



# Cyfrowy puls polskich MŚP 2026

Stan digitalizacji i implementacja AI

Raport home.pl, maj 2026 r.

## Metodologia badania

Raport powstał na podstawie danych z międzynarodowego badania SMB Digitalization & AI Adoption 2026, które na zlecenie IONOS przeprowadził instytut YouGov Deutschland GmbH za pomocą ankiet online (CAWI).

Badaniem objęto 4 885 decydentów biznesowych w firmach zatrudniających do 250 pracowników w 9 krajach europejskich: Austrii, Francji, Hiszpanii, Holandii, Niemczech, Polsce, Szwecji, Wielkiej Brytanii i we Włoszech.

W porównaniu z edycją z 2025 roku badanie rozszerzono o dwa nowe rynki: Włochy i Austrię. Dane przygotowane dla marki home.pl przedstawiają wyniki dla Polski na tle pozostałych badanych krajów. Wszystkie wartości procentowe zaokrąglono do pełnych liczb.

## Spis treści

|  |    |
|--|----|
| Metodologia badania  | 2  |
| Wstęp: Cyfrowe przyspieszenie 2026                                       | 6  |
| Raport w pigułce – kluczowe wyniki dla Polski                            | 7  |
| <br>   |    |
| Stan obecny cyfryzacji i priorytety inwestycyjne MŚP                     | 8  |
| Adopcja sztucznej inteligencji: Od testów do stałej praktyki             | 11 |
| Bariery rozwoju i transformacji cyfrowej                                 | 17 |
| Oczekiwania MŚP wobec rozwiązań komercyjnych AI<br>i deklarowane budżety | 19 |
| Podsumowanie wyników raportu   | 21 |



**RZECZNIK**  
Małych i Średnich Przedsiębiorców  
AGNIESZKA MAJEWSKA

Szanowni Państwo,

sektor mikro, małych i średnich przedsiębiorstw od lat pozostaje fundamentem polskiej gospodarki, odpowiadając za blisko połowę krajowego PKB oraz tworząc miliony miejsc pracy. Dziś o jego konkurencyjności coraz częściej decyduje nie wyłącznie jakość produktów czy usług, lecz także zdolność do sprawnego funkcjonowania w rzeczywistości cyfrowej, wykorzystania danych oraz wdrażania nowoczesnych technologii, w tym sztucznej inteligencji.

Transformacja cyfrowa przestała być już kierunkiem rozwoju zarezerwowanym dla największych podmiotów. Stała się elementem codziennego funkcjonowania przedsiębiorstw, wpływającym na efektywność procesów, bezpieczeństwo działalności, komunikację z klientami oraz odporność firm na zmieniające się warunki gospodarcze.

Tym większego znaczenia nabierają rzetelne, porównawcze dane pokazujące rzeczywistą kondycję cyfrową polskich MŚP na tle innych państw europejskich.

Raport „Cyfrowy puls polskich MŚP 2026” przygotowany przez home.pl i IONOS wypełnia istotną lukę informacyjną, dostarczając materiału analitycznego o dużej wartości dla przedsiębiorców i instytucji publicznych odpowiedzialnych za kształtowanie polityk gospodarczych oraz programów wsparcia. Co ważne, to że wyniki badania pokazują poziom wdrożenia rozwiązań cyfrowych i AI oraz tempo zmian zachodzących w polskim sektorze MŚP oraz jego rosnącą gotowość inwestycyjną.

W Biurze Rzecznika Małych i Średnich Przedsiębiorców obserwujemy te procesy każdego dnia podczas bezpośrednich kontaktów z przedsiębiorcami. Coraz częściej pojawiają się pytania dotyczące praktycznego wykorzystania narzędzi AI, ochrony danych, cyberbezpieczeństwa czy kosztów wdrażania nowych technologii. Przedsiębiorcy poszukują rozwiązań prostych, przewidywalnych i możliwych do zastosowania bez nadmiernych obciążeń organizacyjnych.

Dane przedstawione w raporcie potwierdzają te obserwacje i pokazują, że cyfryzacja polskich MŚP nie jest już abstrakcyjnym trendem technologicznym, lecz realnym procesem biznesowym, który dzieje się tu i teraz.

Na szczególną uwagę zasługuje fakt, że polskie firmy należą do najbardziej aktywnych cyfrowo przedsiębiorstw w Europie. Raport wskazuje między innymi najwyższą wśród badanych państw gotowość inwestycyjną w zakresie cyfryzacji oraz bardzo wysoki poziom zainteresowania rozwiązaniami opartymi na sztucznej inteligencji. Jednocześnie analiza jasno pokazuje, że dalszy rozwój wymaga stabilnego i odpowiedzialnego wsparcia systemowego.

Bariery związane z kosztami wdrożeń, dostępem do kompetencji cyfrowych, inflacją czy bezpieczeństwem danych nie mogą być pozostawione wyłącznie mechanizmom rynkowym.

Potrzebne są działania obejmujące edukację cyfrową, uproszczenie otoczenia regulacyjnego oraz instrumenty finansowe wspierające rozwój technologiczny sektora MŚP.

Raport niesie jednak przede wszystkim ważny i budujący wniosek - polscy przedsiębiorcy są gotowi na dalszą transformację cyfrową. Widać otwartość na nowe rozwiązania, zdolność do szybkiej adaptacji oraz rosnącą świadomość znaczenia technologii dla przyszłej konkurencyjności firm. Ten potencjał stanowi ogromny kapitał rozwojowy polskiej gospodarki.

Zadaniem instytucji publicznych oraz sektora technologicznego pozostaje stworzenie takich warunków, aby gotowość przedsiębiorców mogła przełożyć się na trwały wzrost innowacyjności, bezpieczeństwa i odporności polskich MŚP w nadchodzących latach.

Z satysfakcją objęłam patronatem niniejszy raport, wierząc, że stanie się on ważnym głosem w dyskusji o przyszłości polskiej przedsiębiorczości oraz inspiracją do podejmowania konkretnych działań wspierających rozwój cyfrowy sektora MŚP.

**Agnieszka Majewska**

Rzecznik Małych i Średnich Przedsiębiorców

## Wstęp: Cyfrowe przyspieszenie 2026

W 2026 roku europejskie małe i średnie przedsiębiorstwa wyraźnie przyspieszają w obszarze cyfryzacji. Wdrożenia nowych technologii przestały być traktowane jako dodatkowe, pojedyncze projekty – stały się stałym elementem codziennego zarządzania biznesem.

**Na tym tle polski rynek wyróżnia się wyjątkową dynamiką inwestycyjną oraz najwyższą w Europie gotowością do wdrażania sztucznej inteligencji (AI). Krajowi przedsiębiorcy, opierając się na rosnącej świadomości cyfrowej z ostatnich lat, podchodzą do nowych technologii z dużą elastycznością i otwartością.**

Niniejszy raport analizuje sytuację polskich firm na czterech kluczowych płaszczyznach: aktualny stan cyfryzacji, adopcja rozwiązań AI, bariery cyfryzacji i oczekiwania wobec dostawców technologii AI oraz gotowość do inwestycji w tym zakresie.

