

DIGITALNA AKCELERACIJA I UMJETNA INTELIGENCIJA

doc.dr.sc. Davor Perkov¹

1. Uvod

Svako poslovanje je oduvijek bilo podložno potrebi za fleksibilnošću i prilagodbom promjenama. Međutim, na početku pandemije mnoga poduzeća nisu bila svjesna koliko će se dramatično morati mijenjati da bi opstala. Tako je digitalna transformacija (DX) postala najveća promjena našega doba. Riječ je o korištenju digitalne tehnologije za duboku preobrazbu poslovnog modela, strategije, korisničkog iskustva i drugih poslovnih područja poduzeća. Prešlo se na sustave rada na daljinu i beskontaktnu isporuku a u nizu slučajeva su kreirani potpuno novi poslovni modeli. Poduzeća su nastojala pojednostaviti tijek radnih operacija i učiniti svoje podatke dostupnima kada i gdje je trebalo. Sve to rezultiralo je digitalnom akceleracijom (DA) i široko prihvaćenim upravljanjem digitaliziranim procesima. Digitalna akceleracija naglašava ideju brzine i kontinuiteta digitalnog usvajanja. Glavni cilj digitalnog usvajanja dijeli se na manje, realističnije ciljeve koji se mogu brzo postići. Pojava pandemije potaknula je potrebu za prilagodbom poslovanja i bržim digitalnim usvajanjem (digital adoption). Pod time se podrazumijeva implementacija, integracija i potpuno korištenje tehnologije u poduzeću (Serheichuk, 2021).

Tehnologije poput usluga u oblaku, mobilne tehnologije, strojnog učenja (ML) i umjetne inteligencije (AI) pokrenule su automatizaciju i digitalizaciju kritičnih poslovnih operacija, pružajući nove uvide i prilike. AI će promijeniti stvari koje sada ne možemo ni pojmiti, jer će tehnologija raditi umjesto ljudi. Težište Pete industrijske revolucije (IR5) je na interoperabilnosti koja je ključan čimbenik za ostvarenje digitalne transformacije.

2. Digitalna transformacija

Digitalna transformacija (DX) omogućuje poduzećima da postanu agilnija, učinkovitija i da bolje reagiraju kako bi održala korak s iznimno promjenjivim okruženjem (Brierly.com, 2023). Međutim, brojna su poduzeća otkrila da očekivane koristi digitalne transformacije ne odgovaraju stvarnim postignućima. Razlog tome je što DX zahtijeva korjenitu promjenu načina na koji poduzeće funkcionira, umesto automatskog uvođenja novih poslovnih modela ili uključujućih iskustava. Ipak, omogućava poduzećima da brzo usvajaju inovacije i mijenjaju svoje poslovne modele tijekom kontinuiranih poremećaja u iznimno dinamičnom okruženju. DX nije samo suočavanje sa kaosom već je to sljedeći korak u evoluciji poslovanja.

Pandemija Covid-19 pokazala je da su poduzeća, institucije i države koje su – do izbijanja krize - planirale provedbu DX-a kao strateške odrednice za narednih pet ili više godina, dramatično ubrzale te procese i generirale brza rješenja koja su do tada bila nezamisliva. Banke i sveučilišta su se u nekoliko tjedana prebacila na online procese, državna uprava pokazala je da može djelovati bez papira a poslovanje mnogih poduzeća uspješno se odvijalo na daljinu. Zdravstvo kao djelatnost nezamisliva u online formatu, odlično je djelovalo preko aplikacija a web prodaja

¹ Napisano ekskluzivno samo za studente Sveučilišta VERN, smjer POM – predavanja i vježbe iz predmeta: „Digitalna transformacija i novi oblici organiziranja“ (2024). Autorska prava pridržana. Copyright©DavorPerkov.

u Hrvatskoj je tek tada ozbiljnije započela. Pojavila se i nova korporativna pozicija pod akronimom CDO (*Chief digital officer*) tj. glavni director za digitalni razvoj. Neka poznatija imena su Marijo Volarević (JGL_Rijeka), Ana Zovko (CO), Matej Lončarić (CME Adria), Dejan Orešković (Klett), Bojan Radlović (Fortenova) i dr.

