# 3. Data Economy Congress

Tytuł: Zarządzanie danymi w centrum uwagi: Relacja z 3. Data Economy Congress

25-26 marca 2024 r. w The Westin Warsaw Hotel odbył się [**3. Data Economy Congress**](https://dataeconomycongress.pl/). Jest to najważniejsze wydarzenie, podczas którego międzysektorowe grono ekspertów spotyka się, aby przeanalizować mechanizmy i trendy zachodzące w gospodarce opartej o dane. Uczestnicy kongresu wysłuchali debat i wystąpień z udziałem liderów w dziedzinie zarządzania danymi z takich sektorów jak: bankowość, energetyka, sieci handlowe i retail, e-commerce, logistyka, telco & ICT oraz media.

Uroczystego otwarcia kongresu dokonali Współprzewodniczący [Rady Programowej Data Economy Congress](https://dataeconomycongress.pl/rada-programowa/): Mariusz Cholewa, Prezes Zarządu, Biuro Informacji Kredytowej; CEO, ACCIS oraz Szymon Wałach, Wiceprezes Zarządu, InPost. W ramach debaty inauguracyjnej prelegenci omówili zagadnienia związane z efektywnym zarządzaniem procesem cyfryzacji polskich instytucji publicznych. Pojawiły się wątki dotyczące m.in. kamieni milowych dla “cyfrowego państwa”, możliwości dla mObywatela wynikające z Europejskiego Portfela Tożsamości Cyfrowej, kreowania dostępu do Krajowego Węzła Identyfikacji Elektronicznej oraz demokratyzacji dostępu do danych publicznych.

Następnie akcent przeniesiono na zarządzanie strategiczne w czasach data economy. Eksperci rozmawiali o szansach i wyzwaniach związanych z raportowaniem ESG, zaawansowanych technologiach raportowania, identyfikacji trendów zrównoważonego rozwoju oraz wykorzystaniu GenAI i dużych modeli językowych w dążeniu do neutralności klimatycznej, podkreślając znaczenie danych dla zrównoważonego rozwoju w erze danych. Blok wzbogacony został o case studies prezentujące przykłady działań firm i organizacji w obrębie podejmowania decyzji na podstawie danych i monetyzacji danych.

Prelegenci pochylili się nad budową infrastruktury danych i zarządzaniem danymi w praktyce. W debacie pojawiły się wątki dotyczące decentralizacji danych w organizacji poprzez Data Mesh, strategii i technologii zarządzania danymi kluczowymi w ramach Master Data Management, strategii wdrażania Data Lakes i Data Warehouses w organizacjach o różnej skali oraz najlepszych praktyk dotyczących skalowania infrastruktury danych i optymalizacji wydajności. Nie zabrakło analizy wykorzystywania danych do skutecznego dostosowania oferty i komunikacji dla indywidualnych potrzeb klientów w różnych branżach. Eksperci skomentowali hiperpersonalizację opartą na technologiach analizy zachowań konsumentów i sztucznej inteligencji, wykorzystanie danych w kampaniach targetowych do zyskania przewagi konkurencyjnej, wpływ technologii AR i VR na sposób pracy i komunikacji, znaczenie rzetelnego opowiadania historii danych z uwzględnieniem specyfiki odbiorcy i kontekstu rynkowego oraz implementację narzędzi AI.

*„To co nadal jest trudnością to zachowanie tożsamości mediów w obliczu rozwijających się social mediów, a jednocześnie personalizacja i kierowanie treści do konkretnego użytkownika. (...) Kolejnym jest tworzenie baniek informacyjnych, żebyśmy nie dostawali tylko tego co chcemy usłyszeć*.” - mówił dr Marcin Kruczyk, AI & Data Director, Ringier Axel Springer Polska.

Dzień drugi kongresu rozpoczął się od dyskusji na temat zastosowania technologii kwantowych. Prelegenci przeanalizowali potencjał oraz perspektywy rozwoju sztucznej inteligencji oraz technologii kwantowych oraz omówili metody zabezpieczania informacji odporne na ataki komputerami kwantowymi. W ramach bloku „Artificial Intelligence w biznesie” eksperci podjęli próbę odpowiedzi na pytania związane z przygotowaniem organizacji i danych do wdrożenia sztucznej inteligencji, zarządzaniem ryzykiem związanym z użytkowaniem systemów AI, technologicznymi barierami wdrożeń AI, zmianami w zespołach związanych z czynnikiem ludzkim, moralnymi i etycznymi wyzwaniami wynikających z szybkiego rozwoju sztucznej inteligencji, przyszłością skalowania AI w kontekście regulacji oraz znaczeniem uczciwości i wyjaśnialności algorytmów. Przedstawiono także szereg przykładów wykorzystania AI w biznesie.

