

Θέμα 1^ο:

Ερωτήσεις:

- 1.1 (1 μονάδα)** Θεωρείτε ότι η Τεχνητή Νοημοσύνη θα μπορούσε να φανεί χρήσιμο εργαλείο για μία μικρομεσαία επιχείρηση και γιατί;
- 1.2 (1 μονάδα)** Περιγράψτε τρεις (3) τρόπους με τους οποίους η συγκεκριμένη επιχείρηση θα μπορούσε να χρησιμοποιήσει την Τεχνητή Νοημοσύνη στο πεδίο των ηλεκτρονικών πωλήσεων (e-shop).

Υπόδειξη: Στην ενότητα 1.4. υπάρχει αναφορά στις νέες τεχνολογίες. Για την συγκεκριμένη τεχνολογία οι φοιτητές θα πρέπει να αναζητήσουν πηγές από το διαδίκτυο.

1.1) Η τεχνολογία της Τεχνητής Νοημοσύνης (ΑΙ) ξεκίνησε όταν επιστήμονες από τον κλάδο της πληροφορικής αναζήτησαν τρόπους δημιουργίας ενός λογισμικού που θα είναι σε θέση “να μιμείται τις λειτουργίες του ανθρώπινου εγκεφάλου και να βελτιώνει την απόδοσή του με την πάροδο του χρόνου” (βλ. σχ. <https://developgreece.com/artificial-intelligence-marketing/>). Όπως χαρακτηριστικά σημειώνεται η Τεχνητή Νοημοσύνη “είναι ένα σύστημα που είναι σε θέση να αντιληφθεί το περιβάλλον του και να λάβει μέτρα για να μεγιστοποιήσει την πιθανότητα επιτυχούς επίτευξης των στόχων του, καθώς και να ερμηνεύσει και να αναλύσει τα δεδομένα με τέτοιο τρόπο ώστε να μαθαίνει και να προσαρμόζεται” (βλ. σχ. <https://www.sap.com/greece/products/artificial-intelligence/what-is-artificial-intelligence.html>).

Μια αρχική σκέψη που θα μπορούσαμε να κάνουμε, στα πλαίσια της ανάλυσης του υπο εξέταση ερωτήματος, είναι ότι οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις, λόγω του περιορισμένου μεγέθους των πόρων (π.χ. ανθρώπινων και χρηματικών) που διαθέτουν και μπορούν να χρησιμοποιήσουν, είναι αρκετά πιο ευάλωτες/εκτεθειμένες στη μεταβλητότητα του εξωτερικού περιβάλλοντος εντός του οποίου δραστηριοποιούνται (βλ. σχ. σελ. 28, Μπατζιάς και συν., 2008). Κατά αυτόν τον τρόπο, θα λέγαμε ότι η αποτελεσματική χρησιμοποίηση των υπο “στενότητα” διαθέσιμων πόρων (..μέσω της βελτίωσης της επιχειρηματικής λειτουργίας), έτσι ώστε να διευκολυνθεί η αξιοποίηση των ευκαιριών και η αντιμετώπιση των απειλών του εξωτερικού περιβάλλοντος (βλ. σχ. σελ. 100, Μπατζιάς και συν, 2008) φαντάζει ως ένα ζήτημα επιβίωσης για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις. Σε αυτό το σημείο, τα εργαλεία Τεχνητής Νοημοσύνης έρχονται να παίξουν ένα πολύ βοηθητικό ρόλο μιας

και “έχουν αποδειχθεί πολύτιμα στην αυτοματοποίηση επαναλαμβανόμενων εργασιών και στη διεκπεραίωση άλλων απλών καθηκόντων, επιτρέποντας (κατά αυτόν τον τρόπο) στα στελέχη επιχειρήσεων και τους υπαλλήλους να επικεντρωθούν σε πιο σημαντικές εργασίες και να καθοδηγήσουν καλύτερα την επιχείρηση” (βλ. σχ. <https://www.secnews.gr/467178/mikromesaies-epixeiriseis-strefontai-ai/>). Πέρα από την “αντοχή σε όλη την επιχείρηση” (... που μόλις περιγράψαμε) που πηγάζει από τα συστήματα που τροφοδοτούνται από Τεχνητή Νοημοσύνη (βλ. σχ. <https://www.sap.com/greece/products/artificial-intelligence/what-is-artificial-intelligence.html>), τα συγκεκριμένα συστήματα βοηθούν στην “αξιοπιστία στη λήψη αποφάσεων” και τη “βελτιστοποίηση του προσωπικού”. Αυτά τα δύο μετρήσιμα οφέλη της υιοθέτησης εργαλείων Τεχνητής Νοημοσύνης είναι πολύ κρίσιμα για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις μιας και οδηγούν, αντίστοιχα, στην καλύτερη/έγκαιρη προσαρμογή στα νέα περιβαλλοντικά δεδομένα και την βέλτιστη αξιοποίηση των ανθρώπινων πόρων (βλ. σχ. <https://www.sap.com/greece/products/artificial-intelligence/what-is-artificial-intelligence.html>). Σε γενικές γραμμές φαίνεται ότι η Τεχνητή Νοημοσύνη “μπορεί να παρέχει στις μικρές επιχειρήσεις ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα που κάποτε ήταν διαθέσιμα μόνο σε μεγαλύτερες εταιρείες” (βλ. σχ. <https://www.secnews.gr/467178/mikromesaies-epixeiriseis-strefontai-ai/>).

