

Artykuł Forrester Consulting
z zakresu przywództwa
innowacyjnego, opracowany na
zlecenie IBM

Styczeń 2020

Jak pokonać przeszkody na drodze do wykorzystania AI na dużą skalę

Inwestuj w AI oraz skaluj ją, aby stać się liderem w branży

Spis treści

- 1 Streszczenie dla kierownictwa
- 2 AI staje się nieodzowną umiejętnością do osiągnięcia i utrzymania wiodącej pozycji w branży
- 4 Skalowanie AI to kolejne wyzwanie do wykorzystania zwielokrotnionej wartości z danych
- 6 Osiągnięcie pozycji lidera w branży wymaga od firm reakcji na konieczność wykorzystania AI
- 8 Kluczowe zalecenia
- 9 Dodatek

Dyrektor projektu:

Rachel Linthwaite,
starszy konsultant ds.
wpływu na rynek

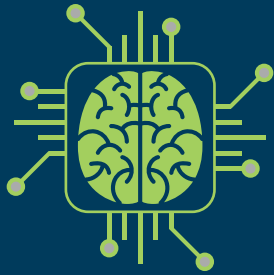
Badania wspierające:

grupa badawcza Forrester ds.
zastosowań, rozwoju i dostaw

INFORMACJE O FORRESTER CONSULTING

Forrester Consulting świadczy niezależnie, obiektywne i oparte na badaniach usługi konsultingowe, które pomagają liderom odnosić sukcesy w swoich organizacjach. Zakres oferowanych usług jest szeroki -- począwszy od krótkich sesji strategicznych do w pełni dostosowanych do indywidualnych potrzeb projektów. Dzięki usługom konsultingowym Forrester Consulting możesz kontaktować się bezpośrednio z analitykami, którzy wykorzystują profesjonalną wiedzę do rozwiązywania specyficznych dla twojej firmy wyzwań biznesowych. Więcej informacji podano na stronie forrester.com/consulting.

© 2020, Forrester Research, Inc. Wszelkie prawa zastrzeżone. Nieuprawnione kopiowanie jest surowo zabronione. Informacje są oparte na najlepszych dostępnych źródłach. Opinie odzwierciedlają osąd w danym momencie i mogą ulec zmianie. Forrester®, Technographics®, Forrester Wave, RoleView, TechRadar, oraz Total Economic Impact są znakami towarowymi Forrester Research, Inc. Wszystkie pozostałe znaki handlowe są własnością odpowiednich firm. Dodatkowe informacje podano na stronie forrester.com. [E-45748]



Sztuczna inteligencja będzie motorem nowej ery postępu ludzkości.



Istnieje prawie siedmiokrotnie większe prawdopodobieństwo, że firmy, które skalowały AI, będą najszybciej rozwijającymi się graczami w swojej branży w porównaniu do przedsiębiorstw, które nie skalowały AI.

Streszczenie dla kierownictwa

W czasach, gdy sztuczną inteligencję (AI) postrzega się jako motor nowej ery postępu ludzkości, opcja wyłączenia się przez firmy z tego trendu przemian nie wchodzi w grę.¹ Przedsiębiorstwa chcące dokonać cyfrowej transformacji, muszą zrozumieć, że akceptacja status quo sprawi, iż z trudnością będą konkurować z firmami, które dostrzegły wyłaniającą się przed nimi szansę.

Do tej pory przedsiębiorstwa próbowały w pewnym zakresie eksperymentować z AI. Jednak aby konkurować w 2020 roku i kolejnych latach, firmy będą musiały wykonać ogromny krok naprzód. Sztuczna inteligencja ma zdolność tworzenia niesamowitej wartości dla organizacji, które chcą obniżyć koszty, zwiększyć produktywność i poprawić doświadczenia swoich klientów.² Nadszedł czas, aby wyzbyć się nieśmiałości. Firmy, które chcą być liderami w swoich branżach, muszą zainwestować znaczne środki w działania na rzecz skalowania wykorzystania AI w swoich przedsiębiorstwach.

W październiku 2019 roku koncern IBM zlecił firmie Forrester Consulting zbadanie, jak w rzeczywistości przedsiębiorstwa wdrażają AI. W ramach analizy tego zagadnienia firma Forrester przeprowadziła ankietę online wśród 518 globalnych decydentów w zakresie IT, danych i obszaru działalności, którzy odpowiadają za strategię danych, sztucznej inteligencji i analityki w swoich firmach. Odkryliśmy, że chociaż firmy uważają inicjatywy w dziedzinie AI za najwyższy priorytet w transformacji cyfrowej i oczekiwaną siłę napędową w osiąganiu istotnych wyników biznesowych, zmagają się z wieloma wyzwaniami związanymi z danymi, które uniemożliwiają im skalowanie AI w obrębie przedsiębiorstwa i pełne maksymalizowanie przewagi konkurencyjnej.