Omówiono możliwości i zagrożenia w zakresie integracji AI, Iot i robotyki. Pojawiły się takie wątki jak robotyka i automatyzacja jako kluczowe czynniki transformacji przemysłowej i cywilizacyjnej, inteligentne fabryki i analiza danych w przemyśle, budowa ekosystemów wykorzystujących dane z IoT. Nie zabrakło komentarza odnośnie poprawnego zarządzania danymi i wyciągania odpowiednich wniosków w obszarze cyberbezpieczeństwa.

Kongres zakończyła dyskusja na temat jakości danych. Prelegenci zwrócili uwagę na zagadnienia dotyczące znaczenia jakości danych dla implementacji ML i AI, wpływu danych wejściowych na wyniki, metod identyfikacji i rozwiązywania problemów z danymi, zalety modelowania opartego na strumieniach danych oraz zagadnienia overfittingu i underfittingu danych w kontekście strategii.

*„AI to nie jest magiczna różdżka, która zadziała bez dobrej jakości danych i tutaj bez względu na to z jakiej branży jesteśmy, wszyscy podkreślali, że to jest element wstępny do tego, żeby zacząć myśleć o implementacji ML i AI*” - podsumowała dyskusję Karolina Henzel, Data Enablement Tribe Lead, T-Mobile.

*„Nie ma dostarczania wartości z danych bez dobrych technik analitycznych i z drugiej strony same techniki analityczne i sztuczna inteligencja (...) bez właściwej jakości danych jest niemożliwa do osiągnięcia”* - komentował Marek Wilczewski, Managing Director of Information, Data & Analytics Management, Grupa PZU.

W gronie [prelegentów 3. Data Economy Congress](https://dataeconomycongress.pl/prelegenci-3-data-economy-congress/) wystąpili m.in.:

* **r. pr. Mirosław Wróblewski,** Prezes Urzędu Ochrony Danych Osobowych
* **Radosław Maćkiewicz,** CEO, Centralny Ośrodek Informatyki
* **Anna Pawlak-Kuliga**, Global CFO, IKEA Retail
* **dr inż. Ewa Kosmala**, Global Sustainability Director, Selena FM
* **Emil Andryszczyk,** Dyrektor Biura Digitalizacji Produkcji, ORLEN
* **Agnieszka Kobylańska,** Dyrektor Biura Data Governance, Chief Data Officer, BNP Paribas Bank Polska
* **Edyta Tararuj,** Dyrektor Biura Rozwoju Produktów, PKO Bank Polski
* **dr Marcin Kruczyk**,AI & Data Director, Ringier Axel Springer Polska
* **Marcin Petrykowski,** Group CEO & President of the Board, Atende
* **Anna Streżyńska,** Ekspertka ds. nowych technologii
* **dr hab. Grzegorz Brona**, CEO, Creotech Instruments
* **Jarosław Królewski,** CEO/Founder, Synerise
* **Karim Sylla**, Dyrektor Analityki & Data Science, Żabka Polska
* **Marcin Choiński,** AI and Data Director, TVN Warner Bros Discovery
* **Krzysztof Dyki,** Prezes Zarządu, ComCERT S.A. Grupa Asseco
* **Artur Wojewoda**, CEO, Yaskawa
* **Andrzej Karpiński,** Dyrektor Departamentu Bezpieczeństwa, Biuro Informacji Kredytowej
* **Karolina Henzel,** Data Enablement Tribe Lead, T-Mobile Polska
* **Robert Pławiak,** CIDO / CTO, Polpharma
* **Marek Wilczewski,** Managing Director of Information, Data & Analytics Management, Grupa PZU

Pełna lista prelegentów na: <https://dataeconomycongress.pl/prelegenci/>

Partnerzy Strategiczni: Grupa BIK, Deloitte, Fujitsu, Limitless Technologies, PWC

Partnerzy: Algolytics, Cenatorium, Comcert, Dext.ai, Dun & Bradstreet, EBIS, Elitmind, Integral Solutions, Justtag, KRD BIG S.A. Kaczmarski Group., Salestube, Snowflake, Splunk, Sportfive., Totalizator Sportowy, Velo Bank, Abak, ProfessCapital

Partner Multimediów: mSound
Strategiczny Patronat Medialny: WP, money.pl

Kongres jest realizowany w ramach działalności MMC Polska organizującej prestiżowe kongresy, konferencje, warsztaty i szkolenia biznesowe dedykowane kadrze menadżerskiej oraz zarządom firm. Więcej na [www.mmcpolska.pl](http://www.mmcpolska.pl).

Zapraszamy do zapoznania się z [fotorelacją Data Economy Congress.](https://dataeconomycongress.pl/data-economy-congress-25-26-marca-2024-r/)