



PRIZMA
CENTAR ZA POSLOVNU INTELIGENCIJU



HUP
Hrvatska udruga poslodavaca

HUP AI B2B 2025.

Kako hrvatsko gospodarstvo vidi i koristi umjetnu inteligenciju?

lipanj/srpanj 2025.

15.7.2025.

Metodologija	CATI & CAWI
Uzorak	659 poduzeća
Duljina upitnika	12 minuta CATI + 18 minuta CAWI
Prikupljanje podataka	25.6 do 8.7. 2025.

Istraživanje je provedeno korištenjem dviju metodologija:



CATI



CAWI

Istraživanje je provedeno korištenjem dviju metodologija:

CATI – računalno potpomognuto telefonsko anketiranje. Ova metoda omogućuje točnije rezultate ispitivanja javnog mnijenja jer obuhvaća skupine koje se ne mogu uključiti u online istraživanja. Korišteni su pozivi na fiksne i mobilne brojeve, višestruki pokušaji kontaktiranja i dogovori za ponovni poziv, uz distribuciju tijekom više radnih dana. Uzorak je stratificiran prema veličini poduzeća. ($n = 300$)

CAWI – internetski panel. Metoda prikupljanja podataka odabrana kao optimalna s obzirom na vrijeme provedbe, količinu podataka, trošak i primarni cilj istraživanja. Budući da internetski panel sam po sebi ne može biti reprezentativan, CAWI podaci su za potrebe ovog izvještaja dodatno ponderirani prema CATI podacima.

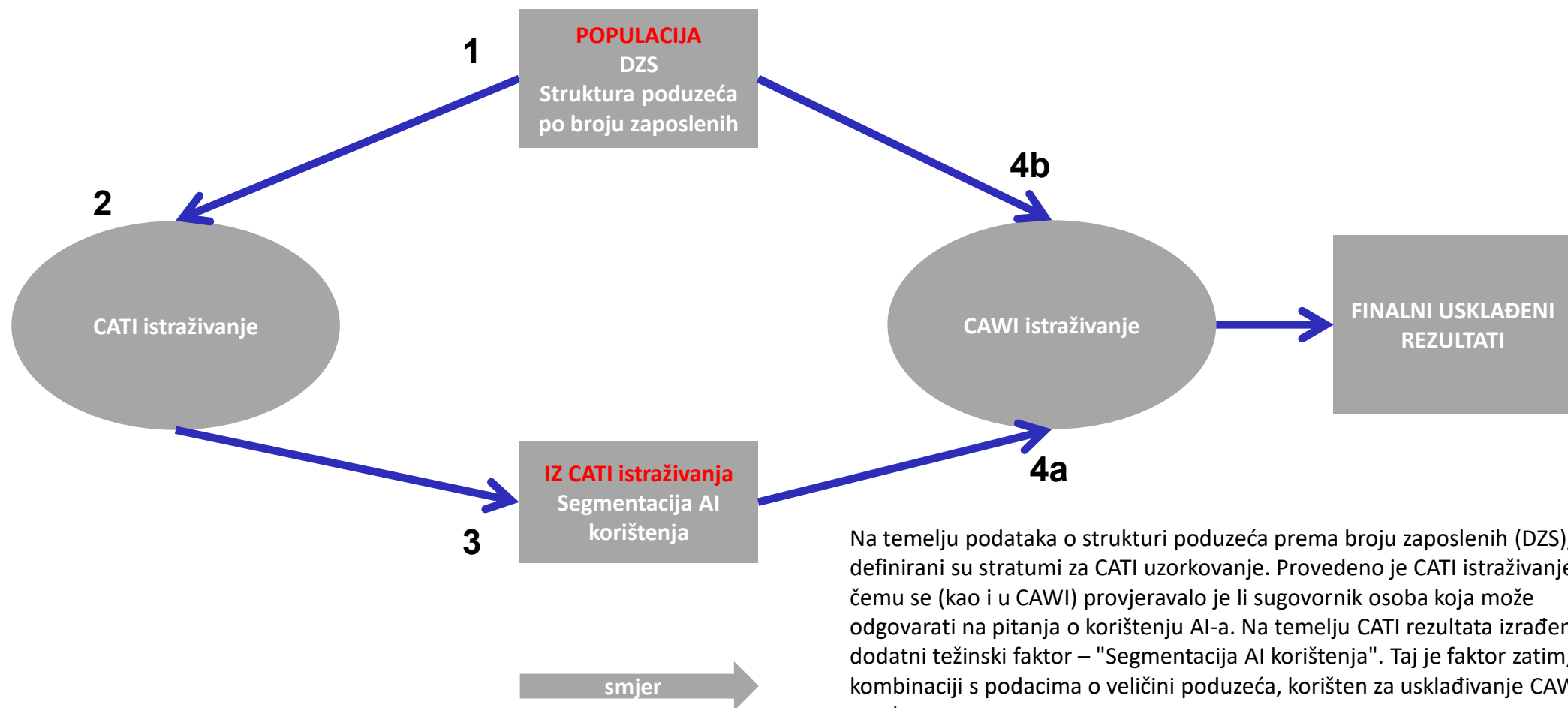
CAWI istraživanje provedeno je:

- korištenjem Prizma CPI B2B panela ili izravnim kontaktiranjem gospodarskih subjekata ($n = 281$)
- slanjem pozivnica članovima HUP-a za sudjelovanje u istraživanju ($n = 78$)

Standardna pogreška uzorka u istraživanju varira ovisno o veličini uzorka i varijanci odgovora u pitanju.

Na ukupnom uzorku ($n = 659$), za binarni odgovor (50% / 50%) i **razinu pouzdanosti od 95%, maksimalna pogreška iznosi $\pm 3,8$ %**.

Ako ispitanik nije znao ili nije mogao / htio odgovoriti na pitanja u izvješću je korištena oznaka B.O. – bez odgovora.





HUP

Hrvatska udruga poslodavaca



PRIZMA

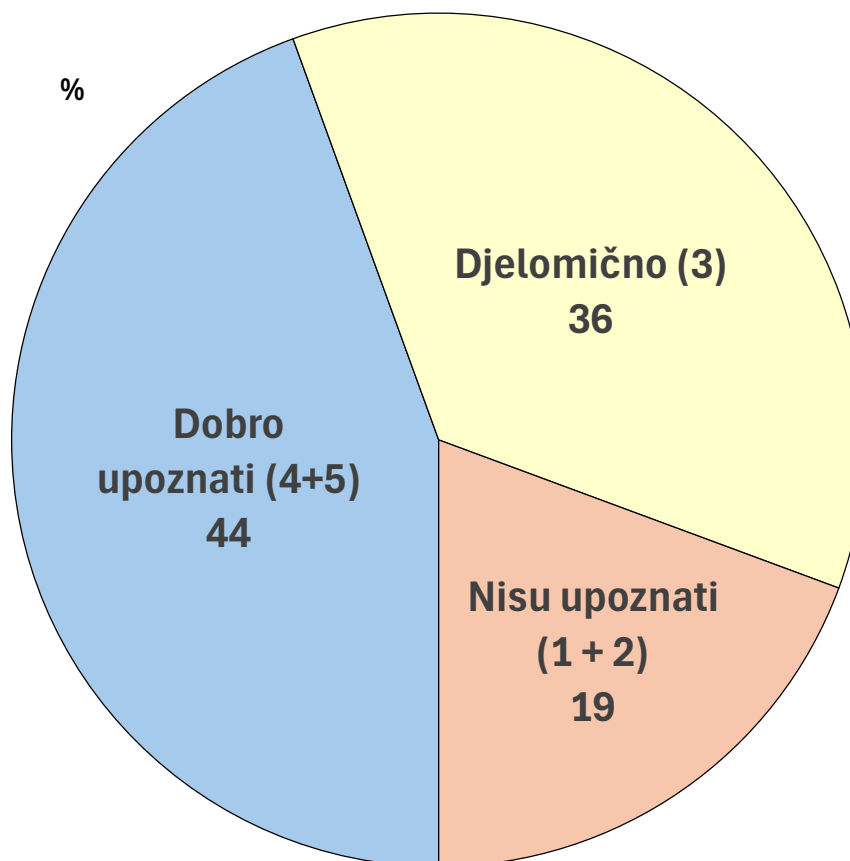
CENTAR ZA POSLOVNU INTELIGENCIJU

HUP AI B2B 2025.

Upoznatost, percepcija i stavovi

**Većina poslovnog sektora procjenjuje da je dobro ili djelomično upoznata s AI.
4 od 10 poduzeća ocjenjuju svoje poznavanje/upoznatosti AI-ja kao odlično ili vrlo dobro.**

SVI

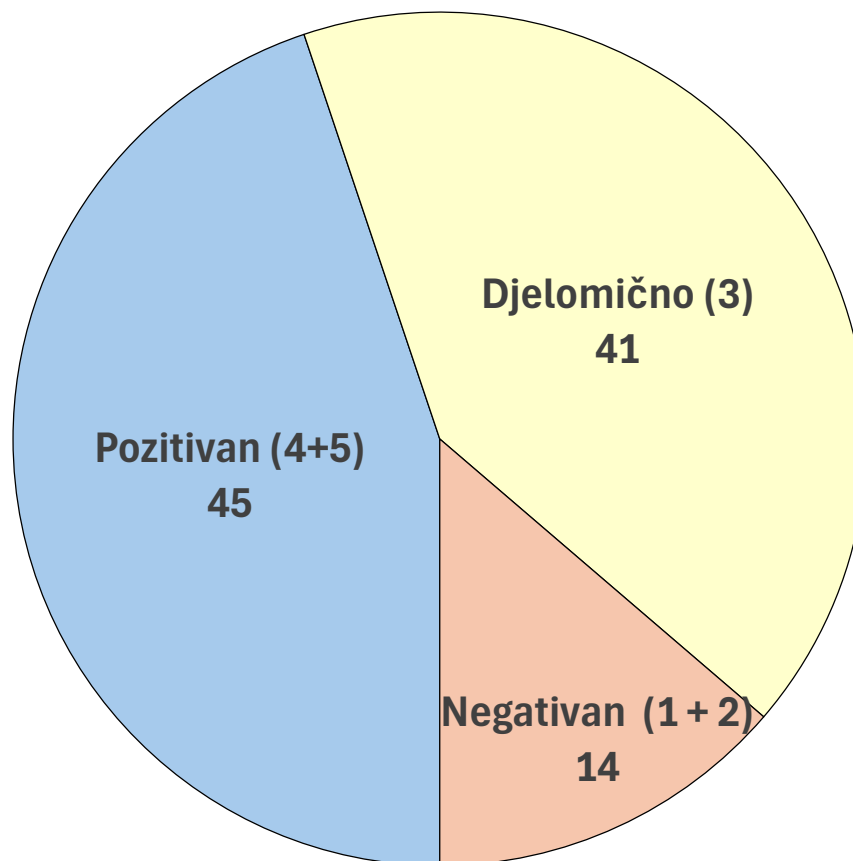


Koliko ste upoznati s umjetnom inteligencijom? Procijenite na skali od 1 = uopće nisam upoznat/a do 5 = izrazito sam dobro upoznat/a

Prevladava pozitivan stav prema umjetnoj inteligenciji. Negativan stav je iznimka.

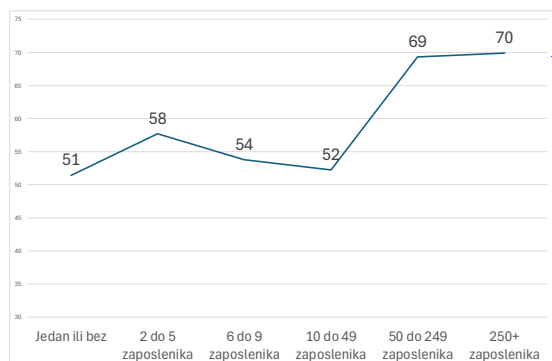
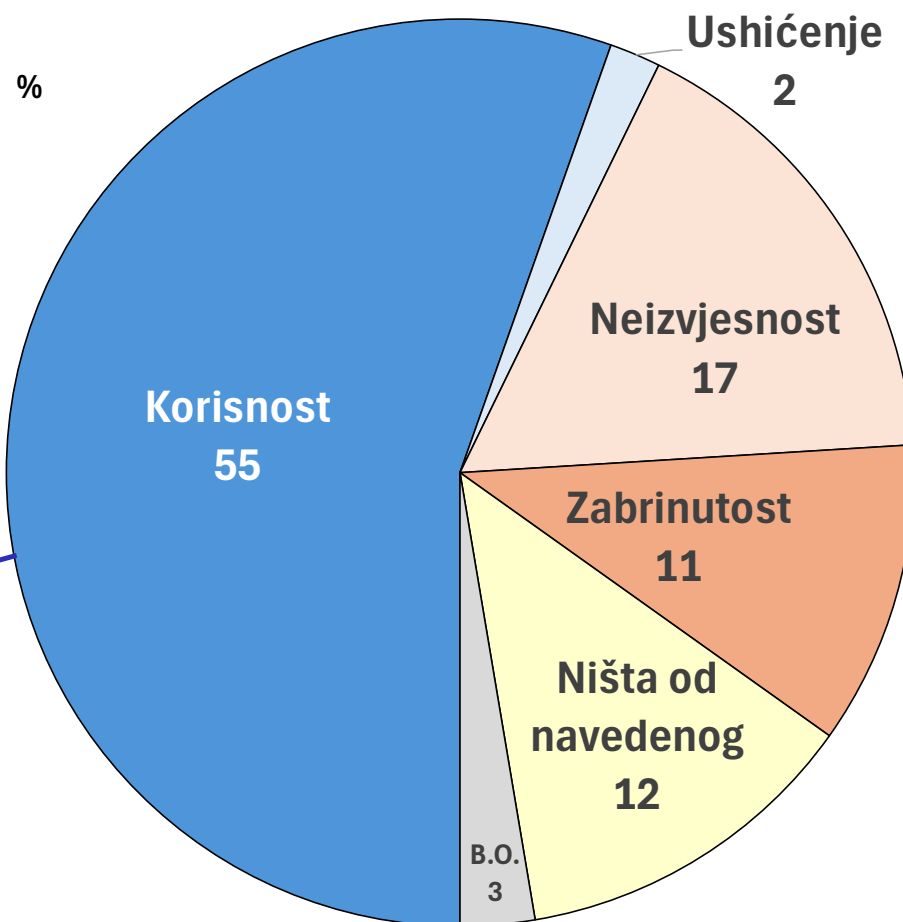
%

SVI



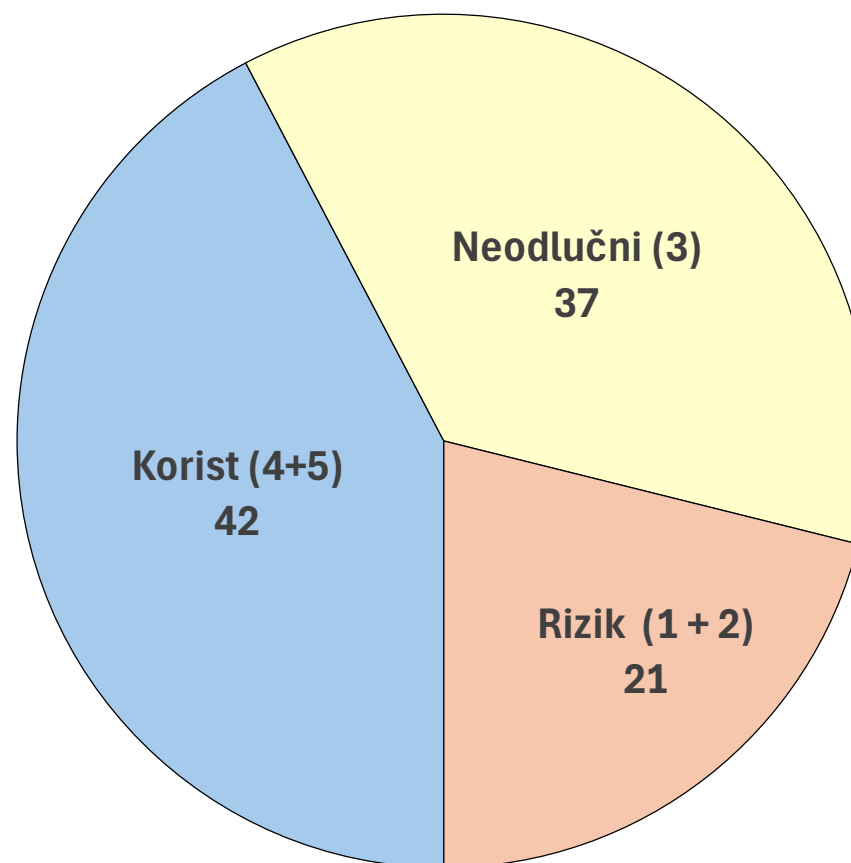
Na skali od 5 = izrazito pozitivan do 1 = izrazito negativan, ocijenite kakav je Vaš općeniti stav prema umjetnoj inteligenciji?

AI najčešće povezuju s korisnošću, ali gotovo trećina spominje neizvjesnost i zabrinutost.



Od sljedećih asocijacija, koja Vam pada na pamet kada čujete frazu "umjetna inteligencija"?

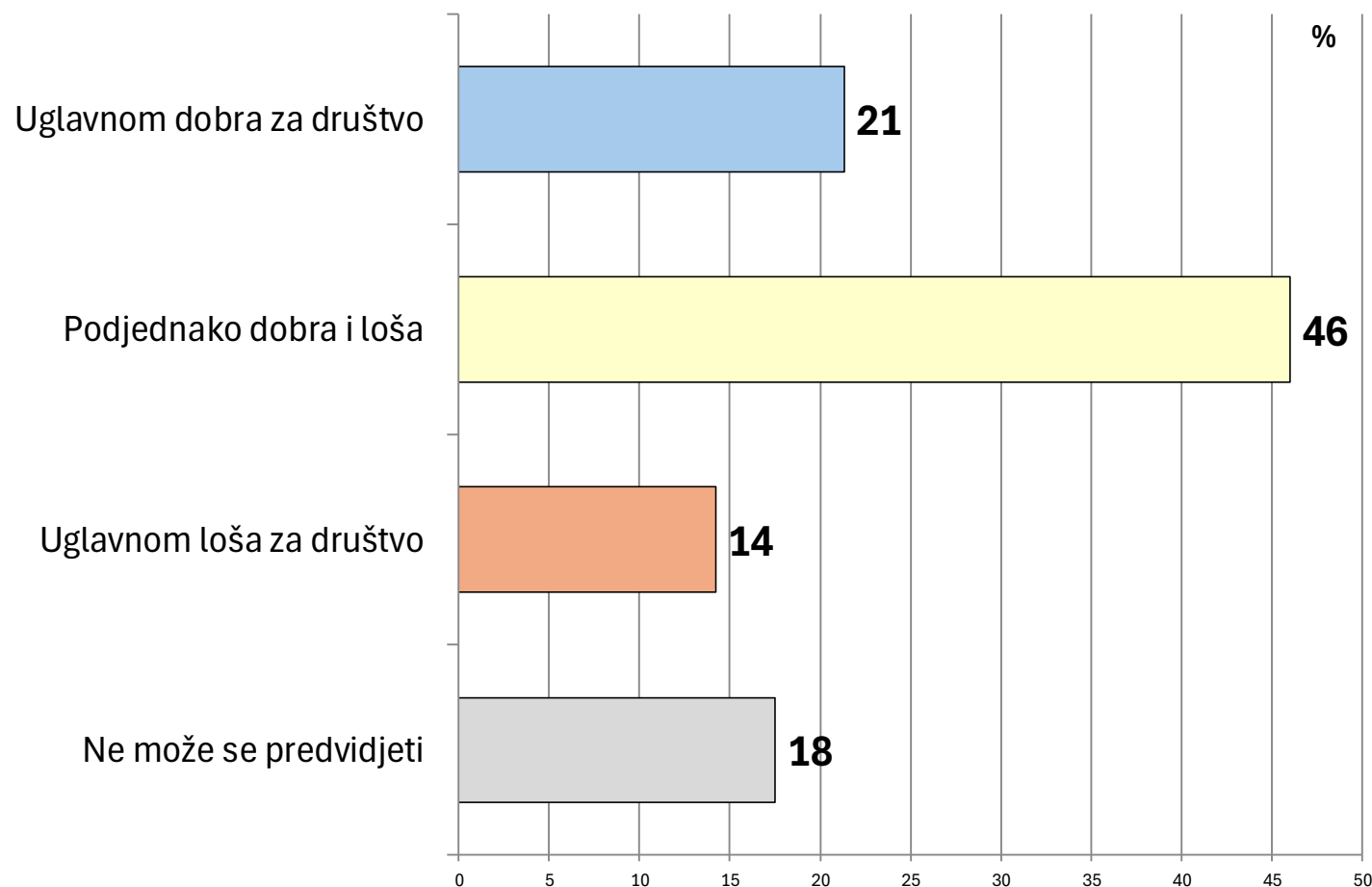
**AI u poslovanju percipira se više kao prilika nego kao prijetnja.
Dvostruko više poduzeća naginje koristima, a ne rizicima. Trećina još neodlučna.**



Koji je Vaš stav o ravnoteži između koristi i rizika korištenja umjetne inteligencije u poslovanju? Procijenite na skali od 1 = više je rizika do 5 = više je koristi.