Uloga CDO-a je transformiranje poduzeća kroz razumijevanje i napredovanje u korištenju digitalnih tehnologija. Važnost ove pozicije je povezivanje različitih dijelova poduzeća i pomoć CEO-u u razumijevanju tehnologije, predstavljajući IT kao sposobnost koja omogućuje konkurentsku prednost i kao partnera u postizanju tog cilja.

Budući da proces transformacije sam po sebi podrazumijeva definirani početak i kraj, nije neobično vidjeti da brojna poduzeća spajaju CDO poziciju s drugim pozicijama ili gase tu poziciju nakon uspješno odrađenog posla. Kako je tehnologija sve više ugrađena u svakodnevno poslovanje, postavlja se pitanje budućnosti CIO (*Chief information officer*) pozicije na razini višeg menadžmenta. Međutim, CIO kombinira prepoznavanje, razumijevanje i primjenu novih tehnoloških trendova sa sposobnošću upravljanja često opsežnim investicijskim portfeljom pod krinkom tehnološke infrastrukture. Kako bi se ova dva područja mogla razumjeti i pridonijeti poboljšanju poslovanja, stvara se potreba za CDO-om (Gray, 2022).

Ne prezajući pred rizikom i kratkim vremenskim rokovima, u mnogim segmentima poslovne zajednice upotrijebljeni su najrazličitiji kreativni alati da bi se tržištu ponudila potpuno nova digitalna rješenja (Kukec, 2020). Digitalno je postalo okosnica svega i dobilo snagu ubrzanja procesa za koje se do tada mislilo da ne mogu biti brži. Fleksibilnost, eksperimentiranje i agilnost prerasle su u obvezne vještine poduzeća za usklađenje sa stalnim promjenama ponašanja kupaca i značajke odnosa prema zaposlenicima, društvenoj zajednici i ostalim dionicima. Digitalna poduzeća imaju prednost u brzini u svemu što rade. No, ono što je danas brzo, postaje prosječno sutra, zbog čega je DX samo korak ka konačnom odredištu a to je digitalna akceleracija (Uskoković, 2023). DX omogućuje dakle, poduzećima da postanu agilnija, učinkovitija i bolje reagiraju kako bi održala korak s promjenjivim okruženjem. Drugim riječima, DX stvara temelje za digitalno ubrzanje, odnosno akceleraciju.

3. Digitalna akceleracija

Kriza poput globalne pandemije prisilila je poduzeća da preispitaju svoje strategije digitalizacije i operacije, da usvoje automatizaciju i osmisle nove načine pružanja usluga. Iako mnoga od njih još uvijek nisu spremna za potpunu transformaciju sustava, postala su otvorenija za digitalnu akceleraciju. Digitalna akceleracija (*digital acceleration-DA*) poslovna je strategija koja usmjerava budućnost poduzeća. Tim ubrzanjem se fokus s digitalizacije prebacuje na usvajanje najnovijih tehnologija, kao što su automatizacija poslovnih procesa, vizualizacija podataka, strojno učenje (ML) i umjetna inteligencija (AI). Prihvaćanjem digitalnog ubrzanja, poduzeća postaju brža od tržišnih suparnika i mogu stvoriti kohezivno iskustvo za kupce na svim kanalima.

DA je proces potpune integracije pametnih tehnologija nove generacije u poslovne procese s „neprekidnim poboljšavanjem“ u srži mentalnog sklopa. Umjesto do jučer potrebnih mjeseci ili godina za ove digitalne prilagodbe, DA je usmjerena na skraćivanje tog vremena da bi se do stvaranja vrijednosti putem uvođenja inovacija došlo znatno bržim tempom. Primjerice, ServiceNow nudi platformu koja je postala operativni sustav za vođenje poslovanja. Poduzećima

omogućava kreiranje funkcionalnosti i razvijanja aplikacija za brzi razvoj i ostvarivanje vrijednosti.