## Raport w pigułce – kluczowe wyniki dla Polski

**88%**

### **Prymat inwestycji w cyfryzację:**

Polska wykazuje najwyższą gotowość do ponoszenia nakładów na cyfryzację w Europie; zaledwie 12% firm nie planuje takich działań (dla porównania w Niemczech i UK jest to 23%).

**42%**

### **Orientacja na AI:**

Polski sektor MŚP jest liderem w deklarowaniu inwestycji w sztuczną inteligencję, wyprzedzając rynki o wyższej dojrzałości gospodarczej.

**46%**

### **AI jako katalizator kreatywności**

Prawie co druga polska firma postrzega AI jako narzędzie wspierające procesy twórcze, co stanowi wynik znacząco wyższy od średniej europejskiej.

**25%**

### **AI jako warunek konkurencyjności:**

Co czwarty polski przedsiębiorca uważa, że bez AI jego firma nie utrzyma konkurencyjności w ciągu dwóch lat. To wynik zbliżony do europejskiej średniej (Niemcy, Włochy, Hiszpania: 27%, Szwecja: 31%).

**26%**

### **Regularność operacyjna:**

Polska notuje najwyższy odsetek firm integrujących rozwiązania AI z codzienną rutyną biznesową (wykorzystanie kilka razy w tygodniu).

# 1. Stan obecny cyfryzacji i priorytety inwestycyjne MŚP

Europejski sektor MŚP w 2026 roku charakteryzuje się stabilnym poziomem ucyfrowienia podstawowych zasobów, przy czym kraje anglosaskie i skandynawskie dominują w obszarze klasycznej infrastruktury internetowej.

Na tym tle analiza danych prowadzi do wniosku, że na rynku polskim zachodzi zjawisko skoku technologicznego (tzw. leapfroggingu) – oznacza on wysoki poziom adopcji nowoczesnych technologii przy jednoczesnym współwystępowaniu relatywnie niższego stopnia wdrożenia tradycyjnych rozwiązań cyfrowych jak na przykład własna strona internetowa.

Tabela 1: Aktualny poziom wdrożenia narzędzi cyfrowych w małych i średnich firmach

| Nasza firma...                      | Austria | Francja | Hiszpania | Holandia | Niemcy | Polska | Szwecja | Wielka Brytania | Włochy |
|-------------------------------------|---------|---------|-----------|----------|--------|--------|---------|-----------------|--------|
| ...posiada stronę internetową       | 71%     | 56%     | 57%       | 71%      | 60%    | 65%    | 73%     | 81%             | 53%    |
| ...oferuje produkty/usługi online   | 30%     | 29%     | 32%       | 30%      | 30%    | 33%    | 36%     | 31%             | 21%    |
| ...używa rozwiązań biurowych online | 52%     | 45%     | 51%       | 59%      | 50%    | 53%    | 63%     | 71%             | 41%    |
| ...używa e-maila we własnej domenie | 61%     | 54%     | 57%       | 68%      | 62%    | 64%    | 69%     | 79%             | 57%    |
| ...używa mediów społecznościowych   | 53%     | 53%     | 49%       | 58%      | 48%    | 64%    | 67%     | 69%             | 50%    |
| ...wysyła mailingi/newslettery      | 41%     | 38%     | 50%       | 42%      | 37%    | 38%    | 45%     | 51%             | 35%    |
| ...wykorzystuje aplikacje AI        | 38%     | 39%     | 36%       | 37%      | 44%    | 44%    | 45%     | 43%             | 30%    |
| Żadne z powyższych                  | 3%      | 6%      | 4%        | 6%       | 8%     | 3%     | 2%      | 4%              | 8%     |

Widać wyraźnie, że w 2026 roku pod względem posiadania strony internetowej najwyższy wskaźnik notuje Wielka Brytania z wynikiem 81%, podczas gdy najniższy poziom rejestrują Włochy (53%). Polska z wartością 65% plasuje się w dolnej połowie zestawienia, wyprzedzając Niemcy (60%) i Francję (56%), lecz odnotowując niższy stopień wdrożenia niż Szwecja (73%) i Holandia (71%).

W obszarze e-commerce (oferowanie produktów/usług online) przoduje rynek szwedzki (36%), najniższą wartość wykazują Włochy (21%), natomiast Polska uzyskuje stabilną pozycję na poziomie 33%. W kwestii rozwiązań biurowych online maksymalny stopień wdrożenia widać w Wielkiej Brytanii (71%), minimalny we Włoszech (41%), natomiast rynek polski osiąga umiarkowany wynik

rządu 53%. Wyraźnym wyróżnikiem Polski są media społecznościowe, gdzie z wynikiem 64% krajowy sektor zajmuje trzecią pozycję w rankingu, tuż za Wielką Brytanią (69%) oraz Szwecją (67%), a znacząco powyżej Niemiec (48%). Ponadto, analiza danych prowadzi do wniosku, że **Polska współdzieli z Niemcami status wicelidera w wykorzystaniu aplikacji AI (44%), plasując się bezpośrednio za Szwecją (45%) i dystansując Włochy (30%)**. Ostatecznie, całkowity brak cyfryzacji dotyczy zaledwie 3% polskich podmiotów, co konverguje z wynikiem Austrii (3%) i stanowi jeden z najniższych wskaźników pasywności technologicznej w Europie.

**Struktura planowanych inwestycji cyfrowych w Europie ujawnia wyraźny podział na rynki dojrzałe, cechujące się wstrzeźliwością budżetową, oraz kraje rozwijające się, które intensywnie alokują kapitał na transformację. W tym zestawieniu wyróżnia się najwyższa deklarowana gotowość inwestycyjna polskich firm, która koncentruje się na równoległym finansowaniu cyberbezpieczeństwa, unowocześniania bazy operacyjnej oraz systemów nowej generacji.**

Tabela 2: Planowane obszary inwestycji cyfrowych w 2026 r.

| Obszar inwestycji  | Austria | Francja | Hiszpania | Holandia | Niemcy | Polska | Szwecja | Wielka Brytania | Włochy |
|--|---------|---------|-----------|----------|--------|--------|---------|-----------------|--------|
| Cyfryzacja modelu biznesowego np. przeniesienie procesów biznesowych do chmury | 27%     | 26%     | 26%       | 16%      | 19%    | 20%    | 21%     | 18%             | 19%    |
| Rozwiązania biurowe online (narzędzia do współpracy)                           | 19%     | 20%     | 25%       | 14%      | 23%    | 38%    | 32%     | 15%             | 22%    |
| Widoczność firmy w internecie (strona, SEO)                                    | 38%     | 38%     | 37%       | 40%      | 35%    | 38%    | 39%     | 36%             | 32%    |
| Bezpieczeństwo IT i ochrona danych   | 35%     | 33%     | 37%       | 34%      | 38%    | 41%    | 47%     | 30%             | 32%    |
| Sztuczna inteligencja (AI)   | 35%     | 36%     | 35%       | 33%      | 35%    | 42%    | 41%     | 31%             | 32%    |
| Brak planów inwestycyjnych na 2026 r.  | 16%     | 16%     | 15%       | 19%      | 23%    | 12%    | 15%     | 23%             | 17%    |

Deklaracje inwestycyjne europejskich firm na rok 2026 wskazują jasno, że polskie MŚP w najmniejszym stopniu planują zamrożenie inwestycji na cyfryzację (12%). Jednocześnie na drugim końcu skali znajdują się firmy w Niemczech oraz Wielkiej Brytanii, które deklarują najwyższą pasywność w zakresie wydatków na digitalizację (po 23%).

