

ANALIZA PERCEPCIJE I UPOTREBE UMJETNE INTELIGENCIJE U HRVATSKOM GOSPODARSTVU



Prosinac, 2024.

SADRŽAJ

UMJETNA INTELIGENCIJA: OD TEHNOLOŠKE INOVACIJE DO STRATEŠKE NUŽNOSTI	2
KLJUČNI TRENDOVI U 2024.	3
BUDUĆNOST POSLOVANJA S AI-em: PREPORUKE	7
AI U HRVATSKOM GOSPODARSTVU: 12 MJESECI POSLIJE	11
ZAKLJUČAK	28
DETALJI O ISTRAŽIVANJU	30

UMJETNA INTELIGENCIJA: OD TEHNOLOŠKE INOVACIJE DO STRATEŠKE NUŽNOSTI

U svijetu globaliziranog tržišta i ubrzanih tehnoloških promjena umjetna inteligencija (engl. artificial intelligence — AI) sve više postaje okosnica inovacija i konkurentnosti. Prema procjenama McKinsey Global Instituta, do 2030. godine AI bi mogao generirati globalnu ekonomsku vrijednost od 13 bilijuna dolara, dok bi zemlje koje prednjače u primjeni ovih tehnologija ostvarile znatne ekonomske prednosti. Hrvatska, iako na početku ovog puta, bilježi prve korake u primjeni AI-a, a različiti sektori prepoznaju potencijal umjetne inteligencije u optimizaciji poslovanja i stvaranju dodatne vrijednosti.



Prošlogodišnje istraživanje, koje su proveli stručnjaci Best Advisoryja u suradnji s Hrvatskom gospodarskom komorom, donijelo je prvi cjeloviti uvid u stanje, percepciju i mogućnosti AI-a u hrvatskom gospodarstvu. Analiza je pokazala visoku razinu interesa poduzeća za umjetnu inteligenciju, ali i ključne prepreke koje otežavaju integraciju ove tehnologije – ponajprije nedostatak znanja, specifičnih vještina i jasnih strateških smjernica.

Cilj ovog istraživanja, koje se sada u Hrvatskoj provodi drugi put, nije samo kvantificirati razinu upotrebe AI tehnologija već i razumjeti promjene u percepciji, očekivanjima i planovima hrvatskih poduzeća za integraciju umjetne inteligencije. Ove godine konzultantska kuća Best Advisory i Hrvatska gospodarska komora donose usporedni pregled koji pokazuje kako se percepcija o AI-u razvija, ali i koji izazovi ostaju nepromijenjeni. Na temelju prikupljenih podataka ovo izvješće pruža uvide u konkretne prednosti, ali i preporuke koje

poduzeća mogu primijeniti kako bi se uspješno pozicionirala na tržištu budućnosti. Umjetna inteligencija nudi širok spektar mogućnosti – od optimizacije operativnih procesa do personalizacije korisničkog iskustva i unaprjeđenja u donošenju odluka temeljenih na podacima. Međutim, uspjeh njezine integracije ovisi o spremnosti organizacija da ulože u razvoj vještina, strateško planiranje i izgradnju kulture koja potiče inovativnost. Uz to, etičke i društveno-ekonomske implikacije koje AI donosi zahtijevaju pažljivo usklađivanje tehnologije s poslovnim ciljevima i potrebama korisnika.

Naša analiza, osnažena usporedbom s međunarodnim praksama i trendovima, detaljno istražuje ove aspekte te pruža jasne smjernice za poduzeća u Hrvatskoj koja žele (p)ostati lideri u AI transformaciji na etičan i održiv način.



KLJUČNI TRENDVI U 2024.

RASTUĆI INTERES I IZAZOVI PRIMJENE AI-a



Rast prisutnosti AI-a u svakodnevним poslovnim procesima

Hrvatska poduzeća sve više uključuju AI u svoje poslovanje – ove se godine 42 posto njih koristi AI-em u svakodnevnom radu, dok dodatnih 46 posto aktivno planira ili razmatra njegovo uvođenje. To je značajan pomak u odnosu na 2023. kada je 50 posto poduzeća izjavilo da se uopće ne koristi AI-em. Povećana učestalost primjene AI alata u svakodnevним zadacima pokazuje da umjetna inteligencija postaje temelj za optimizaciju poslovne učinkovitosti.

Nedostatak znanja ostaje glavna prepreka širenju AI-a

Iako interes za AI kontinuirano raste, razina stručnosti zaposlenika stagnira, s prosječnom ocjenom od 2,4, identičnom prošlogodišnjoj. Nedostatak znanja i vještina, koji je i dalje glavna prepreka (71 posto ispitanika ove godine, 75 posto prošle), upućuje na nužnost sustavne edukacije kako bi se kompetencije zaposlenika prilagodile sve većim zahtjevima tržišta.

Spori razvoj internih edukacijskih programa

Više od polovice poduzeća (56 posto) nema uspostavljen sustav treninga za AI, dok tek 10 posto provodi redovne edukacije, što je blagi pomak u odnosu na pet posto prošle godine. Iako svijest o važnosti edukacije raste, spori napredak u razvoju takvih programa i dalje ograničava sposobnost poduzeća da učinkovito implementiraju AI tehnologije.

FOKUS NA OPERATIVNU UČINKOVITOST I PRODUKTIVNOST

Povećanje produktivnosti kao glavni motiv za primjenu AI-a

Čak 81 posto ispitanika već drugu godinu zaredom navodi povećanje produktivnosti i optimizaciju poslovnih procesa kao ključnu prednost upotrebe AI-a. Umjetna inteligencija u Hrvatskoj ponajprije se upotrebljava za operativna poboljšanja i smanjenje troškova, dok je primjena u strateškim inicijativama još uvijek ograničena, što otvara prostor za inovacije i širenje upotrebe.

Uštedeno vrijeme usmjereno na operativni rast

Hrvatska poduzeća uštedeno vrijeme dobiveno primjenom AI-a najviše koriste za povećanje produktivnosti (71 posto) i nove zadatke (61 posto) naglašavajući fokus na operativne koristi. U usporedbi s globalnim trendovima koji sve više naglašavaju ravnotežu privatnog i poslovnog života, hrvatski fokus ostaje na operativnim poboljšanjima, što naglašava intenzivan, ali učinkovit radni tempo u kontekstu primjene AI-a.

Dominacija ChatGPT-ja među AI alatima

ChatGPT ostaje uvjerljivo najpopularniji AI alat, s rastom korisnika na 93 posto u 2024. godini u odnosu na 89 posto prošle godine. Ostali alati, poput DALLE-2 i Midjourneyja, bilježe blagi porast, dok za Google Bard interes pada. ChatGPT-jeva svestranost i prilagodljivost ostaju ključni faktori njegove dominacije.



POTREBA ZA ODGOVORNOŠĆU I STRATEŠKIM PLANIRANJEM AI-a



Povećana svijest o etičkim izazovima u primjeni AI-a

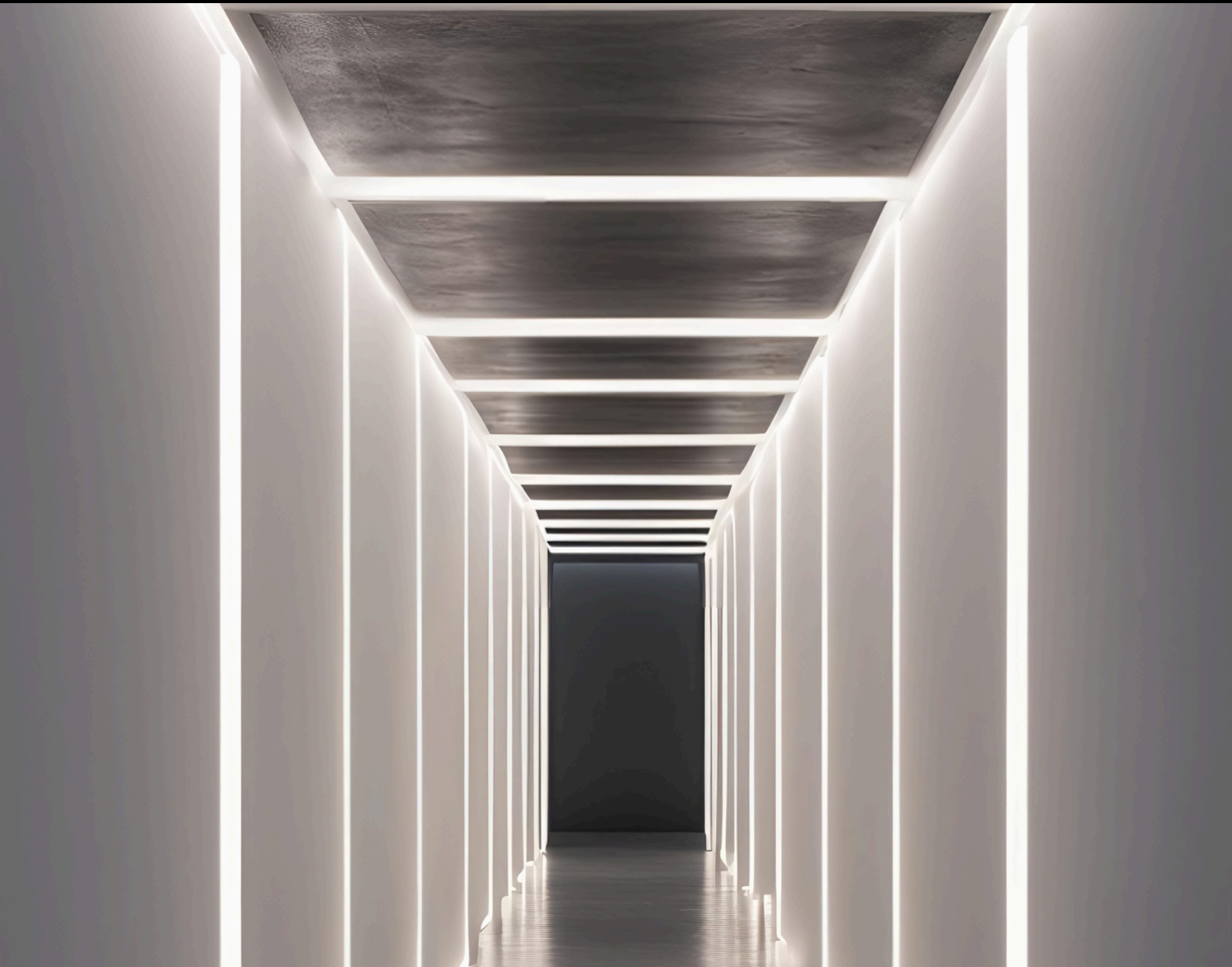
Nedostatak povjerenja u AI kao otežavajuća okolnost pri njegovu uvođenju porastao je s 30 na 34,3 posto, dok je zabrinutost zbog potencijalne zlouporabe tehnologije skočila s 39 na 47 posto. Ti podaci naglašavaju potrebu za odgovornim i transparentnim razvojem AI-a, s posebnim fokusom na etičke okvire i zaštitu privatnosti.

Rast formalnog pristupa primjene AI-a

Udio poduzeća s razvijenom AI strategijom porastao je s 37 na 44 posto, što potvrđuje sve bolje razumijevanje važnosti planiranog pristupa kako bi se ostvarile dugoročne koristi. Unatoč tom rastu, više od polovice poduzeća i dalje nema strategiju, što upućuje na potrebu za daljnjom podrškom i stručnošću u integraciji AI-a u poslovne planove.

AI u kibernetičkoj sigurnosti tek na početku primjene

Samo se 15 posto poduzeća koristi AI-em za potrebe kibernetičke sigurnosti, dok se dodatnih 26 posto koristi sigurnosnim alatima bez jasne informacije o njihovoj AI komponenti. Ti rezultati otkrivaju značajan potencijal za rast u ovome ključnom segmentu, uz potrebu za boljim razumijevanjem i edukacijom o ulozi AI tehnologija u zaštiti podataka.



BUDUĆNOST POSLOVANJA S AI-em: PREPORUKE

PUTOKAZ ZA AI TRANSFORMACIJU

Generativna umjetna inteligencija donosi revoluciju u poslovanje, no izazov je iskoristiti je na način koji donosi maksimalnu vrijednost, uz uravnoteženje rizika. Danas je primjena AI-a ključna za konkurentnost na tržištu, a uspjeh ovisi o pravilnim strategijama, strukturiranoj implementaciji i kontinuiranom učenju. AI više nije tehnologija budućnosti – već današnji imperativ. Za hrvatska poduzeća to znači potrebu za brzim djelovanjem i promišljenom implementacijom kako bi ostvarila konkurentsku prednost na globalnom tržištu.

Te se preporuke temelje na spoznajama iz drugog istraživanja o percepciji i upotrebi AI-a u hrvatskom gospodarstvu, koje nam daje jasniji uvid u kontinuirane izazove i prilike koje AI donosi hrvatskim poduzećima. Iako je interes za AI znatno porastao, istraživanje pokazuje da ključne prepreke ostaju – od manjka stručnosti i tehničkih poteškoća do sve češće prepoznatih etičkih i sigurnosnih izazova. Te naučene lekcije potvrđuju važnost promišljenih, dugoročnih strategija i ulaganja u znanje kako bi se barijere uspješno prevladale.