Pokušaj ubrzanja bez prethodne odgovarajuće prilagodbe organizacije rada, samo će digitalizirati postojeće probleme te ih dodatno proširiti i produbiti. Kako bi kapitalizirala mogućnosti koje pruža digitalna akceleracija, poduzeća moraju potpuno transformirati svoje operacije i prilagoditi unutarnje procese i sustave te upravljati velikim brojem podataka (Big data). Izolirani podaci moraju biti konsolidirani u jednoobraznu istinu, osiguravajući pristup najnovijim informacijama svim timovima. Ako nema sustavno organizirane baze podataka, nema primjerice ni adekvatnog upravljanja odnosima s kupcima (CRM-a). Sve se mora bilježiti a svi zaposlenici moraju biti standardizirano uključeni u jasno definirani proces (ne samo jedna funkcija poput npr. prodaje, nabave ili marketinga). Svi moraju imati istu “uniformu”, isti cilj i isti pristup. Najvažniji dio imovine nije više know-how, nego *know-who* jer natprosječna umreženost (npr. LinkedIn je u tom smislu vrlo moćan alat) i dobar dojam postaju ključni čimbenici uspjeha u upravljanju odnosima s kupcima. Suvremeni CRM zahtijeva dokumentirani pregled ukupne interakcije sa svakim pojedinim kupcem na jednom mjestu.

DX i DA ključni su za brzorastuća poduzeća koja žele optimizirano korisničko iskustvo (customer experience-CX). Očekivanja kupaca i njihovo digitalno iskustvo, evoluirali su tijekom proteklih nekoliko godina. Zato je za poduzeća bitno pojednostaviti digitalne komunikacije i stvoriti kohezivno višekanalno iskustvo (Brierly.com, 2023). Nakon što se usredotoče na DA i prihvate pametne tehnologije, poduzeća mogu postići mnogo bolje rezultate i zadovoljiti rastuće zahtjeve modernih potrošača.

Evo tri glavna ekonomska pokretača digitalne akceleracije (Serheichuk, 2021):

1. *Rad na daljinu*. Tijekom pandemije rad na daljinu postao je novi standard za mnoga poduzeća. Više od 93% njih je diljem svijeta povećalo rad na daljinu ili se potpuno prebacilo na WFH način rada.
2. *Potražnja kupaca*. Promjena potražnje i fokus na online usluge nova je norma. Poduzeća koja su prihvatila ovu promjenu i prilagodila svoju ponudu, imaju veće šanse za uspjeh.
3. *Tehnološke inovacije i digitalni poremećaj*. Nova tehnologija otvara vrata za nove poslovne mogućnosti. Gotovo polovica poduzeća vjeruje da će promjena u usvajanju naprednih tehnologija (poput umjetne inteligencije ili napredne analitike) ostati dio digitalne akceleracije.

Među važnije tehnološke trendove koji potiču digitalno ubrzanje mogu se ubrojiti: a) automatizacija; b) oblak; c) cybersigurnost; d) napredna analitika podataka i e) umjetna inteligencija (AI).

Ogromna većina poduzeća povećala je svoja ulaganja u AI, kao i svoje napore u skaliranje ove tehnologije na korporativnu razinu. Studije pokazuju da gotovo 60% tehnološki naprednih poduzeća stavlja AI u središte svojih napora za digitalnu transformaciju. Međutim, učinkovitost se u tom smislu postiže samo kada su procesi digitalizirani, automatizirani i povezani s jednim izvorom. Od prediktivne analitike do donošenja odluka na temelju razumijevanja informacija, AI može imati višestruku primjenu unutar gotovo svake organizacijske jedinice poduzeća (Serheichuk, 2021).