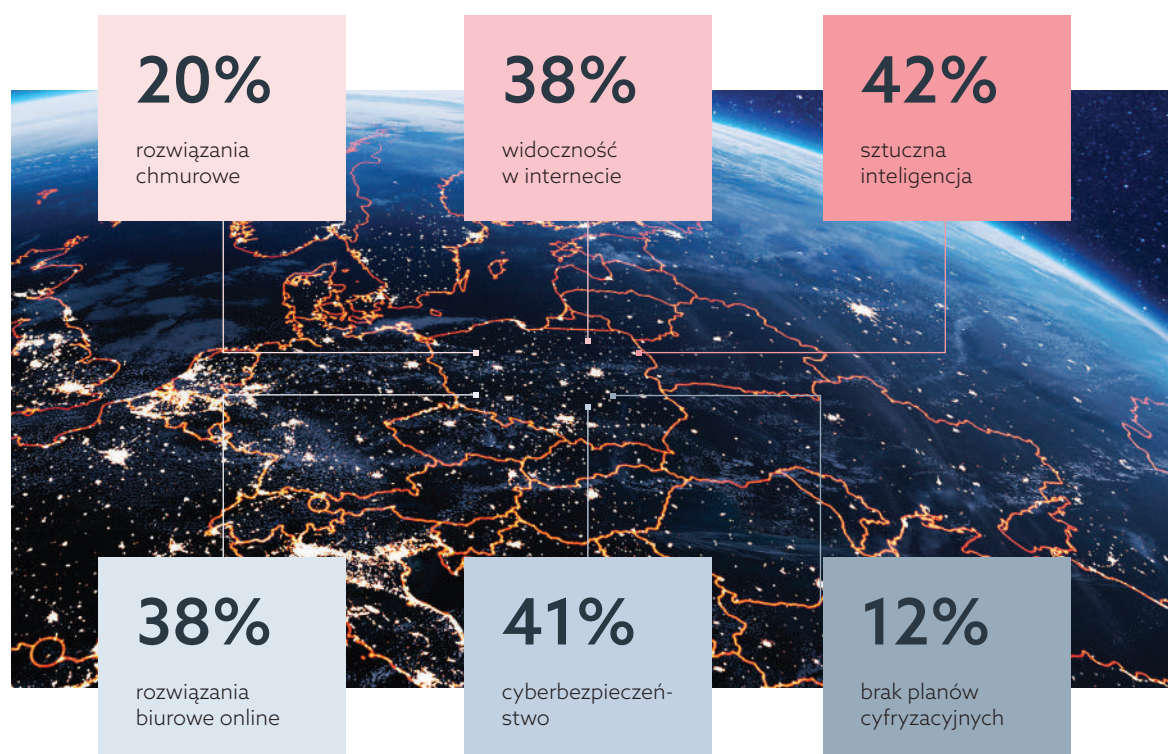
W segmencie cyfryzacji modelu biznesowego najwyższy wskaźnik alokacji kapitału notuje Austria (27%), a najniższy Holandia (16%), przy wyniku Polski na poziomie 20%. W obszarze

rozwiązań biurowych online Polska zajmuje pozycję lidera europejskiego z wynikiem 38%, znacząco przewyższając zamykającą stawkę Holandię (14%) oraz Wielką Brytanię (15%).

Działania na rzecz widoczności w sieci (strona www, SEO) wykazują zbliżony rozkład sił we wszystkich krajach – przoduje Holandia (40%), najniższą wartość rejestrują Włochy (32%), a Polska osiąga poziom 38%. Inwestycje w cyberbezpieczeństwo i ochronę danych najwyższy priorytet notują w Szwecji (47%), najniższy w Wielkiej Brytanii (30%), natomiast rynek polski plasuje się w ścisłej czołówce z wynikiem 41%.

**Na uwagę w zakresie wydatków na wdrażanie sztucznej inteligencji zasługuje Polska, która obejmuje pierwsze miejsce w Europie (42%), wyprzedzając Szwecję (41%) oraz dystansując najbardziej powściągliwą w tym obszarze Wielką Brytanię (31%).**

#### Polska jest europejskim liderem gotowości inwestycyjnej w zakresie cyfryzacji



## 2. Adopcja sztucznej inteligencji: Od testów do stałej praktyki

W 2026 roku wykorzystanie sztucznej inteligencji w europejskich małych i średnich firmach stabilnie rośnie, szczególnie w Skandynawii i Europie Środkowej. Z danych porównawczych wynika, że polskie firmy (ex aequo z hiszpańskimi) najrzadziej na kontynencie stronią od nowych rozwiązań (tylko 14% nigdy nie korzystało z AI), budując bardzo wyrazisty, zadaniowy model regularnej pracy z algorytmami (26% polskich firm korzysta z AI kilka razy w tygodniu).

Tabela 3: Częstotliwość korzystania z AI w firmie

| Częstotliwość                  | Austria | Francja | Hiszpania | Holandia | Niemcy | Polska | Szwecja | Wielka Brytania | Włochy |
|--------------------------------|---------|---------|-----------|----------|--------|--------|---------|-----------------|--------|
| Nigdy                          | 15%     | 20%     | 14%       | 22%      | 20%    | 14%    | 18%     | 20%             | 19%    |
| Raz spróbowałem                | 12%     | 16%     | 13%       | 13%      | 10%    | 10%    | 11%     | 11%             | 12%    |
| Okazjonalnie                   | 35%     | 28%     | 30%       | 32%      | 31%    | 33%    | 28%     | 32%             | 33%    |
| Często (kilka razy w tygodniu) | 21%     | 20%     | 24%       | 16%      | 25%    | 26%    | 23%     | 21%             | 21%    |
| Codziennie                     | 13%     | 14%     | 17%       | 15%      | 13%    | 11%    | 19%     | 13%             | 10%    |