Za uspješnu implementaciju AI-a potrebno je jasno definirati smjerove i prioritete. Poduzetnici si trebaju postaviti ovih 5 ključnih pitanja:

1. Kako AI može transformirati naše poslovanje?
2. Jesmo li spremni za brzi rast AI-a?
3. Koje rizike trebamo prepoznati i uravnotežiti?
4. Jesmo li spremni za tehnološku transformaciju?
5. Kako započeti i učiti brzo?

Na svako od tih pitanja dajemo konkretne preporuke i praktične prijedloge koji vode do uspješne primjene, uz naglasak na izradu održive AI strategije koja postavlja temelje za dugoročnu vrijednost i inovaciju.

PREPORUKE ZA PODUZETNIKE

Kako AI može transformirati naše poslovanje?

1

Umjesto da se AI-em koristite za poboljšanje postojećih procesa, upotrebljavajte ga za preoblikovanje poslovanja. Omogućite mu preuzimanje rutinskih zadataka, dok zaposlenici ulažu svoje vrijeme u strategiju, kreativnost i inovacije. Cilj je transformirati poslovni model, a ne samo automatizirati procese.

Uspješna primjena umjetne inteligencije uključuje alate poput generativnog AI-a za razvoj novih proizvoda, personalizaciju korisničkog iskustva i podršku inovacijama. Izradite sveobuhvatnu AI strategiju koja jasno definira prioritete i ciljeve u transformaciji poslovanja.

Jesmo li spremni za brzi rast AI-a?

2

AI mora biti implementiran modularno i agilno. S obzirom na brzinu njegova razvoja, poduzeća trebaju investirati u sustave koji omogućuju brzu prilagodbu – poput fleksibilne IT arhitekture i *cloud*-infrastrukture. Pilot-projekti i eksperimentiranje s generativnim alatima omogućuju učenje i prilagodbu bez visokih početnih ulaganja. Postavljanjem modularne arhitekture poduzeća mogu skalirati rješenja brže i fleksibilnije omogućujući veću konkurentnost i reagiranje na promjene na tržištu. Započnite s područjima koja imaju najveći povrat na investicije, a zatim proširite primjenu na druge domene imajući na umu potrebu za prilagodljivom strategijom AI-a.

Kako uravnotežiti rizike i stvaranje vrijednosti?

3

Rizici kao što su sigurnosne prijetnje, netransparentnost algoritama ili etičke dileme mogu se ublažiti postavljanjem jasnih smjernica i uspostavom tima za etički nadzor AI-a. Počnite s manjim, niskorizičnim projektima kako biste izgradili povjerenje u AI i postupno proširili njegovu primjenu.

Definirajte etičke smjernice i transparentno komunicirajte o primjeni AI-a kako biste smanjili reputacijske rizike i ojačali povjerenje korisnika. Ključ je suradnja između poslovnih i tehničkih timova u identifikaciji područja najvećeg rizika.

PREPORUKE ZA PODUZETNIKE

4

Imamo li kapacitete za AI transformaciju?

AI transformacija nije samo tehnološki izazov, već i organizacijski. Ključ uspjeha leži u ulaganju u prave ljude koji mogu povezati poslovne potrebe s AI rješenjima. Stručnjaci koji razumiju i poslovni kontekst i mogućnosti umjetne inteligencije mogu premostiti jaz između tehnologije i strateških ciljeva poduzeća.

Organizacije bi trebale osigurati multidisciplinarnе timove koji mogu identificirati prilike za primjenu AI-a i implementirati odgovarajuća rješenja. Ulaganjem u takve stručnjake te poticanjem suradnje s različitim partnerima i savjetnicima, poduzeća mogu ubrzati provedbu AI projekata i osigurati usklađenost rješenja s poslovnim ciljevima. Time se smanjuju troškovi i povećava učinkovitost, što pridonosi dugoročnom uspjehu AI inicijativa.

5

Kako započeti i učiti brzo?

Umjesto čekanja na savršene uvjete, započnite s manjim AI projektima kako biste brže stekli iskustvo. Uspjeh ovisi o brzini učenja. Postavljanje procesa za eksperimentiranje, dokumentiranje rezultata i prilagodbu omogućit će vam brže usvajanje novih spoznaja.

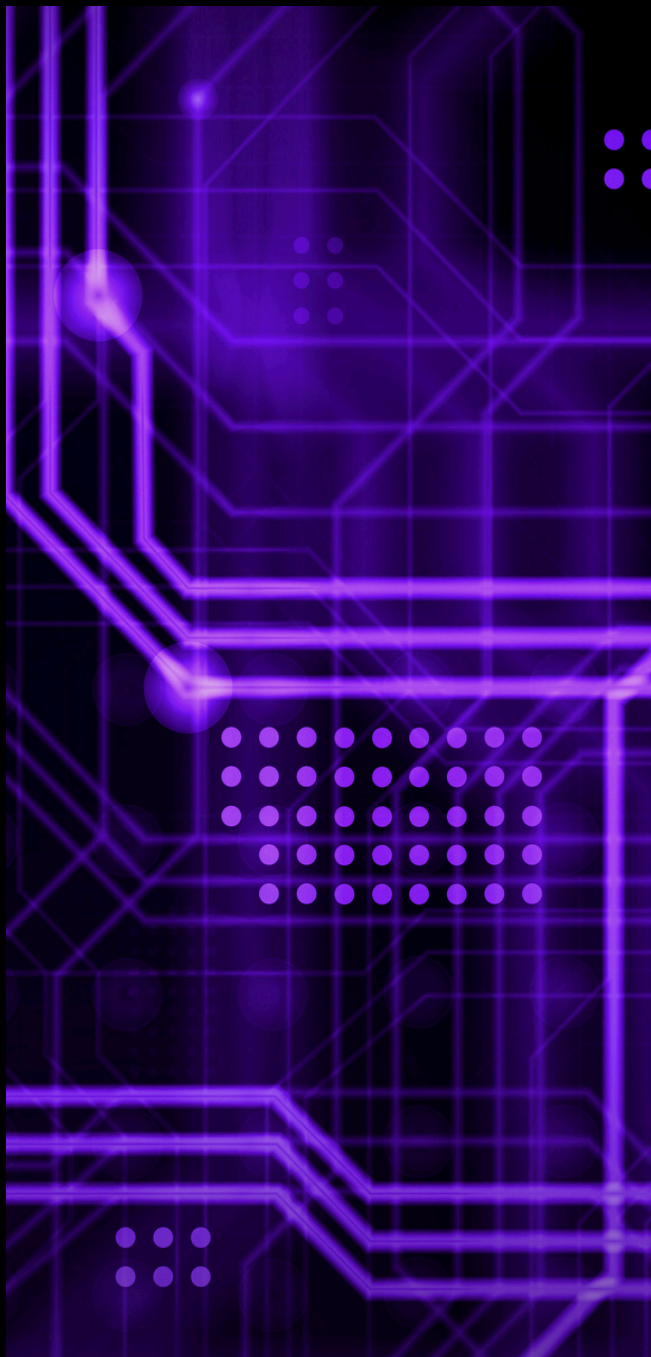
Učinkovit program AI transformacije zahtijeva testiranje u pilot-projektima te jasne ciljeve za učenje iz njih. Fokusirajte se na učenje ne samo iz tehničkih uspjeha već i iz ponašanja zaposlenika i povratnih informacija korisnika kako biste brže skalirali uspješna rješenja. Strategija AI-a, koja je prvi korak u toj transformaciji, treba predvidjeti i obuhvatiti procese za kontinuirano učenje i prilagodbu.



AI U HRVATSKOM GOSPODARSTVU: 12 MJESECI POSLIJE

DETALJNA USPOREDBA

GODINA 2024. U ODNOSU NA 2023.



Umjetna inteligencija nastavlja oblikovati poslovne procese diljem svijeta, a Hrvatska nije iznimka. Druga godina našeg istraživanja pruža uvid u promjene koje su hrvatska poduzeća dosegla u prihvaćanju i implementaciji AI tehnologija. Ove je godine istraživanje obuhvatilo 353 ispitanika iz različitih sektora te omogućuje detaljnu usporedbu rezultata s prethodnom godinom.

S obzirom na ubrzani razvoj AI tehnologija na globalnom tržištu, naš je cilj bio zabilježiti novosti u razini znanja i upotrebe AI-a u hrvatskim poduzećima, ali i identificirati ključne čimbenike koji utječu na brzinu prihvaćanja ove tehnologije u domaćem poslovnom okružju. Rezultati iz 2024. godine stoga pružaju jedinstvenu priliku za usporedbu s 2023. te za razumijevanje dugoročnih trendova u primjeni i percepciji AI-a u hrvatskom gospodarstvu.

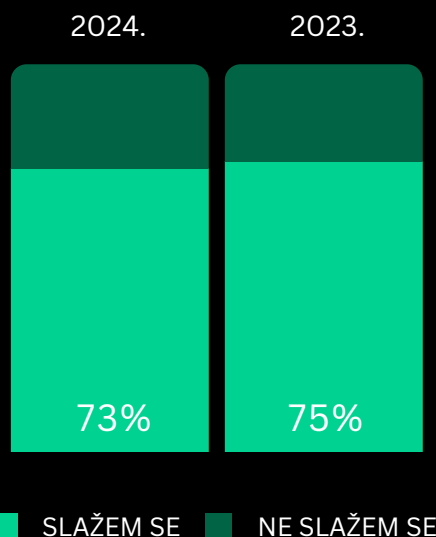
U usporedbi s prošlom godinom ovogodišnji podaci pokazuju pozitivan pomak u percepciji koristi od AI-a, posebno u području automatizacije i poboljšanja poslovnih procesa, što potvrđuje rastuće povjerenje u dugoročne prednosti koje AI može donijeti. Ipak, izazovi poput stručnosti zaposlenika i dalje predstavljaju prepreku širem usvajanju AI-a, što je posebno istaknuto u ovogodišnjem istraživanju.

U nastavku ovog dijela izvješća detaljno ćemo analizirati pomake u stavovima, razini znanja i iskustvima hrvatskih poduzeća u vezi s AI-em, s naglaskom na ključne usporedbe u odnosu na rezultate iz 2023. godine.

RAZINA RAZUMIJEVANJA UMJETNE INTELIGENCIJE

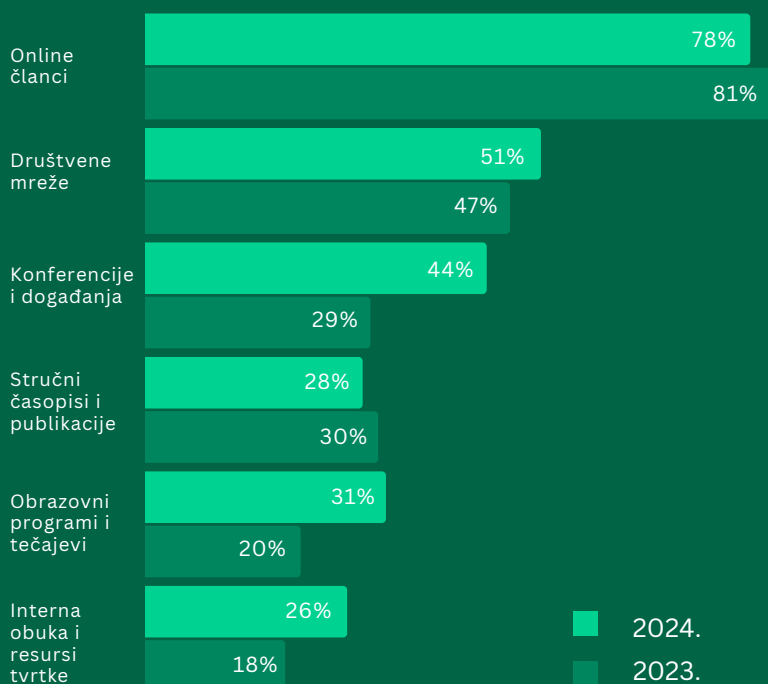
Graf 1. “Razumijem koncepte o AI-u.”

Razina razumijevanja osnovnih koncepata umjetne inteligencije među ispitanicima ostala je visoka, iako s blagim padom — sa 75 posto u 2023. na 73 posto u 2024. godini. Taj gotovo nepromijenjeni rezultat pokazuje da svijest o osnovnim pojmovima i potencijalima AI-a među hrvatskim poduzećima ostaje stabilna. Blagi pad u postotku može upućivati na to da poduzeća s novim izazovima i brzim razvojem AI tehnologija možda osjećaju potrebu za dubljim znanjem, što osnovno razumijevanje koncepata više ne pokriva u cijelosti.



KLJUČNI IZVORI INFORMACIJA O AI-U

Graf 2. Gdje se najviše informirate o AI-u?