Εν κατακλείδι, κάνοντας την υπόθεση ότι οι υπεύθυνοι των μικρομεσαίων επιχειρήσεων όχι μόνο έχουν τη δυνατότητα της πρόσβασης σε αξιόπιστη πληροφορία σχετικά με τα διαθέσιμα εργαλεία Τεχνητής Νοημοσύνης στους τομείς/κλάδους που δραστηριοποιούνται (βλ. σχ. <https://www.newsbeast.gr/financial/arthro/9330521/i-proklisi-tis-technitis-noimosynis-gia-tis-mikromesaies-epicheiriseis>) αλλά και μπορούν να αξιοποιήσουν τα εργαλεία αυτά με το βέλτιστο τρόπο (π.χ. έχουν καλά εκπαιδευμένο προσωπικό για αυτό το σκοπό) τότε, θα λέγαμε ότι **όντως η Τεχνητή Νοημοσύνη μπορεί να φανεί χρήσιμο εργαλείο για μια μικρομεσαία επιχείρηση.**

1.2) Στο πεδίο των ηλεκτρονικών πωλήσεων η Τεχνητή Νοημοσύνη προσπαθεί να δημιουργήσει τις συνθήκες εκείνες έτσι ώστε οι e-shoppers να βιώσουν τη βέλτιστη δυνατή εμπειρία πλοήγησης και αγοράς. Είναι λογικό να σκεφτούμε ότι μια καλύτερη εμπειρία συνεπάγεται περισσότερες παραγγελίες στο e-shop και άρα υψηλότερα

έσοδα και κέρδη (βλ. σχ. <https://www.capital.gr/epikairotita/3461011/i-texniti-noimosuni-mpainei-stin-upiresia-tou-e-commerce/>).

Ενδεικτικά, τρεις τρόποι με τους οποίους η επιχείρηση του παραδείγματος μας θα μπορούσε να χρησιμοποιήσει την Τεχνητή Νοημοσύνη στο πεδίο των ηλεκτρονικών πωλήσεων είναι:

✚ Δημιουργία/υλοποίηση προσωποποιημένων προτάσεων αγοράς (π.χ. πρόταση νέων προσφορών, νέες αφίσες είτε προτεινόμενα υπάρχοντα προϊόντα) προς τους χρήστες του ηλεκτρονικού καταστήματος (e-shop). Αυτό μπορεί να συμβεί αν λάβουμε υπόψη μας ότι η Τεχνητή Νοημοσύνη *“μπορεί να αναλύει τις παλαιότερες αγορές του πελάτη, τα προϊόντα που προτιμά, καθώς και τη συμπεριφορά του στον ιστότοπο του καταστήματος”* (βλ. σχ. <https://ixperts.gr/post/i-epidrasi-tis-tehnikis-noimosynis-sto-ilektroniko-emporio>). Η συγκεκριμένη εξατομικευμένη προσέγγιση (στέλνοντας το σωστό μήνυμα την κατάλληλη στιγμή) θα έχει ως αποτέλεσμα τη βελτίωση της εμπειρίας του επισκέπτη του e-shop, την αύξηση της ικανοποίησης του και εν τέλει, θα οδηγήσει σε αύξηση των πωλήσεων (βλ. σχ. <https://www.iefimerida.gr/oikonomia/pos-tehniti-noimosyni-allazei-ta-panta-sta-e-shops> και <https://www.appgene.net/blog/texniti-noimosini-empeiria-xristi/>).

✚ Αύξηση της διαθεσιμότητας της επιχείρησης προς τους χρήστες του ηλεκτρονικού καταστήματος (e-shop). Εδώ θα μπορούσαμε να σκεφτούμε, για παράδειγμα, ότι μέσω ενός AI chatbot (ρομπότ messenger με τεχνητή νοημοσύνη, βλ. σχ. <https://www.chatcompose.com/el/chatbot.html> και <https://www.cm.com/glossary/what-is-ai-chatbot/>) η επιχείρηση του παραδείγματος μας (και αντίστοιχα το e-shop της) θα είναι (κατά κάποιο τρόπο) διαθέσιμη για τους πελάτες της 24 ώρες την ημέρα (...για να λύνει με αυτοματοποιημένο τρόπο μια μεγάλη ποικιλία θεμάτων/προβλημάτων) και έτσι, θα διαμορφώνει μια βελτιωμένη εξυπηρέτηση πελατών. Παράλληλα, η συγκεκριμένη ενίσχυση της αλληλεπίδρασης με τους χρήστες του ηλεκτρονικού καταστήματος δίνει τη δυνατότητα στις εκάστοτε επιχειρήσεις να συλλέγουν αρκετές πληροφορίες από τους πελάτες τους (π.χ. σχετικά με

Απαντήσεις προτεινόμενες – ενδεικτικές. Υπάρχει μόνο ένας καλός τρόπος... ο Δικός σας!

την ποιότητα των προϊόντων/υπηρεσιών) και έτσι να μπορούν, σε μια δεύτερη φάση, να βελτιώνουν την εμπειρία των μελλοντικών αγοραστών (βλ. σχ. <https://www.appgene.net/blog/tecniti-noimosini-empeiria-xristi/>).

✚ Διευκόλυνση του χρήστη κατά το στάδιο της αγοράς των προϊόντων. Εδώ ουσιαστικά βρισκόμαστε στο στάδιο της ολοκλήρωσης της επίσκεψης του πελάτη στο e-shop όπου υπάρχει η ευκαιρία να αξιοποιηθεί η voice assistance (φωνητική βοήθεια) ως *“ένα εργαλείο καθοδήγησης του χρήστη έτσι ώστε να αναζητήσει και να εντοπίσει με ευκολία τα προϊόντα που επιλέγει και να ολοκληρώσει με επιτυχία την παραγγελία του”* (βλ. σχ. <https://www.capital.gr/epikairota/3461011/i-tecniti-noimosuni-mpainei-stin-upiresia-tou-e-commerce/>).