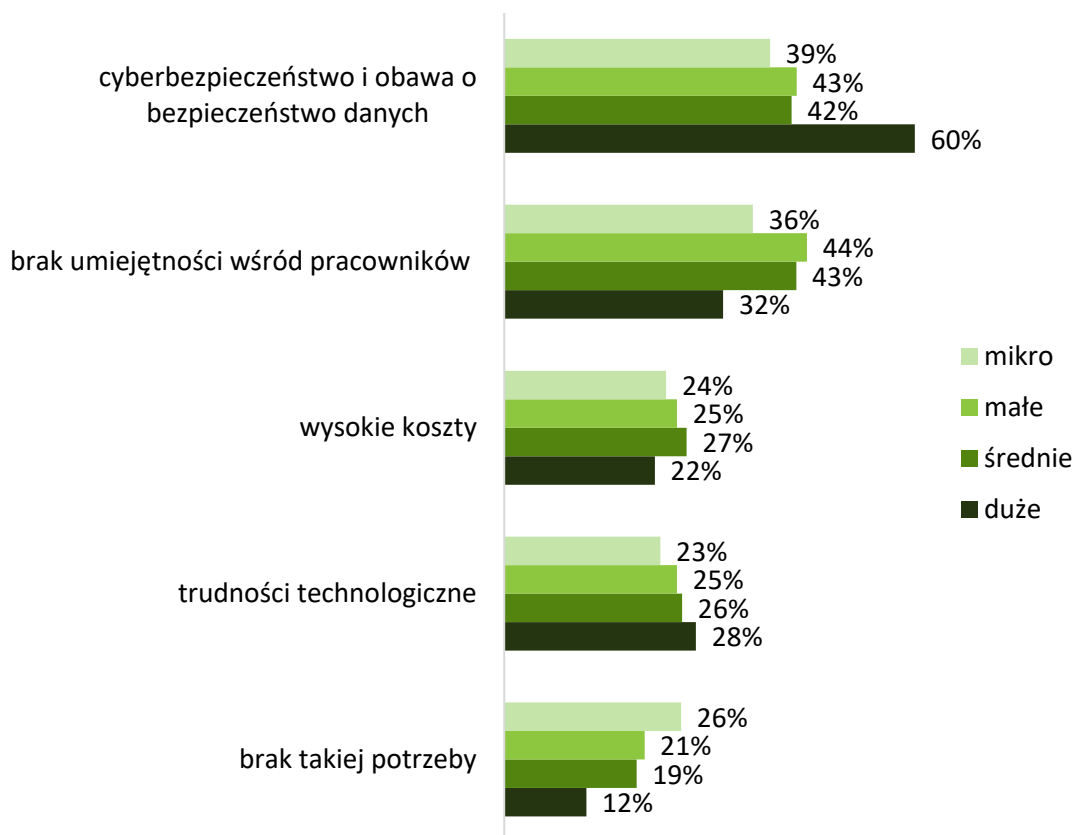
W przekroju na sekcje PKD, **na kwestię cyberbezpieczeństwa i obawę o bezpieczeństwo danych częściej wskazywali przedstawiciele administracji publicznej i obrony narodowej (sekcja O) – aż 8 na 10 badanych firm**. Na drugiej pozycji z wynikiem 58% znalazła się sekcja J – *informacja i komunikacja*.

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