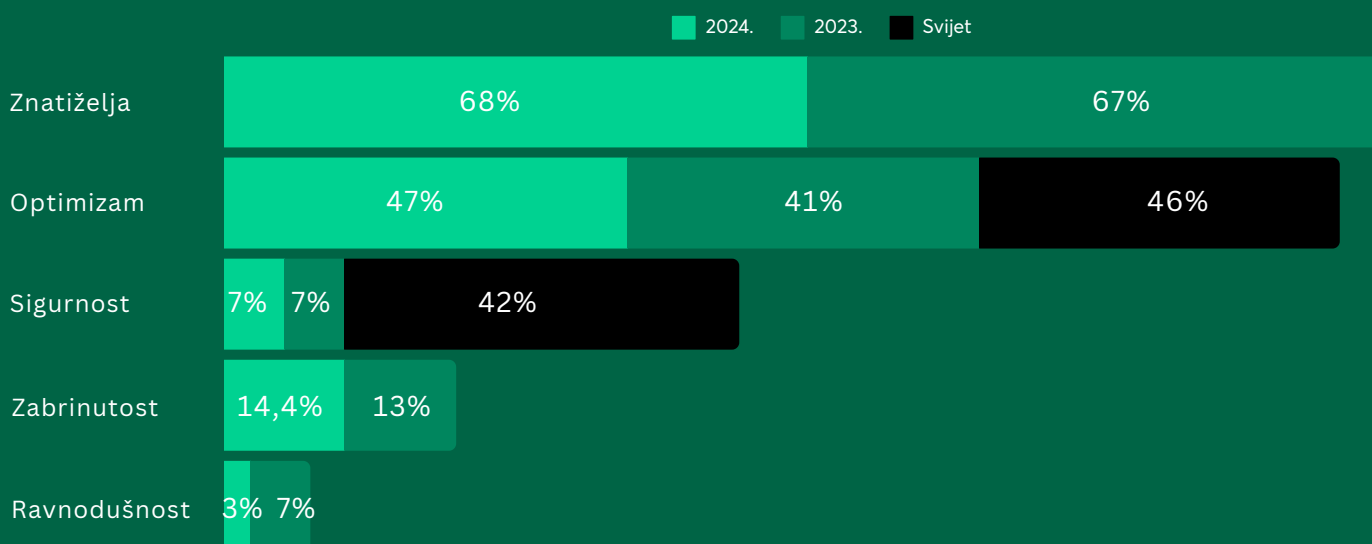


Rezultati iz 2024. godine upućuju na to da su među hrvatskim poduzećima dominantni izvori informiranja stabilni, s blagim promjenama u naglascima. I dalje su *online* članci i društvene mreže vodeći izvori, premda je zabilježen lagani pad udjela onih koji preferiraju *online* članke (s 81 posto u 2023. na 78 posto u 2024.), dok su društvene mreže zabilježile manji porast (s 47 na 51 posto). Taj kontinuirani interes za digitalne kanale može se tumačiti kao odraz praktičnosti i pristupačnosti *online* sadržaja. Značajan skok bilježe konferencije i događanja, koji su porasli s 29 na 44 posto te u 2024. postaju sve relevantniji izvor informacija. Taj porast sugerira rastuću važnost mrežnog povezivanja i profesionalnih okupljanja u oblikovanju razumijevanja o AI-u, što može upućivati na veću spremnost poduzeća na formalniji pristup učenju i usavršavanju u području umjetne inteligencije.

STAVOVI O UMJETNOJ INTELIGENCIJI

Rezultati iz 2024. godine potvrđuju snažnu znatiželju i rastući optimizam među hrvatskim poduzetnicima kada je riječ o umjetnoj inteligenciji. S udjelom od 68 posto onih koji osjećaju znatiželju i 47 posto optimističnih ispitanika vidljiv je blagi porast pozitivnih stavova prema AI-u u odnosu na prošlu godinu. Taj trend sugerira da sve više poduzeća prepoznaje potencijal AI-a za unaprjeđenje poslovanja i inovacije, no istodobno zadržava dozu opreza. Naime, udio ispitanika koji se osjećaju sigurnima pri upotrebi AI-a ostaje na skromnih sedam posto, bez promjena u odnosu na 2023., što je veliki kontrast u odnosu na rezultate istraživanja konzultantske kuće BCG (*AI at Work in 2024: Friend and Foe*) koje je provedeno u 15 zemalja svijeta, a prema kojima je osjećaj sigurnosti u AI značajno porastao (s 26 na 42 posto). Ta razlika može upućivati na nedostatak sustavnih pristupa ili iskustava na domaćem tržištu, dok je moguće da poduzeća na globalnoj razini imaju veću izloženost i podršku u primjeni AI rješenja.

Graf 3. Najzastupljeniji stavovi prema utjecaju AI-a na posao



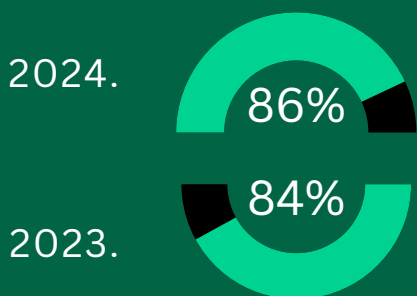
Usporedba sa širim istraživanjem stavova hrvatskog društva o AI-u, koje su proveli Effectus veleučilište, Hrvatska pošta, FINA i Kufner Grupa, otkriva dodatnu zanimljivost. Dok su poduzetnici generalno skloni pozitivnijem stavu o AI-u kroz prizmu prilika za poslovni razvoj, šira javnost pokazuje znatno višu razinu opreza i negativnih asocijacija – 59 posto ispitanika izražava nepovjerenje i zabrinutost.

Ta razlika između poslovnog sektora i šire javnosti može biti rezultat izravnijeg kontakta poduzetnika s mogućnostima koje AI nudi, kao i razumijevanja njegovih konkretnih prednosti u operativnim procesima, dok je moguće da šira javnost, koja nema takva izravna iskustva, vidi AI kroz prizmu straha od promjena, nesigurnosti ili gubitka radnih mjesta.

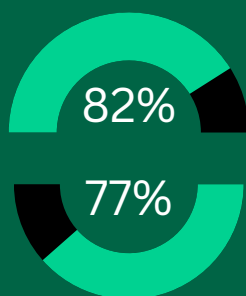
OČEKIVANI POTENCIJALI AI-a

Ispitanici i u 2024. godini u najvećoj mjeri prepoznaju potencijal AI-a u automatizaciji ponavljajućih zadataka, uz blagi porast s 84 posto u 2023. na 86 posto 2024. godine, čime AI nastavlja jačati svoju ulogu u povećanju operativne učinkovitosti. Povjerenje u AI za poboljšanje poslovnih procesa također raste – 82 posto ispitanika vidi taj potencijal u usporedbi sa 77 posto prošle godine. Nasuprot tome, percepcija utjecaja AI-a na učinkovitije donošenje odluka ostaje stabilna, s minimalnim promjenama (54 posto u 2024. naspram 55 posto u 2023.), što može upućivati na potrebu za dodatnim razvojem i primjenom AI-a kao podrške u odlučivanju te u analitici.

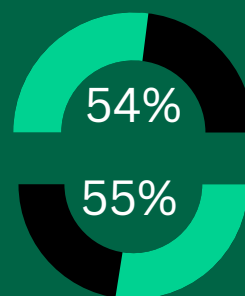
Graf 4. Smatrate li da će AI imati utjecaj na automatizaciju ponavljajućih zadataka?



Graf 5. Smatrate li da će AI imati utjecaj na poboljšanje učinkovitosti poslovnih procesa?



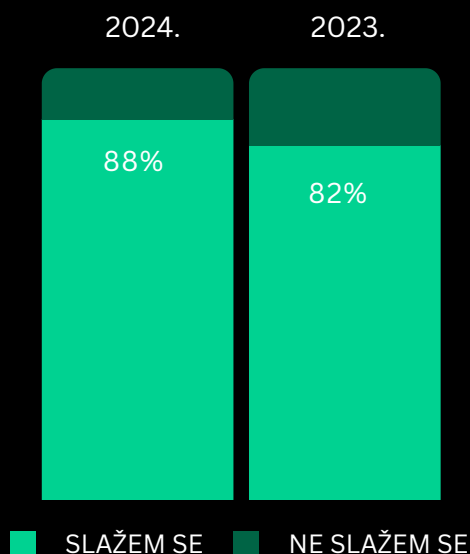
Graf 6. Smatrate li da će AI imati utjecaj na učinkovitije donošenje odluka na temelju podataka?



■ DA ■ NE

Graf 7. “Smatram da će ulaganja u AI donijeti financijsku korist.”

Povjerenje u financijske koristi od ulaganja u AI među hrvatskim poduzetnicima nastavilo je rasti, s 82 posto u 2023. na 88 posto u 2024. Taj porast pokazuje da sve više poduzeća prepoznaje AI kao izvor stvarne vrijednosti i dugoročne financijske koristi, što može biti rezultat pozitivnih iskustava s tehnologijom u prethodnim projektima ili veće osviještenosti o konkurentskim prednostima koje AI donosi. Takav trend sugerira da se ulaganja u AI sve više doživljavaju kao strateška i nužna za ostvarivanje održivog rasta i povećanje učinkovitosti

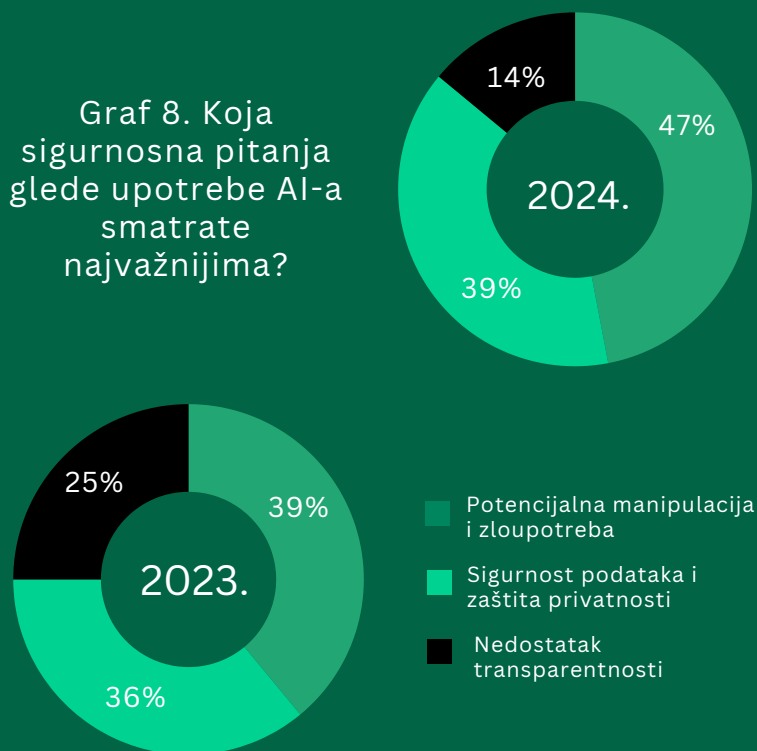


■ SLAŽEM SE ■ NE SLAŽEM SE

SIGURNA UPOTREBA UMJETNE INTELIGENCIJE

Rezultati iz 2024. godine pokazuju sve veću zabrinutost poduzetnika zbog mogućnosti manipulacije i zloupotrebe AI-a, pri čemu je udio onih koji to smatraju važnim sigurnosnim pitanjem porastao na 47 posto (u odnosu na 39 posto u 2023.). Sigurnost podataka i zaštita privatnosti također su među prioritetima, s blagim porastom na 39 posto u odnosu na 36 posto 2023. godine. S druge strane, nedostatak transparentnosti u AI algoritmima i odlukama sve manje se percipira kao zabrinutost (pad s 25 na 14 posto), što može upućivati na poboljšanje povjerenja u razvoj AI-a i potencijalni napredak u transparentnosti u industriji.

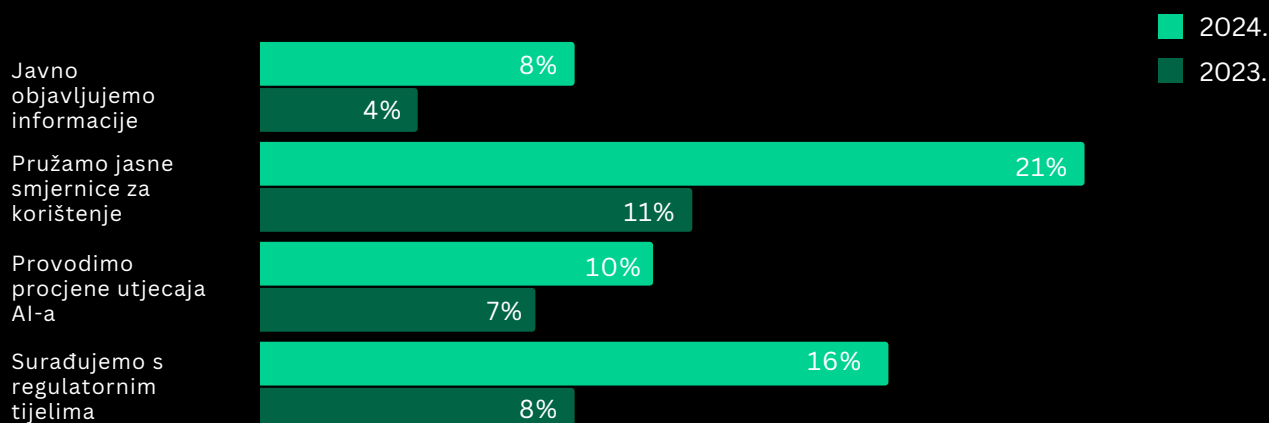
Graf 8. Koja sigurnosna pitanja glede upotrebe AI-a smatrate najvažnijima?



