

OXFORD RESEARCH 

---

# Store muligheder for smarte bedrifter - AI i Agder

21.05.24

- Verdiskapningsanalyse av treklyngen
- Evalueringen av BIONÆR
- AI i Agder

... Vi kjenner både næringen deres og tematikken godt



# Store muligheter for smarte bedrifter

Studie av bruk av AI i næringslivet i Agder for  
Sørlandets Kompetansefond

# Kunstig intelligens gjør det lettere å spre falsk informasjon

Språkroboter som ChatGPT kan skrive tusenvis av falske tekster på få sekunder. Internett risikerer å oversvømmes av falsk informasjon, advarer eksperter.



Håkon Benjaminsen  
Journalist

Publisert 23. apr. 2023 kl. 16:24  
Oppdatert 11. sep. 2023 kl. 14:36



A-magasinet | Kunstig intelligens

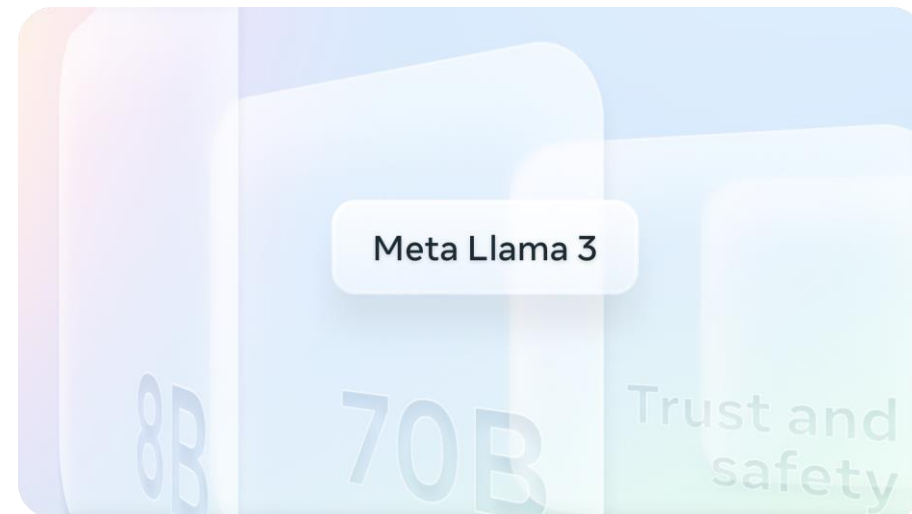
Han ble lam. Nå har kunstig intelligens hjulpet ham til å gå igjen.



Økonomi fra **E24** | Silicon Valley

Er vi klare for kreativ ødeleggelse som følge av kunstig intelligens?







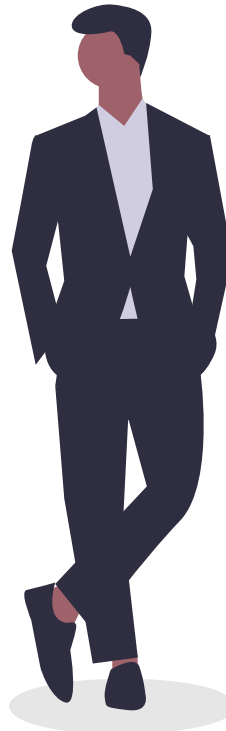
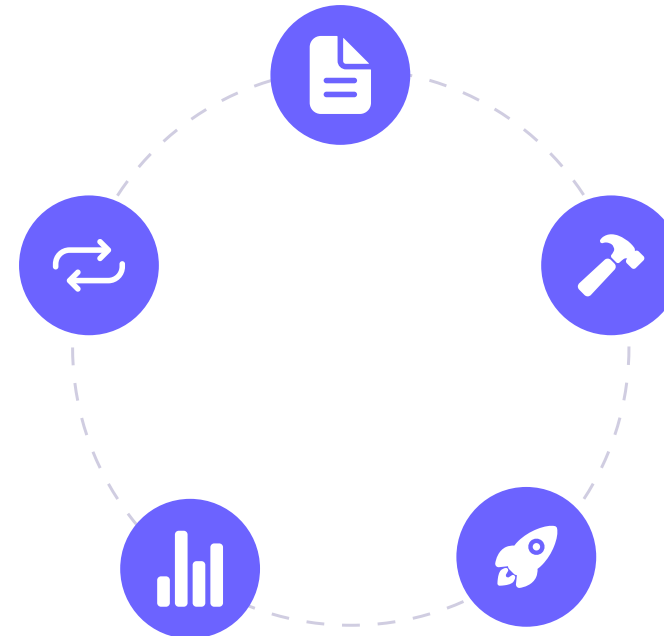
## Hva med Agder?

