

انسانها و ماشینها

مشکل بهره‌برداری از فناوری و افراد مستعد



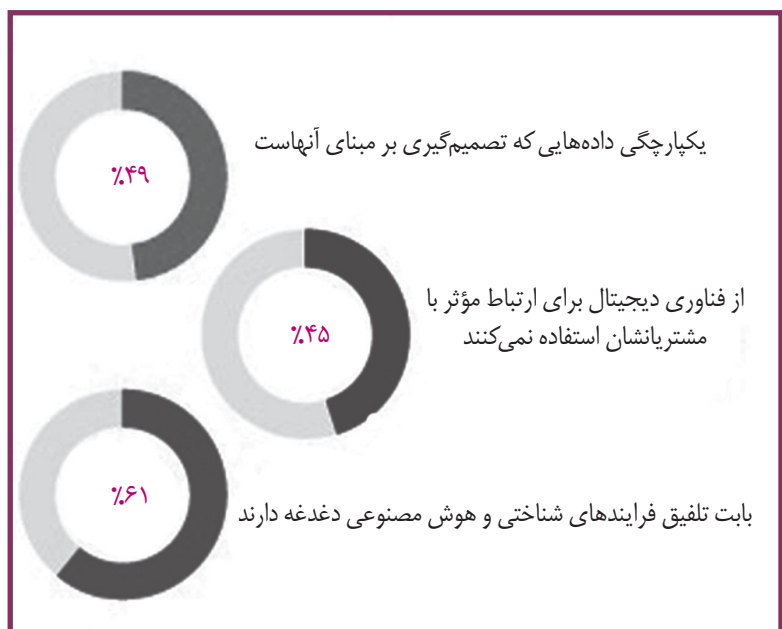
از نظر مدیران عامل، فناوری ممکن است حوزه‌های جدید مختلف اعم از داده‌ها و تحلیل داده‌ها، علوم شناختی و رباتیک را دگرگون کند؛ اما دغدغه ۴۰ درصد مدیران این است که آیا سازمانشان پایه‌پای فناوریهای جدید در حرکت است؟ و ۶۰ درصد دیگر نگران این هستند که سازمانشان قابلیت‌های حسی و فرایندهای نوآورانه^۱ برای پاسخ به این تغییرات سریع را ندارد. همچنین، نگرانی نیمی از مدیران، کیفیت داده‌هاست که مبنایی برای اتوماسیون، رایانش شناختی و درک مشتریان سازمانها است. یکی از مواردی که مدیران عامل به‌وضوح بیان می‌کنند، این است که فناوری شاید موجب پیشبرد دگرگونی باشد، اما کسب موفقیت در عصر علوم شناختی، مستلزم داشتن راهبردی منسجم، مدیریت آگاهانه نیروهای مستعد و درک حوزه‌هایی است که سازمان ممکن است در آنها ارزش‌آفرینی کند. این مسئله تنها به فناوری محدود نیست؛ بلکه به افراد، ارزشها و توانایی خلق سازمانی که بتواند با تغییرهای پرشتاب تطبیق پیدا کند نیز مربوط می‌شود. با این حال، ۶۰ درصد مدیران عامل به فکر تلفیق فرایندهای شناختی و هوش مصنوعی هستند.

برد فیشر (Brad Fisher)، رهبر امریکایی در واحد داده‌ها و تحلیلها در مؤسسه **کی‌پی‌ام‌جی** (KPMG) ابراز می‌دارد:

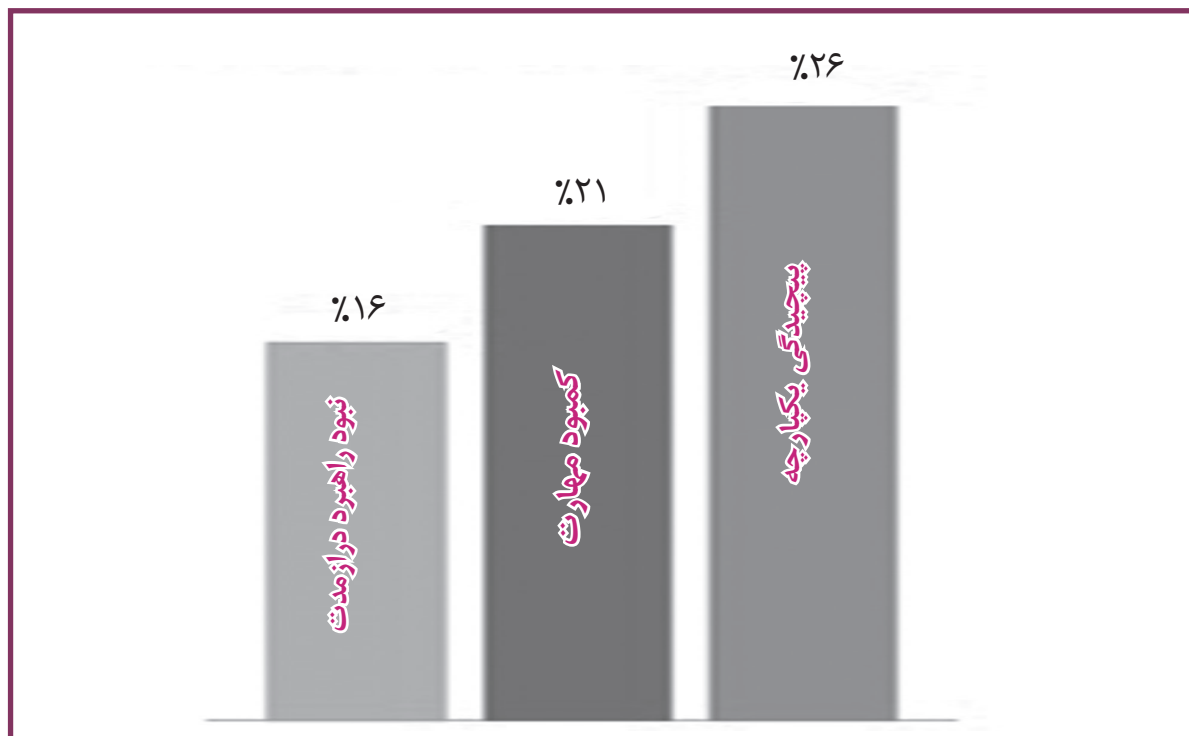
«سازمانها داده‌های بسیار زیاد و انواع مختلف داده‌ها را از منابع مختلف مانند منابع خارجی به‌دست می‌آورند، و در موارد بسیاری، این داده‌ها تحت نظارت کنترل‌های قابل‌اتکای درازمدتی نیستند. طبیعی است که نزدیک به نیمی از مدیران عامل بابت اتکا به داده‌هایی که از صحت و سقم آنها مطمئن نیستند، ابراز نگرانی کردند. این بخشی از نگرانیهای مدیران عامل در خصوص اجرای فناوریهای متکی بر آن داده‌ها مانند هوش مصنوعی و رایانش شناختی است. فناوریهای تحلیل هوش مصنوعی در حکم «جعبه سیاهی» بسیار تیره و تار هستند که تأیید آن از سوی افراد ممکن نیست. از آنجا که امکان مشاهده داخل این جعبه سیاه وجود ندارد، اعتماد اهمیت بیشتری پیدا می‌کند؛ اما کسب اعتماد دشوار است. در قدم اول، سازمانها برای درک بهتر و اتکا به این تحلیلها، باید در فرایندهای علم داده‌ها به شفافیت برسند. تنها در آن صورت، مدیران اجرایی به تصمیمهایی که با استفاده از تحلیل داده‌ها می‌گیرند، اعتماد بیشتری خواهند داشت.»