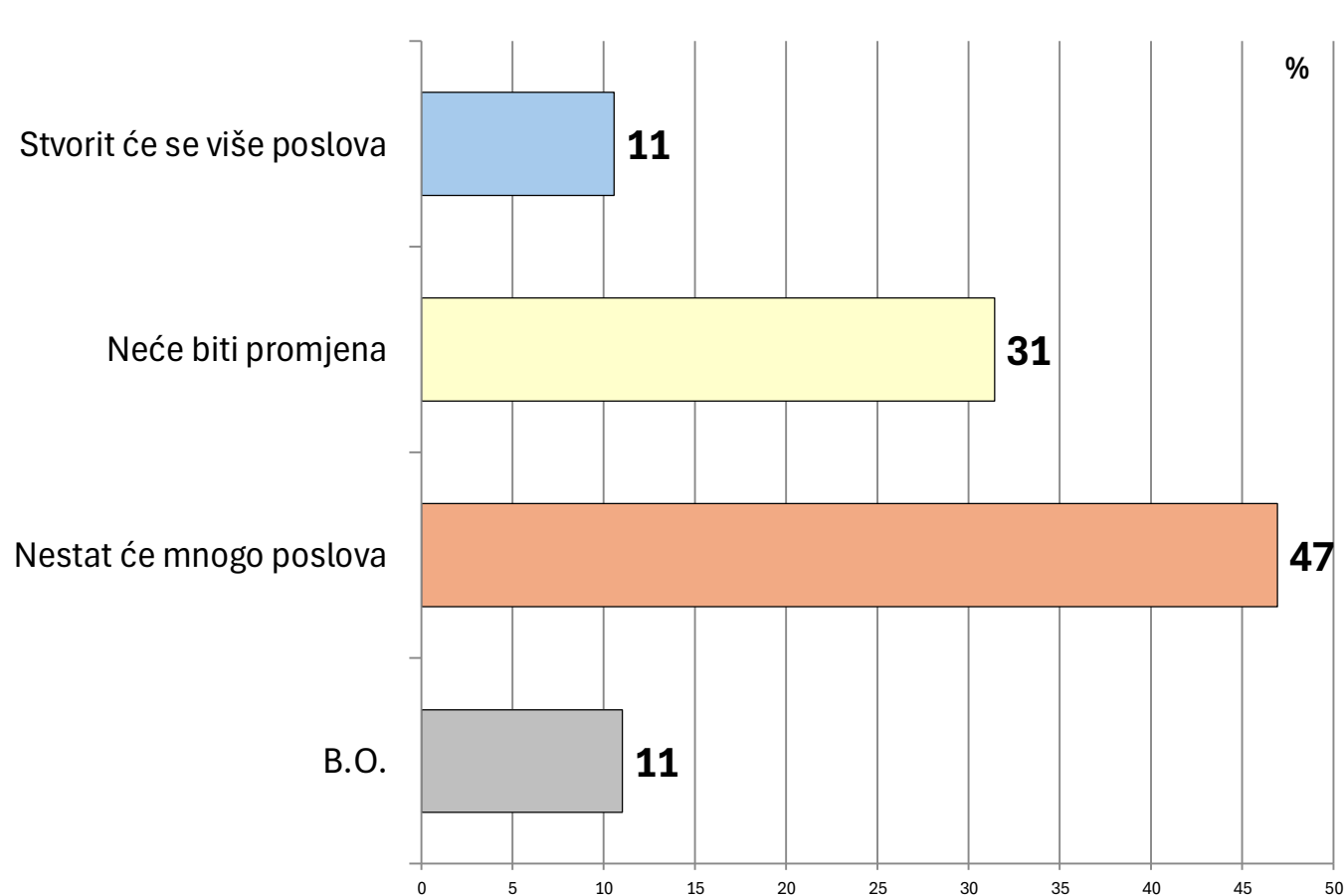
Poslodavci su oprezno optimistični: AI neće biti isključivo dobra niti loša za društvo. Oni s definiranim stavovima: malo više koristi nego rizika.

SVI



Dugoročno, umjetna inteligencija će biti:

AI se percipira kao prijetnja radnim mjestima – očekuje se val nestanka poslova. Gotovo polovica poduzeća predviđa gubitak radnih mjesta u idućih 5 do 10 godina.

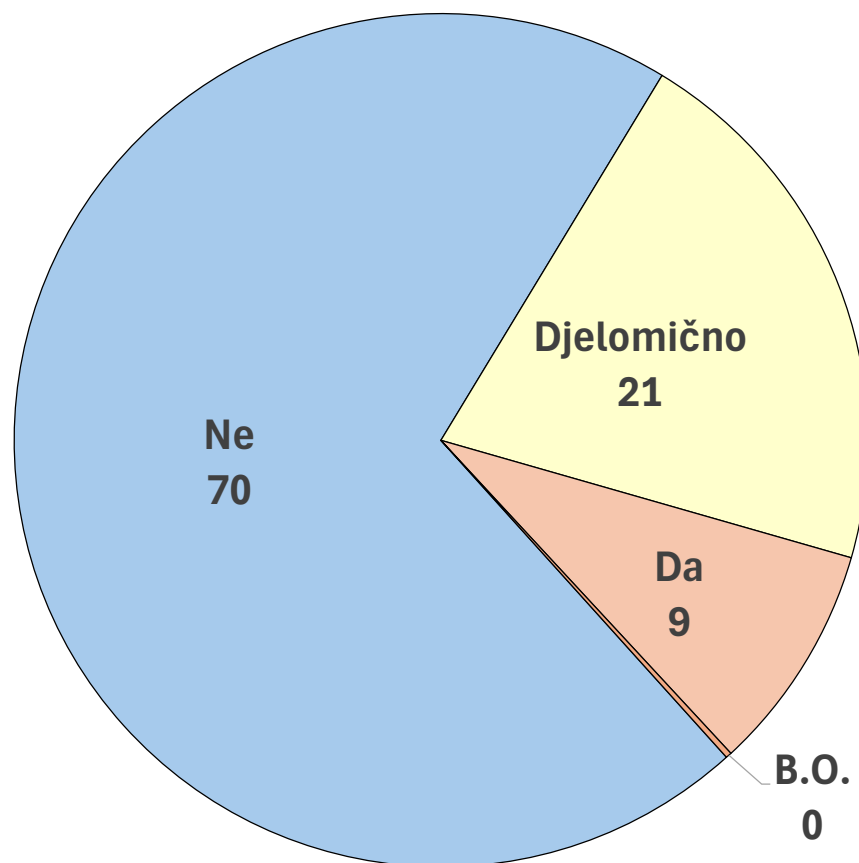


Što mislite da će se dogoditi u RH u sljedećih 5 do 10 godina zbog umjetne inteligencije?

Većina smatra da AI ne može zamijeniti radna mjesta u njihovom poduzeću.

SVI

%

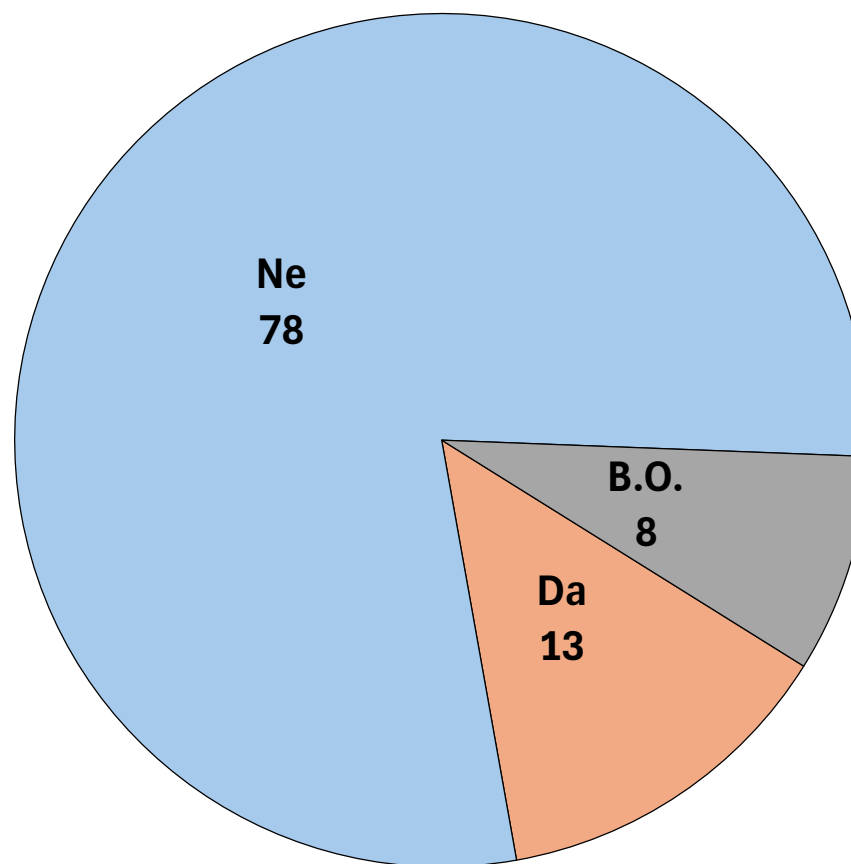


Mislite li da u Vašem poduzeću postoje radna mjesta koja bi AI mogao zamijeniti?

Tri četvrtine smatra da među zaposlenicima nema straha od gubitka posla zbog AI-a.

SVI

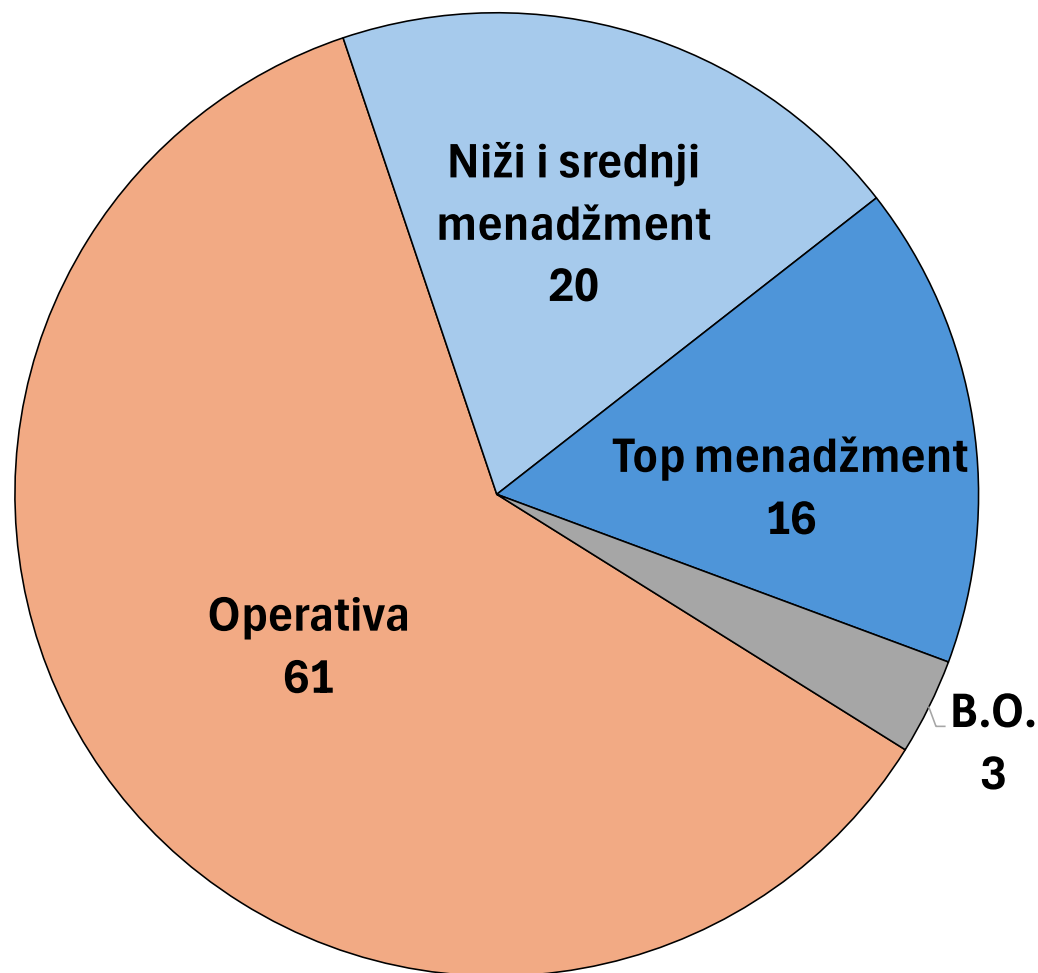
%



Postoji li strah među zaposlenicima za posao ili benefite zbog AI-a?

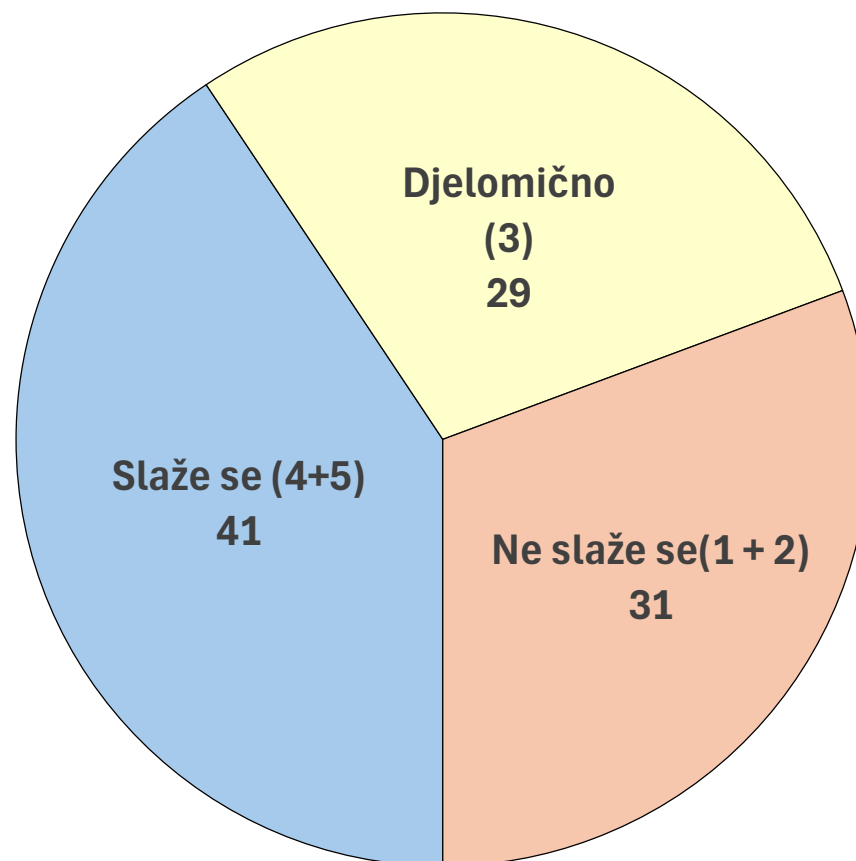
Operativna razina zaposlenika najčešće osjeća nesigurnost zbog AI-a.

Samo oni koji %
prepoznaju strah



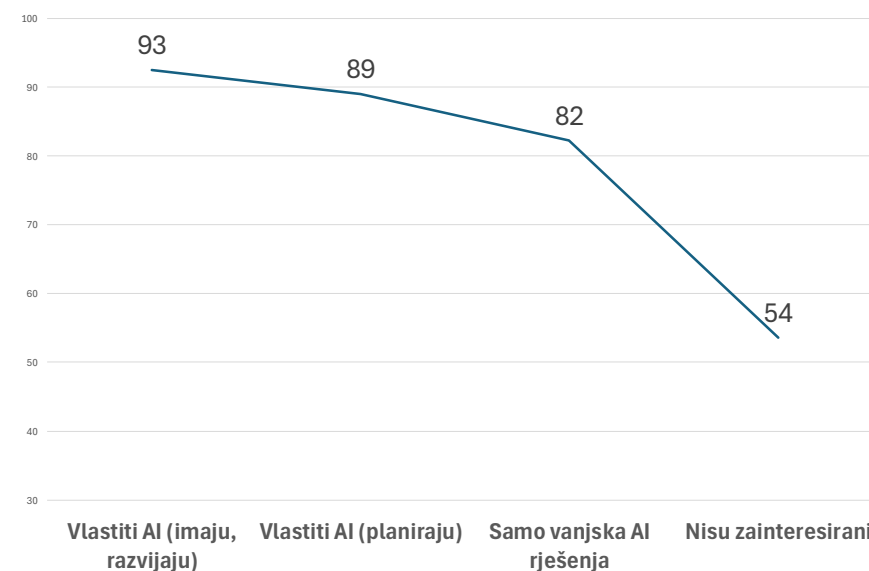
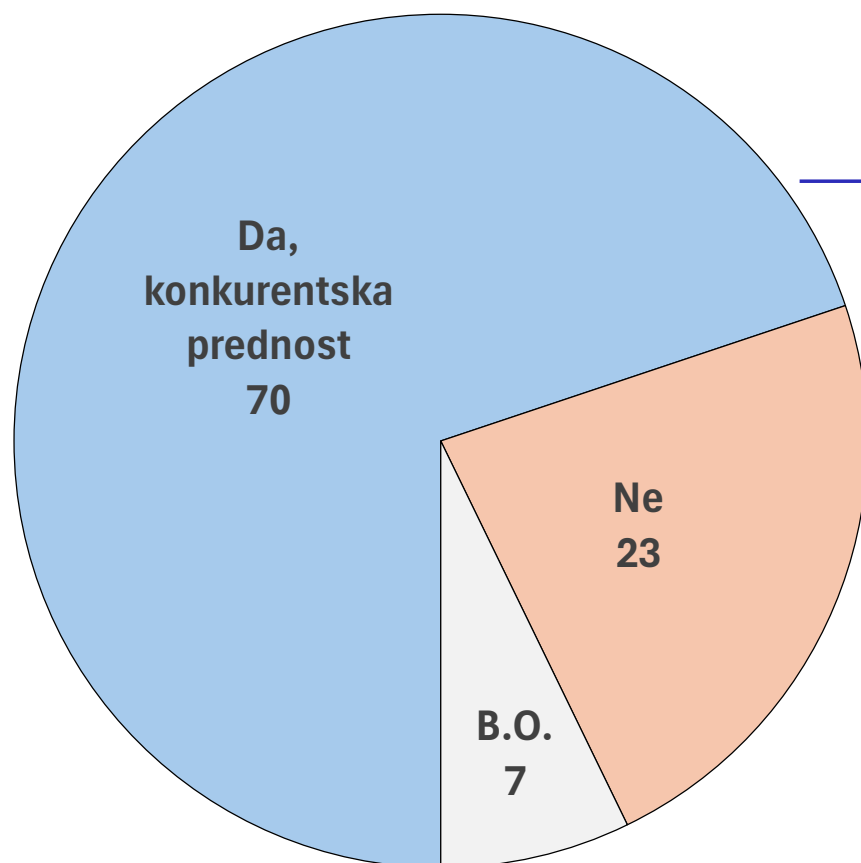
Tko se po Vama najviše brine za posao zbog AI-a?

**Većina poduzeća vjeruje u pozitivan AI utjecaj na poslovanje.
1/3 izražava skepticizam, dok se gotovo još toliko nalazi u zoni neutralnosti.**



Smatrate li da AI može pozitivno utjecati na Vaše poduzeće? Ocijenite na skali od 1 = izrazito se ne slažem do 5 = izrazito se slažem da može pozitivno utjecati.

AI se percipira kao izvor konkurentske prednosti.
Što je AI angažman veći, tim je percepcija konkurentske prednosti izraženija.

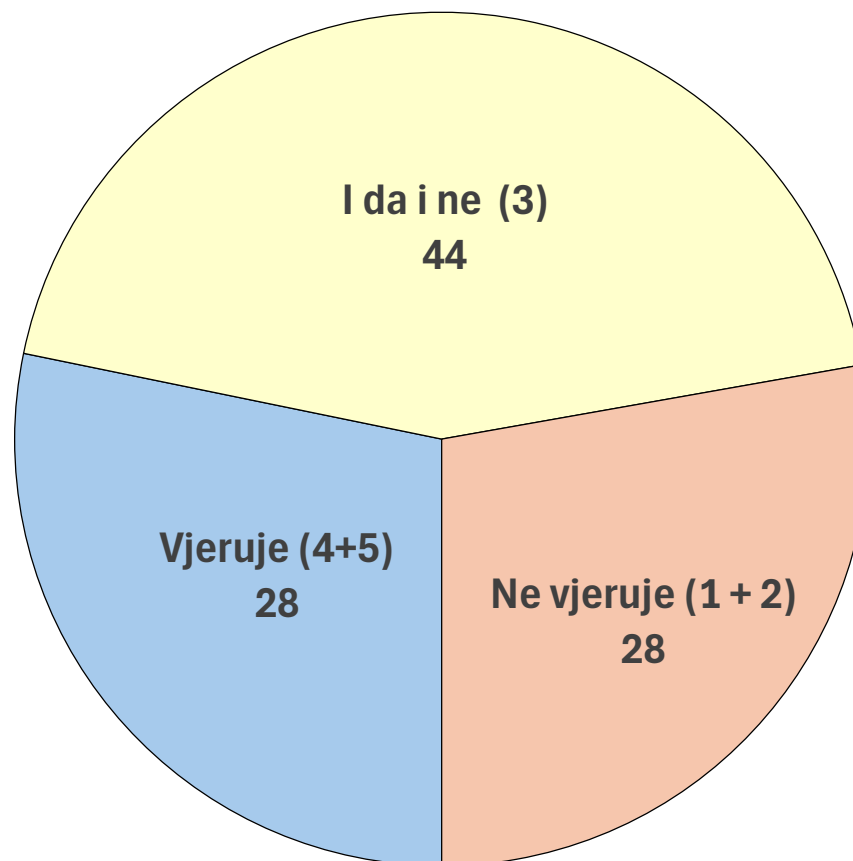


Smatrate li da korištenje AI-a u poslovanju donosi konkurentsku prednost?

Podjednaka razina povjerenja u AI tehnologije.