KLUCZOWE WNIOSKI

- › **AI jest kluczowym motorem rozwoju biznesu.** Ankietowane firmy przewidują, że inicjatywy w zakresie AI będą miały krytyczne znaczenie dla postępu ich cyfrowej transformacji. Będzie to także kluczowy czynnik rozwoju biznesu oraz poprawy doświadczeń klientów (CX) i pracowników (EX). I chociaż przedsiębiorstwa już dziś korzystają z technologii AI, teraz są chętne skalować przypadki użycia sztucznej inteligencji we wszystkich obszarach działalności.
- › **Główną przeszkodą w rozwoju AI są dane.** Niestety 90% firm ma trudności ze skalowaniem AI w swoich przedsiębiorstwach, a istotną przyczynę tego stanu rzeczy upatrują w danych. Ponad połowa respondentów w przeprowadzonym badaniu przyznaje, że po prostu nie wie, jakie są ich potrzeby w zakresie danych dla AI. Ponadto firmy mają problemy z zapewnieniem jakości danych oraz ich integracją, które uniemożliwiają im połączenie wielu źródeł danych. Bez odpowiednio wyselekcjonowanych danych, inicjatywy AI nie będą wystarczające — co prowadzi do wzrostu kosztów, niedotrzymania terminów i ryzyka regulacyjnego.
- › **Liderzy branżowi już wykorzystują przewagę konkurencyjną związaną z AI.** Firmy, które odniosły już takie korzyści, jak poprawa wydajności i wzrost przychodów z wczesnych eksperymentów, uznają, że skalowanie AI pozwoli im utrzymać konkurencyjność na coraz bardziej zatłoczonym rynku. Co więcej, odkryliśmy prawie siedmiokrotnie większe prawdopodobieństwo, że firmy, które skalowały AI, będą najszybciej rozwijającymi się graczami w swojej branży w porównaniu do przedsiębiorstw, które nie skalowały AI.

AI staje się nieodzowną umiejętnością do osiągnięcia i utrzymania wiodącej pozycji w branży

Dzisiejsi liderzy przedsiębiorstw są zgodni: sztuczna inteligencja ma kluczowe znaczenie dla sukcesu i zdrowia cyfrowego biznesu. W odpowiedzi na prośbę o określenie priorytetów wśród wielu różnych strategicznych inicjatyw, ponad 60% respondentów uważa inicjatywy związane ze sztuczną inteligencją za jedną z najważniejszych dla udanej transformacji cyfrowej. W istocie, AI jest drugą najważniejszą inicjatywą dla wiodących przedsiębiorstw, ustępując jedynie wykorzystaniu wniosków opartych na danych do ulepszania produktów i usług. Biorąc pod uwagę, jak krytyczne jest znaczenie AI dla nowoczesnych, cyfrowych przedsiębiorstw, chcieliśmy zrozumieć, w jaki sposób firmy wykorzystują obecnie sztuczną inteligencję. Oto wnioski z naszego badania:

- › Inicjatywy w zakresie AI wspierają ogólną kondycję biznesu.** Firmy uważają, że ich inicjatywy w dziedzinie AI usprawniają wszystkie aspekty działalności firmy, wpływając na klientów, pracowników i wyniki finansowe. Celem numer 1 dla tych projektów jest zwiększenie wzrostu przychodów (43%), a tuż za nim poprawa produktywności pracowników, poprawa CX i wzrost rentowności (patrz Rysunek 1). Nic dziwnego, że najważniejsze przypadki użycia odzwierciedlają te kluczowe cele, a ponad 70% firm korzysta obecnie z technologii sztucznej inteligencji lub ją rozszerza, wspierając interakcje z obsługą klienta, wydajność operacyjną i scenariusze zastosowania business intelligence.
- › Firmy traktują szkolenia priorytetowo, aby podejmować inicjatywy i opracowywać rozwiązania.** Obecnie 60% respondentów szkoli swoich pracowników w zakresie sztucznej inteligencji (AI)/uczenia maszynowego (ML)/uczenia głębokiego. Warto zauważyć, że szkolenia są uważane za istotniejsze niż strategiczne identyfikowanie przypadków użycia (55%), wdrażanie zewnętrznych rozwiązań (52%) i opracowywanie własnych rozwiązań AI (37%). Bez odpowiednich umiejętności zespoły będą musiały zmagać się z rozwiązaniami i nie będą mogły skutecznie realizować przypadków użycia.



AI wspiera kluczowe z punktu widzenia biznesu cele, takie jak wzrost przychodów i poprawa CX.