1. Sterkt IKT-miljø
  2. Sterkt AI-miljø
  3. AI-rådgivning
  4. Digitaliseringsklynge
  5. Spesialiserte bedrifter
- ... Gode forutsetninger for bruk av AI



## Bakgrunn for undersøkelsen og kort om metode

- Bakgrunn:
  - Nasjonalt ledende AI-miljøer i Agder
  - Lite kunnskap om bruk i næringslivet på regionalt nivå
  - Hvem lykkes, og hvorfor?
- Metode:
  - Veiledet desk-research
  - Innledende samtaler med sentrale aktører
  - 7 Case-studier
  - Survey med besvarelser fra 149 bedrifter i Agder

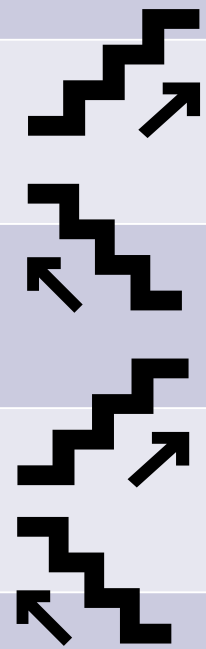




**Hva er  
Kunstig  
intelligens?**

# AI-karakterskalaen – og forutsetninger

AI karakterskala	Forklaring
Flaggskip	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Har AI</li> <li>• Har maskinlæring</li> <li>• Har dyplæring</li> <li>• Stor grad av systematisk datainnsamling</li> <li>• Stor grad av bruk og fokus på data og datakvalitet</li> </ul>
Digitalt «adept»	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Egen strategi for digitalisering</li> <li>• Har AI</li> <li>• Samler en del data, en del fokus på datakvalitet</li> <li>• Bruker i stor grad på drift</li> </ul>
Digitalt moden	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Har strategi med digitalisering</li> <li>• Har ikke AI</li> <li>• Samler noe/mye data, mindre fokus på datakvalitet</li> <li>• Bruker i mindre grad data aktivt</li> </ul>
Digitalt umoden	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Har ikke strategi</li> <li>• Har ikke AI</li> <li>• Samler litt data</li> <li>• Bruker ikke data</li> </ul>
Tradisjonsbetinget	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Har ikke strategi</li> <li>• Har ikke AI</li> <li>• Bruker ikke data, samler ikke data</li> </ul>

