

AI TRENDS

Hogyan használják a magyar cégek és szakemberek a mesterséges intelligenciát a mindennapi munkában.

2026. 09. 08. 16:20

Cinematic Studio

HUN · 20 perc

**Török Balázs**digitális marketing és AI tanácsadó ·
torokbalazs.com

Török Balázs, digitális marketing és mesterséges intelligencia tanácsadó, két 2025-ben és 2026-ban végzett használati tanulmány eredményeit mutatja be, hogy elemezze az emberek és a mesterséges intelligencia kapcsolatát.

MIRŐL VOLT SZÓ

A kutatás jelentős nemek közötti különbségeket mutat ki az AI-adoptálás terén, megjegyezve, hogy bár a szakadék csökken, a férfiak továbbra is lényegesen több időt takarítanak meg, mint a nők. Például a 2025-ös adatok szerint a férfiak közel 1,5-ször nagyobb valószínűséggel jelentették, hogy több mint 10 órát takarítottak meg, mint a nők.

A tanulmány azt is vizsgálja, hogy az AI interakciók hogyan fejlődnek a professzionális eszközöktől a személyes társaságig, és foglalkozik az „AI bumeráng” hatással, amikor a vállalatok újra embereket alkalmaznak, miután rájönnek, hogy az AI nem tudja helyettesíteni bizonyos készségeket. Például a válaszadók közel 20%-a számolt be arról, hogy ismer valakit, aki az AI miatt veszítette el állását. Ezek az eredmények azt jelzik, hogy a munkaerőpiac gyorsan változik, ahol az emberi készségek továbbra is kritikusak.

KIEMELT MEGÁLLAPÍTÁSOK

- A felmérésben résztvevők körülbelül 20%-a ismer valakit, aki munkahelyét az MI miatt veszítette el.
- A Gemini Cloud használata jelentősen nőtt 2026-ban, míg a ChatGPT használata viszonylagos csökkenést mutatott.
- Csak a válaszadók 20%-a nyilatkozott úgy, hogy hajlandó lenne vásárolni egy AI által generált hirdetés alapján.

ÜZLETI HATÁS

Az adatok szerint a különböző mesterséges intelligencia platformok piaca növekszik, a Gemini Cloud a mintának 33%-át teszi ki. A vállalkozásoknak meg kell oldaniuk az „AI boomerang” problémáját azáltal, hogy azonosítják azokat a szerepeket, amelyekben a humán szakértelem pótolhatatlan, ugyanakkor figyelembe kell venniük azt a tényt, hogy a fogyasztók 34%-a elutasítja az AI által generált hirdetéseket, különösen a fiatalabb korosztályok körében.

KÖVETKEZTETÉS

Török Balázs ajánlja, hogy a könyvében vizsgálják meg az AI szélesebb körű hatásait az oktatásra, a munkaerőpiacra és a kormányzásra. A prezentáció Dugattyúsban tartandó könyvbemutatóra szóló meghívással zárul szeptember 30-án.

AI TRENDS

How Hungarian Companies and Professionals Use Artificial Intelligence in Their Everyday Work

2026. 09. 08. 16:20

Cinematic Studio

HUN · 20 perc

**Balázs Török**digital marketing and AI consultant ·
torokbalazs.com

Balázs Török, a digital marketing and AI consultant, presents the results of two usage studies conducted in 2025 and 2026 regarding the human relationship with artificial intelligence.

WHAT WAS DISCUSSED

Balázs Török highlights significant gender disparities in AI adoption, noting that while subscription rates are increasing for both groups, men still report saving substantially more time than women. For example, in the 2025 data, men were nearly 1.5 times more likely to claim saving over 10 hours of time compared to women.

The presentation explores the evolving nature of AI interactions, ranging from professional "agents" to personal companions where some users describe their relationship with AI as a friendship. Balázs Török also introduces the "AI boomerang" concept, where companies rehire workers previously laid off due to automation because AI cannot fully replace specific skill sets. These elements collectively suggest that while AI integration is accelerating, it creates complex socio-economic shifts and personal dynamics.

KEY TAKEAWAYS

- Approximately 20% of respondents reported knowing someone who lost their job due to AI.
- While ChatGPT remains a dominant platform, Gemini Cloud has seen a significant increase in usage.
- Only 20% of people expressed a willingness to purchase products based on AI-generated advertisements.

BUSINESS IMPACT

The data indicates a growing risk of competitive disadvantages for employees who lack access to paid AI subscriptions or specific AI skills. Furthermore, the "AI boomerang" suggests a shifting labor market where human-centric skill sets remain high-value assets despite automation trends. Businesses must also navigate consumer skepticism, as a large majority of users remain hesitant to engage with AI-generated marketing content.

CONCLUSION

Balázs Török concludes by recommending that the audience explore the broader implications of AI on education, the labor market, and governance through his upcoming book. He invites the audience to attend a book launch on September 30 at Dugattyús to discuss these critical issues further with experts.