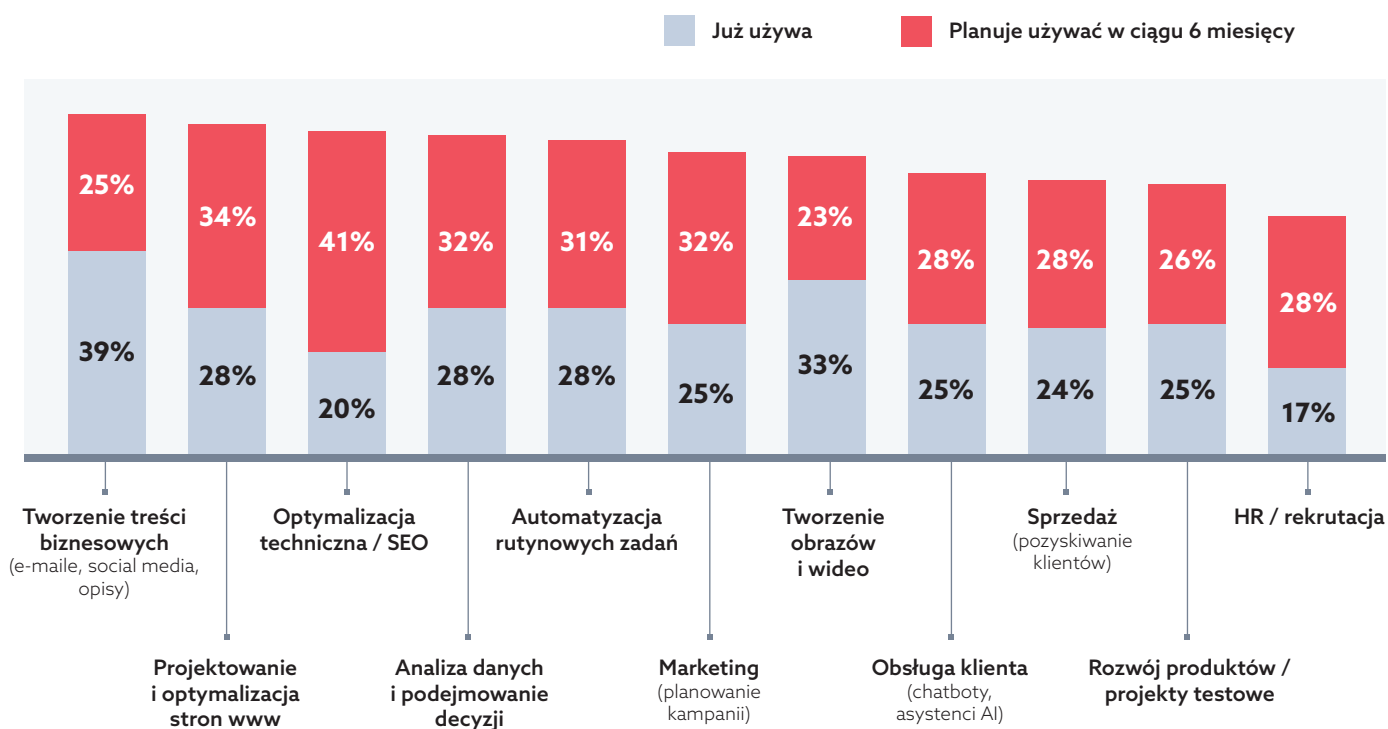
Odsetek przedsiębiorstw, które nigdy nie uruchomiły narzędzi AI, jest najniższy w Polsce oraz Hiszpanii (po 14%), podczas gdy najwyższą pasywność w tym zakresie notuje Holandia (22%) oraz Niemcy, Francja i Wielka Brytania (po 20%). Jednorazowe użycie („raz spróbowałem”) najwyższy poziom osiąga we Francji (16%), przy wskaźniku 10% dla rynku polskiego.

Eksploatacja okazjonalna jest najbardziej rozpowszechniona w Austrii (35%), a w Polsce wynosi 33%. W kategorii wysokiej częstotliwości stosowania (kilka razy w tygodniu) **Polska zajmuje pozycję lidera w Europie z wynikiem 26%**, wyprzedzając Niemcy (25%) i wyraźnie dystansując zamykającą zestawienie Holandię (16%).

W przypadku użytkowania codziennego najwyższą systematyczność notuje Szwecja (19%) oraz Hiszpania (17%), najniższą natomiast Włochy (10%). Polski odczyt na poziomie 11% i przewaga w korzystaniu regularnym nad korzystaniem codziennym pokazuje, że polskie firmy wdrażają AI do konkretnych, powtarzalnych zadań, a nie jako narzędzie do ciągłego użytku w każdym procesie. Jest to podejście pragmatyczne i efektywne kosztowo, charakterystyczne dla rynków na etapie intensywnego skalowania.

Struktura funkcjonalna zastosowań sztucznej inteligencji w europejskim sektorze MŚP wskazuje na dążenie do szybkiej automatyzacji procesów operacyjnych i promocyjnych. W ujęciu krajowym wiodącym wnioskiem jest wyraźna koncentracja wdrożeń wokół procesów marketingowych, wizerunkowych oraz optymalizacji technicznej (SEO), co pozwala przedsiębiorstwom na elastyczne zarządzanie kapitałem ludzkim.

Tabela 4: Szczegółowe obszary zastosowania AI w polskich MŚP



Krajowe wdrożenia sztucznej inteligencji wyraźnie skupiają się wokół marketingu, budowania wizerunku i optymalizacji widoczności w sieci. Wiodącym obszarem bieżącej pracy ze sztuczną inteligencją w polskich MŚP jest tworzenie treści biznesowych i copywriting (39%).

Przy deklarowanych planach krótkookresowych na poziomie 25%, skumulowany wskaźnik wdrożeń w komunikacji pisemnej osiągnie 64% do końca roku, co oznacza, że blisko dwie trzecie firm będzie w swojej korespondencji i działaniach marketingowych korzystać ze wsparcia algorytmów.

Podobny, silnie zorientowany na e-marketing wzorec widać w projektowaniu stron www (28% obecnych implementacji i 34% planowanych). Jednak to optymalizacja techniczna i SEO zapowiadają prawdziwy przełom w najbliższym półroczu. Choć dziś korzysta z nich co piąta firma (20%), to aż 41% planuje ich wdrożenie, co doprowadzi do łącznego wyniku 61%. Taka struktura danych potwierdza rosnącą świadomość przedsiębiorców, że widoczność w wyszukiwarkach można skutecznie i tanio budować za pomocą AI.

Obserwacja trendów ujawnia bardzo ciekawe zjawisko: wyraźną dominację zastosowań kreatywnych nad czysto operacyjnymi. Tworzenie obrazów oraz wideo (33% bieżącego użycia) wyprzedza zaawansowaną analitykę danych i automatyzację rutynowych zadań (po 28%), co odróżnia strukturę polską od standardów zachodnioeuropejskich, gdzie proporcje te są zazwyczaj odwrotne.

Analiza tych trendów prowadzi do wniosku, że automatyzacja zadań tekstowych oraz technicznych staje się dla polskich firm strategicznym sposobem na zneutralizowanie luki kadrowej w obszarach generujących najwyższe koszty pracy. Najniższy stopień ucyfrowienia procesów odnotowuje się w segmencie HR i rekrutacji (17% aktualnego użycia). Jednak fakt, że aż 28% firm planuje wdrożenia w tym obszarze sugeruje, że sztuczna inteligencja w zarządzaniu zasobami ludzkimi znajduje się obecnie na progu znaczącego wzrostu.