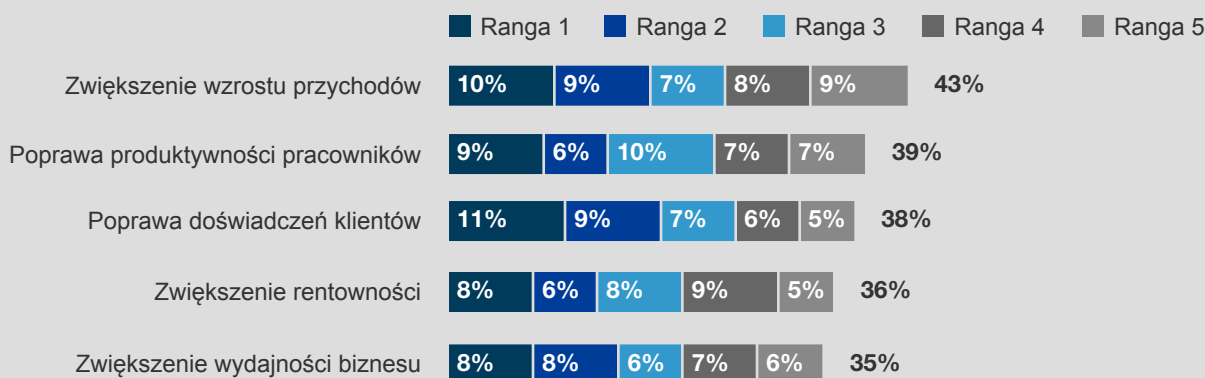
„AI poprawia naszą jakość i optymalizuje wszystkie procesy potrzebne do działania i doświadczenia klienta.”

Decydent odpowiadający za strategię AI w swojej firmie



Rysunek 1

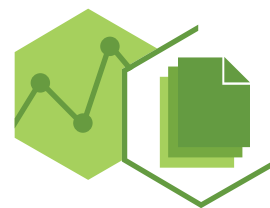
„Jakie są kluczowe cele, które planują Państwo osiągnąć konkretnie poprzez podejmowanie inicjatyw AI?”



Baza: 518 globalnych decydentów w zakresie danych i obszaru działalności, odpowiadających za strategię danych, AI oraz analityki w swoich firmach.

Źródło: Badanie przeprowadzone przez Forrester Consulting na zlecenie IBM, październik 2019.

- › **Istnieją jednak luki w działaniach w zakresie wdrożeń i ekspansji.** Pomimo znaczenia inicjatyw AI firmy są w rzeczywistości na bardziej zaawansowanym etapie innych inicjatyw dotyczących danych. Luki w podejmowaniu inicjatyw są znacznie większe w przypadku działań w dziedzinie AI niż w odniesieniu do inicjatyw dotyczących danych i analityki, o które pytaliśmy respondentów (patrz Rysunek 2). Różnica jest szczególnie znacząca, jeśli chodzi o opracowywanie rozwiązań wewnętrznych. Mimo że prawie trzy czwarte respondentów twierdzi, że jest to istotne, aktualnie tego typu działania realizuje zaledwie 37% firm. Firmy poczyniły większy postęp, jeśli chodzi o rozwiązania zewnętrzne, koncentrując się przede wszystkim na ML, inżynierii wiedzy i technologiach chatbot. Ogólnie rzecz biorąc, oznacza to, że wykorzystanie AI w wielu firmach może być nadal w powijakach. Chociaż potrzeba i pragnienie są silne, wciąż pozostaje wiele do zrobienia.
- › **Niemniej jednak liczba przypadków użycia AI będzie rosła.** 80% firm spodziewa się wzrostu liczby przypadków użycia AI w ciągu najbliższych 18–24 miesięcy. Dla niektórych wzrost ten będzie znaczący: 40% spodziewa się wzrostu o ponad 15%. Chcąc osiągnąć ten wzrost, firmy planują również wdrażać więcej technologii AI. Ponad 30% respondentów twierdzi, że wdraża lub w ciągu najbliższych 12 miesięcy planuje wdrożyć rozumienie języka naturalnego, platformy business intelligence wspomagane przez AI i technologie robotyki.



80% firm spodziewa się wzrostu liczby przypadków użycia AI w ciągu najbliższych dwóch lat.

Rysunek 2



Baza: 518 globalnych decydentów w zakresie danych i obszaru działalności, odpowiadających za strategię danych, AI oraz analityki w swoich firmach.

Nie przedstawiono wszystkich odpowiedzi.

Źródło: Badanie przeprowadzone przez Forrester Consulting na zlecenie IBM, październik 2019.