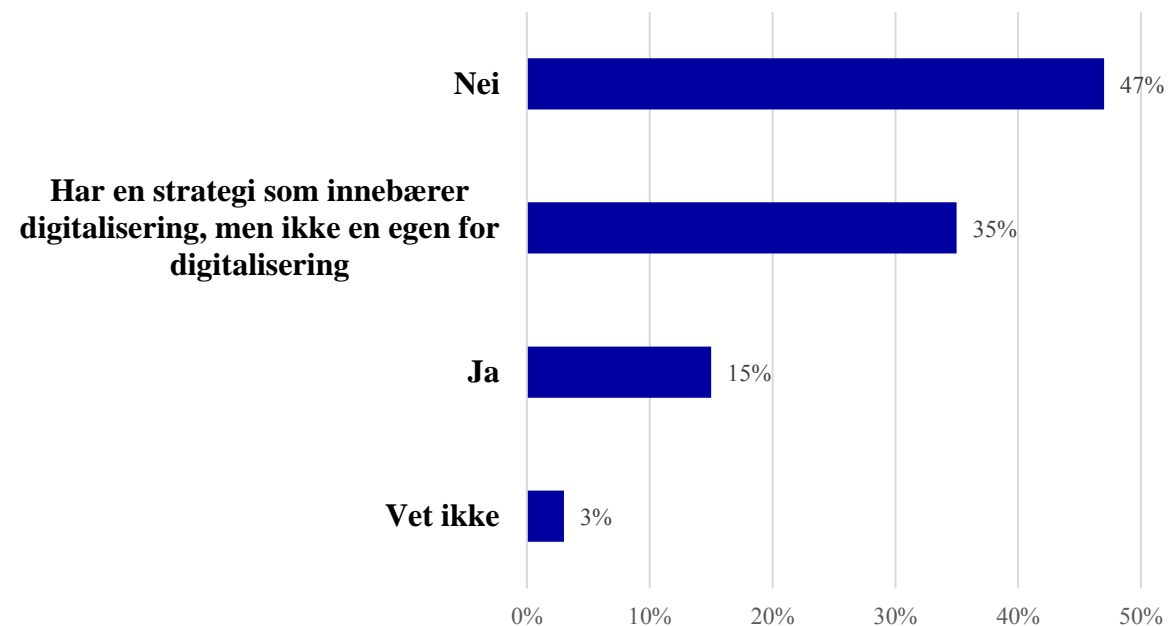


Kan oppsummeres i tre kategorier:

- Bedriftens forhold til data
- Bedriftens arbeid med digitalisering
- Hvilke verktøy de benyttet