ETIČKA PITANJA

Pri usporedbi rezultata iz 2023. i 2024. godine o etičkom pristupu i transparentnosti u upotrebi AI-a vidi se pomak u angažmanu poduzeća na etičkim pitanjima, ali s još uvijek niskim postocima implementacije. U 2024. godini osam posto poduzeća izjavljuje da javno objavljuju informacije o AI algoritmima i njihovoj primjeni, što je dvostruko povećanje u odnosu na četiri posto koliko je zabilježeno u 2023. godini. Sličan trend rasta zabilježen je i u vezi s pružanjem jasnih smjernica za etičnu upotrebu AI-a, gdje je postotak porastao s 11 posto u 2023. na 21 posto u 2024. godini. Iako su ti pomaci pozitivni, i dalje je riječ o relativno malim postocima. Ti podaci upućuju na to da se etički pristup u AI-u u hrvatskim poduzećima polako razvija, ali još uvijek postoje značajni izazovi u implementaciji i ozbiljnoj integraciji etičkih smjernica u poslovne procese.

Graf 9. Kako vaše poduzeće pristupa transparentnosti i odgovornosti u vezi s korištenjem AI tehnologijama?

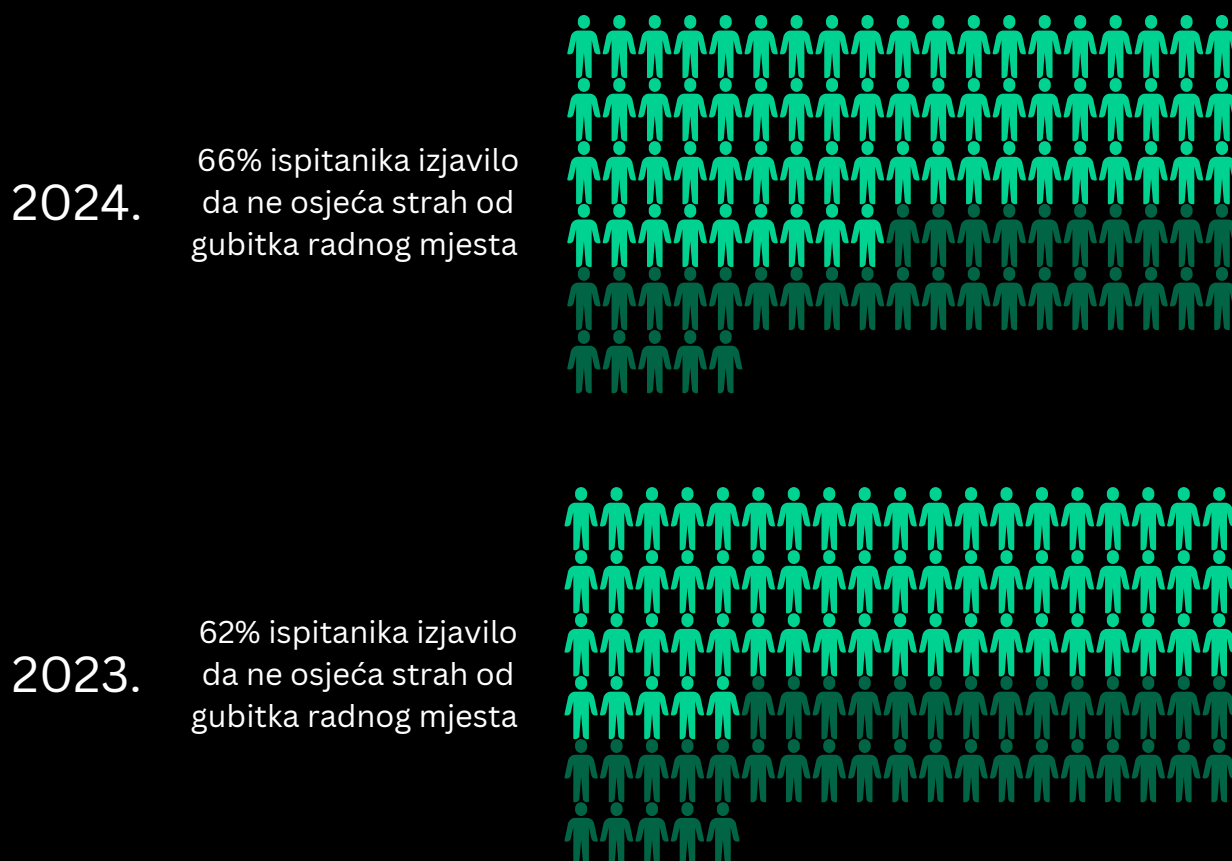


STRAH OD PROMJENA KOJE DONOSI UMJETNA INTELIGENCIJA?

Kada se usporede rezultati iz 2023. i 2024. godine koji se odnose na strah od gubitka radnog mjesta zbog upotrebe AI-a, primjećuje se blagi, ali pozitivan trend smanjenja zabrinutosti među ispitanicima. U 2024. godini 66 posto ispitanika izjavilo je da ne osjeća strah od gubitka radnog mjesta, što je porast u odnosu na 62 posto ispitanika koji su to odgovorili u 2023. godini. Taj porast može upućivati na povećanje povjerenja u AI kao alat koji nadopunjuje, a ne zamjenjuje ljudsku radnu snagu.

Taj pomak u rezultatima može biti rezultat boljeg razumijevanja potencijala AI-a za stvaranje novih radnih mjesta i povećanje produktivnosti, što potencijalno može ublažiti strahove. Ipak, i dalje postoji značajan postotak onih koji su zabrinuti, što sugerira da postoji prostor za dodatnu edukaciju i transparentnost u vezi s utjecajem AI-a na tržište rada.

Graf 10. Postoji li strah među zaposlenicima od gubitka radnog mjesta zbog sve veće upotrebe umjetne inteligencije?



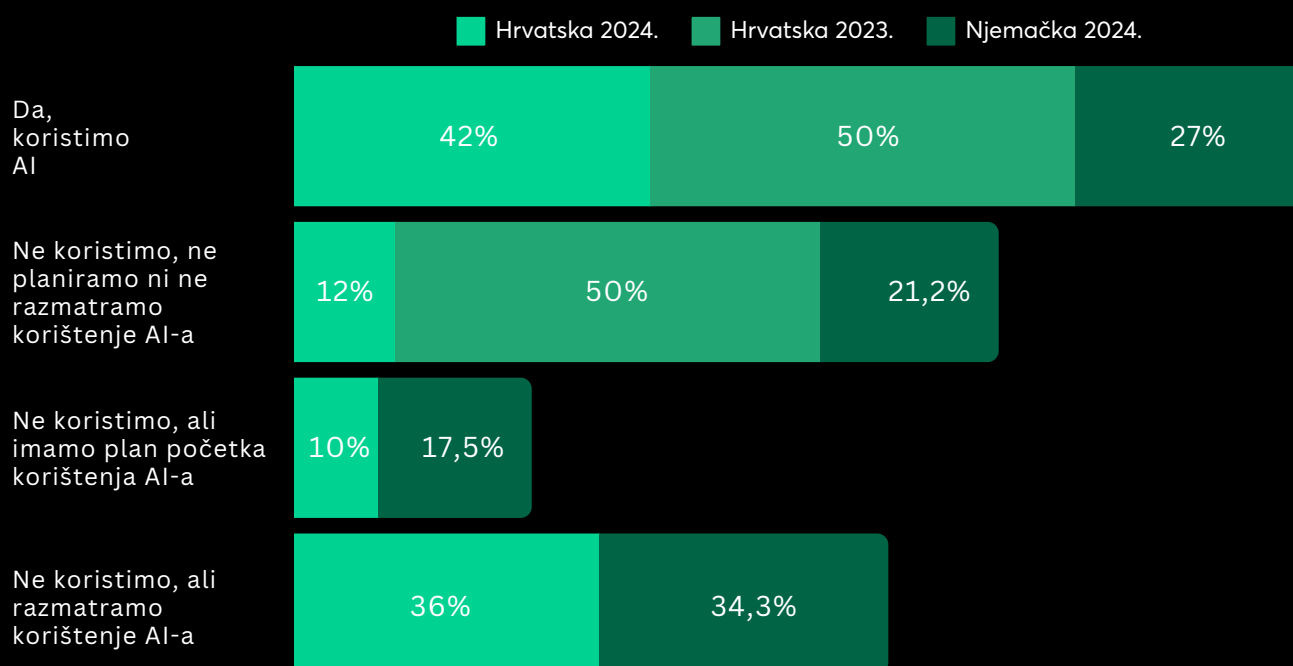
UPOTREBA UMJETNE INTELIGENCIJE

Rezultati istraživanja iz 2024. pokazuju da se u hrvatskim poduzećima 42 posto ispitanih već koristi umjetnom inteligencijom, dok 46 posto njih ili aktivno planira započeti ili razmatra uvođenje AI-a u svoje poslovanje. To je pomak u dinamici digitalne prilagodbe; iako je stopa trenutačne implementacije niža nego prošle godine kada se 50 posto poduzeća koristilo AI-em, zamjetan je rast interesa za ovu tehnologiju. S druge strane, udio onih koji ne planiraju niti razmatraju uvođenje AI-a iznosi samo 12 posto, što svjedoči o postupnom jačanju svijesti o važnosti uvođenja i primjene AI-a u poslovanju.

Hrvatska poduzeća sve jasnije prepoznaju potencijal umjetne inteligencije kao ključnog pokretača poslovne transformacije.

Usporedba s Njemačkom, prema podacima Ifo instituta (jedne od najvećih ekonomskih think tank organizacija u Njemačkoj), pruža zanimljivu perspektivu. Dok se samo 27 posto njemačkih poduzeća trenutačno ne koristi AI-em, što je niže u odnosu na Hrvatsku, njih 51,8 posto aktivno planira ili razmatra implementaciju, što pokazuje sličan trend prema AI transformaciji u obje zemlje. Razlike u trenutačnoj razini usvojenosti AI-a mogu se objasniti različitim fazama digitalne zrelosti i potencijalno složenijim regulatornim uvjetima na njemačkom tržištu. Može se zaključiti da hrvatska poduzeća, zahvaljujući rastućem interesu za AI, imaju dobru priliku ne samo slijediti već i potencijalno nadmašiti globalne trendove usvajanjem ove tehnologije.

Graf 11. Koristite li se AI-em u svome poduzeću?
Usporedba upotrebe AI-a u Hrvatskoj i Njemačkoj