Skalowanie AI to kolejne wyzwanie do wykorzystania zwielokrotnionej wartości z danych

Firmy twierdzą, że swobodnie wdrażają nowe przypadki użycia, identyfikują subiektywne błędy w obecnych modelach i zarządzają danymi dla AI. Jednakże taka pewność siebie może być przedwczesna. Dlaczego? Większość respondentów (90%) przyznaje, że ma trudności ze skalowaniem liczby przypadków użycia AI w swoich firmach. Co jest zatem przyczyną tego rozżewu i ostatecznie powstrzymuje firmy przed rozwojem?

ISTOTNYM WYZWANIEM SĄ DANE

Systemy AI są tylko tak dobre, jak dane wykorzystane do ich uczenia.³ Niestety mniej niż połowa wszystkich ankietowanych firm uważa, że bardzo skutecznie wykorzystuje dane w swoich inicjatywach AI. Co więcej, 12% przyznaje, że w ogóle nie odnosi sukcesów. Jest to problem, ponieważ sztuczna inteligencja po prostu nie może zostać pomyślnie wykorzystana bez odpowiednio przygotowanych i wyselekcjonowanych danych. Jednym z czynników odpowiadających za ten stan rzeczy może być szeroki zakres typów danych, które firmy obecnie wykorzystują do AI, obejmujących wszystko – od obrazów i strukturyzowanych danych relacyjnych po tekst i wykresy (patrz Rysunek 3). Niemniej jednak problemy z danymi w przedsiębiorstwach dzielą się na trzy ogólne kategorie (patrz Rysunek 4):

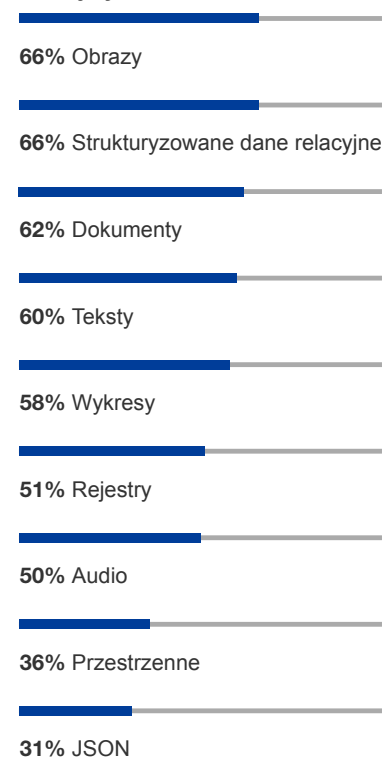
- **Jakość danych.** Kwestie jakości są największym wyzwaniem dotyczącym danych w organizacjach (58%). Jest to prawdopodobnie spowodowane brakiem odpowiednio przygotowanych danych do szkolenia systemów AI (45%) oraz problemami z zarządzaniem danymi (40%). Nic więc dziwnego, że prawie połowa wszystkich firm nie ma pewności, czy jest w stanie zapewnić odpowiednią jakość danych.
- **Integracja.** Istotną kwestią jest również brak integracji. Ponad 50% firm ma problemy z integracją danych, zarówno jeśli chodzi o platformy data science/ML, jak i platformy analityczne/business intelligence. Z tej przyczyny ponad jednej trzeciej respondentów brakuje pewności co do własnej zdolności łączenia wielu źródeł danych.
- **Brak zrozumienia.** Być może najbardziej niepokojącym wnioskiem z naszej ankiety jest to, że 52% respondentów po prostu nie wie, jakie są ich potrzeby dotyczące danych do AI. Jest to powód do niepokoju. Jeśli przedsiębiorstwa nie wiedzą, czego potrzebują, czeka je jeden z dwóch scenariuszy: albo na ślepo będą realizować inicjatywy AI, które będą skazane na porażkę, albo, co może być gorsze, nigdy nie podejmą żadnych prób.

Bez odpowiednio przygotowanych i wyselekcjonowanych danych inicjatywy AI zakończą się niepowodzeniem.

PLAGĄ W PRZEDSIĘBIORSTWACH JEST RÓWNIEŻ OGROM WYZWAŃ ZWIĄZANYCH Z WYKWALIFIKOWANĄ KADRĄ I TECHNOLOGIĄ

- **Olbryzim problemem jest brak wykwalifikowanych pracowników.** Firmy mają rację, traktując szkolenia jako priorytetową inicjatywę AI. Trzy z czterech największych wyzwań związanych z wykwalifikowaną kadrą wskazują, że zespołom brakuje umiejętności niezbędnych do skalowania AI. Istnieją braki w zakresie kwalifikacji w dziedzinie inżynierii danych (71%), data science (70%) i programowania (65%). Wyzwanie dla zespołów o zbyt niskich kwalifikacjach jest spowodowane przez ogólny brak przyjęcia najlepszych praktyk (67%) oraz rozbieżności między zespołami analityki i data science. Posiadanie odpowiednio wykwalifikowanych pracowników jest nie tylko niezbędne dla powodzenia inicjatyw związanych z AI, ale również ma kluczowe znaczenie, aby pomóc firmom w osiągnięciu ich celów w zakresie poprawy produktywności pracowników.