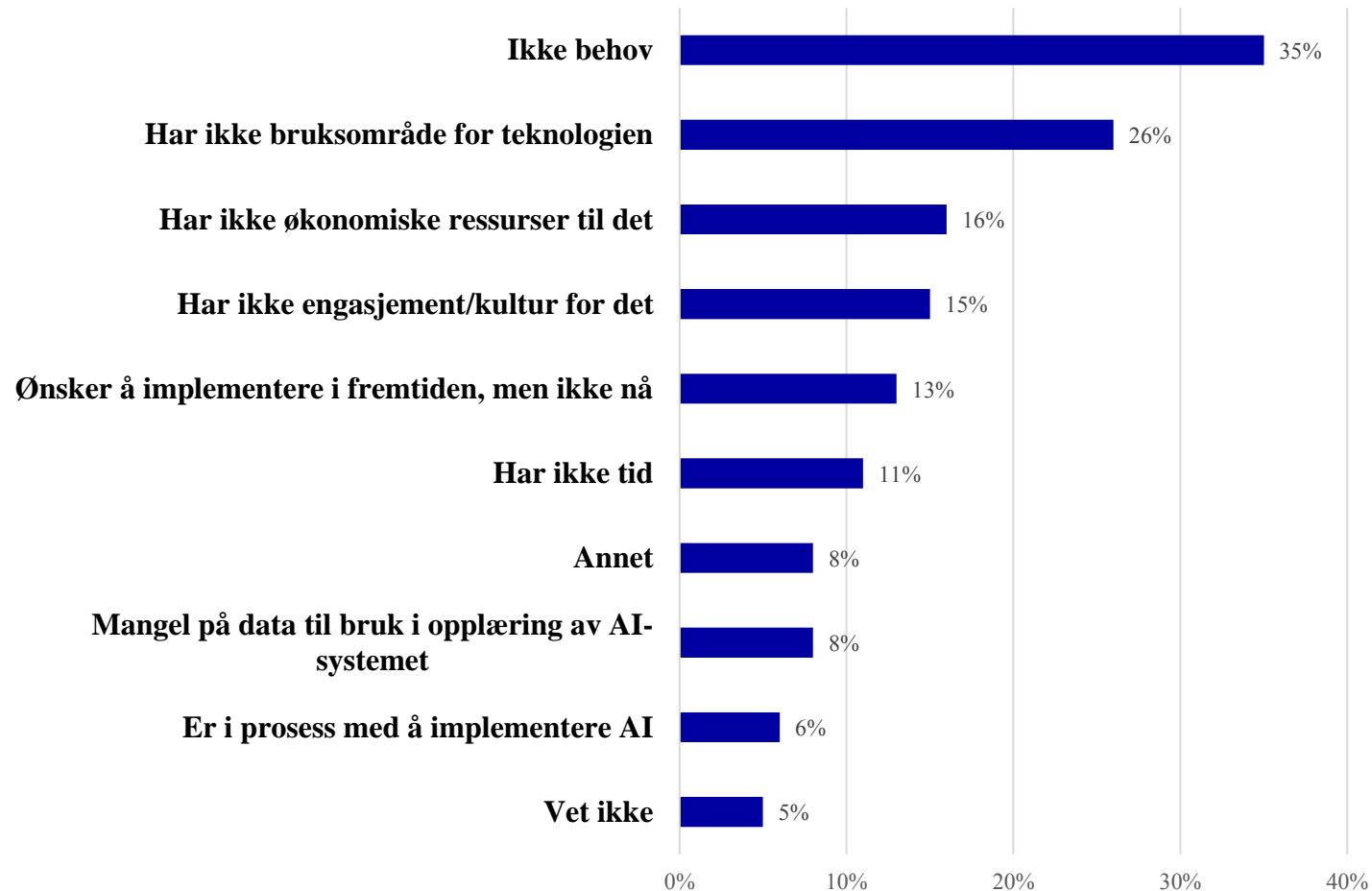


## Flertallet har digitalisering forankret i enten en dedikert digitaliseringsstrategi eller i virksomhetsstrategien



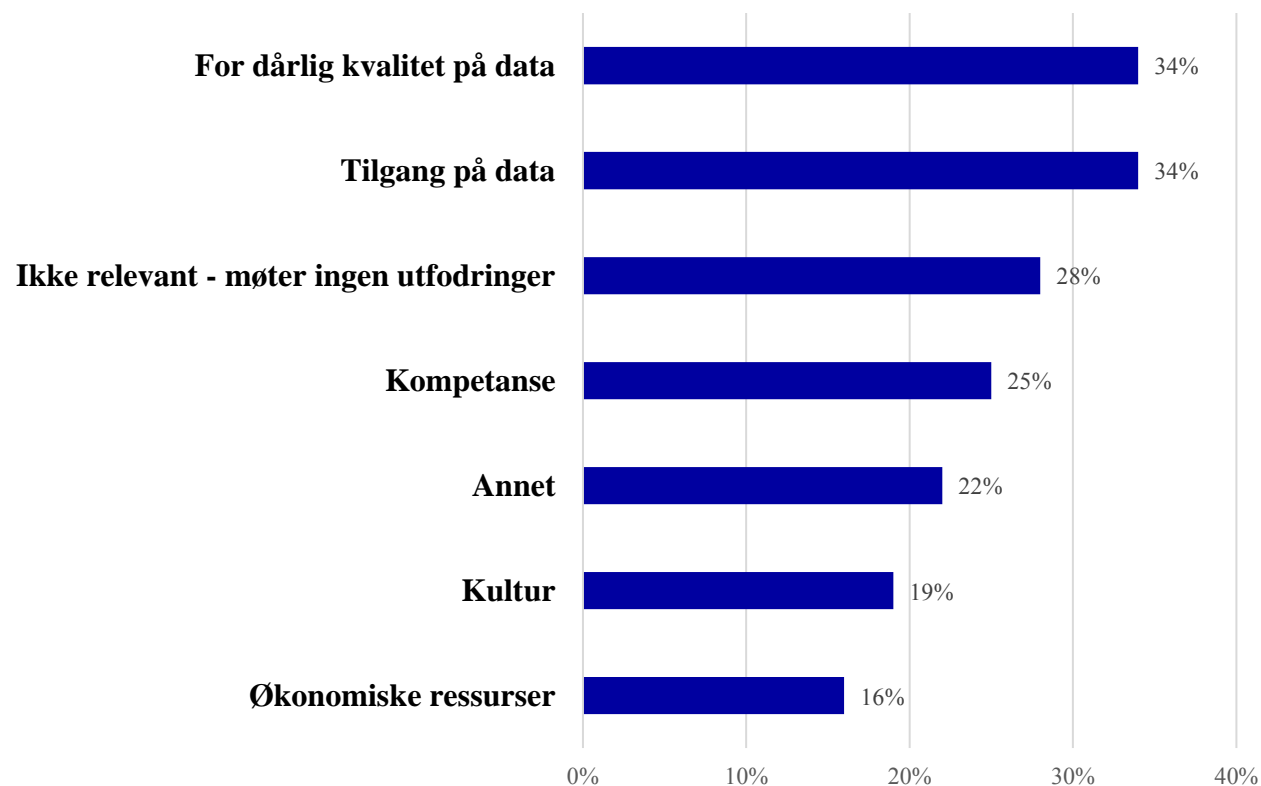
«Har selskapet en strategi for digitalisering?» (N=149)