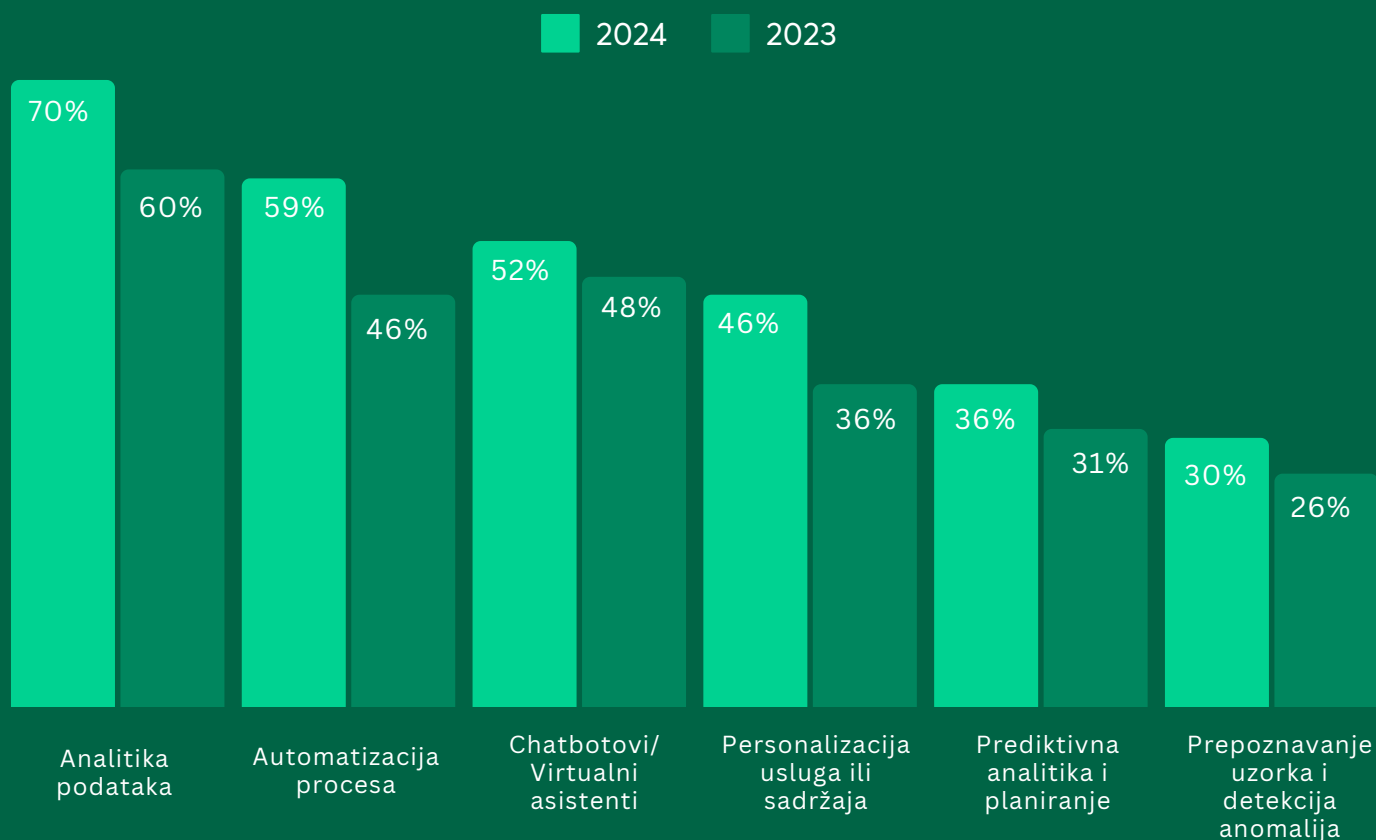


PODRUČJA PRIMJENE UMJETNE INTELIGENCIJE U POSLOVANJU

U usporedbi s prošlom godinom u hrvatskim je poduzećima primjetan porast u primjeni umjetne inteligencije u ključnim poslovnim područjima. Najveći rast bilježi se u analitici podataka, gdje je korištenje AI-em poraslo sa 60 posto u 2023. na 70 posto u 2024. Taj porast odražava rastuću potrebu za kvalitetnim, informiranim donošenjem odluka na temelju podataka, što sve više hrvatskih poduzeća prepoznaje kao ključ za konkurentnost. Također, zabilježen je skok u automatizaciji procesa (s 46 na 59 posto) i upotrebi chatbotova ili virtualnih asistenata (s 48 na 52 posto), što upućuje na sve širu integraciju AI-a u operativne i korisničke interakcije.

S druge strane, područja poput personalizacije usluga, prediktivne analitike i detekcije anomalija, iako pokazuju rast, još uvijek ostaju djelomično neiskorištena, što je značajan potencijal za daljnju primjenu AI-a u poslovanju. Ti rezultati pokazuju da, iako napreduju, hrvatska poduzeća tek počinju otkrivati puni potencijal umjetne inteligencije u sofisticiranijim aplikacijama koje bi im mogle pružiti dodatnu stratešku prednost.

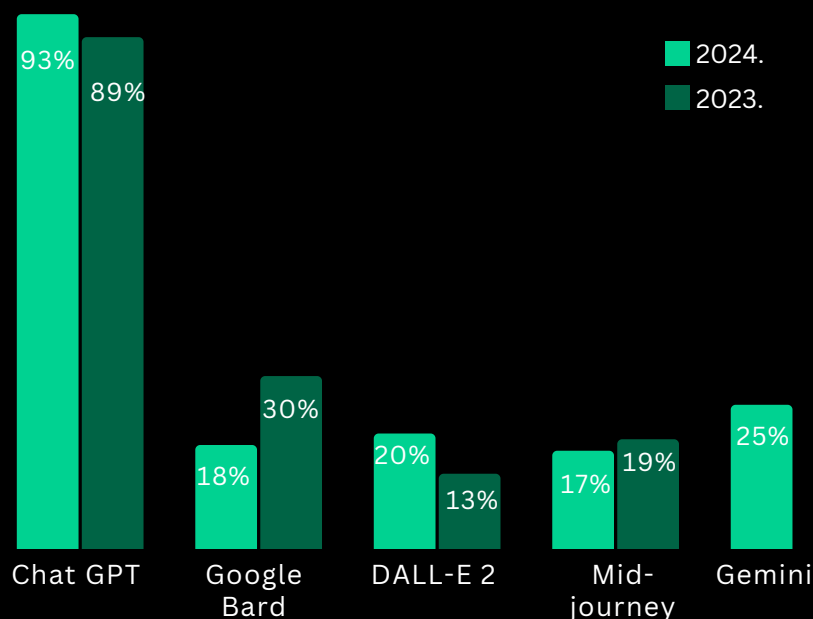
Graf 12. U kojim se područjima poslovanja koristite AI tehnologijama?



NAJZASTUPLJENIJI ALATI GENERATIVNOG AI-a NA RADNOM MJESTU

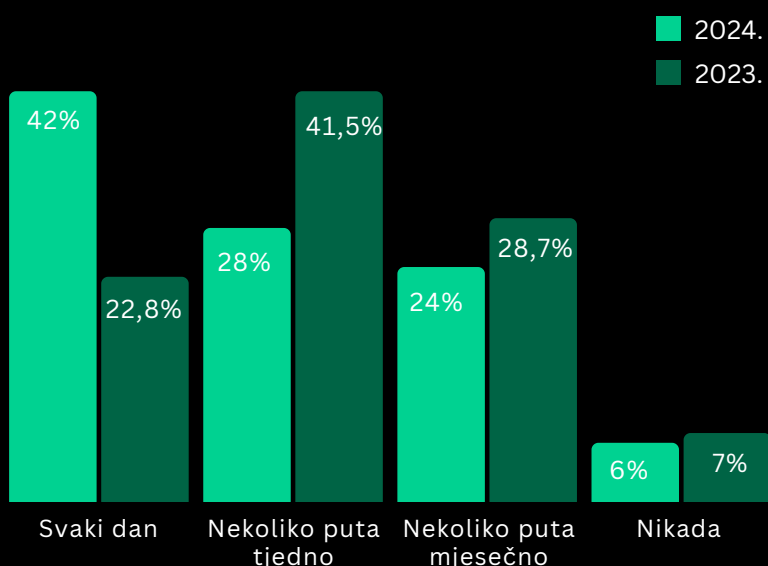
Rezultati iz 2024. godine potvrđuju nastavak dominacije ChatGPT-ja, čiji je udio korisnika porastao s 89 na 93 posto, čime se dodatno učvrstio kao najpopularniji generativni AI alat među hrvatskim poduzećima. Ostali alati bilježe mješovite rezultate (graf 13.). Ove godine pitali smo poduzetnike i o upotrebi alata Gemini — koji, s udjelom korisnika od 25 posto, pokazuje potencijal za održivost u konkurenciji. Ti podaci pokazuju da ChatGPT ostaje dominantan izbor zbog svoje svestranosti, dok drugi alati, iako s manjim rastom, nastavljaju pridonositi razvoju primjene AI tehnologija u poslovnim procesima.

Graf 13. AI alati u upotrebi



Kada je riječ o pristupu implementaciji generativnih AI alata u poduzećima, rezultati pokazuju da 33 posto organizacija službeno odobrava i integrira AI alate u poslovne procese. Većina se organizacija (40 posto) koristi kombinacijom službene primjene i neformalne upotrebe, što upućuje na fleksibilan pristup u radu s AI alatima, koji može poticati inovativnost i brzu prilagodbu. Zanimljivo je da se 24 posto zaposlenika koristi AI alatima neformalno, bez odobrenja uprave, što može odražavati njihov entuzijazam za AI tehnologiju, ali i potencijalne rizike u vezi s kontrolom upotrebe alata i upravljanjem podacima.

Graf 14. Koliko se često koristite ChatGPT-jem?

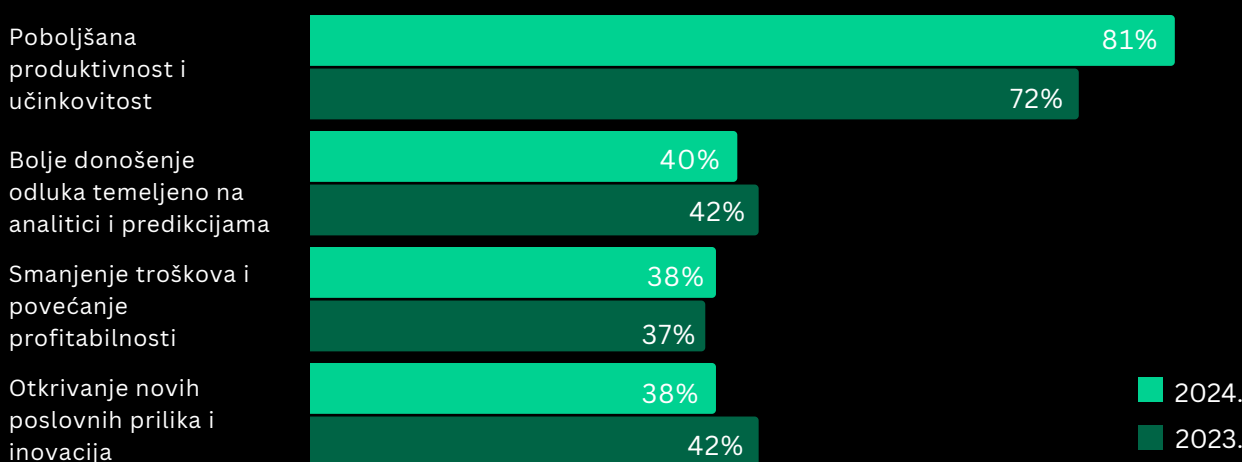


Upotreba ChatGPT-ja pokazuje posebno intenzivan rast. U 2024. godini čak 42 posto ispitanika koristi se ovim alatom svakodnevno, što je gotovo dvostruko više u odnosu na 22,8 posto iz 2023. godine. Istodobno, broj onih koji se koriste ChatGPT-jem nekoliko puta tjedno pao je s 41,5 na 28 posto, što upućuje na konsolidaciju svakodnevne upotrebe alata među korisnicima koji su već upoznati s njegovim mogućnostima. Taj porast upućuje na povećanu pouzdanost i učinkovitost koje poduzeća prepoznaju u ChatGPT-ju kao podršci za različite zadatke.

PREDNOSTI UPOTREBE AI-a U HRVATSKIM PODUZEĆIMA

Ovogodišnji rezultati istraživanja jasno pokazuju da hrvatska poduzeća sve više prepoznaju i ostvaruju konkretne prednosti primjene umjetne inteligencije u poslovanju. Poboljšanje produktivnosti i učinkovitosti poslovnih procesa istaknulo je čak 81 posto ispitanika, u odnosu na prošlogodišnjih 72 posto, što upućuje na rastući utjecaj AI-a na optimizaciju poslovnih zadataka. Smanjenje troškova i povećanje profitabilnosti također je u blagom porastu, dok otkrivanje novih poslovnih prilika i inovacija ove godine bilježi nižu vrijednost (38 posto) u odnosu na 2023. godinu (42 posto). Taj blagi pad može upućivati na potrebu dodatne edukacije i istraživanja inovativnih mogućnosti AI-a koje nadilaze optimizaciju postojećih procesa.

Graf 15. Koje su prednosti koje primjena AI-a donosi vašem poduzeću?



Upit o specifičnim koristima koje je AI donio hrvatskim poduzetnicima dodatno naglašava njegovu vrijednost u praksi. Čak 90 posto ispitanika potvrdilo je da AI značajno ubrzava obavljanje zadataka, dok je 76 posto izjavilo kako je primjena AI-a unaprijedila kvalitetu izvedenih zadataka. Ti podaci reflektiraju sve veći oslonac hrvatskih poduzeća na AI u poboljšanju operativnih standarda i pokazatelj su napretka u razumijevanju potencijala koji AI donosi. Usporedba s globalnom studijom konzultantske kuće BCG daje dodatni kontekst: međunarodni ispitanici u sličnoj mjeri potvrđuju povećanje brzine i kvalitete uz AI, iako bilježe višu stopu oslobađanja vremena za strateške zadatke (81 posto prema hrvatskih 66 posto) te administrativne uštede (80 posto globalno u usporedbi sa 64 posto u Hrvatskoj).

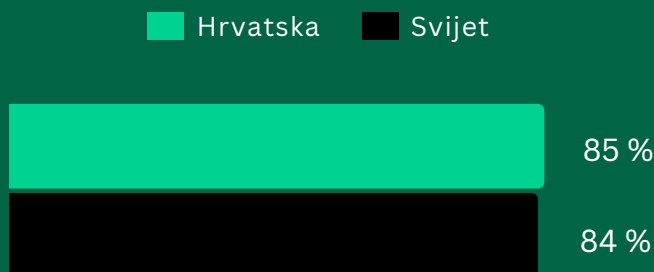
Graf 16. Usporedba specifičnih koristi AI-a



UŠTEDE OSTVARENE UPOTREBOM UMJETNE INTELIGENCIJE

Ušteda vremena koju AI postiže u poslovanju u Hrvatskoj i globalno prepoznata je gotovo jednako – 85 posto hrvatskih poduzetnika i 84 posto globalnih ispitanika u studiji BCG-a potvrdilo je da AI omogućuje znatno brže obavljanje zadataka. No, način na koji ispitanici koriste to vrijeme razlikuje se i otkriva različite poslovne i kulturne prioritete.