Kod nas primjerice, djeluje posebno ustrojena organizacijska jedinica Fortenova grupa DataLab, centar izvrsnosti za primjenu napredne analitike kao i AI tehnologije. U okviru strateškog

partnerstva s Google Cloudom i njihovih tehnologija, razvijena je vlastita podatkovna platforma u oblaku, pouzdana i skalabilna do razine koja im je potrebna (Ivezić, 2023). Kroz to partnerstvo rade i upskilling stručnjaka koji do sada nisu koristili te tehnologije kako bi privukli nove zaposlenike koji imaju ta znanja te da u svakodnevnom poslu koriste tehnologiju koja se unapređuje svakim danom, poput Googleovog Vertex AI-a i generativnog AI-ja (PALM).

4. Hoće li AI uništiti našu civilizaciju?

Niz stručnjaka (Harari i dr.) smatraju da je umjetna inteligencija (AI) potencijalno najveći neprijatelj ljudske civilizacije. Profesionalni "superprognozeri" su u pogledu budućnosti optimističniji od stručnjaka za umjetnu inteligenciju. Godine 1945., neposredno prije testiranja prve nuklearne bombe u pustinji Novog Meksika, Enrico Fermi, jedan od fizičara koji je pomogao u njenoj izradi, ponudio je svojim kolegama znanstvenicima okladu. Hoće li toplina eksplozije zapaliti nuklearni požar u atmosferi? Ako je tako, hoće li vatrena oluja uništiti samo Novi Meksiko ili cijeli svijet? No, test nije bio tako nepromišljen kao što sugerira Fermijeva nestašna oklada; još jedan fizičar Hans Bethe, izračunao je da je takav pakao gotovo sigurno nemoguć. Ovih dana brige o "egzistencijalnim rizicima" - onima koji predstavljaju prijetnju čovječanstvu kao vrsti, a ne pojedincima—nisu ograničeni na vojne znanstvenike (Kempton, 2023).

U svibnju je grupa industrijskih lidera iz OpenAI-ja, Google DeepMinda, Anthropic i drugih AI laboratorija, upozorila da bi budući sustavi mogli biti smrtonosni poput globalnih zaraza i nuklearnog oružja. *"Ublažavanje rizika od izumiranja uzrokovanog umjetnom inteligencijom trebao bi biti globalni prioritet uz druge rizike društvene razine kao što su pandemije i nuklearni rat"*, stoji u izjavi koju čini samo jedna rečenica (Roose, 2023).

Harari (2023) ističe da strah od umjetne inteligencije (AI) prati čovječanstvo još od početka računalne ere. Do sada su se ti strahovi fokusirali na strojeve koji koriste sredstva za ubijanje i porobljavanje ljudi ili zamjenjuju ljudski rad. Međutim, tijekom posljednjih nekoliko godina pojavili su se novi AI alati koji prijetu opstanku ljudske civilizacije. AI je stekao određene izvanredne sposobnosti manipuliranja i generiranja jezika, bilo riječima, zvukovima ili slikama. AI je tako hakirao operativni sustav ove civilizacije.

Jezik je ono od čega je sazdana gotovo sva kultura čovječanstva. Ljudska prava, primjerice, nisu upisana u naš DNK. Naprotiv, ona su kulturni artefakti koje smo stvorili kazujući priče i pišući zakone. I novac je također kulturni artefakt. Novčanice su samo raznobojni komadi papira, a trenutno više od 90 posto novca nisu čak ni novčanice - to su samo digitalne informacije u računalima. Ono što novcu daje vrijednost su priče koje nam o njemu pričaju bankari, ministri financija i gurui kriptovaluta.