## «Ikke behov» og «ikke bruksområde for teknologien» er størst, antar at teknologiens potensiale ikke er allmennkjent



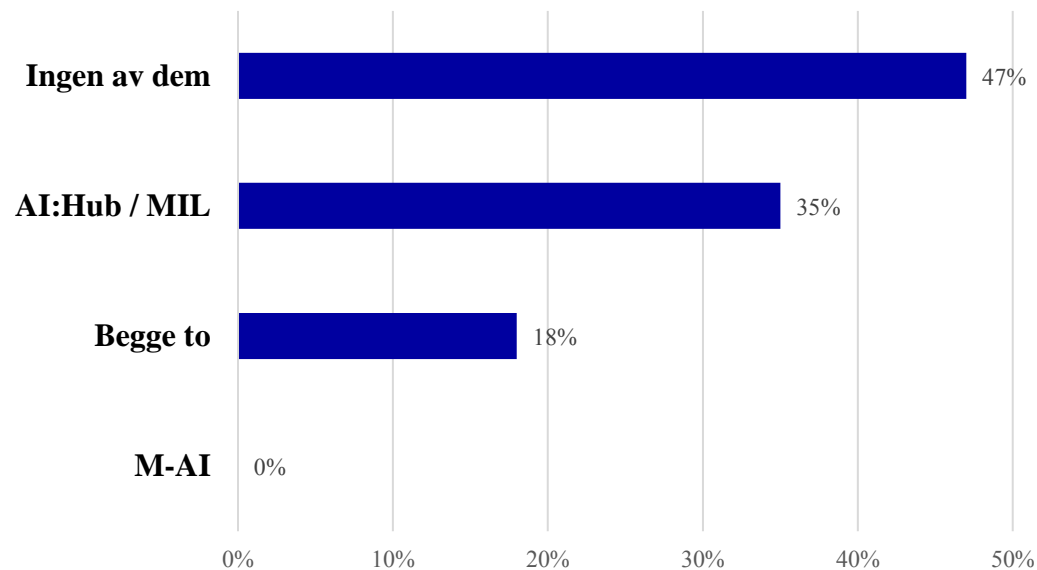
«Hva er årsaken til at dere ikke har tatt i bruk AI-løsninger i bedriften?» (Flere valg mulig) (N=97)

## Fokus på datatilgang og datakvalitet vitner om modenhetsnivå blant respondentene på spørsmålet. Mange identifiserer seg som «i oppstartsfasen» i fritekst.