**Analiza postrzeganego potencjału AI wskazuje na wyraźny podział europejskich rynków: jedne traktują sztuczną inteligencję przede wszystkim jako narzędzie obniżania kosztów, inne jako źródło wzrostu i rozwoju nowych produktów. W przypadku Polski widać, że AI jest mocno kojarzone jako stymulator ludzkiej innowacyjności, co przy niskim poziomie barier psychologicznych sprzyja budowaniu trwałych przewag konkurencyjnych.**

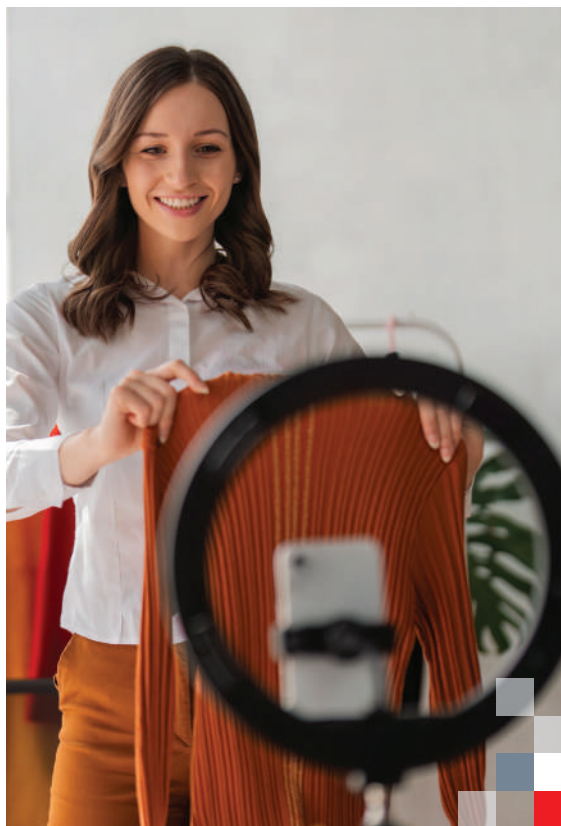


Tabela 5: Największy potencjał AI według MŚP

| Postrzegany potencjał AI         | Austria | Francja | Hiszpania | Holandia | Niemcy | Polska | Szwecja | Wielka Brytania | Włochy |
|----------------------------------|---------|---------|-----------|----------|--------|--------|---------|-----------------|--------|
| Zwiększenie wydajności           | 43%     | 41%     | 47%       | 37%      | 49%    | 46%    | 43%     | 49%             | 42%    |
| Zwiększenie kreatywności         | 30%     | 33%     | 35%       | 26%      | 31%    | 46%    | 36%     | 25%             | 31%    |
| Odciążenie pracowników           | 35%     | 39%     | 39%       | 32%      | 35%    | 38%    | 39%     | 39%             | 31%    |
| Oszczędność kosztów              | 35%     | 28%     | 30%       | 26%      | 33%    | 30%    | 32%     | 25%             | 26%    |
| Nowe produkty / modele biznesowe | 20%     | 18%     | 21%       | 10%      | 19%    | 21%    | 16%     | 13%             | 17%    |
| Kompensacja braku kadr           | 20%     | 20%     | 16%       | 12%      | 21%    | 19%    | 14%     | 9%              | 17%    |
| Przewaga konkurencyjna           | 24%     | 24%     | 23%       | 11%      | 19%    | 18%    | 16%     | 13%             | 17%    |
| Brak potencjału                  | 11%     | 13%     | 10%       | 24%      | 17%    | 8%     | 11%     | 21%             | 15%    |

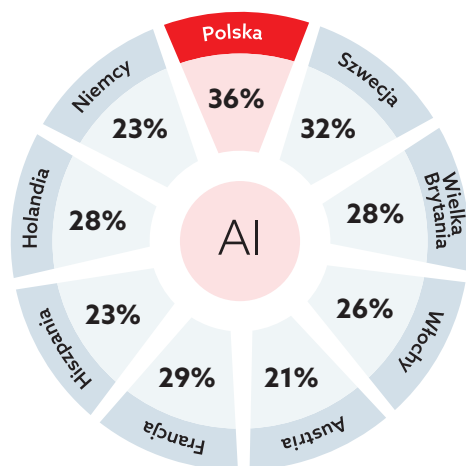
**Polska rejestruje najwyższy w Europie wskaźnik postrzegania AI jako stymulatora kreatywności (46%),** wyprzedzając Szwecję (36%) i znacząco dystansując zamykającą stawkę Wielką Brytanię (25%).

W segmencie podnoszenia ogólnej wydajności liderami zestawienia są Niemcy i Wielka Brytania (po 49%), najniższą wartość notuje Holandia (37%), a Polska osiąga poziom 46%. Odciążenie pracowników gromadzi najwięcej wskazań we Francji, Hiszpanii, Wielkiej Brytanii oraz Szwecji (po 39%), najmniej we Włoszech (31%), przy polskim odczycie rządu 38%. Redukcja kosztów jako główny atut dominuje w Austrii (35%), najsłabszą pozycję zajmuje w Wielkiej Brytanii (25%) oraz we Włoszech i Holandii (po 26%), a w Polsce wynosi 30%.

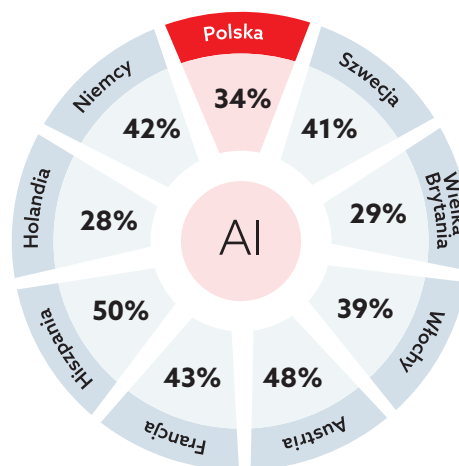
Sceptycyzm mierzony brakiem identyfikacji jakiegokolwiek potencjału technologii jest w Polsce najniższy w Europie (8%), podczas gdy najwyższe wskaźniki negatywne notuje Holandia (24%) oraz Wielka Brytania (21%). W obszarze projektowania nowych produktów i transformacji modelowej Polska współdzieli pozycję lidera z Hiszpanią (po 21%), wyprzedzając Holandię (10%) ponad dwukrotnie.