Graf 17. Usporedba uštede vremena



Graf 18. Kako poduzetnici koriste vrijeme uštedeno upotrebom AI-a?

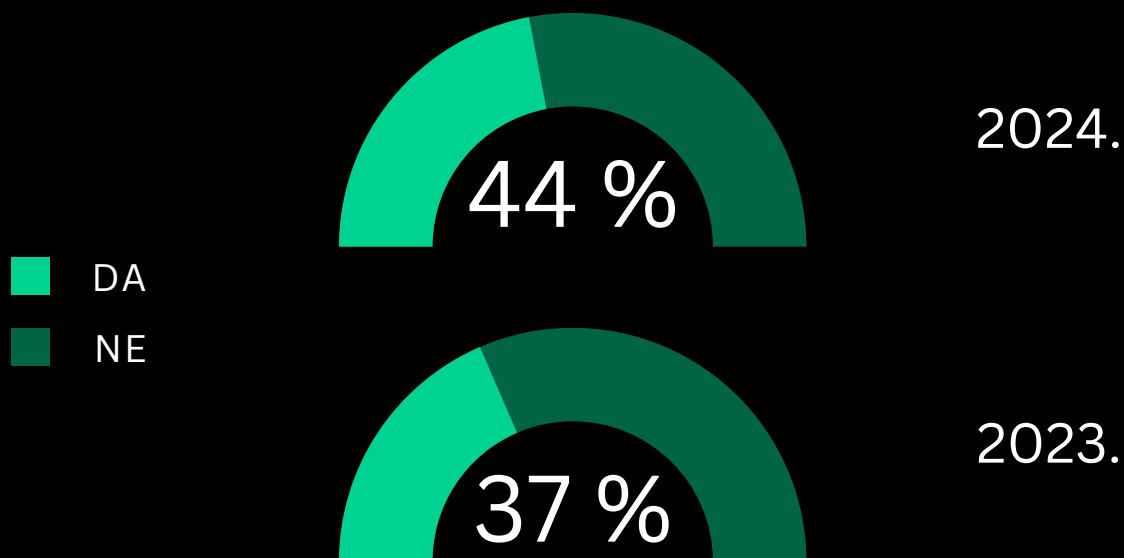


Hrvatske poduzetnike ove smo godine pitali i kako koriste uštedeno vrijeme — rezultati pokazuju kako najviše cijene dodatno vrijeme za povećanje produktivnosti – čak 71 posto izjavilo je da koristi uštedeno vrijeme za obavljanje više posla, a 61 posto za nove zadatke. Također, 47 posto ispitanika koristi vrijeme za eksperimentiranje s AI-em, dok 41 posto više vremena posvećuje kvaliteti zadataka, a 35 posto strateškim projektima. Nasuprot tome, međunarodna studija BCG-a otkriva da su globalni ispitanici skloniji uštedeno vrijeme koristiti za ravnotežu između poslovnog i privatnog života.

Te razlike sugeriraju da hrvatska poduzeća primarno gledaju na AI kao alat za povećanje radne produktivnosti i inovativnih kapaciteta unutar radnog vremena, dok poduzetnici u međunarodnom kontekstu nešto češće vrednuju ravnotežu između profesionalnih i privatnih obveza. U budućnosti hrvatska poduzeća mogla bi istražiti načine za usklađivanje koristi koje AI donosi s dobrobiti zaposlenika, potičući širu primjenu AI-a i optimizaciju poslovnih procesa uz zadržavanje zadovoljstva i motivacije zaposlenika.

SUSTAVAN PRISTUP PRIMJENI UMJETNE INTELIGENCIJE

Graf 19. Imate li razvijenu strategiju za primjenu AI-a?



Rezultati iz 2024. godine pokazuju blagi, ali značajan napredak u razvoju strateških okvira za primjenu umjetne inteligencije u hrvatskim poduzećima. Udio onih koji imaju razvijenu AI strategiju porastao je s 37 posto u 2023. na 44 posto u 2024. godini, što pokazuje rastuće razumijevanje među poslovnim liderima o važnosti planiranog pristupa za ostvarivanje dugoročnih koristi od te tehnologije. Unatoč tom pozitivnom trendu, još uvijek više od polovine ispitanih poduzeća (56 posto) nema definiranu AI strategiju, što upućuje na potrebu za daljnjom edukacijom i povećanjem svijesti o strateškim prednostima koje AI može pružiti.

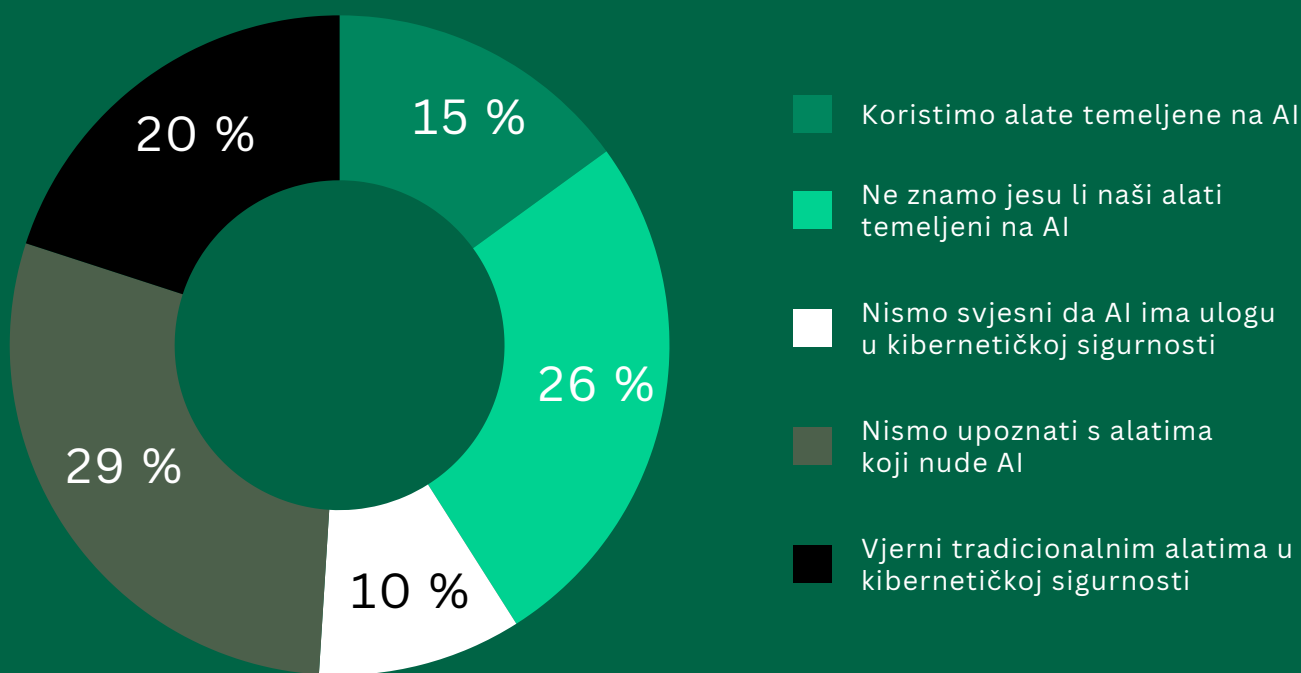
Poduzeća koja se strateški opredijele za implementaciju AI-a mogu ostvariti značajne prednosti u optimizaciji poslovnih procesa, donošenju informiranijih odluka i povećanju produktivnosti. U međunarodnom kontekstu, istraživanja konzultantskih kuća poput McKinseyja i BCG-a potvrđuju da poduzeća s jasno definiranom AI strategijom brže prilagođavaju svoje procese i lakše integriraju nove tehnologije, čime stječu konkurentsku prednost. Za hrvatska poduzeća razvoj AI strategije mogao bi biti ključan korak prema održivoj digitalnoj transformaciji, uz poticanje inovativnosti i smanjenje operativnih troškova.

Napredak u razvoju strategija odražava sve veću svijest o potrebi integriranja AI-a ne samo kao tehničkog već i strateškog resursa.

Kako bi zadržala i povećala taj pozitivni trend, hrvatska poduzeća trebala bi ulagati u jačanje internog znanja, oblikovanje AI timova i uspostavu jasnih ciljeva osiguravajući da usvajanje AI-a postane kontinuirani i strateški usmjeren proces koji maksimizira poslovne koristi.

UMJETNA INTELIGENCIJA I KIBERNETIČKA SIGURNOST

Graf 20.
Koristite li sustave AI-a u kibernetičkoj sigurnosti u svome poslovanju?



Slijedom razvoja i širenja primjene AI-a u ovogodišnjem istraživanju (2024.) obuhvatili smo i područje kibernetičke sigurnosti. Rezultati pokazuju da su hrvatska poduzeća, kad je riječ o upotrebi AI sustava za potrebe kibernetičke sigurnosti, još uvijek na početku, s tek 15 posto onih koji se izričito koriste AI alatima za ovu namjenu.

Još 26 posto ispitanika koristi se sigurnosnim alatima, ali nisu sigurni upotrebljavaju li ti alati umjetnu inteligenciju, što sugerira nedovoljno poznavanje tehnologija unutar tvrtki. Nadalje, 10 posto ispitanika nije svjesno uloge AI-a u kibernetičkoj sigurnosti, dok ih 29 posto nije upoznato s alatima koji za tu svrhu upotrebljavaju AI. Konačno, 20 posto poduzeća i dalje preferira tradicionalne alate smatrajući da AI još nije dovoljno razvijen za pouzdanu primjenu u području sigurnosti.

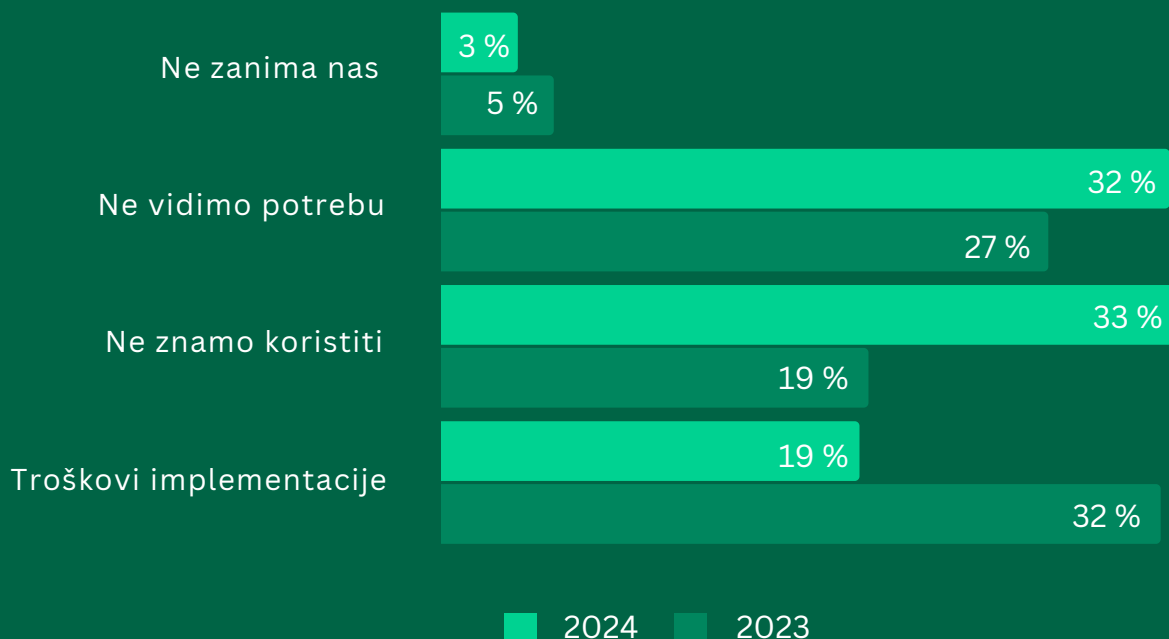
Ti podaci otkrivaju važne prepreke u implementaciji AI-a u kibernetičkoj sigurnosti u hrvatskim poduzećima kao što su nedostatak svijesti o mogućnostima koje AI nudi i manjak informacija o tome koji alati podržavaju AI. Svjetske konzultantske kuće, poput Gartnera, često naglašavaju da AI u kibernetičkoj sigurnosti može pomoći u prepoznavanju prijetnji u realnom vremenu, detekciji anomalija i prediktivnoj analitici te preporučuju poduzećima da razmotre prelazak s tradicionalnih na sigurnosne sustave pokretane AI-em kako bi se osigurala veća otpornost na sve sofisticiranije kibernetičke napade.

Pomak prema AI alatima u ovom području mogao bi omogućiti agilniji i proaktivniji pristup sigurnosnim izazovima, pri čemu bi se osnažila otpornost poslovanja i smanjili rizici od sigurnosnih incidenata.

ZAŠTO PODUZEĆA NE PRIMJENJUJU UMJETNU INTELIGENCIJU?