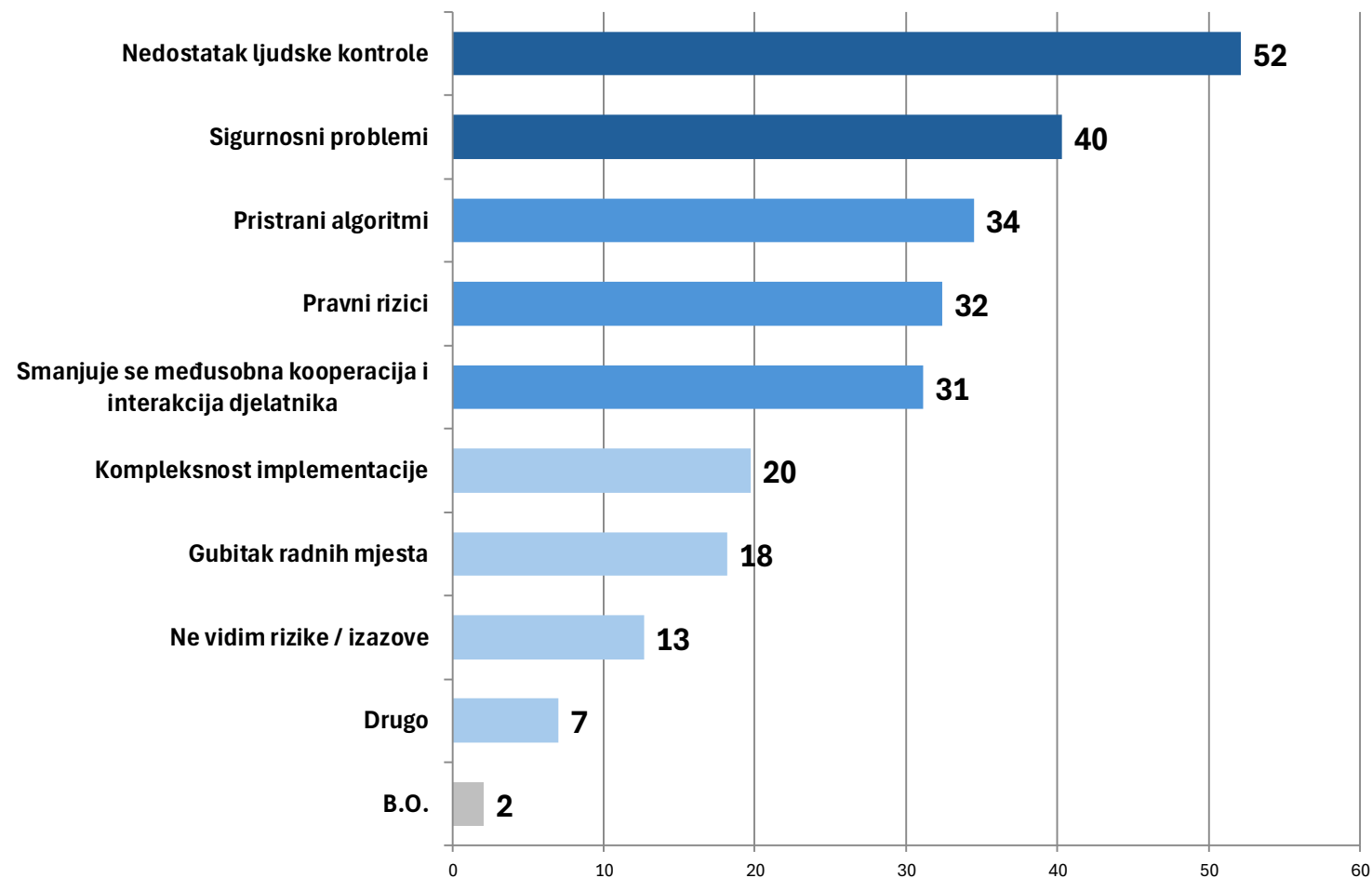
SVI

%



U kolikoj mjeri vjerujete primjeni AI sustava?

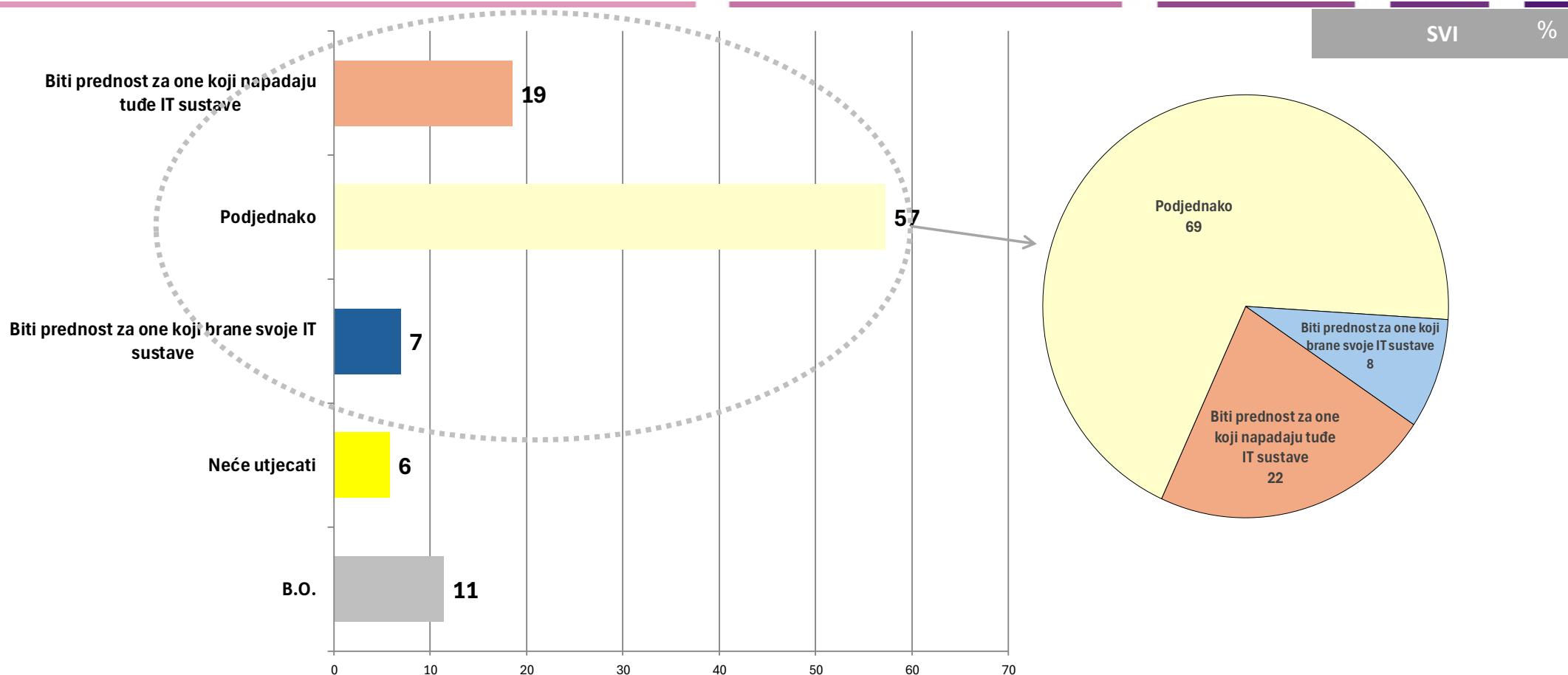
Postoje realne zabrinutosti oko nedostatka ljudske kontrole i sigurnosti.



SVI %

Koje sve potencijalne rizike ili izazove vidite u korištenju AI u Vašem poduzeću? **MOGUĆE VIŠE ODGOVORA – zbroj % veći od 100 %**

**AI se vidi i kao prijetnja i kao prilika u području kibernetičke sigurnosti.
Svaki peti vidi AI kao prednost za napadače, dok se defenzivni potencijal rjeđe prepoznaje.**



U sljedeće dvije godine, hoće li AI u području kibernetičke sigurnosti predstavljati prednost za napadače ili za obranu IT sustava?



HUP

Hrvatska udruga poslodavaca



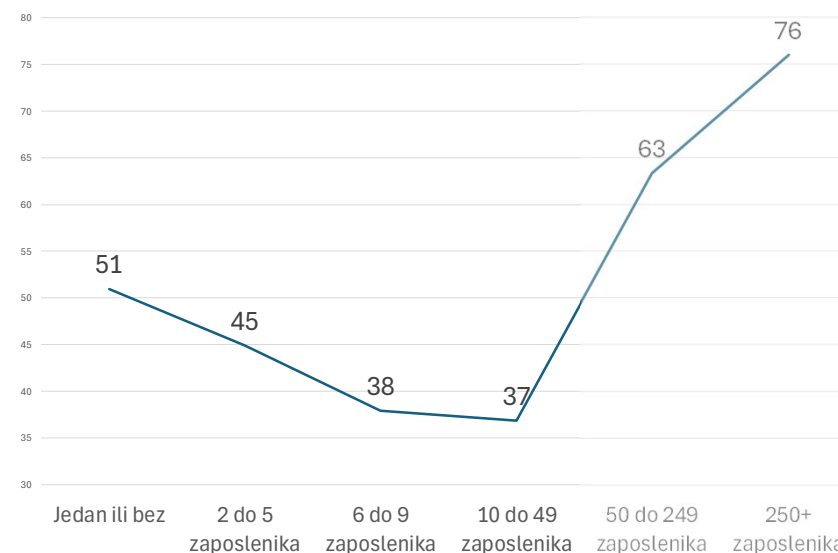
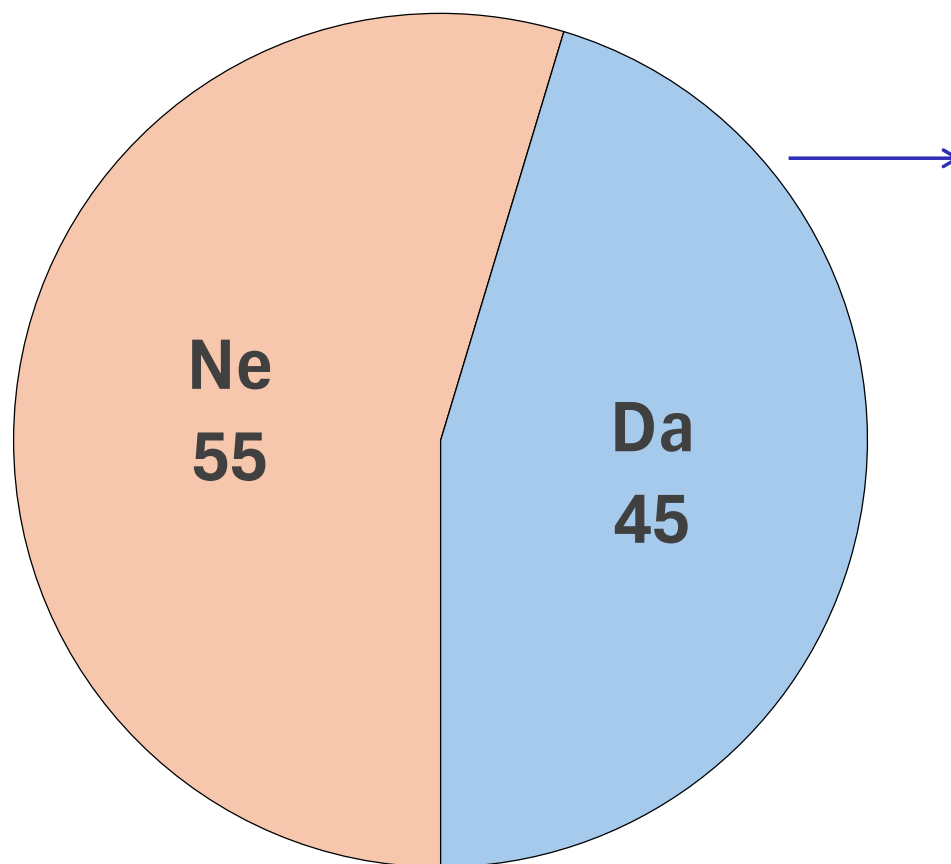
PRIZMA

CENTAR ZA POSLOVNU INTELIGENCIJU

HUP AI B2B 2025.

Korištenje AI-a u poslovanju

Značajan broj poduzeća već koristi AI u poslovanju, ali još uvijek je više onih koji ne koriste.



Srednje velike tvrtke često nemaju ni agilnost malih ni resurse velikih, što otežava implementaciju AI-a.

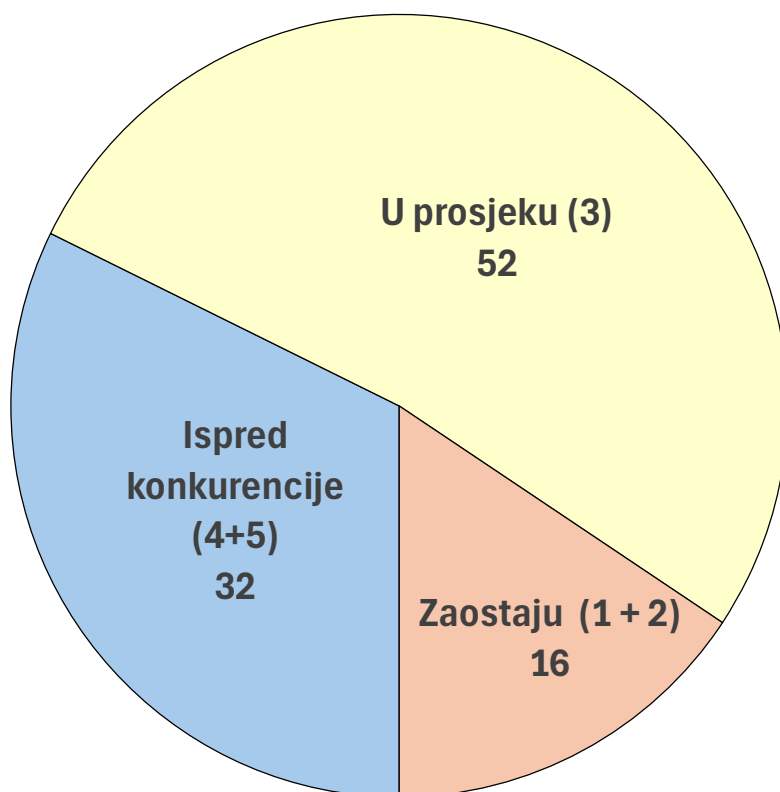
Kod njih je u fokusu operativna stabilnost, dok se AI percipira kao skupa ili rizična inovacija.

Koristite li AI u Vašem poduzeću?

Većina poduzeća smatra da su "ukorak" s konkurencijom po pitanju AI-a.

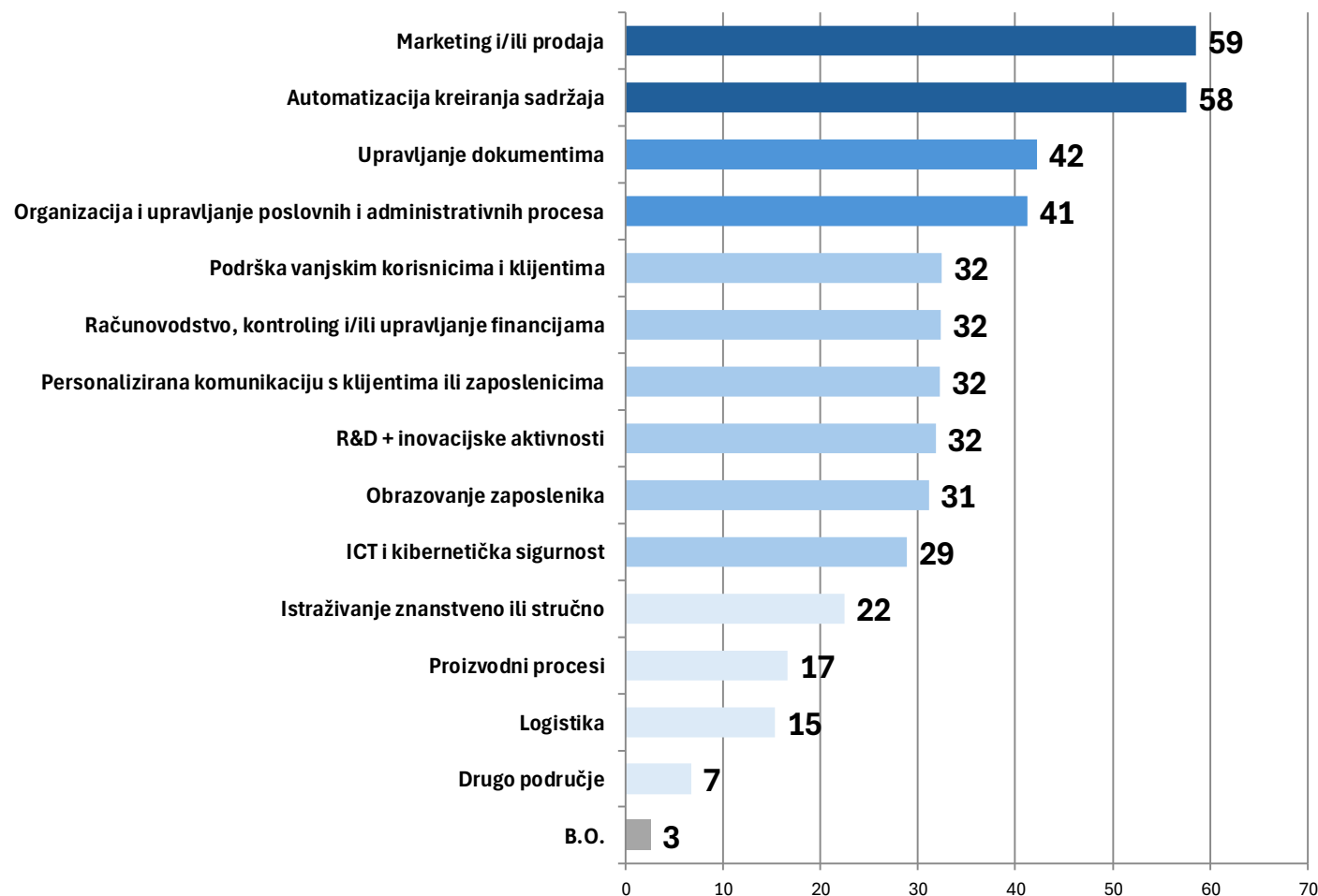
%

Samo oni koji koriste
AI u poduzeću



Kako ocjenjujete razinu korištenja AI-a u Vašem poduzeću u usporedbi s konkurencijom? Procijenite na skali od 1 = izrazito zaostajemo do 5 = izrazito smo ispred konkurencije.

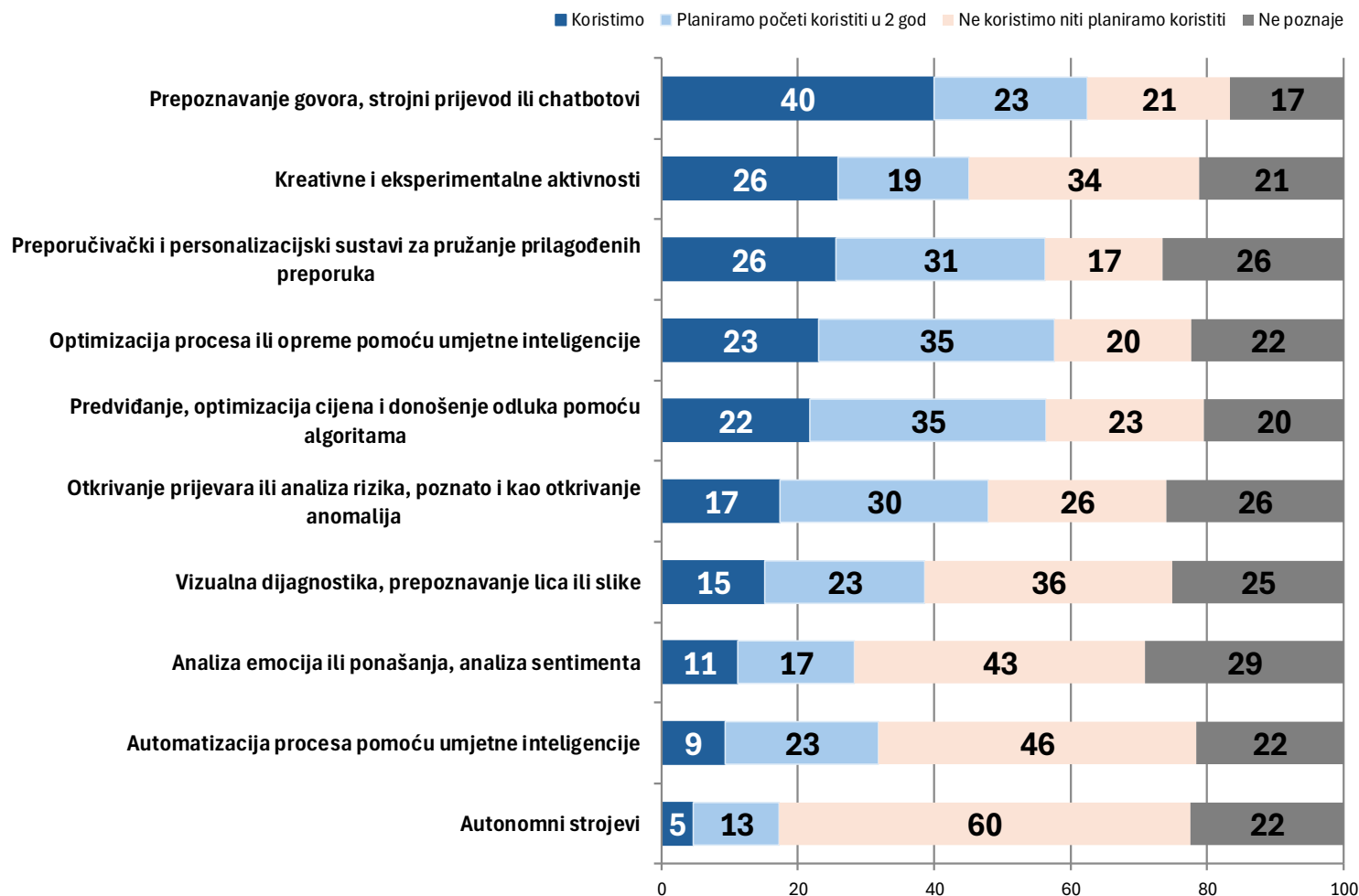
AI se najčešće koristi ili planira u marketingu, prodaji i automatizaciji sadržaja, dok su operativna i tehnička područja manje zastupljena. Upravljanje dokumentima i poslovnim procesima slijede kao najčešći AI interni prioriteti.



Oni koji koriste, implementiraju i planiraju (27%)

U kojim sve područjima koristite ili namjeravate koristiti AI? **MOGUĆE VIŠE ODGOVORA – zbroj % veći od 100 %**

Najpoznatije i najčešće primijenjene AI funkcionalnosti odnose se na **jezične modele, personalizaciju i kreativne alate**. Primjene poput **autonomnih strojeva, analize sentimenta i RPA sustava** još su uglavnom nepoznate ili izvan planova.



Oni koji koriste, implementiraju i planiraju %

Koliko Vam je poznato, kakvo je trenutno stanje poznavanja i/ili implementacije svake od ovih primjena u Vašoj tvrtki?

Primjene na populaciji poduzeća (svi): % su značajno manje dojmljivi.

