Studiu EY: ritmul de adoptare a inteligenței artificiale depășește implementarea mecanismelor de guvernanță, iar nivelul de conștientizare a riscurilor în rândul liderilor executivi este redus

- **Doar o treime dintre companii dispun de măsuri de control adecvate pentru modelele actuale de inteligență artificială, deși aproape trei sferturi integrează inteligența artificială în inițiative desfășurate la nivelul întregii organizații**
- **Liderii executivi sunt, în medie, de două ori mai puțin îngrijorați decât consumatorii în privința respectării principiilor utilizării adecvate a inteligenței artificiale**
- **Directorii generali manifestă o preocupare mai accentuată față de riscurile asociate cu inteligența artificială decât alți conducători executivi**

EY a publicat studiul Responsible AI Pulse, care au relevat un decalaj semnificativ între încrederea conducătorilor executivi din companii cu privire la sistemele lor de inteligență artificială și nivelul actual al măsurilor de guvernanță implementate.

72% dintre liderii executivi sondați au declarat că organizațiile lor au „integrat și implementat la scară largă

inteligența artificială” în majoritatea inițiativelor sau în toate, iar aproape toți (99%) sunt cel puțin pe cale de a face acest lucru, însă doar o treime dintre companii dispun de protocoale adecvate pentru a respecta toate aspectele **cadrului EY pentru utilizarea adecvată a inteligenței artificiale**.

Acest studiu este primul dintr-o serie care își propune să evalueze modul în care companiile percep și integrează practicile adecvate în materie de inteligență artificială în modelele de afaceri, în procesele decizionale și în strategiile lor de inovare. Informațiile au fost colectate în intervalul martie – aprilie 2025, de la 975 de conducători executivi din 21 de țări.

Concluziile au mai evidențiat o diferență substanțială de percepție între liderii de companii și populația generală. Aproape două treimi dintre conducătorii executivi (63%) consideră că sunt pe aceeași lungime de undă cu consumatorii în ceea ce privește percepțiile referitoare la inteligența artificială și utilizarea acesteia. Totuși, această perspectivă contrastează puternic cu concluziile recentului studiu **EY AI Sentiment Index Study**, care a constatat că, în medie, consumatorii sunt de peste două ori mai preocupați decât executivii în privința unor aspecte legate de inteligența artificială.

Printre preocupările exprimate se numără măsura în care organizațiile nu își asumă responsabilitatea în situațiile de utilizare negativă a inteligenței artificiale (58% dintre consumatori, față de 23% dintre executivi), precum și nerespectarea de către organizații a politicilor și reglementărilor privind inteligența artificială (52% dintre consumatori, față de 23% dintre executivi). Deși există un consens general în anumite privințe, cum ar fi valoarea utilizării inteligenței artificiale pentru automatizarea activităților de rutină (63% dintre consumatori, față de 57% dintre executivi) și pentru simplificarea activităților ce necesită pregătire tehnică sau formare academică (67% dintre

consumatori, față de 59% dintre executivi), diferențele nete în multe dintre domeniile esențiale produc un decalaj semnificativ, pentru care liderii de companii trebuie să găsească soluții.

Deși, la nivel individual, majoritatea companiilor dispun de principii privind utilizarea adecvată a inteligenței artificiale, în medie, organizațiile dețin măsuri de control solide doar pentru trei dintre cele **nouă aspecte**, printre care se numără responsabilitatea, conformitatea și securitatea.

Alte concluzii importante:

Directorii generali reduc decalajul dintre atitudinile executivilor și cele ale consumatorilor

În rândul liderilor executivi, directorii generali (CEO) manifestă un scepticism și o prudență mai pronunțate, fiind constant cel mai puțin înclinați să afirme că organizațiile lor dispun de măsuri de control solide cu privire la inteligența artificială. Sub doi din zece directori generali (18%) declară că organizația lor dispune de măsuri de control robuste pentru echitatea și imparțialitatea inteligenței artificiale, comparativ cu media de 33% la nivelul tuturor executivilor. În plus, doar 14% dintre directorii generali sunt de părere că sistemele lor de inteligență artificială respectă reglementările, comparativ cu 29% dintre colegii lor din conducerile executive.

Esențial de remarcat este faptul că directorii generali se apropie cel mai mult de percepțiile și atitudinile consumatorilor în ceea ce privește inteligența artificială, în comparație cu ceilalți lideri executivi. Nivelul mediu de preocupare în rândul directorilor generali față de principiile utilizării adecvate a inteligenței artificiale este de 38%, sub nivelul mediu în rândul consumatorilor (53%), dar semnificativ mai ridicat decât cel înregistrat în cazul celorlalte funcții de conducere, care variază între 23% și

28%.

Guvernanța rămâne în urma inovației

Deși liderii executivi cred pe deplin în potențialul tehnologiei, aproximativ jumătate dintre aceștia recunosc că este dificil să elaboreze sisteme de guvernanță pentru actualele tehnologii de inteligență artificială și că sistemele existente nu sunt pregătite pentru următoarea generație de tehnologii de inteligență artificială. Această situație este totuși cunoscută, iar 50% dintre organizații realizează investiții semnificative sau ample în elaborarea unor cadre de guvernanță pentru riscurile și provocările asociate acestor tehnologii emergente în domeniul inteligenței artificiale.

Planurile viitoare de adoptare a inteligenței artificiale depășesc gradul de conștientizare a riscurilor

Aproape toți liderii executivi se așteaptă să utilizeze tehnologii emergente de inteligență artificială în următorul an. Deși trei sferturi (76%) dintre companiile intervievate folosesc în prezent sau intenționează să utilizeze inteligența artificială autonomă în următorul an, doar 56% sunt familiarizate cu riscurile asociate. Discrepanțe și mai mari se înregistrează în alte domenii emergente, cum ar fi generarea de date sintetice, unde 88% dintre companii utilizează deja această tehnologie, însă doar 55% sunt conștiente de riscuri.

Raj Sharma, EY Global Managing Partner – Growth and Innovation, a declarat: „Îngrijorările consumatorilor legate de responsabilitatea în utilizarea inteligenței artificiale afectează încrederea în brand, ceea ce îi plasează pe directorii generali în prima linie a acestor dezbateri. Conducătorii executivi trebuie să abordeze aceste probleme prin elaborarea unor strategii adecvate menite să atenueze riscurile asociate cu inteligența artificială și prin

manifestarea de transparență în ceea ce privește utilizarea și protejarea acestei tehnologii în cadrul organizației lor”.