Rezultati istraživanja iz 2024. godine pokazuju da su se prioriteti i prepreke u implementaciji umjetne inteligencije u hrvatskim poduzećima u protekloj godini promijenili.

Graf 21. Koji je razlog zbog kojeg se ne koristite AI alatima u svome poslovanju?



Kad smo poduzetnike koji se ne koriste AI-em pitali za razlog tome, 2023. godine trošak implementacije bio je glavni uzrok za odustajanje od primjene AI-a (32 posto ispitanika), dok u 2024. bilježimo značajan pad ovog razloga na 19 posto. Taj pomak može se tumačiti kao posljedica lakšeg pristupa povoljnijim AI rješenjima ili saznanja o dugoročnim koristima koje nadmašuju početne troškove.

Najveći razlog za izbjegavanje primjene AI-a u 2024. godini postaje nedostatak znanja, što navodi čak 33 posto ispitanika, u usporedbi s prošlogodišnjih 19 posto. Taj podatak otkriva da je potrebno uložiti u edukaciju i stručnu podršku za implementaciju AI-a kako bi se poduzećima omogućio lakši pristup i razumijevanje tehnologije odnosno smanjilo tehnološke barijere i povećalo povjerenje u te tehnologije.

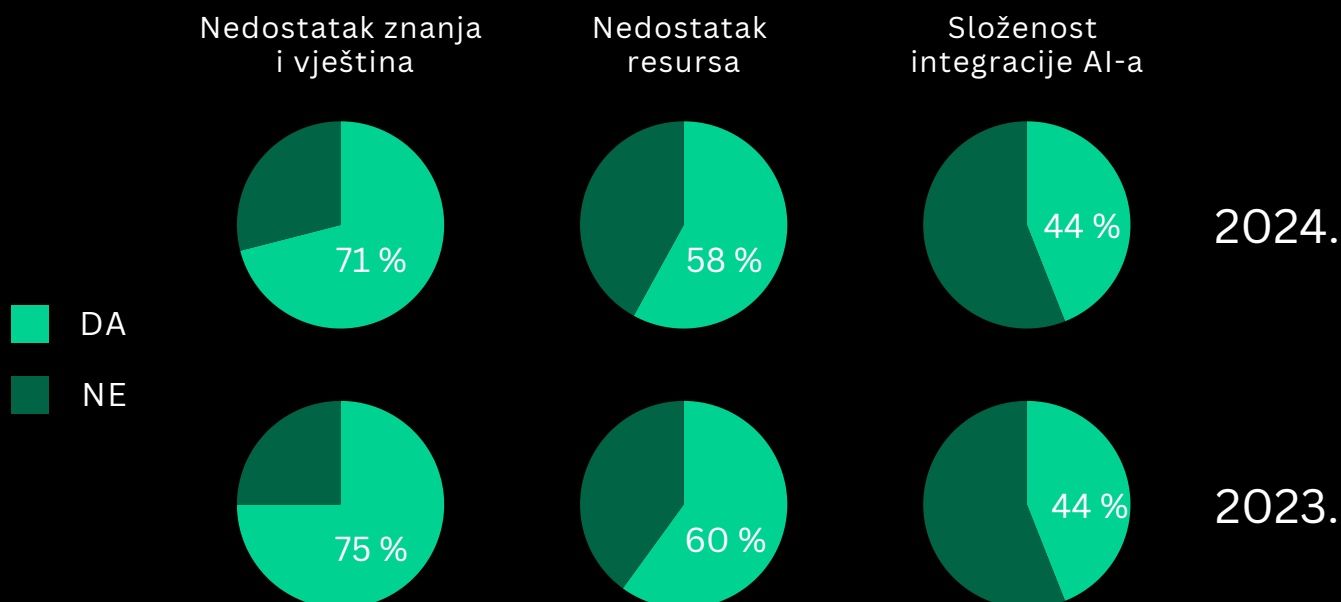
S druge strane, smanjenje postotka poduzeća koja navode "nezainteresiranost" kao razlog za nekorisćenje AI-em s pet posto u 2023. na tri posto u 2024. može biti indikator i potvrda rastućeg interesa među poduzetnicima za digitalne tehnologije. Taj se trend poklapa s globalnim uvidima vodećih konzultantskih kuća koje pokazuju da, kako troškovi i tehničke prepreke opadaju, među poduzećima svih veličina raste interes za AI.

Ako se poveća pristup stručnim resursima i uklone nedostaci u znanju, hrvatska poduzeća mogla bi brže prihvatiti AI kao sredstvo za povećanje produktivnosti i konkurentnosti.

OTEŽAVAJUĆE OKOLNOSTI ZA UVOĐENJE AI-a

Rezultati iz 2024. godine otkrivaju da hrvatska poduzeća i dalje percipiraju niz otežavajućih okolnosti za uvođenje umjetne inteligencije, pri čemu se nedostatak znanja i vještina u području AI-a ponovno ističe kao najveći izazov za 71 posto ispitanika. Iako taj postotak pokazuje blago smanjenje u odnosu na prošlogodišnjih 75 posto, nedostatak kompetencija ostaje ključna prepreka sugerirajući da poduzeća još uvijek nemaju adekvatnu podršku u stjecanju stručnosti potrebne za implementaciju AI-a. Slično tome, 58 posto ispitanika ove godine navodi manjak potrebnih resursa kao otežavajuću okolnost, u odnosu na 60 posto u 2023., što pokazuje da su financijski izazovi i dalje prisutni.

Graf 22. Što smatrate najvećim otežavajućim okolnostima za uvođenje AI-a u poduzeće?



Nadalje, složenost integracije AI-a s postojećim sustavima i infrastrukturom ostaje stabilna prepreka za 44 posto ispitanika u 2024., što je isti rezultat kao i prošle godine. Taj konstantni izazov može biti posljedica toga što mnoga poduzeća još uvijek upravljaju starijim sustavima koji otežavaju modernizaciju i implementaciju novih tehnologija.

Dodatno, etička pitanja i nedostatak transparentnosti u algoritmima i dalje su otežavajuća okolnost za 29,5 posto ispitanika, dok je nedostatak povjerenja u AI tehnologiju porastao s 30 na 34,3 posto. Ti podaci sugeriraju da, uz tehničke i financijske izazove s kojima se poduzetnici suočavaju, postoji potreba za većom transparentnošću i regulativom u primjeni AI sustava.

Stoga zaključujemo da, uz dodatna ulaganja u znanje i resurse, poduzeća također trebaju razjasniti etičke smjernice i osigurati transparentnost kako bi potaknula povjerenje i olakšala implementaciju AI-a.

ZNANJE I VJEŠTINE ZA AI

Rezultati iz 2024. godine otkrivaju stagnaciju u razini stručnosti zaposlenika u AI tehnologijama, s prosječnom ocjenom od 2,4 na skali od 1 do 5, identično prošlogodišnjoj ocjeni. Taj podatak sugerira da, unatoč rastućem interesu za AI, većina poduzeća u Hrvatskoj i dalje ne posjeduje dovoljno razvijene interne kapacitete za rad s tom tehnologijom.

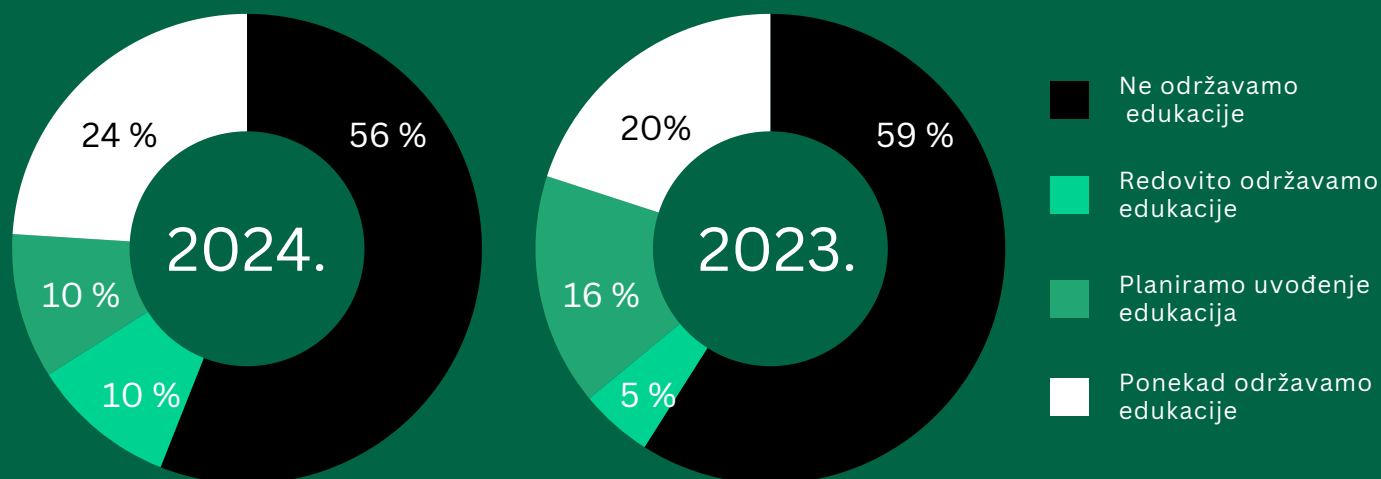
Graf 23. Prosječna ocjena stručnosti i znanja zaposlenika o AI tehnologijama

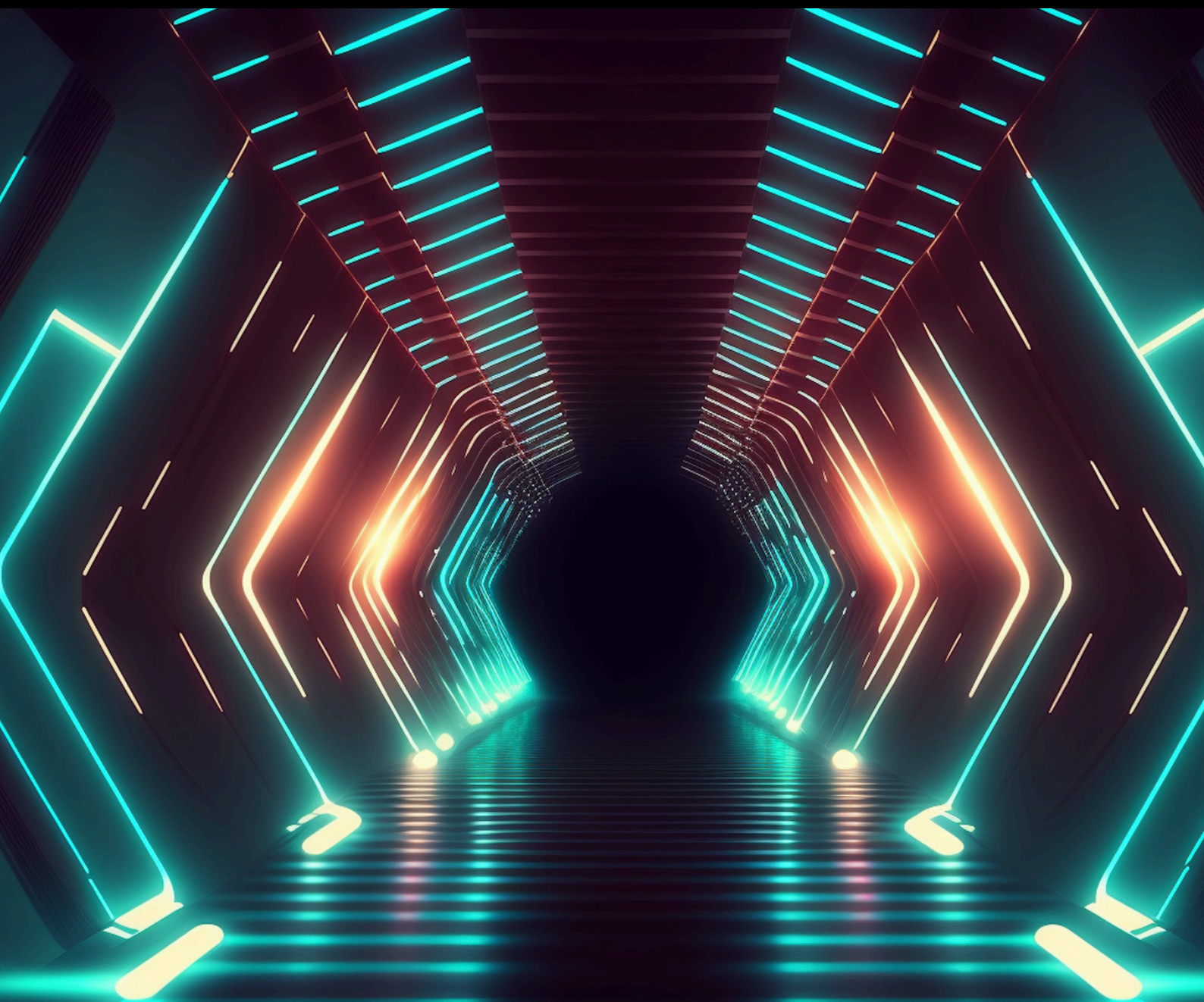


2,4

Nedostatak znanja i stručnosti dodatno pojašnjava ovaj izazov: u 2024. godini 56 posto ispitanika nema nikakvu podršku ili edukaciju o AI-u u svome poduzeću, a samo 10 posto redovito organizira edukacije, što je blagi napredak u odnosu na 2023. kada je redovite edukacije imalo tek pet posto ispitanika. Ta minimalna promjena u fokusu na interne edukacije upućuje na spor proces prilagodbe potrebama koje AI donosi u poslovanje. Iako postoji svijest o važnosti edukacije – s 24 posto ispitanika koji ponekad održavaju edukacije i 10 posto koji ih planiraju uvesti – jasno je da je trenutna razina angažmana poduzeća u educiranju o AI-u nedovoljna za širu implementaciju i učinkovito korištenje AI tehnologijama. Rezultati upućuju na nužnost strateškog ulaganja u edukaciju zaposlenika kao ključnog faktora za razvoj AI kompetencija unutar poduzeća.