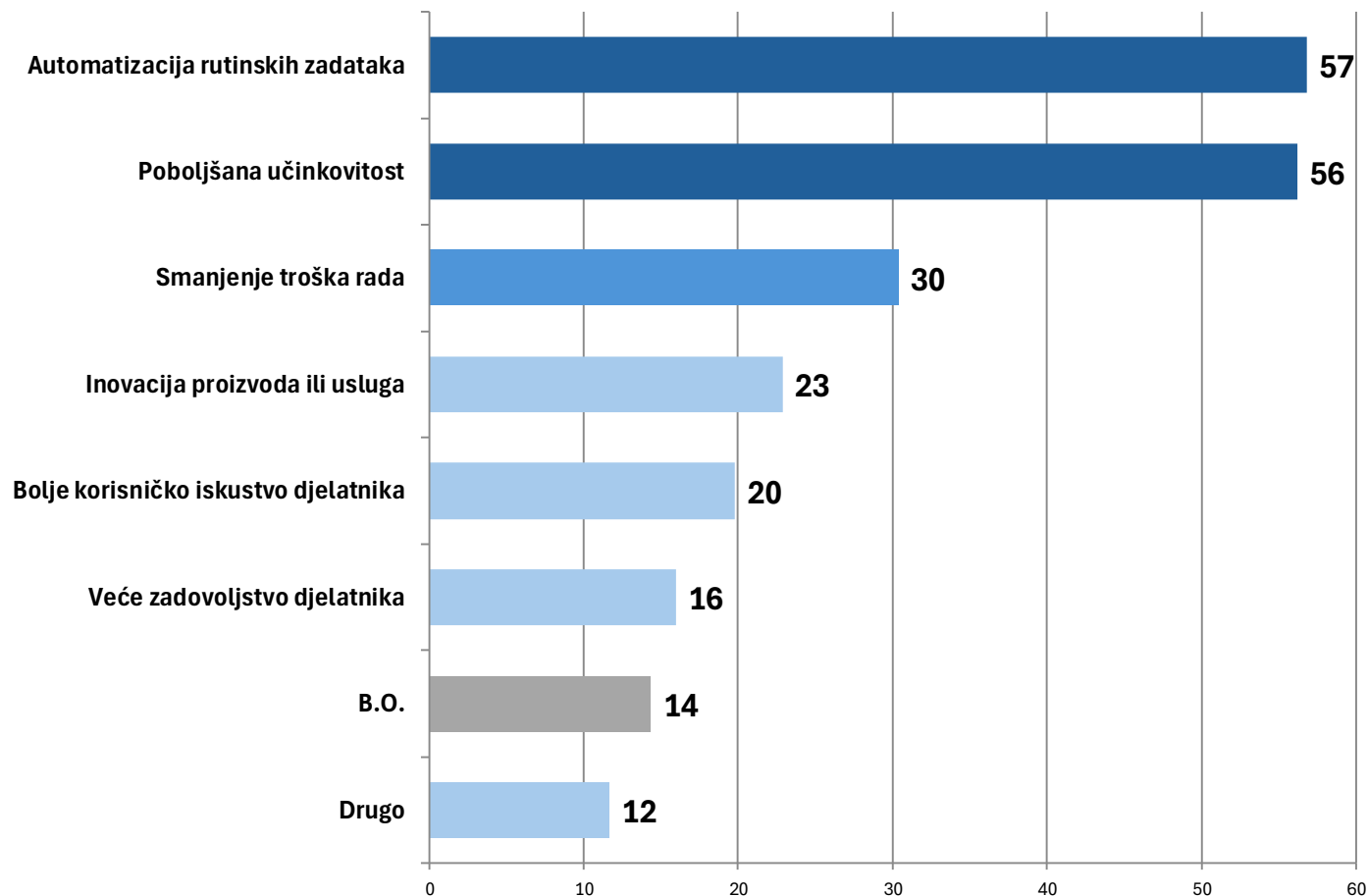


SVI %

AI se prepoznaje kao alat za automatizaciju i povećanje učinkovitosti.

SVI

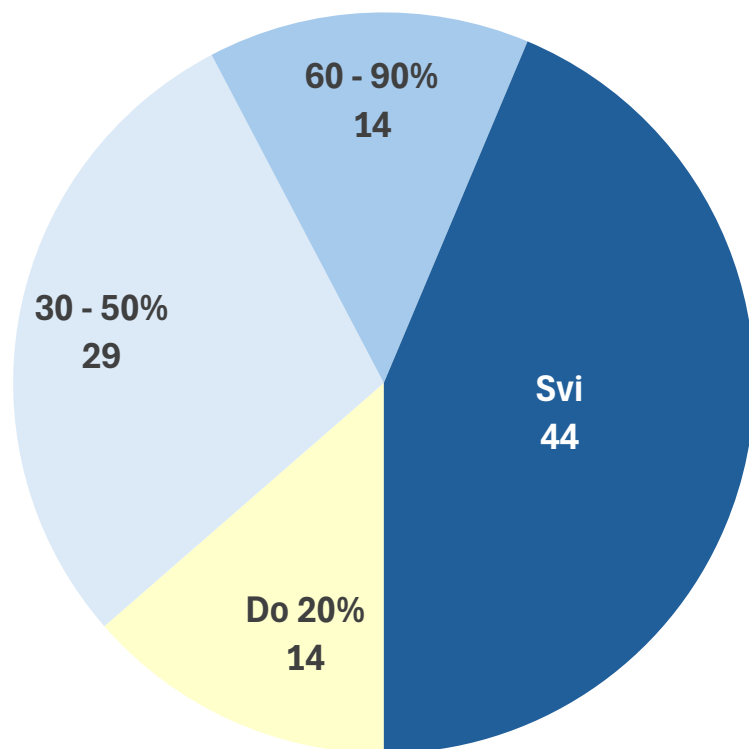
%



Koje sve prednosti vidite u korištenju AI-a za poboljšanje u Vašem poduzeću? **MOGUĆE VIŠE ODGOVORA – zbroj % veći od 100 %**

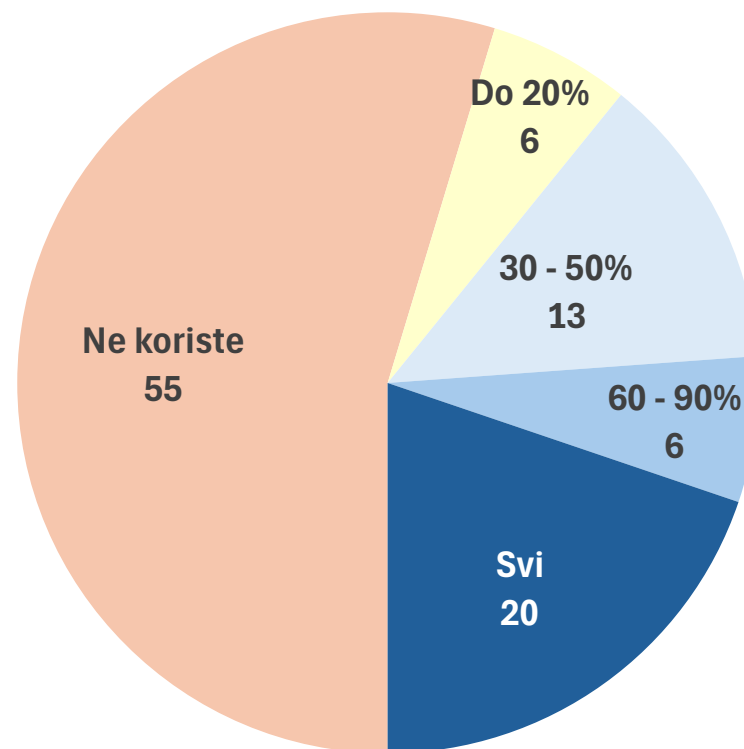
Korištenje AI alata među zaposlenicima još uvijek je relativno ograničeno.

Samo oni koji koriste
AI u poduzeću



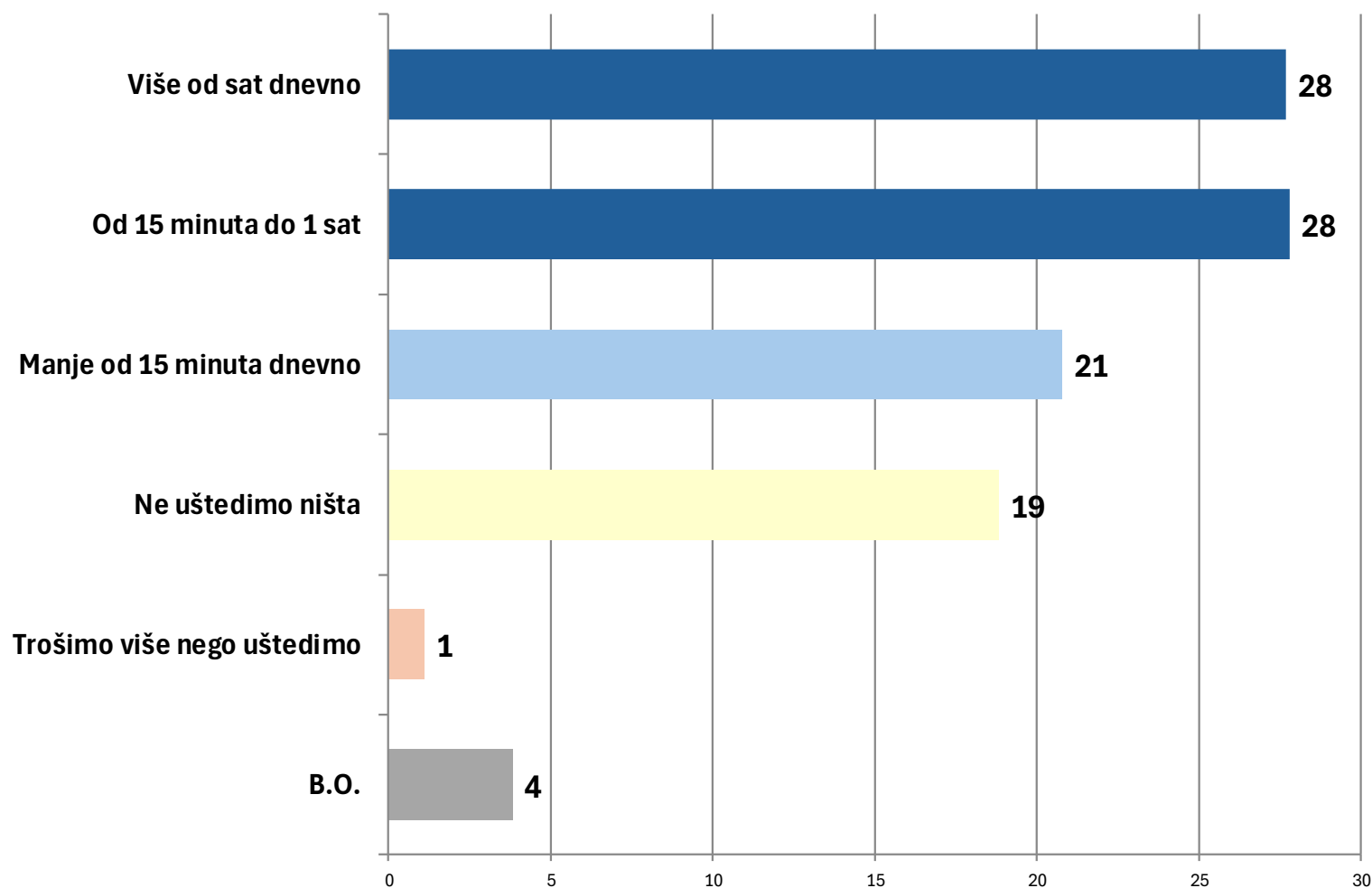
SVI

%



Koliki udio zaposlenika u Vašoj tvrtki koristi AI alate?

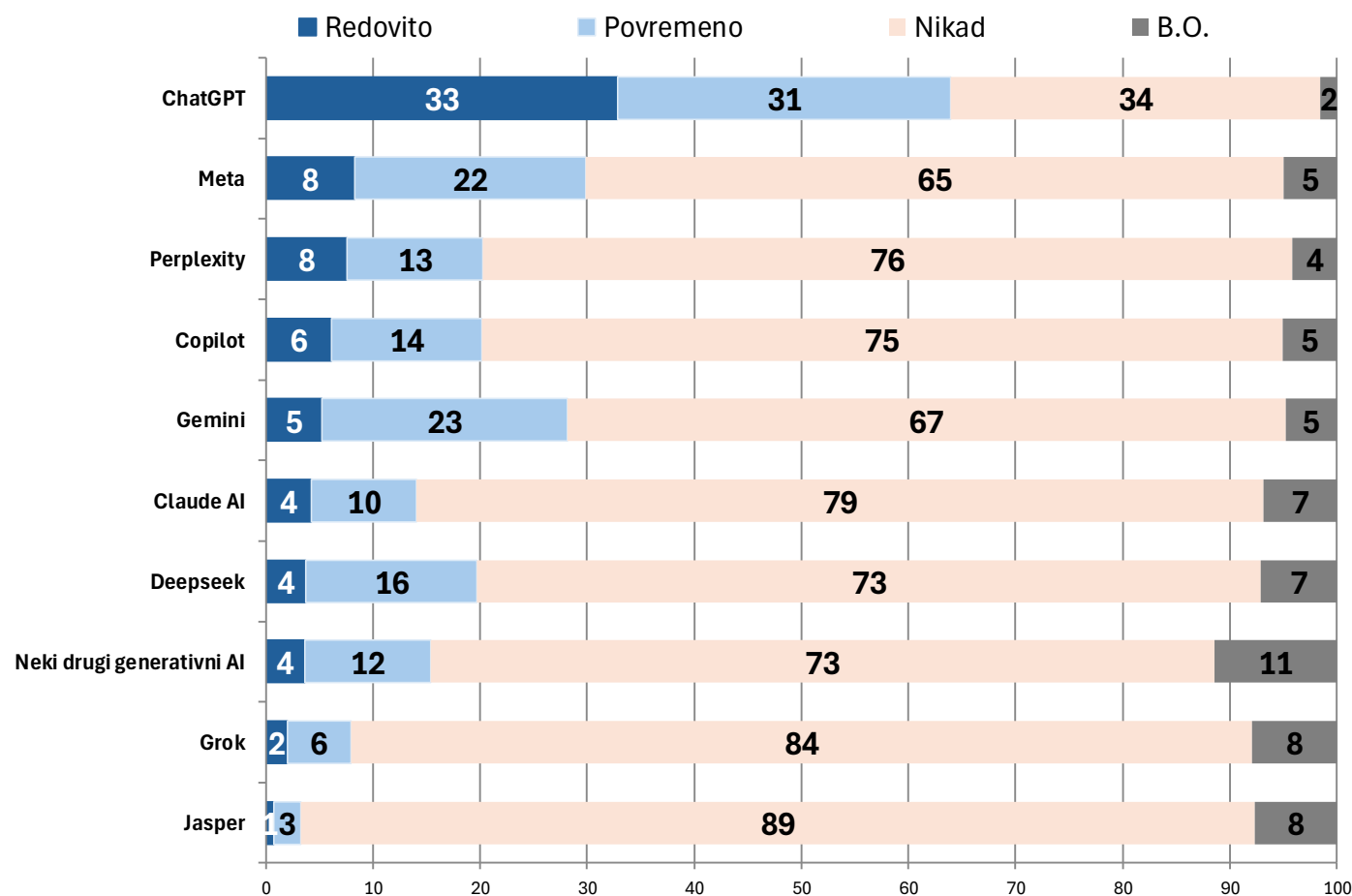
Kod većine poduzeća korištenje AI alata rezultira konkretnom vremenskom uštedom – **1/4** navodi **više od sat dnevno** po zaposleniku, a **1/4** **15 min do 1 sat**. Svaki **peti** smatra da nema uštede. Negativan efekt iznimno je rijedak.



Oni koji koriste neki od prethodnih alata %

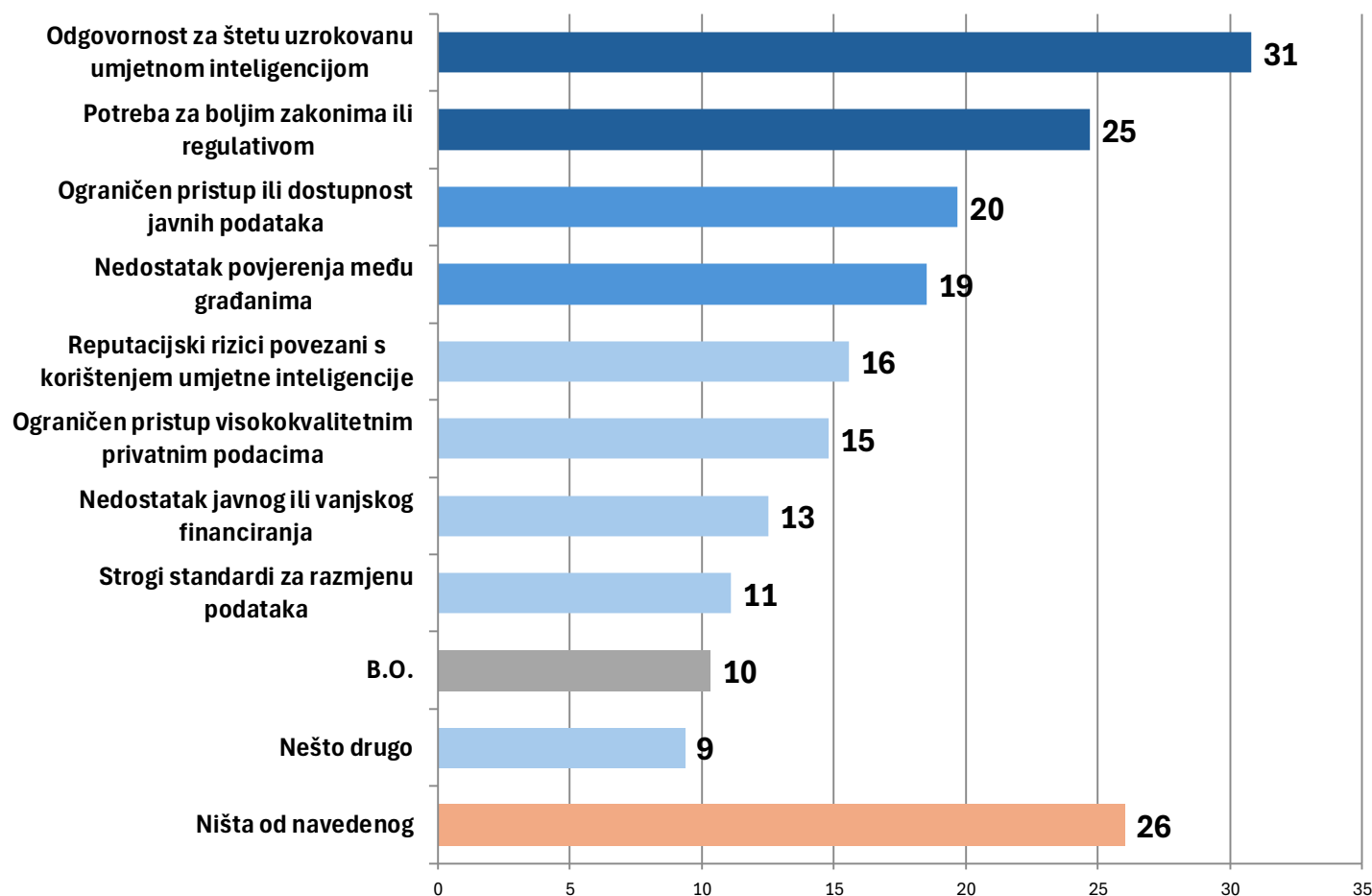
Procijenite koliko vremena uštedite po djelatniku. [korištenjem AI-a alata]

ChatGPT je daleko najčešće korišten AI alat u poduzećima – trećina ga koristi redovito. Ostali generativni alati imaju značajno manju razinu korištenja.



Koliko se često koriste sljedeći AI alati u Vašem poduzeću?

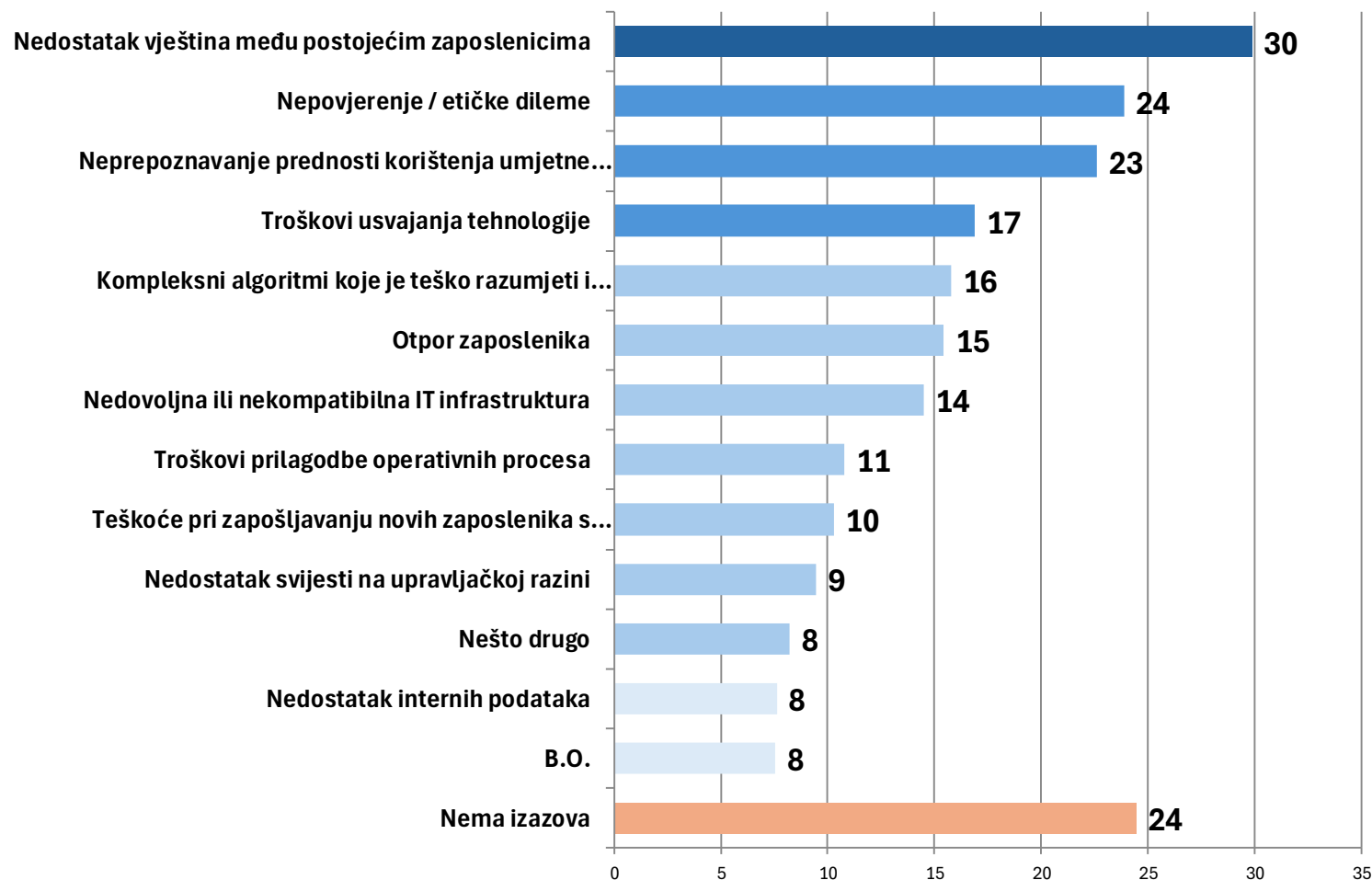
Glavni vanjski izazovi su odgovornost za štetu uzrokovanu AI-jem i potreba za boljim zakonima ili regulativom. Čak četvrtina nije ništa od ponuđenog prepoznala kao izazove.