Što bi se dogodilo kada bi neljudska inteligencija postala bolja od prosječnog čovjeka u pričanju priča, skladanju melodija, crtanju slika te pisanju zakona i svetih spisa? Kada ljudi razmišljaju o ChatGPT-u i drugim novim AI alatima, često pomisle na primjere kao što su školska djeca koja koriste AI za pisanje svojih zadaćnica. Što će se dogoditi sa školskim sustavom kada djeca to počnu raditi?

No, zaboravite na školske zadaćnice i razmislite o američkoj predsjedničkoj utrci 2024. godine te probajte zamisliti utjecaj AI alata koji mogu masovno proizvoditi politički sadržaj, lažne vijesti i

svete spise za neke nove kultove. U budućnosti bismo mogli vidjeti prve kultove u povijesti čije je „svete“ tekstove napisala neljudska inteligencija. Religije su kroz povijest tvrdile da njihove svete knjige nisu ljudskog porijekla. Uskoro bi to mogla biti stvarnost.



Svojim ovladavanjem jezikom, umjetna inteligencija može čak uspostaviti intimne odnose s ljudima i iskoristiti moć intimnosti kako bi promijenila naša razmišljanja i naše svjetonazore. Iako nema naznaka da umjetna inteligencija ima vlastitu svijest ili osjećaje, za poticanje lažne intimnosti s ljudima dovoljno je da umjetna inteligencija učini da se ljudi osjećaju **emocionalno vezanima** za nju. Tako je poznata američka glumica iz filmova za odrasle, Riley Reid (na slici) krajem 2023. pokrenula AI platformu Clona.ai koja kreatorima sadržaja omogućuje stvaranje personaliziranih i autoriziranih AI chatbota. Za 30 dolara mjesečno, obožavatelji i pretplatnici mogu voditi "intimne razgovore" s digitalnim verzijama svojih omiljenih zvijezda za odrasle,

kreatora sadržaja i drugih utjecajnih osoba. Platforma koristi Meta-ov model Llama 2 kao bazu. Kako bi odražavao osobnost celebriteta na kojima je temeljen, model je prvo treniran na različitim medijskim sadržajima dostupnim na internetu, uključujući intervjue, nastupe u podcastima i YouTube videozapise (uz neke od eksplicitnih radova Riley Reid!). Glumica je uvjerenjena kako će se industrija zabave za odrasle oduprijeti nadolazećem AI valu i biti važan dio prilagodbe te tehnologije u društvu (Poslovni plus, 2023).

U političkoj borbi za umove i srca, **intimnost je najučinkovitije oružje**, a AI je upravo stekao sposobnost masovne proizvodnje intimnih odnosa s milijunima ljudi. Svi znamo da su u proteklom desetljeću društvene mreže postale bojno polje za kontrolu ljudske pažnje. S novom generacijom umjetne inteligencije, bojište se pomiče s pozornosti na intimnost. Što će se dogoditi s ljudskim društvom i ljudskom psihologijom dok se AI bori protiv AI-a u bitki za lažiranje intimnih odnosa s nama, odnosa koji se onda mogu koristiti kako bi nas **uvjerali da glasamo za određene političare ili kupimo određene proizvode?**

Čak i bez stvaranja "lažne intimnosti", novi AI alati imali bi golem utjecaj na naša mišljenja i svjetonazore. Ljudi mogu početi koristiti jednog savjetnika za umjetnu inteligenciju **kao proroka koji sve zna**. Nije ni čudo što je Google prestravljen. Zašto se mučiti traženjem, kad mogu samo pitati proroka? Industrije vijesti, oglašavanja i zabave također bi trebale biti prestravljena. Zašto čitati novine kada mogu samo zamoliti proroka da mi kaže najnovije vijesti? I koja je svrha reklama, kad mogu samo pitati proroka da mi kaže što da kupim?