«Har dere opplevd noen utfordringer med bruken av AI?» (Flere valg mulig) (N=32)

**En del kjenner til AI Hub/MIL eller begge to, men svært få av respondentene har samarbeidet med dem. De som har samarbeidet er svært fornøyde.**



«Kjenner du til en eller begge av disse aktørene som jobber med AI i Agder?» (N=51)

## Nå vet vi litt mer om bruken av AI i regionen

- De fleste bruker ikke AI (som de vet om)
- Tilgang på data, i både mengde og kvalitet, er en vanlig hindring
- Mange ser ikke behov eller bruksområde for teknologien
- Få bruker de gode hjelpene

Hvordan ser det ut når noen flinke bedrifter får til AI?



The image features three overlapping circles. The top-left circle is a medium blue, the top-right circle is a dark blue, and the bottom circle is a bright green. The circles overlap in the center, creating a dark blue/black intersection. The text is positioned to the left of the circles.

**Gode eksempler**  
Case-studier av  
syv bedrifter



GE HealthCare

- Mål om å avdekke flaskehals
- Hente ut hendelsesdata ved hjelp av AI modell
- Fant betydelig flaskehals som sparte dem masse penger
- AI er ingen «silver-bullet» - det løser ikke alle problemer helt uten videre
- Vesentlig å kombinere ansatte som kjenner bedriften med eksterne som kjenner teknologien

**nordicdoor**

- Målrettet arbeid for digitalisering har man tjent godt på
- Bildegjenkjenning og automatisering
- Skapt svært god forankring i strategi og ledelse
- Laget seg konkrete mål om hvor man vil, og hva man vil
- Jevn kompetanseheving og økt engasjement først, AI etterhvert





**Hva har vi lært?**  
Forutsetninger  
og muligheter

## Konklusjoner fra case-studie og spørreundersøkelse på regionalt nivå

- Mange ser muligheter i teknologien, men ikke alle vet hvordan man skal nyttiggjøre seg av den
- To suksessfaktorer som går igjen: 1) Tydelig bruksområde  
2) det å se at AI kan realisere gevinster
- Ressurskrevende å være den ansatte, eller den bedriften i bransjen, som går opp løypa alene
- Interne ressurser er viktig for å vekke interesse, men god implementering er avhengig av forankring i ledelse og styre
- Fokuset på datakvalitet og datatilgang kan tyde på relativt god modenhet for teknologien i regionen, og later til å være gjengs basert på intervjuene/casene



