

Warszawa, 17 czerwca 2019 roku

**Informacja prasowa-**  
**Konsumenci o sztucznej inteligencji: szanse czy zagrożenia?**

**40% Polaków minimum raz w tygodniu spotyka się z terminem/ pojęciem sztucznej inteligencji (AI).**

**41 % uważa, że rozumie co kryje się pod pojęciem sztucznej inteligencji, natomiast 22% nie rozumie.**

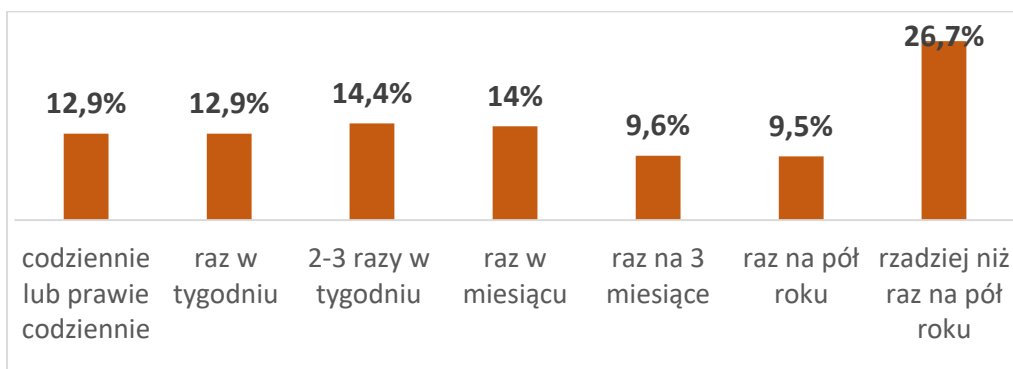
**42% badanych nie jest w stanie określić swojego stosunku do pojęcia sztucznej inteligencji: pozytywny vs. negatywny.**

Sztuczna inteligencja to termin pojawiający się często w mediach, dyskusjach, artykułach, postach. Towarzyszy nam już w mniejszym lub większym stopniu każdego dnia, a rozwój tej dziedziny w przyszłości jest nieunikniony. Jednym z istotnych obszarów praktycznego wykorzystania sztucznej inteligencji może być poprawa jakości obsługi i doświadczeń klienta. Klienci oczekują sprawnej i spersonalizowanej usługi, synergii wielu działań na punktach styku z firmą- sztuczna inteligencja może wiele usprawnić i wyznaczyć nowe standardy relacji z klientem w dziedzinach takich jak: medycyna, finanse, transport i logistyka, technologie i komunikacja, sprzedaż, energia i produkcja.

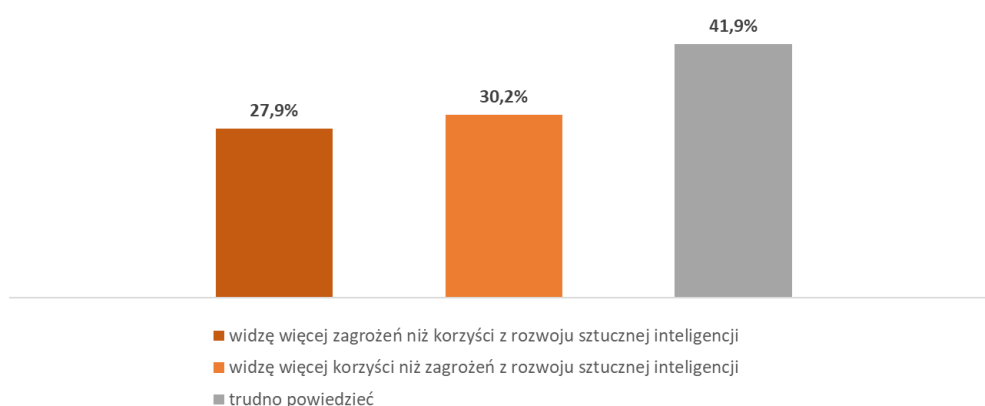
Pojawiają też informacje o potencjalnych zagrożeniach płynących z rozwoju sztucznej inteligencji. Jednym z nich jest obawa przed niekontrolowanym gromadzeniem danych na nasz temat, brak wiedzy i poczucia bezpieczeństwa odnośnie wykorzystywania ich, zastąpienie ludzkich kompetencji. Pokazuje to między innymi raport „Sztuczna inteligencja: doświadczenia klienta dzięki nowym technologiom” (Artificial Intelligence: consumer experiences in new technology) z kwietnia 2019 roku, opracowanym przez Consumers International.

*To czas na przygotowanie komunikacji kierowanej do konsumentów na temat korzyści płynących z wykorzystywania sztucznej inteligencji mogących ułatwić codzienne życie i podnieść jego jakość w przyszłości. Ważne też, aby uczciwie informować o ewentualnych zagrożeniach płynących z rozwoju sztucznej inteligencji, abyśmy swoje zdanie opierali na faktach, a nie mitach i domysłach - mówi Agnieszka Plencler, Prezes Forum Konsumentów.*

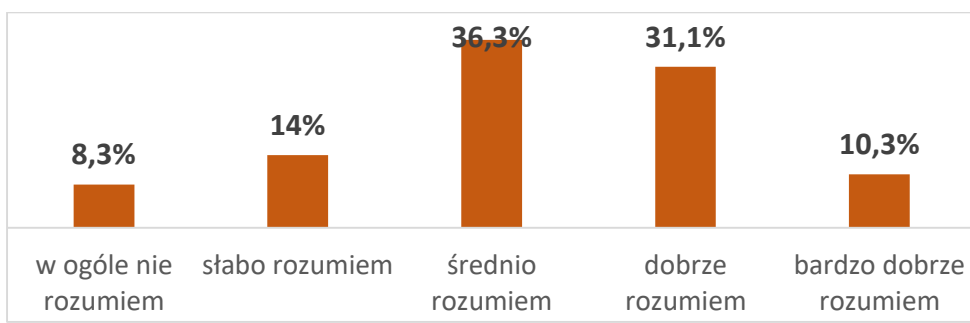
### Jak często spotykasz się z określeniem „sztuczna inteligencja” lub skrótem AI?



### Jaki jest Twój stosunek do sztucznej inteligencji?



### Jak Ci się wydaje – na ile dobrze rozumiesz co oznacza „sztuczna inteligencja” (AI)?



#### O badaniu:

Badanie na panelu Ariadna. Próba ogólnopolska licząca N=1026 osób w wieku od 18 lat wzwyż. Struktura próby dobrana wg reprezentacji w populacji dla płci, wieku i wielkości miejscowości zamieszkania. Metoda: CAWI, termin realizacji: 7 – 11 czerwca 2019 roku.

#### Forum Konsumentów:

[www.forumkonsumentow.org](http://www.forumkonsumentow.org)

Prezes Fundacji: Agnieszka Plencler, 501 650 187, [agnieszkap@forumkonsumentow.org](mailto:agnieszkap@forumkonsumentow.org)