U kontekstu industrije zabave u doba umjetne inteligencije, londonski tjednik The Economist je krajem 2023. pojam megazvijezde zamijenio novom riječju – *omnistar*! To bi bile sveprisutne ili *apsolutne zvijezde* sukladno tezi ovog magazina da će tehnologija omogućiti slavnima da u neograničenim količinama i varijacijama budu dostupni svojoj publici.

Dok kanadska pjevačica Grimes poziva fanove da kloniraju njezin glas i zajedno dijele autorska prava, veliki dio zvijezda poput pisca Johna Grishama i glumice Scarlett Johansson nije sklon novoj tehnologiji (čak štoviše tuže OpenAI ili Anthropic radi nedozvoljenog korištenja njihovih riječi i slika putem umjetne inteligencije). Walt Disney kompanija je otkupila prava na glas 92-godišnjeg glumca Jamesa Earla Jonesa kako bi Darth Vader mogao plašiti i buduće generacije

fanova Ratova zvijezda. Nedavno je Meta lansirala chatbotove s glasovima poznatih kao što su npr. Paris Hilton ili Tom Brady. Od 2022. se u istočnom Londonu svakog dana okupljaju stotine ljudi koji prate energični i raskošni 90-minutni show Avatar Banda s 4 sedamnaestogodišnjaka pod nazivom „ABBA-Voyage“ (na slici)! Kao virtualni članovi slavne grupe i uz pomoć AI, zarade 2 milijuna dolara tjedno (The Economist, 2023-b).



No, čak ni ovi scenariji zapravo ne prikazuju širu sliku. Ono o čemu govorimo **potencijalni je kraj ljudske povijesti**. Ne kraj povijesti, već kraj njenog dijela kojim dominiraju ljudi. Povijest je interakcija između biologije i kulture; između naših bioloških potreba i želja za stvarima poput hrane i seksa, i naših kreacija poput religija i zakona. Povijest je proces kroz koji zakoni i religije oblikuju hranu i seks.

Što će se dogoditi s povijesnim tijekom kada AI preuzme kulturu i krene proizvoditi priče, melodije, zakone i religije? Prethodni alati poput tiskarskog stroja i radija pomogli su u širenju kulturnih ideja ljudi, ali nikada nisu stvorili nove vlastite kulturne ideje. Vjerojatno je najbolji primjer za to nedavno objavljen novi singl The Beatlesa "Now and Then". Naime, stara i zbog šumova neupotrebljiva Lennonova demo snimka, zahvaljujući novoj tehnologiji je iskorištena a najveća pop grupa svih vremena - više od pedeset godina nakon prestanka djelovanja - ponovo je dospjela na glazbene top liste! AI je bitno drugačiji. **AI može stvoriti potpuno nove ideje, potpuno novu kulturu.**

U nadolazećim desetljećima mogli bismo se naći kako živimo u snovima neljudske inteligencije. Strah od umjetne inteligencije proganja čovječanstvo tek zadnjih nekoliko desetljeća. Ali ljude već tisućama godina progoni mnogo dublji strah. Uvijek smo cijenili moć priča i slika u manipulaciji našim umovima i stvaranju iluzija. Posljedica toga je da su se od davnina ljudi bojali biti zarobljeni u svijetu iluzija. Ljudi mogu voditi čitave ratove, ubijajući druge i želeći i sami biti ubijeni, zbog svoje vjere u ovu ili onu iluziju. Ukoliko ne budemo oprezni, mogli bismo ostati **zarobljeni iza zavjese iluzija**, koju ne možemo razmaknuti - ili čak shvatiti da ona uopće postoji.

Naravno, nova moć AI-a **mogla bi se koristiti i u dobre svrhe**. Svakako, umjetna inteligencija nam može pomoći na bezbroj načina, od pronalaženja novih lijekova za rak do otkrivanja rješenja za ekološku krizu. Pitanje s kojim se suočavamo je kako osigurati da se novi AI alati

koriste za dobro, a ne za zlo. Da bismo to učinili, prvo moramo procijeniti stvarne mogućnosti ovih alata.