Graf 24. Imate li u svome poduzeću uspostavljen sustav podrške i edukacije o AI tehnologijama?





ZAKLJUČAK

Umjetna inteligencija – pokretač nove poslovne paradigme

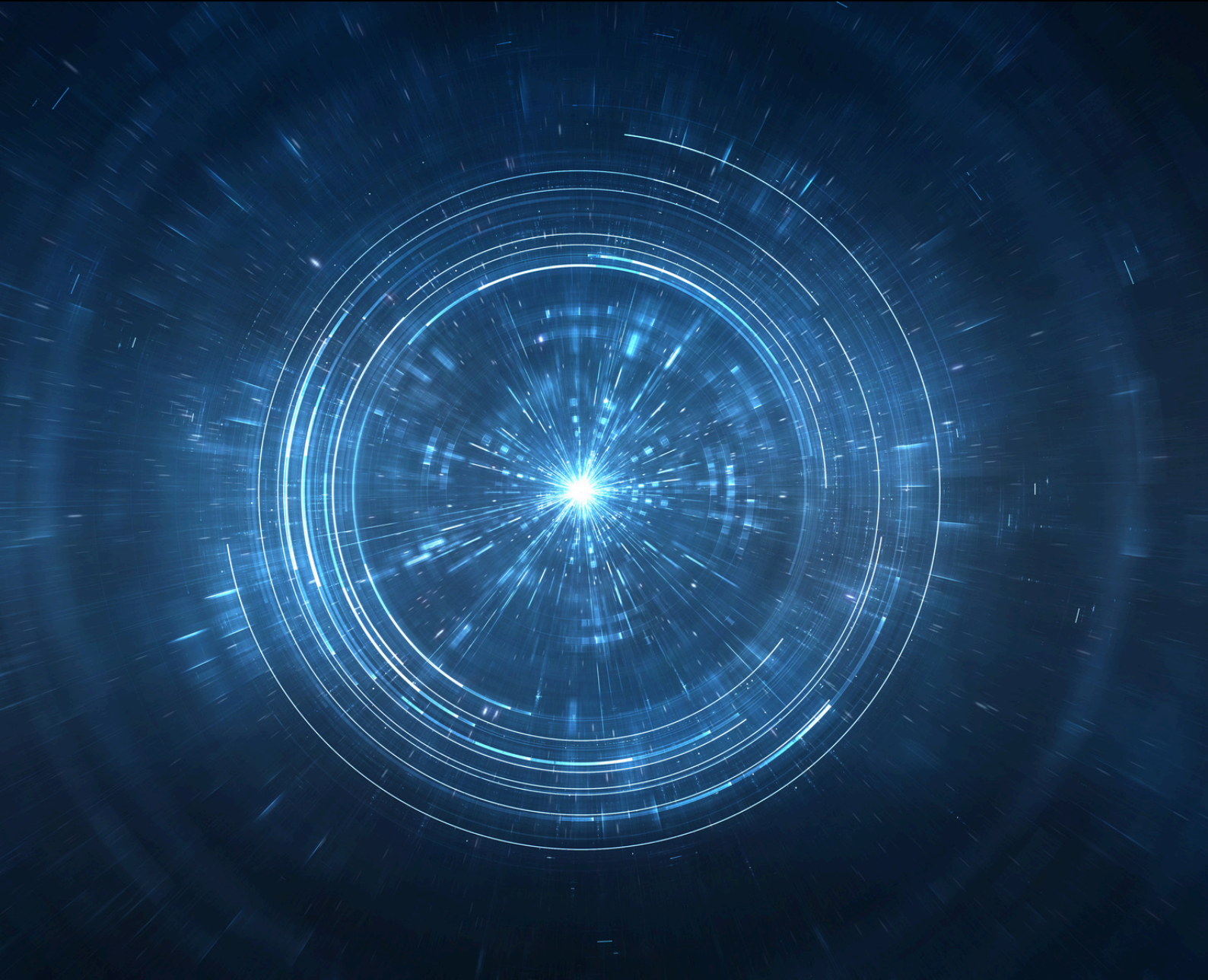
Rezultati ovogodišnje analize ističu transformativni potencijal umjetne inteligencije u hrvatskom gospodarstvu, ali i jasno pokazuju da je AI put koji zahtijeva promišljene strategije, prilagodbu i ulaganje u znanje. Hrvatska poduzeća sve više prepoznaju operativne prednosti AI-a – povećanje produktivnosti, optimizaciju vremena i bolje donošenje odluka. Ipak, tek je dio njih dosegao stupanj u kojem se AI upotrebljava kao strateški alat za inovaciju, što sugerira da mnogi tek trebaju iskoristiti puni komercijalni potencijal ove tehnologije.

Iako 2024. bilježi porast u korištenju AI alatima, prevladavajući izazovi ostaju slični kao i na globalnoj razini – nedostatak vještina, ograničenja u infrastrukturi i rastuća potreba za etičkim okvirom. Provedena analiza pokazuje da je AI, za mnoga poduzeća, još uvijek u fazi eksperimentiranja i prilagodbe. No, ona poduzeća koja uspiju integrirati AI u svoje strateške planove i investirati u razvoj potrebnih kompetencija imat će značajnu prednost na tržištu.

Kako osigurati da AI ne postane samo alat za automatizaciju, već izvor trajne inovacije? Koji su ključni koraci za poticanje kreativnosti i donošenje informiranijih odluka pomoću umjetne inteligencije? Prava vrijednost AI-a leži u njegovoj sposobnosti transformiranja poslovanja na temelju podataka, poticanja novih poslovnih modela te omogućavanja fleksibilnog odgovora na brze tržišne promjene.

Pitanja koja su postavljena u ovom dokumentu nisu samo smjernice – ona su ključ za ostvarenje punog potencijala AI-a u vašoj organizaciji. Uzmite u obzir preporuke iz ovog izvješća: započnite s jasnim strategijama, razmotrite prilike za eksperimentiranje i osigurajte edukaciju zaposlenika. AI nije samo alat; on je katalizator promjene u načinu na koji gledamo na poslovanje, inovaciju i interakciju s klijentima. Naša je poslovna realnost dinamična i brza, a AI je mogućnost za sveobuhvatnu transformaciju koja se neće zaustaviti na postojećim procesima. U vremenu promjena AI omogućava poduzećima ne samo da odgovore na nove zahtjeve tržišta, već i predviđaju, stvaraju i oblikuju nove prilike.

Dok se svijet počinje sve više oslanjati na umjetnu inteligenciju, važno je prepoznati da je ovo razdoblje prilagodbe i učenja. Trenutne izazove moguće je pretvoriti u prilike: identificirajte svoje prednosti, ulažite u znanje i potražite odgovore na pitanja koja će oblikovati budućnost vašeg poduzeća. AI je ključ, ali vrata otvaraju samo oni koji su spremni ulagati, istraživati i primjenjivati ovu tehnologiju s vizijom.



DETALJI O ISTRAŽIVANJU

Metodologija

U kontekstu ubrzanog razvoja umjetne inteligencije, koja globalno postaje ključni pokretač inovacija i konkurentnosti, ovo istraživanje pruža uvid u stavove i praksu hrvatskih poduzeća kad je riječ o AI-u. Hrvatska poslovna zajednica, kao dio šire digitalne transformacije u Europi, sve više prepoznaje važnost umjetne inteligencije za optimizaciju poslovanja i stvaranje novih vrijednosti.

Istraživanje o upotrebi i percepciji umjetne inteligencije među hrvatskim poduzećima provedeno je po drugi put kako bi se pratili razvojni trendovi i identificirale promjene u stavovima i implementaciji AI tehnologija. S tom je svrhom primijenjena CAWI metoda (ComputerAssisted Web Interviewing) koja omogućava sustavno i pouzdano prikupljanje kvantitativnih podataka. *Online* upitnik obuhvatio je ključne aspekte upotrebe i stavova o umjetnoj inteligenciji u poslovnom sektoru, uz naglasak na sektorsku pripadnost, veličinu poduzeća, upravljačku razinu i geografski položaj.

Prikupljanje podataka provedeno je u listopadu 2024. godine kako bi se osigurala reprezentativnost i relevantnost uzorka za hrvatsko gospodarstvo. Uz obradu podataka iz hrvatskih poduzeća, rezultati istraživanja uspoređeni su s relevantnim međunarodnim studijama uključujući izvješća globalnih konzultantskih kuća, što omogućava komparativni uvid u poziciju Hrvatske u odnosu na svjetske prakse.

Podaci su analizirani statističkim metodama deskriptivne analize, čime su dobiveni jasni uvidi u stavove, primjenu i izazove AI-a.

Uzorak

U istraživanju je sudjelovalo 353 poduzeća iz različitih sektora pružajući sveobuhvatan pregled stanja i percepcije AI-a u Hrvatskoj. Prema sektorima, najviše ispitanika dolazi iz sektora informacija i komunikacija, financijskih djelatnosti te prerađivačke industrije. Ta sektorska raznolikost omogućuje dublje razumijevanje specifičnih izazova i prilika u implementaciji umjetne inteligencije u pojedinim industrijama.

Prema veličini poduzeća, uzorak obuhvaća mikropoduzeća (73), mala poduzeća (82), srednja poduzeća (96) i velika poduzeća (102), čime se osigurava zastupljenost svih kategorija poslovnih subjekata. Geografski, većina ispitanika dolazi iz Grada Zagreba (65 posto), a ostale županije također su zastupljene, što omogućuje uvid u regionalne razlike u primjeni i prihvatanju AI-a. U upravljačkom smislu, uzorak uključuje 30 posto izvršnih direktora i visokih menadžera, 40 posto srednjeg menadžmenta te 30 posto operativnih zaposlenika, obuhvaćajući tako sve perspektive unutar organizacija.

Taj uzorak omogućava pouzdanu analizu trenutnog stanja AI-a u Hrvatskoj i pruža osnovu za usporedbu s međunarodnim trendovima te evaluaciju mogućnosti daljnjeg razvoja i usvajanja AI tehnologija u poslovanju.

Referencije prema redosljedu pojavljivanja u izvješću

McKinsey Global Institute: Notes From The AI Frontier Modeling The Impact Of AI On The World Economy, 2018., <https://www.mckinsey.com/featured-insights/artificial-intelligence/notes-from-the-ai-frontier-modeling-the-impact-of-ai-on-the-world-economy>

Boston Consulting Group: AI at Work: Friend and Foe, 2024., <https://www.bcg.com/publications/2024/ai-at-work-friend-foe>

Veleučilište Effectus: Percepcija umjetne inteligencije u Republici Hrvatskoj: pregled rezultata ispitivanja javnog mnijenja, 2024., <https://effectus.com.hr/percepcija-umjetne-inteligencije-u-hrvatskoj-rezultati-istrasivanja-za-2024/>

Deloitte: The State of Generative AI in the Enterprise, 2024., <https://www2.deloitte.com/us/en/pages/consulting/articles/state-of-generative-ai-in-enterprise.html>

Gartner: Generative AI Is Now the Most Frequently Deployed AI Solution in Organizations, 2024., <https://www.gartner.com/en/newsroom/press-releases/2024-05-07-gartner-survey-finds-generative-ai-is-now-the-most-frequently-deployed-ai-solution-in-organizations>

McKinsey & Company: The state of AI in early 2024: Gen AI adoption spikes and starts to generate value, 2024., <https://www.mckinsey.com/capabilities/quantumblack/our-insights/the-state-of-ai>

ifo Business Survey: More Companies in Germany Using Artificial Intelligence, 2024., <https://www.ifo.de/en/facts/2024-07-18/more-companies-germany-using-artificial-intelligence>

Rezultate istraživanja obradio Best Advisory d.o.o.

Voditeljica projekta: Sandra Bartol

Analiza i izrada rezultata:

Matej Vuk, Antonela Koljđeraj

Ideja projekta: Vedran Antoljak

Lektura: Sandra Baksa

Dizajn: Sandra Bartol, Vlaho Miloslavić

Sva prava zadržana,
prosinac 2024.

COPYRIGHT:

Hrvatska gospodarska komora i Best Advisory d.o.o.