## AI-karakterskalaen – og forutsetninger

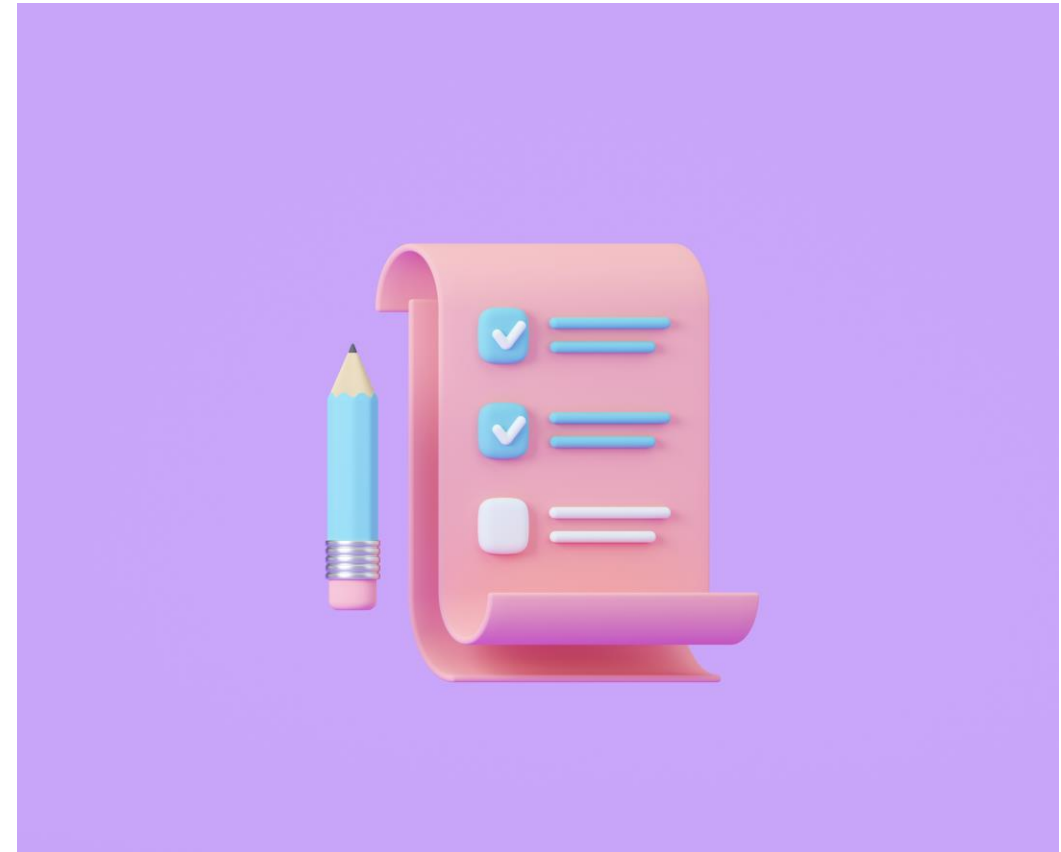
AI karakterskala	Forklaring
Flaggskip	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Har AI</li> <li>• Har maskinlæring</li> <li>• Har dyplæring</li> <li>• Stor grad av systematisk datainnsamling</li> <li>• Stor grad av bruk og fokus på data og datakvalitet</li> </ul>
Digitalt «adept»	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Egen strategi for digitalisering</li> <li>• Har AI</li> <li>• Samler en del data, en del fokus på datakvalitet</li> <li>• Bruker i stor grad på drift</li> </ul>
Digitalt moden	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Har strategi med digitalisering</li> <li>• Har ikke AI</li> <li>• Samler noe/mye data, mindre fokus på datakvalitet</li> <li>• Bruker i mindre grad data aktivt</li> </ul>
Digitalt umoden	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Har ikke strategi</li> <li>• Har ikke AI</li> <li>• Samler litt data</li> <li>• Bruker ikke data</li> </ul>
Tradisjonsbetinget	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Har ikke strategi</li> <li>• Har ikke AI</li> <li>• Bruker ikke data, samler ikke data</li> </ul>

Man må gå løypa:

- Systematisk samling av data
- Systematisk fokus på datakvalitet
- Koblingen mellom interne og eksterne kompetanser
- Formalisert satsning på AI og/eller digitalisering

## Et enkelt eksempel

1. Får kundeforespørsler på nett
2. Kunden skriver fritekst
3. AI analyserer
4. Du får en oppsummering
5. AI lager prisforslag/estimat
6. Du godkjenner og trykker send



## Avslutningsvis ...



- Mange muligheter, men også mulig (og litt krevende alene)
- Data er grunnleggende
- Ikke AI uten mål og mening
- God implementering og forankring over hyppig omveltning
- Bruk de gode hjelperne



Ønsker du å lære mer om vårt arbeid?

Ta kontakt med Ulrik Oswald Akerholt, Analytiker  
uoa@oxford.no

# Takk!

QR-kode til rapporten:



OXFORD   
RESEARCH