SVI %

Koji su sve vanjski izazovi ili prepreke za korištenje umjetne inteligencije s kojima se Vaša tvrtka susrela? MOGUĆE VIŠE ODGOVORA – zbroj % veći od 100 %

Najčešći **unutarnji** izazovi za primjenu AI-ja su **nedostatak vještina**, **etičke dileme** i **neprepoznavanje koristi**. Spominju se i **operativni izazovi** poput troškova, tehničke složenosti te **otpora zaposlenika**. **Četvrtina poduzeća** navodi da **nema internih barijera**.



SVI %

Koji su sve **interni** izazovi ili prepreke za korištenje umjetne inteligencije s kojima ste se susreli unutar Vaše tvrtke? **MOGUĆE VIŠE ODGOVORA** – zbroj % veći od

100 %



HUP

Hrvatska udruga poslodavaca



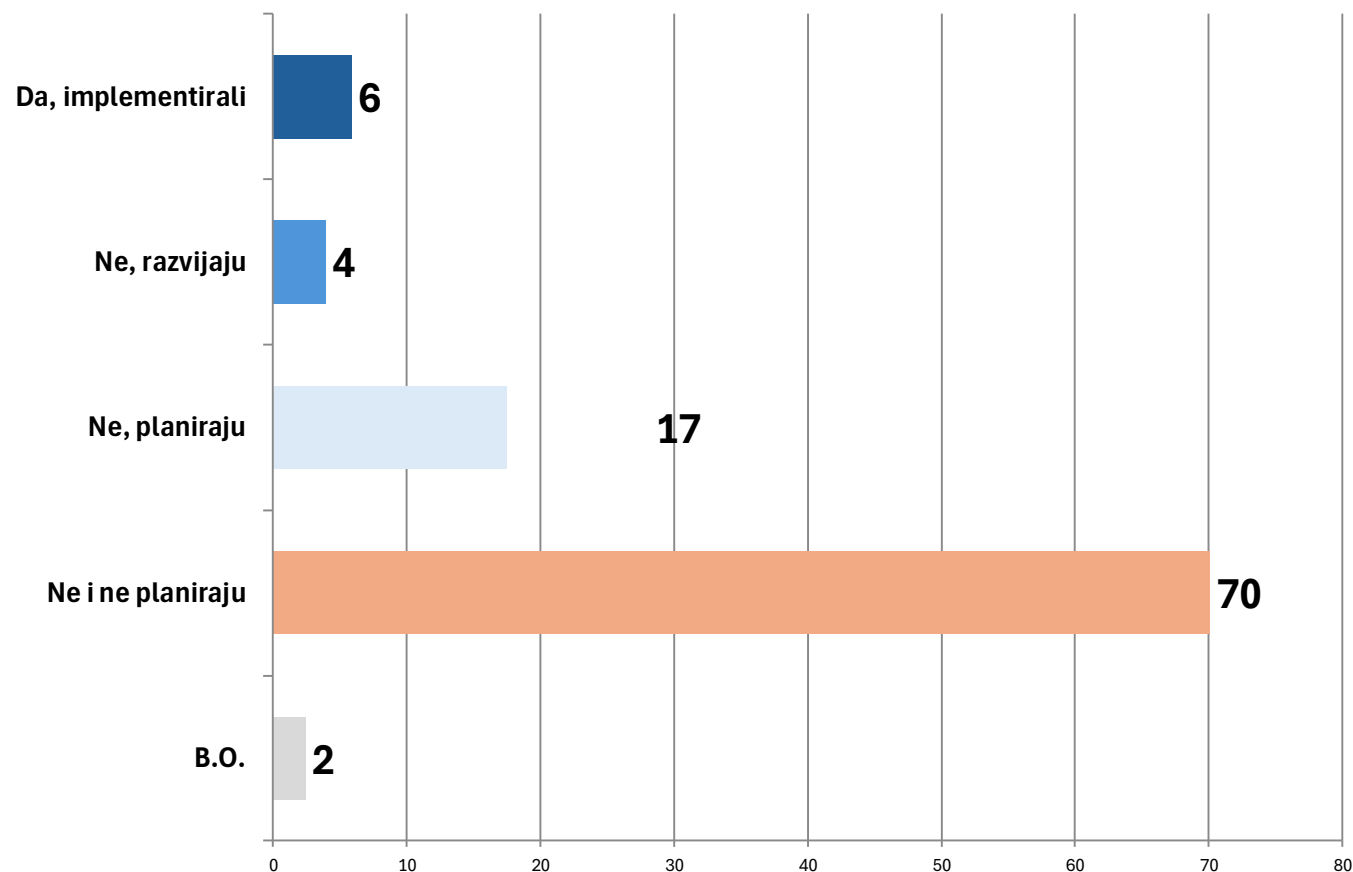
PRIZMA

CENTAR ZA POSLOVNU INTELIGENCIJU

HUP AI B2B 2025.

AI R&D

**Vlastita AI rješenja još su rijetka, većina poduzeća zaostaje u teh. transformaciji.
Aktivni razvoj ili planovi postoje tek u petini slučajeva, dok 70% ne vidi AI kao prioritet.**



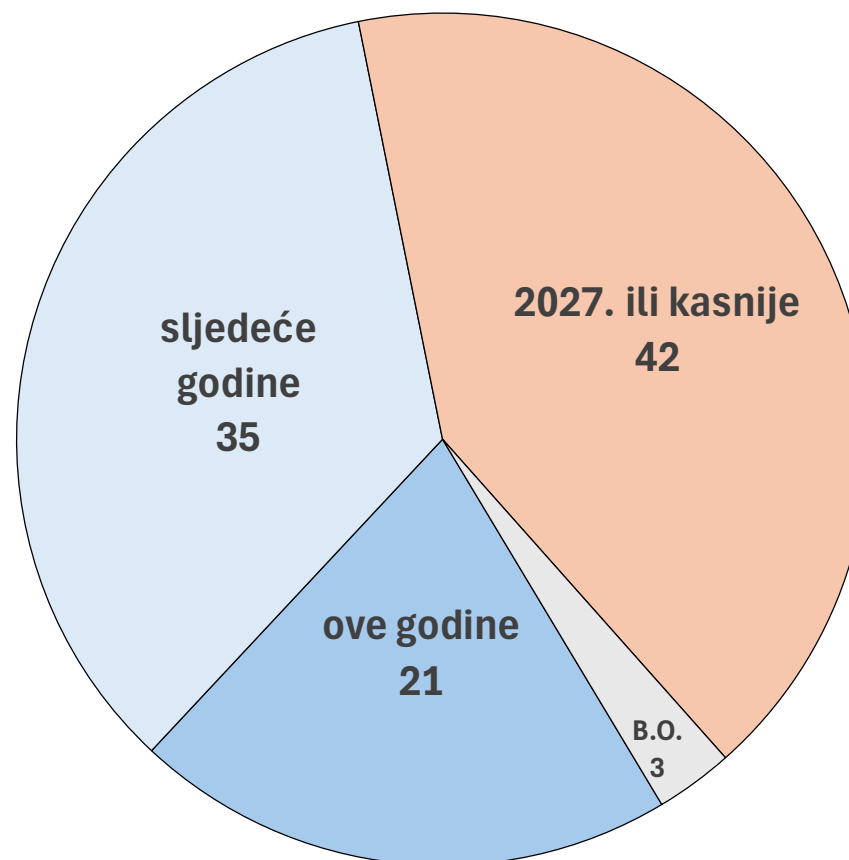
SVI

%

Je li Vaše poduzeće već implementiralo ili planirate implementirati neko vlastito ili prilagođeno AI rješenje?

**Većina planiranih AI projekata očekuje se do kraja 2026 (56%) .
No, čak 42% se očekuje 2027. ili kasnije.**

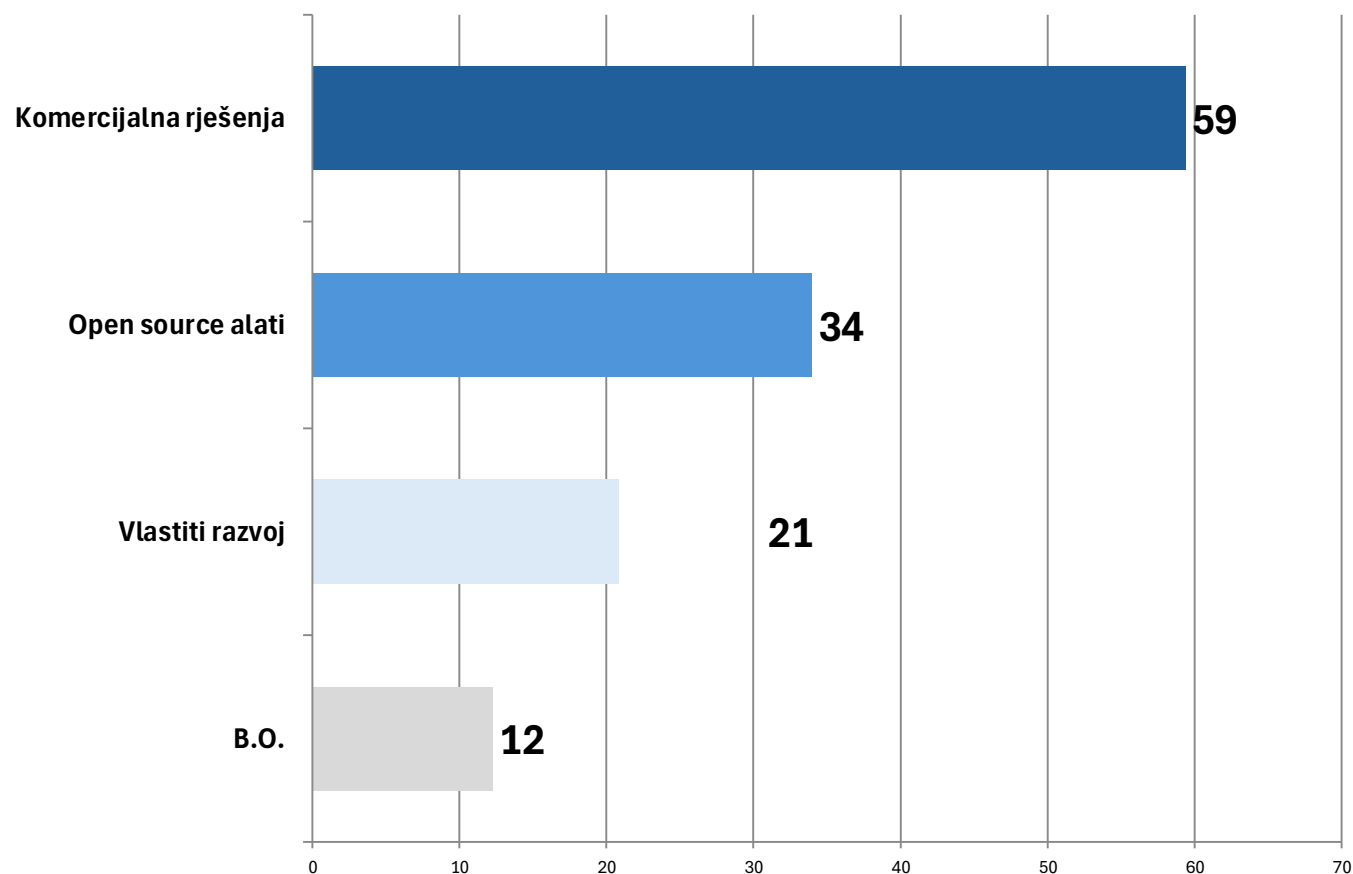
Oni koji implementiraju
i planiraju %



Kada očekujete implementaciju?

Većina poduzeća oslanja se na komercijalna AI rješenja.
Vlastiti razvoj je opcija za svako peto poduzeće. Open-source alati prisutni su kod trećine.

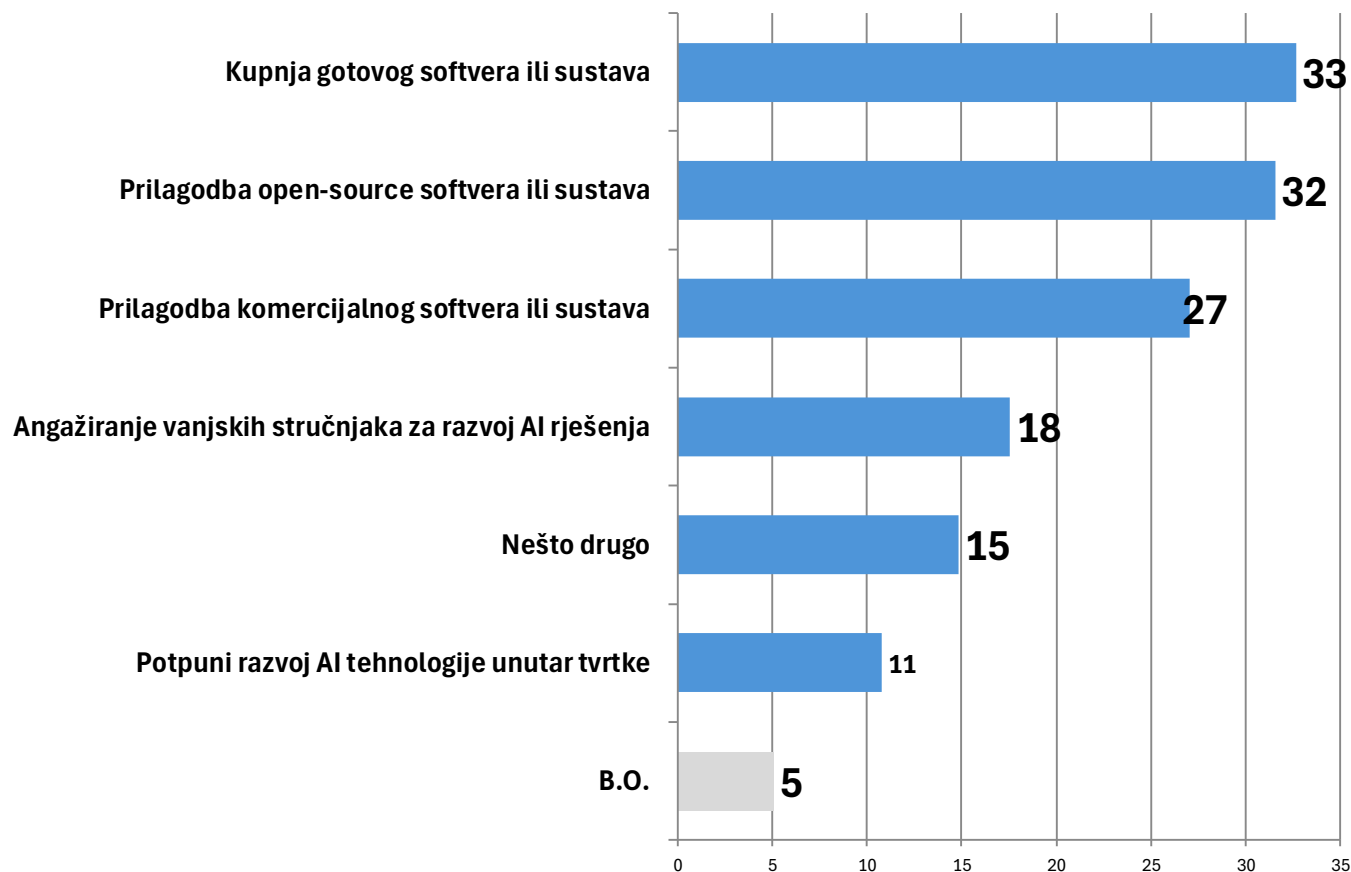
Oni koji koriste,
implementiraju i
planiraju %



Koje sve platforme koristite za razvoj ili implementaciju AI rješenja? MOGUĆE VIŠE ODGOVORA – zbroj % veći od 100 %

Najčešći pristupi nabavi AI rješenja temelje se na kupnji ili prilagodbi sustava. Potpuni interni razvoj koristi tek manji broj poduzeća, dok se vanjski stručnjaci angažiraju u svakoj petoj tvrtki.

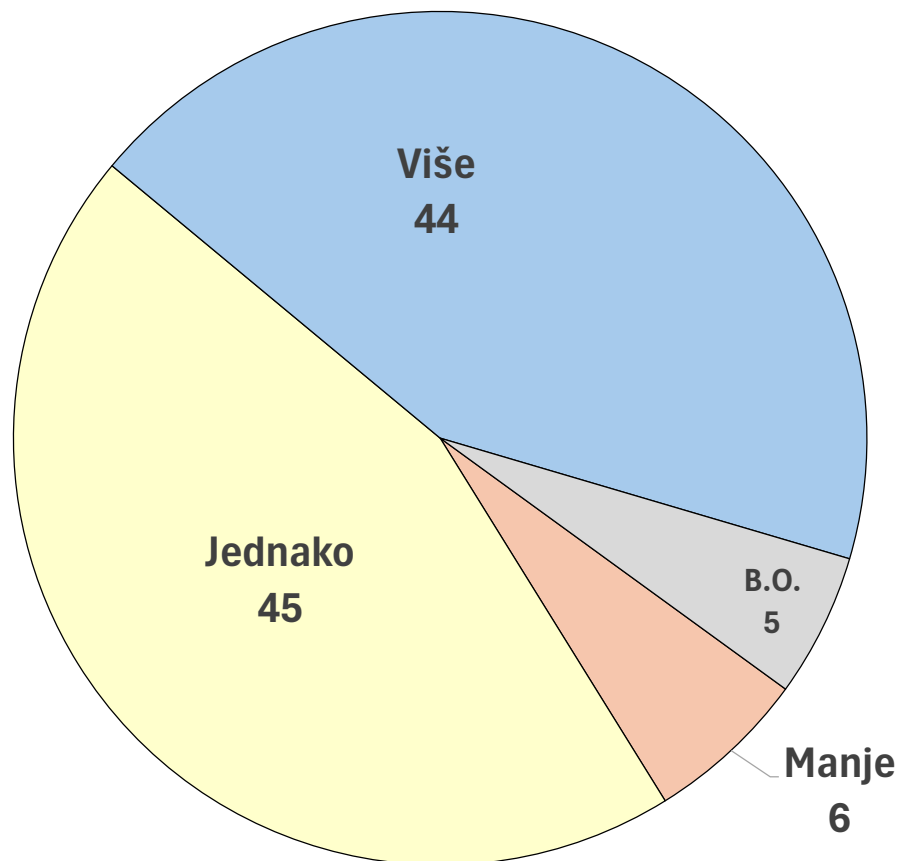
Oni koji koriste, implementiraju i planiraju %



Koje sve načine nabave je Vaša tvrtka koristila prilikom nabave AI rješenja? **MOGUĆE VIŠE ODGOVORA – zbroj % veći od 100 %**

**Očekuje se stabilan ili rastući investicijski trend.
4 od 10 najavljuju povećanje ulaganja, a smanjenje planira tek manji udio.**

Oni koji koriste, implementiraju i planiraju %



Namjeravate li ulagati u AI: manje, jednako ili više u idućih godinu dana?



HUP

Hrvatska udruga poslodavaca



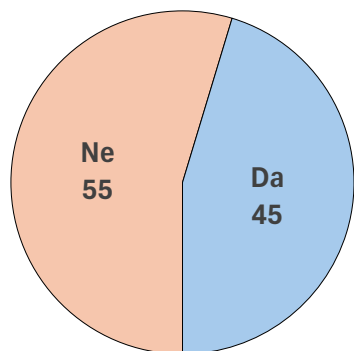
PRIZMA

CENTAR ZA POSLOVNU INTELIGENCIJU

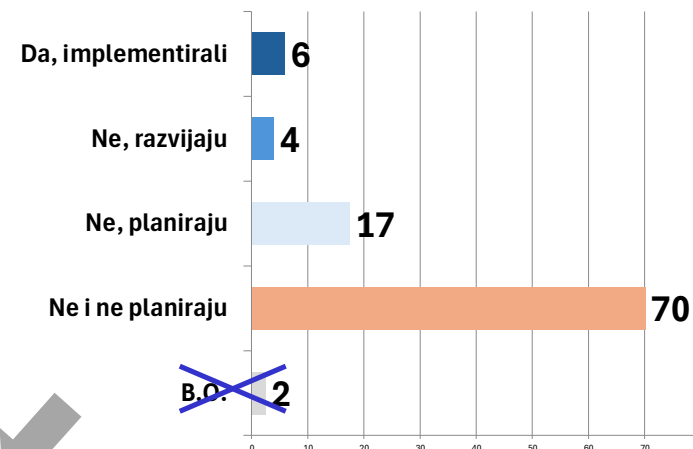
HUP AI B2B 2025.

Aktivnosti

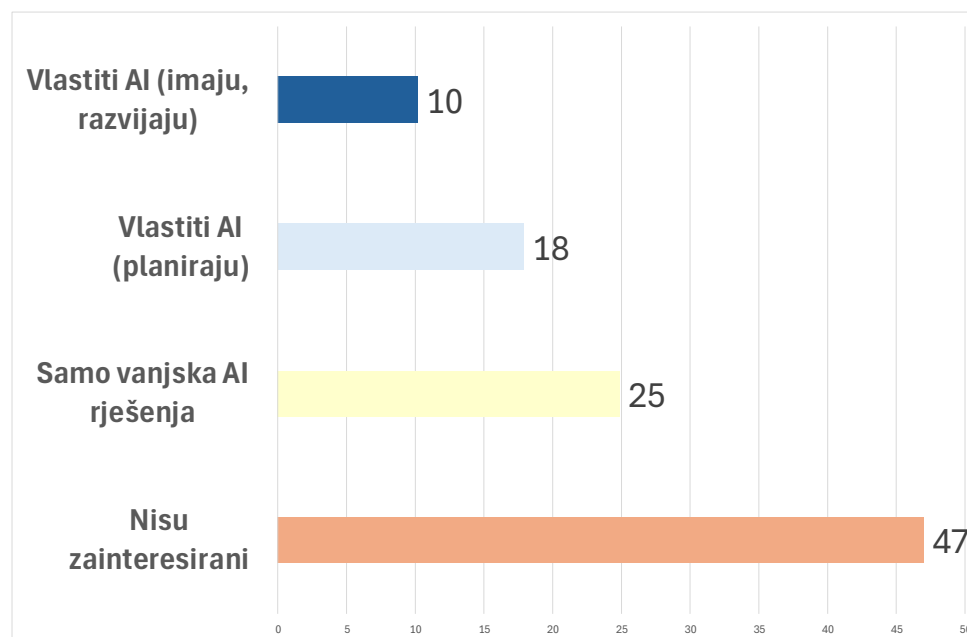
Koristite li AI u Vašem poduzeću?



