# Pět oborů, kde se s uplatněním AI příliš nepočítá

**Praha, 24. června 2021** – Umělá inteligence mění mnohé ze světa kolem nás. Zasahuje téměř do všech oborů podnikání a lidské činnosti vůbec – od medicíny až po finance. Mnoho segmentů se nyní restrukturalizuje tak, aby mohly využívat taktiku strojového učení.

„V zemědělství pomohou platformy AI farmářům efektivněji využívat zdroje sledováním nepatrných změn prostředí. V medicíně bude možné díky umělá inteligenci rychleji diagnostikovat pacienty a přizpůsobit jim rehabilitaci. V oblasti financí prediktivní algoritmy mění způsob fungování Wall Street,“ uvádí konkrétní případy využití umělé inteligenceAdam Leščišin ze společnosti Accenture.

Ne každý obor průmyslu však s AI počítá. Ačkoli většina aspektů našeho života nějakým způsobem zahrnuje smysluplná data, určité oblasti odolávají prediktivnímu pozorování. U kterých průmyslových odvětví je tedy méně pravděpodobné, že je změní umělá inteligence a strojové učení?

## Sportovní sázení

Některé z velkých skupin zaměřených na sportovní sázení závodí ve vytvoření prediktivního algoritmu pro významné ligy. Sázkaři chtějí přístup ke spolehlivým výsledkům, vědátoři zase porozumět mikro a makro vzorům. Problém je, že nelze přesně vyčíslit lidský prvek každého jednotlivého sportovce.

„Umělá inteligence může být do jisté míry schopná – na základě informací o formě a stavu hráčů, předchozích výsledcích, stavu počasí a stovek dalších proměnných – předvídat nejpravděpodobnější výsledek konkrétního sportovního utkání. Co však nedokáže předpovědět, jsou statistické anomálie, jako například neočekávaný špatný výkon konkrétních sportovců nebo podobné nepředvídatelné události. Navíc s dokonalou predikcí by se ze sázení vytratil prvek štěstí, které k němu jistě patří,“ říká Karel Kotoun, konzultant a strategický manažer společnosti Accenture ČR.

## Služby zákazníkům

Když se desítky minut potýkáte s automatizovanou sekvencí odpovědí z linky zákaznických služeb, většinou nakonec při nahrávání vzkazu promítnete svou frustraci. Vypořádat se při podání stížnosti nebo řešení problému s automatem bez emocí je věcí duchovního guru, nikoli běžného člověka.

Zákaznický servis může těžit z určitých funkcí AI, jako je kategorizace a třídění stížností či požadavků. Existuje však určitý okamžik, kdy lidé požadují interakci s živým člověkem – a pokud jim bude tato vstřícnost odepřena, přejdou rovnou na Yelp a další stránky s recenzemi.

## Cestovní ruch

Většina lidí cestuje, aby se dostala pryč od každodenních stresových faktorů. Vybírají místo na pláži nebo jedinečnou kulturu, která vyvolává jejich zájem. Lidé neustále cestují za novými věcmi.

AI ve své podstatě dělá věci jednodušší a efektivnější. Může předvídat, které lety jsou nejlevnější, a propojit tyto informace s blízkými hotely, půjčovnami aut, jednodenními výlety a dalším. AI se však nebude dále zabývat tím, aby přispěla k atmosféře nabídkou zajímavých restaurací, krásných míst v okolí, lokálních akcí. V tom by měl hrát roli opět člověk – zejména v oblastech, kde jsou kulturní aktivity hlavním lákadlem pro turisty.

## Prodej oblečení

Stejně jako další odvětví má i maloobchod prospěch z rozvoje strojového učení. Dnes je k dispozici bezpočet aplikací, které slibují lepší přizpůsobení tím, že poskytují krejčovské služby, jiné umožňují nakupujícím vyzkoušet si oblečení prakticky.

„Uplynulý rok jsme museli většinu věcí nakupovat online a je možné, že většina spotřebitelů u toho už z velké části zůstane. Existuje však několik aspektů maloobchodu, které se nestanou automatizovanými, a to zejména v obchodě s módou. Mnozí lidé berou prohlížení a vybírání zboží, zejména oblečení, jako relaxaci a zábavu. A tento zážitek jim online prodej neposkytne,“ říká Ruslan Skopal, zástupce české značky spodního prádla Styx.

Které další aspekty jdou proti automatizaci prodeje módy? Především je tu vysoká móda, a s ní spojené molo, což je rozhodně živý zážitek. I prodej těchto velkých značek souvisí se zákaznickým servisema a s osobním přístupem, tedy nutně lidským faktorem. Zadruhé, existují určité typy oblečení, které je třeba přizpůsobit před velkou událostí, jako jsou svatební šaty nebo večerní róby. A nakonec jsou tu preference. Někteří si kalhoty nebo boty před jejich koupením prostě raději vyzkouší, bez ohledu na to, jak spolehlivý je prediktivní algoritmus webu. Jinými slovy, AI nezmění to, co se děje v maloobchodních prostorách, jen to, jak to děláme.

## Výtvarné umění

AI a strojové učení jsou strukturovány tak, aby dokázaly dělat cokoli, jen neumějí, a dokonce nesmějí být, kreativní. Řídí se sadami pravidel, která jsou navržena tak, aby přinesla určité výsledky. Jakákoli odchylka je zpracována okamžitě, protože ohrožuje cíl AI. Z tohoto důvodu kreativní umění nedává prostor smysluplnému uplatnění AI.

To ale neznamená, že se umělci bojí pracovat s platformami strojového učení. Někteří se reálně pustili do vytváření vlastních algoritmů krmením programů obrázky určité estetiky. Z nich pak program generuje „umění“ podle pokynů.