Rysunek 3
Typy danych wykorzystywanych w inicjatywach AI



Baza: 518 globalnych decydentów w zakresie danych i obszaru działalności, odpowiadających za strategię danych, AI oraz analityki w swoich firmach.
Źródło: Badanie przeprowadzone przez Forrester Consulting na zlecenie IBM, październik 2019.

Sygnal ostrzegawczy: ponad połowa osób odpowiedzialnych za strategię AI w swoich firmach nie rozumie, jakie są ich potrzeby w zakresie danych do AI.

› **Firmy nie mają odpowiednich narzędzi i napotykają problemy z oprogramowaniem typu open source.** Umiejętności to nie jest jedyny niedobór: firmy również nie dysponują odpowiednimi narzędziami. 58% ankietowanych wskazuje na brak narzędzi i platform do opracowywania zaawansowanych modeli analitycznych i uczenia maszynowego, 50% potrzebuje rozwiązań do operacjonalizacji tych modeli, a kolejne 50% nie ma rozwiązań do monitorowania modeli w produkcji. Problemem jest również open source: 56% respondentów twierdzi, że nie ma odpowiedniego wsparcia dla modeli i ram programowania ML typu open source, a kolejne 50% ma trudności z wdrożeniem i utrzymaniem platform uczenia maszynowego typu open source.

Ta mnogość wyzwań jest ogromna. W rezultacie firmy stoją w obliczu zwiększonych kosztów, terminów i ryzyka regulacyjnego dla projektów AI. 56% ankietowanych podaje, że projekt AI kosztował więcej niż zakładano, 41% stwierdziło, że projekt został zrealizowany z opóźnieniem, a 36% doświadczyło zwiększonego ryzyka regulacyjnego.

Rysunek 4

Największe wyzwania dla AI związane z danymi



Baza: 518 globalnych decydentów w zakresie danych i obszaru działalności, odpowiadających za strategię danych, AI oraz analityki w swoich firmach.

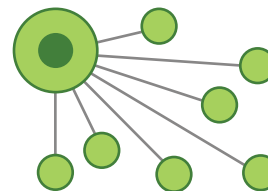
Źródło: Badanie przeprowadzone przez Forrester Consulting na zlecenie IBM, październik 2019.

Osiągnięcie pozycji lidera w branży wymaga od firm reakcji na konieczność wykorzystania AI

Pomimo różnorodności wyzwań związanych z danymi, kadrami i technologią, przedsiębiorstwa muszą rozwijać swoje inicjatywy AI. Dlaczego? Ponieważ ma to decydujące znaczenie dla ich przetrwania. Oto wyniki naszego badania:

- › **Firmy już odnoszą korzyści.** Przedsiębiorstwa widzą, jak inicjatywy AI realizują kluczowe cele biznesowe (patrz Rysunek 5). Spośród ankietowanych firm 62% dostrzega lepsze doświadczenia klientów, 60% osiąga większy wzrost przychodów, a 58% zwiększyło rentowność. Firmy dostrzegają także korzyści w zakresie danych: 64% zauważa skuteczniejsze zarządzanie danymi, a 59% obserwuje poprawę wydajności analitycznej. Na horyzoncie pojawia się także wiele innych korzyści biznesowych – od poprawy produktywności pracowników po zwiększenie pozyskiwania i utrzymania klientów.
- › **Rezygnacja z AI nie wchodzi w grę.** Firmy uznają, że sztuczna inteligencja zapewni im możliwość wyróżnienia się spośród konkurencji. 50% firm uważa, że skalowanie AI pozwoli im utrzymać konkurencyjność, a 39% jest zdania, że uczyni je liderami w branży. Z tego powodu rezygnacja z AI nie wchodzi w grę. Jak zauważył jeden z respondentów: „AI jest czymś, w co inwestuje każda branża na świecie. A jeśli twoja firma też jeszcze nie inwestuje w AI, nigdy nie dotrzymasz kroku zmianom”.