Je li Vaše poduzeće već implementiralo ili planirate implementirati neko vlastito ili prilagođeno AI rješenje?

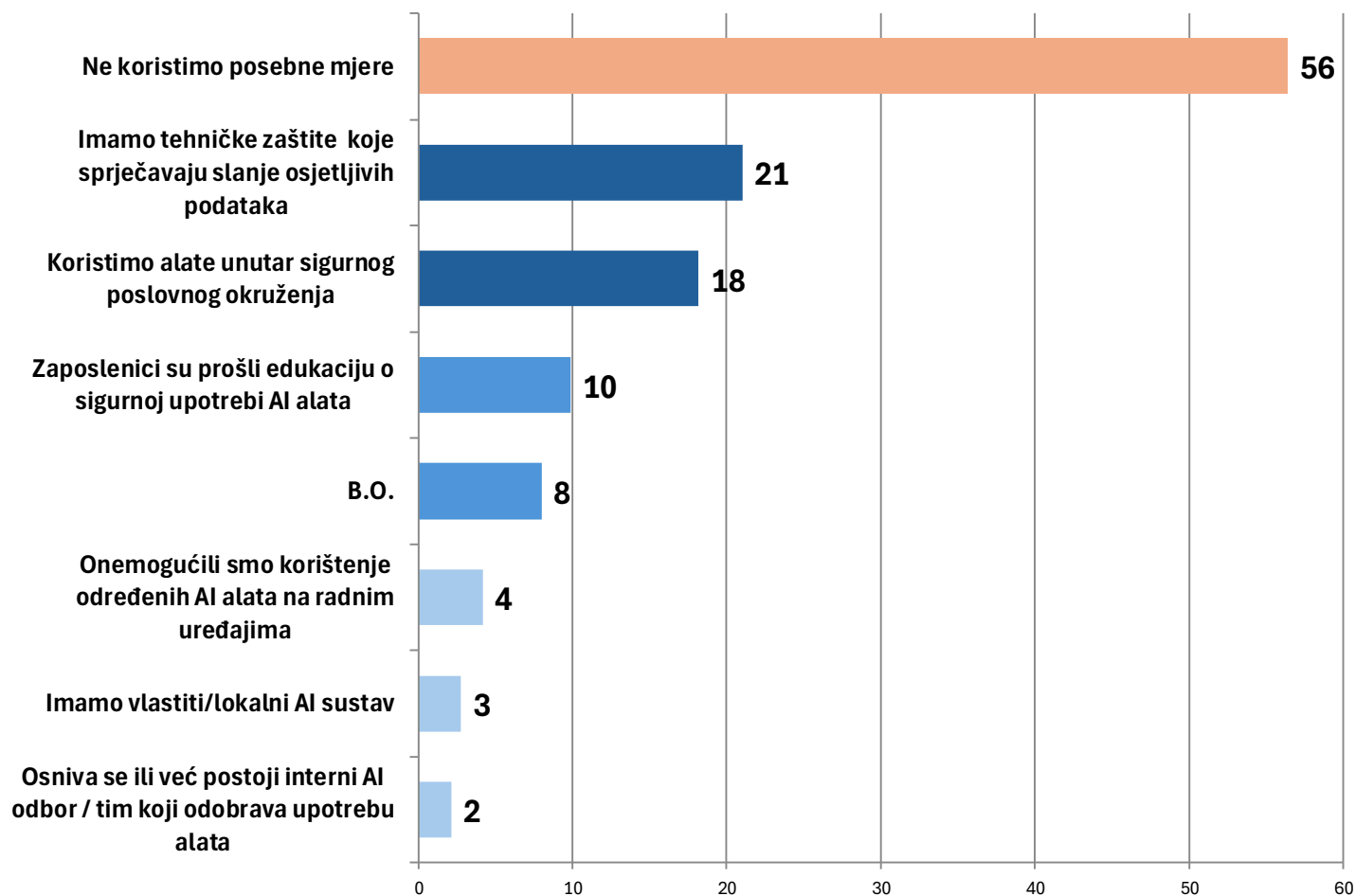


Segmentacija AI korištenja



SVI %

Poduzeća poduzimaju različite mjere kako bi zaštitila podatke u radu s AI-jem, ali većina ne poduzima ništa.



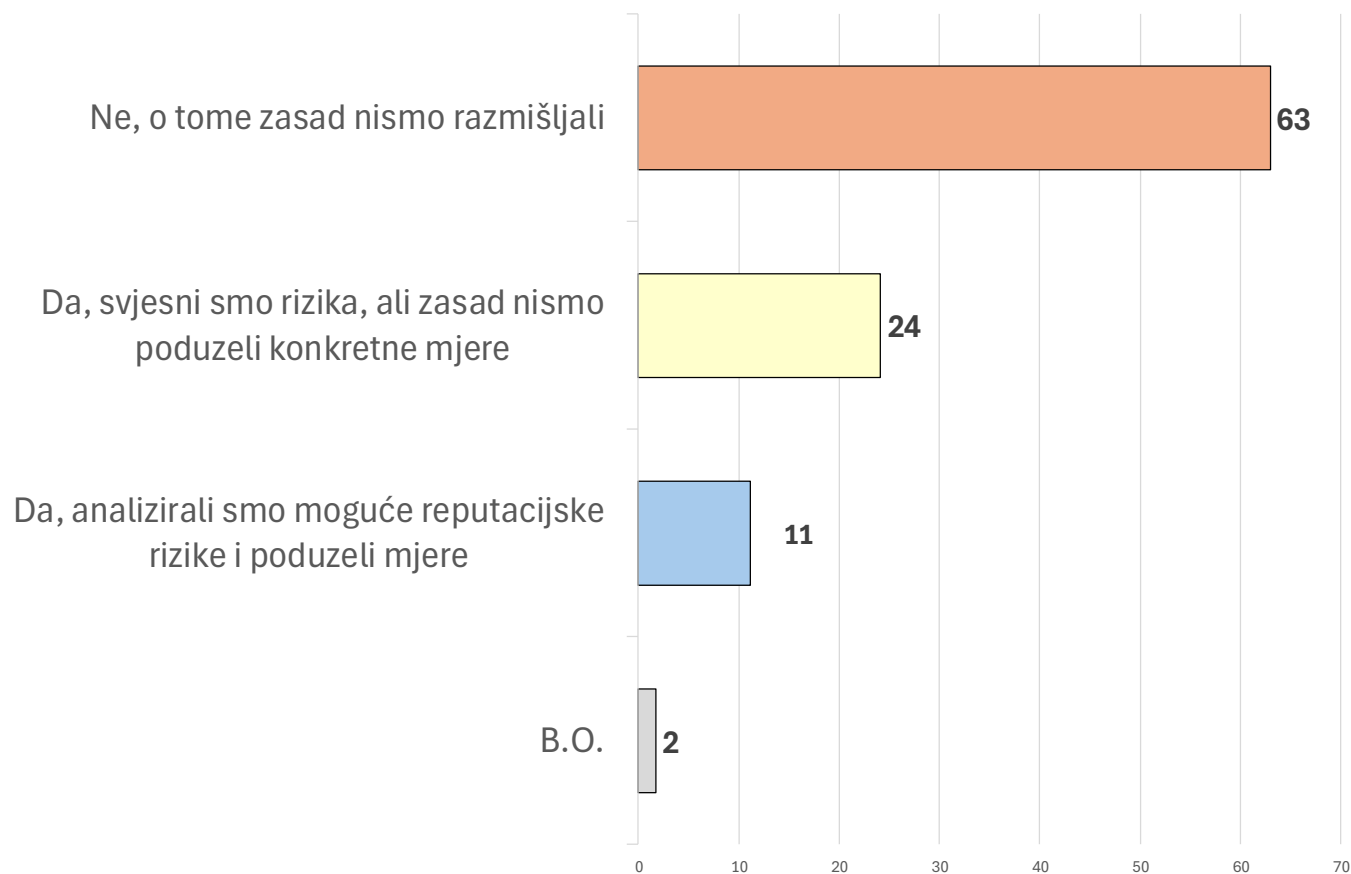
Koje sve mjere koristite kako biste spriječili unos osjetljivih podataka poduzeća u alate temeljene na AI-u? MOGUĆE VIŠE ODGOVORA – zbroj % veći od 100

%

Dvije trećine ne razmatra reputacijske rizike.

SVI

%

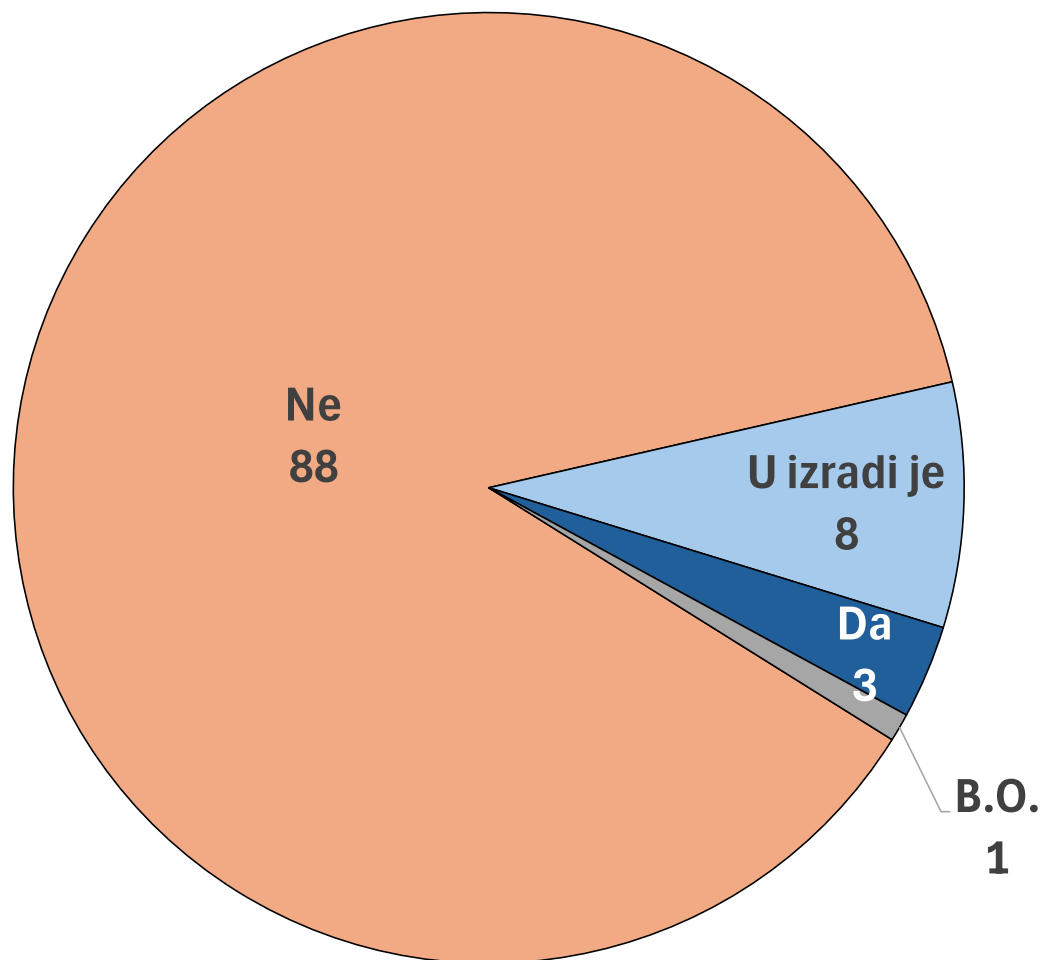


Jeste li razmatrali utjecaj umjetne inteligencije na Vašu reputaciju ili povjerenje korisnika ili klijenata?

Gotovo nijedno poduzeće još nema definiranu AI strategiju – tek 3% ju je formaliziralo, a 8% ju izrađuje. Velika većina (88%) još uvijek pristupa AI-ju bez strateškog okvira.

SVI

%

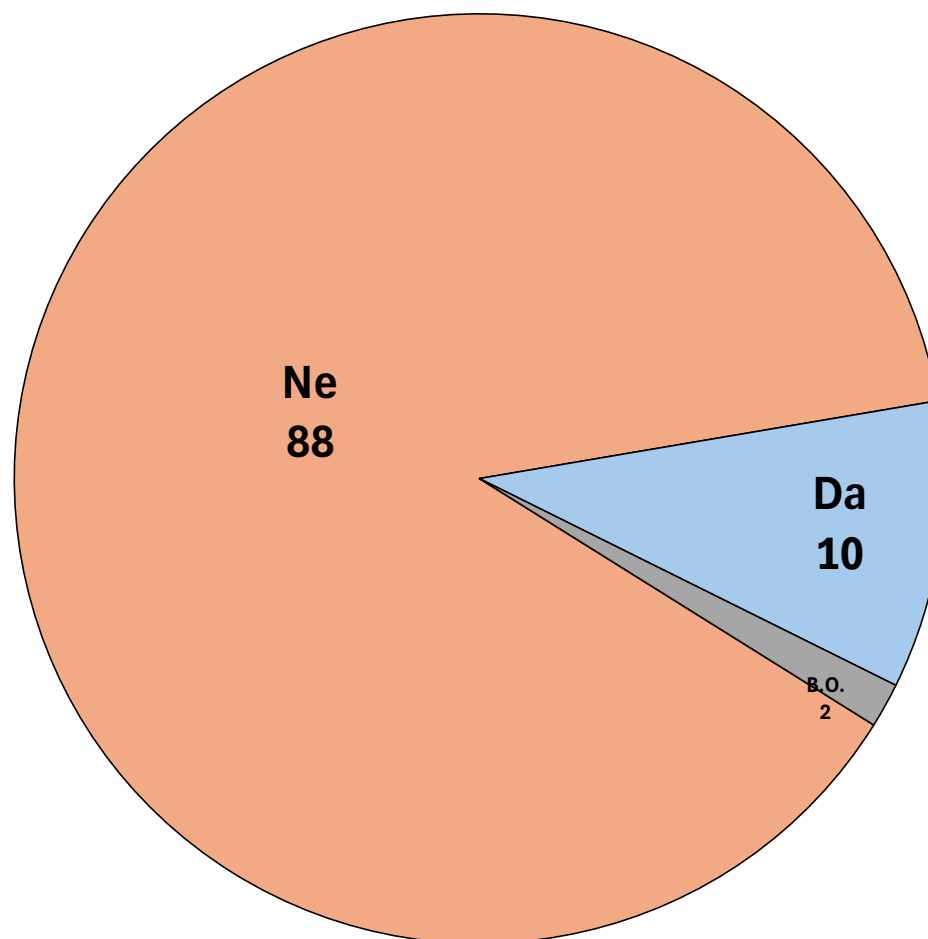


Imate li definiranu AI strategiju?

Samo 10% poduzeća ima osobu ili tim koji nadzire razvoj i upotrebu AI-ja.

SVI

%



Ima li Vaše poduzeće osobu / tim koji nadzire razvoj i upotrebu AI-a?



HUP

Hrvatska udruga poslodavaca



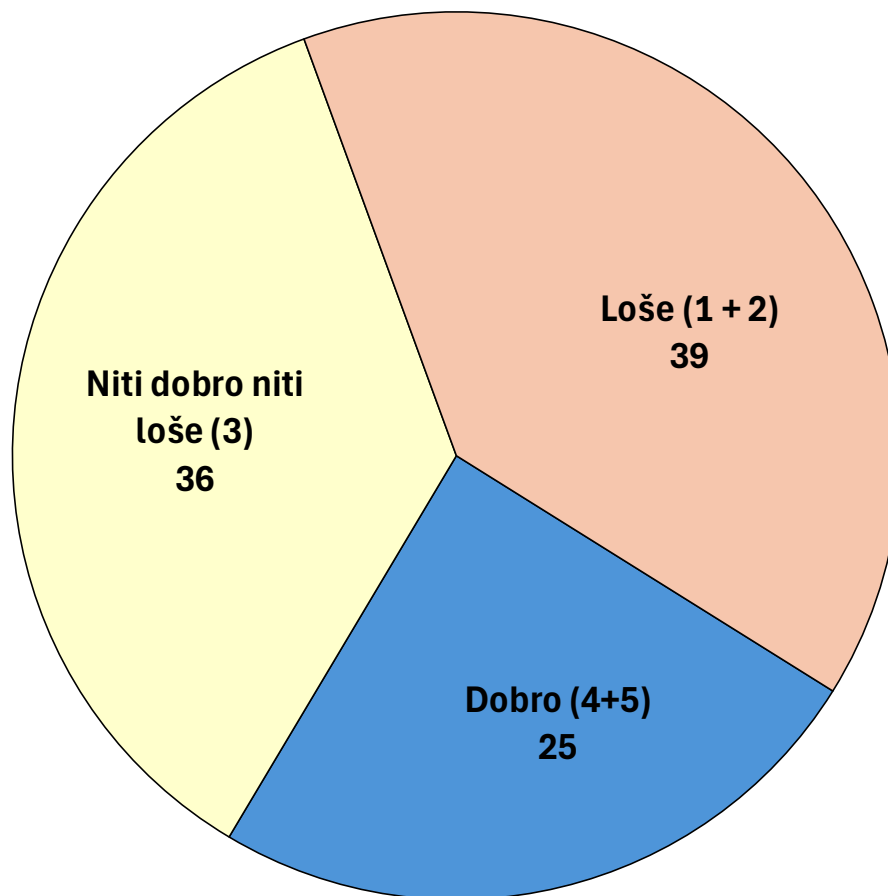
PRIZMA

CENTAR ZA POSLOVNU INTELIGENCIJU

HUP AI B2B 2025.

Vještine i znanja

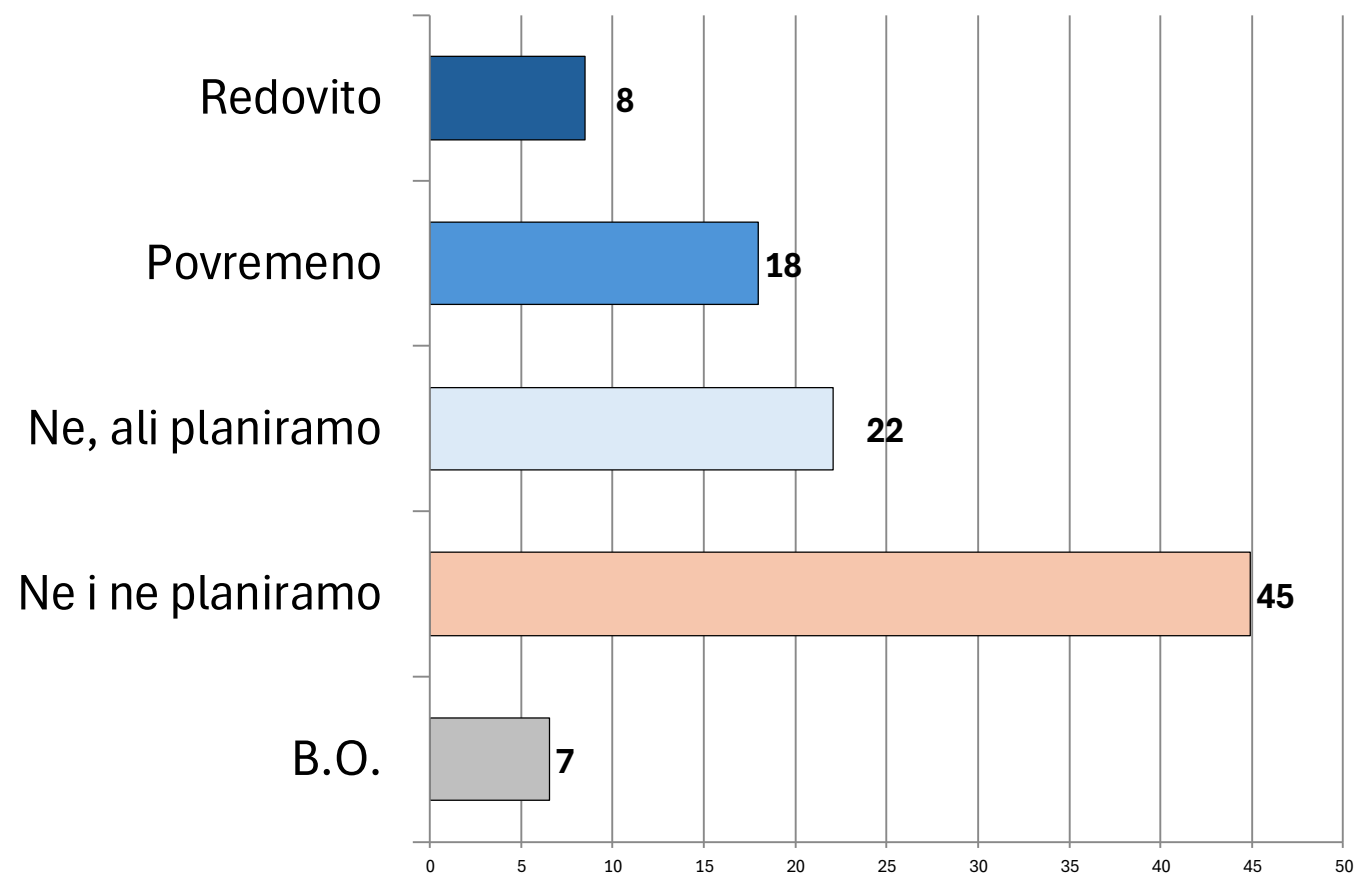
Većina poduzeća ne raspolaže adekvatnim znanjem o AI-ju. Znanje o AI-ju unutar poduzeća ocijenjeno je kao ispodprosječno.