**Badanie postaw wewnątrzorganizacyjnych wobec dynamiki rozwoju technologicznego dzieli Europę na regiony zachowujące dystans strategiczny oraz gospodarki ukierunkowane na aktywne testowanie szans rynkowych. Dane prowadzą do wniosku, że polskie przedsiębiorstwa charakteryzują się najwyższą otwartością i gotowością do eksperymentowania na kontynencie, co stwarza optymalne środowisko dla konwersji wdrożeń pilotażowych w stałe rozwiązania komercyjne.**

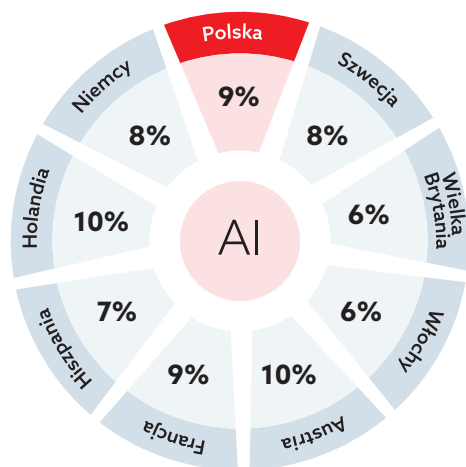
Tabela 6: Nastawienie i postawa firmy wobec AI



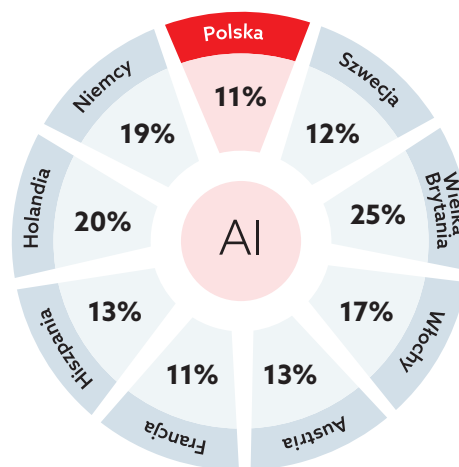
**Ciekawość**  
(aktywne eksperymentowanie)



**Optymizm**  
(wdrożenia w toku)



**Poczucie przytłoczenia zmianami**



**Sceptyczne podejście**

Widać wyraźnie, że w kategorii aktywnego eksperymentowania i ciekawości wobec AI Polska rejestruje najwyższy wynik w Europie na poziomie 36%. Druga w zestawieniu jest Szwecja (32%), natomiast najniższy poziom w tym obszarze notuje Austria z wynikiem zaledwie 21%. Wdrożenia systemowe w toku ( optymizm) są najpowszechniejsze w Hiszpanii (50%), najniższy wskaźnik wykazuje Holandia (28%) oraz Wielka Brytania (29%), natomiast Polska stabilizuje pozycję na poziomie 34%.

Poczucie przytłoczenia złożonością zmian technologicznych najwyższą wartość osiąga w Austrii i Holandii (po 10%), najniższą we Włoszech oraz Wielkiej Brytanii (po 6%), przy polskim odczycie rzędu 9%. Permanentny sceptycyzm i niechęć wewnątrz struktur operacyjnych najniższy poziom

w Europie notuje w Polsce i Francji (po 11%), z kolei bardziej powściągliwe podejście obserwuje się u przedsiębiorców z Wielkiej Brytanii (25%) oraz Holandii (20%).

**Skumulowany wskaźnik pozytywnego nastawienia polskich MŚP na poziomie 70%, przy jednoczesnym najniższym sceptycyzmie, sugeruje, że polski rynek znajduje się w punkcie, w którym masa krytyczna otwartości może przełożyć się na przyspieszenie konwersji z fazy eksperymentów do stałych wdrożeń komercyjnych.**



### 3. Bariery rozwoju i transformacji cyfrowej

Struktura trudności transformacyjnych w Europie Zachodniej zdominowana jest przez ograniczenia o charakterze administracyjnym oraz deficyty zasobów czasowych kadry zarządzającej. Analiza porównawcza sugeruje, że w Polsce przeszkody te mają charakter wtórny, a główny wektor oporu stanowią czynniki makroekonomiczne oraz bezpośrednie koszty utrzymania systemów.

Tabela 7: Bariery cyfryzacji MŚP (suma odpowiedzi „główna przeszkoda” i „bardzo duża przeszkoda”)

| Rodzaj bariery                             | Austria | Francja | Hiszpania | Holandia | Niemcy | Polska | Szwecja | Wielka Brytania | Włochy |
|--|---------|---------|-----------|----------|--------|--------|---------|-----------------|--------|
| Biurokracja i regulacje                    | 47%     | 36%     | 54%       | 28%      | 55%    | 32%    | 31%     | 31%             | 55%    |
| Koszty wdrożeń i utrzymania                | 49%     | 50%     | 59%       | 38%      | 52%    | 45%    | 31%     | 46%             | 57%    |
| Brak czasu na zajmowanie się cyfryzacją    | 48%     | 43%     | 48%       | 41%      | 47%    | 32%    | 42%     | 43%             | 45%    |
| Niepewność dotycząca bezpieczeństwa danych | 42%     | 48%     | 46%       | 38%      | 44%    | 33%    | 32%     | 35%             | 42%    |
| Inflacja                                   | 38%     | 44%     | 51%       | 27%      | 37%    | 39%    | 24%     | 34%             | 41%    |
| Brak specjalistycznej wiedzy o cyfryzacji  | 40%     | 46%     | 44%       | 30%      | 39%    | 31%    | 28%     | 32%             | 36%    |
| Koszty energii                             | 38%     | 38%     | 40%       | 21%      | 33%    | 34%    | 22%     | 24%             | 40%    |
| Brak zainteresowania wewnątrz firmy        | 31%     | 34%     | 34%       | 23%      | 28%    | 29%    | 22%     | 22%             | 33%    |

Brak czasu jako znaczna bariera notuje najniższą wartość w całej Europie na rynku polskim (32%), podczas gdy w Hiszpanii i Austrii blokuje on aż 48% podmiotów.

Obciążenia regulacyjne i biurokracja stanowią najniższą barierę w Holandii (28%), Szwecji oraz Wielkiej Brytanii (po 31%), a także w Polsce (32%), drastycznie kontrastując z sytuacją w Niemczech oraz we Włoszech, gdzie paraliżują 55% przedsiębiorstw. W kwestii nakładów finansowych najwyższą dotkliwość kosztów wdrożeń zgłasza Hiszpania (59%), najniższą Szwecja (31%), a Polska plasuje się w strefie umiarkowanej z wynikiem 45%. Presja inflacyjna najsilniej uderza w MŚP w Hiszpanii (51%), najsłabiej w Szwecji (24%), z kolei w Polsce stanowi obciążenie dla 39% badanych, co plasuje kraj powyżej średniej unijnej.

Brak specjalistycznej wiedzy najwyższy wymiar osiąga we Francji (46%), najniższy w Szwecji (28%), przy polskim odczycie na poziomie 31%. Koszty energii stanowią najpoważniejszą przeszkodę we Włoszech i Hiszpanii (po 40%), najniższą w Holandii (21%), a w Polsce dotyczą 34% firm.

Brak zainteresowania wewnątrz organizacji najsilniej akcentuje Francja i Hiszpania (po 34%), najsłabiej Wielka Brytania i Szwecja (po 22%), przy polskim wskaźniku wynoszącym 29%.