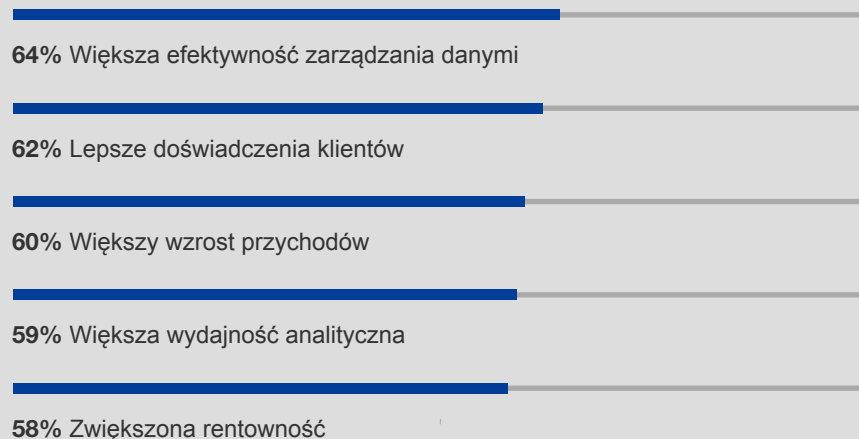
AI to konieczność, dlatego większość ankietowanych firm planuje nadal inwestować w technologie AI w ciągu najbliższych 18–24 miesięcy, koncentrując się na największych inwestycjach w obszarach, w których są obecnie opóźnione. Platformy business intelligence i robotyka z wykorzystaniem AI odnotują największy ogólny wzrost, chociaż zasadniczo wszystko będzie przedmiotem większych inwestycji – od generowania języka naturalnego po uczenie maszynowe.



89% decydentów w przedsiębiorstwach jest zgodnych: skalowanie AI pozwala wyróżnić się spośród konkurencji.

Rysunek 5

„Jakie korzyści biznesowe odnieśli Państwo dzięki zdolności do skalowania przypadków użycia AI w całym przedsiębiorstwie?”



Baza: 518 globalnych decydentów w zakresie danych i obszaru działalności, odpowiadających za strategię danych, AI oraz analityki w swoich firmach.

Nie przedstawiono wszystkich odpowiedzi.

Źródło: Badanie przeprowadzone przez Forrester Consulting na zlecenie IBM, październik 2019.

FIRMY, KTÓRE SKUTECZNIE PROWADZĄ SKALOWANIE AI SĄ LIDERAMI BRANŻOWYMI

Przed firmami jeszcze długa droga, aby zapewnić sukces i dojrzałość AI: badanie firmy Forrester ujawniło, że 62% przedsiębiorstw dopiero zaczyna wprowadzać AI.⁴ Niemniej jednak pewna część firm z powodzeniem opracowała już proces skalowania AI.

- › **Dojrzałość AI zależy od skalowalnego procesu.** Spośród ankietowanych, 43% firm dysponuje zdefiniowanym, powtarzalnym i skalowalnym procesem AI, który umożliwił realizację szeregu udanych projektów. Dojrzałość AI jest ważna, ponieważ pomaga organizacjom w optymalizacji i automatyzacji procesów w przedsiębiorstwie, umożliwiając im zwiększenie wydajności i osiąganie lepszych wyników. Jak stwierdził jeden z ankietowanych, „AI poprawia naszą jakość i optymalizuje wszystkie procesy niezbędne w prowadzonej działalności i kształtowaniu doświadczenia klienta.”
- › **Liderzy AI są liderami branżowymi.** Istnieje prawie siedmiokrotnie większe prawdopodobieństwo, że firmy, które skalowały AI, będą najszybciej rozwijającymi się graczami w swoich branżach w porównaniu do przedsiębiorstw, które nie skalowały AI (patrz Rysunek 6). Z drugiej strony, stwierdza się 1,4-krotnie większe prawdopodobieństwo, że firmy, które nie skalowały AI, będą po prostu przeciętne pod względem tempa wzrostu przychodów w porównaniu z konkurencją.

„Dzięki zastosowaniu sztucznej inteligencji można osiągnąć poprawę wydajności, redukcję kosztów i poprawę bezpieczeństwa.”

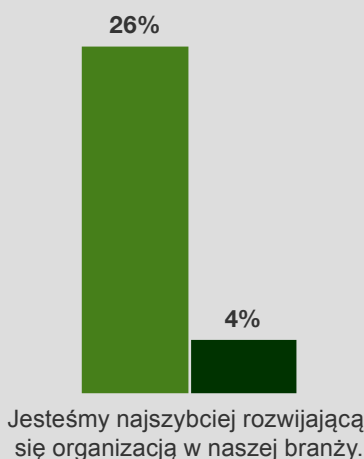
Decydent odpowiadający za strategię AI w swojej firmie



Rysunek 6

„Jak tempo wzrostu Państwa przychodów wypada w porównaniu z konkurencją?”

■ Skalowana AI ■ Nieskalowana AI



Baza: 518 globalnych decydentów w zakresie danych i obszaru działalności, odpowiadających za strategię danych, AI i analityki w swoich firmach; 223 z powtarzalnym procesem do skalowania AI, 295 bez powtarzalnego procesu do skalowania AI.