Prosječna ocjena: **2.7**

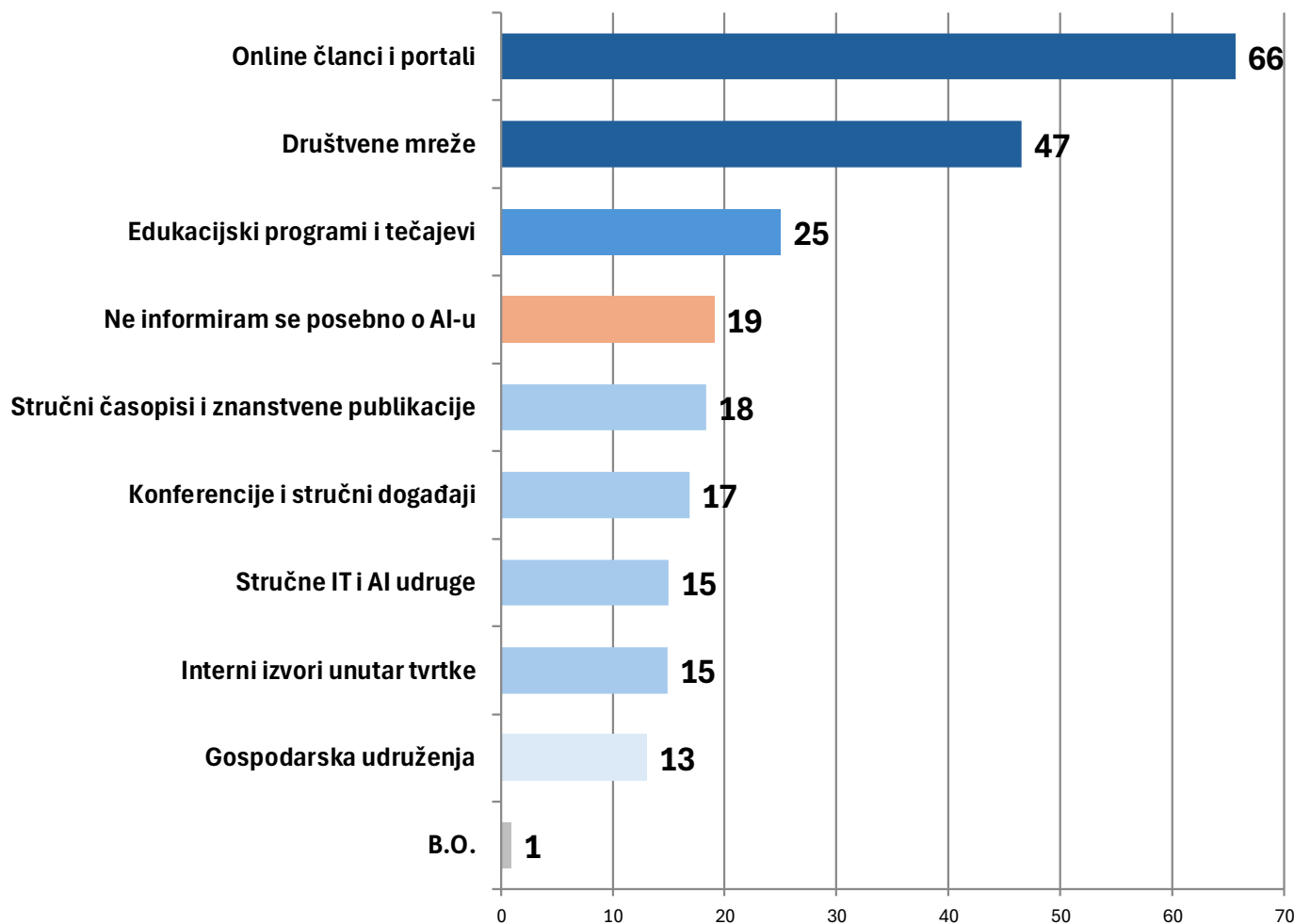
Kako ocjenjujete razinu znanja o AI-u u Vašem poduzeću? Procijenite na skali od 1 = izrazito loša do 5 = izrazito dobra razina znanja.

Većina poduzeća ne ulaže u AI edukaciju zaposlenika – niti to planira. Samo 8% provodi AI edukacije redovito.



Provodite li aktivno ili potičete edukacije o AI-u za zaposlenike?

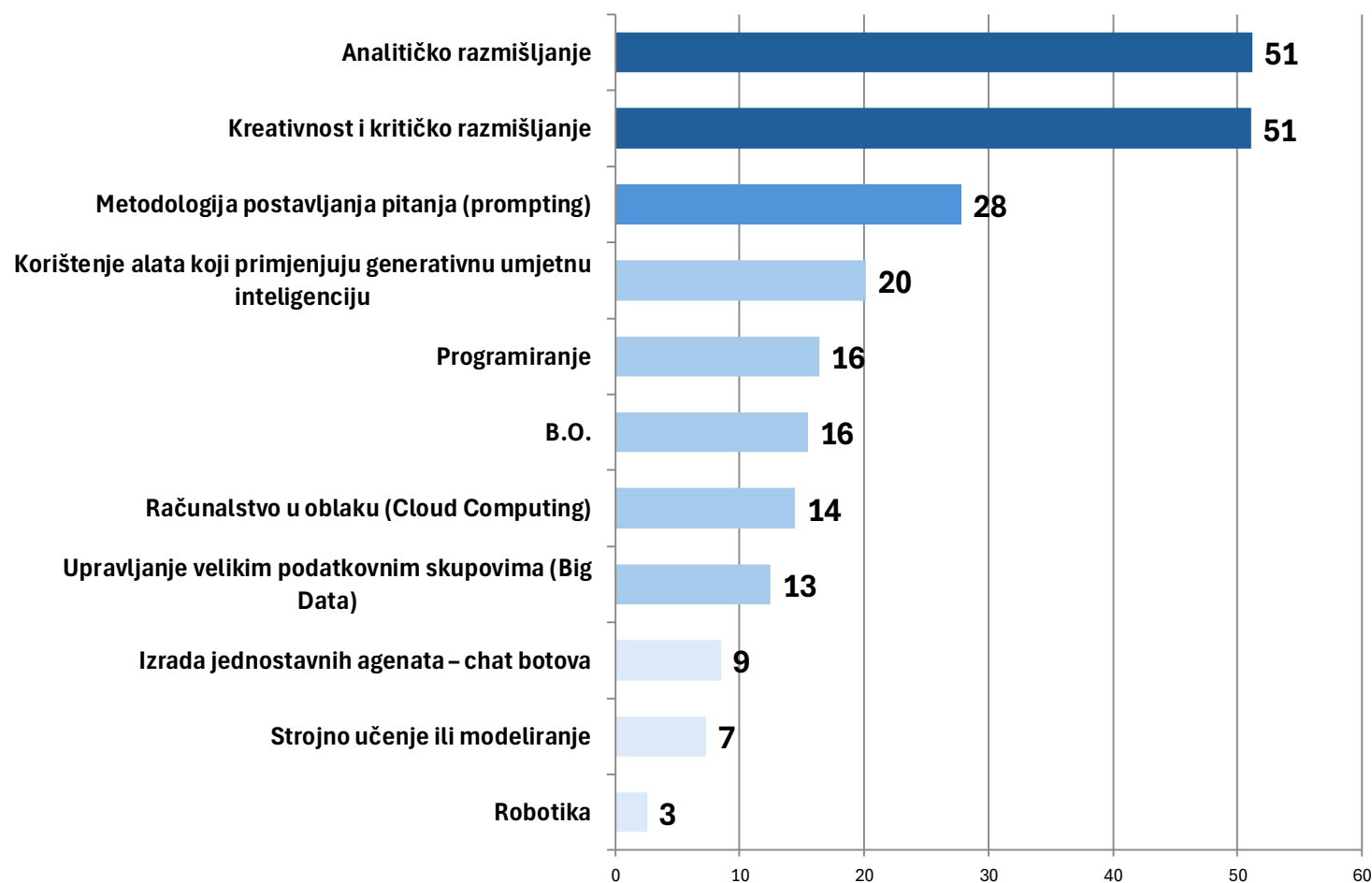
Poduzeća se najčešće informiraju o AI-ju putem online članaka i društvenih mreža. Formalni izvori poput edukacija i stručnih publikacija rjeđe su korišteni.



SVI %

Gdje se sve informirate o AI-u? MOGUĆE VIŠE ODGOVORA – zbroj % veći od 100 %

Najviše nedostaje analitičko, kreativno i kritičko mišljenje.



Kada je riječ o nedostatku vještina među postojećim zaposlenicima ili poteškoćama pri zapošljavanju novih zaposlenika, koje od sljedećih vještina smatrate najpotrebnijima? MOGUĆE VIŠE ODGOVORA – zbroj % veći od 100 %



HUP

Hrvatska udruga poslodavaca



PRIZMA

CENTAR ZA POSLOVNU INTELIGENCIJU

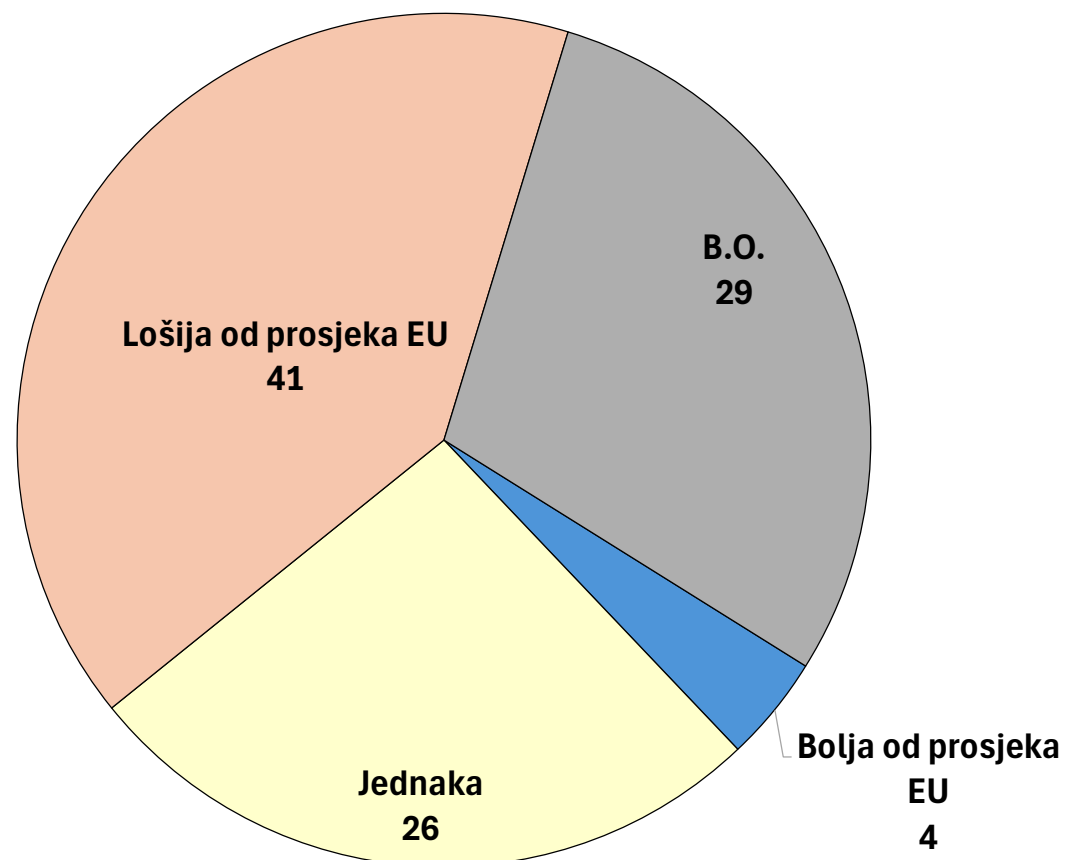
HUP AI B2B 2025.

Usporedba RH & EU

Hrvatska akademska zajednica, također je percipirana kao lošija od EU kolega u AI području. Samo 4% ju ocjenjuje boljom, a četvrtina da je na EU razini.

SVI

%



Je li HR akademska zajednica u odnosu prema EU kolegama po pitanju znanja, razvoja i korištenja AI?



HUP

Hrvatska udruga poslodavaca



PRIZMA

CENTAR ZA POSLOVNU INTELIGENCIJU

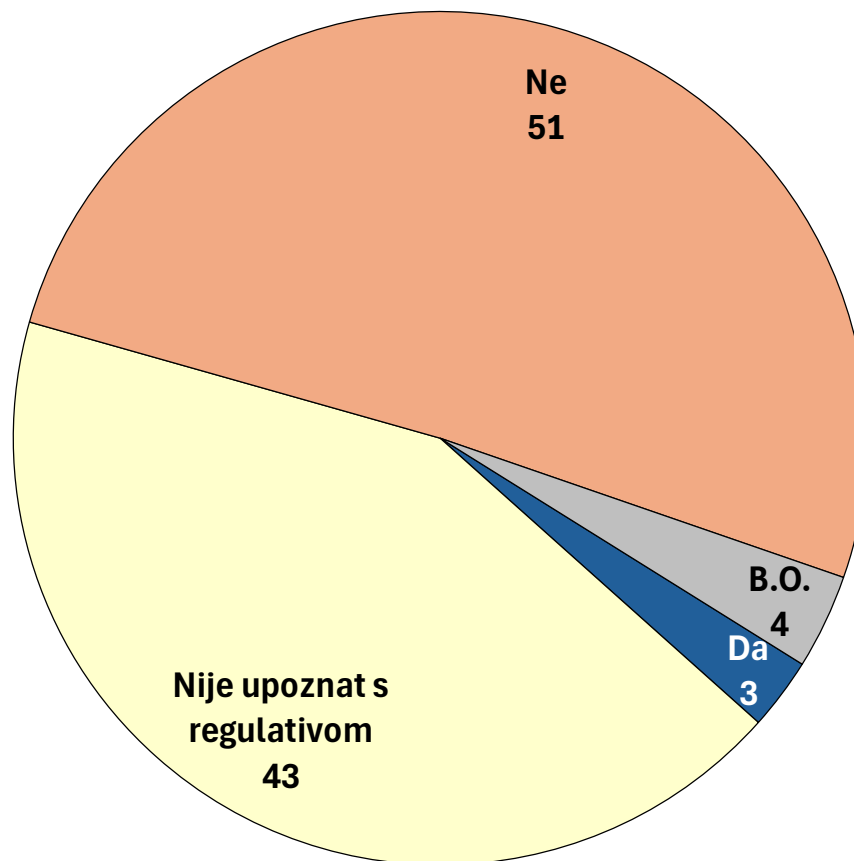
HUP AI B2B 2025.

EU AI Akt i regulativa

Regulatorni okvir za AI poslovanje u Hrvatskoj još uvijek je nejasan ili nepoznat većini poduzeća. Samo 3% je upoznato s AI regulativom i smatra da je dovoljno jasna.

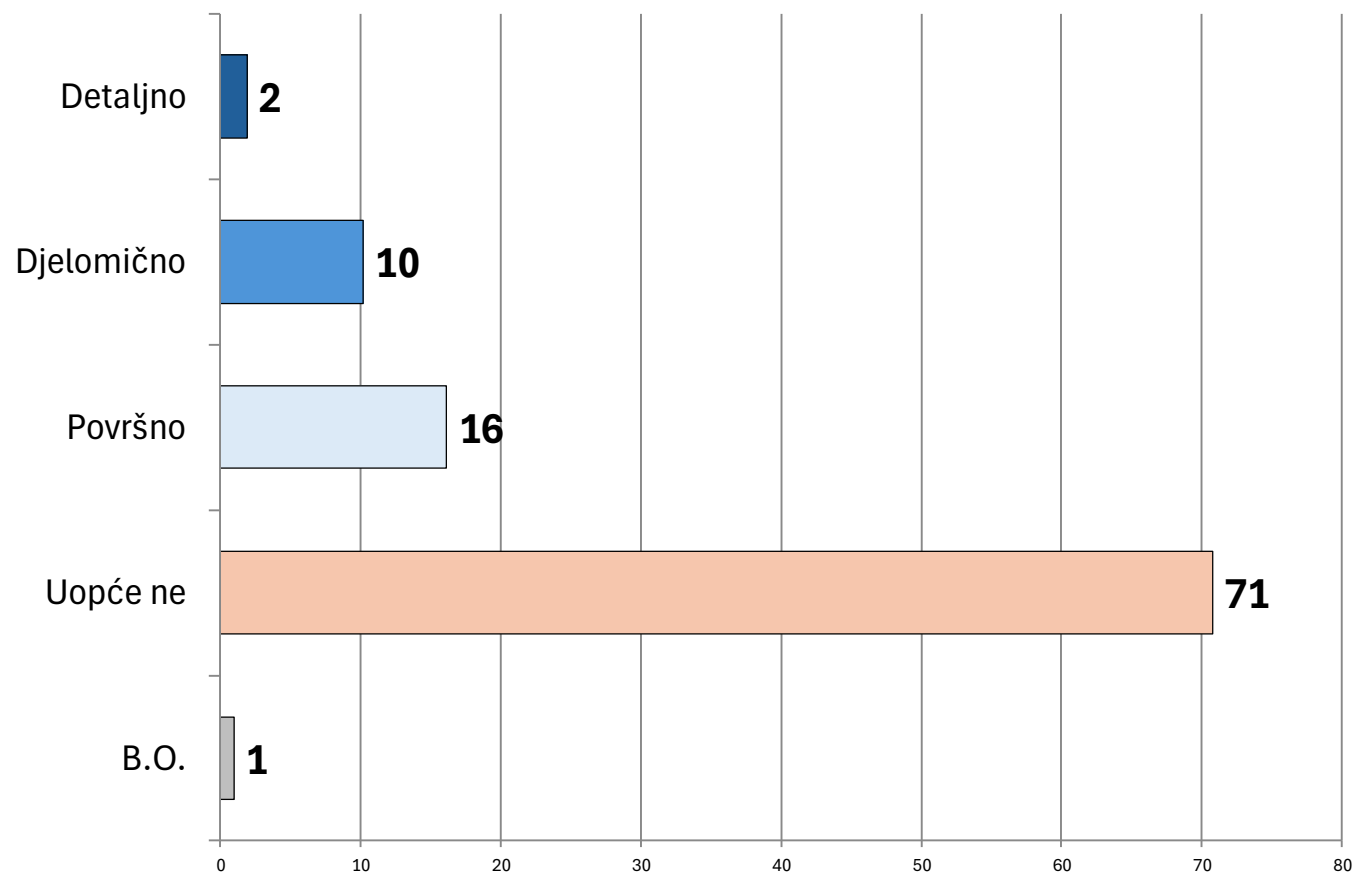
SVI

%



Smatrate li da postoji dovoljno jasna regulativa vezana uz primjenu AI-a u poslovanju u Hrvatskoj?

Velika većina poduzeća nije upoznata s EU AI Aktom. Samo 10% navodi da su upoznati barem djelomično. Detaljno poznavanje iznimno je rijetko.



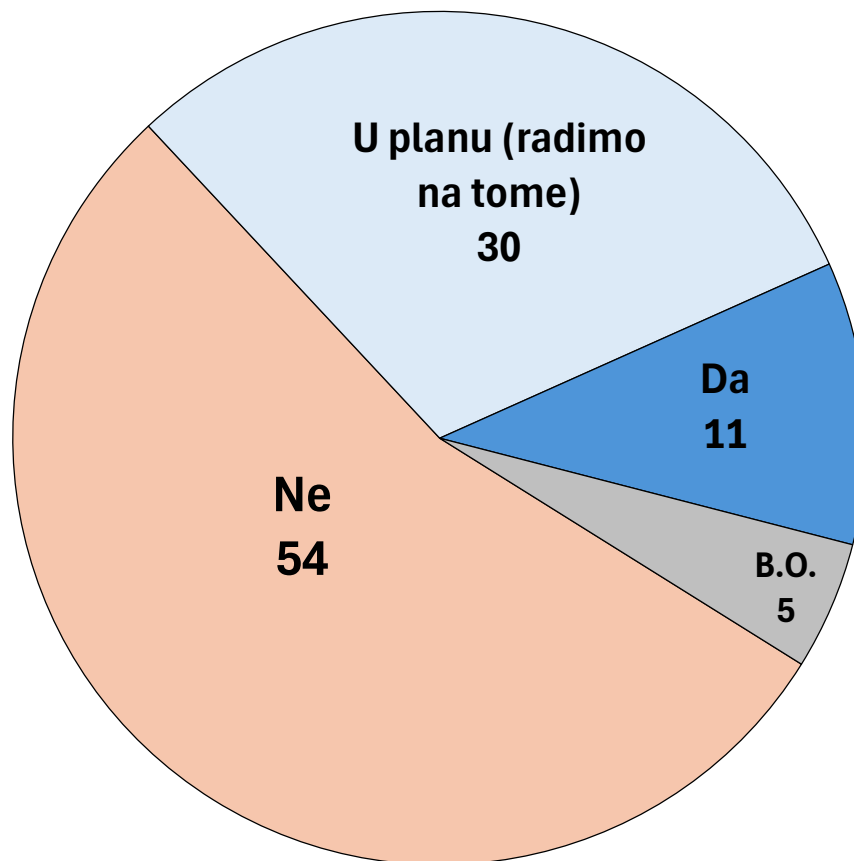
SVI

%

Jeste li upoznati s EU AI Aktom?