کونین آکروید (Kevin Akeroyd)، مدیر عامل سیژن (Cision) که یکی از شرکتهای پیشتاز در حوزه رسانه‌های اکتسابی، فناوری ارتباطات و تحلیل داده‌ها است، می‌گوید: «به‌نظر من طی دو سال آینده، سه حوزه علوم شناختی، یادگیری ماشین، و هوش مصنوعی، در سطح گسترده تأثیری به‌مراتب کمتر از تصور دارد و تأثیر آن طی ۱۰ سال آینده به‌مراتب بیشتر از تصور همگان است.» سیژن در صنعتی در حال پیشرفت است که در برخی حوزه‌ها، سرمایه‌گذاری روی آنها کم بوده است. «در صنعت ما، حتی پیش از اینکه به فکر هوش مصنوعی باشیم، باید در برخی حوزه‌ها مانند هدف‌گیری، فعال‌سازی، کنترل داده‌ها، و اندازه‌گیری بازگشت سرمایه، به سطح قابل‌قبولی برسیم.» البته، همه با قدرت دگرگون‌کننده هوش مصنوعی موافق نیستند. به گفته **جی پاتریک گالاگر** (J. Patrick Gallagher)، رئیس هیئت‌مدیره، رئیس و مدیر عامل شرکت **آرتور گالاگر** (Arthur J. Gallagher & Co.)، یکی از شرکتهای جهانی کارگزاری بیمه و مدیریت ریسک: «همه در تلاشند تا به‌وسیله میلیاردها دلار سرمایه‌گذاری، کارگزاران سنتی بیمه را از میدان رقابت به درکنند.» او به تحول اساسی صنعت بیمه به‌وسیله فناوری اعتقادی ندارد. او می‌گوید: «عامل متمایزکننده در کسب‌وکار ما، افراد و تخصص ماست.» شرکت گالاگر در حال حاضر متکی به تحلیل داده‌ها و همچنین، به دنبال هوش مصنوعی و یادگیری ماشین است، «ولی نه در حدی که همه این روزها به دنبالش هستند.» گالاگر می‌بیند که رقبا همه چیزشان را در فناوریهای **ایجاد گسیختگی**^۲ سرمایه‌گذاری می‌کنند، اما او نظاره‌گر است و با احتیاط به پیش می‌رود.

دغدغه‌های مدیران عامل چیست؟



بزرگ‌ترین مانع اجرای فناوریهای جدید چیست؟



تقریباً نیمی از این شرکتها اعلام کرده‌اند که روی اتوماسیون شناختی، سرمایه‌گذاری زیادی خواهند کرد (که این آمار در سایر صنایع ۲۱ درصد است).

به نظر او این روند مختص شرکت‌های خودروسازی نیست؛ چراکه بیش از ۳۰ درصد مدیران عامل شرکت‌های تولیدی در بخش‌های مختلف به دنبال سرمایه‌گذاری سنگین روی اینترنت اشیا^۱ و بیش از ۲۵ درصد به دنبال سرمایه‌گذاری زیاد در اتوماسیون شناختی هستند. مدیران عامل بر این مسئله واقفند که اگر بخواهند مزیت رقابتی‌شان را حفظ کنند، توسعه فناوریهای جدید امری حیاتی است و پرورش فرهنگ نوآوری باید در بطن برنامه‌های تجاری‌شان باشد.

پانوشته‌ها:

- 1- Cognitive Processes
- 2- Disruptive
- 3- Internet of Things

منبع:

KPMG, **Humans and Machines**, www.kpmg.com, 2017

هوش مصنوعی و اتوماسیون شناختی؛ عوامل پیشبرنده تولید

نظر براین هکلر (Brian Heckler)، رهبر در بخش ملی کی‌پی‌ام‌جی در تولید صنعتی، درباره هوش مصنوعی را مرور کنیم. به اعتقاد وی در همه حوزه‌ها، تولیدکننده‌های سنتی تجهیزات اصلی در حال سرمایه‌گذاری زیادی روی هوش مصنوعی هستند. شرکت فورد برنامه سرمایه‌گذاری یک میلیارد دلاری‌اش روی هوش مصنوعی آرگو (Argo) طی پنج سال آینده را اعلام کرده است. آرگو یکی از شرکت‌های نوپا با تمرکز بر تولید خودروهای خودران است. به طور مشابه، سال گذشته جنرال موتورز پس از تصاحب **کروز اتومیشن** (Cruise Automation)، یکی دیگر از شرکت‌های نوپای حوزه هوش مصنوعی، یک میلیارد دلار روی آن سرمایه‌گذاری کرد. شرکت‌ها در این محیط به شدت رقابتی، درگیر جنگ بر سر جذب استعدادها هستند و مدیران عامل شرکت‌های خودروسازی، درخواست‌هایی برای کار در این شرکت‌ها دریافت می‌کنند. نزدیک به ۶۰ درصد این شرکت‌ها قصد سرمایه‌گذاری سنگین روی فناوری هوش مصنوعی در سال آینده را دارند.