Nie przedstawiono wszystkich odpowiedzi.

Źródło: Badanie przeprowadzone przez Forrester Consulting na zlecenie IBM, październik 2019.

Podmioty, które opracowały powtarzalny, skuteczny proces skalowania AI, są liderami w swoich branżach.

Kluczowe zalecenia

AI jest kluczowym źródłem przewagi konkurencyjnej. A najszybszą ścieżką do wiodących w branży rozwiązań AI jest opracowanie i wdrożenie strategii skalowania przypadków użycia AI — od 5 do 50 do 500. Z dogłębnego badania firmy Forrester wynika kilka ważnych zaleceń:



Stwórz proces przetwarzania potokowego złożony z istotnych przypadków zastosowania AI.

Skalowanie AI oznacza rzeczywiste przypadki użycia, które są gotowe do wdrożenia. Twórz pionierskie zespoły AI z profesjonalistami z branży, specjalistami ds. technologii i sztucznej inteligencji, aby badać krytyczne procesy biznesowe i interakcje z klientami pod kątem możliwości AI. Określ priorytet przypadków użycia na podstawie technicznej wykonalności i wpływu na wiodącą pozycję przedsiębiorstwa w branży. Spojrzenie przez pryzmat wpływu na wiodącą rolę w branży zapewni, że wdrażane przypadki użycia AI będą odpowiednie do transformacji cyfrowej względem konkurencji, a nie tylko do usprawnienia istniejących procesów biznesowych.



Rozwijaj zespoły inżynierów AI. Specjaliści data science pełnią kluczową rolę w przekształcaniu danych w inteligentne modele AI. Jednak często słyszaną skargą, zarówno ze strony specjalistów data science, jak i przedsiębiorstw, jest brak operacjonalizacji modeli AI. Wynika to z faktu, że wdrażanie transformacyjnych przypadków użycia AI wymaga szerszego zespołu (zespołu inżynierów AI), w skład którego wchodzi eksperci w dziedzinie data science, analitycy biznesowi, programiści, specjaliści ds. operacyjnych i kierownicy projektów. Utworzenie interdyscyplinarnych zespołów inżynierów AI, współpracujących od początku wdrażania przypadków użycia, pozwoli zidentyfikować problemy techniczne, które można rozwiązywać równolegle z opracowywaniem modelu.



Analizuj osoby mające wpływ na AI. AI kształtuje przyszłość pracy. Jak każda technologia, AI zautomatyzuje niektóre procesy, zwiększy możliwości kadry i doprowadzi do stworzenia zupełnie nowych ról dla pracowników. Dla każdego przypadku użycia AI stwórz osoby reprezentujące istniejących pracowników i klientów, na których rozwiązania AI mogą mieć wpływ. Przeanalizuj, w jaki sposób rozwiązanie AI wpłynie na rolę z punktu widzenia każdej osoby. Skorzystaj z tej analizy, aby pomóc ludziom zrozumieć, w jaki sposób technologia usprawni firmę, poprawi doświadczenia klienta i ich rolę.