Od 1945. godine znamo da bi nuklearna tehnologija mogla generirati jeftinu energiju za dobrobit ljudi, ali bi također mogla fizički uništiti ljudsku civilizaciju. Stoga smo preoblikovali cijeli međunarodni poredak kako bismo zaštitili čovječanstvo i osigurali da se nuklearna tehnologija koristi prvenstveno za dobro. Sada se moramo uhvatiti ukoštac s novim oružjem masovnog uništenja koje može istrijebiti naš mentalni i društveni svijet. Još uvijek možemo regulirati nove AI alate, ali moramo djelovati brzo. Dok nuklearne bombe ne mogu izmisliti snažnije nuklearne bombe, AI može napraviti eksponencijalno moćniju AI. Prvi ključni korak je **zahtijevanje rigorozne sigurnosne provjere** prije nego što se moćne AI alati pusti u javnu domenu. Jednako kao što farmaceutska tvrtka ne može izdati nove lijekove prije testiranja njihovih kratkoročnih i dugoročnih nuspojava, tako ni tehnološke tvrtke ne bi trebale izdati nove AI alate prije nego ih naprave sigurnima. Trebamo ekvivalent Agenciji za lijekove i medicinske proizvode.

Upravo smo susreli neljudsku inteligenciju, ovdje na Zemlji. Ne znamo puno o tome, osim da bi mogla uništiti našu civilizaciju. Trebali bismo zaustaviti neodgovorno korištenje AI alata u javnoj sferi i regulirati AI prije nego što on regulira nas. I prvi propis bi trebala biti obveza da AI otkrije da je AI. Ako razgovaramo s nekim, a ne možemo reći je li to čovjek ili AI - to je kraj demokracije (Harari, 2023).

5. Otpor promjenama

Ako pitate nešto ChatGPT, popularni AI alat će vam trenutno odgovoriti, posve sigurno i često pogrešno. To je pomalo nalik razgovoru s ekonomistom. Pitanja koja se postavljaju zbog tehnologija poput ChatGPT-a sve su brojnija. Jedno od pitanja je kako se nositi sa zabrinutošću zaposlenika uslijed (ne)sigurnosti posla. Brige su prirodne pa bi jasnoća odgovora o pitanjima kako bi radnici trebali preusmjeriti vrijeme i energiju koju oslobađa AI, znatno pomogla u prihvaćanju ove tehnologije. To isto vrijedi i za stvaranje osjećaja djelovanja. Naime, istraživanje MIT Sloan Management Reviewa i konzultantske kuće Boston Consulting Group, otkrilo je da mogućnost nadjačavanja AI, povećava vjerojatnost da će je zaposlenici brže usvojiti i koristiti (The Economist, 2023-a).

6. Zaključci

Pandemija COVID-19 postala je snažan akcelerator rasta ili propadanja mnogih poduzeća, tehnologija ili cijelih industrija. Mnogi su uvjereni da je pandemija natjerala organizacije da ubrzaju svoje digitalno putovanje mjesecima, ako ne i godinama. Pritom su tehnološki napredna poduzeća pokazala da su mnogo spremnija za budućnost. Digitalne mogućnosti koriste na način da potpomognu prilagodbu svoga poslovanja suvremenim izazovima, odnosno da budu prilagodljiva, kreativna i otporna. U današnjim uvjetima čini se da je DX trebalo uvesti jučer i da raspoloživo vrijeme postaje luksuz. Sve strategije digitalne transformacije koje su bile planirane za implementaciju u razdoblju od tri do pet godina, sada se moraju ostvariti ili preoblikovati u samo nekoliko dana ili tjedana.

DX je prihvaćena kao način odnosa s kupcima i glavni preduvjet produktivnosti. No, ta transformacija nije krajnji cilj već pripremni korak ka digitalnoj akceleraciji. Poduzeća moraju

adekvatno organizirati svoje operacije a tehnološki dobavljači moraju razumjeti gdje u kojim je procesima podrška najpotrebnija. U suprotnom, DA će samo pojačati već postojeće probleme.

