

---

**Priopćenje za medije**

<i>Datum</i>	<b>13. ožujka 2018.</b>
<i>Kontakti</i>	Jasna Kržanić, marketing i komunikacije, PwC Hrvatska Tel: +44 207 213 4727 E-mail: jasna.krzanic@pwc.com
<i>Broj stranica</i>	3 stranice

---

## **Gotovo trećina potrošača planira kupiti nove kućanske uređaje s umjetnom inteligencijom (UI)**

- *Sklonost prema UI u kućanstvu najsnažnija je u Aziji i na tržištima u nastajanju*
- *Kupovina u fizičkim trgovinama u porastu je*
- *Većina potrošača planira u 2018. zadržati jednaku razinu trošenja ili je povećati*

Gotovo trećina (32 %) potrošača koje je PwC uključio u svoje globalno istraživanje planira kupiti uređaj s integriranom tehnologijom umjetne inteligencije, uključujući robote i automatizirane asistente, dok trgovci u maloprodaji pomno prate razvoj „glasovne kupovine“ u kućanstvu.

Ovaj zaključak objavljen je danas u sklopu PwC-ovog istraživanja *Uvidi u navike potrošača diljem svijeta (PwC's Global Consumer Insights)*, u kojem su ocijenjene kupovne navike, ponašanje i očekivanja više od 22.000 potrošača u 27 zemalja.

Studija je pokazala da 10 % ispitanika već posjeduje uređaje s umjetnom inteligencijom (UI) kao što su roboti i automatizirani osobni asistenti, primjerice Amazon Echo ili Google Home, a 32 % izjavilo je kako planira kupiti takav uređaj. Međutim, trebat će još neko vrijeme prije nego li potrošači i trgovci prilagode svoje navike i ponude kako bi mogli u potpunosti iskoristiti novi kanal glasovne kupovine.

Za takve uređaje najviše zanimanja pokazuju potrošači gospodarstava u nastajanju, uključujući Kiniju, Vijetnam, Indoneziju i Tajland. Potražnja u razvijenim zemljama načelno je slabija. Vjerojatnost da će ispitanici potrošači u Brazilu i Kini planirati kupnju uređaja s umjetnom inteligencijom (UI) dva puta je veća (59 % u slučaju brazilskih i 52 % kod kineskih potrošača) nego što je to slučaj s potrošačima u Americi (25 %), Ujedinjenoj Kraljevini (24 %) ili Francuskoj (25 %). Ispitanici u Italiji i Poljskoj također su pokazali veliko zanimanje gdje oko 40 % ispitanika planira kupnju uređaja s UI.

Segment stanovništva koji je na svim tržištima najspremniji usvojiti uređaje s integriranom tehnologijom UI čine muškarci u dobi između 18 i 34 godine, koji su otvoreni za suradničku potrošnju, manje skloni poduzimanju mjera za smanjenje rizika na području internetske sigurnosti i prijevarena, a ujedno i manje cjenovno osviješteni.

John Maxwell, globalni PwC-ov voditelj usluga na potrošačkim tržištima, ističe:

„Umjetna se inteligencija velikom brzinom širi na potrošački i maloprodajni sektor. Potrošači mijenjaju svoje kupovne navike. Čim nešto požele, mogu to i naručiti, a ne više razmišljati o tome do svog sljedećeg odlaska u kupovinu. Umjetna inteligencija mogla bi u roku od dvije do tri godine revolucionarizirati način na koji društva profiliraju, segmentiraju i pružaju usluge kupcima.“