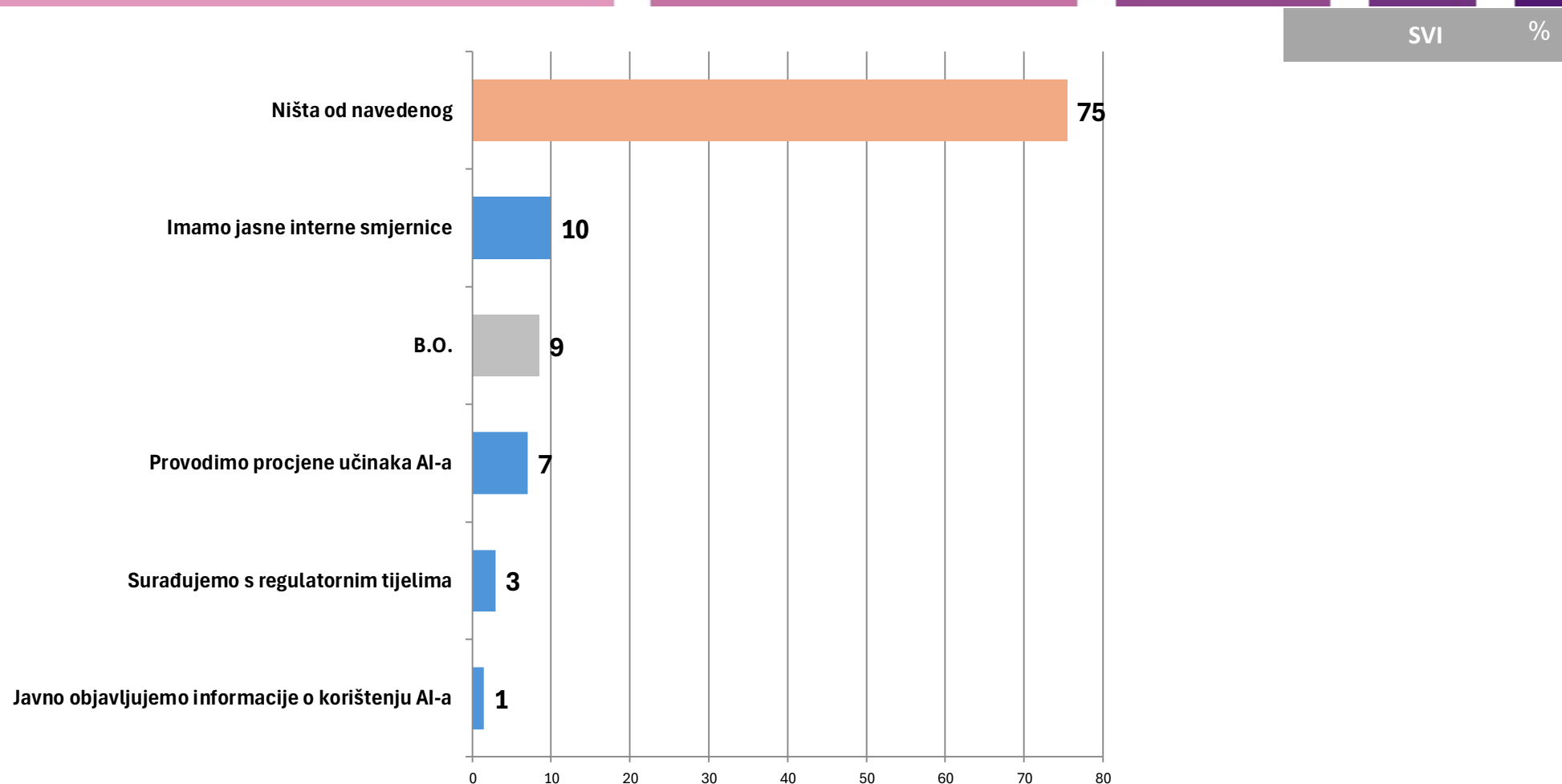
Većina poduzeća još nije poduzela korake za usklađivanje s EU AI Aktom.
Samo 1 od 10 radi na tome (i to od četvrtine koja zna bar nešto), dok ih trećina tek planira usklađenje.

Samo oni koji su barem
površno upoznati %



Je li Vaše poduzeće poduzelo korake za usklađenost s EU AI Aktom?

Većina poduzeća još nema definirane prakse za transparentnost i odgovornost u korištenju AI-ja. Tri od četiri tvrtke ne poduzimaju nijednu konkretnu mjeru.



Na koje sve načine Vaše poduzeće osigurava transparentnost i odgovornost u vezi s korištenjem AI tehnologija? MOGUĆE VIŠE ODGOVORA – zbroj % veći od 100 %



HUP

Hrvatska udruga poslodavaca



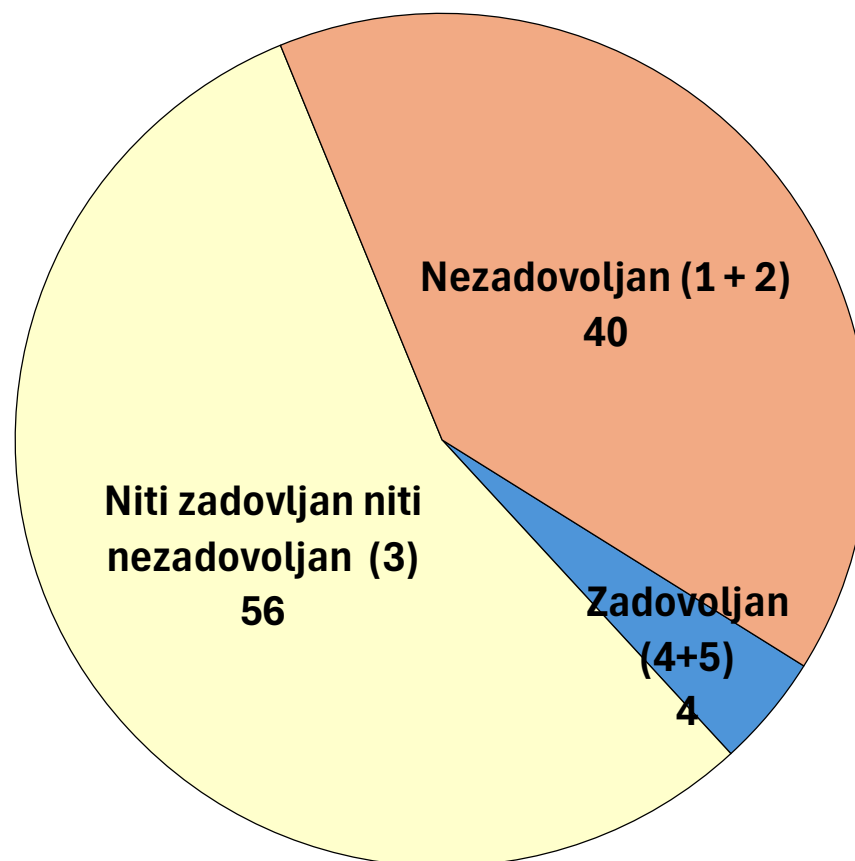
PRIZMA

CENTAR ZA POSLOVNU INTELIGENCIJU

HUP AI B2B 2025.

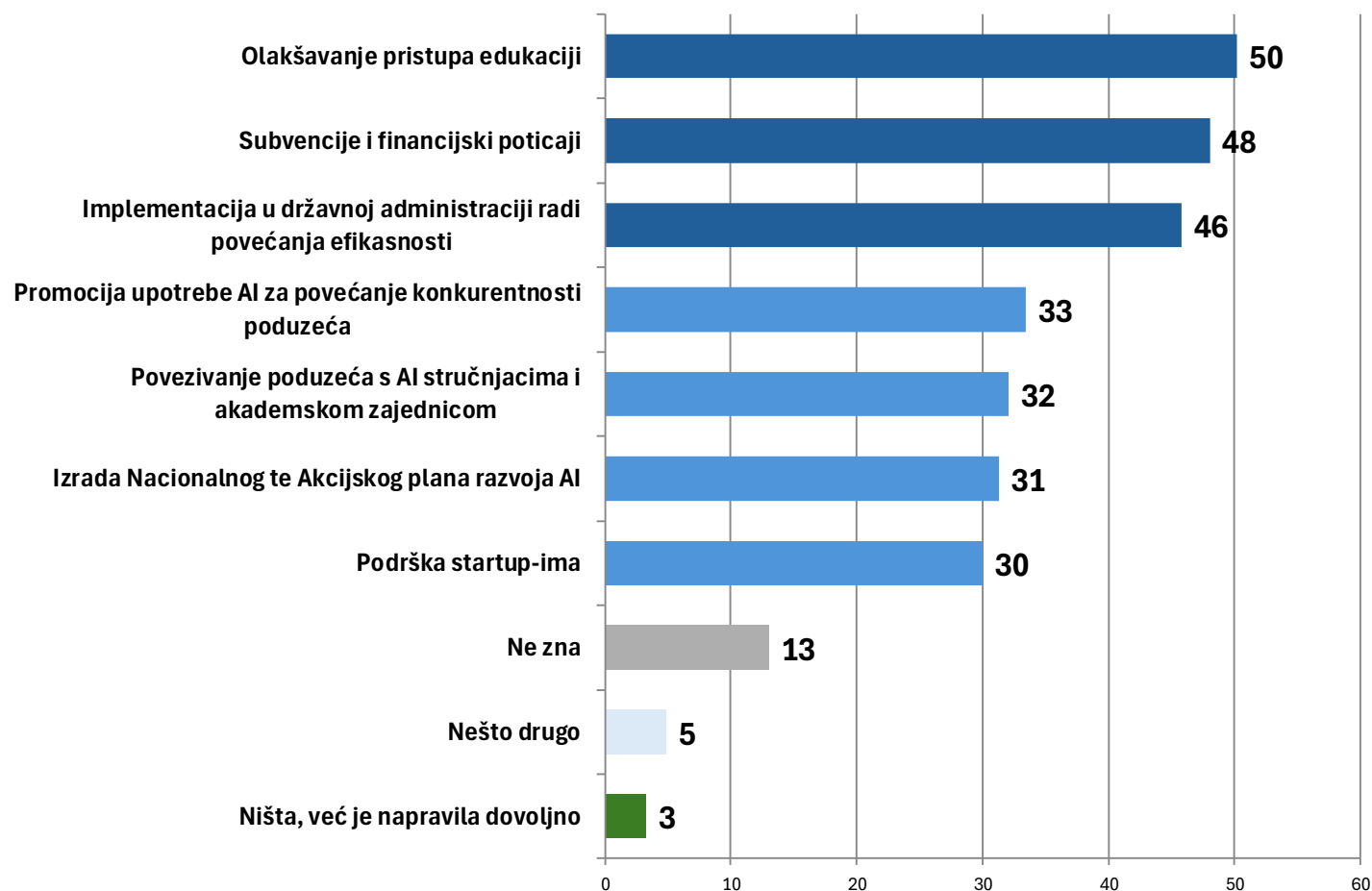
Podrška institucija

Zadovoljstvo institucionalnom i državnim podrškom za razvoj AI-ja izrazito je nisko. Samo 4% poduzeća izražava zadovoljstvo, dok ih 40% jasno iskazuje nezadovoljstvo. Prosječna ocjena je 2.5



Koliko ste zadovoljni državnim i institucijskom podrškom za uvođenje AI-a u HR gospodarstvo?
Ocijenite na skali od 1 = izrazito sam nezadovoljan/na do 5 = izrazito sam zadovoljan/na podrškom.

Poslodavci očekuju aktivniju ulogu države u razvoju AI-ja. Edukacija, poticaji i primjena AI-ja u javnoj upravi percipirani su kao ključne mjere.



Što bi sve država mogla učiniti da potakne primjenu AI-a? MOGUĆE VIŠE ODGOVORA – zbroj % veći od 100 %



HUP

Hrvatska udruga poslodavaca



PRIZMA

CENTAR ZA POSLOVNU INTELIGENCIJU

HUP AI B2B 2025.

Sažetak

HUP AI B2B 2025. Istraživanje: „Kako hrvatsko gospodarstvo vidi i koristi umjetnu inteligenciju?”

- ▶ Dizajn upitnika: Prizma CPI i HUP-Koordinacija za umjetnu inteligenciju
- ▶ Prikupljanje podataka i obrada rezultata: Prizma CPI
- ▶ Analiza rezultata: istraživači i znanstvenici doc.dr.sc. Krešimir Žnidar i izv.prof.dr.sc. Robert Kopal.

- ▶ Metodologija – istraživanje je provedeno korištenjem dviju metodologija:
 - CATI – računalno potpomognuto telefonsko anketiranje. Ova metoda omogućuje točnije rezultate ispitivanja javnog mnijenja jer obuhvaća skupine koje se ne mogu uključiti u online istraživanja. Korišteni su pozivi na fiksne i mobilne brojeve, višestruki pokušaji kontaktiranja i dogovori za ponovni poziv, uz distribuciju tijekom više radnih dana. Uzorak je stratificiran prema veličini poduzeća. (n = 300)
 - CAWI – internetski panel. Metoda prikupljanja podataka odabrana kao optimalna s obzirom na vrijeme provedbe, količinu podataka, trošak i primarni cilj istraživanja. Budući da internetski panel sam po sebi ne može biti reprezentativan, CAWI podaci su za potrebe ovog izvještaja dodatno ponderirani prema CATI podacima.
 - CAWI istraživanje provedeno je:
 - a) korištenjem Prizma CPI B2B panela ili izravnim kontaktiranjem gospodarskih subjekata (n = 281)
 - b) slanjem pozivnica članovima HUP-a za sudjelovanje u istraživanju (n = 78)

- ▶ Postupak statističkog usklađivanja uzorka / ponderiranje rezultata - Na temelju podataka o strukturi poduzeća prema broju zaposlenih (DZS), definirani su stratumi za CATI uzorkovanje. Provedeno je CATI istraživanje, pri čemu se (kao i u CAWI) provjeravalo je li sugovornik osoba koja može odgovarati na pitanja o korištenju AI-a. Na temelju CATI rezultata izrađen je dodatni težinski faktor – "Segmentacija AI korištenja". Taj je faktor zatim, u kombinaciji s podacima o veličini poduzeća, korišten za završno usklađivanje CAWI rezultata.



Percepcija i stav

- ▶ Većina poslovnog sektora procjenjuje da je dobro ili djelomično upoznata s umjetnom inteligencijom (80%). 4 od 10 poduzeća ocjenjuju svoje poznavanje/upoznatost umjetne inteligencije kao odlično ili vrlo dobro.
- ▶ U RH gospodarstvu prevladava pozitivan stav prema umjetnoj inteligenciji (45%). Negativan stav je iznimka (14%).
- ▶ AI najčešće povezuju s korisnošću (55%), ali gotovo trećina spominje neizvjesnost i zabrinutost (27%). Veličina poduzeća (broj zaposlenih) u korelaciji je s "korisnošću": što je veći broj zaposlenih, tim je veća percepcija korisnosti umjetne inteligencije.
- ▶ Poduzeća su oprezno optimistična: AI će dugoročno biti podjednako dobra i loša za društvo (46%). Oni s definiranim stavovima: malo više "dobra" nego "loša" za društvo (21% vs. 14%).
- ▶ AI u poslovanju percipira se više kao prilika nego kao prijetnja. Dvostruko više poduzeća naginje koristima, a ne rizicima (42% vs. 21%). Trećina još neodlučna (37%).
- ▶ AI se percipira kao prijetnja radnim mjestima – očekuje se val nestanka poslova. Gotovo polovica poduzeća (47%) predviđa gubitak radnih mjesta u idućih 5 do 10 godina. Samo 11% njih ima mišljenje da će se stvoriti više poslova.
- ▶ Većina smatra da AI ne može zamijeniti radna mjesta u njihovom poduzeću (70%). Samo 9% misli da u njihovom poduzeću postoje radna mjesta koje bi AI mogao zamijeniti.
- ▶ Tri četvrtine smatra da među zaposlenicima nema straha od gubitka posla zbog AI-a (78%). Oni koji "prepoznaju strah" smatraju da operativna razina zaposlenika najčešće osjeća nesigurnost zbog AI-ja.
- ▶ Većina poduzeća vjeruje u pozitivan AI utjecaj na poslovanje (41%). 1/3 izražava skepticizam, dok se gotovo još toliko nalazi u zoni neutralnosti.
- ▶ AI se percipira kao izvor konkurentske prednosti (70%). No, što je AI angažman veći (najviše kod onih koji imaju ili razvijaju vlastiti AI), tim je percepcija konkurentske prednosti izraženija.
- ▶ Podjednaka razina povjerenja u AI tehnologije: "vjeruju" (28%) vs. "ne vjeruju" AI primjeni.
- ▶ Postoje realne zabrinutosti oko nedostatka ljudske kontrole i sigurnosti.
- ▶ AI se vidi i kao prijetnja i kao prilika u području kibernetičke sigurnosti (57%). Svaki peti vidi AI kao prednost za napadače (19%), dok se defenzivni potencijal rjeđe prepoznaje (7%).

- ▶ Značajan broj poduzeća već koristi AI u poslovanju (45%), ali još uvijek je više onih koji ne koriste (55%).
- ▶ Većina poduzeća (od onih koji koriste AI) smatra da su "ukorak" s konkurencijom po pitanju AI-a (52%).
- ▶ AI se najčešće koristi ili planira u marketingu, prodaji i automatizaciji kreiranja sadržaja, dok su operativna i tehnička područja manje zastupljena. Upravljanje dokumentima i poslovnim procesima slijede kao najčešći interni AI prioriteti.
- ▶ Najpoznatije i najčešće primijenjene AI funkcionalnosti odnose se na jezične modele, personalizaciju i kreativne alate. Primjene poput autonomnih strojeva, analize sentimenta i RPA sustava još su uglavnom nepoznate ili "izvan planova".
- ▶ AI se prepoznaje kao alat za automatizaciju i povećanje učinkovitosti.
- ▶ Korištenje AI alata među zaposlenicima još uvijek je relativno ograničeno: "zaposlenici ne koriste AI" (55%) vs. "svi zaposlenici koriste AI" (20%).
- ▶ Kod većine poduzeća korištenje AI alata rezultira konkretnom vremenskom uštedom – 1/4 navodi više od sat dnevno po zaposleniku (28%), a 1/4 15 min do 1 sat (28%). Svaki peti smatra da nema uštede. Negativan efekt iznimno je rijedak (1%).
- ▶ ChatGPT je daleko najčešće korišten AI alat u poduzećima – trećina ga koristi redovito. Ostali generativni alati imaju značajno manju razinu korištenja.
- ▶ U svezi AI korištenja, glavni "vanjski" izazovi su odgovornost za štetu uzrokovanu AI-jem i potreba za boljim zakonima ili regulativom. Čak četvrtina nije ništa od ponuđenog prepoznala kao izazove.
- ▶ U svezi AI korištenja, najčešći "unutarnji" izazovi za primjenu AI-ja su nedostatak vještina, etičke dileme i neprepoznavanje koristi. Spominju se i operativni izazovi poput troškova, tehničke složenosti te otpora zaposlenika. Četvrtina poduzeća navodi da nema internih barijera.

- ▶ Vlastita AI rješenja još su rijetka (10% implementira ili razvija), većina poduzeća zaostaje u teh. transformaciji. Aktivni razvoj ili planovi postoje tek u petini slučajeva, dok 70% poduzeća ne vidi AI kao prioritet.
 - ▶ Većina planiranih AI projekata očekuje se do kraja 2026 (56%) .
 - ▶ No, čak 42% se očekuje 2027. ili kasnije.
 - ▶ Većina poduzeća oslanja se na komercijalna AI rješenja.
 - ▶ Vlastiti razvoj opcija je tek za svako peto poduzeće. Open-source alati prisutni su kod trećine.
 - ▶ Najčešći pristupi nabavi AI rješenja temelje se na kupnji ili prilagodbi sustava.
 - ▶ Potpuni interni razvoj koristi tek manji broj poduzeća (11%), dok se vanjski stručnjaci angažiraju u svakoj petoj tvrtki (18%).
 - ▶ Očekuje se stabilan ili rastući AI investicijski trend RH poduzeća (89%).
 - ▶ 4 od 10 najavljuju povećanje ulaganja, a smanjenje planira tek manji udio (6%).
-
- ▶ Poduzeća poduzimaju različite mjere kako bi zaštitila podatke u radu s AI-jem, ali većina ne poduzima ništa (56%).
 - ▶ Dvije trećine poduzeća ne razmatra reputacijske rizike (63%).
 - ▶ Gotovo nijedno poduzeće još nema definiranu AI strategiju – tek 3% ju je formaliziralo, a 8% ju izrađuje. Velika većina (88%) još uvijek pristupa AI-ju bez strateškog okvira.
 - ▶ Samo 10% poduzeća ima osobu ili tim koji nadzire razvoj i upotrebu AI-ja.



Vještine i znanja

- ▶ Većina poduzeća ne raspolaže adekvatnim znanjem o AI-ju (39%). Znanje o AI-ju unutar poduzeća ocijenjeno je kao ispodprosječno.
- ▶ Većina poduzeća ne ulaže u AI edukaciju zaposlenika – niti to planira (45%).
- ▶ Samo 8% provodi AI edukacije redovito.
- ▶ Poduzeća se najčešće informiraju o AI-ju putem online članaka i društvenih mreža.
- ▶ Formalni izvori poput edukacija i stručnih publikacija rjeđe su korišteni.
- ▶ U svezi nedostatka vještina (u kontekstu AI primjene), najviše nedostaje analitičko, kreativno i kritičko mišljenje.

- ▶ RH poduzeća percipiraju se kao slabija od EU konkurencije u području AI-ja (44%). Samo 3% poduzeća smatraju da su bolja od EU prosjeka, a gotovo trećina da je na EU razini.
- ▶ Hrvatska akademska zajednica, također je percipirana kao lošija od EU kolega u AI području (41%). Samo 4% ju ocjenjuje boljom, a četvrtina da je na EU razini.
- ▶ Regulatorni okvir za AI poslovanje u Hrvatskoj još uvijek je nejasan ili nepoznat većini poduzeća (94%). Samo 3% je upoznato s AI regulativom i smatra da je dovoljno jasna.
- ▶ Velika većina poduzeća uopće nije upoznata s EU AI Aktom (71%). Samo 10% navodi da su upoznati barem djelomično. Detaljno poznavanje iznimno je rijetko (2%).
- ▶ Među onima koji su barem površno upoznati sa EU AI Aktom, većina poduzeća još nije poduzela korake za usklađivanje s EU AI Aktom. Samo 1 od 10 radi na tome (i to od četvrtine koja zna bar nešto), dok ih trećina tek planira usklađenje.
- ▶ Većina poduzeća još nema definirane prakse za transparentnost i odgovornost u korištenju AI-ja. Tri od četiri tvrtke ne poduzimaju nijednu konkretnu mjeru (75%).
- ▶ Zadovoljstvo institucionalnom i državnom podrškom za razvoj AI-ja izrazito je nisko.
- ▶ Samo 4% poduzeća izražava zadovoljstvo, dok ih 40% jasno iskazuje nezadovoljstvo. Prosječna ocjena je 2.5.
- ▶ Poslodavci očekuju aktivniju ulogu države u razvoju AI-ja.
- ▶ Edukacija, poticaji i primjena AI-ja u javnoj upravi percipirani su kao ključne mjere.



PRIZMA
CENTAR ZA POSLOVNU INTELIGENCIJU

Sažetak

- ▶ **Prijedlog godišnjeg provođenja HUP AI B2B istraživanja**
 - inicijalno snimanje stanja (2025.)
 - transverzalno istraživanje
 - trendovi (mikro i makro)
 - dubinski uvidi: segmentacija, korelacije, kauzalnosti i dr.
 - *benchmark*
- ▶ **Podrška i podloga već poduzetim i planiranim aktivnostima**
 - poslovne zajednice
 - državnog i javnog sektora
 - akademske zajednice
- ▶ **Temelj za plan novih aktivnosti**



PRIZMA
CENTAR ZA POSLOVNU INTELIGENCIJU



HUP
Hrvatska udruga poslodavaca

HUP AI B2B 2025.

Kako hrvatsko gospodarstvo vidi i koristi umjetnu inteligenciju?

lipanj/srpanj 2025.

15.7.2025.