Hoće li usporavanje javne primjene AI uzrokovati zaostajanje demokracija za nemilosrdnijim autoritarnim režimima? Upravo suprotno. Neregulirana implementacija umjetne inteligencije stvorila bi društveni kaos, što bi pogodovalo autokratima i uništilo demokracije. Demokracija je razgovor, a razgovori se oslanjaju na jezik. Kada AI hakira jezik, mogao bi uništiti našu sposobnost da vodimo smislene razgovore, uništavajući time demokraciju. Nuklearni rat, klimatske promjene, pošasti (bilo prirodne, poput virusa Covid-19 ili stvorene), udari asteroida i još mnogo toga drugog moglo bi izbrisati većinu ili cijelu ljudsku vrstu. Najnovija prijetnja sudnjeg dana je – po mnogim stručnjacima - umjetna inteligencija (AI).

Izvori:

1. Automation Anywhere (2021). Most businesses have been moving toward digital transformation for years, but the arrival of the pandemic pushed the need for every organization to adapt. Dostupno na: <https://www.automationanywhere.com/rpa/digital-acceleration> (pristup: 2.2.2024.)
2. Brierly.com (2023). Digital Transformation and Digital Acceleration to Improve the Customer Experience (CX) Dostupno na: <https://www.brierley.com/blog/digital-transformation-digital-acceleration-to-improve-customer-experience> (objav. 8.2.2023).
3. Gray, P. (2022) *The disappearing CDO: Could the CIO be next?* Preuzeto s: <https://www.techrepublic.com/article/disappearing-cdo-cio-next/> (8.12.2023.)
4. Harari, Y.N. (2023). AI has hacked the operating system of human civilization. *The Economist* (objav. 28.04.).
5. Ivezic, B. (2023). "AI modele za predviđanje potražnje te planiranje asortimana i promocija koriste Konzum u Hrvatskoj i Mercator u Sloveniji i Srbiji". *Jutarnji-Magazin* (objav. 8.7.2023.), str. 44-45
6. Kempton, N. (2023). What are the chances of an AI apocalypse? *The Economist*. London (objav. 10.07.)
7. Kućec, Lj. (2020). Akceleracija i digitalna transformacija (objav. 20.07.). Dostupno na: <https://www.poslovnifm.com/bizblog/novi-impuls-ljiljana-kućec/akceleracija-i-digitalna-transformacija/> (pristup: 20.12.2023.)
8. Roose, K. (2023). A.I. Poses 'Risk of Extinction,' Industry Leaders Warn. *The New York Times* (objav. 30.05.). Dostupno na: <https://www.nytimes.com/2023/05/30/technology/ai-threat-warning.html> (pristup: 12.12.2023.)
9. Poslovni plus (2023). Populama +18 glumica pokrenula vlastitu AI chatbot platformu. Dostupno na: <https://poslovnipuls.com/2023/10/26/popularna-18-glumica-pokrenula-vlastitu-ai-chatbot-platformu/> (pristup: 12.1.2024.)
10. Serheichuk, N. (2021). Digital acceleration: What, why, and how. Dostupno na: <https://www.n-ix.com/digital-acceleration/> (pristup: 12.1.2024.)
11. *The Economist* (2023-a). The relationship between AI and humans. London. (objav. 2.2.)
12. *The Economist* (2023-b). The dawn of the omnistar (Nov, 9). Dostupno na: <https://www.economist.com/leaders/2023/11/09/how-artificial-intelligence-will-transform-fame> (pristup: 20.1.2024.)
13. Uskoković, A. (2023). Transformacija digitalnog poslovanja kao priprema za digitalnu akceleraciju. Dostupno na: <https://www.infolopare.com> (pristup: 18.12.2023.)