**Europejski sektor MŚP wykazuje głębokie obawy przed deficytem wiarygodności systemów algorytmicznych oraz ryzykiem dehumanizacji tradycyjnego środowiska pracy. Na tym tle polskie przedsiębiorstwa raportują systemowo najniższy poziom barier psychologicznych oraz technicznych, co stanowi bezpośrednią konsekwencję mniejszego obciążenia infrastrukturą dawnego typu (legacy system).**

Tabela 8: Obawy uznawane za znaczące przy wdrażaniu systemów AI

| Bariera wdrażania AI                               | Austria | Francja | Hiszpania | Holandia | Niemcy | Polska | Szwecja | Wielka Brytania | Włochy |
|--|---------|---------|-----------|----------|--------|--------|---------|-----------------|--------|
| Brak niezawodności wyników AI                      | 49%     | 52%     | 55%       | 48%      | 53%    | 41%    | 39%     | 49%             | 48%    |
| Brak zaufania do dostawców spoza UE                | 54%     | 48%     | 44%       | 46%      | 53%    | 38%    | 37%     | 46%             | 41%    |
| Obawa o bezpieczeństwo danych                      | 50%     | 52%     | 48%       | 45%      | 50%    | 42%    | 34%     | 51%             | 44%    |
| Brak transparentności (źródła, prawa aut.)         | 51%     | 51%     | 49%       | 45%      | 50%    | 41%    | 36%     | 47%             | 45%    |
| Obawa o utratę ludzkiego pierwiastka w pracy       | 57%     | 52%     | 50%       | 49%      | 52%    | 38%    | 46%     | 56%             | 50%    |
| Wysokie koszty / brak budżetu                      | 42%     | 49%     | 52%       | 31%      | 41%    | 39%    | 30%     | 41%             | 49%    |
| Brak kwalifikacji pracowników                      | 44%     | 47%     | 48%       | 44%      | 43%    | 42%    | 37%     | 46%             | 50%    |
| Trudności z integracją z istniejącą infrastrukturą | 38%     | 43%     | 44%       | 30%      | 39%    | 29%    | 31%     | 35%             | 40%    |
| Brak przyjazności użytkowania                      | 37%     | 42%     | 42%       | 36%      | 34%    | 35%    | 27%     | 27%             | 37%    |

W horyzoncie 2026 roku lęk przed utratą ludzkiego pierwiastka w procesach pracy najniższą wartość w Europie notuje w Polsce (38%), podczas gdy najwyższe obawy w tym zakresie deklaruje Austria (57%) i Wielka Brytania (56%), a średnia dla wszystkich dziewięciu badanych państw to 50%. **Trudności w integracji AI z istniejącą architekturą są najmniej odczuwalne w Polsce (29% - najniższy wynik w badaniu),** z kolei największy opór techniczny rejestruje się w Hiszpanii (44%) oraz we Francji (43%).

W kwestii braku niezawodności wyników algorytmów najbardziej restrykcyjna jest Hiszpania (55%), najniższy poziom obaw deklaruje Szwecja (39%), a Polska zgłasza umiarkowane 41%. Brak zaufania do dostawców spoza UE najwyższy wskaźnik osiąga w Austrii (54%), najniższy w Szwecji (37%), przy polskim wyniku na poziomie 38%.

Ryzyko naruszenia bezpieczeństwa danych najsilniejszą obawę generuje we Francji (52%) i Wielkiej Brytanii (51%), najsłabszą w Szwecji (34%), natomiast w Polsce dotyczy 42% badanych. Deficyt kwalifikacji pracowników za najważniejszą przeszkodę uznają Włochy (50%), najmniejszą wagę przypisuje mu Szwecja (37%), a w Polsce dotyka on 42% podmiotów. Koszty wdrożenia AI najwyższy stopień oporu generują w Hiszpanii (52%), najniższy w Szwecji (30%), plasując Polskę po środku z wynikiem 39%.

## 4. Oczekiwania MŚP wobec rozwiązań komercyjnych AI i deklarowane budżety

Nadrzędnym oczekiwaniem małych i średnich przedsiębiorstw w Europie wobec technologii sztucznej inteligencji pozostaje bezwzględna powtarzalność wyników oraz pełna zgodność z regulacjami prawnymi. Analiza porównawcza prowadzi do wniosku, że polskie firmy wykazują w tym obszarze wysoki pragmatyzm rynkowy, kładąc równoległy nacisk na stabilność legislacyjną oraz transparentność modeli cenowych dostawców.

Tabela 9: Kluczowe wymagania przy wyborze narzędzi AI

| Wymaganie                                 | Austria | Francja | Hiszpania | Holandia | Niemcy | Polska | Szwecja | Wielka Brytania | Włochy |
|---|---------|---------|-----------|----------|--------|--------|---------|-----------------|--------|
| Niezawodność wyników                      | 48%     | 48%     | 52%       | 53%      | 55%    | 49%    | 58%     | 56%             | 54%    |
| Zgodność z wymogami prawnymi              | 46%     | 43%     | 48%       | 38%      | 43%    | 42%    | 38%     | 52%             | 37%    |
| Transparentna cena (bez ukrytych kosztów) | 34%     | 30%     | 30%       | 19%      | 33%    | 33%    | 32%     | 26%             | 32%    |
| Godny zaufania dostawca z UE              | 30%     | 32%     | 27%       | 36%      | 36%    | 31%    | 29%     | 27%             | 19%    |
| Integracja z istniejącą infrastrukturą    | 29%     | 30%     | 33%       | 19%      | 26%    | 25%    | 28%     | 24%             | 26%    |
| Gotowość do użycia (Plug & Play)          | 26%     | 27%     | 26%       | 22%      | 29%    | 25%    | 31%     | 23%             | 33%    |

Dane potwierdzają, że niezawodność generowanych wyników stanowi kluczowe kryterium zakupowe na wszystkich badanych rynkach – najwyższe oczekiwania deklaruje Szwecja (58%) oraz Wielka Brytania (56%), najniższe Francja i Austria (po 48%), przy polskim wyniku wynoszącym 49%. Obszarowi zgodności prawnej (compliance) najwyższą wagę przypisuje Wielka Brytania (52%), najniższą Włochy (37%), natomiast na rynku polskim kryterium to wybiera 42% respondentów, co zbiega się z wynikiem Niemiec (43%). Transparentność cenowa i brak ukrytych kosztów najwyższą pozycję zajmuje w Austrii (34%), najmniej istotna okazuje się w Holandii (19%), przy polskim odczycie na poziomie 33%. **Wymóg pochodzenia dostawcy z terenu Unii Europejskiej najsilniej akcentują Niemcy i Holandia (po 36%), najslabiej Włochy (19%), z kolei w Polsce dba o to 31% kupujących.**

Wdrożenia w modelu natychmiastowej gotowości Plug & Play najwyższe zainteresowanie generują we Włoszech (33%), najniższe w Holandii (22%), a w Polsce stanowią priorytet dla 25% podmiotów. Kompatybilność z posiadanym zapleczem IT maksymalną wartość notuje w Hiszpanii (33%), minimalną w Holandii (19%), osiągając w Polsce poziom 25%.

Łączna analiza trzech najwyższej ocenionych kryteriów: niezawodność (49%), zgodność prawna (42%) i transparentna cena (33%) rysuje profil polskiego nabywcy rozwiązań AI, który oczekuje od dostawcy przewidywalności na trzech płaszczyznach jednocześnie: technicznej, regulacyjnej i finansowej.