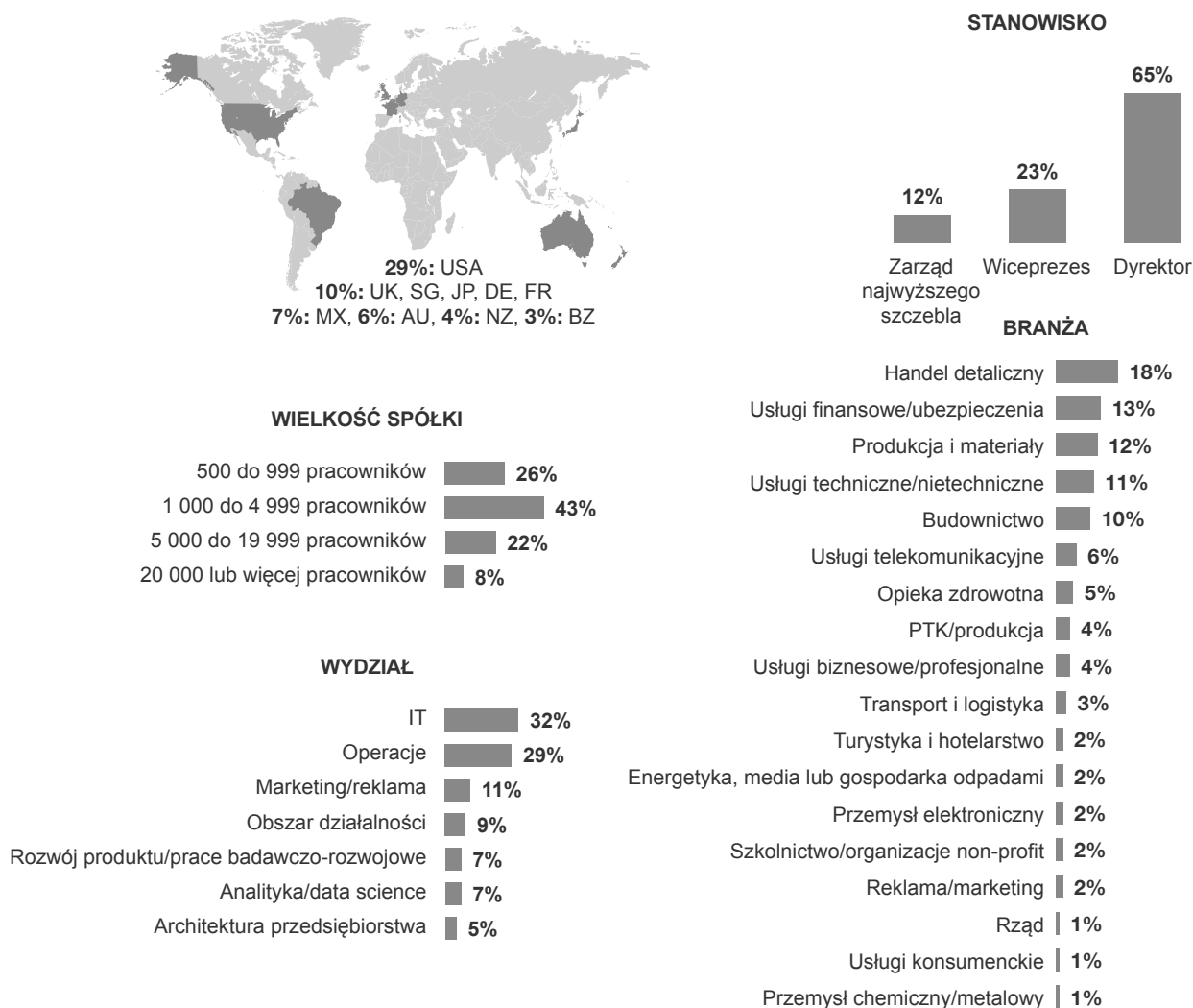


Zaangażuj kierownictwo. Ostatecznie, kierownictwo i zarządy będą odpowiedzialne za działania i zaniechania przedsiębiorstwa. Większość rozumie transformacyjną nieodzowność AI w swojej branży. Ale mogą nie rozumieć zakresu i inwestycji wymaganych do wdrażania AI na dużą skalę. Edukuj ich na temat powodzenia pierwszych przypadków użycia, ale określ pełniejsze wymagania technologiczne i organizacyjne w celu wdrożenia przypadków użycia AI na dużą skalę.

Dodatek A: Metodologia

W tym badaniu firma Forrester przeprowadziła ankietę online wśród 518 decydentów w zakresie IT, danych i obszaru działalności w USA, Wielkiej Brytanii, Niemczech, Francji, Singapurze, Japonii, Australii, Nowej Zelandii, Meksyku i Brazylii w celu oceny sposobów, w jakie przedsiębiorstwa inwestują i próbują skalować przypadki użycia AI. Firma Forrester zaoferowała respondentom bodziec motywacyjny w podziękowaniu za czas poświęcony na udział w badaniu. Badanie rozpoczęło się w październiku 2019 roku, a zakończyło w listopadzie 2019 roku.

Dodatek B: Dane demograficzne



Baza: 518 globalnych decydentów w zakresie danych i obszaru działalności, odpowiadających za strategię danych, AI oraz analityki w swoich firmach.

Uwaga: suma wartości procentowych może nie wynieść 100 ze względu na dokonane zaokrąglenia.

Źródło: Badanie przeprowadzone przez Forrester Consulting na zlecenie IBM, październik 2019.

Dodatek C: Materiały dodatkowe

POWIĄZANE BADANIA FORRESTER

„The Future Of Machine Learning Is Unstoppable,” Forrester Research, Inc., 25 kwietnia 2019.

„Predictions 2020: Artificial Intelligence,” Forrester Research, Inc., 30 października 2019.

„Forrester Infographic: AI Experiences A Reality Check,” Forrester Research, Inc., 17 maja 2019.

Dodatek D: Przypisy końcowe

¹ Źródło: „The Future Of Machine Learning Is Unstoppable,” Forrester Research, Inc., 25 kwietnia 2019.

² Źródło: „Predictions 2020: Artificial Intelligence,” Forrester Research, Inc., 30 października 2019.

³ Źródło: „Forrester Infographic: AI Experiences A Reality Check,” Forrester Research, Inc., 17 maja 2019.

⁴ Ibid.