**Europejski rynek MŚP charakteryzuje się zróżnicowanym podejściem do finansowania innowacji. Podczas gdy wybrane kraje zachodnie wciąż chętnie polegają na bezpłatnych wersjach próbnych, Polska wyraźnie odchodzi od modeli darmowych. Dane pokazują, że rodzimi przedsiębiorcy wolą stabilnie planować wydatki i wybierać płatne rozwiązania ze średniej półki cenowej, co dowodzi rosnącej dojrzałości rynkowej i komercyjnej całego sektora.**

Tabela 10: Deklarowana gotowość finansowa i alokacja budżetów na AI (wskaźniki dla rynku polskiego)

| Miesięczny budżet operacyjny na AI:                   | Procentowy rozkład odpowiedzi |
|---|-------------------------------|
| Chęć korzystania wyłącznie z narzędzi darmowych       | 13%                           |
| Przeznaczenie kwoty w przedziale 21 – 50 € / miesiąc  | 20%                           |
| Przeznaczenie kwoty w przedziale 51 – 100 € / miesiąc | 20%                           |
| Wyższe pakiety abonamentowe (powyżej 100 € / miesiąc) | 17%                           |
| Udział AI w ogólnym budżecie technologicznym:         |                               |
| Wydatki na poziomie 0% budżetu cyfryzacyjnego         | 16%                           |
| Alokacja środków w przedziale 1 – 10% budżetu         | 32%                           |
| Alokacja środków w przedziale 11 – 20% budżetu        | 22%                           |

Struktura deklaracji budżetowych polskich firm względem AI wskazuje na niski odsetek oczekiwania rozwiązań całkowicie darmowych – jedynie 13% firm ogranicza się do bezpłatnych wersji, podczas gdy skłonność ta drastycznie wzrasta w Wielkiej Brytanii (25%), Niemczech (20%) oraz Holandii (21%), ustępując pola wyłącznie Szwecji (11%).

Analiza porównawcza dowodzi, że polski biznes masowo zasila średnią półkę cenową: przedziały od 21 do 50 € oraz od 51 do 100 € gromadzą łącznie 40% rynku, przy czym wynik 20% dla pierwszej z tych grup stanowi najwyższe wskazanie w Europie. Równolegle, całkowite zamrożenie wydatków na AI w budżecie cyfryzacyjnym (poziom 0%) deklaruje w Polsce tylko 16% podmiotów.

**Wskaźnik ten jest znacznie wyższy w Wielkiej Brytanii (29%), Holandii (25%) oraz Niemczech (23%), co potwierdza wysoką dynamikę budżetową polskiego rynku. Najpopularniejszą strategią pozostaje bezpieczne lokowanie od 1 do 10% łącznych nakładów na IT, co deklaruje niemal co trzecia polska firma (32%), wyprzedzając m.in. Niemcy (27%) i Szwecję (29%).**

## 5. Podsumowanie wyników raportu

- ✓ **Trzy klastry cyfrowej Europy:** Analiza porównawcza dziewięciu rynków pozwala zidentyfikować trzy grupy krajów o zbieżnych profilach cyfryzacji.

Pierwszy klaster – kraje dynamiczne (Polska, Szwecja, Hiszpania) – łączy najwyższa adopcja AI, najniższy sceptycyzm i dominacja postaw eksperymentalnych, mimo fundamentalnych różnic w PKB per capita.

Drugi klaster – rynki ostrożne (Niemcy, Austria, Holandia) – cechuje zaawansowana infrastruktura, ale wyższe bariery regulacyjne i psychologiczne.

Trzeci przypadek stanowi Wielka Brytania: najwyższe nasycenie cyfrowe w Europie, lecz jednocześnie najwyższy sceptycyzm wobec AI (25%) i najniższa gotowość do płacenia za nowe narzędzia. Dane te prowadzą do wniosku, że gotowość do adopcji AI nie jest funkcją zamożności kraju, lecz postawy kulturowej i strategicznej kadry zarządzającej.

- ✓ **Niezawodność i compliance jako wspólny mianownik europejski:** Niezależnie od klastra i poziomu adopcji, na wszystkich dziewięciu rynkach dominują te same dwa kryteria wyboru rozwiązań AI: niezawodność wyników (średnia: 53%) oraz zgodność z wymogami prawnymi (średnia: 43%). Żaden kraj nie odbiega od tego wzorca. Dane sugerują, że warunkiem masowej komercjalizacji AI w europejskim sektorze MŚP będzie nie tyle innowacyjność funkcjonalna, ile zdolność dostawców do zagwarantowania stabilności wyników i pełnej zgodności regulacyjnej.

✓ **AI jako element standardu operacyjnego:** Sztuczna inteligencja w polskich MŚP przechodzi z fazy eksperymentu do integracji z codziennymi procesami biznesowymi. Świadczą o tym skumulowane dane – 70% rodzimych przedsiębiorstw korzysta z AI przynajmniej okazjonalnie, copywriting opiera na niej 39% firm, a operacje graficzne i wideo 33%. Wdrożenia te napędza fakt, że 42% podmiotów pozycjonuje AI jako kluczowy cel wydatków, wyprzedzając w tej deklaracji dojrzałe cyfrowo europejskie gospodarki jak Niemcy (35%) czy Wielka Brytania (31%).

✓ **Najwyższa deklarowana gotowość inwestycyjna przy najniższym PKB per capita:** Aż 88% polskich firm zapowiada wydatki na narzędzia cyfrowe w 2026 roku – to absolutnie najwyższy wynik w badaniu międzynarodowym. Dane te pokazują, że gotowość ta nie wynika z zamożności kraju, lecz stanowi świadomą odpowiedź na trudne warunki rynkowe. Podczas gdy w Polsce tylko 12% firm zamraża budżety, wskaźnik pasywności w zamożnych gospodarkach Niemiec i Wielkiej Brytanii wzrasta niemal dwukrotnie, osiągając 23%.

✓ **Niskie bariery psychologiczne, wyższe bariery ekonomiczne:** Polskie MŚP wykazują unikalny w skali kontynentu optymizm i brak lęków przed technologią. Obawę przed utratą ludzkiego pierwiastka deklaruje tylko 38% podmiotów, co drastycznie kontrastuje z wynikami w Austrii (57%) czy Wielkiej Brytanii (56%). Stały sceptycyzm blokuje zaledwie 11% krajowego biznesu. Prawdziwą barierą są finanse: ogólne koszty systemów hamują 45% firm (wobec 31% w Szwecji), a inflacja obciąża 39% z nich, plasując Polskę powyżej Holandii (27%).

✓ **Zjawisko tzw. leapfroggingu:** Polskie małe i średnie firmy rozwijają się w sposób skokowy, poprzez pomijanie ewolucyjnych etapów budowy tradycyjnej bazy sieciowej na rzecz systemów najnowszej generacji. Chociaż w posiadaniu tradycyjnych stron WWW (65%) rynek krajowy notuje niższy poziom niż Wielka Brytania (81%), to w inwestycjach w cyfrowe biuro (38%) Polska ponad dwukrotnie przewyższa Holandię zamykającą stawkę (14%). Ponieważ polskie MŚP budują systemy od zera, odnotowują najniższy w Europie lęk przed trudnościami z integracją ze starą infrastrukturą IT – problem ten zgłasza zaledwie 29% badanych, podczas gdy w Hiszpanii ogranicza on aż 44% przedsiębiorstw